

交通事業者が主催する
バス愛好者を対象としたツアー
の特徴と
公共交通利用の意識の醸成
～公共交通事業者が主体となったMMの展開～



京阪京都交通株式会社
運輸部運輸課 西村 学

本日の内容

1. 会社概要 (沿革/運行エリア)
2. ツアーのきっかけ
3. ツアーの差別化
4. 今後の課題
5. 終わりに

1.会社概要

■ 社名

京阪京都交通株式会社 (本社 亀岡市)

■ 事業内容

一般乗合旅客自動車運送事業

一般貸切旅客自動車運送事業

特定旅客自動車運送事業

旅行業第二種

■ 営業所・案内所

亀岡営業所・西京営業所・

亀岡駅前案内所・桂駅東口案内所・

J R 桂川駅総合案内所

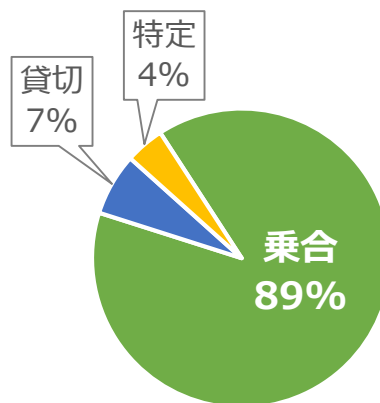
■ 従業員数

175名

■ 車両数

118両 (乗合104両、貸切8両、特定5両)

2022年7月末現在



当社は、
乗合事業（路線バス）中心
に営業展開。

〔沿革〕

- 1944年6月 丹波交通株式会社設立（前身）
- 1957年7月 京都交通株式会社へ商号変更（前身）
- 2004年1月 京都交通株式会社経営破綻。会社更生手続き開始

約60年

- 2005年7月 京阪京都交通株式会社が営業譲受。営業開始
- 2022年8月 現在に至る

約17年

■本日のセッション担当の西村について

2010年、乗務員より運輸部運輸課（管理部企画課兼務）へ異動。
路線計画、関係先渉外折衝等を担当。

2018年、運輸部運輸課係長を拝命、現在に至る。

貸切課の業務応援も行い、現在の厳しい状況を全社一丸で乗り切ろうとしているところ。

〔運行エリア〕



京都府 京都市
向日市
亀岡市
南丹市
兵庫県 丹波篠山市
滋賀県 大津市

昼行高速バスでは
岡山県倉敷市まで運行

2. ツアーのきっかけ〔背景と目的〕

2020年コロナ禍初年度

- 消失した自動車運送事業の収入回復が必須
- 貸切ツアーであれば応募が無ければ催行しなくてもよい（リスクヘッジ可）
- Go To トラベルを活用すべく的を絞ったツアーを立案

ターゲット	乗り物愛好家
素材	2020年度抹消車両
行程	沿線に受け入れ協力を仰ぐ



**方向幕の車両が無くなる！
前後扉のバスが無くなる！
素材がたまたまあった♪**



★留意したこと★

**受け入れ先にも喜んでいただけること、今までの経験をしっかりと模倣すること
公共交通利用を促進する話題提供をすること**

3. ツアーの差別化 [付加価値を高める]

2020年度のツアーは成功におわる！！



- 愛好家向けツアーが乱立してきた
- そもそも個人で募集する形態もある
- 自社にネタとなるモノも枯渇しつつある
- 一過性で終わってはいけない

当然、2021年度も
収入の柱のひとつに
数えられる。。

2021年度バスツアーの進化 / MMを強く意識 / そして差別化

	【2020年度】		【2021年度】
ターゲット	乗り物愛好家	➡	愛好家 + 地理・歴史に興味のある方
素材	2020年度抹消車両	➡	社内に眠る過去資料 + 人材
行程	沿線に受け入れ協力を仰ぐ	➡	廃線（主に越境路線）
付加価値		new	ガイド導入 + 記念リーフレットの充実

★留意し続けたこと★

受け入れ先にも喜んでいただけること

公共交通利用を促進する話題提供をし、確実に収入UP（増収）に貢献すること

〔進化の具体的な事例〕



画像上段より

- ・交通ジャーナリスト鈴木文彦氏
- ・龍谷大学 井上学氏
- ・京阪京都交通車掌経験者（右）

ガイドから「学ぶ」

- なぜ越境路線が存在したのか？
 - 現在の都道府県境と実際の生活圏の違い
 - バスが繋いでいた歴史
- なぜその路線が無くなったのか？
 - 人口減、利用減
 - 生活圏が変化していった
- 今も維持しているのか？
 - 都道府県境で分断されるも最低限維持
 - それでも路線維持には益々厳しい状況

リーフレットから「学ぶ」

- 路線の成り立ち
- 運用されていた車両の推移
- 過去時刻表アーカイブズ

人材から「学ぶ」

- 旺盛な輸送時代の思い出
- 道路改良前の運転の苦労
- 過去の光景の振り返り
- 語り部としての役割

〔進化の具体的な事例〕



沿線を「見る」

- 廃線跡の遺構
- 事業主体が変わっても活用される姿
- 面影を辿る
- 沿線の光景の変化を理解していただく



「乗る」そして「撮る」

- 過去経路で撮影
- 細やかな要望の反映



地域交通に「乗る」「見る」「学ぶ」そして「撮る」をテーマに
ツアーのブランディング化を図った。

〔進化の具体的な事例〕

MMはどこにあるのか??

ツアーで訪れる。



地域の現状を伝える。



路線が無くなった経緯を学んでいただく。



それでも運行維持する路線は厳しい状況だとの課題を認識いただく。



公共交通を使って再訪することを提案する。



受け入れ先で地域の企画乗車券等を販売いただき、ツアー当日に購入いただく。



実際に企画乗車券を使用せず記念として手元にとっておいても収入は生じる。



ツアーでやってきた土地に自分の行動が路線維持に貢献するんだと啓蒙する。

**間接的な利用促進
だってある!**

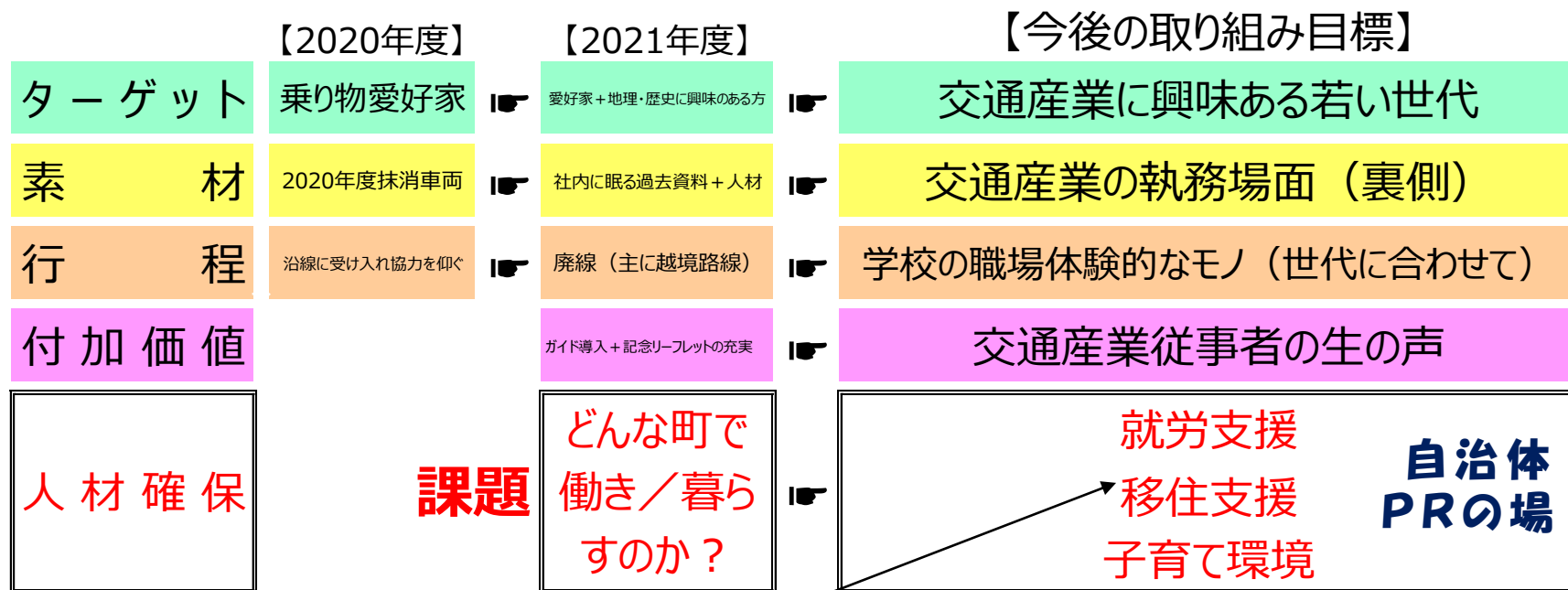
買って残そうの精神を流布する / クラウドファンディング

4. 今後の課題

(1) 脱・愛好家
(2) 自治体連携



新たな人材確保を目指すツアーへ発展



事業者がお連れするお客様に「わが町」を売り込んでいただく。
就労先は交通事業者がある。安心して就労、移住、将来設計が可能な町に住み
地域貢献できる仕事に就いてみませんか？と訴求するツアーへ！
そして定住人口が増加し、町は活性化できる！

5.終わりに

MMとは、公共交通等の交通機関を適度に利用するよう促し、持続可能な地域の交通網を維持していくことだと感じています。

しかしながら、バス・タクシーの自動車交通産業を中心に、「担い手の枯渇」が迫ってきています。

自動運転もあるでしょう、ただ喫緊で自動運転が担い手不足を飛躍的に解決するとはまだ考えられません。

MMの要素に、担い手を育成していくことも取り入れていただきたい、本日はそんな想いで話をさせていただきました。

交通産業は、日本全国多々あります。そこに仕事はあります。

その仕事への就労の機会を生み出すことが「今後の課題」と認識しております。

本日お集まりの皆さまと創造できれば幸いです。

事業者×自治体

一体となって仕事と町を売り込もう

一体となって新しい人に町に住んでもらおう

住んでいただき家族が増えれば町の活性化へ

交通機関の利用者も増え路線維持も可能となる

今あるものを最大限活用！

みなさまへ

**ご清聴、ありがとうございました。
ガイドを務めていただいた井上学氏とともに、
本日ポスターも発表しています。
リーフレットのサンプルも展示しますので、ぜひ
お立ち寄りください。**

