第１０章　広報・サービス推進活動

第１節　広報活動 ・・・・・・・・・・・・・119
１　役　割 ・・・・・・・・・・・・・・119
２　ホームページ・ＳＮＳ・アプリ ・・119
（１）　ホームページ ・・・・・・・・・・119
（２）　ＳＮＳ（X(旧 Twitter)、Facebook、Instagram 及び YouTube）・・・・119
（３）　アプリ ・・・・・・・・・・・・・120
３　パブリシティ活動 ・・・・・・・・・121
（１）　プレス発表 ・・・・・・・・・・・121
（２）　撮影許諾 ・・・・・・・・・・・・121
４　パンフレット、広報誌などの発行 ・・・・・・・・・・・・・・・・・121
（１）　都営交通のあらまし ・・・・・・121
（２）　都営交通ガイド ・・・・・・・・121
（３）　ふれあいの窓 ・・・・・・・・・121
（４）　都バス路線案内（みんくるガイド）・・・・・・・・・・・・・・・・121
（５）　ＴＯＫＹＯ都バス乗り隊歩き隊 ・・・・・・・・・・・・・・・・121
（６）　東京さくらトラム沿線マガジン「さくらたび。」・・・・・・・・・121
（７）　日暮里・舎人ライナー沿線ガイドブック「にっとね」 ・・・・・・121
５　ポスター等の作成 ・・・・・・・・・121
（１）　業務用ポスター ・・・・・・・・・121
（２）　マナーポスター・動画 ・・・・・121
６　インバウンドの取組 ・・・・・・・・122
７　ＰＲＯＪＥＣＴ　ＴＯＥＩ・・・・・122
８　経営情報の公開 ・・・・・・・・・・122
第２節　サービス推進運動 ・・・・・・・・122
１　東京都交通局サービス推進本部 ・・122
２　サービス推進本部の活動状況 ・・・123
３　令和６年度サービス推進活動方針 ・・・・・・・・・・・・・・・・・123
（１）　主な取組 ・・・・・・・・・・・・124
（２）　ＣＳスローガン ・・・・・・・・・124
４　お客様の声 ・・・・・・・・・・・・124
５　都営交通モニター制度 ・・・・・・124
（１）　概要 ・・・・・・・・・・・・・・125
（２）　主な活動 ・・・・・・・・・・・・125
６　外国人モニター調査 ・・・・・・・・125
第３節　お客様センターの運営 ・・・・・・125
１　これまでのお客様対応窓口 ・・・・125
２　都営交通お客様センターの開設 ・・125
３　お客様の声システムの運用・・・・ 126
第４節　その他 ・・・・・・・・・・・・・126
１　制服 ・・・・・・・・・・・・・・・126

第１節　　広報活動

１　役割

都営交通は、お客様の安全・安心を何よりも最優先に東京の都市活動や都市生活を支える公共交通機関としての役割を果たすとともに、福祉・環境対策など都政の課題とも連携した、公営交通ならではの取組が求められている。

交通局の広報活動は、こうした都営交通の理念や取組を分かりやすく国内外に発信することで、お客様に安心・快適に都営交通をご利用いただき長期的な経営の安定に結び付けていくかが、重要なポイントとなっている。

こうした状況を踏まえ、国内外のお客様等に対し、交通局の各事業のＰＲを積極的かつ効果的に実施することで都営交通の利用促進と信頼醸成、イメージアップを図っている。

広報活動では、広報誌、ポスター等に加え、ホームページやＳＮＳ等の一層の活用を推進するなど、多様な情報を迅速に提供し、また、お客様と交通局との双方向のコミュニケーションを図っている。

２　ホームページ・ＳＮＳ・アプリ

（１）　ホームページ

お客様の視点に立ち、迅速で正確な情報提供を行い、都営交通をより身近で便利な交通機関として利用していただくため、平成11年４月、インターネット上に交通局ホームページ（https://www.kotsu.metro.tokyo.jp）を開設し、以降、次の取組を進めながら、お客様への情報発信の充実を図っている。

平成14年４月　地下鉄各駅の周辺地図や、構内立体図による駅施設概要などの情報提供を実施

平成15年１月　携帯電話やパソコンからリアルタイムでバスの運行情報を提供するサービスを開始（https://tobus.jp/）

平成16年３月　地下鉄の運行情報、時刻表等のモバイルサイトへの配信を開始

平成18年８月　情報量やアクセス件数の増加に対応するため、基本構造から再構築し、新ホームページの運用を開始

平成20年９月　「遅延証明書」の発行を開始

平成20年10月　モバイルサイトをリニューアル

平成21年２月　４言語（英語、中国語（簡体字・繁体字）及び韓国語）のサイトを開設するとともに、モバイルサイトで改札内のトイレやエレベーター等の位置情報を表示するサービスを開始

平成25年７月　日本語のスマートフォン向けサイトを開設

平成29年３月　ホームページを全面リニューアル

デザインを刷新するとともに、外国語のスマートフォン向けサイトを開設し、情報提供機能を強化したほか、新たに音声読み上げ機能を導入し、アクセシビリティを向上

平成30年３月　タイ語サイトを開設

令和元年５月　運行情報等をオープンデータとして提供開始

令和元年12月　「東京都交通局デジタルアーカイブ」サイトを開設

令和２年４月　スペイン語及びフランス語サイトを開設

令和３年３月　英語サイトをリニューアル

令和４年１月　チャットボットサービスを開始

令和５年度の一日平均アクセス件数は約11.4万件である。

（２）　ＳＮＳ（X（旧 Twitter）、Facebook、Instagram及びYouTube）

新しいコミュニケーションツールとして、都営交通100周年記念事業を契機に、平成23年１月にTwitter、平成24年４月にFacebookを導入し、東京都交通局公式ＳＮ

Ｓとして運用している。

平成24年８月　災害時における連絡ツールとしても有用であることから、地下鉄等の運行情報をTwitterで配信開始

平成28年10月　Instagram（日本語・英語併記）を開設

平成28年12月　外国語版Facebook（英語、中国語（繁体字）及び韓国語の３アカウント）を開設

平成29年10月　YouTube「都営交通公式チャンネル」を開設し、都営交通の沿線の魅力や事業の内容などを動画配信（東京都が運営する「東京動画」ともリンク）

平成29年３月　英語版Twitterの本格運用を開始

平成30年４月　タイ語版Facebookの運用を開始

令和元年６月　PROJECT TOEIのInstagramアカウントを開設

令和２年11月　YouTube「みんくるのゆるっ都Channel」を開設

令和３年４月　YouTube「みんくるのゆるっ都Channel」を「みんくる・とあらんのゆるっ都Channel」に変更

令和５年２月　東京都公式Twitterが19のアカウントに再編され、アカウント名が「都営交通」に変更

○都営交通 X（旧 Twitter）

https://x.com/toeikotsu（日本語）

https://x.com/toeikotsu_eng（英語）

○東京都交通局 Facebook

https://www.facebook.com/toeikotsu（日本語）

https://www.facebook.com/toeitransportation.eng（英語）

https://www.facebook.com/toeitransportation.chh（中国語（繁体字））

https://www.facebook.com/toeitransportation.kor（韓国語）

https://www.facebook.com/toeitransportation.thai（タイ語）

○東京都交通局Instagram

https://www.instagram.com/toeitransportation_official/（日本語・英語併記）

https://www.instagram.com/projecttoei/

○ふれあいの窓Instagram

https://www.instagram.com/furemado_official/

○さくらたび。Instagram

https://www.instagram.com/toden_sakuratabi/

○都営交通公式チャンネル（YouTube）

https://www.youtube.com/user/toeikotsu（日本語・英語併記）

○みんくる・とあらんのゆるっ都Channel（YouTube）

https://www.youtube.com/@minkuruchannel

（３）　アプリ

お客様案内の充実・サービス向上を目的に令和２年３月30日に「都営交通アプリ」を新たにリリースした。地下鉄各列車のリアルタイム走行位置や運行状況、駅構内の情報など、利用する際に便利な情報を発信している。

利用者がよく利用する路線・駅を設定することで、より素早く時刻表や運行状況にアクセスできるほか、列車走行位置や時刻表から列車種別や混雑度を確認することができる。

また、東京さくらトラム（都電荒川線）や日暮里・舎人ライナー、バスの情報も発信している。

さらに、令和３年３月から地下鉄全線において、列車ごとに加えて車両の号車ごとに混雑予測を表示するサービスを開始するなど、随時機能向上を図っている。

都営交通アプリは、令和６年３月末時点で約14.1万件ダウンロードされている。

令和２年７月　鉄道12社局公式アプリ連携

令和３年３月　車両別混雑予測情報及びバス発車案内機能の提供開始

令和４年３月　都営交通スタンプ機能の提供開始

令和５年２月　列車走行位置に「子育て応援スペー

ス」の列車走行位置を表示する機能の追加

3　パブリシティ活動

（1）　プレス発表

交通局における各種事業の取組、イベントの開催、ダイヤ改正などの情報について効果的なプレス発表を行うとともに、事故等の発生時は関係部署と調整し、適切な情報提供に努めている。

令和５年度のプレス発表件数は96件（事故関係を除く。）である。

（2）　撮影許諾

都営交通のＰＲ及びイメージアップのため、テレビ番組やCM、映画、雑誌などの撮影依頼に積極的に対応している。東京さくらトラム（都電荒川線）・バス車内、駅構内、東京さくらトラム（都電荒川線）停留場等での撮影には、関係部署と連携して対応し、増収にも寄与している。

令和５年度撮影許諾件数は45件（ニュース取材を除く。）である。

4　パンフレット、広報誌などの発行

（1）　都営交通のあらまし

交通局の各事業について、カラー印刷で分かりやすく説明した冊子を年１回発行し、主に都議会、視察者及び見学者向けに配布している。

また、英語版も随時発行している。

（2）　都営交通ガイド

都営交通の運賃、各種乗車券、路線図などを御案内するお客様向けのパンフレットを年１回発行している。

（3）　ふれあいの窓

都営交通の沿線案内や交通局の事業紹介、イベント案内、各種グッズの発売情報などを分かりやすく提供するハンディサイズの広報誌を、年４回発行している。

平成29年度には新たな読者層の獲得に向けてデザインを大幅に変えるなどのリニューアルを行い、令和５年度には公式Instagramを開設した。

（4）　都バス路線案内（みんくるガイド）

バスの路線を案内したリーフレットである。路線図、運賃などに関する情報を掲載しており、年１回発行している。

（5）　ＴＯＫＹＯ都バス乗り隊歩き隊

平成11年９月に創刊したバス沿線ガイドである。

バスの路線沿線の隠れた魅力を発掘し、いくつかのお散歩スポットを紹介している。Ａ５判で年４回発行している。

（6）　東京さくらトラム沿線マガジン「さくらたび。」

平成26年５月から発行していた「とでんで。」を平成29年７月にリニューアルした。東京さくらトラム沿線の見どころスポットやグルメ情報を紹介し、年４回発行している。

（7）　日暮里・舎人ライナー沿線ガイドブック「にっとね」

平成28年３月から日暮里・舎人ライナー沿線の見どころやグルメ情報を紹介する広報誌である。平成28年３月の創刊当初は不定期で発行しており、平成30年３月には日暮里・舎人ライナー開業10周年記念号を発行した。令和４年３月からは年１回発行している。

5　ポスター等の作成

（1）　業務用ポスター

交通局のイベント案内や企画乗車券、グッズ等の発売、ダイヤ改正などの営業情報をお客様に提供するため、必要に応じて作成している。

（2）　マナーポスター・動画

お客様に都営交通を快適に御利用いただくため、マナーポスターを年４回作成している。

また、ポスターで取り上げたテーマの動画を併せて作成し、マナーへの理解と協力をお客様に呼び掛けている。

６　インバウンドの取組

東京を訪れる外国人旅行者に都営交通を快適にご利用いただけるよう、多言語（英語、中国語（繁体字）及び韓国語）による利用ガイドの作成など案内の充実を図るとともに、ホームページ、外国語版ＳＮＳ（Facebook、X（旧Twitter）、Instagram及びYouTube）をはじめ、沿線観光ガイドの作成や現地旅行ガイドブックへの広告出稿、ＰＲ動画の作成など、様々な媒体を活用し、海外に向けた情報発信に取り組んでいる。この取組の一環として、平成28年度から令和元年度まで、海外で実施される旅行博等に参加して現地での広報活動を積極的に行ったほか、令和３年３月に英語サイトをリニューアルし、案内情報の充実を図った。

７　ＰＲＯＪＥＣＴ　ＴＯＥＩ

平成28年８月１日に都営交通105周年を迎えたことを契機として、都民やお客様をはじめとする多くの方々に、これまで以上に都営交通の取組や魅力を知っていただくため、発信力を強化する新たなプロジェクト「ＰＲＯＪＥＣＴ　ＴＯＥＩ」を開始した。同プロジェクトでは、都営交通に対する理解を深めていただくことで、お客様に都営交通をより安心して快適に御利用いただくとともに、親しみを感じていただけるよう、先進的な施策から日々の地道な仕事まで、様々な取組にスポットを当て、ビジュアル化した上で、様々な媒体を通して発信している。

また、同プロジェクトの取組の中で、新たに都営交通のロゴ及びスローガン『すべての「今日」のために。』を定め、ポスター等の印刷物などに使用している。

すべての「今日」のために。
都営交通

【都営交通ロゴ】

８　経営情報の公開

お客様・都民の皆様に交通局の経営状況を分かりやすくお知らせし、理解していただくため、事業別に指標を用いて説明した「東京都交通局経営レポート」を年１回発行している。

平成28年度からは、経営の透明性を高めていくため、経営の健全性及び効率性を他都市と比較した指標を同レポートに掲載したほか、地下鉄及びバスの路線別収支状況等をホームページで公表するなど、積極的な経営情報の公開に取り組んでいる。

第２節　　サービス推進運動

１　東京都交通局サービス推進本部

平成３年３月に策定した「東京都交通局長期経営方針」において、局は経営理念に「お客様本位のサービスの創造に挑戦する先導的企業を目指す」ことを掲げた。これに基づき同年12月に策定した「東京都交通局前期総合実施計画－都営交通プラン’91－」では、お客様本位のサービスの創造を目指して、局を挙げて具体的なサービス施策を検討の上その推進を図ることとし、平成４年２月に局長を本部長とする「東京都交通局サービス推進本部」を設置した。

その後、平成６年４月にはお客様の声により一層迅速・的確に対応するとともに、お客様の声を局事業に反映させるため、お客様サービス課を設置した。

また、平成25年４月に、これまで分散していたお客様窓口の一本化を目指し、「都営交通お客様センター」を開設した。

令和４年３月に策定した「東京都交通局経営計画2022」においては、「サービス品質の持続的向上」を打ち出し、お客様の視点に立ったサービスの提供及び公共交通機関を気持ち良く御利用いただくための取組を引き続き進めていくこととした。

サービス推進本部は、定例会として会議を年４回開催

し、メンバーは、令和６年４月１日現在、局長、次長、各部長、企画担当部長、研修所長、東京交通労働組合が推薦する者、（一財）東京都営交通協力会専務理事及び東京交通サービス㈱総務本部長で構成されている。

また、各職場実態に合わせたサービス推進運動を具体的に実践していくため、平成４年12月以降、各部にサービス推進部会を、各課・事業所にサービス推進チームを設置し、お客様に提供するサービスの改善に取り組んでいる。

２　サービス推進本部の活動状況

平成４年２月のサービス推進本部設置以来、本部員自らが駅や停留所などの施設を巡回するとともに、職員とのコミュニケーションを図りながら、都営交通のサービスの現状把握を行ってきた。

平成５年４月には第１回交通局サービス推進強化月間を設定し、お客様本位のサービスの創造を目指して、局を挙げてサービス推進運動を展開した。以降、令和６年４月までに44回のサービス推進強化月間を実施し、この期間中、本部長をはじめとする本部員は、主要駅、バスターミナル、乗務・保守職場などの第一線職場を巡回し、お客様への挨拶やＰＲを行うとともに、職員へのサービス推進の意義及び必要性の浸透を図ってきた。

実施に当たっては、お客様に強化月間の周知をするため、営業所や駅務区設置駅等に強化月間の「のぼり」を掲出するとともに、サービスの実践を一層進めるため、平成12年度からは胸リボン、平成14年度からはワッペンを全職員が着用している。

【サービス推進強化月間用ワッペン】

また、平成５年度からはサービス推進チーム員とサービス推進本部員との職場懇談会を実施している。このほか、職員の継続的な意識改革の啓発を目的として、ＣＳポスター及びＣＳネットワーク（局報に掲出）の作成及び配布も実施している。

平成６年度には、地下鉄及びバス、平成７年度には東京さくらトラム（都電荒川線）で、「お客様満足度調査」を実施し、平成10年度及び14年度には、「都営交通ご利用アンケート調査」を実施した。

平成13年度からは、「東京都交通局サービス推進運動表彰制度」を設け、サービス推進活動に積極的に取り組み、顕著な功績のあった事業所等に対して、表彰を行っている。

平成15年度には、サービス推進本部会議のメンバーが各現場を巡回する、サービス推進本部員巡回を開始した。

平成17年度には、職員の自立性を育み、職員自らがお客様サービスについて考え、サービス推進活動を積極的に進めていく「モデル職場づくり」に取り組み、平成18年度からは「モデル職場づくり」の手法を取り入れた「職場風土改善の取組」を展開している。

平成22年度からは、経営のトップから第一線の事業所職員までが一堂に会する「交通局サービス推進発表会(※)」を開催し、幅広くお客様サービスについて考えながら、組織横断的に課題解決に挑む風土づくりを行っている。

(※) 平成26年度から名称変更（変更前は「交通局サービスシンポジウム」）

３　令和６年度サービス推進活動方針

交通局を取り巻く事業環境の変化や多様なお客様ニーズに対応するとともに、将来にわたりお客様に信頼され、支持される都営交通を目指して、サステナブル（持続可能）な視点から広く社会や未来に貢献するサービスを、局一丸となり展開する。

①　お客様の求める質の高いサービスを提供するため、お客様の多様なニーズや頂いた評価を的確に把握し、

サービス改善に活かしていく。

② 全ての職員が自ら考え創意工夫を凝らすとともに、活発な議論やチームワークを活かしていけるような風土づくりを更に進める。

③ サービス推進活動にサステナブル（持続可能）な視点を取り入れ、社会や未来に貢献する意識をもって、日常業務を改善していく。

（1） 主な取組

ア 「お客様の声」等を活用した事業改善

（ア）駅や営業所、お客様センター等に寄せられるお客様からの御意見やＳＮＳ等の情報を局内で共有し、各部門において迅速かつ丁寧に対応することにより、具体的なサービスの改善及び向上に反映する。

（イ）都営交通モニター調査により地域特性やお客様の多様なニーズを的確に把握し、実効性のある対応策の検討や事業改善をより一層進めていく。

（ウ）サービス推進発表会での発表内容や他社の取組など、局内外の優れた事例を水平展開し、各事業のサービス向上に活かしていく。

イ お客様の立場で自ら考える風土づくり

（ア）ダイバーシティ（多様性）の考え方に基づき、全ての職員がその能力を十分に発揮し、様々な立場のお客様に寄り添い、それぞれの業務や地域特性に応じたきめ細かいサービスを、自ら気づき、考え、実践する。

（イ）全ての部・事業所で、第一線で働く職員の柔軟な発想を活用するなど、活発な議論とチームワークを活かして、課題解決に取り組む。

（ウ）職員一人ひとりがデジタルツールを活用するなど、スキルアップに励むとともに、チーム全体のサービスレベルの向上を図る。

ウ サービス推進活動を通じて社会や未来に貢献

（ア）一人ひとりの職員が、社会や未来の課題を自分事として考える気運を醸成する。

（イ）全ての部・事業所でサステナブル（持続可能）な考え方を取り入れて、日常業務やサービスの改善を行う。

（ウ）ホームページ、局報等広報媒体を活用して、取り組んだ活動内容を魅力的に発信、共有し、サービス推進活動をより一層活性化する。

（2） ＣＳスローガン

『Ｔ大切な　Ｏお客様に

Ｅ笑顔と工夫で　Ｉ一番のサービスを』

4 お客様の声

お客様サービス課では、お客様の意見などにより一層迅速、的確に対応するとともに、お客様の声を局事業に反映させるため、平成６年７月に「お客様の声カード」の様式を定め、「お客様の声」を集約・検討し、その内容や措置状況を、サービス推進本部を通じ局全体に周知している。

令和５年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で減少した都営交通の乗車人数が前年度に引き続き回復傾向にあったこともあり、お寄せいただいた声の総件数は前年度より約９％増の22,845件（うちホームページ及びメールによる受付は12,166件（53%））となった。

事業別の割合はバス59%、地下鉄26%、東京さくらトラム（都電荒川線）２%、日暮里・舎人ライナー２%、その他11%である。

令和５年度の受付状況

苦　情	155件	（前年度比15.8%減）
意　見	21,449件	（前年度比9.6増）
感　謝	1,241件	（前年度比0.3%増）
総件数	22,845件	（前年度比8.8%増）

5 都営交通モニター制度

お客様の視点に立った、便利で快適なサービスの展

開を目指して、平成18年度から都営交通モニター制度を導入している。これは、日頃都営交通を利用される約450名のモニターの方々に、職員のお客様対応、駅、車両及びバス停の状況等について、満足度を４段階で評価していただくとともに、サービスニーズについてＷＥＢアンケート等を実施するものである。

こうして得られた評価や意見及び提案は、局事業に反映させ、より一層のお客様サービスの向上に努めていく。

（１）　概要

ア　人数　450名程度

地下鉄モニター	200名
バスモニター	150名
軌道モニター	50名
新交通モニター	50名

イ　任期　１年

ウ　選任　アンケートの回答内容及び年齢、性別、エリア等のバランスを考慮し、選任している。

（２）　主な活動

ア　サービスレベル調査（満足度調査）

日頃の都営交通の御利用を基に、満足度を４段階で評価していただく。

イ　スポット調査

都営交通をより快適に御利用いただくため、各サービスの認知度やニーズ、改善策などの意見を聞く。

ウ　グループインタビュー

特定のテーマを設定し、モニター（グループ）同士で対話する中から、意見や感想を聞き取る。

６　外国人モニター調査

外国人利用者の実態やニーズを把握するため、平成27年度から外国人モニター調査を実施している。

モニターの方々からいただいた意見や課題を各部に提供することで、今後の取組に反映させる。

（令和２年度から令和５年度まで中止）

第３節　　お客様センターの運営

１　これまでのお客様対応窓口

平成24年度まで、お客様対応窓口としては、遺失物を取り扱う「交通局お忘れものセンター」と、お問合せに対応する「都営交通インフォメーションセンター」を設置していた。

このほかに意見・要望は本局各課及び各事業所で受け付けており、お客様にとっては窓口が分散して分かりにくい状況になっていた。

交通局にとってもお客様から頂いた意見の集約が困難で、その活用も限定的であった。

一方、多くの大手鉄道事業者などは、コールセンターを設置して窓口を集約していた。

２　都営交通お客様センターの開設

これらの経緯を踏まえ、平成21年度に「お客様センター（仮称）設置検討委員会」を設置し、お客様からの問合せ、意見、要望等の総合窓口の設置検討を開始した。

その後、センターのシステム、ネットワーク構築等の検討を重ね、平成25年４月に都営交通お客様センターを開設、これに合わせて「お客様の声システム」を導入した。

都営交通お客様センターは、お忘れものセンターと、お客様からの問合せ・意見等に対応するコールセンターからなっており、それぞれ委託により運営している。

平成31年４月には、訪日外国人への情報提供を充実させるため、外国語専用電話番号を新設するとともに、三者通話による通訳を新たに委託し、英語、中国語、韓国語、スペイン語及びポルトガル語による案内業務を開始した。令和５年度の実績は、英語477件、中国語331件、韓国語164件など、計988件で、このうち遺失物の問合せが約８割を占めている。

令和４年１月には、お客様サービスの更なる向上を図るため、交通局ホームページ及び都営交通アプリ上での

チャットボットサービスを開始した。

令和５年度の電話やホームページ等による問合せ及び意見等の件数は、242,803件で、内訳はお忘れ物の問合せが158,562件、運賃や路線に関する問合せ等が61,396件、意見等が22,845件となっている。

また、令和５年度の遺失物取扱件数は166,423件で、主な遺失物は、傘、帽子・手袋などの衣類、定期入れや財布などの入れ物類となっている。

３　お客様の声システムの運用

平成25年４月の都営交通お客様センターの開設と同時に「お客様の声システム」を導入したことにより、バス及び東京さくらトラム（都電荒川線）の遺失物検索の迅速化が図られた。

また、従来、お客様の声を受け付けた後に紙媒体で処理していた文書を電子化したことにより、事務処理及びお客様への回答の迅速化並びに事案の検索及び集計の効率化が図られた。

第４節　　その他

１　制服

交通局の制服は、「お客様に信頼感、安心感を持っていただけるもの」、「爽やかさと規律正しさをアピールするもの」、「シンプルで機能的かつ経済的なもの」をコンセプトに製作しており、接客服、作業服ともに落ち着いた色調を採用している。

また、コストの縮減を図るため、①生地の変更やデザインの簡素化、②縫製の簡略化、③接客帽子及びネクタイの夏冬兼用化、④貸与数や貸与職場等の見直し、⑤サイズ設定の簡略化による在庫数の削減などの工夫を行ってきた。

平成26年６月には、クールビズの浸透に伴い、ノーネクタイのスタイルが定着してきたため、接客服の半袖シャツにボタンダウンのデザインを導入した。

さらに、令和４年５月には女性用夏接客服ベストを、令和５年３月には妊婦用作業服を導入している。

【合接客服】

【夏接客服】

【作業服】