

都営交通の経営に関する有識者会議 (第3回)



令和5年5月23日
東京都交通局

本日は、まずは第2回会議における主なご意見について事務局からご説明する。

次に、都営交通の需要創出や関連事業に関する今後の方向性について、事務局からご説明した後、ご議論及びご意見をいただきたい。

第1章

第2回会議でのご意見

<経営>

- 利用者が安心して公共交通機関を利用するための設備投資は今後も継続すべきであり、そのための必要な資金の手当として収益改善が必要。
- 経営計画において、モニタリングのためのKPIを設定することで、分かりやすくクリアな経営になる。
- 公営企業として、行動変容を踏まえた需要の創出と、誰もが利用しやすい公共交通機関を目指した取組の2つを総括したKPIが重要。

<バリアフリー>

- バリアフリーに関して、大きな駅ではエレベーターの大きさやトイレの機能分散について考えていただきたい。また、人的支援について、研修等において、当事者の方の意見も入れる観点から障害当事者の方と関わるようなことをしていただきたい。

<カーボンニュートラル>

- カーボンニュートラルの取組は、世界的に見た時にはまだまだであり、もっと前面に打ち出して、交通事業者の中でリーダーシップを発揮するとよい。
- カーボンニュートラルについて、運輸部門は人とモノが動くものであり、それに付随してCO₂は出るため、他の産業で減らす等のスキームを考えないといけない。効率化を頑張ってもエネルギーとして使っている燃料自体で決まってしまう。
- 公共交通は乗用車よりもカーボンニュートラルに寄与できる交通手段であり、交通局はできることをやりながら、東京都全体の方針、戦略の中で、公共交通を全体の戦略の中でどう位置付けるか、大局的に議論されることが必要。

<需要創出・魅力向上>

- デジタル技術活用の観点として、選択肢を分かりやすく情報提供するなど、モード間の乗り継ぎ、特にバスとの連携がポイント。その他、障害のある方等それぞれの状況に合わせたきめ細かな情報提供や、チケットングやポイント付与への活用など、他都市や海外の事例がある。
- 定期利用の減少を踏まえネットを通じて事業者に一日乗車券を宅配するなど、コロナ禍による行動変容をとらえたサービスの設計等も考えられる。
- 需要の創出には、外出頻度の回復、目的地の都心への回帰、自動車から鉄道への交通手段の転換が必要。
- 東京全体の魅力向上には、機能の向上に加え、駅や車両等のデザインや、地域やファンとのコミュニケーションが大切。
- 他の事業者と連携し、顧客にとってメリットがあるサービスをつくること、技術面でもパートナー企業を巻き込むことが必要。アクセラレーションプログラムのような、オープンイノベーションを推進する取組みを進めていくといいのではないかな。
- 地域住民の災害時の避難先として、地下鉄の駅構内を有効活用してはどうか。「都民の地下鉄」といった意識も醸成されるのでは。

<第2回会議のまとめ>

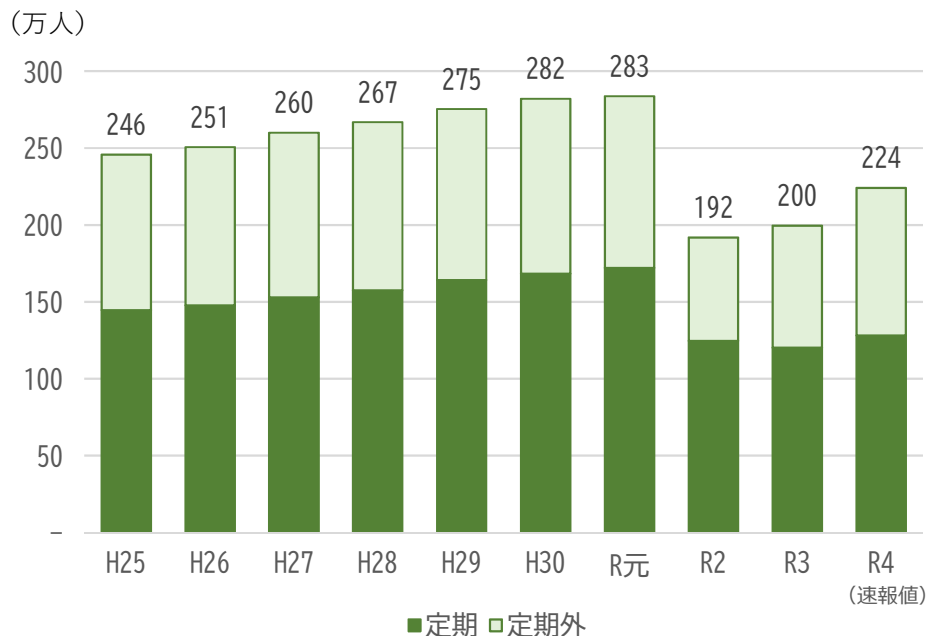
- 通勤定期の利用者数は元には戻らない。企業が負担する定期券利用から、消費者が負担する定期外利用を増やすため、より一層質の高いサービスが求められる。駅や車両など交通機関そのものの魅力、交通結節点とその周りの空間の魅力、交通機関が展開する活動の魅力を向上していくことが、需要喚起に重要。
- バリアフリーや外国人対応など、儲けだけでは済まない、誰も取りこぼさないということは、公営企業として考えなければならない。そのための費用をどう調達するか、企業努力が必要だが、それだけでは対応できないところを公的資金で何とかしなければならないということをロジカルにできるかが重要。

第2章

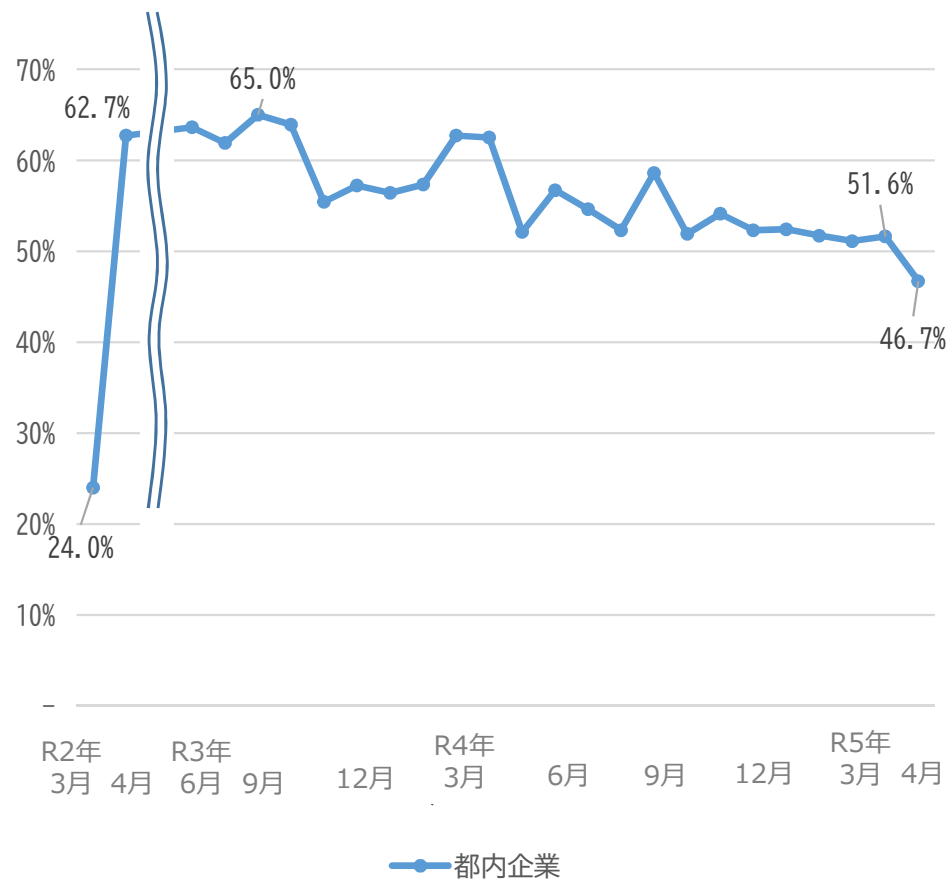
需要創出について

- ✓ コロナ禍以降、都営地下鉄の乗客数は大幅に減少し、それに伴い令和2年度以降は赤字に転落した。
- ✓ テレワークの進展等もあり、定期利用による乗客数は、コロナ禍前ほどに戻らないことが見込まれる。
- ✓ 収益性を高めるには、とりわけ定期外の利用促進が重要となる。

■ 都営地下鉄の一日当たり乗客数の推移



■ 都内企業のテレワーク実施率 (従業員30人以上)



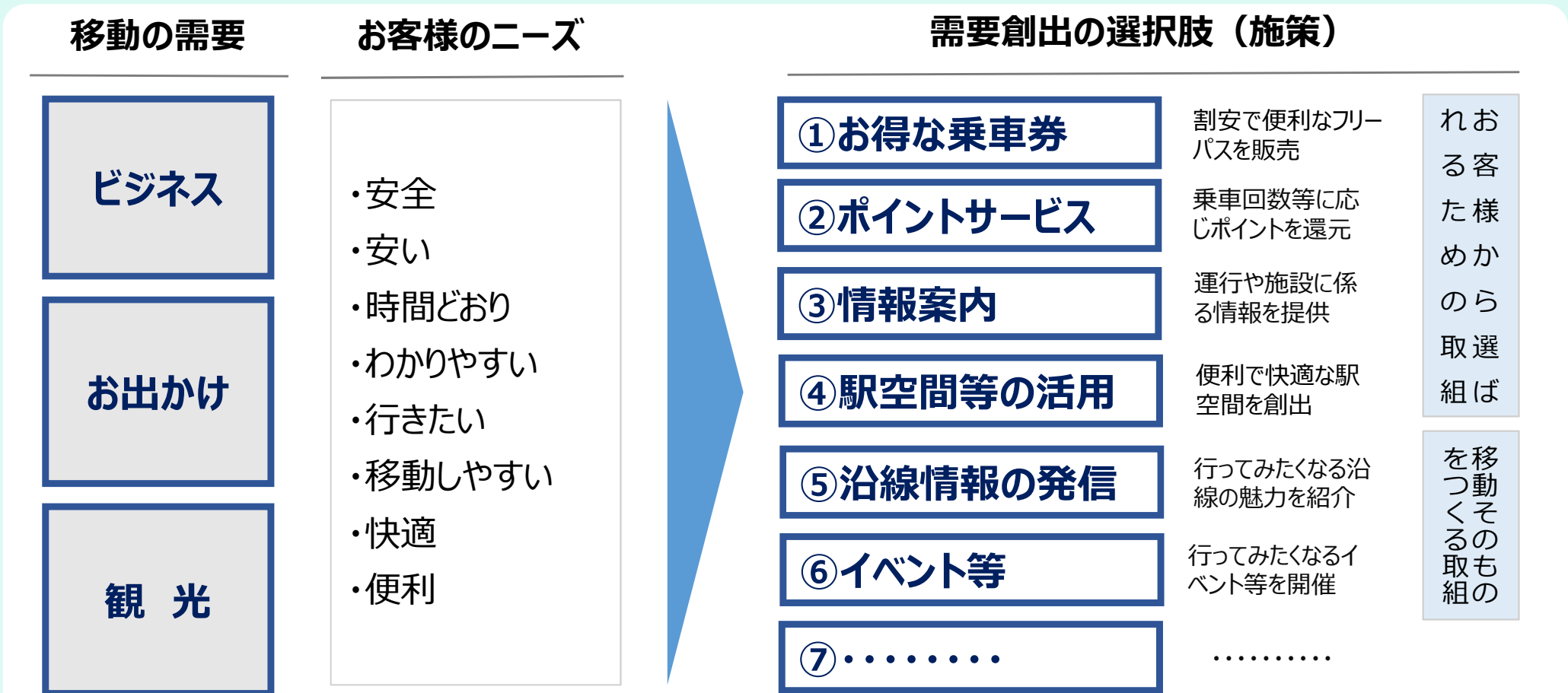
<令和5年4月 路線別利用状況 (対平成31年同月比) >

| | 定期 | 定期外 | 合計 |
|------|--------|--------|--------|
| 浅草線 | △29.3% | △6.0% | △16.4% |
| 三田線 | △23.2% | △4.2% | △14.0% |
| 新宿線 | △24.9% | △11.2% | △17.8% |
| 大江戸線 | △27.0% | △14.9% | △19.8% |
| 全線 | △26.1% | △10.2% | △17.4% |

* 1日あたり平均 (平土休) 改札通過人員、シルバーパス等を除く

(出典) 東京都産業労働局「テレワーク実施率調査」(令和5年4月13日)を基に東京都交通局作成

- ✓ 都営交通の利用増に向けて、ユーザーの利便性を考慮しながら、有効な選択肢を検討していく。
- ✓ 企画乗車券やポイントサービスなど、様々な形で移動のインセンティブを生み出し、需要を創出していくことが必要である。



| | | | |
|-------|------------------|------------|---------------|
| キーワード | 移動を軸に多彩な価値を提供 | 都営交通ネットワーク | 東京の魅力を共創 |
| | 一人ひとりの多様なニーズに応える | 東京都の施策との連携 | 彩り豊かな生活の実現を支援 |
| | 公営企業ならではの施策展開 | 多様な連携のHUB | 移動のパートナー |

- ✓ 多様な主体との連携やデジタル技術の活用等を通じて、需要創出を図っていく。
- ✓ 都営交通の強みを活かし、特に、都庁各局や沿線自治体等との連携を強化していく。

■ 施策の方向性と取組のイメージ (施策の方向性)

| ① お得な乗車券 | <ul style="list-style-type: none"> 企画乗車券の付加価値を高め、都営交通の利用促進を図る |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ② ポイントサービス | <ul style="list-style-type: none"> ポイントサービスの利便性を高め、会員数の拡大と都営交通の利用促進を図る |
| ③ 情報案内 | <ul style="list-style-type: none"> デジタル技術等を活用し、都営交通の利用に資する案内の充実を図る |
| ④ 駅空間等の活用 | <ul style="list-style-type: none"> 駅の拠点機能に着目した多様な空間活用を通じ、都営交通の利用促進を図る |
| ⑤ 沿線情報の発信 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な手段を用いて、沿線の魅力を発信し、都営交通の利用促進を図る |
| ⑥ イベント等 | <ul style="list-style-type: none"> 様々なイベント等の開催・関与を通じて、都営交通の利用促進を図る |

(取組のイメージ)

| 都庁各局 | 自治体・住民等 | 沿線施設 | 民間企業等 |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 企画乗車券の券面を活用した施策PR | <ul style="list-style-type: none"> マイナンバーと連携した住民割引 | <ul style="list-style-type: none"> 沿線施設のチケットとのセット販売 | <ul style="list-style-type: none"> 法人に対する乗車券のネット販売 |
| <ul style="list-style-type: none"> 都立病院や都立公園と連携したポイント付与サービス | <ul style="list-style-type: none"> 地域のお祭り来場者へのポイント付与 | <ul style="list-style-type: none"> 美術館や動物園のチケットとのポイント交換 | <ul style="list-style-type: none"> 駅構内利用でのポイント付与 |
| <ul style="list-style-type: none"> 安全でシームレスな公衆無線LAN | <p>—</p> | <ul style="list-style-type: none"> 沿線施設でのバス運行情報案内 | <ul style="list-style-type: none"> デジタル技術を活用した駅構内ナビ |
| <ul style="list-style-type: none"> 各局施策PRブースの設置 | <ul style="list-style-type: none"> 地域団体へのイベントスペースの貸し出し | <ul style="list-style-type: none"> 周辺開発にあわせたバリアフリールートの整備 | <ul style="list-style-type: none"> お子様連れの外出を支援するサービス |
| <ul style="list-style-type: none"> SNSによる各局イベントの情報発信 | <ul style="list-style-type: none"> 沿線自治体や地域団体と連携したSNSでの魅力発信 | <ul style="list-style-type: none"> 親子で楽しめる施設の紹介 | <ul style="list-style-type: none"> インフルエンサーによる沿線紹介 |
| <ul style="list-style-type: none"> 高齢者等の健康増進に資するイベントへの協力 | <ul style="list-style-type: none"> 地域主催活動への協力 | <ul style="list-style-type: none"> 沿線への集客施設誘致への協力 | <ul style="list-style-type: none"> 車両基地におけるVR技術を活用したフェス |

■ 事例① マイナンバーと連携した住民割引

○ 「GunMaaS」 群馬県前橋市

- ・ マイナンバーカードと交通系ICカードを連携することで、交通系ICカード一枚で、各種割引サービスを適用可能に
- ・ 市内のバスや上毛電気鉄道のデジタルフリーパスを割引で購入可能（例：中心市街地のバス乗り放題 大人400→200円）

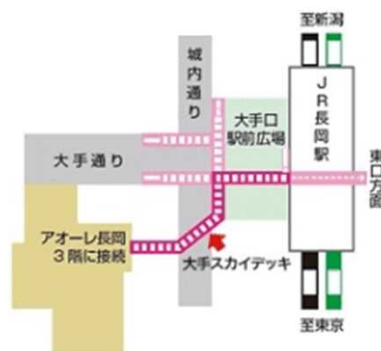


(出典) 群馬県HP

■ 事例② 沿線への集客施設誘致への協力

○ 「アオーレ長岡」 新潟県長岡市

- ・ 平成24年に竣工した、市役所機能の中心市街地集約化と文教施設の整備を併せた複合施設。長岡駅から徒歩3分
- ・ アリーナは、各種屋内スポーツや講演会・展示会・コンサート等多目的利用が可能。BリーグのアルビレックスBBのホームアリーナ



(出典) アオーレ長岡HP

■ 事例③ 地域主催活動への協力

○ 環境活動・地域貢献活動プロジェクト 西武鉄道

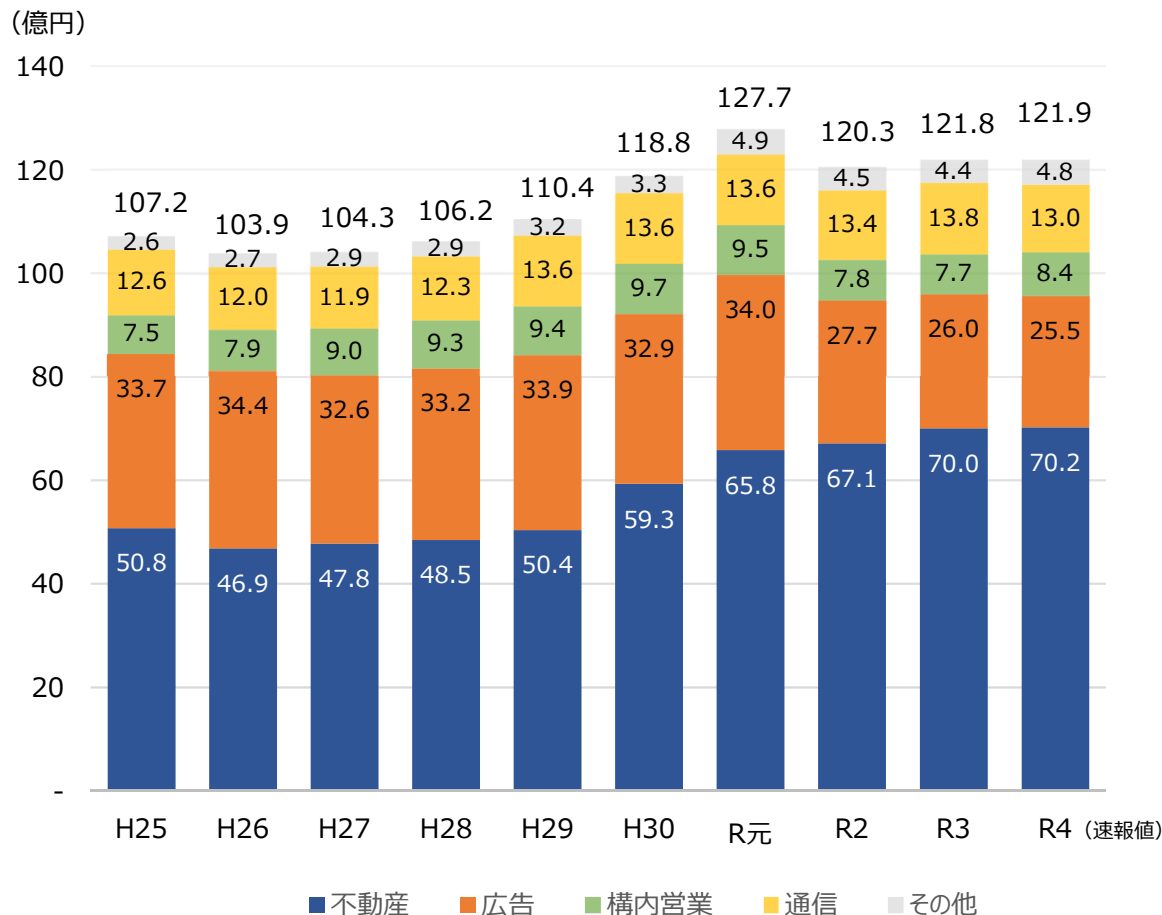
- ・ 平成28年に開始したプロジェクト
- ・ 秩父エリアを中心とした地元自治体が進める地域環境活動に対して、会社が地域外から参加者を募集
- ・ あわせて、本取組を応援する企業も募集

第3章

関連事業について

- ✓ 関連事業収入は、令和元年度には約128億円まで増加。不動産事業は堅調に増加しているものの、コロナ禍の影響に伴い、広告事業や構内営業の収入が減少している。
- ✓ 乗車料収入がコロナ禍前には戻らない見通しの中、関連事業の重要性は高まっており、既存資産の更なる有効活用はもとより、人々の行動変容など、ニーズの変化を的確に捉え、関連事業収入の増加を図っていく必要がある。

■ 関連事業収入の推移 (税抜)



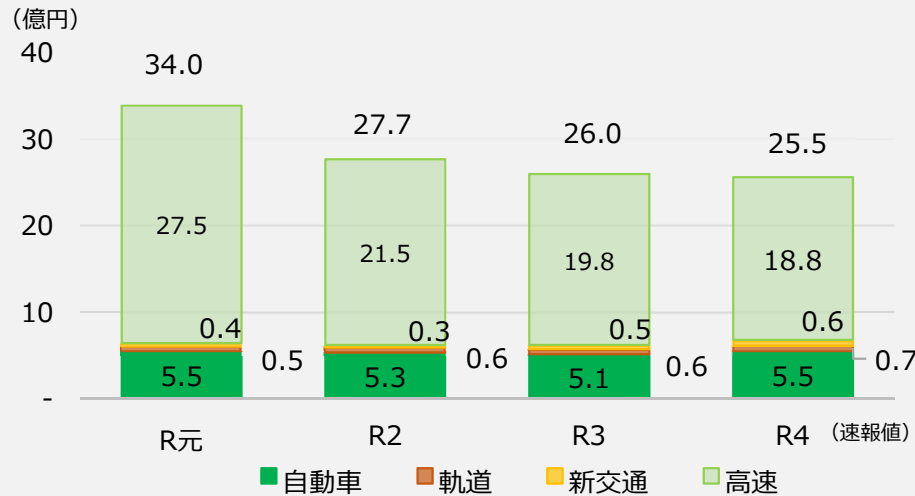
■ 乗車料収入に対する関連事業収入の比率 (税抜)

(億円)

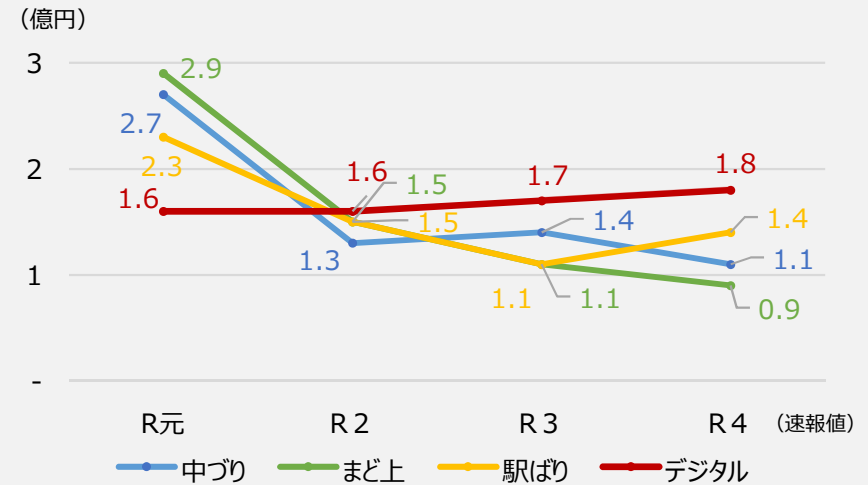
| | R元 | R2 | R3 | R4 (速報値) |
|----------------------|-------------------|--------------------|------------------|-------------------|
| 不動産 | 65.8 | 67.1 | 70.0 | 70.2 |
| 土地 | 25.6 | 27.0 | 28.3 | 29.9 |
| 建物 | 40.1 | 40.0 | 41.7 | 40.3 |
| 広告 | 34.0 | 27.7 | 26.0 | 25.5 |
| 構内営業 | 9.5 | 7.8 | 7.7 | 8.4 |
| 通信 | 13.6 | 13.4 | 13.8 | 13.0 |
| その他 | 4.9 | 4.5 | 4.4 | 4.8 |
| 関連事業合計[A] (対前年度比) | 127.7 (7.5%) | 120.3 (▲5.8%) | 121.8 (1.2%) | 121.9 (0.1%) |
| 乗車料収入[B] (対前年度比) | 1876.6 (▲0.3%) | 1301.2 (▲30.7%) | 1404.8 (8.0%) | 1576.5 (12.2%) |
| 関連事業比率 [A/B] | 6.8% | 9.2% | 8.7% | 7.7% |

- ✓ 広告料収入は、ネット広告の普及等により減少している中、デジタル広告は比較的堅調となっている。
- ✓ 構内営業収入は、コロナ禍の影響により減少したものの、撤退店舗跡地の再活用等により、増加に転じる見通しである。
- ✓ 不動産賃貸料収入は、廃止した営業所跡地の市街地再開発事業への活用など、保有資産を最大限有効に活用し、安定した収入を確保している。

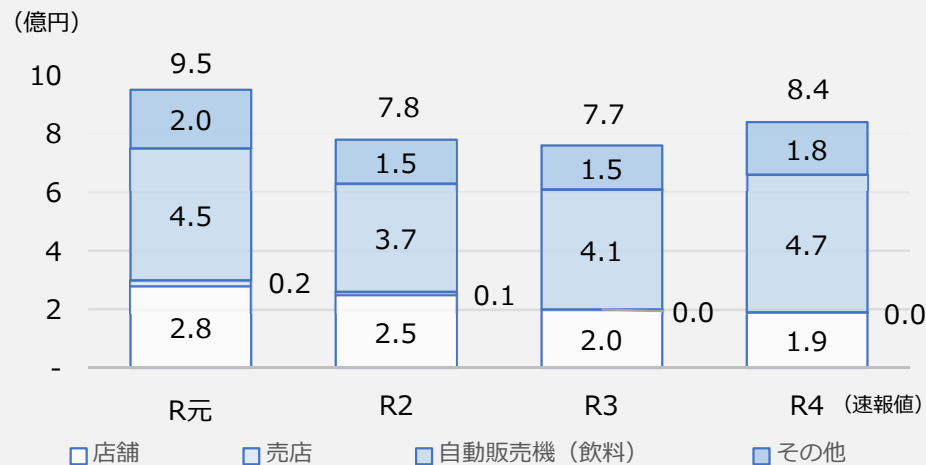
■ 広告料収入の推移 (税抜)



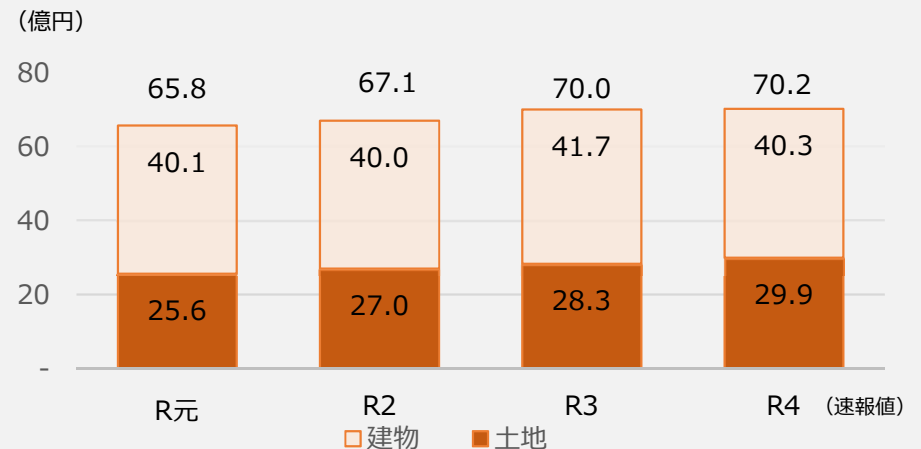
■ 媒体別広告料収入の推移 (地下鉄) (税抜)



■ 構内営業収入の推移 (税抜)

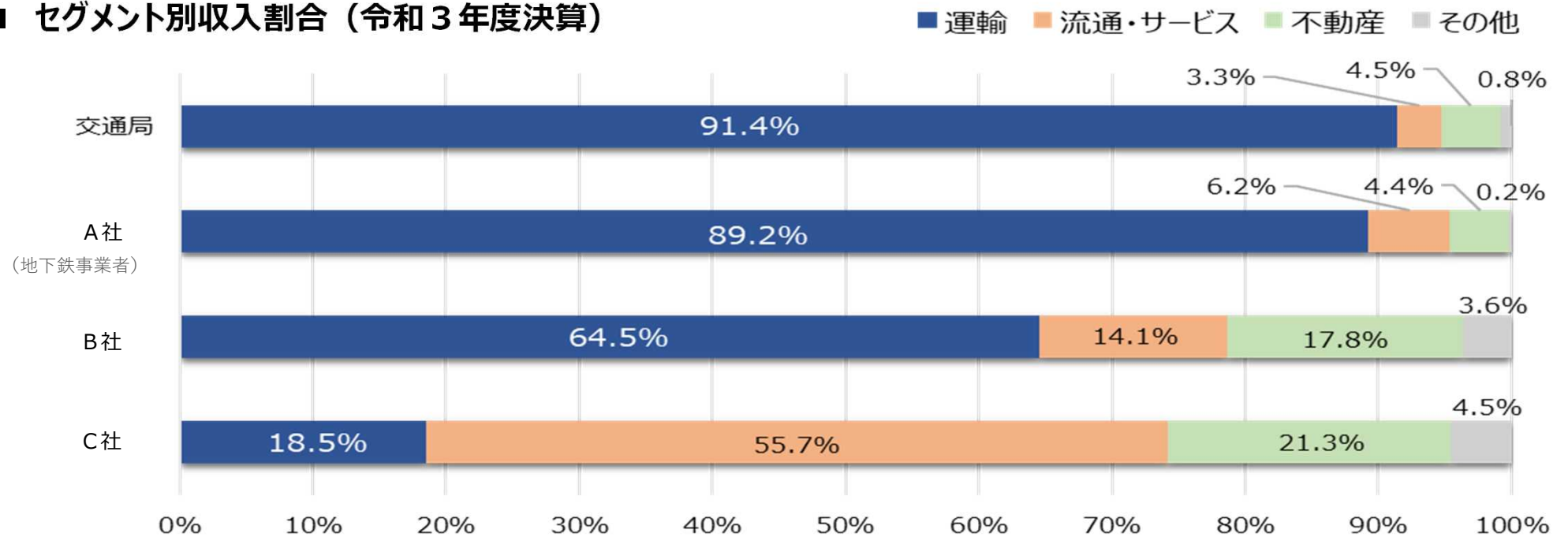


■ 不動産賃貸料収入の推移 (税抜)



- ✓ 交通局など地下鉄事業者においては、流通・サービスや不動産等の関連事業の割合が比較的小さい。
- ✓ その背景には、地下鉄駅は主に道路下を占用して施設を構築していることや、運輸業と関係する範囲内で資産を取得しており、利活用可能な余剰部分が少ないこと等が挙げられる。

■ セグメント別収入割合（令和3年度決算）



* 各社の有価証券報告書（自：R3年4月1日 至R4年3月31日）をもとに、交通局で作成

<セグメントの主な業務内容>

| | 運輸業 | 流通・サービス業 | 不動産業 | その他 |
|-----|------------------------|----------------------------|---------|-------------|
| 交通局 | 鉄道、バス | 広告、構内営業、通信等 | 不動産 | 発電 |
| A社 | 鉄道、鉄道管理、車両、電気設備等 | 駅構内店舗、商業施設、広告代理 | 不動産 | 福利厚生施設等 |
| B社 | 鉄道、モノレール、バス、旅行、鉄道車両製造等 | 飲食、卸売、広告代理、貨物輸送 | 不動産、ホテル | カード、情報処理、警備 |
| C社 | 鉄軌道、バス、空港運営、鉄道車両関係 | 百貨店、ストア、ショッピングセンター、広告、カード等 | 不動産、建設 | ホテル、ゴルフ |

- ✓ 構内営業や広告については、社会環境の変化に柔軟に対応した新たな視点を取り入れていく。
- ✓ 不動産については、運輸業と関連する範囲内での不動産の新規取得、利活用を目指していく。

■ 施策の方向性と取組の例

| | 施策の方向性 | 取組の例 |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 広告 | <ul style="list-style-type: none"> ・ チカッ都ビジョン等の広告媒体のデジタル化を着実に進めるとともに、都施策と連動するなど、企業のブランディングに資する広告媒体を開発・充実させ、戦略的な販売方法の検討により広告媒体の販売促進を図る | <ul style="list-style-type: none"> ・ 車両更新に合わせた車内デジタル広告の拡大と、お客様の行動変容に合わせた販売方法の充実 ・ 子育て応援など、都施策に資する販売促進キャンペーンの実施 |
| ② 構内営業 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の利便性の向上、駅空間の賑わいを創出する観点から、駅構内空間の活用を図る ・ お客様のライフスタイルの変化に即した新たな駅構内サービスの展開を図る | <ul style="list-style-type: none"> ・ 都営交通オリジナルショップによる沿線企業等とのコラボ商品の販売 ・ 子育てやテレワークを応援する駅サービスの整備 |
| ③ 不動産 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 既存不動産の更なる有効活用を図るとともに、運輸業と関係する範囲内での不動産の新規取得、利活用を目指す | <ul style="list-style-type: none"> ・ まちづくりに貢献可能な再開発への参画 ・ 本来事業で必要な用地取得の際の余剰部分の利活用 |

■ 事例① 駅空間の有効活用

○ 三田線日比谷駅改札内 休憩コーナー「THE BREAK」 当局

- ・ 待ち合わせや休憩などに利用可能なベンチや、軽食や飲料の自販機を設置
- ・ 日比谷の今昔を楽しめるよう写真を展示



▲休憩スペース



▲現在の日比谷の写真

■ 事例③ 新たな駅構内サービスの展開

○ JR八王子駅「BECK'S COFFEE SHOP」 JR東日本

- ・ 多様なビジネスシーンをサポートするため、テレワークゾーンを店内に設置
- ・ 新たな移動を創造するサービスとして、通勤定期券所有者向けに、月額制のコーヒーサブスクリプションサービスも実施



▲店内入口



▲テレワークゾーン

(出典) JR東日本HP

■ 事例② 新たな駅構内サービスの展開

○ 子育てサービスの充実 当局

- ・ 車両内の「子育て応援スペース」に続き、お子様連れのお客様にも安心して利用しやすい環境づくりを駅構内で推進
- ・ 大江戸線上野御徒町駅構内に、授乳室やベビーカーレンタルスタンドを展開



▲授乳室



▲ベビーカーレンタルサービス

コロナ禍を契機として価値観や働き方等のライフスタイルが多様化している中、公共交通機関へのニーズにも変化が生じてきている。このような変化を捉え、付加価値のあるサービスを提供し、移動の需要を創出する必要がある。

また、コロナ禍に伴い乗車人員が減少する中においても、関連事業収入は運輸事業と比べて安定的であり、今後関連事業を強化することで収益確保を図っていく必要がある。

このため、都営交通における需要創出や関連事業について、ご議論及びご意見をいただきたい。

参考資料①

需要創出の取組状況

(参考) 需要創出に係る取組の状況

- ✓ 利用できる交通機関に応じた各種の一日乗車券を発売するとともに、東京メトロと連携した企画乗車券を発売している。

① お得な乗車券（主なもの）

| | Tokyo Subway Ticket  | 都営地下鉄・東京メトロ共通一日乗車券  | 都営まるごときっぷ  | 都営バス一日乗車券  | 都電一日乗車券  |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 対象の交通機関 | 都営地下鉄・東京メトロ全線 (時間内フリー) 24h、48h、72h | 都営地下鉄・東京メトロ全線 (一日フリー) | 都営地下鉄/都営バス/都電/ライナー | 都営バス | 東京さくらトラム（都電荒川線） |
| 販売価格 | 24h 800円 48h 1,200円 72h 1,500円 | 大人 900円 小児 450円 | 大人 700円 小児 350円 | 大人 500円 小児 250円 | 大人 400円 小児 200円 |
| 販売実績 (令和3年度) | 約2万7千枚 | 約19万7千枚 | 約85万5千枚 | 約94万2千枚 | 約1万7千枚 |
| 販売方法 | <ul style="list-style-type: none"> 上野御徒町駅TIC又は三ノ輪橋おもいで館にて販売 旅行会社を通じての販売 (外国人旅行者のみ) 自動券売機での販売*1等 | <ul style="list-style-type: none"> 都営地下鉄各駅の券売機及び東京メトロ各駅の券売機での販売 | <ul style="list-style-type: none"> 都営地下鉄、日暮里・舎人ライナー各駅の自動券売機、都営バス、都電の車内及び定期券発売所、バス営業所での販売 | <ul style="list-style-type: none"> 23区内の都営バス車内、都営バス営業所・支所、東陽操車所及び都営バス定期券発売所にて販売 | <ul style="list-style-type: none"> 都電車内、荒川電車営業所、都電定期券発売所及び三ノ輪橋おもいで館にて販売 |
| 備考 | ・小児は大人の半額 | | | | |

*1 訪日外国人専用のPASMO PASSPORTへの発売

- ✓ 利用者の拡大を図るとともに、様々な利用機会を創出するため、ToKoPoを活用したサービスを提供している。

② ポイントサービス

■ 概要

- 都営交通に乗車するたびに、運賃等に使用できるポイントを付与（1ポイント=1円相当に交換可能（PASMOにチャージ））
- 令和12年度までに会員数20万人を目標
- 時差Bizキャンペーン等にも活用



■ コロナ禍後の利用促進策

- リピート利用の促進に向け、ポイント付与率を見直し

○乗車ポイント（令和3年10月改定）

- バスのみの乗車にもポイントを付与するとともに、東京さくらトラムや地下鉄からバスの乗継ボーナスポイントを大幅に増加

| ポイント種別* | 都営地下鉄 | 日暮里・舎人ライナー | 東京さくらトラム | 都営バス |
|----------|-------|------------|----------|------|
| 基本ポイント | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 土休日ボーナス | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 乗り継ぎボーナス | 10 | | | |

* 基本ポイントは1乗車ごと、ボーナスポイントは1日につき1回に付与

○ステップアップボーナス（令和5年4月～）

- 都営交通の利用者の拡大を図るとともに、様々な利用機会の創出のため、同一運賃区間における、同一月内の乗車回数に比例してポイントを付与（地下鉄、日暮里・舎人ライナーが対象）



✓ ホームページを通じて運行情報や時刻表等を提供するとともに、アプリ等でリアルタイム走行位置等の情報を発信している。

③ 情報案内

■ 交通局ホームページ

- 都営交通の運行情報や時刻表、トピックス、ニュースリリース、イベント情報等の最新情報を提供
- 8言語（日・英・中（簡・繁）・韓・タイ・仏・西）で展開
- 令和4年1月からチャットボットサービスの提供を開始



▲HPトップ画面



▲SPトップ画面



▲チャットボット画面（SP版）

■ 都営交通アプリ

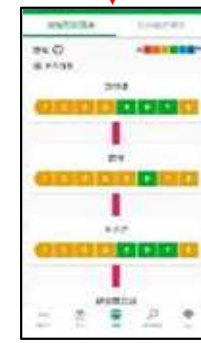
- 駅構内の情報や、都営地下鉄各列車のリアルタイム走行位置及び号車ごとの混雑予測情報など、利用する際に便利な情報を発信しているほか、東京さくらトラムや日暮里・舎人ライナー、都営バスの情報も案内
- 令和5年2月28日から「子育て応援スペース」の列車走行位置を表示する機能を導入
- 令和2年3月配信開始以来、累計約10万ダウンロード



▲アプリTOP画面



▲列車走行位置画面



▲車両別混雑予測画面

③ 情報案内 (つづき)

■ tobus.jp

- 時刻表や停留所へのバス接近情報等を、スマートフォンやパソコンからリアルタイムで確認できるサービスを提供



▲HPトップ画面



▲SPトップ画面



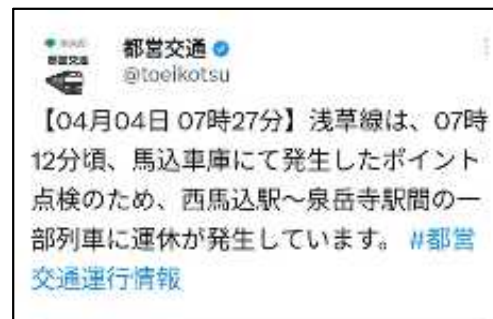
▲SP運行状況画面

■ Twitterによる情報提供

- 都営交通の運行情報、イベント情報等発信
- 平成23年1月から配信開始 (フォロワー数: 約157万)



▲アカウントTOP画面



▲投稿画面

■ GTFS*¹による情報提供

- 都営バスでは、令和2年8月から、バスロケーション (現在地) データについて、GTFSリアルタイム形式のデータをオープンデータとして提供
- 多くのアプリ等開発者が様々なアプリケーションやサービスを提供することが可能となり、利用者の利便性向上が期待



▲都営バスのリアルタイム位置情報等 (出典: Googleマップ)



▲オープンデータの提供・活用イメージ

*1 国際的に広く利用されている公共交通のリアルタイム情報を格納するためのデータフォーマット

✓ バリアフリー化の推進や快適性の向上、案内等の充実により、誰もが円滑で快適に移動できる空間を創出している。

④ 駅空間等の魅力向上

■ バリアフリー

○エレベーター

- 乗換駅等でのエレベーター整備による乗換経路のバリアフリー化の推進
- 駅の構造や周辺状況等を踏まえたバリアフリールートの複数化の推進



▲小川町駅エレベーター(乗換経路)



▲森下駅エレベーター(複数化)

○ホームドア

- ホーム上の安全対策を強化するため、転落防止に有効なホームドアの整備を推進
(三田線、新宿線、大江戸線への整備完了。日暮里・舎人ライナーは開業時から全駅に設置)
- 令和5年度までに全駅整備完了予定



▲三田線ホームドア

■ トイレ

- バリアフリートイレ(車椅子利用者対応トイレ)を全駅に1か所以上設置済
- 機能性と清潔感を備えたトイレにグレードアップを進めるとともに、一般トイレについても、スペースを勘案し、バリアフリーに配慮したトイレに順次改修
- 外国人、高齢者にも使いやすい洋式化を進めるとともに、温水洗浄便座を設置



▲三田駅トイレ

■ バス停留所上屋・ベンチ

- 待ち時間の負担感の軽減を図るため、上屋・ベンチの更新等を実施
- 新しいタイプの上屋は、景観に配慮したデザインで、雨風よけの強化ガラスを設置



▲バス停留所上屋

④ 駅空間等の魅力向上 (つづき)

■案内サイン・情報案内

○案内サイン

- 多言語表記やピクトグラムを活用等による、誰にでもわかりやすい案内サインを設置
- ホーム上の案内板のデザインを統一するなど、東京メトロと案内サインを共通化



▲ホーム案内板

○都営交通案内所

- 交通情報のほか、東京や近県の観光情報を提供
- 都庁前駅に設置
- 4月1日からOpenRoaming*¹に対応したフリーWi-Fiを提供



▲都営交通案内所

* 1 高い安全性とともに、一度の登録で世界中の対応スポットで自動的に接続できるWi-Fiサービス

○ ツーリストインフォメーションセンター (TIC)

- 英語・中国語が話せるスタッフが常駐し、駅周辺施設、地下鉄や他の交通機関の利用方法及び観光情報のご案内、各種案内冊子を配布
- 上野御徒町駅、新橋駅、新宿西口駅に設置



▲上野御徒町駅TIC



▲授乳室



▲ベビーカーレンタルサービス

- 上野御徒町駅に授乳室をはじめ、地下鉄駅構内で全国初となるベビーカーレンタルサービスを実施
- 小さなお子様連れのお客様が安心して都営地下鉄をご利用いただける環境づくりを推進

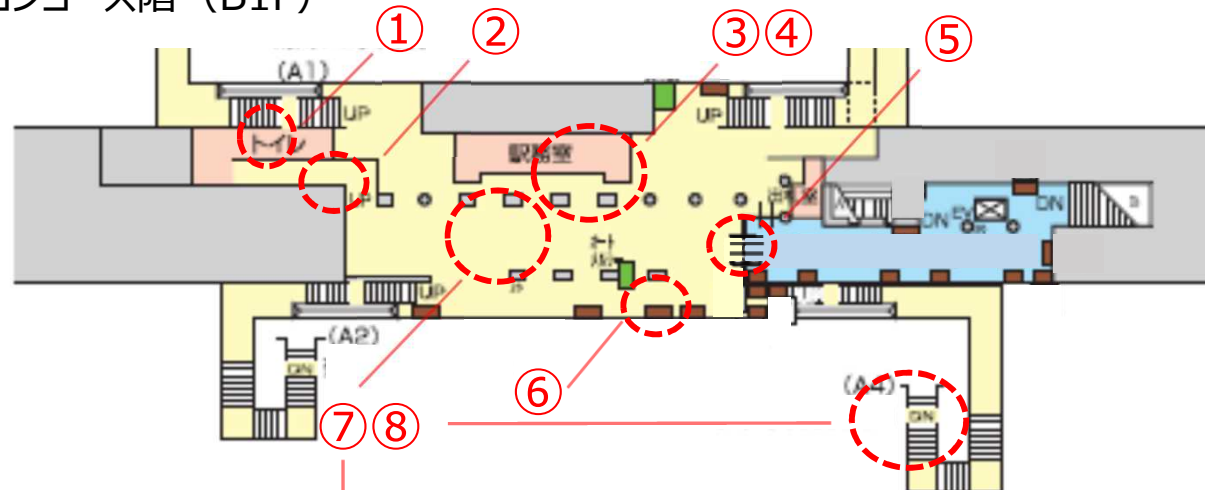
④ 駅空間等の魅力向上 (つづき)

■ 都営地下鉄における駅の標準的な設備

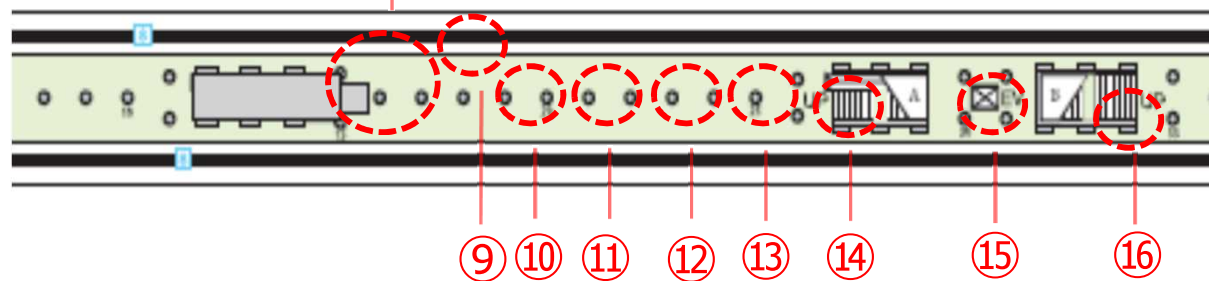
- ・ 駅空間における利便性、快適性、バリアフリー等を考慮して、様々な設備を設置

(標準的な設備の事例) *1

コンコース階 (B1F)



ホーム階 (B2F)



| No | 名称 |
|----|-------------|
| ① | バリアフリースイール |
| ② | スロープ |
| ③ | 点字運賃表 |
| ④ | 低位型自動券売機 |
| ⑤ | 通路幅の広い自動改札機 |
| ⑥ | 触知案内板 |
| ⑦ | 案内サイン |
| ⑧ | ナンバリング |
| ⑨ | ホームドア |
| ⑩ | ベンチ |
| ⑪ | 時計 |
| ⑫ | 水飲み場 |
| ⑬ | 行先案内表示器 |
| ⑭ | エスカレーター |
| ⑮ | エレベーター |
| ⑯ | 点字シール |

*1 標準的な事例であり、個々の駅ごとの状況を踏まえて整備

✓ 駅が地域の人々に親しまれ、利用者が潤いを感じられるよう、より快適な駅空間を創出している。

④ 駅空間等の魅力向上 (つづき)

■ 大江戸線駅デザイン

- 駅が地域の人々に親しまれ、利用者にとって快適で潤いのある空間となるため、駅の個性を特徴的に演出するパブリックアートを設け、「ゆとりの空間」を設置



▲新宿西口駅 (水と緑と太陽にふれよう)



▲築地市場駅 (江戸の浮世絵師たち~「面構」のうち「浮世絵師勝川春章」「国貞改め三代目豊国」~)

■ 大規模改修

- 日比谷駅、神保町駅等で大規模改良工事を実施し、より快適な駅空間を創出



▲日比谷駅 (モザイクタイルやガラスタイルを用いて伝統的優雅さを表現)



▲神保町駅 (たくさん本、書架を思い起こさせるホームとコンコースの空間構成をタイルで表現)

- ✓ 広報誌やSNS等を活用し、沿線の魅力を発信すること等により、都営交通の利用促進と沿線地域の活性化を図る。

⑤ 沿線情報の発信

■ 沿線情報誌 ※デジタルブックでも閲覧可能

○ ふれあいの窓 (都営交通PR情報誌)

- 都営交通への理解と利用促進を目的に、地下鉄やバス等の沿線案内や局事業等を紹介

[発行回数] 年6回
[発行部数] 6万部/回



○ 乗り隊歩き隊 (都バス沿線ガイドブック)

- 都バスで出かける東京お散歩スポットを紹介

[発行回数] 年4回
[発行部数] 7万部/回



○ さくらたび。(都電荒川線沿線マガジン)

- 沿線の魅力を「レトロ」な雰囲気の写真やデザインを通して紹介

[発行回数] 年4回
[発行部数] 3万3千部/回



■ 公式SNSによる情報発信

- 沿線の魅力や交通局の取組等を、多様な手段で情報発信



* フォロワー数等は5月1日時点

- ✓ 民間企業や沿線自治体など多様な相手方と連携したイベントや、都営交通の車両や施設等を活用したイベント等を開催することで、お客様により一層親しみを持っていただくとともに、沿線地域の活性化や都営交通の利用促進を図る。

⑥ イベント等（ファン感謝イベント）

■ 都営フェスタ（地下鉄）

- 例年12月に開催するファン向けイベントで、場内の見学ツアーや車両の撮影会等を実施
- 志村車両基地と馬込車両基地にて交互に開催



■ 路面電車の日・荒川線の日イベント（都電）

- 路面電車の日（6/10）、荒川線の日（10/1）を記念して、クイズ当選者を対象とした撮影会やオリジナルカレンダー作り等を実施



■ バスの日イベント（バス）

- バスの日（9/20）にちなんで「バスの日イベント」を実施
 - 例年協賛各社による展示・販売等を実施
- ※令和2年度以降中止



■ 都営交通111周年記念スタンプラリー

- 令和4年8月に開局111周年を迎えたことを記念し、交通局が経営する5つの事業にまたがるデジタルスタンプラリーを開催



⑥ イベント等（スタンプラリー・記念乗車券等）

■ 映画会社・出版社等とのタイアップ

- ・ 映画公開、DVD発売、企業の周年記念等にあわせ、スタンプラリーやクイズラリー等を実施
- ・ 有償広告や各事業の広告媒体を活用し、参加を促進



■ 企業とタイアップした記念乗車券

- ・ 民間企業との連携による沿線地域の活性化の取組として、令和3年11月、大江戸線初の民間企業とのコラボレーションによる記念乗車券を発売



⑥ イベント等（子ども目線に立った取組）

■ 夏休みわくわくキャンペーン

- ・ 地下鉄車庫等で、新聞記者とともに子どもたちが交通局職員に取材、壁新聞等を作成
- ・ メディアと協力し、子どもたちが安全やマナーに関するアナウンスを収録、地下鉄駅等で放送



■ 読み聞かせイベント

- ・ 地下鉄4路線で「子育て応援スペース」を導入した記念として、浅草線5500形の同スペースで絵本の読み聞かせイベントを実施



⑥ イベント等（地元区等との連携）

■ 沿線4区との連携（都電）

- 沿線4区と連携して季節にちなんだ装飾電車を運行



■ 沿線におけるバラの植栽（都電）

- 地元ボランティアや自治体の協力の下、植栽や剪定を実施



■ 舎人公園千本桜まつり（ライナー）

- 平成20年3月の日暮里・舎人ライナーの開通以来、毎年春に開催
※令和2年～令和4年は中止
- 足立区、足立区観光協会、建設局、公園協会とともに主催



⑥ イベント等（常設施設の運営）

■ 都電おもいで広場

- 荒川電車営業所内に、平成19年5月に開設
- かつて活躍した車両2両を展示し、近隣地域と連携したイベント等にも利用



■ 三ノ輪橋おもいで館

- 地域と連携し、沿線情報を発信する場として平成30年10月に三ノ輪橋停留場に開設
- 局作成のグッズの他、民間企業が作成した都電グッズも販売



参考資料②

関連事業の取組状況

✓ 都営交通各事業の車内や車体、駅構内等に掲出する広告媒体を販売し、収入を確保している。

① 広告

■ 地下鉄車内メディア

- 中づりポスター、窓上ポスター、ドアステッカーのほか、車内サインージ広告（チカッ都ビジョン）など



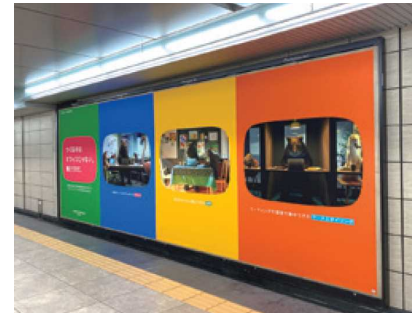
▲中づりポスター



▲車内サインージ（チカッ都ビジョン）

■ 地下鉄駅メディア

- 駅貼りポスター、電飾看板、自動改札機ステッカー、三田線及び大江戸線のホームドアステッカーなど
- 六本木・新橋・汐留・日比谷・新宿にサインージ広告を設置



▲駅貼りポスター



▲駅構内サインージ

■ バスメディア

- 車内窓上ポスター、ステッカーのほか、広告付バス停留所に設置した大型の広告、車体ラッピング広告など



▲ラッピングバス



▲広告付きバス停留所上屋

■ 都電、日暮里・舎人ライナーメディア

[都電] 車内広告、車体ラッピング広告、停留場等の看板など
[日暮里・舎人ライナー]

車内広告、大型サインボード、駅貼りポスターなど



▲ラッピング都電



▲大型サインボード

- ✓ 駅構内に、店舗、自動販売機、コインロッカー等を設置し、お客様の利便性向上を図るとともに、収入を確保している。

② 構内営業

■ 店舗の展開

- コンビニエンスストア、カフェ、スイーツなどを展開
(令和5年4月1日現在36店舗)



▲馬喰横山駅（カフェ）

- 駅の大規模改良工事に合わせて、駅諸室等の配置の見直しを行い、複数の店舗区画を新設



▲大規模改良工事で新設した神保町駅の店舗

■ サービス機器の展開

- コインロッカー（136台）、宅配受取ロッカー（20台）などを展開
(令和5年4月1日現在)



▲コインロッカー



▲宅配受取ロッカー

■ 店舗跡地の再活用、新たなサービス

- お客様の行動変容等によるニーズの変化を踏まえた新たな駅構内サービスの展開



▲期間限定ショップへの再活用



▲モバイルバッテリースタンド

- ✓ 地下鉄出入口の構築に伴い取得した用地や、廃止したバス営業所等の本来事業の用に供していない土地・建物を活用し、長期間に渡り安定した収入を確保している。

③ 不動産

■ 土地・建物の利活用

- 土地については、定期借地権等による貸付や地下鉄高架下スペースの貸付け等を実施
- 建物については、東京交通会館などの共同ビル等の貸付けのほか、目黒セントラルスクエアなど、本来事業の用に供する目的を終了した局有地を市街地再開発事業に活用



▲東雲地区業務用地



▲三田線西台駅付近高架下



▲東京交通会館



▲目黒セントラルスクエア



▲用賀職員寮跡地（福祉インフラ整備事業）

参考資料③

これまでの会議での
ご意見を踏まえた補足説明

- ✓ 都営交通では、輸送の安全に関する取組をまとめた「安全報告書」の配布や、ポスターや動画等による安全にご利用いただくためのご案内など、お客様に対して、様々な方法で事故や災害等の異常時に備えた情報提供を実施している。

■ 「安全報告書」

- 毎年、各事業の安全確保に関する取組、事故の発生状況、再発防止対策等をまとめ紹介
- 局HPで紹介するとともに、地下鉄各駅等でリーフレットを配布するなど、情報を公表



▲令和3年度リーフレット

■ 異常時に取るべき行動に関する告知

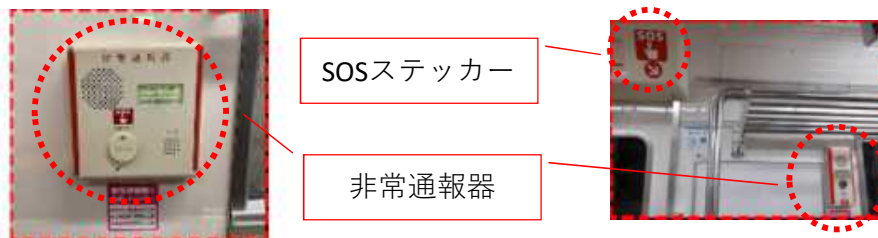
- 「こんな時どうする？」をキャッチフレーズに、お客様が具体的にどのような行動を取ればよいかを絵等を用いた内容で周知
- ポスターや動画など、多様な手段で情報発信



▲YouTube

■ 非常通報器の取扱に関する周知

- 令和3年に他社線において発生した鉄道車内の刺傷事件を受けて、SOSステッカーや設置位置を示す矢印を、非常通報器ごとに、視認性の良い位置に設置



▲ポスター



▲Instagram

- ✓ 都営地下鉄では、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会も契機に、国内外からの旅行者も含め、全てのお客様に快適にご利用いただけるよう、新車の導入に当たり、車内レイアウトの改善を図っている。

■ フリースペースの設置

- 車いすやベビーカー、大きな手荷物をお持ちのお客様にもご利用しやすいように、全ての車両にフリースペースを設置
- ラッシュ時にスムーズな乗降ができるように、乗降口脇のスペースを拡幅

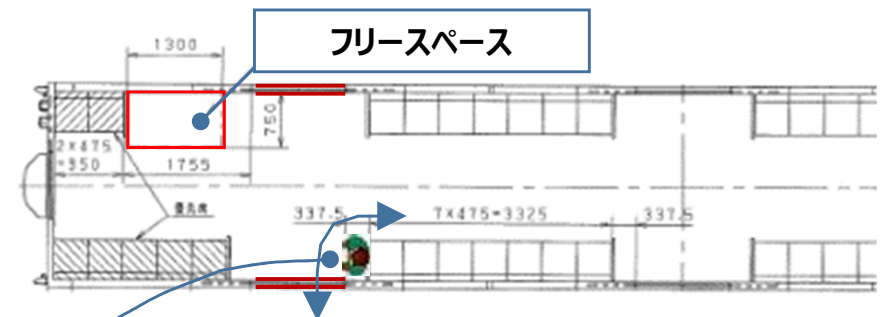
- 全車両にフリースペースを有する車両の編成数

| 路線名 | 浅草線 | 三田線 | 新宿線 | 大江戸線 |
|-------|-----|-----|-----|------|
| 該当編成数 | 27 | 13 | 10 | 15 |
| 全編成数 | 27 | 37 | 28 | 58 |

令和4年度末現在



▲浅草線5500形車両の車内レイアウト



乗降口脇のスペース

- ✓ 都営交通では105周年を契機として、ロゴとキャッチコピーを定め、情報発信において活用している。
- ✓ 都営地下鉄では東京メトロとともにナンバリングを導入したほか、各事業において、東京2020大会を契機とした国内外からの旅行者の増加も見据え、視認性の高い案内への改善を図ってきた。

■ 都営交通ロゴとスローガン

- ・ 都営交通105周年を契機に、平成28年から都営交通のロゴとスローガンを定め、統一的に情報発信
- ・ 全ての人の日々の暮らしを「今日」と置き換え、都営交通の全ての活動は、多様な暮らしを支えるためにあることを発信



■ 東京さくらトラム（都電荒川線）、日暮里・舎人ライナーへの駅ナンバリングの導入

- ・ 東京2020大会に向けて駅ナンバリングを導入



東京さくらトラム
(全30停留場)



日暮里・舎人ライナー
(全13駅)

■ 東京メトロと共同した案内サインの改善

○ 駅ナンバリングの導入

- ・ 都営地下鉄では、平成16年より、東京メトロと共同で駅ナンバリングを導入



各路線をアルファベット1文字、駅を2桁の番号で表示

○ サインシステムの共通化

- ・ 平成18年より、駅全体の案内サインを東京メトロと統一したデザインに改良（平成25年度に完了）

■ 都営バスの停留所標識柱の変更

- ・ 東京2020大会に向けて、標識柱のトップ部分を判別しやすい表示に変更

