

# 見える化改革報告書 「地下鉄」

抜粋版

平成30年7月12日  
交 通 局

# 「地下鉄」報告書の概要（1/2）

## 【地下鉄事業の現状】

- 都営地下鉄は、区部を中心に4路線 109.0kmを営業しており、2016年度における一日当たり乗車人員は267万人である。
- 局の経営方針に掲げた①安全・安心の確保 ②質の高いサービスの提供 ③東京の発展に貢献 ④経営基盤の強化の4つの柱の下、事業運営を行っている。
- 局と関連団体（グループ企業）とが一体的な事業運営を行うとともに、民間事業者には定型的業務を委託している。
- 乗車料収入の増加や支払利息の減少等により収支状況が改善し、2006年度以降単年度黒字を計上している。  
一方、構内営業料、広告料等の関連事業収入は、2008年度のピーク時と比較して減少している。

## 【都営地下鉄と東京メトロについて】

- 都営地下鉄は東京メトロに比べて、営業キロや駅数などの規模は6割程度、職員数や一日当たり乗車人員は4割程度である。
- 乗換利便性の向上やバリアフリー化の推進等、東京メトロと連携して地下鉄のサービス一体化・改善の取組を推進している。
- 引き続き、東京2020大会も見据え、東京の地下鉄サービスの一層の向上に、連携して取り組んでいく。

## 【他事業者との比較について】

- 東京メトロの他、輸送人員の規模が近似している鉄道事業者（大阪市営、東急、小田急）と比較を行った。
  - －営業キロ当たり職員数は現場部門では地下鉄事業者（東京メトロ・大阪市営）の中で最少、本社部門では5事業者の中で最少
  - －営業キロ当たり営業収益は、乗車料収入及び関連事業収入等のその他収入とともに東京メトロ、東急電鉄に次いで多い。
  - －営業キロ当たりの人件費・経費は、他事業者よりも少ない水準にあるものの、減価償却費は最も多い。

## 【都営地下鉄を取り巻く事業環境】

- 全国で駅ホームからの転落事故が増加傾向にあり、ホーム上の安全対策の強化が必要
- 都営地下鉄開業から50年を超え、構造物の劣化が進行しており、施設の安全性をより一層高める対策が必要
- 高齢化の進展や訪都外国人旅行者数の増加等を踏まえ、誰もが利用しやすい環境整備が必要。また、快適通勤の実現に向けた取組を進める必要がある。
- 東京メトロや東急電鉄と比較して、営業収益に占める構内営業料・広告料等の割合が低い。
  - －（構内営業事業）限られた駅構内スペースの中で、よりお客様の視点に立ったサービスの提供が必要
  - －（広告事業） 近年、デジタル媒体が登場し、紙媒体が減収傾向にあるなど、広告料収入が伸び悩んでいる。

# 「地下鉄」報告書の概要（2/2）

## 【今後の方向性】

都営地下鉄を取り巻く事業環境等を踏まえ、今後、以下の5つの取組を推進していく。

### ①安全対策の一層の強化

＜具体的な取組＞ ホームドアの整備、地下鉄構造物の計画的な補修

### ②お客様サービスの更なる向上

＜具体的な取組＞ エレベーターの整備、トイレの改修、外国人にも利用しやすい環境整備、快適通勤の実現に向けた取組

### ③お客様ニーズに応える店舗等の展開

＜具体的な取組＞ 情報発信の充実 **New!!** 外部調査委託の活用 **New!!** 、新規店舗の設置

### ④広告事業における販売方法の見直し・デジタル化の拡大

＜具体的な取組＞ デジタル広告の拡大、既存紙媒体の販売方法の見直し **New!!** 、速報配信システムの導入 **New!!**  
デジタル変換システムの活用 **New!!**

### ⑤グループ経営の推進

グループ総体として最大の経営効果を発揮するとともに、専門的な業務の知識やノウハウの蓄積、継承が求められる。

＜今後の展開＞ **New!!**

- ・局と関連団体との役割分担を再整理した上で、委託規模の拡大を図ること等により、関連団体を積極的に育成
- ・局と関連団体との双方向の人材交流を積極的に行うこと等により、グループ一体となった人材育成・技術継承を図る



# 経営理念・経営方針

## 経営理念

私たち都営交通は、都民やお客様に信頼され、支持される公共交通機関として、安全・安心を何よりも大切にし、東京の都市活動や都民生活を支えています。

## 経営方針

- 都民やお客様の信頼に応えるため、安全・安心を最優先し、全職員が一丸となって、災害に強く、事故のない都営交通を実現します。
  - ホームドア整備、大規模地震対策、テロ対策 等
- お客様が求める質の高いサービスを提供し、快適で利用しやすい都営交通を実現します。
  - バリアフリーの推進、輸送力の増強、多言語対応 等
- 首都東京が抱える様々な課題に果敢に挑戦し、東京の発展に貢献する都営交通を実現します。
  - 東京2020大会に向けた気運醸成、省エネの推進、福祉インフラ整備事業への協力 等
- 事業環境の変化にも迅速かつ的確に対応するとともに、中長期的に安定した事業運営を行っていくため、経営基盤を強化します。
  - 関連事業収入の確保、人材の育成 等



## 局と関連団体(グループ企業)の執行体制

企画・管理を担う本局、運行管理・営業を担う運輸部門、維持管理を担う保守部門の体制で運営している。  
また、現場の運輸部門や保守部門を中心に、関連団体(グループ企業)と一体となった執行体制を構築している。

## 交通局\*1

## 関連団体(グループ企業)\*3

本局		・電車部	67人			
		・車両電気部	87人			
		・建設工務部	110人			
		(管理部門)総務部・職員部・資産運用部	165人			
			429人			
現場	運輸部門	○総合指令所	・助役等	655人		
		○乗務管理所×4	・運転士	634人		
		○駅務管区×6	・車掌	287人		
			・駅係員	550人		
				2,126人		
	保守部門	○車両検修場×4				
		○電気総合管理所				
		○電気管理所×4	・助役等	393人		
		○工務事務所	・技能職員*2	471人		
		○地下鉄改良工事事務所		864人		
	○保線管理所×4					
			864人			
			合計	3,419人		
					(一財)東京都営交通協力会 (協力会)	
					・総務本部 28人	
					・ステーション本部 834人	
					・メンテナンス本部 609人	
					・コマース本部 164人	
					・施設運用本部 98人	
					1,733人*4	
					東京交通サービス(株) (TKS)	
					・総務本部 20人	
					・駅施設本部 42人	
					・車両電気本部 127人	
					・工務本部 56人	
					245人*5	

\*1 2017年3月31日現在(決算人員)。再任用短時間職員含まず。職員部の本局人員の中に、研修所(12人)含む。

\*2 機器等の保守を担う現業職員

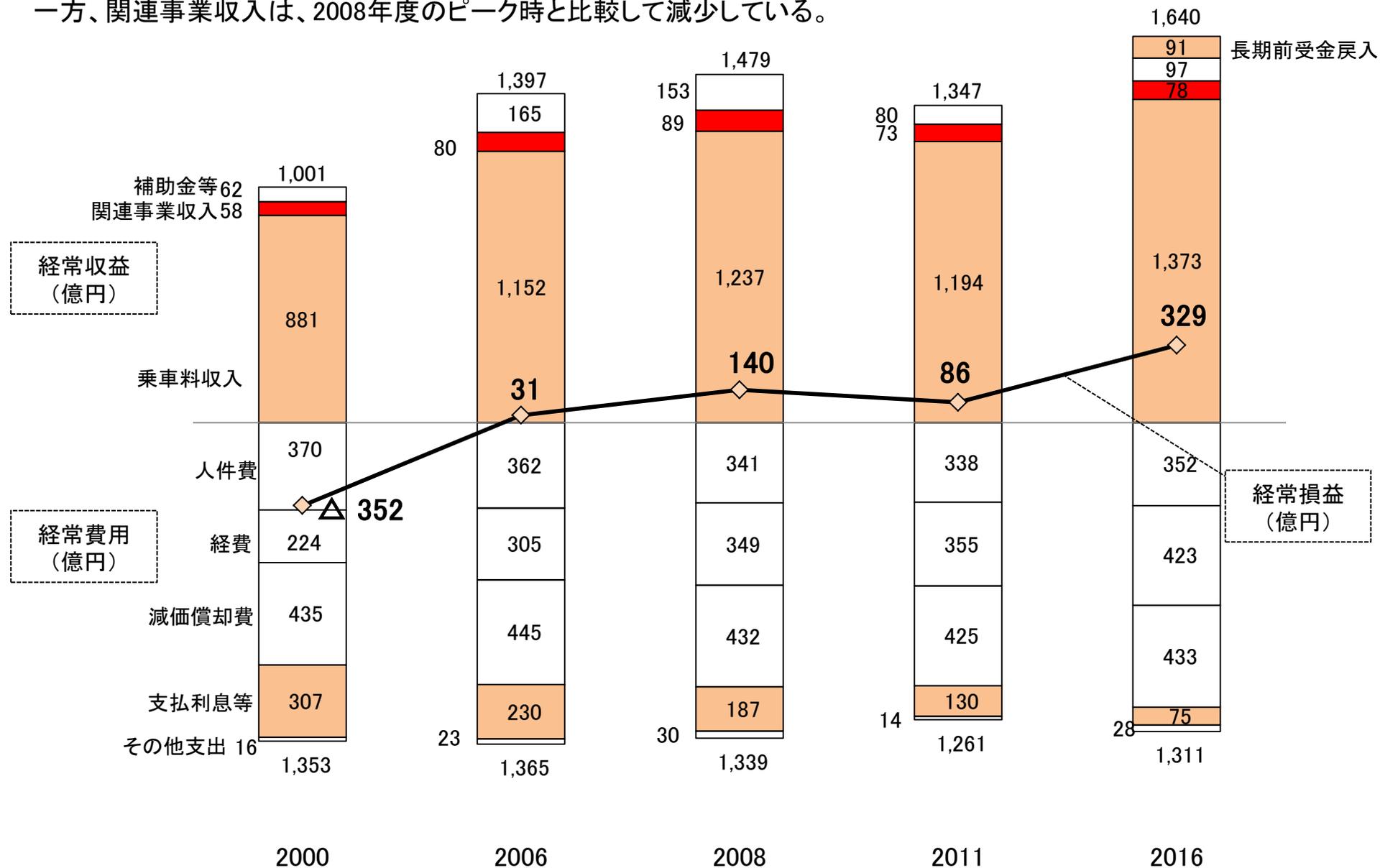
\*3 2017年8月1日現在

\*4 地下鉄以外の業務(日暮里・舎人ライナー等)に従事する社員及び契約社員等を含む。

\*5 常勤職員のみ。地下鉄以外の業務(日暮里・舎人ライナー等)に従事する社員を含む。

# 経常収支の推移

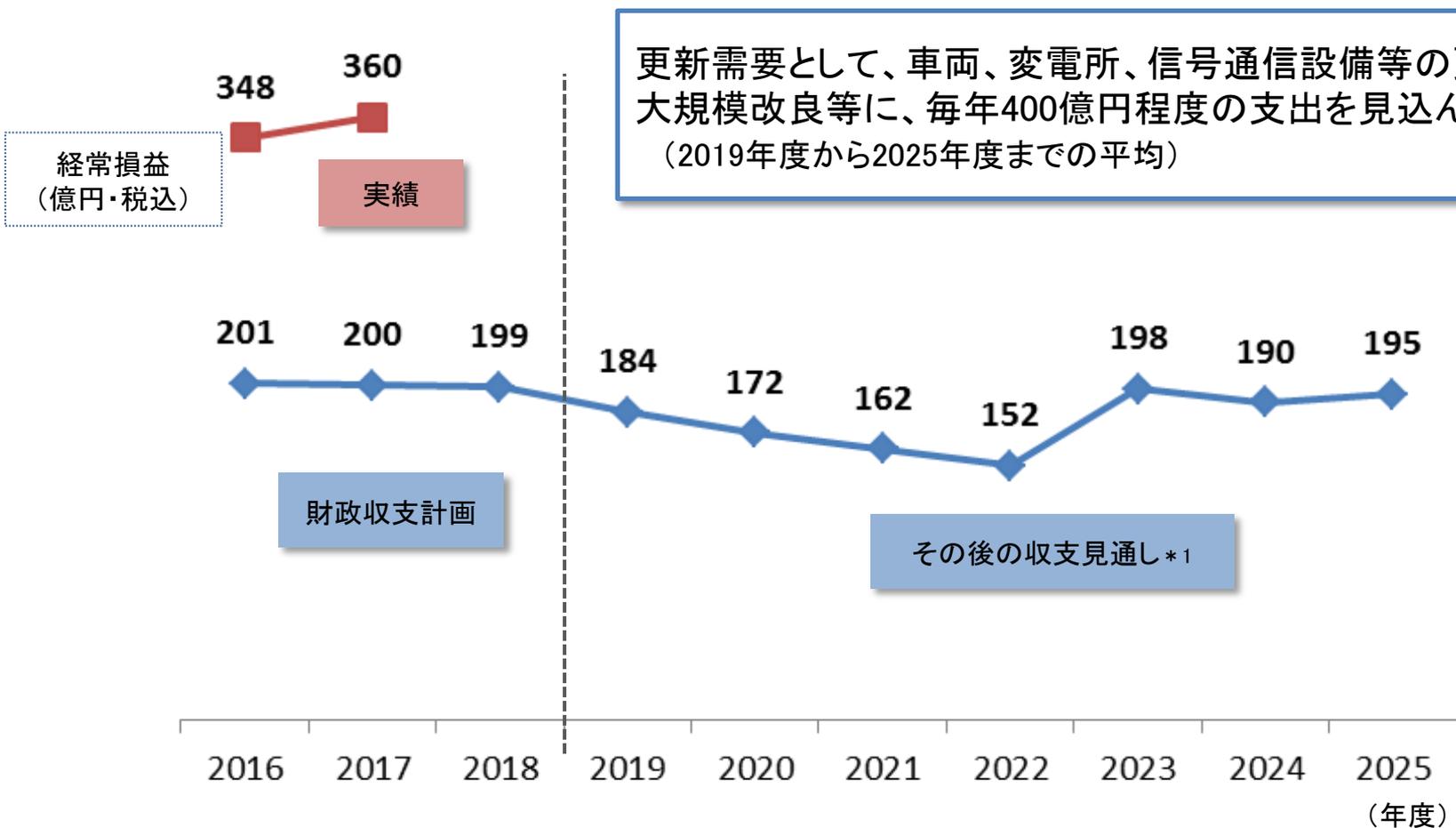
乗車料収入の増加や支払利息の減少等により収支状況が改善し、2006年度以降単年度黒字を計上している。一方、関連事業収入は、2008年度のピーク時と比較して減少している。



\* 表示単位未満の数値を四捨五入しているため、合計等と一致しない場合がある。

# 財政収支計画及びその後の収支見通し

都営地下鉄の収支は、経営計画策定時の試算において、施設・設備の更新や大規模改良等を見込んでも、毎年150億円～200億円程度の経常黒字を確保する見通しである。実績では、乗車料収入の増加等により計画に比べ改善している。

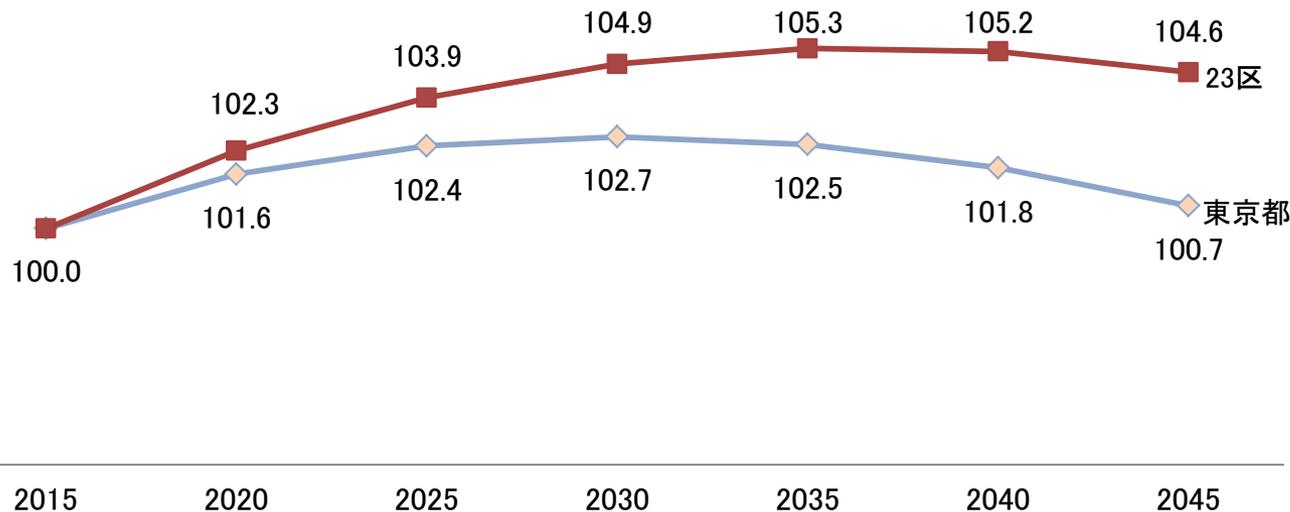


\*1 経営計画策定時点(2016年2月)における一定の条件のもとで、交通局独自の推計により算定したもの

# 都営地下鉄沿線の人口(将来見通し)

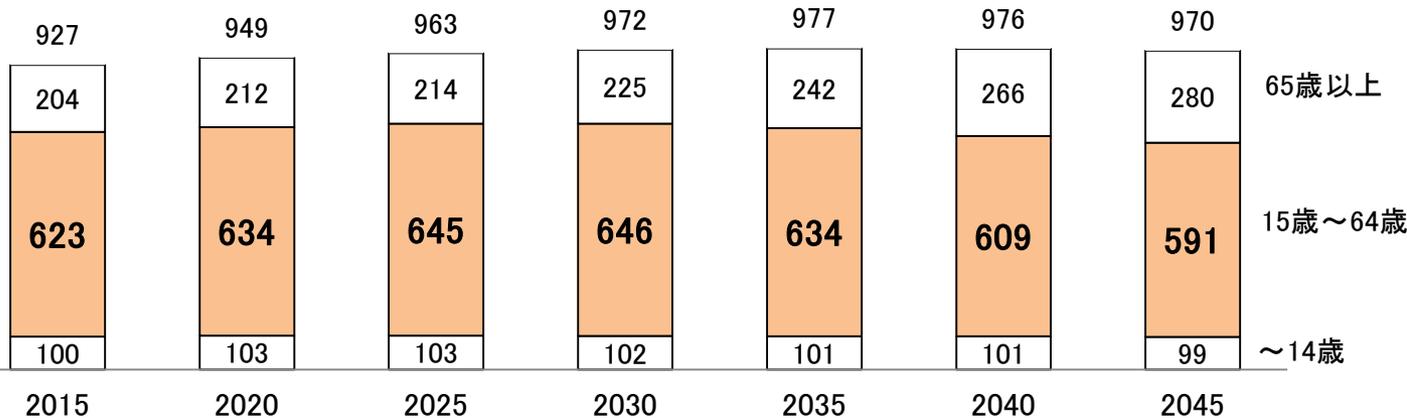
東京都及び23区全体の人口は、2030年台まで増加し、その後、減少に転じる見込みである。また、年齢別では65歳以上の人口は2045年まで増加を続け、15歳以上65歳未満の人口は2030年をピークに減少する見込みである。

## ■人口推計



更なる高齢化の進展や生産年齢人口(15歳以上65歳未満)の減少等を見据え、将来にわたり、安定した事業運営が求められる

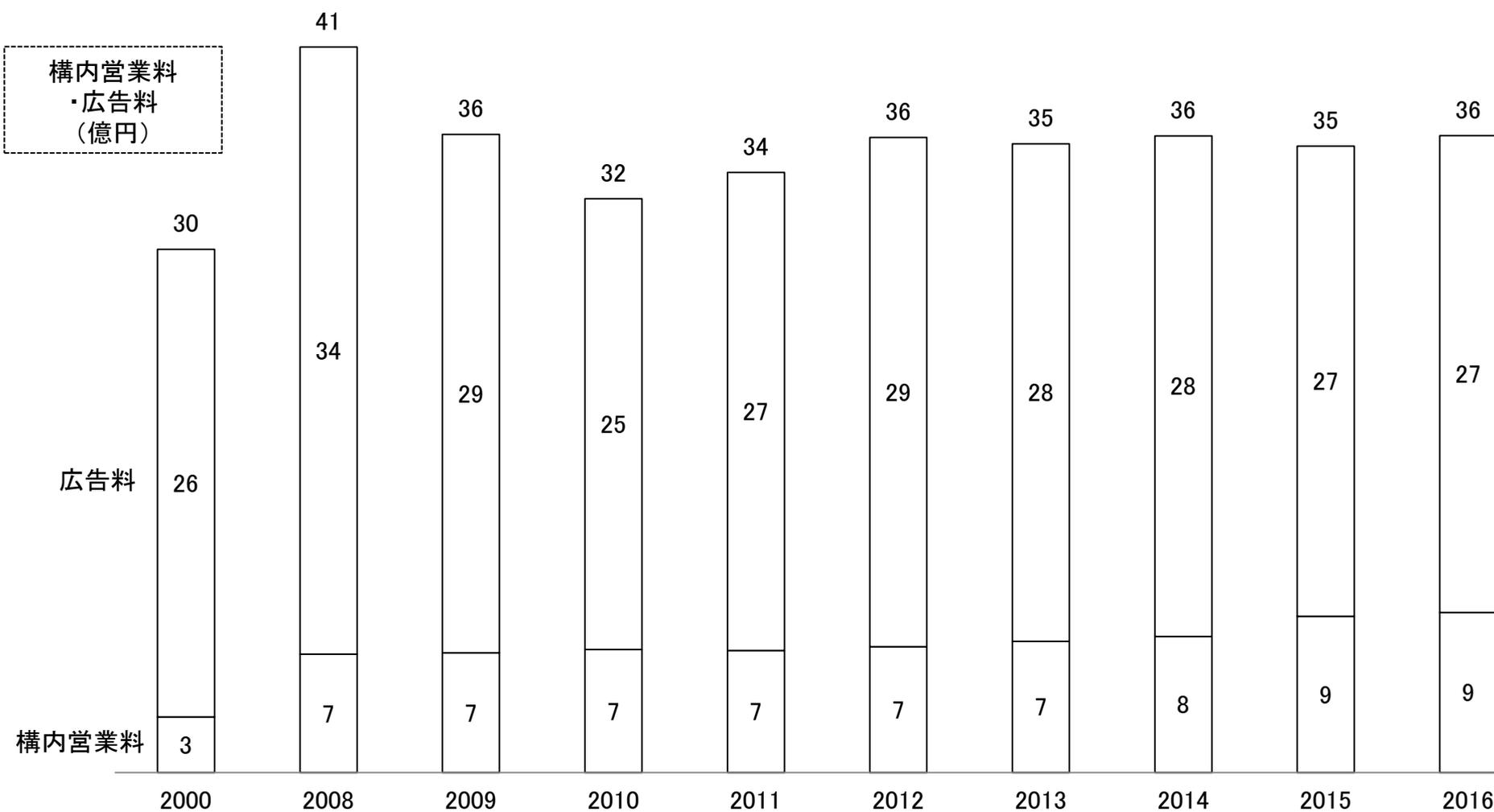
## ■23区の年齢別人口推計



\* 表示単位未満の数値を四捨五入しているため、合計等と一致しない場合がある。

# 構内営業料・広告料の推移

2016年度における構内営業料及び広告料の合計額は、2008年度のピーク時と比較して減少している。



\* 表示単位未満の数値を四捨五入しているため、合計等と一致しない場合がある。

# 構内営業事業の概要

駅構内の限られたスペースの中でお客様の流れを考慮し、店舗、売店及び自動販売機等を設置している。売店を専門店舗等に転換するとともに、小スペースを活用し、海外発行カード対応ATMや宅配受取ロッカーの設置も進めている。

## 主な店舗・売店等\*1

専門店舗(51店舗)



ナチュラルローソン



フレッシュベーカリー神戸屋

売店(22店舗)



メルシー売店

期間限定ショップ(9店舗)



Toei Sweets Shop

## 主なサービス機器\*1

飲料自動販売機(511台)



証明写真機(80台)



ATM(94台)



コインロッカー(124台)



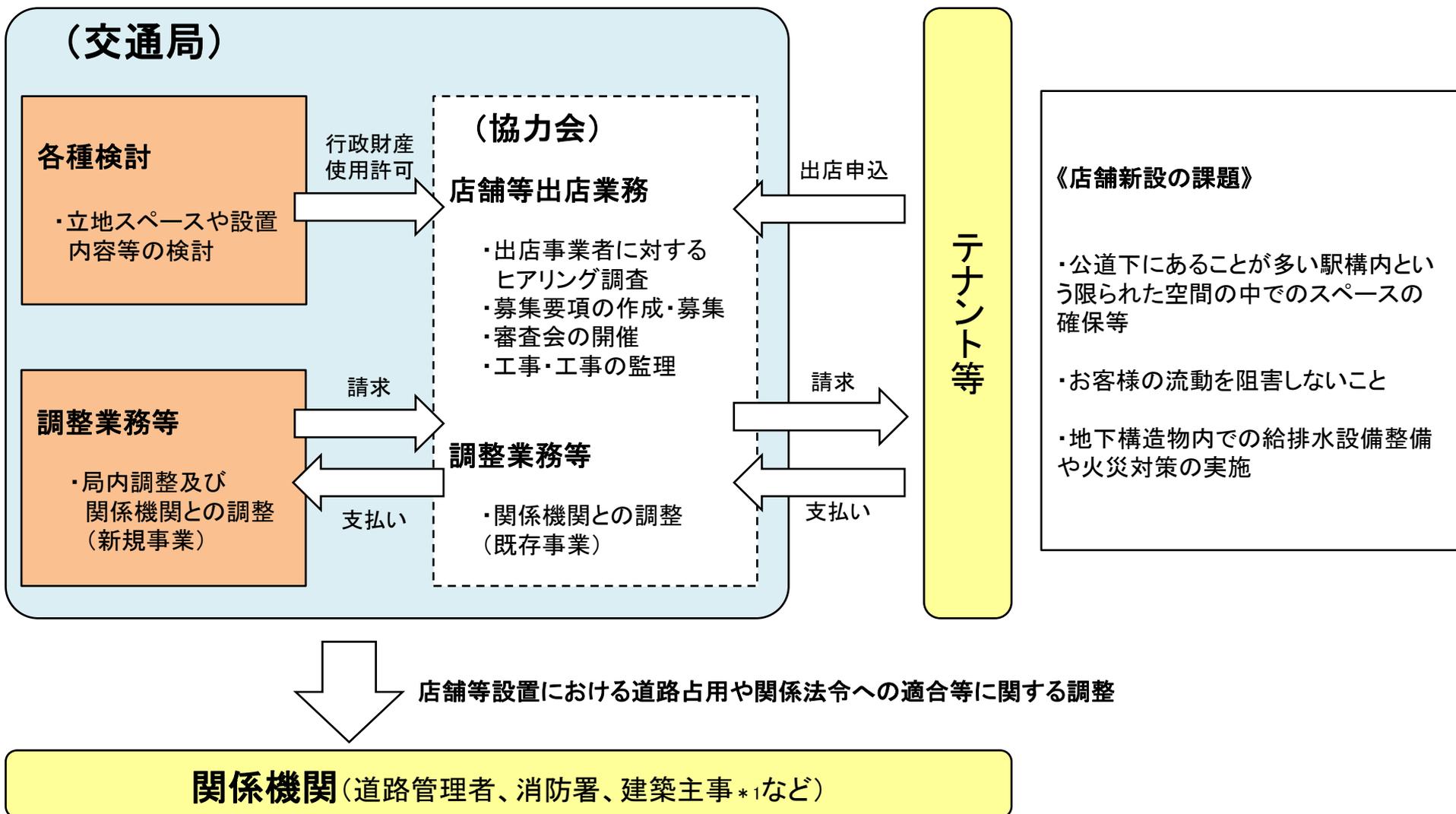
宅配受取ロッカー(5台)



\*1 2016年度末時点の設置数を記載

# 構内営業事業のスキーム

交通局は、立地スペースや設置内容等について検討し、協力会は、出店事業者へのヒアリングや関係機関との調整等、店舗出店に関する実務を担当している。



\*1 建築基準法に基づいて建築計画の確認などを行う市町村または都道府県の職員

# 構内営業事業体制の比較

都営地下鉄は、東京メトロと同様、関連団体(グループ企業)を活用した体制で運営している。一方、大阪市営地下鉄は関連団体を活用せず、事業者の募集を直接実施している。

2017年度末時点

		都営	メトロ	大阪市営*1
専門店舗	企画	都営と 協力会(関連団体)	メトロと グループ会社	大阪市営
	募集・管理*2	協力会(関連団体)	グループ会社	大阪市営または 民間事業者
	事業運営	民間事業者	グループ会社または 民間事業者	民間事業者
売店*3	企画	都営と 協力会(関連団体)	メトロと グループ会社	大阪市営
	募集・管理	—	グループ会社	大阪市営
	事業運営	協力会(関連団体)	グループ会社または 民間事業者	民間事業者
サービス 機器 *4	企画	都営と 協力会(関連団体)	メトロと グループ会社	大阪市営
	募集・管理	協力会(関連団体)	グループ会社	大阪市営
	事業運営	民間事業者	グループ会社または 民間事業者	民間事業者

出典 HPや聞き取り調査

\*1 2018年4月1日に民営化し、現在は、大阪市高速電気軌道株式会社となっている。

\*2 テナントリーシング(空き店舗などに新しいテナントを探して、誘致すること)を含む

\*3 都営地下鉄:メルシー 東京メトロ:メロス、ローソンメロス 大阪市営地下鉄:ローソン

\*4 飲料自動販売機、コインロッカー、証明写真機、ATM等

# 構内営業事業規模の比較

都営地下鉄は東京メトロと比べて、駅数は6割程度、店舗数は3割程度、サービス機器数は5割程度である。

2016年度末時点

形態		都営	メトロ	都営/メトロ*1
店舗・売店等	専門店舗	51店	192店	0.27
	売店	22店	106店	0.21
	無人売店	29箇所	42箇所	0.69
	期間限定ショップ	9店	41店	0.22
サービス機器	飲料自動販売機	511台	1,311台	0.39
	証明写真機	80台	166台	0.48
	ATM	94台	204台	0.46
	コインロッカー	2,792口	5,180口	0.54
	宅配受取ロッカー	5台	27台	0.19

駅数	106駅	179駅	0.59
一日当たり乗車人員(2016年度)	267万人	724万人	0.37

出典 HPや聞き取り調査

\*1 東京メトロを1とした場合の指数

# 広告事業の概要

都営地下鉄は、車両媒体として「中づりポスター」等を、駅媒体として「駅ばりポスター」等を展開している。近年、デジタル媒体が登場し、紙媒体の掲載率が減少傾向にあるなど、広告主の求めるニーズが変わりつつある。

## 主な車両媒体

中づりポスター



まど上ポスター



車内液晶モニター

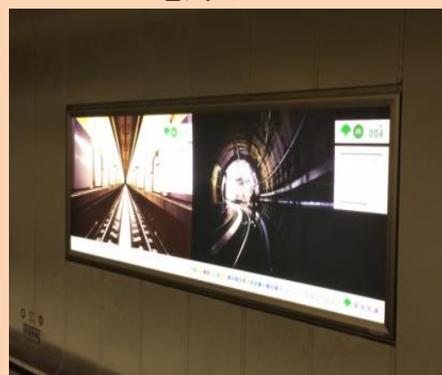


## 主な駅媒体

駅ばりポスター



電飾ボード

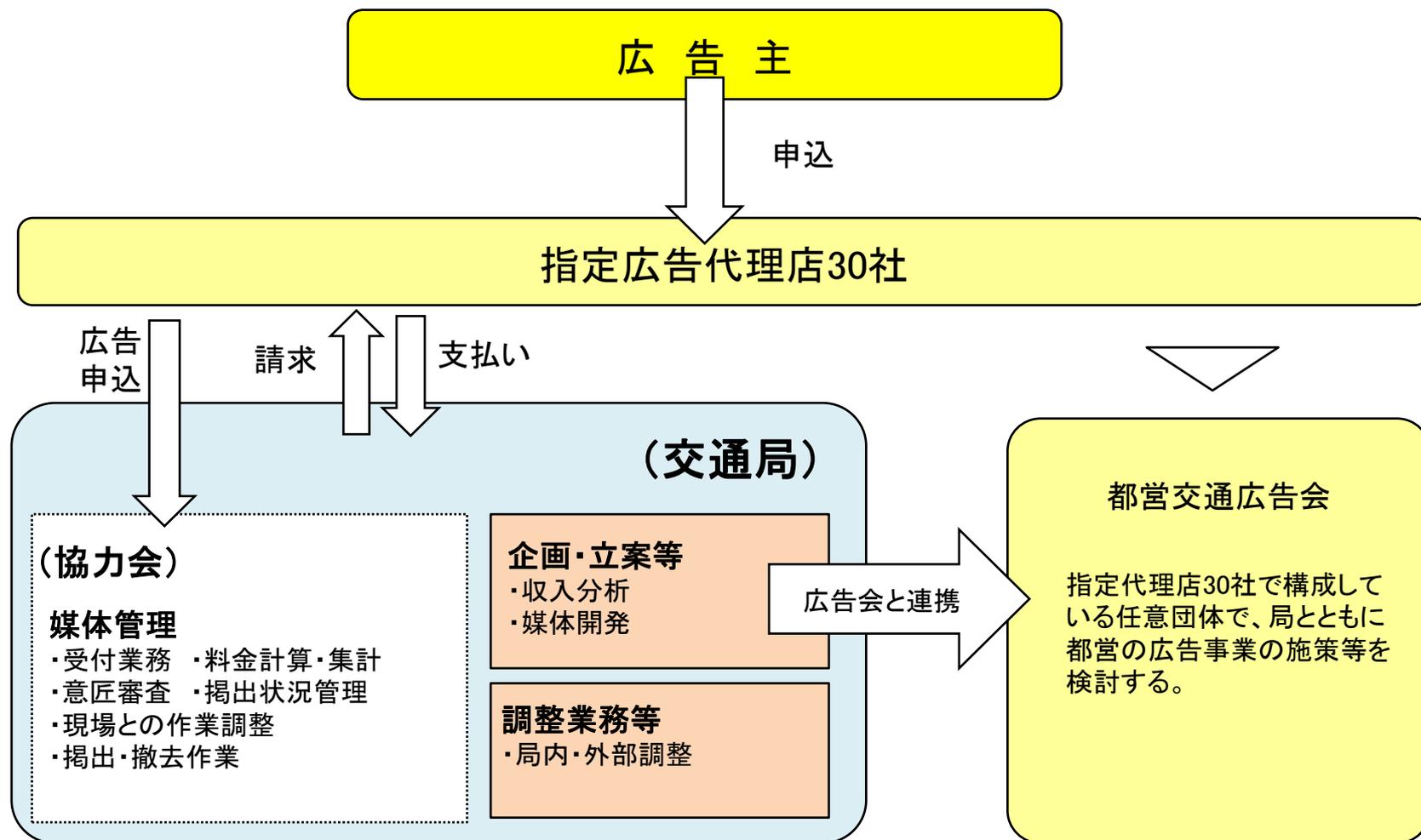


駅構内サイネージ



# 広告事業のスキーム

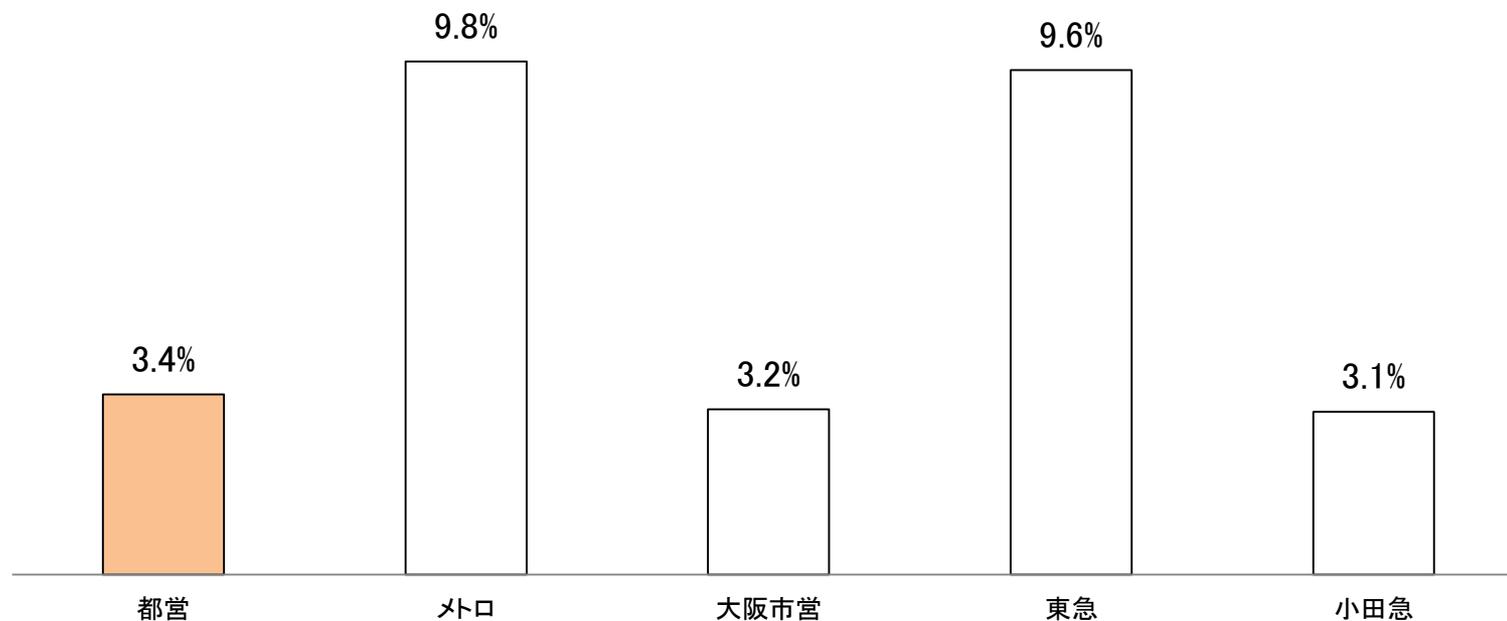
交通局の広告販売は、30社の指定代理店を通して行われており、企画・立案においても、広告事業のノウハウを取り入れるため、指定代理店と連携しながら取り組んでいる。



# 営業収益に占める構内営業料・広告料等比較

営業収益に占める構内営業料・広告料等の割合は、東京メトロや東急電鉄と比較して低い。

営業収益に占める構内営業料・  
広告料等\*1の収入の割合

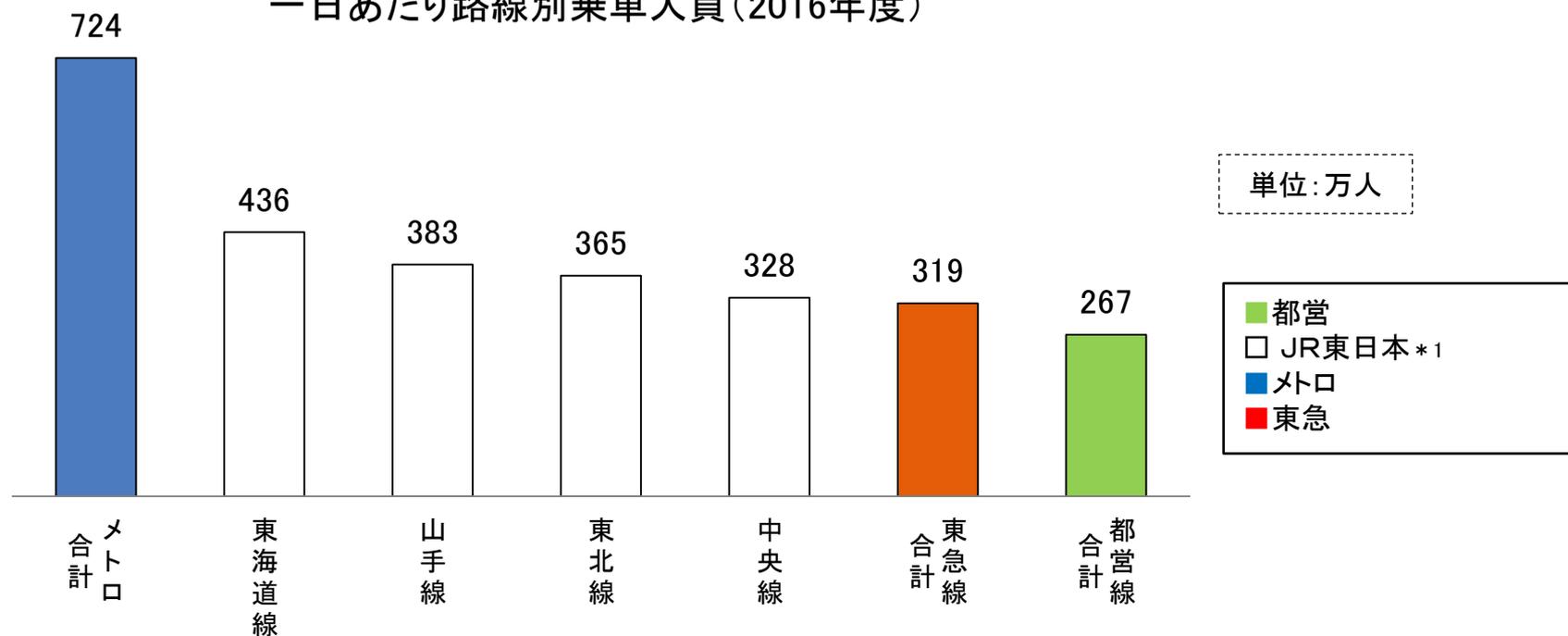


\*1 都営地下鉄:「鉄道統計年報」の「運輸雑収」から「賃貸料」を差し引いた金額を営業収益で割った値  
大阪市営地下鉄:「鉄道統計年報」の「運輸雑収」から「平成27年度大阪市高速鉄道事業会計決算書」の「賃貸料」を差し引いた金額を営業収益で割った値  
東京メトロ・東急電鉄・小田急電鉄:「鉄道統計年報」の「運輸雑収」の金額を営業収益で割った値  
出典 平成27年度鉄道統計年報(国土交通省)、平成27年度大阪市高速鉄道事業会計決算書

# 一日あたり乗車人員の比較・広告主等の意見

一日当たりの乗車人員について、同じ都心部エリアを運行する東京メトロ、JR東日本及び東急電鉄と比較した場合、最も少ない。また、「都営はブランドイメージが今一つ」などの意見もあり、構内営業事業・広告事業ともに厳しい事業環境下に置かれている。

一日あたり路線別乗車人員(2016年度)



## 【広告主・代理店のご意見】

- 山手線とメトロに掲出すれば、ほぼ都心地域はカバーされていると思う。
- ナショナルクライアントは、JR・メトロを抑えれば、他エリアに展開したいという意向が強い。
- 都営はブランドイメージが今一つ

## 【都営交通モニター調査におけるお客様からのご意見】

- 駅構内の店舗は他社と比べて、薄暗い、地味な印象

\*1 JR東日本の区間として、東海道線(東京～平塚)、山手線(田端～品川)、東北線(東京～栗橋)、中央線(東京～高尾)を掲載

# 地下鉄車内広告の現状

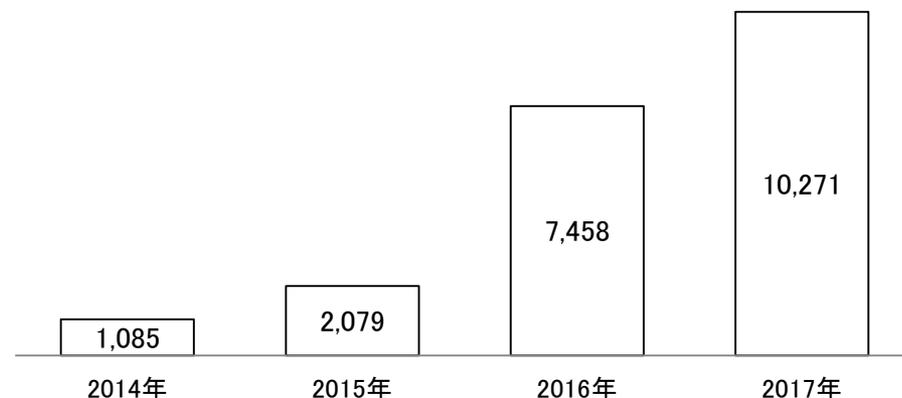
中づり、まど上の広告料収入は、近年、減少する一方、2014年度から駅や車内に導入したデジタル広告は、年々収入が増加している。聞き取り調査では、民鉄他社の状況も同様である。

## ■ 広告料収入の推移

	媒体	収入の推移 2008年→2017年
都営地下鉄	中づり	△ 40.7%
	まど上	△ 35.6%

## ■ 都営地下鉄のデジタル広告料収入の推移

(単位:万円)



## ■ 広告料収入に占めるデジタル広告の割合

	2014年	2017年
都営地下鉄	0.4%	3.7%

## ■ 民鉄他社の状況(聞き取り調査)

- ・紙媒体は、各社とも非常に苦戦している。
- ・デジタル広告に力を入れており、社によっては広告料収入全体の2~3割程度を占めるようになっている。

# 今後の方向性について

## 現状

## 課題

## 今後の方向性

・全国の鉄道事業者で駅ホームからの転落事故が増加傾向  
 ・都営地下鉄開業から50年を超え、構造物の劣化が進行

・ホーム上の安全対策の強化が必要  
 ・施設の安全性をより一層高める対策が必要

**安全対策の一層の強化**  
 ホームドアの整備、地下鉄構造物の計画的な補修

・都営地下鉄を利用するお客様からエレベーターやトイレ等に関する要望が多い  
 ・高齢化の進展や訪都外国人旅行者数の増加等

誰もが利用しやすい環境を整備していくことが必要

**お客様サービスの更なる向上**  
 エレベーターの整備、トイレの改修  
 外国人にも利用しやすい環境整備、快適通勤の実現

東京メトロや東急電鉄と比較して、営業収益に占める構内営業料・広告料等の割合が低い

**【構内営業事業】**  
 限られた駅構内スペースの中で、よりお客様の視点に立ったサービスの提供が必要

**お客様ニーズに応える店舗の展開**  
 駅の大規模改修工事に合わせた新規店舗の設置等

**【広告事業】**  
 近年、デジタル媒体が登場し、紙媒体が減収傾向にあるなど、広告料収入が伸び悩んでいる

**広告事業におけるデジタル化の拡大・販売方法の見直し**  
 デジタル広告の増設、複数媒体による広告展開

こうした取組を推進すると、業務量の増加や業務内容の高度化等が見込まれる

職員一人ひとりの能力を最大限引き出し、グループ総体として最大の経営効果を発揮する仕組みが必要

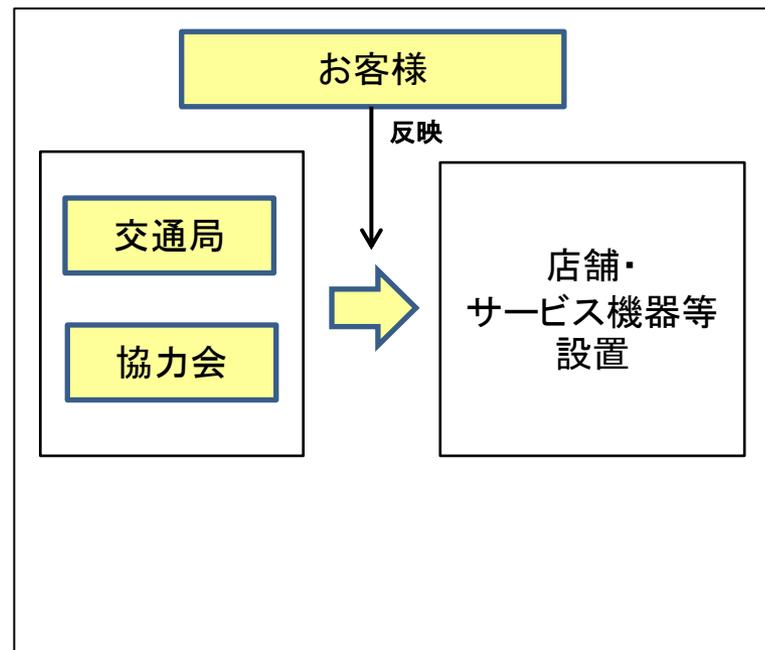
**グループ経営の推進**  
 局と関連団体との適切な役割分担の整理とともにグループ一体となった人材育成・技術継承

## 外部調査委託の活用

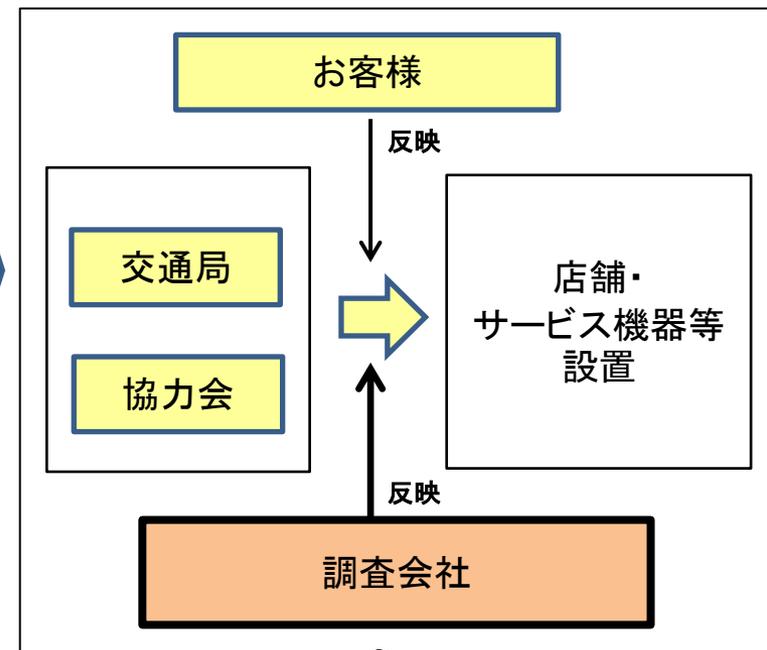
New!!

お客様の声に加え、外部の調査委託も活用して、より利便性の高い店舗やサービス機器等について、可能な限り展開していく。

## 【現状】



## 【今後】



今後の構内営業の展開に活用するため、立地やジャンル、店舗の作りなどについて、外部への調査委託を活用

# 新規店舗の設置

設置可能な場所へは概ね設置しており、今後は、駅の大規模改修工事に合わせて、駅施設のレイアウトを見直すとともに、給排水設備など必要な設備を整備することで、お客様ニーズを踏まえながら新たな店舗の設置を進めていく。

## ■新規店舗出店予定

駅名	店舗設置数(予定)
日比谷駅	1店舗
神保町駅	4店舗

この2駅5店舗以外においても、駅の大規模改良工事に合わせて新たな店舗の設置を検討していく。

## ■必要な設備等

- ・お客様導線を考慮した上で、スペース確保
- ・給排水設備
- ・スプリンクラー等の消防設備

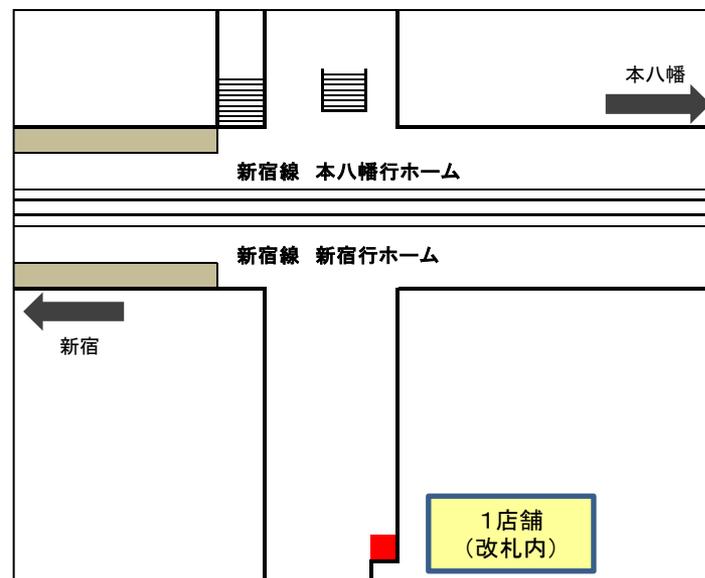
1店舗(改札内)

(イメージ)

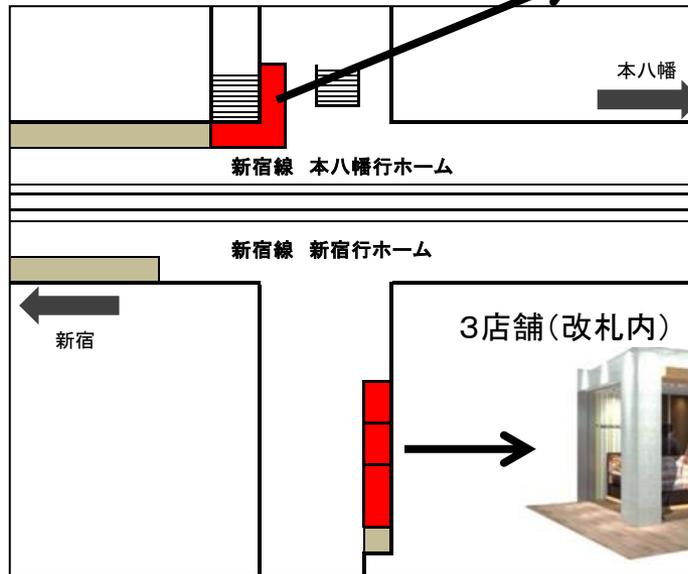


## ■神保町駅 店舗展開(予定)

【大規模改修工事前】



【大規模改修工事後】



3店舗(改札内)

(イメージ)



# デジタル広告の拡大

広告料収入を確保するため、今後、車両更新や駅の大規模改修等に合わせて、デジタル広告を計画的に増設していく。

## 車内液晶モニター

現状

新宿線 16編成  
大江戸線 6編成



車両の更新に合わせて、全ての車両に車内液晶モニターを増設

○2021年度までの設置数(累計)

浅草線 **全27編成**  
三田線 **9編成**  
新宿線 **20編成**  
大江戸線 **21編成**



今後

## 駅構内サイネージ

新橋駅構内 8基 16面  
六本木駅ホーム 12基 24面  
汐留駅ホーム 4基 8面



駅の大規模改修に合わせて増設

○日比谷駅構内で検討中

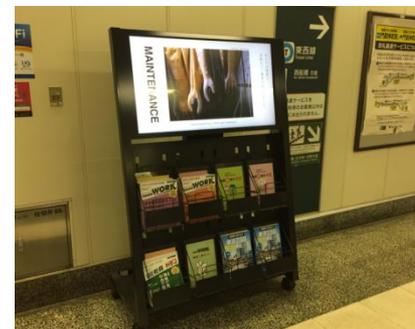


## サイネージラック

六本木駅、新宿三丁目駅など  
15基15面設置



広告主ニーズに合わせて、関係機関と調整が整った駅に順次設置



広告価値の高い車内液晶モニター等のデジタル媒体、駅ばりポスター、ホームドアステッカーなど複数媒体での展開を検討する。

(イメージ)

## メディアミックス(複数媒体による広告展開)

車内液晶モニターなどのデジタル媒体と駅広告などの複数媒体による広告展開を図っていく。

移動中

車内で

ホームで



駅ばりポスター

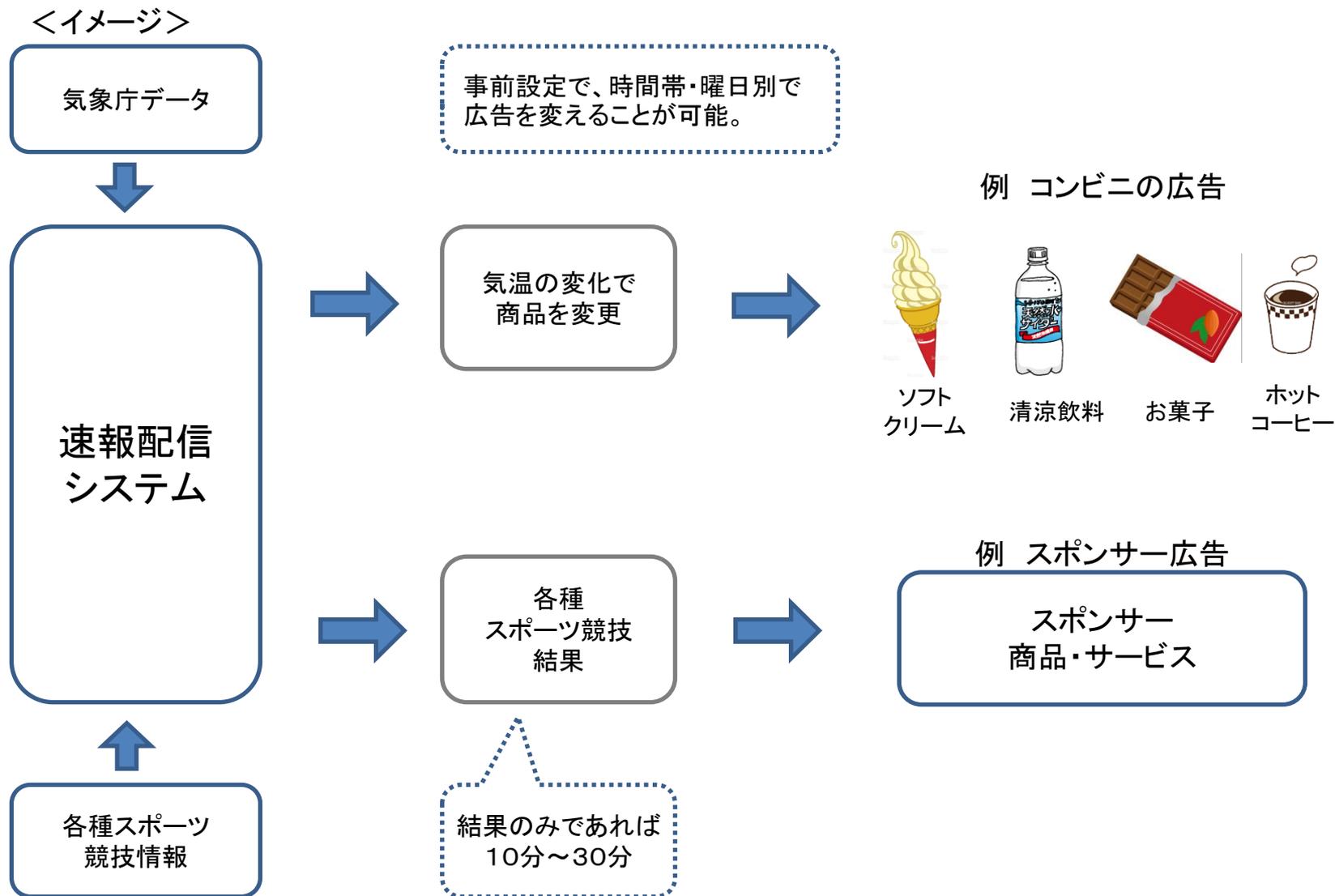


車内液晶モニター



ホームドアステッカー

デジタルサイネージ広告でさらなる増収を図るため、様々な情報と連動し、状況に応じて配信内容を変える速報配信システムを導入し、幅広い広告主ニーズに応える（2019年度中の販売開始を目指す）。



# グループ経営の推進

今後の業務量の増加や業務内容の変化を見据え、人材の確保や技術・ノウハウの維持・向上を図るため、グループ経営を推進していく。

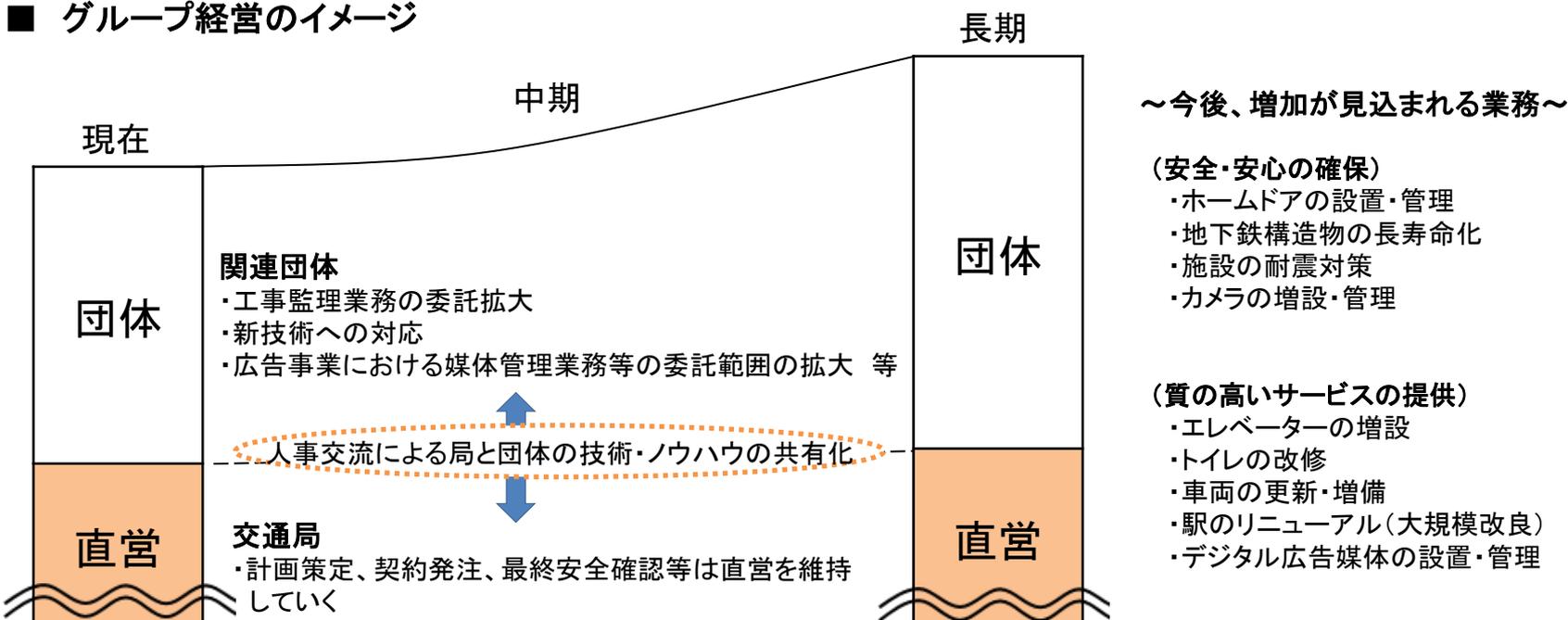
## ■ グループ経営の目的

- グループ総体として最大の経営効果を発揮すること
  - ・局職員と同等の、現場における知識等を有し、一体的な事業運営が可能な関連団体を活用することで、列車運行等における高い安全性が確保できる
  - ・他の鉄道事業者においても、機動的な事業運営などを目的に、グループ一体となった経営を推進
- 専門的な業務の知識やノウハウの蓄積、継承を行うこと
  - ・関連団体の職員は、局(直営)職員と比較し異動等が少なく、専門的な業務の知識やノウハウの蓄積、継承が行いやすい

## ■ グループ経営の今後の展開 New!!

- 局と関連団体との役割分担を再整理した上で、委託規模の拡大を図ること等により、関連団体を積極的に育成していく
- 局と関連団体との双方向の人材交流を積極的に行うこと等により、グループ一体となった人材育成・技術継承を図っていく

## ■ グループ経営のイメージ



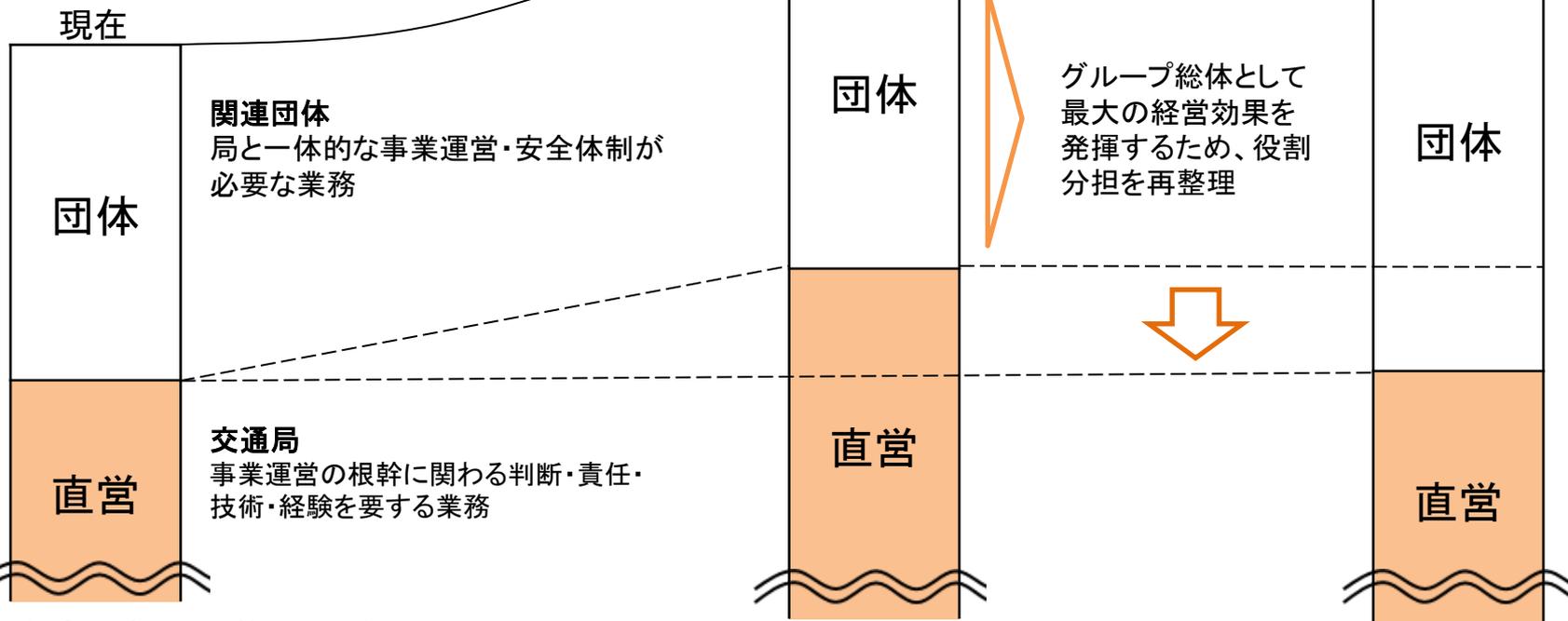
# 役割分担の再整理 New!!

交通局グループ総体として最大の経営効果を発揮するため、局と関連団体における役割分担の再整理を進めていく。

(イメージ)

【現状のまま、  
再整理しない場合】

【再整理した場合】

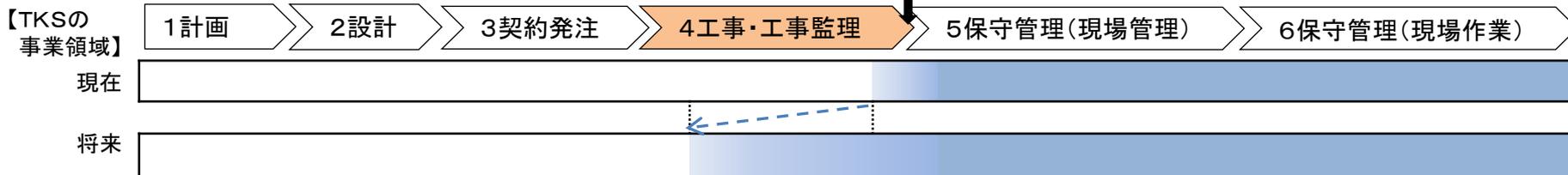


## (役割分担の再整理 一例)

地下鉄の工事に関する専門的な知識やノウハウを蓄積、継承することで、グループ総体としての経営効果をさらに発揮するため、現在、保守管理(現場管理・現場作業)を中心に担うTKSに対して、工事監理\*1の委託を拡大していく。

(業務の流れ イメージ)

完成



\*1 工事の出来ばえや工程調整等の工事監督業務

# (参考)安全対策の一層の強化

ホームドアの整備を進めるほか、トンネル等の構造物の計画的な補修など、安全対策を一層強化していく。

## ■ ホームドアの整備

61% (2016年度末)  100% \*1 (2023年度末)

- ・三田線、大江戸線 設置済(65駅)
- ・新宿線 2019年秋までに全駅に整備予定
- ・浅草線 2023年までに交通局で管理する全駅に整備予定 **New!!**



ホームドア(新宿線)

## ■ 地下鉄構造物の計画的な補修

トンネル等の地下鉄構造物の長寿命化を図るため、予防保全型の管理手法に基づき、浅草線、三田線で計画的に補修を推進

経年や塩害\*2等による地下鉄構造物の劣化に対応し、高架区間、駅部について、止水対策、塩害対策を推進

### ○ 長寿命化

### 継続実施

(うち、塩害対策) **完了** (2018年度末)

(うち、止水対策) **完了** (2019年度末)



長寿命化工事

\*1 他社管理駅を除く

\*2 コンクリート中に塩分を含んだ水が浸透し、鋼材が腐食し・膨張して、コンクリートにひび割れ・はく離・はく落などの損害を生じさせる現象

# (参考)お客様サービスの更なる向上①

エレベーターの整備やトイレの改修を推進し、お客様サービスの更なる向上に努めていく。

## ■ エレベーターの整備

1ルート<sup>1</sup>の確保 100% (2013年度)

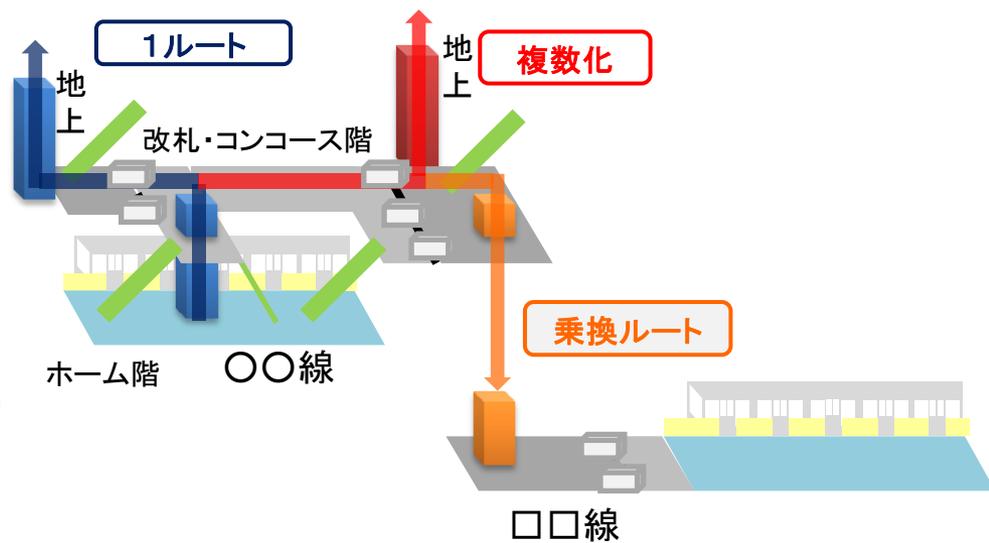


さらなる利便性向上

## バリアフリールートの充実

- 乗換駅等でのエレベーター 16駅整備予定(2021年度末)  
(東京2020大会会場最寄駅を含む)
- 今後、駅の構造等を踏まえ、地上へのバリアフリールートの複数化についても検討

New!!



【整備イメージ】

## ■ トイレの改修

- 洋式化 高齢者や増加する外国人旅行者にも使いやすいトイレとするため、和式トイレの洋式化を推進

約40%  
(2016年度末)



100%\*1  
(2021年度末)

- グレードアップ 手すり、パウダーコーナー、温水洗浄便座の設置等、機能性と清潔感を備えたトイレの整備を推進

約30%  
(2016年度末)



70%\*2  
(2021年度末)

改修した一之江駅のトイレ



トイレ外観



洗面コーナー



パウダーコーナー



温水洗浄便座付トイレ

\*1 大規模改良工事を行う駅を除外。また、一部和式トイレを残した駅有り

\*2 浅草線・三田線・新宿線のトイレが対象

## (参考)お客様サービスの更なる向上②

外国人にも利用しやすい環境整備や快適通勤の実現に向けた取組を進め、お客様サービスの更なる向上に努めていく。

### ■ 外国人にも利用しやすい環境整備

- 英語が話せるコンシェルジュの配置

累計**30**駅配置  
(東京2020大会まで)



コンシェルジュ

- 車内無料Wi-Fiの整備

**全車両**整備  
(東京2020大会まで)

- 多言語案内の強化

**車内液晶モニター**の整備  
**案内サイン**の改修 等



車内液晶モニター

### ■ 快適通勤の実現に向けた取組

- 新宿線車両の長編成化 **8両**編成 ⇨ **10両**編成 **New!!**  
1編成当たりの車両数を、8両から10両に増強し、2022年度までに全編成10両化完了

- 三田線車両の長編成化 **6両**編成 ⇨ **8両**編成 **New!!**  
1編成当たりの車両数を、6両から8両に増強することとし、必要な駅施設の改修等に2018年度から着手

- 大江戸線車両の増備 **55編成** ⇨ **58編成**  
(2016年度末) (2018年度末)



大江戸線新車両の搬入

# (参考) 東京の地下鉄のサービス一体化・改善①

都営地下鉄と東京メトロは連携して、東京の地下鉄のサービス一体化・改善の取組を推進している。

(サービス一体化)

## ■ 運賃施策

両地下鉄を乗り継いだ際の運賃の割高感を軽減するため、乗継割引や共通乗車券の発売を実施している。

### ○乗継割引運賃制度

1961年6月から両地下鉄の相互の乗り継ぎ利用者に運賃の割引を実施

2018年3月に浅草線人形町駅と東京メトロ半蔵門線水天宮前駅を新たに追加。29駅で適用

普通運賃: 両社局の合算額から大人70円を差し引いた額(小児は大人運賃の半額)

定期運賃: 両社局の定期運賃をそれぞれ15%引きした額の合算額

### ○共通乗車券の発売

「都営地下鉄・東京メトロ一日乗車券」(大人900円、小児450円)

大江戸線全線開業時の2000年12月から発売

2017年4月にICカード対応化(記名式PASMO)及び大人1,000円から900円に値下げ

2018年3月から無記名PASMOによる発売を開始

「Tokyo Subway Ticket」24時間券(大人800円 小児400円)、48時間券(大人1,200円 小児600円)、72時間券(大人1,500円 小児750円)

2014年4月から国内外の旅行者向けの割安な共通乗車券として発売(一日券・二日券・三日券)

2016年3月に使用開始から24時間単位で利用できるよう変更



都営地下鉄・東京メトロ一日乗車券



Tokyo Subway Ticket

# (参考) 東京の地下鉄のサービス一体化・改善②

## ■ サインシステムの統一等

- 駅ナンバリングの導入(2004年)
- サインシステムの共通化(2013年)



駅ナンバリング

## ■ 乗換利便性の向上

- 九段下駅において、改札口を出ないで新宿線と半蔵門線が乗換可能となるよう、ホーム・コンコースの壁を撤去(2013年)
- 乗換駅における改札通過サービスを実施(市ヶ谷駅など6駅)

## ■ 外国人の利用環境充実

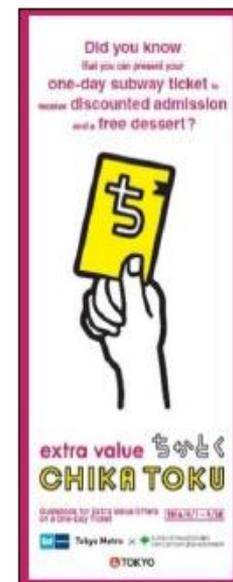
- 多言語対応の次世代券売機を共同で開発し導入
- 駅構内及び車両内における無料Wi-Fiサービスを順次拡大
- 両地下鉄共通の特典冊子「ちかとく」の英語版を発行



多言語対応券売機

## ■ その他

- 課長級・係員級で4名ずつ(計8名)の人事交流を継続実施(2018年3月31日現在)
- 両地下鉄のお客様モニターや訪日外国人を対象とした共同調査を実施
- 両地下鉄合同で帰宅困難者対応訓練や浸水防止訓練などを実施



「ちかとく」英語版

# (参考) 東京の地下鉄のサービス一体化・改善③

(サービス改善)

## ■ バリアフリー化の推進

○1ルート of 確保

都営地下鉄 2013年度未完了

東京メトロ 2014年度未完了

○多機能トイレの全駅への整備



多機能トイレ

## ■ ホームドアの整備

○整備状況(2017年3月31日現在)

都営地下鉄 65駅/106駅(61.3%)

東京メトロ 85駅/179駅(47.5%)



ホームドア(大江戸線)

## ■ 駅の大規模改良工事

○駅の大規模改良工事

都営地下鉄 大江戸線勝どき駅など

東京メトロ 有楽町線豊洲駅、東西線南砂町駅など



勝どき駅コンコース新設工事

## ■ 運行時間の拡大

○早朝・深夜時間帯における利便性向上

都営地下鉄 2014年3月に三田線及び大江戸線で最終列車を繰下げ

東京メトロ 2016年10月に有楽町線で始発列車を繰上げ

引き続き、東京2020大会も見据え、東京の地下鉄サービスの一層の向上に、連携して取り組んでいく。