

東京メトロ銀座線リニューアル —わかりやすく快適な地下空間の創造—

古賀 直紹¹

¹ 非会員 東京地下鉄株式会社 工務部 (〒110-8614 東京都台東区東上野 3-19-6)
E-mail: n.koga@tokyometro.jp

銀座線は、東洋初の地下鉄として東京地下鐵道株が 1927 年（昭和 2 年）に浅草駅～上野駅間(2.2 km)で開業し、2017 年(平成 29 年)には 90 周年を迎えた。

日本最古の地下鉄として東京の街を繋いできた歴史を大切にしながら、先端の機能やサービスを取り入れ発信する路線としてのイメージの定着を目指し、【伝統×先端の融合】を路線コンセプトとした上で、銀座線を下町エリア、商業エリア、銀座エリア、ビジネスエリア、トレンドエリアの 5 つのエリアコンセプトに分けて、駅リニューアルを実施した。

駅のリニューアルにあたっては、ただ単に駅を改装するものではなく、これからも地域の皆さまをはじめ、たくさんの方から愛される路線となるために駅デザインコンペを開催し新しい駅創りに取り組んだ。

Key Words: tokyometro, ginzaline, renewal, Design competition

1. はじめに

銀座線は東洋初の地下鉄として東京地下鐵道株式会社が 1927 年 12 月 30 日に浅草～上野駅間 (2.2 キロ) で開業した。車両の塗色はベルリン地下鉄のレモンイエローがはれやかな明るさがあるということで採用され、照明は間接照明として、柔らかい感じを出し、車内の化粧板などには木目塗装を施すなど新機軸を打ち出していた。また、自動戸閉装置を採用することで、全面的に扉の開閉を自動化している。

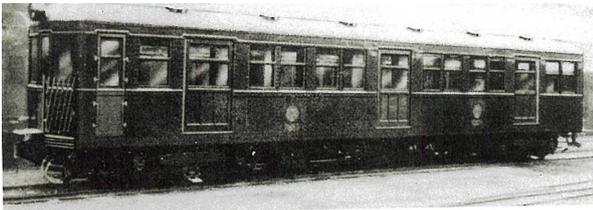


写真-1 最初の地下鉄車両 1000 形

駅の設備では、プラットフォームに入場する際に、10 銭白銅貨を装置のスリットに投げ入れると施錠が解け、乗客が十文字の回転式の翼の一つを体で押し、改札口を通過するターンスタイルの自動改札装置を日本で初めて導入した。



写真-2 ターンスタイルの自動改札装置

銀座線は開業時から、当時の最先端の技術を導入をしていたことに加え、駅デザインやポスター、駅員の制服に斬新なデザインを採用するなど様々な形で多くのお客様の期待感を抱かせる工夫を施していた。その結果、開業時は午前 6 時の始発前から乗客が各駅に殺到し、午前中だけで 4 万人を超えるお客様が乗車した。

その後、順次営業区間を拡大し、丸ノ内線開業の前年である 1953 年に従来、地下鉄線と呼んでいた路線を銀座線と呼称することを決定した。

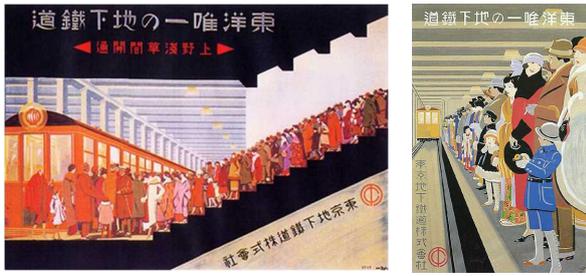


写真3 開業ポスター

2. 銀座線リニューアル計画

(1) 目的

開業から 94 年が経過した現在も銀座線は多くのお客様にご利用いただいている。銀座線沿線は浅草のように歴史があり、日本の文化を伝えられる街や日本屈指の商業地である銀座、オリンピック・パラリンピックにより建設された新国立競技場がある外苑前、ファッションや音楽など様々な最先端の情報を発信し続ける渋谷など様々な魅力ある東京を代表する街をつないでいる。

銀座線がこれからも安全を追求し、お客様視点に立った質の高いサービスを提供することで、今まで以上にお客様をはじめ地域の皆様に愛され続ける路線であるために、駅改装や車両更新など様々な施策から構成された銀座線リニューアル計画を推進した。本稿ではその概要について紹介する。

銀座線リニューアル計画を推進するにあたっては、完成まで長期に及ぶ様々な施策を個別に実施するのではなく、一つのコンセプトで括り、統一的に一貫して全ての施策を推進することが銀座線全体の魅力を向上させるうえで重要となると考えた。

そこで、銀座線が持つ日本最古の地下鉄として東京の街をつないできた歴史を大切にしながら、先端の機能やサービスを取り入れ、発信する路線としてのイメージの定着を目指し、「伝統×先端の融合」をリニューアルコンセプトとして設定した。

更に、各リニューアル施策の実施に向け、地下鉄を単なる移動手段として捉えるのではなく、銀座線をご利用いただくお客様にいかにも魅力的な経験（価値）を提供できるかという観点から検討するため、社内で部門横断的なワークショップを開催した。ワークショップでは、銀座線をご利用いただいているお客様へのインタビューや銀座線で勤務する現業社員へのヒアリング、他社事例の調査など様々な活動を行い、銀座線の抱える課題や資源について検討を行った。

これらの活動から得られた知見をもとに、リニューアルコンセプト「伝統×先端の融合」をお客様の望ましい経験という観点から補完する概念として、①駅にいながらまちとの近さやつながりを感じることができる「まち

の地下1階」、②銀座線をご利用いただくことで遊び心ややすらぎを感じることができる「特別だから行きたくなる」、③全てのお客様にとってスムーズで分かりやすい移動を提供する「スマートな旅がある」を設定した。

これらの望ましい経験を銀座線の大きな特徴である「地上にもっとも近い地下鉄」として体系的にまとめたものが図-1である。



図-1 路線コンセプト体系図

体系化されたコンセプトに基づき、各施策を展開することで、“路線”として統一された銀座線の価値をお客様に提供していきたいと考えている。

リニューアルにあたっては、銀座線の各駅を5つのエリア（下町エリア（浅草駅～神田駅）、商業エリア（三越前駅～京橋駅）、銀座エリア（銀座駅）、ビジネスエリア（新橋駅～赤坂見附駅）、トレンドエリア（青山一丁目駅～渋谷駅））に分け、各エリアの特色を生かしたコンセプトに沿った駅改装を進めており、それぞれのエリア毎にお客様から広く駅のデザインを公募する「東京メトロ銀座線・駅デザインコンペ」を開催した。

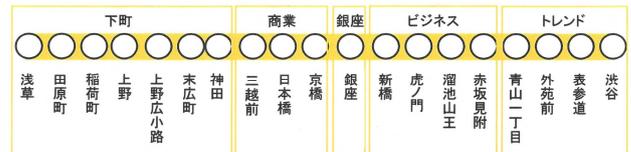


図-2 銀座線駅リニューアルにおけるエリアの考え方

(2) 駅デザインコンペの概要

2012年2月から2017年2月までの約4年間、下町・商業・銀座・ビジネス・トレンドの5つのエリアでデザインコンペを実施してきた。最年少は8歳から、最年長は84歳まで幅広い年齢層の方から総数約700作品の応募をいただいた。

各駅デザインコンペでは、エリアそして対象駅に合わせて特徴を活かした条件を設定し、飽きられないだけでなく、進化と面白みを感じられ、より多くのお客様からの参加に繋がるような仕掛けを考えて提案課題を設定し

た。



図-3 駅デザインコンペ応募ポスター

下町エリアから始まり 3 回目となる銀座駅デザインコンペでは、単なる駅デザインだけの募集ではなく、メトロに乗り、メトロの駅を利用することそのものが魅力的な経験となるため、提案者が考えるお客様にとって「望ましい経験」を提出課題とし、その「望ましい経験」を実現するための「駅デザイン」、「将来の駅のあり方を見据えた駅機能（人・空間・情報（広告含む））アイデア」を募集した。

また、駅デザインや駅における望ましい機能の検討にあたっては、地域の方々にも参画いただき、駅の望ましい姿について意見交換を図りながら進めた。

前述のとおり銀座線は、地上との近さが大きな特徴であることから地下にいながら地上の雰囲気を感じることができる「まちの地下 1 階」として沿線地域の皆様と連携しながら、魅力ある駅づくりを進めた。

(3) 駅デザインコンペ実施の目的

東京メトロを取り巻く方々（お客様、沿線地域の皆さま、社会そして社員）に対して、次の 5 つの価値を提供することを狙いとして、デザインコンペを実施した。

a) 駅や地域への愛着を育む

下町エリアから順に、5 つのエリアコンセプトに合わせて実施するデザインコンペを通して、その駅や地域のことを知っていただくことにより駅への愛着を育み、街と駅の将来を考えることで潜在的な価値や新たな気付きが引き出されることを期待する。

b) 外部専門家の参加により幅広い知見を吸収する

社外の専門家が審査委員として参加していただくことで、社内に幅広い様々な知見を得られることを期待する。

c) 東京メトロのメッセージを社外に発信する

デザインコンペの募集告知や入賞作品の展示会など、デザインコンペをきっかけとしたプロモーション活動を通して、当社の取組みや銀座線リニューアルと駅づくりにおけるメッセージ等を社外に発信し、より多くの方々の関心を喚起する。

d) 社員にビジョン共有を図る

審査過程の一つにメトログループ全体を対象とした社員投票を実施している。社員が銀座線リニューアルのコンセプトや取組みを知り、そして駅づくりの過程に直接

係わることで、ビジョンの共有を図っている。

e) 斬新でかつ実効性のある駅デザインの展開に繋げる
応募作品の一つ一つに含まれるデザインやアイデアは、言い換えれば日頃から銀座線をご利用頂いているお客様からの直接的なメッセージでもある。幅広い層から様々な視点で提案された斬新な提案に対して、駅づくりに係わる社内主要部門のメンバーで組織された審査委員会による厳しい視点で審査することで、斬新で実効性のある、実現化を見据えた駅デザインが選定される。

3. 駅デザインコンペからの展開

(1) コンペ結果の活用

銀座線・駅デザインコンペは、最優秀案となった作品をベースに設計を進めていく方法ではなく、応募作品から優れたアイデアやデザインモチーフ等を抽出し、駅デザインの基本的な考え方を整理し、デザインガイドラインとして取りまとめた上で、実施設計を進める。

(2) デザインガイドライン作成の目的

銀座線・駅リニューアルの設計・工事に先立ち、各駅的设计・工事を進める上で考慮すべきデザインに係る基本的なルールを定めたデザインガイドラインを作成した。

また、数十年が経ち時代や環境、人が変わったとしても、コンセプトやデザインをきちんと維持していくために、デザインガイドラインを活用していく。

(3) デザインガイドラインの概要

デザインガイドラインは共通編と、エリアごとに定めるエリア編を合わせた構成となっており、各デザインコンペ終了後に、入賞作品を分析し、各エリア編の作成および必要に応じて共通編の改訂を実施している。

a) デザインコンセプト

駅リニューアルに係るデザインコンセプトについて、体系的に整理した（図-4）。銀座線の全駅に展開し、駅リニューアルの基本となる「ラインデザインコンセプト」は「ゆめ+plus・まち-ism ああ頃感じた心躍る憧れ感 地上に広がる街への誘い」とした。

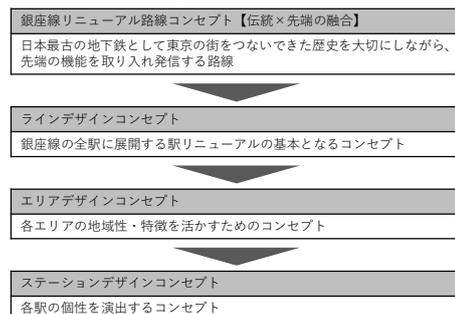


図-4 デザインコンセプト

b) デザイン適用範囲

駅のデザインは、銀座線全体のラインアイデンティティを形成する「ラインデザイン層」、ラチ外の駅デザインのベースとなる「エリアデザイン層」、ステーションデザインコンセプトを展開する「ステーションデザイン層」から構成される。

各駅の形状により異なるが、「ステーションデザイン層」が適用されるプラットホーム及び出入口上家を見て頂くと、各駅の特徴的なデザインを感じることができる。また、銀座線としての統一感とは、ファニチャやラインカラー等のアクセントで表現している。

c) 各種アイテムのデザイン方針

駅の内装や照明等に関するデザインだけでなく、自動販売機やポスターといったアイテムについてもデザイン方針を定めている。ガイドラインを策定する過程で、施工部門だけでなく、全部門で一つの駅空間をつくり・維持していくことを再確認した。

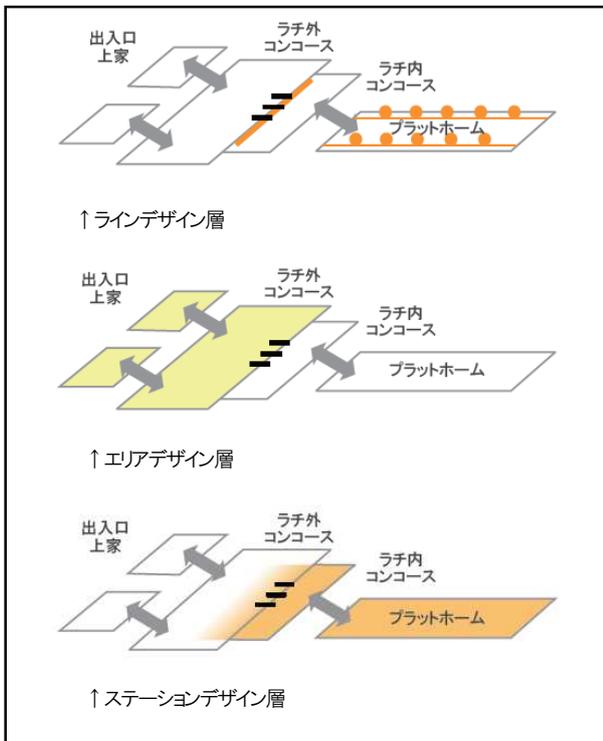


図-5 駅デザインを構成する3つのデザイン層

4. 各駅の設計概要

(1) 共通事項

設計においては、デザイン監修者が下町・商業・銀座エリアの各駅の設計内容を確認・相互調整・及び段階的にリニューアルが進められるようビジネス・トレンドエリアのコンセプト・デザイン指針、仕上げのスペックなどの基本構想としてまとめておくことで、各駅の改修計画におけるデザイン品質と一貫性を確保した。これらの

一連のプロセスを通じて、駅を使っていただく多くの方々に共感を頂ける、社会性と機能性を両立した駅舎リニューアルを実現した。

(2) アーカイブの活用

各駅には、開業当初からの残されている資源がありこれらを活用することとした。

銀座線浅草駅～新橋駅間の土木構造物が 2008 年に「選奨土木遺産」として認定された。国内で初めて、H 型鋼を大量に使用した鉄鋼框(てっこうかまち)構造を採用したことや、末広町～神田駅間の神田川の川底を通過するトンネルなど、貴重な土木構造物が多く存在することが認理由となった。浅草駅や上野駅などでは軌道内の鉄鋼框やリベット柱は現状の姿を残し、また神田駅や京橋駅は仕上げ材で隠蔽されていたリベット柱をデザインとして照明等で演出し、当時の土木技術を知ってもらう機会とした。



写真4 各駅の取組み

(3) 銀座駅

a) デザインコンセプト

銀座駅のデザインコンセプトは「「憧れの街」～人と街をつなぐ 光のゲートアベニュー」に設定した。このコンセプトの「憧れの街」の部分には、様々な顔を持つ銀座のまちが持つ共通の「上品」「優雅」「高級感」といった空気を持った「銀座らしさ」が溢れる「銀座のまちの地下1階」としての駅にするという想いが込められている。また、副題の「人と街をつなぐ 光のゲートアベニュー」には、銀座駅が東京メトロをご利用いただい

ているお客様と地上の銀座のまちをつなぐゲート（入口）としての役割を担うことへの想いが込められている。その実現のために、コンペの最優秀作品で提案された光の要素を用いることで、地上のやわらかい光が届いているかのような地下の駅空間となり、銀座線の車両が地上まで飛び出てきたような地上に溢れるレモンイエローの光が、地上と地下をつないでいる。

b) 駅構内デザイン

銀座駅構内は、駅構成が複雑な事からお客様より各改札が何線なのか分かりづらいという声を数多くいただいていた。問題解消のための手段としてデザインコンセプトの光を活用し、地上から降り注ぐ光を路線カラーに色分けして改札付近やホームを演出することでサイン効果を高めた。また、各線の改札内中央部天井に周辺建物を表示したオリエンテーションサインを設置し、視覚的に地上の街の方向性が分かるようにした。



写真5 コンコース

ホワイト」とした。また、光だけではなく異なるグラデーションパターンをデザインしており、銀座線は Ginza の「G」、丸ノ内線は Marunouchi の「M」、日比谷線は Hibiya の「H」といった頭文字を各改札のレイアウト形状である○、△、□にパターン化したデザインとすることで、銀座駅の複雑な構内において路線位置を把握しやすくした。

d) 側壁デザイン

銀座線のホーム側壁には、古き良き銀座の街並みのイメージをアルミパネルの削り出しによって一面に描いている。電車を待ちながら、移ろいゆく銀座の歴史を感じられ、銀座を訪れる多様な人々とまちを、世代・国・地域を越えてつなぐデザインとしている。

電車を待つ位置によって側壁に表現される銀座の風景が異なっているため、過去から現在までの様々な銀座の様子を日々楽しむ事ができるようになっている。

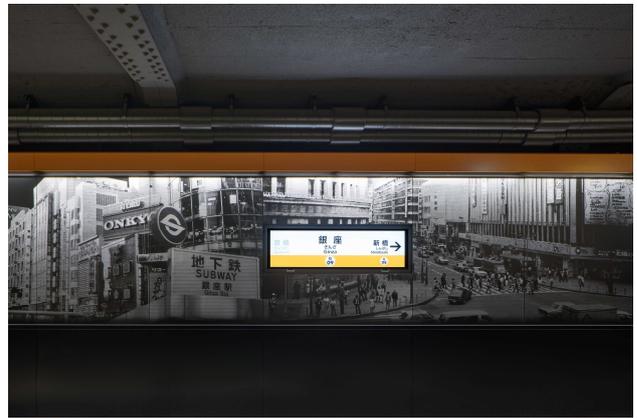


写真7 側壁



写真6 オリエンテーションサイン

c) 出入口デザイン

出入口は、門型の構えにより、銀座駅とまちをつなぐゲートを表している。路線ごとにまちと駅をつなぐ光の色をデザインしており、銀座線は「レモンイエロー」、丸ノ内線を「チェリーレッド」、日比谷線を「シルバー

銀座の 1934 年の開通から 2000 年代以降の変遷を側壁で表現するため、切削という技術による表現を採用した。フィルムや焼き付け塗装と異なり、凹凸があることで側壁に奥行きが生まれ立体的に銀座駅の変遷を感じられる空間を目指した。

凹凸の表現の他にもライン照明を施し、切削したアルミパネルを照らす事で凹凸がより際立つようにしている。

5. その他の取組み

(1) バリアフリー設備整備

銀座線をご利用いただく全てのお客様に安心・安全をお届けできるようバリアフリー設備の更なる充実を図っていく。銀座線は、開業当時の構造を現在も活用している駅が多いため、駅構内全体が狭あいであり、天井の高さが低い箇所も存在するなどの構造上の課題を多く抱えている。また、多くの駅が都心部に位置することからエ

エレベーター等のバリアフリー設備の整備に向けた用地取得なども厳しい制約があることから整備が遅れていた駅においても、リニューアルに合わせて、これらの課題を解決し、ホームから地上までエレベーターによるバリアフリー1ルートの整備、多機能トイレの整備に加え、駅構内に点在する小さな段差の解消や1ルートが整備された駅についても更なるバリアフリールートの追加を推進した。

(2) ホームドア整備

ホームから線路内への転落事故や、ホームにおける列車との接触事故を防止するためホームドアを整備している。銀座線は狭隘な駅が多く、ラッシュ時間帯における混雑が著しい駅も存在するなど、ホームドアの設置に向け課題が多く存在していたが、ホームでの更なる安全性の確保をするためにリニューアルに合わせすべての駅でホームドアの整備を行った。

(3) 新型車両の導入

銀座線では車両更新を実施した。車体デザインは地下鉄開業当時から約40年間にわたり親しまれた旧1000形をモチーフとし、当時の車体色であるレモンイエローを再現するなど、レトロ調のデザインとした。1000系車両はこれらの機能やデザイン等が評価され、2013年に地下鉄車両として初のブルーリボン賞を受賞した。



写真-8 銀座線 1000 形

6. おわりに

銀座線は、今年で開業して 94 年が経過した。今でも東京の魅力ある様々な街を繋ぎ走り続けている。この銀座線リニューアルを通じて、街とインフラが一体となっていくためには、駅や車両を移動機能として捉えるのではなく、パブリックスペースとして捉えユーザー目線で作り上げる重要性を感じた。路線として統一された銀座線の価値をお客様に提供し、これからも長年の伝統を受け継ぎながら、安全と安心の洗練されたサービスで様々なお客様に対して「豊かな旅の経験」を提供したいと考える。

(2021.10.1 受付)