

## 第13回 運輸政策セミナー

## 百年の歴史を持つ地下鉄における現代性と革新性

平成11年5月28日 運輸政策研究機構 大会議室

1. 講師 Yo Kaminagai パリ交通公社 デザインユニット・マネージャー

2. 司会 小林良邦 主席研究員

## 講演の概要

1 RATP(パリ交通公社)のプロフィール  
RATPは、パリ市(人口210万人)とイル・ド・フランス州(人口1,200万人)において4つの公共交通を運営している。

- ・地下鉄: 14路線, 4.5百万人/日
- ・バス: 290路線, 3.1百万人/日
- ・RER(急行郊外列車): 2路線, 1.4百万人/日
- ・トラム: 2路線, 10万人/日

平日で合計9.2百万人/日の旅客輸送を行っており、従業員は38,300人、年間予算は、運営費 = 200億フラン、建設費 = 50億フランである。

## 2 RATPと都市

RATPは交通会社であるだけでなく、都市生活を充実するアーバン・アクターでもあり、ホームレスの救済なども行っている。

モビリティの良い都市は活気がある。RATPでは、物理的なモビリティだけでなく、情報提供等心理面でのモビリティも重視している。特に、パリは

交通機関のストも多いため、運行状況の情報が重要である。9月の新学期に新生をガイドすることなども行っている。

また、乗客は、車両だけでなくホームや通路にいる時間も長いいため、それらの空間整備にも力を入れている。

すなわち、RATPは交通 + 空間整備 + 情報提供を行う会社である。

## 3 デザインとRATP

デザインには、車両等のプロダクトデザインだけでなく、案内表示等のグラフィックデザインや環境デザインも含む。環境デザインとは、ホーム内の禁煙を遵守させるため、入口にわかりやすい灰皿を配置することや、ホームや通路の空間デザイン等である。

デザインとは、いかにして美しいもの・快適な空間を創るかの考え方である。地下鉄は1900年にでき、それらの中には残すべき貴重なものも多い。

落書きを隠し、美しい昔の石を浮かび上がらせるような様々な工夫をしている。ホームレスを追い出すため、ベン

チを撤去したりすることもある。

人々が公共交通を利用する場合、整備不良、ホームレス、ストライキ、混雑等、不快な状況に会うことがある。そのような状況を減らす努力をすることもRATPの仕事だが、そのようなことを全廃することは不可能である。そのため、RATPは空間のプロデューサーとして、新たに快適な状況を創り出している。例えば、天井をきれいな色に変えたり、通路にあかぬけたポスターを並べショーウィンドーのようにしたりする。

## 4 最近のデザイン例

## 4.1 地下鉄

パリには380の地下鉄駅がある。1970年頃からそれらのリニューアルを行っているが、1970年のリニューアルは、天井には無頓着であった。1975年に行われたリニューアルでは、天井も見せる対象としてデザインしている。1987年のコンペで採用されたデザインでは天井を7色に塗り分け、より明るいイメージになっている。



講師: Kaminagai マネージャー



図 1 Gare de Lyon 駅

ホームは広く天井も高いため、天井の粗も比較的目立たないが、切符売り場や通路は狭く、粗が目立つ。そのため、最近では切符売り場や通路のデザインにも力を入れている。ケーブルを隠したり、照明やポスターにも工夫を凝らしている。

また、新しいタイプのインフォメーションセンターと券売機をデザインし、広げていっている。新しい券売機は1台で通常の切符の他、1週間券、1ヶ月券、定期券等が買える。また、コンピューターが券売機ごとに売れ筋の券をチェックし、売れる券の種類順に表示するようになっていっている。

案内表示は、そのデザインだけでなく、配置も重要であり、配置のガイドラインも創った。

地下鉄の入口は約1,100カ所あるが、表示が“M”、“Metro”、“Metropolitan”等ばらばらであった。そのため、今年から同じデザインの“M”をあしらった標識に統一し始めている。

昔は深い地下は怖かったが、最近では、デパート等の吹き抜けが増え、恐怖感も減少したため、深い地下を見せるデザインも増えている。RATP本社と地下駅の間には地下に明るい森を創った。

車両も低騒音の新しいタイプを導入し始めている。

最近では、地下鉄の中で過ごす時間を楽しくするような工夫をしている。コンコルド駅の壁に人権宣言の文字を並べたり、75mの天井画を描いたり、車内に詩を表示したり、コンコースでコンサ

ートを行ったりしている。

また、美術館等の協力を得て、毎月ショーウィンドーの中の展示を変えることもしている。

#### 4.2 RER(急行郊外列車)

RERは、SNCF(フランス国鉄)との共同運営であり、デザインも共同で決めなければならない。1970年代にデザインされた駅が多い。人々は、100年、60年前のデザインは好きだが、この20年前のデザインがきれいになっている。しかし、20年後にはまたこのデザインが好きになるかもしれない。飽きないデザインの検討、RATP自体の交通との差別化が課題である。

#### 4.3 バス

60年代のバスは個性的であったが、70年代以降あまり変化がなく、没個性になっている。現在、新しいデザインにトライしている。

ディーゼルでも走れる低床式のガイドウェイ・トロリーバスがあるが、来年からは、ガイドウェイをはずれることもできる新タイプのバスも導入する。

バス停の屋根・壁は、町が広告会社に頼んで造っているため、ガラス壁の上にポスターが貼られ、見えにくくなってしまっている。

バス停にはGPSでバスの到着予定時間がリアルタイムでわかるシステムがついている。バスの路線をわかりやすくするため、色を変える工夫もしている。

#### 4.4 トラム

トラムは2路線だけだが、停留所だけでなく、道全体をきれいにしている。フ

ランス全体がブームでトラムを増やしたが、かなり混んでおり、需要に追いつかない路線もある。

#### 4.5 企業

RATPのトレードマークの緑の円はエコロジーを示し、中の青の波線はセーヌ川と女性の顔を示す。電車・バスの車両も切符もパンフレットも広告も、同じ緑+青+白でデザインしている。

### 5 デザインの意義

RATPは交通をベースとしながら、デザインを通して交通以外の機能でより価値を高めている。

また、デザインは、快適な環境を創り出し、人々に心のゆとりを与える。

そして、デザインは、公共交通を文化にすることができる。

#### 質疑応答

Q1 デザインにかかるコストはどう考えているか?

A1 最初は政府やマスコミは反対していたが、乗客の評判が良く、乗客数も増え、変わってきた。また、最初だけは金がかかるが、長い目で見れば得。コンセプトは「デザインを使ってコストを安く」である。

Q2 ホーム等の広告を選ぶ基準は?

A2 ホームの広告は4m×3mに統一し、質を高め、数を減らしている。通路は2m×1.5mで少しごちゃごちゃしているのでリズムを作ろうとしている。

Q3 ユニバーサル・デザイン(バリアフリー)はどう考えているか?

A3 ハンディキャップ協会と一緒にサインの工夫や自転車の乗り入れ禁止等を行っている。

Q4 デザイン面等で車両等に関する規制はあるか?

A4 RATPが自主的に自治体と一緒に規制している。政府の干渉はない。RATPが自治体を結びつけている。

(とりまとめ: 運輸政策研究所 室田篤利)

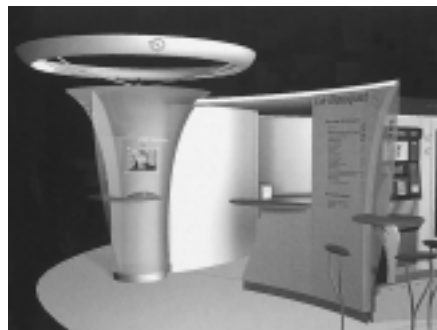


図 2 サービスコーナー



図 3 RATPのトレードマーク