

コロナ禍の影響を踏まえた東京メトロの取組み



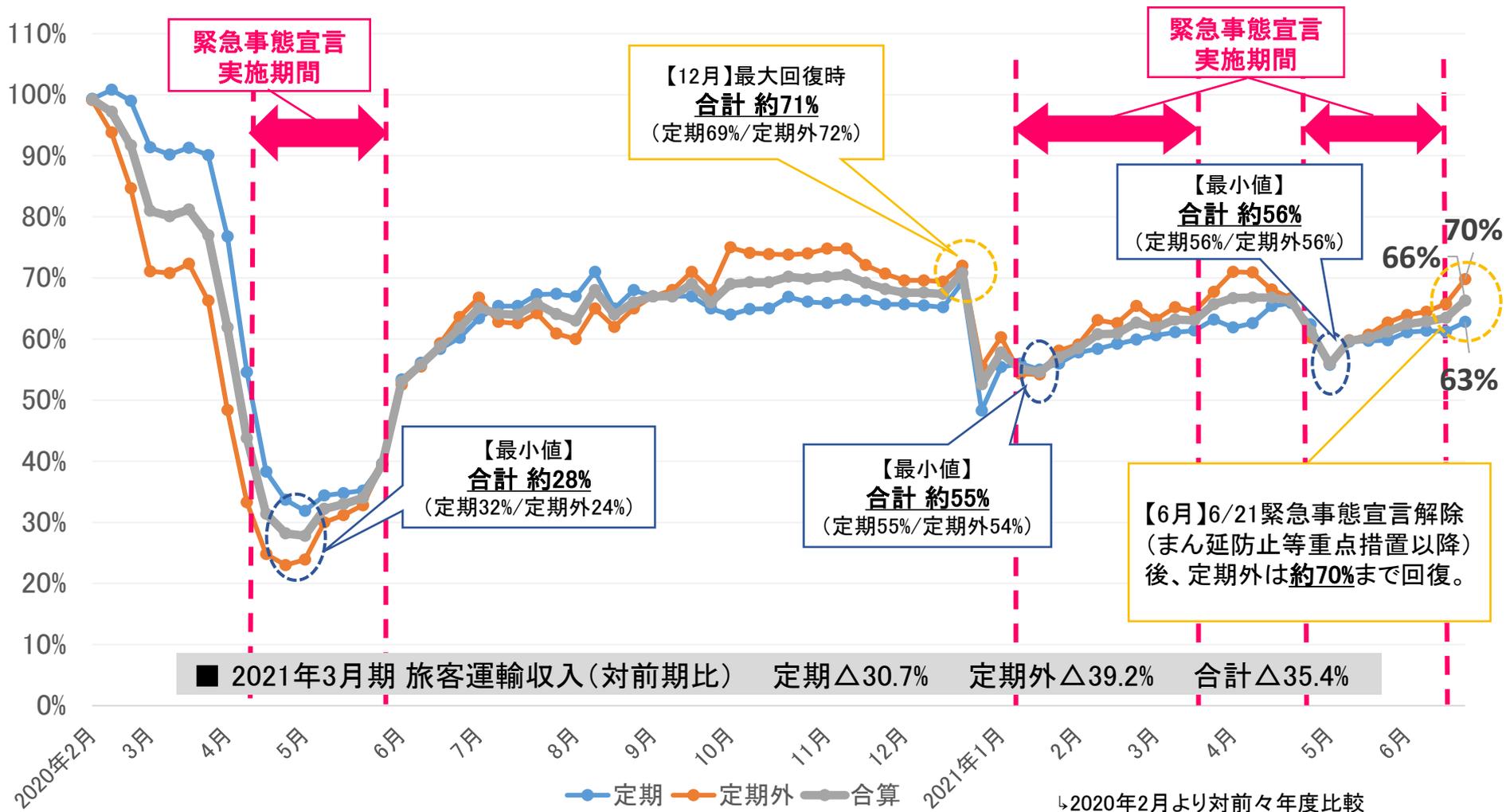
▲虎ノ門ヒルズ駅(完成イメージ)

2021年7月5日
東京地下鉄株式会社
常務取締役 鉄道本部長 野焼 計史

1-1 ご利用状況推移(平日・終日)

➤ 2020年4月の第1回目の緊急事態宣言では、2019年度比28%まで落ち込んだものの、その後最大約71%まで回復、2回目以降の緊急事態宣言では落ち込みが小さく、足元では回復傾向にある。

《東京メトロ全駅自動改札機出場データ(平日・終日)ご利用状況推移》



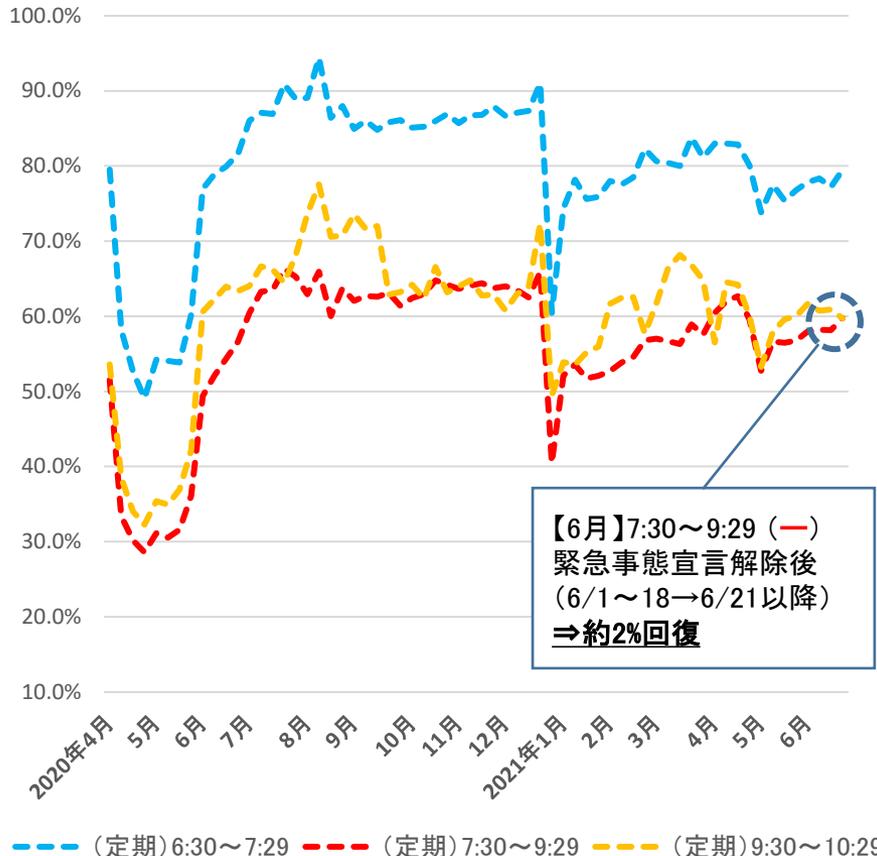
※東京メトロ全駅の自動改札機出場枚数: 2020年2月~2021年1月は対前年の値、2021年2月~は対前々年の値と比較

1-2 ご利用状況推移(平日・朝ラッシュ時間帯とその前後)

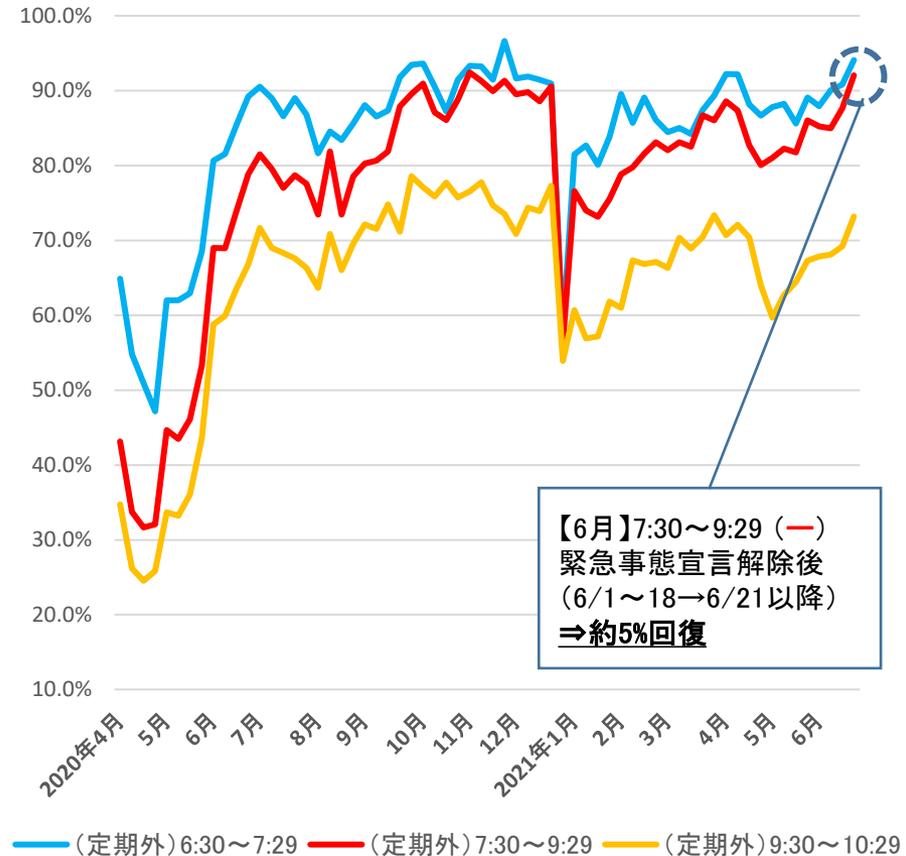
- ▶ 定期よりも定期外の回復傾向が顕著である。(定期から定期外へのシフトが想定される。)
- ▶ 定期については、ピーク時間帯が引き続き早まっており、定着したと考えられる。

《東京メトロ全駅自動改札機データ(平日・朝ラッシュ時間帯)ご利用状況推移》

定期



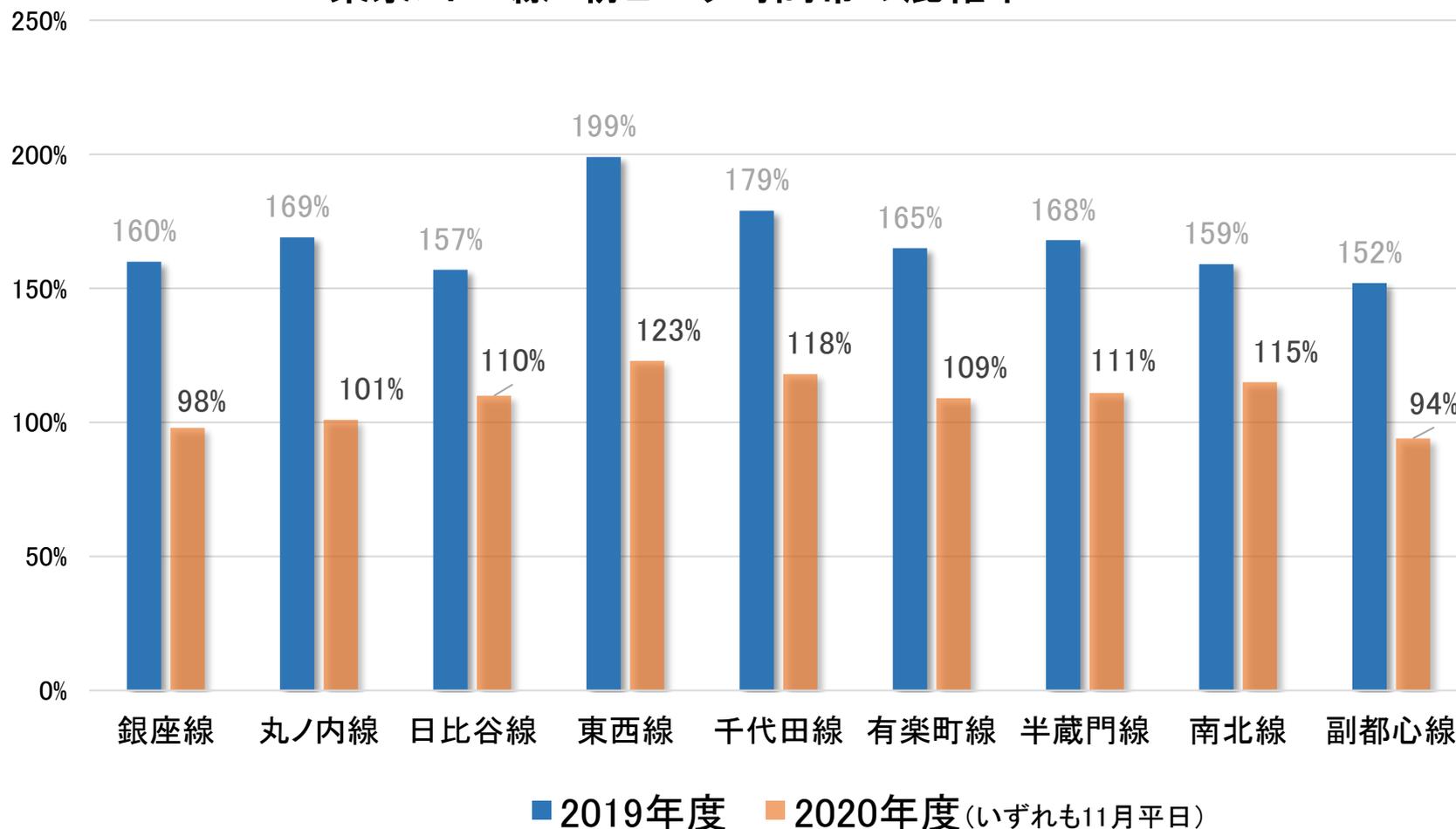
定期外



1-3 路線別混雑率(平日・朝ラッシュ最混雑1時間)

➤ 各路線の最混雑区間における混雑率は、東西線(木場・門前仲町間)が最も減少が大きく(△76%)、南北線(駒込・本駒込間)が最も小さい(△44%)。

《東京メトロ線 朝ピーク時間帯の混雑率》



※最混雑1時間

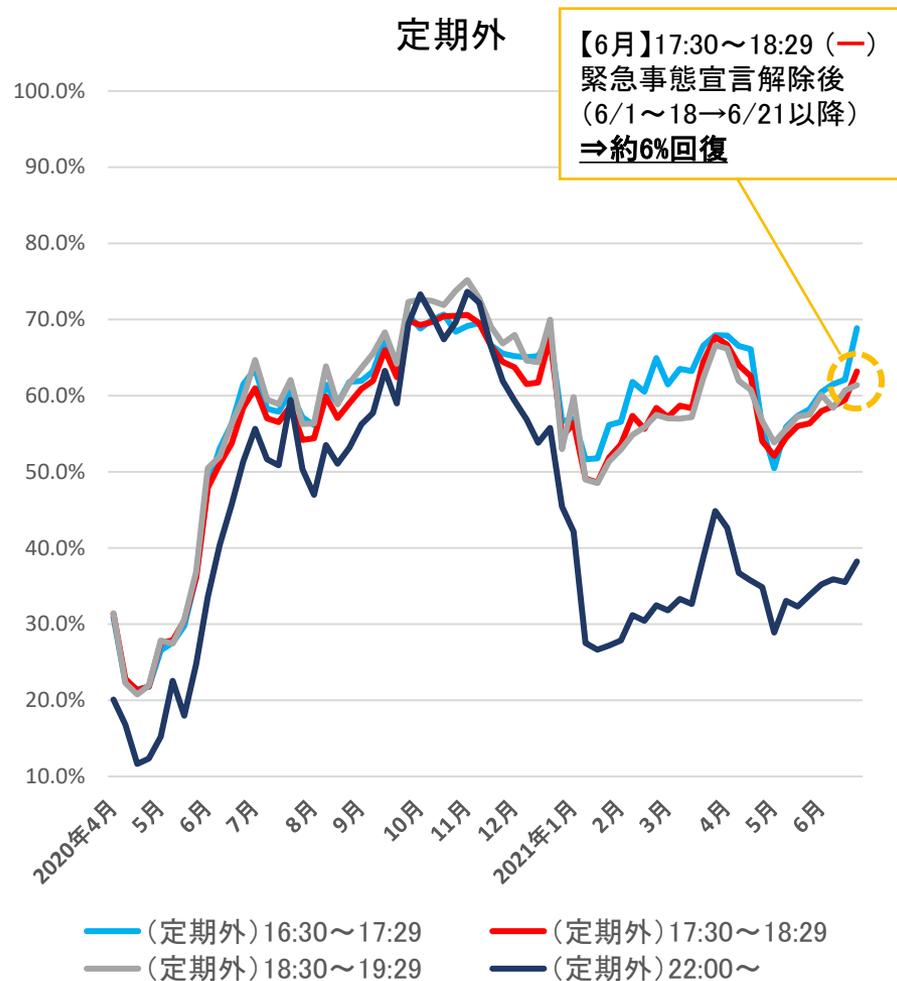
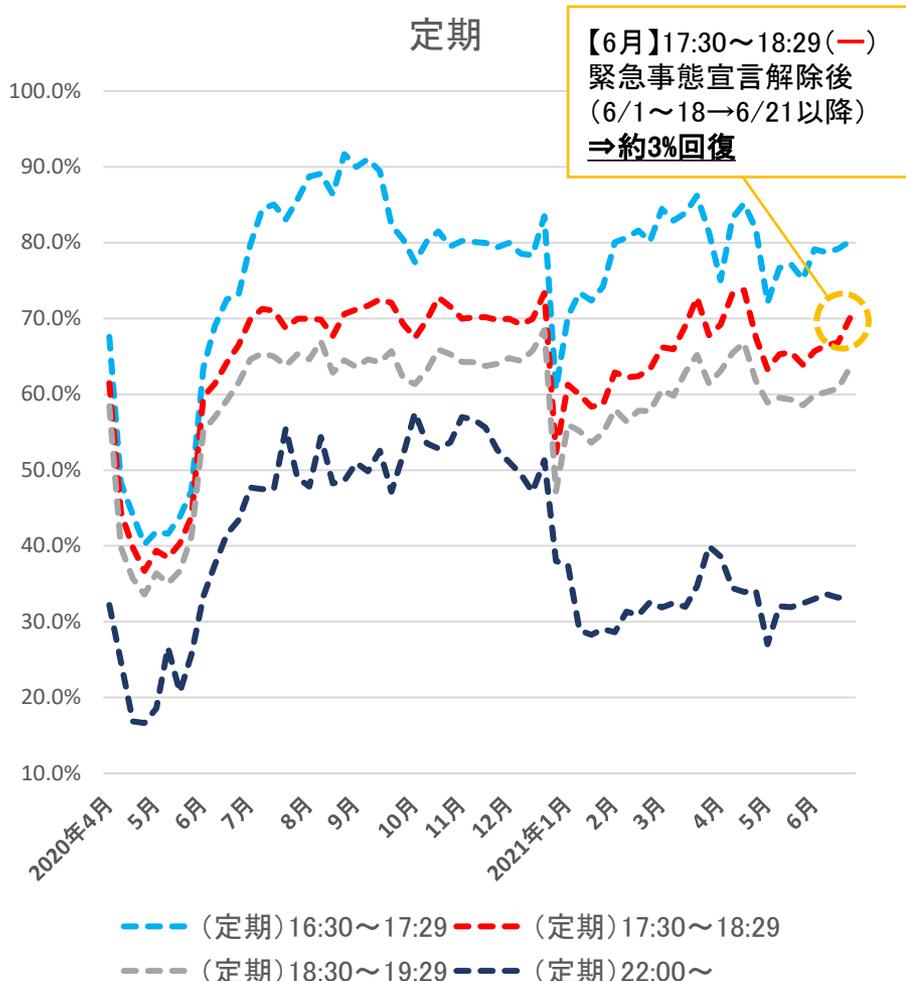
【8:00~9:00】銀座線、丸ノ内線、半蔵門線、南北線 【7:50~8:50】日比谷線、東西線 【7:45~8:45】千代田線、有楽町線、副都心線

1-4 ご利用状況推移(平日・タラッシュ時間帯とその前後・深夜帯)



- 定期については、ピーク時間帯が引き続き早まっており、定着したと考えられる。
- 深夜時間帯22:00以降のご利用は、定期・定期外ともに大幅に落ち込んでいる状況である。

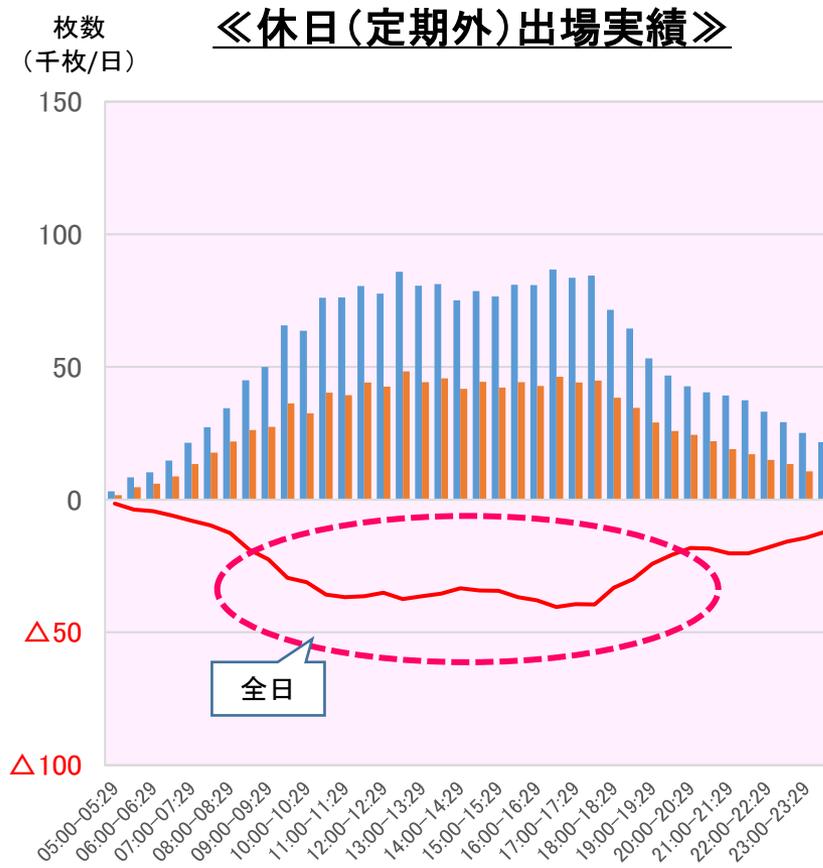
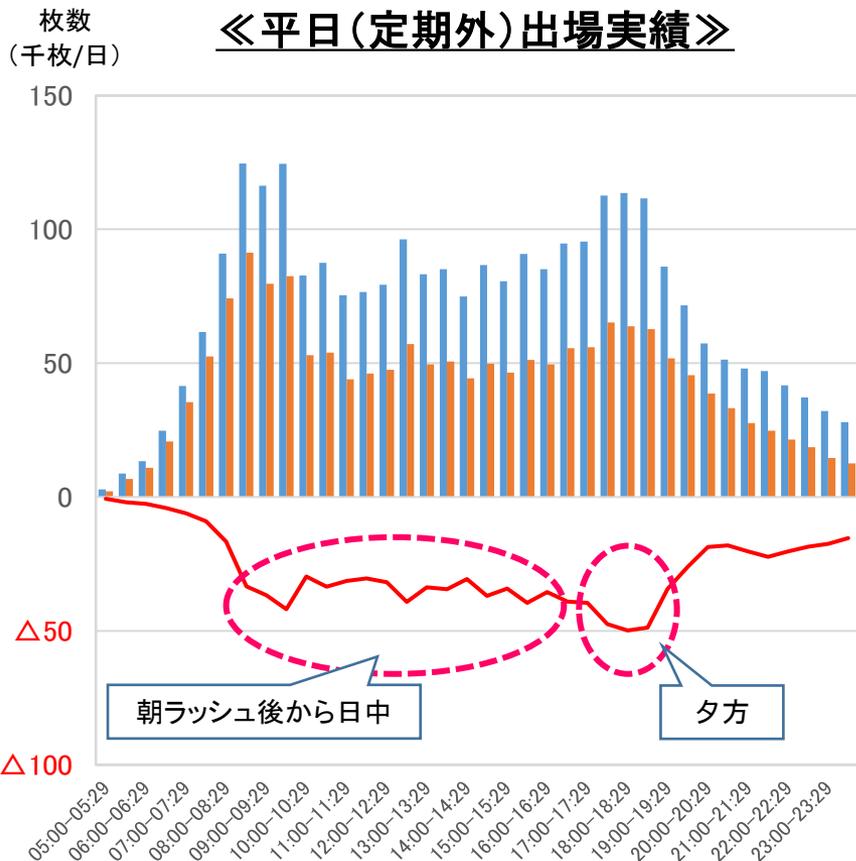
《東京メトロ全駅自動改札機データ(平日・タラッシュ及び深夜)ご利用状況推移》



※東京メトロ全駅の自動改札機出場枚数: 2020年2月~2021年1月は対前年の値、2021年2月~は対前々年の値と比較

1-5 ご利用状況推移(平日・休日 定期外)

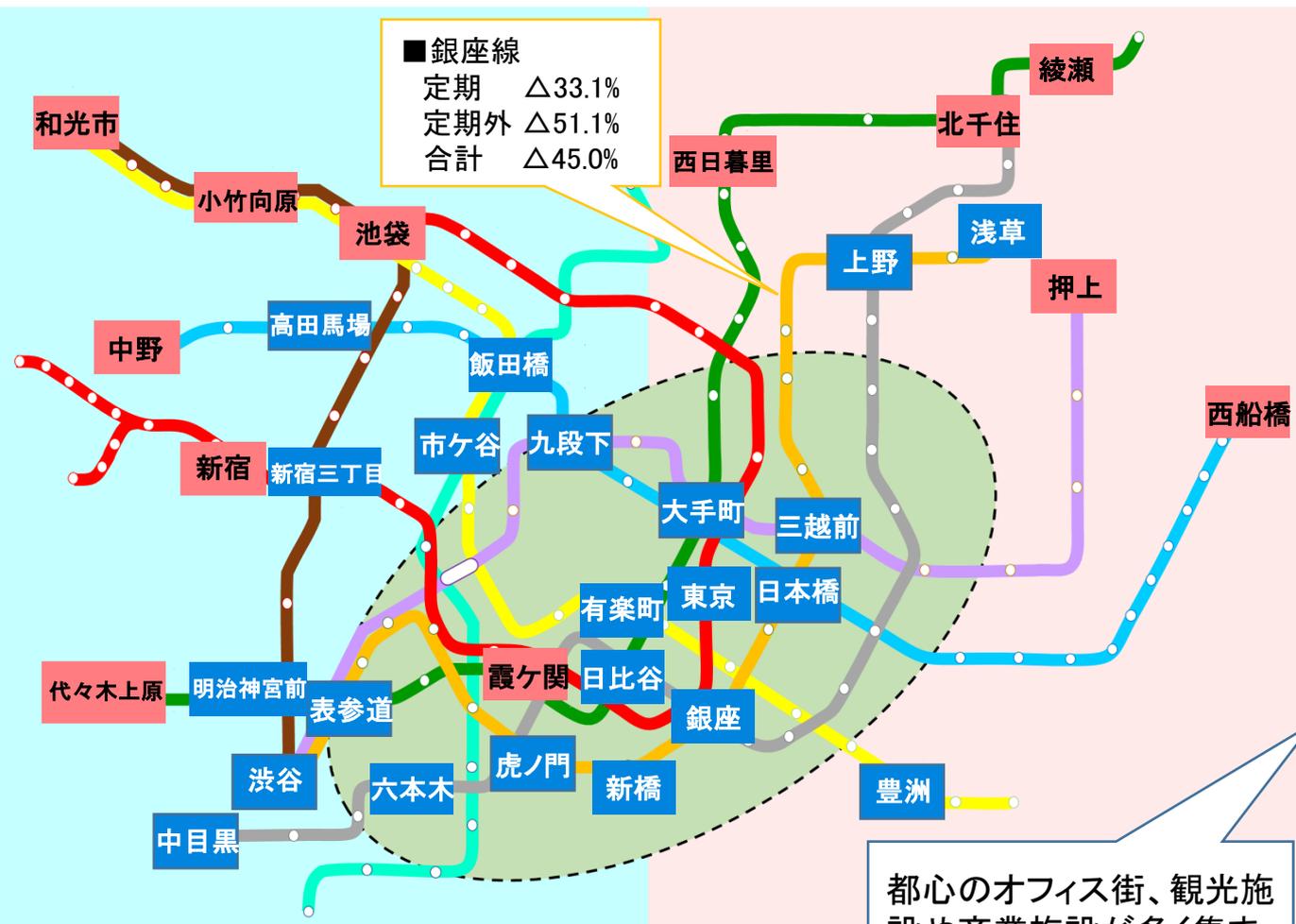
- 平日は、日中から夕方の時間帯において特に減少しており、ビジネス目的の都心部の移動や、勤務後のプライベート利用の減少が推測される。
- 休日は、全日ご利用が減少しており、買い物や観光などの出控えの影響が顕著に見られる。



■	2019年度第4四半期(累計) 一日平均出場枚数(千枚/日)
■	2020年度第4四半期(累計) 一日平均出場枚数(千枚/日)
—	2020年度第4四半期(累計)-2019年度第4四半期(累計) 増減量(千枚/日)

1-6 1日平均乗車人員増減率比較(2019年度比)

➤ オフィスや観光スポット、商業施設を擁する都心部の駅のご利用の減少率が大きい反面、都心周縁部の他社線との乗換駅や接続駅の減少率は比較的小さい。



■駅所在地別 前期比増減率

都心3区 (千代田区、中央区、港区)	△37.4%
都心3区以外	△32.3%
東部	△29.7%
西部	△34.5%
全駅計	△34.2%

■1日平均乗車人数 前期比増減率 <<下位15駅>>

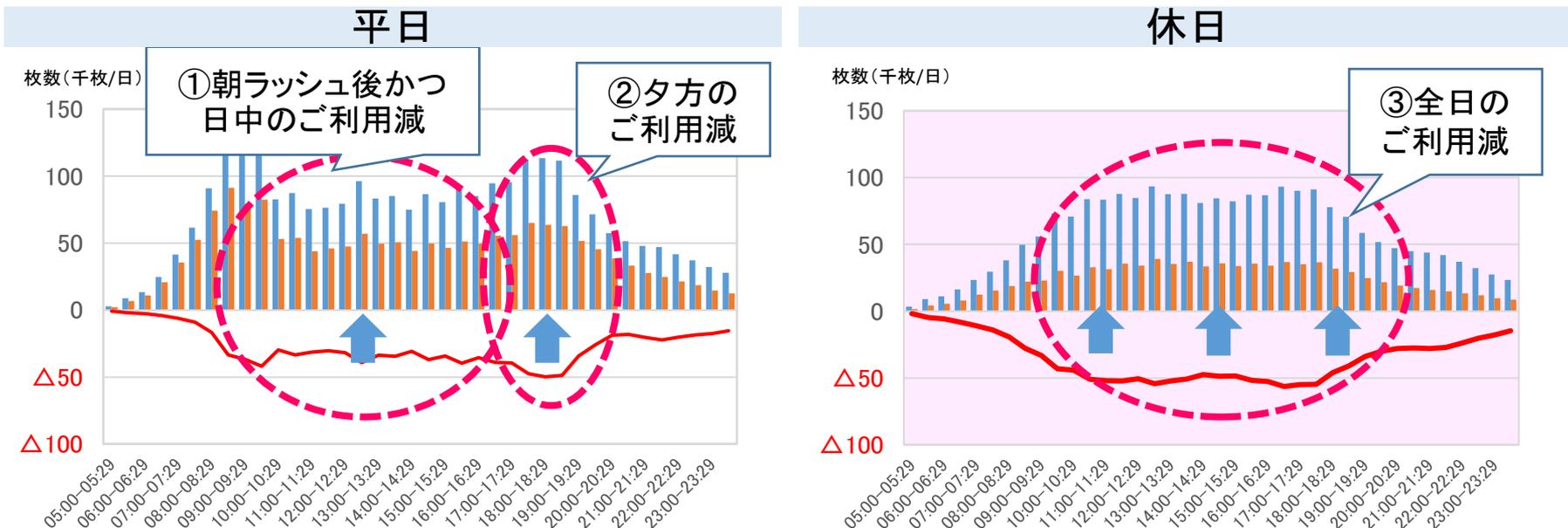
駅名	対前期比増減率
早稲田	△48.7%
浅草	△47.7%
東大前	△47.0%
六本木	△46.6%
本駒込	△45.7%
溜池山王	△45.5%
赤坂見附	△45.4%
銀・渋谷	△44.6%
西早稲田	△43.3%
六本木一丁目	△43.0%
外苑前	△42.8%
明治神宮前	△42.7%
神谷町	△42.5%
日比谷	△42.5%
銀座	△42.2%

※2020年3月期におけるご利用の多い上位30駅と浅草、虎ノ門、日比谷、明治神宮前を記載

都心のオフィス街、観光施設や商業施設が多く集まるエリア、大学の最寄り駅は減少率が大きい。

2-1 需要創出に向けた取組み

➤ 定期外需要の創出に向けて、24時間券等の企画券の活用、ポイント還元の上積みに加えて、新たに実質乗り放題サービスを試行するとともに、駅周辺施設、目的地との連携を積極的に行う。



① 平日日中の需要創出

⇒『シニア東京メトロ24時間券』
『デイトムポイント』の新設

② 勤務後のプライベート需要創出
定期旅客の囲い込み

課題

③ 時間帯問わず、休日のお出かけ需要創出

⇒『休日メトロ放題』、ホリデーポイント上積み等の実施

目的地との連携 (City Tourism)

・ご利用の落ち込みの大きい都心の商業施設や美術館等と連携したサービスを提供し、東京の魅力との相乗効果を目指す。

⇒都市内観光施設入場券等と『Tokyo Subway Ticket』のセット発売、『ものみゆさんくーぽん』など

▶ 『シニア東京メトロ24時間券』

65歳以上のお客様を対象に
通常よりも100円お得な500円で発売



シニア東京メトロ24時間券 (イメージ)

▶ 『休日メトロ放題』

登録料月額2,000円で
1か月の土日・祝日が実質乗り放題

メトロに乗って、ポイント貯めよう。




▶ 『ものみゆさんくーぽん』

企画乗車券ご購入のお客様を対象に
三井不動産が運営する商業施設でご利用いただける「ものみゆさんくーぽん」をプレゼント



▶ 都内観光施設入場券等と『Tokyo Subway Ticket』のセット発売



東京スカイツリー®展望台入場券のセット発売



Tokyo Subway 24-hour Ticket

東京スカイツリー展望台入場券

セット発売(オンライン)

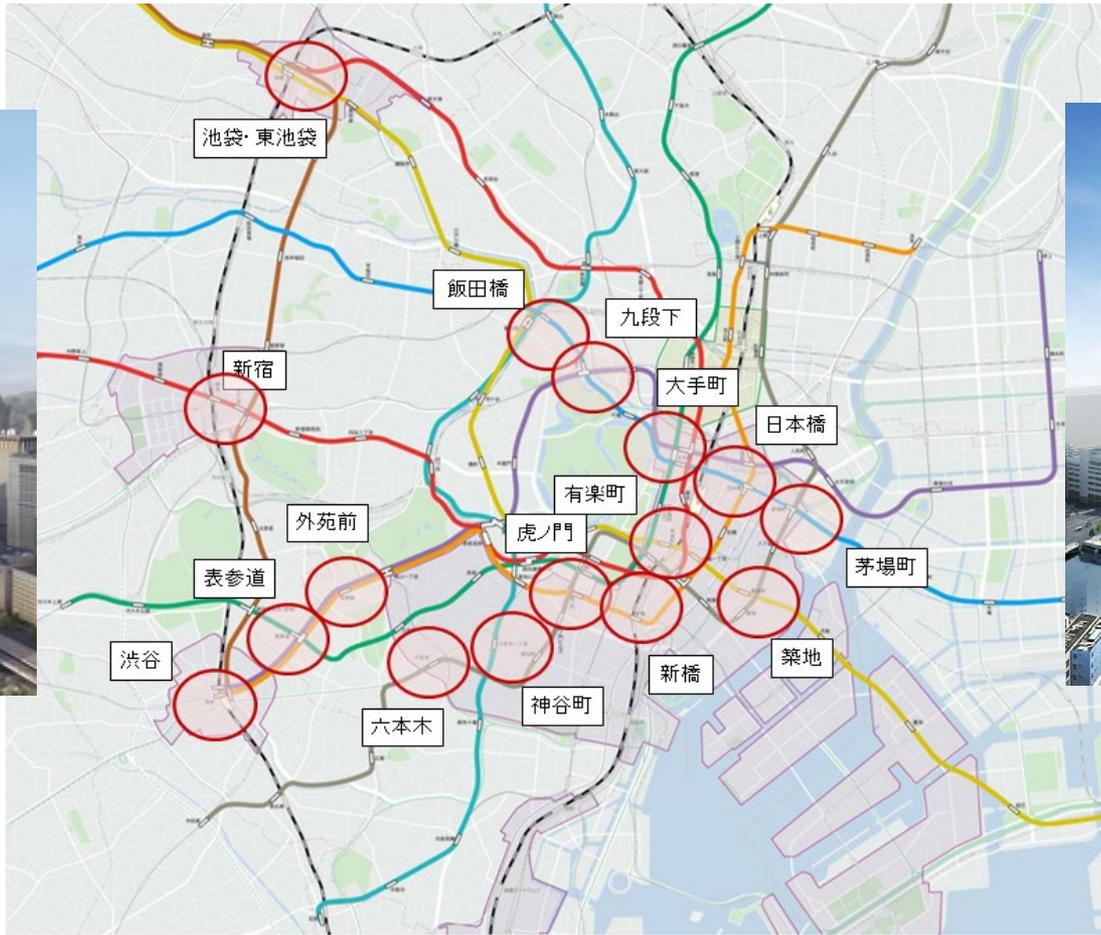
3 まちづくりとの連携

- 都心部では、コロナ禍であっても特定都市再生緊急整備地域を中心に数多くの質の高い都市開発計画が進行している。
- 駅周辺で都市開発を検討している開発事業者や行政、地元エリア等と連携しながら、「まちの顔」となるような魅力的な空間の構築を図り、ゆとりあるパブリックスペースを整備するとともに、魅力的な駅へと変化させることで、東京の更なる国際競争力の強化に貢献していく。



(A棟)

(B棟)



▲日本橋一丁目
中区第一種
市街地再開発事業
(銀座線・東西線日本橋駅)

▲大手町二丁目
常盤橋地区第一種
市街地再開発事業
(東西線大手町駅)

4 ポストコロナに向けた東京メトロの取組方針

➤ ポストコロナにおける社会・行動変容を見据え、「選ばれる鉄道会社」となるため、新たに「安心な空間」「パーソナライズド」「デジタル」の3つのキーワードを設定しました。これまでの取組を着実に進めるとともに、新たな取組にも積極的に挑戦してまいります。

- : 3つのキーワード
- : キーワードに基づく当社施策

~安心で、持続可能な社会へ~
「選ばれる鉄道会社」 (サステナビリティ重要課題(マテリアリティ))

安心な空間

パーソナライズド

デジタル

- 自然災害対策
- ホームドアの整備
- 新型車両の導入
- 駅構内や車内の消毒・抗菌
- 混雑時間帯を避けたご利用の分散
- 視覚障がい者向けナビゲーションシステム『shikAI』の提供
- 駅・まち一体となったゆとりある空間の整備
- 個室型ワークスペース等

- 大都市型MaaS『my!東京MaaS』によるサービス展開
- 『東京メトロmy!アプリ』への機能追加
- メトポを活用した取組み(デタイムポイントの新設、休日メトロ放題のトライアル)
- 東京の都市内観光『City Tourism』需要を創出する仕組み

- 列車混雑計測システムの活用
- 車両情報監視・分析システム(TIMA)の活用等CBMに関する取組み
- デジタルを活用した業務変革等

