

通勤電車を「乗りもの」 としてもっと魅力的に



東京大学大学院工学系研究科(社会基盤学) 教授 **家田 仁**

Ieda Hitoshi

鉄道車両の進化が目覚ましい。JARTSなどが標準化したSTRASYAやJR東日本のACTでは、車両の軽量化などをはじめとする数々の技術的な工夫が極めて精力的に進められ、エネルギー消費量などもかつての半分近くにまで改善されている。LCAや廃棄物面などでも大幅な向上が図られているという。実に素晴らしいと思う。かつて鉄道会社の経営トップ自らが「寿命半減、コスト半減」という大胆とも言える目標を提示して、技術開発に強力なモーメンタムを与えたのが、現在こういうところに現れてきているのだろうと思う。もちろんもし開発が失敗したらトップが責任をとらなくてはならないが、これからの技術開発というものはこういうビジネスモデルでなくてはいけないなあ、と当時大いに感服した。

Profile

1978年 東京大学土木工学科卒業、日本国有鉄道入社
1984年 東京大学助手
1986年 東京大学助教授
1995年 東京大学教授、現在に至る。
この間、1988-1989 西ドイツ航空宇宙研究所客員研究員、1993-1994 フィリピン大学客員教授(JICA専門家)に派遣。

専門は、国土・交通・都市計画。著書に、「東京のインフラストラクチャー」(技報堂)、「それは足からはじまった～モビリティの科学」(技報堂)、「都市再生～交通学からの解答」(学芸出版社)、「東京の交通問題」(技報堂)ほか。

今、タイのバンコクでこの原稿を書いている。実は、アジア途上国の都市鉄道整備推進に関係したフィリピンとタイへの出張で、わが国の優秀な通勤鉄道システムを紹介した。昨日はつい先頃開通したバンコクの地下鉄に乗り、一昨日はマニラの一番新しい高架鉄道に乗った。どちらもわが国がいろいろな面で協力貢献して完成したものだ。

感想を一言。車両にはATOなども採用され線路も直結系で技術面ではよくできている。駅の施設なども悪くない。マニラでは3路線目の高架鉄道、バンコクではスカイトレインについて2路線目の鉄軌道マストラになるので、運行面やマネジメント面もまあそれなりに安心して見ていられる感じた。

ところが、どうも何かが足りない。何か?どうも「乗りもの」としての魅力がもう一つのような気がする。車内も駅も妙に広々とはしているが、機械的・直線的で機能一点張りの作りでキレイではあるのだが、どうも殺風景で、美しさとか、楽しさとか、人間的な心地よさとか、そういったところに少々欠けるように思う。車両の外見もすごくスマートとは、率直な話いいにくい。

マニラでは、「ジブニー」という有名なパラトランジットがある。塗装、ライト、飾り物などに凝りに凝った派手なデコレーションが有名だ。何でお金をかけてあ

んなに飾りまくるかという、オーナーの自己満足もさることながら、競争の激しいジブニー輸送界では、やはりきれいなジブニーの方が旅客を取れるということのようだ。そのマニラで都市鉄道を作る以上、やはり「乗りもの」であることを考え、マニラっ子のこうしたメンタリティに配慮してデザインしたらもっとユニークで面白い通勤列車が登場したかもしれない。

やはり、いくら性能が良いとはいっても、何しろまずは顧客に好きになってもらわない限り、話は始まらない。デザインについても、有名なストラスプールのLRTを初めて目にした時のような感動を与えて欲しいものだ。バンコクのスカイトレインでは、つり革フレームやロングシートの形状に面白い曲線形状を活かしたりしている。ストックホルムの地下鉄では、各駅ごとにアーティストを募集して駅内の壁面をユニークで魅力的にデザインしている。モスクワの地下鉄駅もちょっと趣旨は違うもの観光の対象にさえなっている。やはり、「嫌いだけどやむをえず乗る」通勤電車から脱却し、「好きだから乗る」通勤電車を目指したいではないか。

恐らく、このように書くと、通勤鉄道ではそこまでやらないでいいのではないか、どうせ混雑した列車なのだからアコモなど何でもいいのではないか、という反発があらうかと思う。もう20年近くも前のことである。山の手線でラッシュ時の「無座席車両」というのが導入された。筆者は、ちょうど混雑費用評価の研究をやっていた頃で、立ち席者旅客を含めたラッシュ時の乗客全体の快適性を向上するものとして、この施策を歓迎した。ところが、ニュースステーションの久米宏氏は「これでは家畜車だ。乗客をバカにするな」と評した。彼がラッシュ時の列車に乗っているとはとても思えないが、それでもマスコミを含めた一般顧客の社会的受容（PA）というものにはやはり気を配らなくてはならないと痛感した。社会へのアピールはすべてのアクションの「はじめの一歩」であるべきだ。

海外でわが国の鉄道システムをアピールする時なども同様ではないだろうか。どうしても性能面やシステム面などを強調したくなる気持ちはわかるのだが、まずは「乗りもの」自体の直感的魅力が相手の意思決定者の気持ちをつかむものでなくては話にならない。デザインやアコモ面なども一般市民の気持ちをつかめるような魅力に満ちたものでなくては、意思決定者たちも支援しにくいものだ。付け加えると、やはり「コスト安」という点を、胸を張って主張できるような車両を作っていたいただきたいところだ。また、わが国には鉄道車両メーカーが何社もあると聞くが、これでは例えばS社などに比較して海外でのプレゼンスも、どうしても希薄になる。規模の経済を活かしてコストダウンを図ることなどを含め、戦略的なアプローチを期待したい。