



2026年10月26日
東京モノレール株式会社

お客さまをお迎えする拠点にふさわしいデザインへ 接客制服をリニューアルします

東京モノレール株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:宮田 久嗣、以下「東京モノレール」)は、16年ぶりとなる接客制服のリニューアルを行い、11月1日より着用を開始します。

当社が掲げるブランドコンセプト「Tokyo Monorail Theater」は、「乗るたびにドラマがある。」をテーマに、列車1本1本を「シアター」と見立て、その観客たるお客さまに社員が一丸となって感動と満足を提供することを目指していますが、この度、駅社員・乗務員の制服を、お客さまをお迎えする拠点にふさわしいデザインに刷新します。

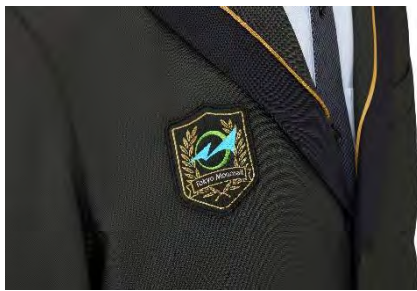
リニューアルにあたっては、実際に制服を着用する社員が参加するプロジェクトチームを作り、デザインから機能性まで複数回のアンケートを実施し、社員の意見を積極的に取り入れました。お客さまに近い社員の声を取り入れることで、お客さまから見た印象と社員の働きやすさの両方の観点から、デザインと仕様を決定しました。



1 新制服のポイント

(1) 基本デザイン

時代とともに歩んできた東京モノレールを、新時代に相応しい新制服へデザインしました。都会的なアーバングレーをジャケットとベストに採用し、襟元と袖、パンツにジャパンプルー(深い藍色)を施し親しみやすさを表現しています。また、アクセントに金ボタンとゴールドのパイピングを採用し、品格と優雅さを表現しています。ベストは、ゴールドラインにより直線的な東京モノレールと曲線的な山手線を表現したデザインとなっています。



(2) ジェンダーレスな制服

社員の声から、男性社員にもベストを導入しました。また、制帽については、男女でデザインを統一し、男女ともに違和感なく着用できる形を採用しました。全体のデザインは男女で統一していますが、仕様については、男女の体型の違いを考慮し、男女別に作成し、着心地の良さと動きやすさを確保しています。



(3) 通年で同一デザインの制服

夏制服・冬制服の切替を無くし、年間を通して同一デザインとすることで、社員個人の体調に合わせて薄手と厚手の2種類の生地から選択して着用できることとしました。

(4) 通年でネクタイの省略

快適さと生産性の向上を目的として、年間を通してネクタイの着用を省略します。シャツの前立てにネクタイ風のデザイン(繁栄を意味する市松模様)を取り入れることで、首元にネクタイが無くてもコーディネート全体が引き締まり、洗練された雰囲気を出しています。

(5) 機能面の工夫

サンプル制服を1ヶ月間実業務で着用し、シャツのポケットの数と大きさやベルトループの位置など社員の声を多く取り入れています。



2 着用開始日

2026年11月1日 始発より

3 環境への配慮

ジェンダーレス、通年同一デザイン、ネクタイ省略をしたことで、制服の生産数を削減しています。また、リニューアル後は制服をレンタル品として運用することで適正な在庫管理を行い、新規生産・廃棄数量の削減に努めます。

旧制服については、回収のうえ、自動車の内装材等の原料として再利用します。

制服リニューアルにあたっては、株式会社JR東日本商事様にご協力いただきました。

東京モノレールは、2025年11月1日より、路線愛称「東京パノラマライン」を導入しています。

Tokyo Panorama Line

羽田に着いた瞬間から旅のワクワク感をお届けするノリモノへ。車窓いっぱいに広がる絶景と東京の魅力を感じながら“走る体験スポット”として進化しています。

本資料は、SDGs推進の観点からUD(ユニバーサルデザイン)フォントを使用して作成しています。