

特集
駅
人々の触れ合う空間創出を目指して

Special Features
Station
Aiming to create spaces where people interact with each other

ステーションルネッサンス

新生上野駅

鈴木万寿夫

SUZUKI Masuo

東日本旅客鉄道株式会社/
事業創造本部/課長



1—ステーションルネッサンス

●1 お客さまが「通過」する駅から「集う」駅へ

JR東日本では、中期経営構想「ニューフロンティア21」において徹底した顧客志向をビジョンに掲げ、その具体的な戦略のひとつとして、グループ最大の経営資源である駅空間の可能性を100%引き出し、お客さまの利便性向上と高収益化を目的とする21世紀の新しい駅づくり「ステーションルネッサンス」を推進している。

ステーションルネッサンスは、「徹底した顧客志向」の観点から駅空間を抜本的に見直す新たなプロジェクトであり、2000年12月にスタートした。具体的には乗降人員20万人以上の駅及び県庁所在地等の主要ターミナルを

対象として、既存の駅業務施設の全面的な見直しを行い、さらには人工地盤の建設等により新たに大規模な駅空間を創出し、従来にない規模の「時間と空間のデザイン」を行う開発である。また、徹底した「顧客志向の視点」に立ち、お客さまに「駅が変わった」と感動していただけるような21世紀型快適移動空間を目指している。列車から乗り降りするための「通過」する駅から、お客さまのライフスタイルやニーズに対応した「集う」駅への転換を図っている(図1)。

①やさしい駅づくり

エレベーター、エスカレーターのバリアフリー施設整備をはじめ、分かりやすい案内サインの整備、快適なト

イレ整備などにより、安全で快適な駅づくりを行う。

②働きやすい職場づくり

老朽施設を更新し、快適な職場環境をつくることで効率的な業務運営を目指す。

③鉄道と生活サービス事業の融合

例えば、「Suica」の電子マネー機能を活用した店舗展開、新たな情報発信機能をもったインフォメーションの設置等により、鉄道と生活サービス事業の融合を図りお客様の利便性向上を目指す。

④ライフスタイルの提案

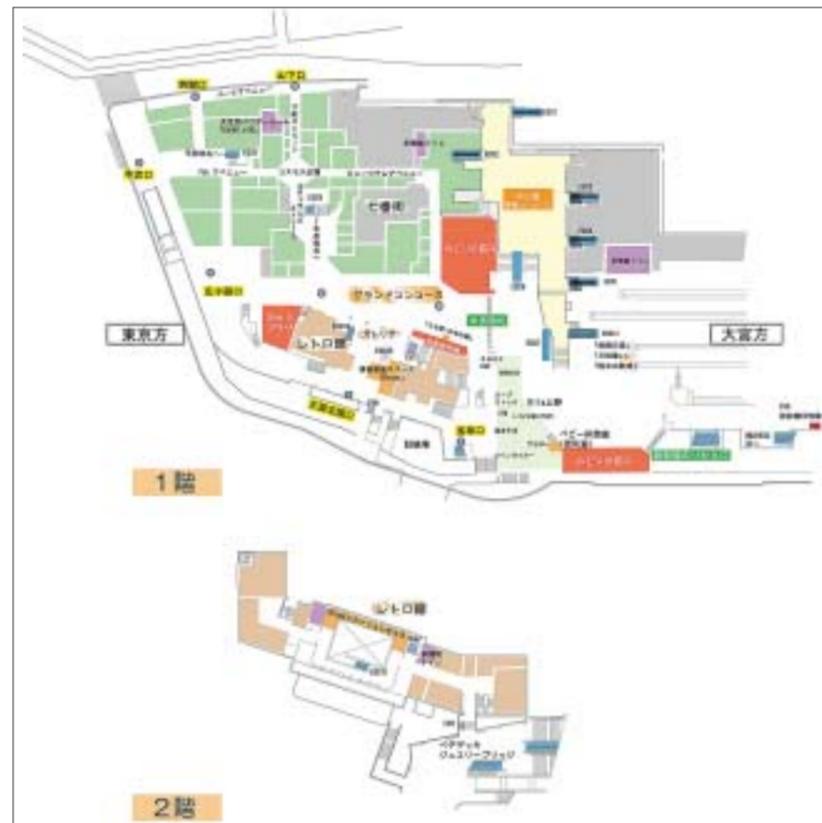
これまでのクイック型を中心とした駅構内店舗の業態にとらわれずに、顧客視点でテーマ性・ストーリー性をもった店舗開発等も行う。

⑤新規事業の展開

ITを活用した事業展開をはじめとして、環境、健康をキーワードとした事業展開も行う。

⑥地域との共生

地方自治体などと連携して地域のコミュニティセンターとしての駅づくりを進める。



■図2—上野駅平面図

視点でお客様の利便性と快適性を向上させる魅力的な駅づくりが必要とされていた。

●2 上野駅周辺の街

上野駅周辺は実に個性のある街々で構成されている。駅の西側「上野の山エリア」には上野恩賜公園があり、美術館や博物館、動物園など多くの文化施設が集まっている。東側は台東区役所や消防署など公共施設があり、南側はアメ横を中心とした小売り・卸街があり、常に買い物客で賑わっている。また、アメ横の南側には宝石などの間屋街が並び、浅草には浅草寺や有名な道具街がある。それぞれが独立して存在するこれらの街は、2000年10月の東西自由通路開通により東西の往来が便利になり、上野駅は各エリアの結節点としても存在している。

今回の開発では、これまで「通過」していたお客さまが、駅で滞留し、更には駅から街に出ていただくシャワー効果や、上野駅周辺の集客力を高め、上野地域全体を活性化させることを目指している。

3—新生上野駅の概要

上野駅ステーションルネッサンスは、防災設備の整備、業務施設の再配置、駅設備の改良、生活サービス機能の充実(店舗開発等)など大規模な駅改良工事を目的と

2—上野駅とその周辺

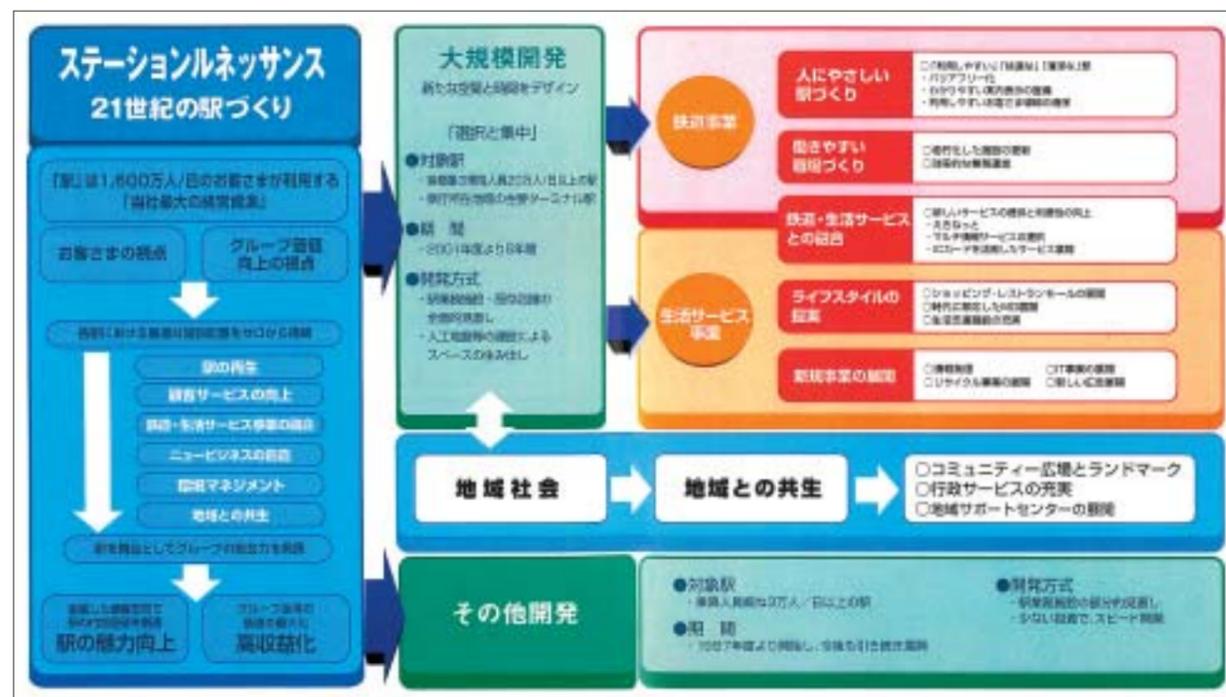
●1 上野駅

上野駅は、上野・熊谷間の運転を開始した1883(明治16)年に開業し、古くから「北の玄関口」として親しまれてきた。現在では一日の乗降人員(JR)が約38万人であり、通勤通学をはじめ、観光や旅の拠点、さらには他社線等の乗換え駅としても多くのお客様に利用されている。

開業当時の駅舎は、1923(大正12)年の関東大震災で全焼しており、現在の駅舎は1932(昭和7)年に建替えられたものである。その後多くの輸送改善等を経て、1985(昭和60)年には東北・上越新幹線が上野開業し、現在の駅施設規模となっている。

現在の駅舎は、その歴史を感じさせるものであり、駅のシンボルとしての役割も担っている。しかし、築70年以上が経過した今日、施設は老朽化し、防災上の設備対応も十分でない上、度重なる改築により駅構内は、複雑でわかりにくい空間となっていた。

そのため古き良き上野駅を活かしつつ、顧客志向の



■図1—ステーションルネッサンス



■写真1—旧上野駅



■写真2—新上野駅(グランドコンコース)

しつつ、顧客志向の視点によるさまざまな施策が盛り込まれている。ここではその施策をもとに具体的にどのように駅が変わったのかを紹介する。

●1 人にやさしい駅

駅全体のバリアフリー化を図るため、ラチ内にエレベーター5基(既設:3基)、エスカレーター14基(既設34基)を新たに設置した。また、トイレの改修や多機能トイレを設置するとともに、駅案内サインについては、文字の拡大やピクトグラム併記、分かりやすい配置計画を行った。3階公園口新しくインフォメーションセンターを設置し、駅や駅周辺の案内を行う等、サービスの向上を目指している。

●2 駅の魅力向上

駅構内だけでなく、街と接する駅周辺部分の整備を行い、駅が地域の顔として魅力的になった。

①明るい駅づくり(写真1、2)

中央改札口前の大規模空間『グランドコンコース』は、大屋根を膜屋根としたことで明るい駅に変わった。また、不忍口のカード下美化、タクシー乗り場等を含めた正面玄関口周辺の整備、地下鉄との連絡通路の美化など、駅周辺の整備改修を行った。

更に、駅舎の3階仮設部分や大型高架水槽の撤去を行うとともに、配管等も極力取り外し、本来の駅舎の姿

に戻した。また、外壁の色については、東京芸術大学のご指導をいただき、地域に相応しい新しい上野駅舎として再生した(写真3)。

②文化の薫る駅づくり

文化の薫る上野地域の特性を活かし、駅舎の吹き抜けスペース『ギャラリー』1階では、音楽ライブなどのイベント企画が可能な設備を備えるとともに、2階では『上野Break アートギャラリー』を設置、東京芸術大学の協力を頂きながら絵画等を展示している(写真4)。

また、平山郁夫画伯のステンドグラス「ふる里 日本の花」や故猪熊弦一郎画伯の大壁画「自由」など駅に点在する芸術作品を中央改札口周辺に集約し、上野駅の特徴をアピールした(写真5)。

③女性にやさしい駅づくり

1階ラチ内には当社として初めてベビーベッドや授乳室を備えた『ベビー休憩室』を新設するとともに、ラチ外には安らぎ感とリラックス感を提供するスペースとしてパウダールーム『KAORI小町』を設置した。

●3 地域に開かれた駅

地域に開かれた駅づくりにより、駅と地域を融合し、人の回遊性を高め、地域全体の活性化を図った。

①駅出入口の拡幅と新設

「広小路口」「不忍口」「浅草口」の3箇所の出入口の幅

を広げるとともに、駅の西側に新しく「山地下口」と「西郷口」を新設、2階においては直接ペデストリアンデッキと接続させて、駅と地域との接点を増やした。また、新設した2箇所の出入口は、店舗のオープンデッキや歩道でつなぐことで明るさと賑わいが生まれ、お客さまが滞留できるスペースとなった。

②連絡コンコースの新設

中央コンコースから不忍口への連絡コンコースを新しく設け、お客さまの利便性が向上すると同時に、コンコースに店舗が出来ることで活気に満ちた明るいスペースとなった。

③案内サイン(地域の案内)

駅出入口付近等に、地域情報を含めたわかりやすい案内サインをポールや地図により表示し、明るい駅づくりを目指すとともに地域へのシャワー効果を図った。

●4 情報発信スペース「Break」の設置

新しい待ち合わせスペース「Break」をギャラリー1階に設置、大型スクリーン等で当社情報や駅周辺情報等を発信するとともに、高速インターネット環境を整備した。ここではカフェを併設し、パソコンの無料貸し出しも行っている。また、「Break」内に「ステーションコンシェルジュ」を配置し、駅や駅周辺の案内業務を行っている(写真6、7)。

●5 ライフスタイルの提案

お客さまの利便性とサービス向上のため、お客さまのライフスタイルやニーズに対応したショッピング・レストランストリートを展開、お客さまの「集う」駅づくりを目指した。

①駅と街をつなぐショッ

プ・ストリート「アトレ上野」オープン(写真8、9) 改札外の大規模空間で、カジュアルから本格的なグルメを提供するショッピング&グルメゾーンを展開、駅を利用されるお客さまに便利で快適で楽しいスペースを提供している。



■写真6—ブレイク1



■写真7—ブレイク2

「アトレ上野」は、54店舗(物販36店舗、飲食18店舗)、店舗面積約5,900m²からなり、この運営は東京圏駅ビル開発(株)が行っている。

○コンセプト・・・駅と街の融合・新上野の創生

駅機能上のスペースに、ショッピング、グルメ、アートを楽しめる要素が加わる。テーマごとに演出された5つのショップ・ストリートが駅と町をつないでいる。

②次々にオープンする「Dila上野」

2000年12年、3階コンコースに、新幹線改札統合により新しく生み出されたスペースを開発、8店舗がオープンした。

その後、2001年12月に東西自由通路に面したスペースで5店舗がオープン、さらに2002年3月には1階ラチ内スペースに6店舗がオープンした。

4—最後に

JR東日本の営業エリア内の駅は、毎日1600万人ものお客さまにご利用いただいています。お客さまの利便性、満足度を向上させるため、JR東日本では今後もステーションルネッサンスの積極的な展開を図っていきます。



■写真3—外観



■写真4—ギャラリー・アートギャラリー(回廊)



■写真5—ステンドグラス



■写真8—ショッピングセンター「アトレ」



■写真9—ショッピングセンター「アトレ」