



みんなに使いやすい駅って？

「ステーションルネッサンス」をすすめています

JR東日本では、21世紀の新しい駅づくり「ステーションルネッサンス」に取り組んでいます。既存の駅施設のレイアウトを抜本的に見直すことにより、これまでの列車を乗り降りするために「通過」する駅から、利用しやすく、快適・清潔な駅づくりをすすめる一方で、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ます。

上野駅はその成功事例のひとつで、「街と駅との融合」「文化の薫る駅」「地域との共生」をコンセプトに、地元のご理解・ご協力をいただきながら計画推進し、生まれ変わりました。

リニューアル後1年を迎えた上野駅ですが、お客さまから駅が「明るくなった」「使いやすくなった」と好評をいただいているほか、地元情報の発信をはじめ駅出入口の拡幅・新設や駅周辺案内サインの整備により駅と地域の接点が増え、駅周辺へのシャワー効果が表れています。また、地元の方々からは「特に若い女性が増えた」など好意的なご意見をいただいています。

JR東日本では、駅の持つ可能性を100%引き出すために、今後も新しい駅づくりを積極的に推進していきます。



インフォメーションセンターの設置

駅構内の案内はもとより、駅周辺の情報も提供し、外国人観光客への対応もしています。



ベビー休憩室(授乳室)の設置

これまでのベビーベッドだけでなく、上野駅には当社の授乳も可能なベビー休憩室を設置しました。



情報発信スペース「Break」の設置

観光情報などを大型スクリーンで紹介し、高速インターネット環境も提供しています。また、駅と駅周辺を案内するステーションコンシェルジェも常駐しています。

エレベーターとエスカレーターの設置

上野駅ではバリアフリー対応のエレベーター9基(1基改修)エスカレーター24基を設置。どのホームに行くにも階段を使わなくても済みます。



多機能トイレ、パウダールームの設置

既存トイレの改修に加え、バリアフリー対応の多機能トイレを新設。女性用のパウダールームもお客さまに人気です。



新しい駅への挑戦

上野駅の1日の乗降客数は約35万人ですが、乗り換え客は50～55万人にも達します。これらの人にどうやって駅の外に出てもらうかが、今回の改善ポイントでした。上野駅のリニューアルが成功した理由として、まず第一に、駅の外へ向かう動線を太くしたことが挙げられます。駅の活性化のためには、駅だけがクローズアップされるのではなく、地域との共生が重要となります。具体的には出入口を1.5倍に広げ、新たに2つ設けました。アメ横では売り上げが伸びたと聞いており、街が潤ってきたと実感しています。

一方、上野は文化の街でもあります。そこで平山郁夫先生のステンドグラスなど、芸術作品を駅の動線に沿って設置し、上野らしい話題づくりをした

のもリニューアルの大きなポイントになりました。また、徹底したバリアフリーも大きな特徴です。「暗くてわかりづらい」といわれていた上野駅ですが、案内表示もつくり直すなど、お客さまにやさしい駅になったと思います。全ての改札口からホームまで、エレベーターやエスカレーターの利用ができるようにしました。

さらに、活性化のためには女性のお客さまにもたくさん来てもらいたいということから、女性専用のパウダールームやベビー休憩室を設けています。小物など女性向けの店舗も出店していますが、街にはない特徴を駅のなかにうち出し、地元との共存共栄を図っています。



上野駅 駅長 丸山 祐樹

「戦後の復興を見つめ、『心の駅』と歌われた上野駅。街の人もJR東日本の社員も、上野駅に対する思い入れには格別なものがあります。その思いこそリニューアルが成功した最大の理由かもしれません」