

特集Ⅳ ステーションルネッサンスの展開と今後

ステーションルネッサンスの歴史と展開について

2000年11月に策定されたグループ中期経営構想「ニューフロンティア21」において、徹底した顧客志向を掲げ、その戦略の一つとして、新しい駅づくり「ステーションルネッサンス」の計画が立ち上げられました。1日約1600万人ものお客さまが利用する「駅」を重要な経営資源と位置づけ、その資産価値を徹底した顧客志向でゼロベースから見直し、再配置する計画です。

ステーションルネッサンスによる駅づくりの発端となったのが2002年の上野駅の改良工事です。駅の外溝やトイレの改装から始まり、グランドコンコースや商業施設（アトレ上野）の整備で従来の暗い駅のイメージを一新させました。その後、SuicaなどのIT（情報技術）を利用した利便性の向上や、「アトレ」や「エキュート」等の駅ビル、エキナカビジネスの積極的な展開は、駅を単なる移動や乗り換えに利用するだけではなく、人々が集う場所として、駅のあり方を提案する等、新しい駅利用の楽しさを定着させるに至りました。



大宮駅(エキュート大宮)



上野駅(アトレ上野とグランドコンコース)

「ステーションルネッサンス」から「まちづくり」へ

2000年から約10年間までのステーションルネッサンスでは、駅のバリアフリー化や耐震化にあわせ、既存の駅設備の配置をゼロベースで見直し、駅の価値を最大化させることに注力してきました。しかしその取り組みも一巡し、人口規模の縮小、少子高齢化等の社会環境の変化や、あらためて鉄道ネットワークや駅に対する地域からの期待が高まってきた結果、今後は地域連携や当社及び街のストックを活用することによる魅力あるまちづくりへ注力をシフトしていくことが求められています。

東京駅では、「東京駅が、街になる」を開発コンセプトと掲げ、昨年10月に完了した丸の内駅舎の復原を経て、今後はさらに八重洲側の再開発を進めています。歴史性と先進性を併せ持つエキナカの商業、ホテル、周辺のオフィスや商業施設、教育・研究機能と連動し、まちづくりの拠点として多様な魅力を創っています。中央線の神田-御茶ノ水間の万世橋では旧交通博物館の跡地を環境配慮型のオフィスビルとして再建し、旧万世橋駅遺構や赤レンガの高架橋を残したまま、神田川沿いの親水デッキの整備を行い、新しい回遊導線を作りました。旧万世橋駅の記憶を呼び起こし貴重なストックを活用しながら、秋葉原、神田須田町・淡路町エリアの交流拠点として地域全体を活性化させる取り組みです。また、地域連携や地域資源を活用した開発は、業績が落ち込んだ駅ビルのストックを活用しながら、ホテルへとコンバージョンする計画でも行っております。ホテルアール・メッツ宇都宮では既存のストックを活かし、地元の「大谷石」をモチーフにした装飾や、栃木県内の伝統工芸品の展示を行うことで、ビジネス客を周辺の観光に誘う仕掛けにつなげています。

駅を中心としたまちづくりは、駅前広場や側道整備などを含め、行政や地域との連携が必要です。医療、保育、スポーツ、コミュニティ施設の併設など、子育て世代や高齢者からの駅に対する新たなニーズも高まっており、地域連携とストックの活用による沿線価値の向上をめざし今後の展開を図っていきます。



東京駅 グランルーフ
(ダイナミックな膜屋根で賑わいの空間を生み出す
グランルーフ)



ホテル アール・メッツ宇都宮
(大谷石の地下採掘場をイメージした客室
廊下)



JR神田万世橋ビル
(赤レンガとの調和を意識し、テラコッタを用いた
外観)



マーチエキュート神田万世橋
(旧万世橋のストックを活かした親水デッキ)