

駅ナカ整備が駅周辺地域に与える影響に関する研究

Influence that the improvement in in-station commercial space gives upon an area around the station

北海道大学大学院工学研究科 ○学 生 員 佐藤 惇一 (Junichi Sato)
 北海道大学大学院工学研究科 正 員 岸 邦宏 (Kunihiro Kishi)
 北海道大学大学院工学研究科 フェロー 佐藤 馨一 (Keiichi Sato)

1. はじめに

大宮駅は東北方面と上越方面の分岐点として設けられ、駅近隣に鉄道工場や鉄道博物館等が設置されるなど鉄道の要所として今日に至っている。また一時期は東北・上越新幹線の始発駅になるなど、鉄道の機能の変遷とともに発展してきた。

その大宮駅に近年、「ecute 大宮」という駅の改札口の中に多くのテナントを集め、商業ゾーンを設けるという「駅ナカ」が誕生し、多くの注目を集めている。しかし、駅に駅ナカという新たな商業機能をもたせたことで、駅の機能が変化し周辺地域へ影響を及ぼし始めている。

本研究は、大宮駅に駅ナカが整備されるに至った経緯とともに、駅ナカが周辺地域に与える影響を明らかにすることを目的とする。つまり、鉄道主体で整備され、発展してきた大宮駅が、商業施設の機能を持ちはじめたことによる影響と、今後の駅ナカを整備する際の課題を明らかにするものである。

2. 本研究の方法

2-1 本研究における「駅ナカ」の定義

駅施設はホームや改札などの鉄道関係の施設と、駅ビルなどの商業施設の大きく2つに分けられる。図1に示すように、本研究では駅構内の改札内にある商業施設を駅ナカと考える。駅構内と直結する駅ビルなどがあるが、改札内から直接行けない場合には、本研究では駅ナカであるとは考えない。

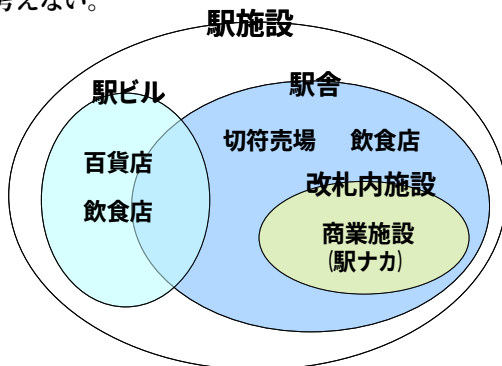


図1 駅施設の構成の概念

2-2 本研究のフロー

研究フローを図2に示す。本研究は駅ナカが設置された大宮駅を対象とする。大宮に駅ナカができた理由を大宮駅の変遷、大宮の鉄道の歴史・都市計画から考える。ここでは、大宮駅であるからこそ駅ナカが誕生した経緯を明らかにする。そして意識調査から駅ナカに対する周辺商業施設、

駅利用者の評価について調査し、駅ナカが周辺地域に与える影響について分析する。それらによって駅ナカが都市計画の中で機能しているのかについて明らかにする。

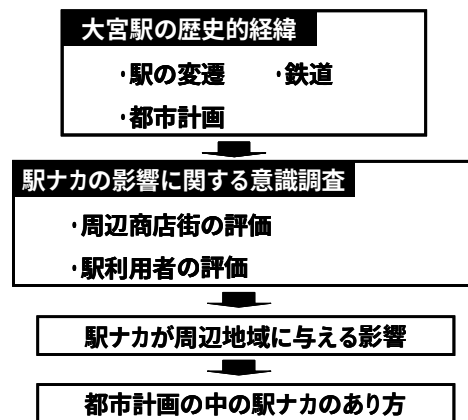


図2 研究フロー

3. 駅ナカの概要

3-1 駅改札内商業施設

従来の駅ナカは、コンビニ・立ち食いそば・小さな本屋といった、時間をかけずに買い物が出来る店舗が主流で、場所によってコーヒーショップや散髪屋などがある程度であった。

しかし2000年代以降、首都圏では従来と大きく異なった駅改札内商業施設の開発が目立っている。JR、私鉄、地下鉄ともに駅ナカビジネスを進めている。駅ナカ店舗の多くは飲食店が多く、従来からある店舗の種類とあまり違いがないように思われるが、和食から洋食、中華、デザートまでさまざまな店舗を有する駅ナカが近年誕生している。

駅ナカは大きく2種類のタイプに分けられる。主に飲食店がメインとなっている駅ナカ。もう1つは駅をトータルデザインし、飲食店に加えて日用雑貨や土産物、惣菜などデパートの地下のようなタイプである。

飲食店がメインになっているタイプの駅ナカの例としては、JR東日本が駅構内ショッピングモールを展開している「ディラ (Dila)」がある。Dilaにはカフェ、ベーカリー、カレー、イタリアン、ファーストフード、和洋菓子など多くの飲食店をそろえている。一部には化粧品やリラクゼーションといった店舗をそろえる駅もある。私鉄各社の駅ナカもDilaのように飲食店がメインになっているものが多い。

一方のタイプの、駅をトータルデザインし飲食店に加え日用雑貨や土産物、惣菜などをそろえたデパートの地

下のような駅ナカの例として、「エキュート (ecute)」が挙げられる。

3-2 エキュート(ecute)

JR 東日本が進める「ステーションルネッサンス」という、駅の可能性を 100%引き出すことを最重点に位置づけ、客の利便性向上と高収益化をめざした 21 世紀の新しい駅づくりの中で展開され、開発されたものが ecute である。ecute は現在、大宮、品川、立川駅に設置されている (表 1)。

表 1 ecute 各店舗の概要

	面積(m2)	店舗数	売上(億円)	乗降人員(万人)
大宮	2300	69	92	46
品川	1600	46	66	60
立川	4300	85 (24店舗が改札内)	100 (初年度40)	30

ecute はひとつの空間、ひとつの施設として、駅全体の一体感を大切に、駅改良と商業を合わせた開発である (図 3)。

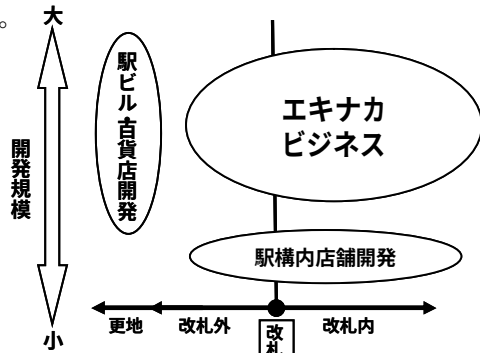


図 3 駅ナカ概念図¹⁾

したがって今までの駅周辺や、改札内の店舗の開発とは違いがある。例えば駅ビルは不動産賃貸業、百貨店は小売業である。前者が場所の契約で、後者はモノの契約である。駅構内は鉄道の必要に応じて JR が施設の変更などを自由にできなければならない。あくまでも JR 側が主体的に施設を運営できなければならない。これにより既存の駅構内のコンビニ等は JR のグループ会社が直営で事業を行っている。

だが、駅構内の店は小規模店舗がそれぞれ独立した形で出店し、別々のデザインでひとつの空間に存在している。さらにテナントの従業員は鉄道会社からの派遣であるため、必ずしも十分な社員教育がなされないなどの問題もあり、顧客への商品やサービス提供に対するきめ細かなクオリティを要求するテナントの進出は不可能であった。

そこで JR 東日本が新たに JR 東日本ステーションリテイリングという新会社を作り、この会社をデベロッパーとして介在させることで、駅構内で百貨店のような小売をベースとする業態で顧客視点の魅力的なテナントを集め、駅全体の一体感を大切にする開発を可能にした。

3-3 ecute 大宮

ecute 大宮のストアコンセプトは「マーケットアベニュー」とされる。路面店のようにいろいろな店が集まって

いる通りをつくり出し、そこを気楽に散歩してもらおうというものである。駅ナカの商品・店舗は全て ecute を運営する JR 東日本ステーションリテイリングが選定し、交渉を行っている。一部の店舗は関西圏にしか店舗がなく、ecute 大宮に出店してもらうため大宮近郊に新たに工場を建設させてまで出店してもらっている。毎日駅を利用する流動客のなかで、購買力があり、もっともボリュームが大きい層ということで、20～30 代の通勤・通学客および新幹線を利用するビジネスマンがターゲットとされている。

3-4 駅ナカと固定資産税

鉄道施設は、固定資産税は周囲の 3 分の 1 の評価基準で評価されている。鉄道施設が公共性の高い鉄道事業に供される土地である事を踏まえて割り引く、鉄道施設の転売が容易でなく (廃止しないと転売できない)、普通の商業利用地と比べて売却による資産価値の現実化が容易でないという考えから特例措置がとられたとされる。

当初エキュートにおいて 3 分の 1 に関する固定資産税について、駅ナカビジネスに対し商工会などから不公平だという意見が噴出し、固定資産税強化の要望などが提出され、国によって固定資産税の評価が見直された。これにより駅ナカビジネスを進める JR 東日本に約 20 億円の追加課税が課せられた。

4. 大宮駅における ecute の展開

4-1 大宮駅の概要

大宮市は 2001 年に、浦和市、与野市と合併し、さいたま市となった。2003 年にさいたま市が政令指定都市へ移行したことに伴い、新たに大宮区が誕生した。大宮区は、さいたま市の中央部に位置し、区の中には全国有数のターミナル駅である大宮駅と県内一の商業・業務地区を擁し、その周辺には閑静な住宅地が広がっている。

さいたま市の人口は 120 万人(2007 年)、大宮区は 10.7 万人(2007 年)であり、さいたま市の人口の約 1 割を占める。

大宮駅の構内図を図 4 に示す。駅ナカ施設は北側に「Dila 大宮」、南側に「ecute 大宮」がある。大宮駅は乗降人員が 1 日 46 万人で、JR 東日本の駅の中で 8 番目に乗降人員が多い。大宮駅には JR 以外に、東武鉄道、埼玉新都市交通が通っており、これらを含めると乗降人員は 1 日 62 万人、乗換人員はおよそ 1 日 32 万人である。約半数が乗り換えをしている。JR と私鉄には相互間の連絡改札口はなく、別会社間の乗り換えには一度改札の外に出る必要がある。



図 4 大宮駅構内図

大宮駅周辺にはオフィスビルやデパートなどが建ち並んでおり、県庁やさいたま市役所のある浦和駅前を超える県内最高の商業集積度となっている。駅の東側と西側には、それぞれ商業施設が多数存在する。西側は1980年代の駅前再開発によって駅前ロータリーが整備され、周囲には大宮ソニックシティを始めとしてルミネ2（駅ビル）、大宮そごう、ビックカメラ大宮西口そごう店などの大型商業ビルが相次いで建設され、近代的な街となっている。

一方東側は、古くから開発されていた地域で駅前には県下最大の繁華街が広がり、高島屋、ロフト、さくらやなどの大型店と数多くの小規模店舗が軒を連ねている。歴史が古く既に開発し尽くされていて新しい建物は少なく、古い建物に新しいテナントが入ることも珍しくない。旧大宮市時代には再開発計画があったが、地元商店街と行政の間の合意形成が難航したために凍結された。市町村合併後には長崎屋など大型店3店舗が相次いで閉業するなど、西口と比較して地盤沈下の傾向が現れている。

4-2 大宮駅の鉄道の歴史

大宮に駅ナカが誕生した経緯について、大宮の鉄道の歴史からみることとする。表2に大宮の鉄道の歴史を、図5に大宮周辺路線図の概略図を示す。

表2 大宮の鉄道の歴史

1883年(明治16年)	上野～熊谷開業
1885年(明治18年)	大宮駅開業
1894年(明治27年)	大宮工場設置
1902年(明治35年)	川越～大宮(馬車鉄道)
1906年(明治39年)	路面電車が川越～大宮に通る
1929年(昭和4年)	北総鉄道(後の東武野田線)開業
1940年(昭和15年)	国鉄川越線の開業
1941年(昭和16年)	国鉄川越線の影響を受け路面電車が1941年に廃止
1949年(昭和24年)	・日本国有鉄道(旧国鉄)が発足 ・大宮工場は東京鉄道局大宮工機部として発足
1961年(昭和36年)	貨物取り扱い業務を大宮操駅(現さいたま新都心)に移管
1967年(昭和42年)	大宮駅ビル開業
1982年(昭和57年)	・6月 東北新幹線 大宮～盛岡開業 ・11月 上越新幹線 大宮～新潟開業
1985年(昭和60年)	新幹線 大宮～上野開業
2005年(平成17年)	ecute大宮開業
2007年(平成19年)	鉄道博物館開館

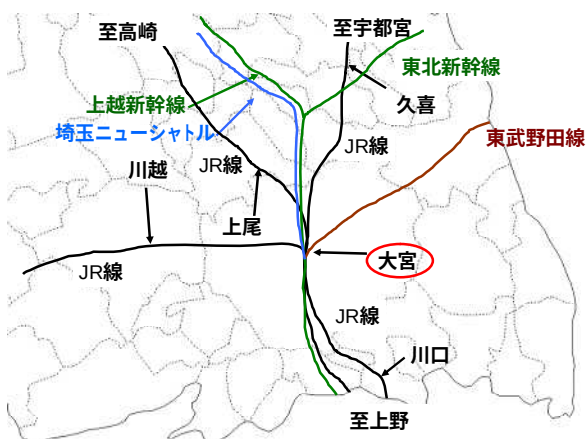


図5 大宮周辺路線図

大宮が鉄道と結びつきが強くなったのは、東北本線の分岐点が問題となり浦和、熊谷、大宮の3案に絞られ、大宮が分岐点に選ばれたことによる。大宮は宇都宮以遠への最短ルートであり土地の確保が容易であった事と、アメリカ人技師のクロフォードの助言があったことで東北本線の分岐点に選ばれた。

1894年の大宮工場の開業により、更に大宮は鉄道と結びつきが強くなり交通の要所となった。1949年に旧国鉄が発足し、数ある鉄道工場の中で大宮工場は大井・大船と並び本社の直轄となった。このことから大宮は旧国鉄にとって非常に重要な場所であったことがわかる。

1984年の大宮操車場の機能廃止によって遊休地となった鉄道操車場跡地と工場跡地等に、中枢都市圏の形成を目的にさいたま新都心が整備された。このように大宮周辺で鉄道用地の利用の変化が現れる。

1982年の東北・上越新幹線の開業により大宮駅は新幹線の乗換駅となり、更にターミナル駅の機能を強めた。また法律の改正により関連事業の範囲が拡大されたため駅部隣接高架部分などに関連事業ビルの建設が可能となり、デパート、ホテル等を併設して新幹線駅設備と有機的結合が大宮駅では図られた(図6)。ホーム新設にあたってこのような開発ができたのは、大宮駅にこれまでの鉄道の拠点としての土地があったということと、大宮駅が新たな集客施設を見据えた駅であったということが考察できる。

そして2005年、大宮駅には集客施設として新たに駅ナカが誕生し、新たな商業の機能が駅に加わった。

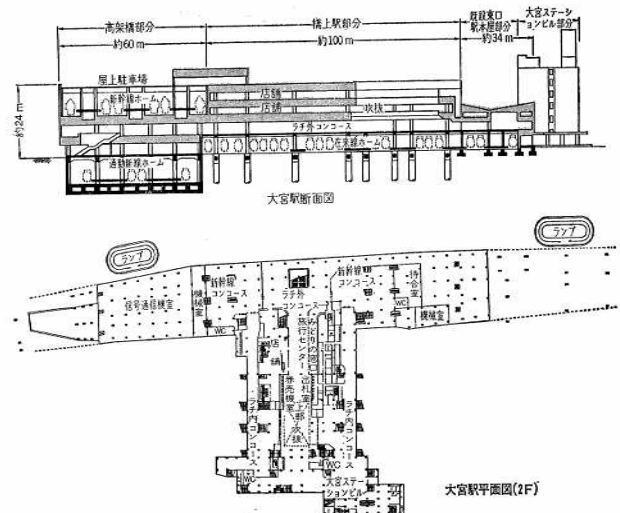


図7.21 新幹線乗入れにより大規模橋上駅に改築された大宮駅(関連事業店舗も併設)

図6 東北・上越新幹線開業時の大宮駅の改築図²⁾

5. 駅ナカが大宮駅周辺に与える影響

5-1 意識調査の概要

駅ナカ整備による影響は小規模な店舗に大きく及ぶと考えられる。大宮駅周辺では古くから駅の東口に商店街が広がっている。そこで駅ナカ整備による影響の調査に東口商店街が適していると考えた。また客の視点からの駅ナカ評価の調査のため大宮駅利用者も対象とした。

意識調査の概要を表3に示す。

表 3 意識調査の概要

	大宮東口商店街	大宮駅利用者
調査日	平成19年11月30日、12月1日	
調査方法	直接配布（一部投函配布）、郵送回収	
配布票数	52	300
回収票数	17	105
回収率	32.7%	35%

5-2 大宮駅東口商店街への影響

図 7、8 は駅ナカが整備される前後の商店街の状況について尋ねたもので、駅ナカ整備によって商店街の衰退を感じている店舗が増加している。図 9 に示すように、「駅ナカが商店街の店舗にプラスの影響を与えている」と感じている回答はなく、駅ナカに対して厳しい態度の店舗が多い。駅ナカの整備はマイナスの影響がある人ほど、整備すべきではないという回答が多い。これらから商店街は駅ナカに客を奪われていることが推察できる。

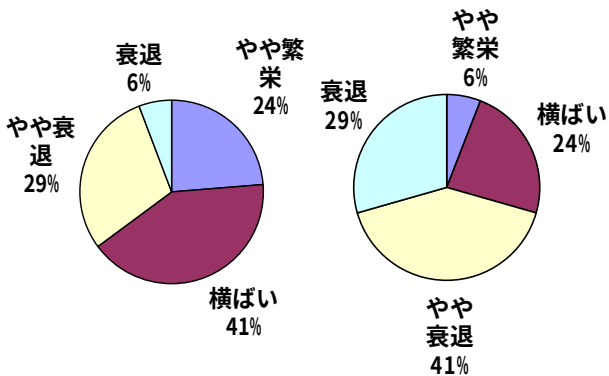


図 7 駅ナカ整備前の商店街の景況

図 8 駅ナカ整備後の商店街の景況

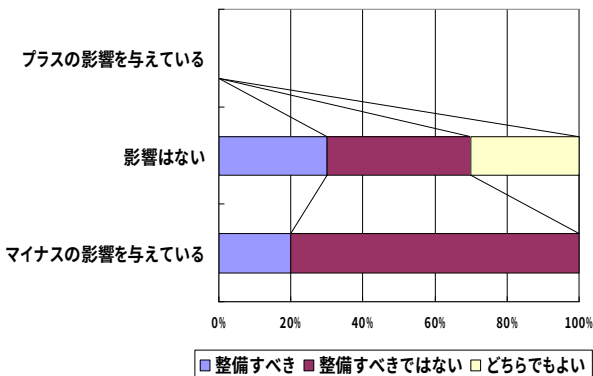


図 9 店舗への影響と駅ナカの整備

5-3 大宮駅利用者の駅ナカの評価

図 10 は大宮駅利用者の駅ナカの利用頻度で、全体の約 70% が駅ナカを利用している。駅ナカを利用している人に駅ナカの店舗の総合的な満足度を尋ねた結果が図 11 である。「よい」、「とてもよい」と答えた人が半数を占め、満足している人が多い。

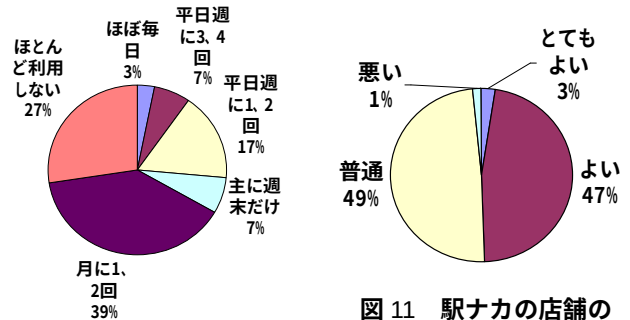


図 10 駅ナカの利用頻度

図 11 駅ナカの店舗の総合的な満足度

図 12 は駅ナカの整備について駅ナカの利用頻度ごとに並べたものである。駅ナカを多く利用する人の方があまり利用しない人に比べ、駅ナカの整備について肯定的であることがわかる。

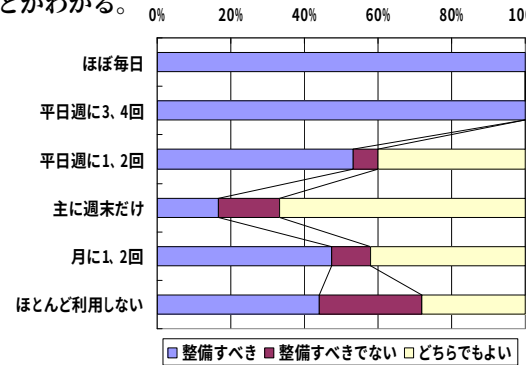


図 12 駅ナカの利用頻度と駅ナカの整備

6. 都市計画の中の駅ナカのあり方

意識調査より、駅ナカ整備により周辺商業施設にはマイナス要素の影響が出ている一方、駅利用者はプラス要素の影響が出ていることがわかった。駅ナカが消費者を囲い込み、大宮駅東口周辺では消費者が商店街を回遊しなくなっていると推察される。

駅ナカの開発は都市計画の中から外れていることが問題である。駅ナカが都市計画に関する法律の詳細な審査を経していないことが様々な問題を引き起こしている。

7. おわりに

本研究は、駅ナカが設置された大宮駅に着目し、大宮の鉄道の歴史と大宮駅の変遷から、大宮駅であるからこそ駅ナカが誕生したことを明らかにした。一方で意識調査のより、駅ナカが駅周辺商店街と比較して「独り勝ち」の状態であることがわかった。

鉄道の機能の変遷とともに発展した大宮駅に、新たな商業の機能をもたせたことで、駅開発は駅を単独で考えるのではなく、都市計画的に周辺地区と調整をしながら、まち全体を考えていく必要がある。しかし現状ではそれができていないことが浮き彫りになった。

参考文献

- 1) 鎌田由美子：「ecute 物語 - 私たちのエキナカプロジェクト -」、かんき出版、2007
- 2) 池田本：「駐車場の計画と設計」、山海堂、1984