

織研教室

駅は心のランドマーク

エキナカ

松本 大地

商い創造研究所代表取締役

潜在ニーズの深掘り

JR東日本グループの鉄道会館は、東京駅を「Tokyo Station City」と標榜し、丸の内・八重洲を結ぶ一大エキナカ空間「Grand Square」を今秋開業した。お弁当、総菜、スイーツ、ベーカリー、カフェ、グロッサリーなどのほか、初出店の老舗銘店など47のこだわりのショップを

集積、合わせて総合案内所・ステーションコンシェルジュや外貨両替、クロックの設置、待ち合わせ広場、多くの人から親しまれている東京駅のシンボル、4代目銀の鈴の整備などを行った。そこからは単なる商業空間ではなく、Tokyo Station Cityとしての街機能の事業ポリシーがあることがうかがえる。グランスタと大丸新店の開業で東西の回遊が進んだことで、特に八重洲側の街の色、表情が変化を見せており、まさに

人と駅のストーリーリーをつくる

駅が街を変えている。筆者は全体アドバイザーの一人として、本プロジェクトに街の機能を提言してきた。さて、駅というターミナル立地の特性から、商業機能を相乗した駅ビル形態を作り、そのポテンシャルを最大限引き出しているのは日本の駅特有のことである。この駅空間がさらなる進化をするには、街との共生を深掘りすること、生

活者潜在ニーズの中にある駅に対する欲求や期待を具現化することが求められている。日本と違う駅の歩みを見せるヨーロッパの駅と都市の相関関係を調査・探求する目的でミラノ、ベネ

ライプチヒ駅・ホーム階の下に2層のショッピングモールがある



チア、フランクフルト、ケルン、デュッセルドルフ、

開放的な商業空間を構成し、駅ビルというよりも層のショッピングモールそのものである。26番線有するプラットフォームには改札がなく、そのままモールへ、街へ人が行き交う。ショップ構成は利便性のある食品、レストラン、カフェに加え、ファッションや雑貨、そしてテキストネーション性の高いブランド指向

東京駅新しい都市型エキナカ形態「グランスタ」



ベルリン、ライプチヒ、パリの各都市を踏査した。

駅・街融合による導線

ベルリンから特急で1時間15分のライプチヒは、古くから東西貿易の見本市によって、商業の街として栄えた。パツハなどの音楽家が活躍した、人口50万人の文化都市の顔もある。駅から続く旧市街地を歩くと、商店街やパサージュと共に、教会や広場、大学、博物館などが溶け込み、異質性のある街区を形成している。

旅情誘う内外装

他方、別な側面で駅の在り方を示唆しているのがパリの駅である。パリにある鉄道駅は、パリからの行き

先を名前にしている駅が多く、北に向かう路線は北駅、東は東駅、パリの南東部に位置するリヨン市に向かう路線はリヨン駅で、南仏のプロバンスやコート・ダジュール地方への路線も発着している。

食通の街リヨンには、冬はスキー、夏は避暑地としてバカンス客が訪れる。そのバカンスシーンに思いをはせる駅の内外装にはベルエポックのデザインが随所に残り、駅舎には67戸のシンボル時計台、構内には南仏の絵やヤシの太木がそびえ旅情を駆り立てている。螺旋階段を上れば、20世紀初頭に上流階級の乗客が利用した豪華宴会列車「ル・トランフル」の名前のレストランがたたず

み、今では重要文化財になっている。リヨン駅からパースチユ広場への街路には、外にテラス席の並ぶカフェが連なり、特有の生活文化が醸成されている。パリの各駅は移動のためにだけあるのではなく、いかに美しく人を運ぶかという感動価値創造。が存在し、駅のストーリーはそのまま街との良好な関係性を保っている。

東京駅、ライプチヒ駅、リヨン駅に共通するのは、人々の心のランドマークとして存在することで、時代を超えた人と街と駅との絆が作られていると感得した。