

鉄道駅における 視覚アメニティーデザインの国際比較

平成12年1月24日 (財)運輸政策研究機構 大会議室

1. 講師	メアリー・ルイズ・グロスマン (財)運輸政策研究機構 運輸政策研究所研究員
2. コメンテーター	篠原 修 東京大学大学院工学系研究科教授
3. 司会	中村英夫 (財)運輸政策研究機構運輸政策研究所長

講演の概要

1 はじめに

駅、駅前広場における視覚アメニティーの研究は一般に鉄道企業と政府によってなされており、デザイン、計画、方針についてはJR東日本、営団地下鉄によって決定されている。本研究の目的は、デザイン、計画、政策の各要素の調査とこれらの国際比較と改善策の提案である。

アメニティーと視覚アメニティーの両者は密接な関係にあるが、ここではアメニティーは「快適さ、便利さ、楽しさを与えてくれるもの」、視覚アメニティーは「視覚的な楽しさを増すことでそれらの要素を与えるもの」とする。

JR東日本と営団は、アメニティーに関してはサンフラワー計画、乗客誘導システム等の計画を進めている一方、視覚アメニティーに関しては、営団地下鉄では南北線に見られるように新しい要素として採り入れているが、JR東日本では暗黙のものとして明確なビジョンを示していない。

政府や鉄道会社の現行開発プランにおいても、アメニティーに関してはバリアフリーのデザインやアクセス面が中心となっており、視覚アメニティーに関しては最近の営団の計画に採り入れられている他には示されていない。

2 計画面

JR東日本の駅のコンセプトは複数存在するうえ、それらはしばしば互いに競合するために、明確なビジョンを持った駅の改修計画が求められる。駅の主要なタイプとしては次の3種類があげられる。交通駅タイプは交通面、経済面が重視されたタイプの駅で、ほとんどの駅がこれにあたる。次に駅ビルタイプは、商業的要素が大幅に突出しているタイプで、新しい京都駅のように駅ビルを備えショッピングモールが近接し、しばしば複数の路線の乗り入れている駅である。そしては地方駅タイプは利用者の増加を狙って考え出された地方駅のタイプで、コミュニティ要素や文化的要素を取り入れた駅であり、ステーションライブラリーを備えた磐城塙駅などがそ

れである(写真 1)。

革新的な駅計画は、1994年の常磐新線のコンセプトに見られ、その特記すべき点は鉄道計画とまちづくりを同時に行う点である。駅と駅前広場と都市・地域をうまく結合させるには高度な空間配置の必要があり、駅前広場エリアの計画の際には周辺地域や都市との関係について、災害時の避難、救援活動等も含めた配慮が必要になってきている。かつての駅前広場は交通機能を提供することに終始したが、近年では広場を貴重なオープンスペースとして、またまちづくりの顔として認識されており、将来の広場は文化、コミュニティ等のためのより創造的な空間として考える必要があるだろう。

中央政府の駅整備に関わる役割は建築基準法、都市計画法、鉄道に関する様々な規程等に限定されている。多く



講師:メアリー・ルイズ・グロスマン



コメンテーター:篠原 修



写真 1

の計画では、都市利用計画や都市施設計画、鉄道計画等に対する配慮も必要である。また都市計画法では、駅前広場が国道、県道等のいずれに該当するかに応じて、国、都道府県、市町村の役割を規定しており、政府と鉄道企業は計画、管理、運営等について協議を行わなければならない。

駅前広場の建設、所有、補修に関しては国とJR東日本間の合意に基づいて定められている。民営化以前は広場については国・国鉄は50%ずつコスト負担をしていたが、民営化後、その比率はJRが1/6、国が5/6に変更された。また鉄道企業側の所有する広告スペースではガイドラインにより内容、サイズ等規定されているにも関わらず、駅に近接する場所でのそれには都市計画法でもほとんど規制がされていない。

1994年の「21世紀に向けた新しい道路デザインのコンセプト」に見られる政府の駅前広場に関する方針は、特に高齢者や障害者等の交通弱者への配慮が述べられており、広場は地域特性を反映したものにすべきであるとされている。同時に電柱等の除去、植栽の配置といったアメニティの創造についても触

られている。またインターモーダル計画の面からは、駅前広場における接続面の改善が求められている。

イギリスにおいては、現代工業デザインの先駆者であるFrank PickがLondon Transportの組織全体のあらゆる決定段階においてデザインについての配慮を徹底させ、London Transportの施設を当時のロンドンの景観財産の一つに育てあげた。デザインは当時の企業の方針、計画、投資活動等において重要な判断要素だった(写真2)。それは、Jubilee Line 延伸計画やNorthern Line Modernization 計画といった新しい開発計画にも見られる。

また、フランスでは、RATPで「文化的遺産への回帰」や「徹底的なモダニズム」の時代のものを取り入れ、その個性を融合するデザインについて研究が進められている。パリでは新規の駅前広場建設はほとんどなく、RATPが組織をあげて取り組んでいる駅の改修事業「Renouveau du metro」によって2003年末までに200の駅の改修を計画している。コンペ勝者のAtelier Gaudinの協力で行われたSt.Ambroise駅の斬新な改修の成功はこの計画に対して大きな刺激となり(写真3)、年15回以上コンペも行われ、多様な新しいデザインが増えている。

駅の持つ機能には駅の内部機能(サービス)と外部機能(都市要素としての駅)があるが、ドイツでは、駅の外部機

能に特に着目し、駅景観、またその歴史性が、街景観、街の機能、形態、意味に大きな役割を果たしているという認識をもって駅の視覚アメニティの向上に力を注いでいる。ドイツ鉄道の駅・サービス部門は2001年までに主要駅の改修計画を作成する予定で、それらの半分以上は駅前広場の交通計画と視覚アメニティの改良を含んでいた。この動きは、かつて駅前広場が駅舎に飾られたオープンスペースから交通広場になってしまったという反省から、広場の都市景観要素の向上を求めて生じた動きである。

3 政策・方針面

JR東日本の視覚アメニティに対する投資は、東京駅の構内ギャラリーなどを除いて、駅以外に対して行われていることが多く、展覧会、コンサート、デザイン調査などに対して東日本鉄道文化財団を通してかなりの投資を行っている。営団では、視覚アメニティに対して南北線メディアウォール、車内マナーポスター、ふれあいコーナー、Refresh "S"計画の一環としての駅景観改良事業等の様々の投資を行っている(写真4)。

専門の委員会や公衆による協議・検討はデザインレビューの重要な一部分であり、客観的なレビューを行うことは責任あるデザインを行うことにつながる。しかしJR東日本、営団はいずれも



写真 2



写真 3



写真 4

公衆の意見を採り入れる場を設けておらず、コンペにしても、JR東日本では御茶ノ水駅、上野駅などがあるが、それも非常に限られている。ここで市民との協議を採り入れている大田区の例を見てみると、ここでは、地域の市民団体と外部プランナーによって大岡山駅前広場の改修のデザインコンセプト、計画について長年に渡って協議を行っており、その市民団体の案が都市広場的デザインであるのに対し、大田区の案では交通機能重視の案になっている。

駅空間の視覚アメニティの向上を促す手法として、レビューの他にガイドラインがある。昨年作成されたガイドラインは、広場のもつべき役割として、交通空間の役割、環境空間の役割の両者をあげている。この環境空間とは、都市活動の中心として、集まったり、しゃべったり、休んだりする都市空間である。環境空間を挙げたことで、新ガイドラインは、駅空間の改善による高質の都市景観の創造に一步踏み出したと言える。営団地下鉄もまた南北線の未来像を示した「未来の地下鉄」というガイドラインを1991年に定めた。ここでは個々の駅が都市コミュニティ、デザイン要素の一つとして機能し、色彩計画や駅のアートによってそれを支援するという点が目標として掲げられている。

3.1 海外の事例

英米の視覚アメニティへの投資は、

LT(London Transport)あるいはMTA(Metropolitan Transportation Authorities)のアート計画に従って行われている。

ロンドンでは、1980年のアンケート調査に基づき、「Percent for Art」計画が1990年に London Underground により実行された。この計画は駅の改修費用のうち1%をアート関連に投資するというものである。またアメリカではニューヨークのMTAが、犯罪、落書き問題に対処するために、「Arts for Transit Program」が1985年に実行され、同様に0.5~2%がアート関連に投資された。その他の例として、ロサンゼルスでは、MTAが新規路線において、0.5~1%を同様に恒久的、一時的、双方のアート関連に投資する計画が1989年に定められた(写真5)。

交通施設におけるパブリックアート計画の目的は英米で共通している。「Urbanism and Art」(1997)の著者であるMilesは、「より面白い魅力的な空間をつくること」、「現代芸術、工芸をより身近に感じられること」、「芸術分野への投資を増加させること」、「景観改善による地域経済再生」、「地域・文化・駅のアイデンティティ強化」の5点を挙げている。

賞に関しては、アメリカでは特に優れた交通施設に贈られる賞として、FDOT (Federal Department of Transportation) から与えられるものがあるが、1995年

には、N.Y.のMTAの駅計画とデザインガイドラインに対してNational Merit Awardが贈られ、一方 New Jersey Light Railの都市デザインガイドラインに対してNational Honor Awardがそれぞれ贈られた。またLTでも駅計画の基準とガイドラインが定められ、定期的にCapacity and Service Planning Departmentによって改訂されている。

3.2 国際比較の結論

海外の各計画、方針の事例の詳細まで踏み込むのは避けるが、すべての事例においてアメニティや視覚アメニティを視野に入れた、何らかのシステム全体での改善計画が存在していると言える。一方日本では、視覚アメニティは営団の方針のなかに採り入れられているが、JR東日本では含まれていない。

ガイドラインの面では、英米と営団のガイドラインはその地域のアイデンティティを考慮したアートの採用を強調している一方で、JR東日本のガイドラインでは地域のアイデンティティに焦点をおかず、一般に都市空間としての充実という目標を掲げるに留まっている。

4 駅前広場の事例

次に様々な面から駅前広場についての調査を行った。調査対象は、山手線の駅からランダムに以下の5駅を選択した。順に新橋(港区62%、JR38%)、恵



写真 - 5



写真 - 6

比寿(渋谷区50%, JR50%), 巢鴨(豊島区50%, JR50%), 高田馬場(新宿区100%), 秋葉原(JR100%), である(括弧内は駅前広場の所有者とその割合)。

それぞれの駅前広場において、駅前広場が持つべき要素について検討した。その要素はJR、営団、国のガイドラインや目標から抽出したもので、以下の4点である。

- 1: 効率的な交通(交通機能)
- 2: 地域の利用(日常的・ケの場としての利用, 非日常的・イベント的・ハレの場としての利用)
- 3: 街と駅とのつながり(都市要素)
- 4: 景観要素(植栽等の景観向上要素)

新橋駅前広場は、自動車交通が分離された優れた交通機能を持っている。また様々な景観要素もそれに寄与していると思われる。恵比寿駅前広場は優れた交通機能を持っているが、それは新しく開発された駅ビルとはうまくリンクしておらず、主にアクセスに特化した空間となっている。景観要素に関しては、例えば渋谷区の噴水広場があるが交通によって切り離されているなど、やや配慮に欠けている(写真 6)。

巢鴨駅前広場は、交通機能のみに特化しており、優れた広場とは言いがたい。しかし、日常的利用のための交通空間は充実していると言える。ここでは広場空間が優れた交通機能とその他の要素の双方をもつことの難しさが表れている。

高田馬場駅前広場は、交通広場としての役割が突出し、利用面、特にコミュニティスペースとしての機能を果たしているとは言えない。この祭でも開けそうな広い空き地は、ほとんどの部分が空間の周囲をめぐる交通によって隔離され無駄になっている。ここでもまた交通機能と「都市空間としての駅前広場」の要素との並立の困難が表れている(写真 7)。

秋葉原駅前広場は、電気街が近接していることもあり、優れて成功した商業空間になっている。交通機能が移転されているため、優れた歩行者空間となっており、日常的にも非日常的にも使用頻度は高い。恵比寿と似て、これらは商業用であり、高度に利用されているために景観要素に欠けるところがある(写真 8)。

「効率的な交通」の要素に関しては2つの流れがあると思われる。まず1つは、交通機能を排除、限定して、より歩行者の購買活動や単純な広場利用を促進する流れである。2つ目は、交通機能の優先により都市内広場としての役割を限定的にするという方針である。駅ビルでの購買活動や非日常的利用が、景観面の欠如や交通面の特化に関わらず行われていたという点を考えると、駅ビルはこの流れにおける1つの成功例ではあった。

「コミュニティによる利用」の点では、ほとんどの広場が商業施設とのみ接続

しており、文化的施設や文化的利用に広場が直結している事例はなく、都市デザインやまちづくりとの関わりが具体的に見えるものとしては、秋葉原の街路景観や新橋の都市広場を除いてはなかった。

「街と駅とのつながり」に目を転じると、恵比寿のように駅ビルが新たに建設された場所などでは、それが商業活動による空間利用にも影響している。一方で秋葉原のように、駅の周囲がすでに魅力的な商業空間になっている場合、駅前広場の利用は周囲の状況に準じるものとなると言える。

「景観要素」については、商業施設に拮抗しうるほどのものはなく、様々な種類の景観設備が与える影響について広く論議されているにも関わらず、不足している。

上述のJRの駅のタイプのうち、都市部においては交通駅、駅ビルタイプが大半であり、駅前広場は、交通ネットワークの結節点としての役割を果たすに留まっていて、まだ目標を実現してはいない。これらのことは、JR東日本だけでなく駅前広場を分割所有している地方自治体も意識するべきである。

5 提言

所有に関しては、駅前広場の分割所有が広場の物理的分離をもたらし、また所有者の広場改修計画への関わりを曖昧にしている。



写真 7



写真 8

ガイドラインに関しては、現在、JRや営団は市民へのデザイン参加、評価を求めておらず、既存のガイドラインも視覚アメニティを十分に含んだものではない。そこで、既存ガイドラインを視覚アメニティを含んだ包括的なものに拡大し、さらにその中で外部のデザイン参加、デザイン評価、また鉄道企業のデザインに対する責任にまで触れたものにすべきである。

投資に関しては、現在JRの視覚アメニティに対する投資は駅前広場以外のアート、イベントに集中しているが、その方針を改め、駅前広場の視覚アメニティを増やす計画、方針を採用すべきだろう。さらに国、地方自治体は広場改修を道路改善事業として投資を拡大すべきであると考えられる。

賞やコンペに関しては現在、政府や鉄道企業からの、コンサルタントや内部デザイナーの優れたデザインへの報賞やコンペは少ない。そこで、優れたデザインに対する国や地方の公的な報賞やデザイン革新を促進するコンペを積極的に採用すべきである。

コメントの概要

列車からシェッドのかかったホームに降りると次にコンコースに出て、駅前広場、あるいは地下街へと進む。そして駅前のメインストリートに出ると駅を囲む建築群に遭遇する。これが駅と都市によって作られる空間であるが、日本の駅周辺の研究では駅前広場の交通機能が中心であり、駅前建築のコントロール

や広告規制の話はほとんどない。

欧州の駅はそのデザインやファサードが都市に向かって張り出しており、都市に向かってメッセージを発信している。欧州ではシェッドと駅の本屋の関係をどうするか、コンコースをどの位置に取るのがデザインの基本であり、空間の面白さの決め手になる。

初期のシェッドは大構造物建築の専門家として建築家から独立し始めていた土木エンジニアや温室のエンジニアにより設計され、本屋は様式建築の建築家が担当した。その両者の角逐が駅デザインを決定しており、19世紀にはシェッドが駅の本屋デザインに影響しているタイプ、していないタイプの2つの流れがあった。20世紀になるとシェッドが消滅し、建築はモダンスタイルに変化していった。しかしここ10年ほどは装いを変えたシェッドが登場してきている。

一方日本では、ホームは屋外であるという認識でシェッドを作らず、むしろ本屋の出札口や待合室を立派にし、ホームやコンコースを立派にするという思想はなかった。それは国力の劣っていた時代の機能的でシンプルな駅を作りたいという考え方によるものだが、それでも戦前は上野、万世橋、東京駅など優れた駅があった。その流れが戦後まったく途絶えてしまっている。その原因は定かではないが、駅本屋のデザインだけに建築家を使うため地域に根ざしたデザインを生み出していないという状況、また設計と管理の分断、広場と都市の連携が取れていないなどの問題が現在認められるということである。

質疑

Q 駅前広場の土地は、複数の主体が所有することによって初めて確保が可能となったと思われるが、デザインについてはコーディネーションによって可能となるのではないかと。

A 主体間の協力にはやはり限界がある。土地の細分化を防止することが望ましい。

Q 諸外国において成功している駅前広場事例としてどのようなものがあるか。

A 例えば、ドイツでは土地を市が保有し、建物をドイツ鉄道が保有する事例が多い。シュツットガルト市では、全ての鉄軌道を地下に移設し、駅前広場のための土地を確保した。土地の所有者はドイツ鉄道と連邦政府である。また商業地区と居住地区は共に市全体の再開発計画の中に位置付けられており、地域の課題として取り組まれている。再開発事業であるシュツットガルト2000においては、州政府や市に加え民間企業も出資している。

また、ヨーロッパと日本とで大きく異なるのはバスの扱いである。日本では駅前広場がバスで埋め尽くされ、地域の顔が見えにくくなっている。ヨーロッパにおいては幹線道の広さや、地下鉄の駅間距離の短かさゆえに、バスを駅前に乗り入れさせずに済んでいるのではないかと。