

視点 (1076)

まちづくりと新しい駅機能の創造 (その 1) !!  
 —まちづくりの中心的存在になる駅と、その波及効果—  
 (「駅美流」No. 25 Spring 2009 の六車秀之連載原稿より)



近年、交通拠点としての駅が「商業開発」や「まちづくり」に大きな役割を担っています。「まちづくり」への波及効果、地域のコミュニティ&コミュニケーションの場として新たな機能が創出され始めている、近未来の駅のあり方を検証します。

<サンフランシスコセンター>

車社会でありながらアメリカのサンフランシスコ市で地下鉄を充実させ、中心市街地に駅ビル型の都市型 R S C が立地し、まちの中核となっている。

## 1. 駅の持つ機能

駅は「交通の拠点」、「商業の中核」、「地域の交流の場」(表玄関)の3つの機能を持っています。

まず、「交通の拠点」機能に対し、その集客力を期待して商業施設が開発されていきます。そして、「交通の拠点」機能と「商業の中核」機能が起爆剤となり、周辺に波及効果をもたらし、後に示す“3つの場”を持つことで、駅の周辺が「地域の交流の場」(コミュニティ&コミュニケーション・プレイス)の“まちづくり”まで発展していくのです。

商業地区への利用交通手段には大きく3つあります。私は、①徒歩・自転車利用者と鉄道・バス利用者の立地を「19世紀型商業立地」、②自動車中心の利用者の立地を「20世紀型商業立地」、③徒歩・自転車利用者と乗用車利用者と鉄道・バス利用者が均等に利用する立地を「21世紀型商業立地」と呼んでいます。

<商業地への利用手段>

立地	住宅地立地	ロードサイド立地	駅立地
交通条件	徒歩・自転車	自動車	鉄道・バス

今、先進国では、車中心社会から車は基軸だが車への高度依存体制からの脱皮が世界的に進んでいます。例えば、車中心社会のアメリカにおいて例外的な都市であるポートランド市では、郊外こそ車中心社会の生活様式や商業業態が定着していますが、都心は鉄道・バスおよび徒歩・自転車が中心の生活様式や商業業態で形成されています。

車中心の社会も問題があり、かといって車を排除して公共交通機関のみとする社会も問題があり、その中間にあって、徒歩・自転車利用者が適度に混合した社会が理想的であると考え、その点からこの立地を「21世紀型の商業立地」と呼んでいます。

日本の3大都市圏(東京・大阪・名古屋都市圏・全人口の50%が居住するエリア)は、まさに「21世紀型の商業立地」に適しており、3大都市圏以外は、どちらかと言えば車中心の「20世紀型商業立地」です。

電車・バスの利用者で成り立っている駅商業施設は、①第1次レベルとして「利便型」、②第2次レベルとして「ファッションビル型」、③第3次レベルとして「まちづくり型」へと進んでいきます。「まちづくり型」は、「ファッションビル型」を基軸としつつ、「利便型」と地域のコミュニティの場としての施設(例えば郵便局やホテルなど)を導入して、まさに“誰もがここが中心であると感じる場づくり”をすることで、“街”にまで発展していきます。

また、駅商業施設は対応する買い場として次の4つがあります。

買い場	内 容	
駅ナカ(駅中)	ラッチ内あるいは改札口周辺の商業施設	ラッチ内型と改札前型
駅ビル(駅上)	駅と一体化している商業施設	ビル型と高架下型
駅マエ(駅前)	駅の外ではあるが、駅の至近距離の商業施設	路面型と地下街型
駅マワリ(駅周辺)	駅の周辺まで面的拡大した商業施設	面的路面型

## 2. 駅が持つ集客パワー

駅で商業施設開発を行う場合、その駅の集客力の基になるマーケットは次の3タイプ存在し、それぞれを見極めながら進めていく必要があります。

(流通と S C ・私の視点 1077 へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>43</sup>  
 代 表 六 車 秀 之