

第7章 駅および高架下空間の拠点化

角野 幸博（関西学院大学）

1. 都心ターミナルと郊外拠点駅および後背圏の構造

前章までに、駅の立地特性や周辺地区の施設立地状況と土地利用状況などを比較整理するとともに、パーソントリップ調査や沿線居住者へのアンケート調査、不動産関連ウェブサイトのテキストマイニング調査、自治体および鉄道事業者へのヒアリング調査などの結果を紹介してきた。本章では、ここまでの分析結果をふまえて、高齢化と人口減少に伴って変容がすすむ後背圏の住宅地の再編と沿線ネットワークの再構築のための、拠点駅および高架下空間のあり方を提案する。

京阪本線沿線と阪急京都線沿線とでは、市街地形成のパターンや都心ターミナルの構造が異なる。駅周辺の多くは1960年時点でDIDに属していたが、総持寺駅と光善寺駅は1960年代、南茨木駅は1970年代にDIDに編入されている。パーソントリップ調査からは、駅ごとの後背圏域の広さが異なることを確認し、また淀川を越えてのトリップは少なめであることが確認できた。また阪急と比較して京阪沿線居住者は、駅から離れていても日常の鉄道利用率が高いことが示された。

カード利用者のアンケート調査等からは、家族タイプと年齢によって駅の利用方法や消費行動パターンが異なることが明らかになった。共稼ぎ世帯と単身世帯は、いわゆる標準世帯に比べて平日、休日を通して都心や駅周辺への依存度が高い傾向にある。夫婦のみ世帯および子育て世帯はロードサイドショップでのまとめ買いや休日の飲食がよく行われ、とくに非拠点駅周辺の居住者でこの傾向が強い。非拠点駅の居住者は、買物や休日の飲食については拠点駅やロードサイドショップを利用する傾向が強い。高齢者は一般に行動範囲が狭く、消費単価も少ない。世代が上がるとともに外食の頻度も減る傾向にある。さらに都心ターミナルや並行する鉄道路線の有無、幹線道路における商業施設の集積状況なども生活行動に影響を与えることが明らかになった。都心のターミナルに大規模な商業集積がある場合とそうでない場合とでは、沿線住民の行動パターンが異なり、これに伴って郊外拠点駅の役割も異なる。また幹線道路のロードサイドショップや大型店舗は、とくに休日の買い物や飲食行動を誘引する。

アンケート結果のアソシエーション分析の結果からは、施設ごとの利用者の特徴がより詳細に見えてきた。たとえば、ベーカリーは2世代家族世帯の無職女性、カフェは若年女性や若年単身世帯、洋・和菓子店は中年夫婦のみの世帯、習い事教室は60代無職女性、居酒屋は正規雇用の若年女性の確信度（利用率）が最も高い。また、医療施設との利用者と洋・和菓子店の利用者とは重なる傾向があるという結果もみえてきた。

最寄駅に絞込んだ分析も行った。最寄率（ある駅を最寄駅と答えた回答者数÷最もよく使うと答えた回答者数 第4章参照）が高かった非拠点駅は、牧野駅、光善寺駅、総持寺駅であり、富田駅、南茨木駅がこれに続く。一方、拠点駅で最も低かったのは枚方市駅であった。枚方市駅はJR片町線沿線からも利用者を集めており、広域の拠点駅として機能している。最寄駅の代表的な利用法が通勤通学であることは論を俟たないが、樟葉駅と枚方市駅については回答者の半数近くが駅周辺の施設利用を目的としている。なお利用者の満足度は枚方市駅よりも樟葉駅の方が高い。

不動産ウェブサイトに投稿された、2沿線10駅におけるまちのロコミ情報のテキストマイニング調査からも興味深い結果が得られた。共起ネットワーク分析によって、それぞれの駅周辺がどのように評価されているかを比較することができる。たとえば拠点駅である高槻市駅では大学病院の存在、商業施設の集積、子育て環境が注目されている。茨木市駅も子育て環境や利便性が注目されている。枚方市駅でも利便性や商業集積が注目されているものの、買物については樟葉駅への従属性を暗示させるような言葉もある。非拠点駅についても、買物等の利便性に関する関心が高い他、店舗の洗練性や都市基盤の充実度についての関心の高さが認められる。

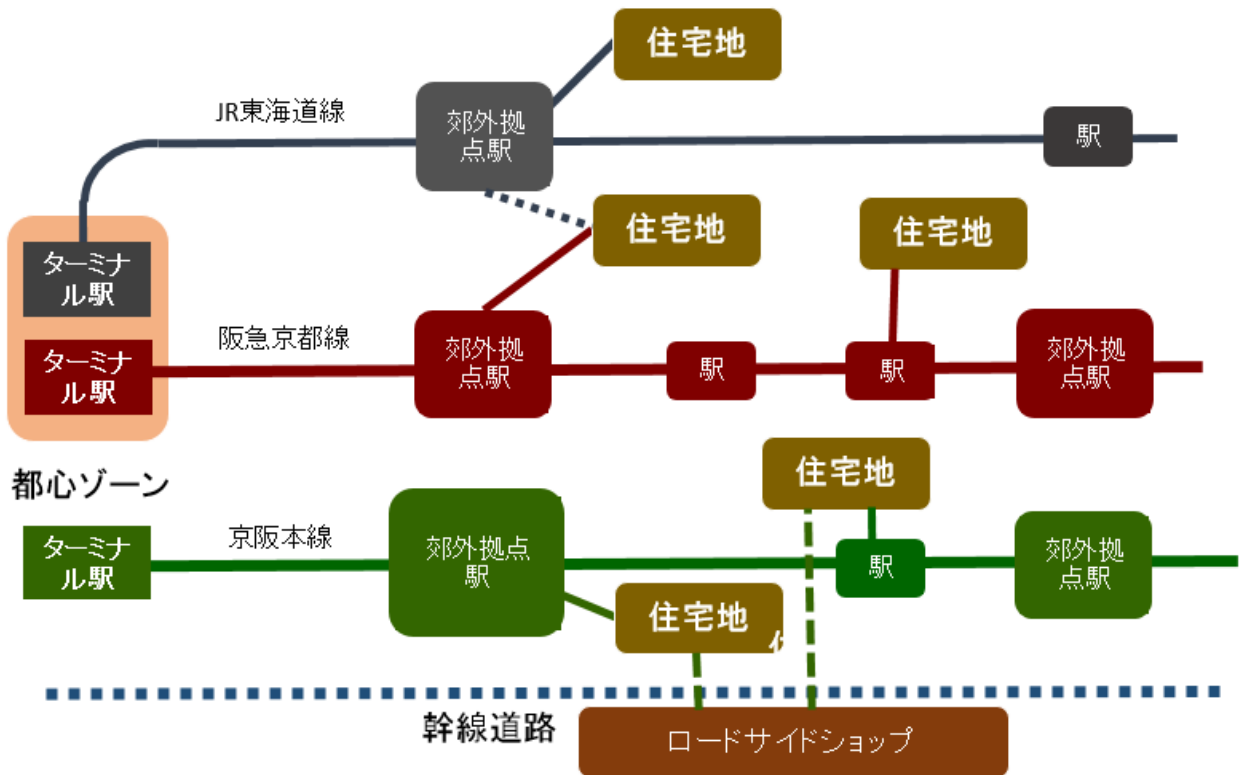


図7.1 郊外拠点駅と後背圏等の構成

図7.1は、今までの調査結果から導かれた都心ターミナルと郊外拠点駅および後背圏の構造を模式的に示したものであり、この構造を意識しつつ、拠点駅および高架下空間の活用方を検討する。

阪急京都線の場合、梅田ターミナル地区の商業集積が大きく、通勤通学以外でも都心の吸引力が強い。同時に高槻市駅や茨木市駅など郊外の主要駅周辺においても一定の商業集積があるため、日常的な消費生活が鉄道沿線および駅周辺で行われる傾向が強い。とくに郊外拠点駅からのバス路線の充実具合によって、鉄道への依存度と駅の拠点性が高まる。

京阪本線の場合、都心ターミナルである淀屋橋駅周辺の商業集積が少ないため、郊外拠点駅への生活依存度が高まる傾向がみられた。ただし家族との買い物や食事などは幹線道路沿いの大型店等への依存度が高い。特に休日はマイカー利用が増えるため、平日と休日とでは消費行動に大きな差が生じる可能性がある。行動パターンや駅および駅周辺の利用度は、家族タイプによって大きく異なり、共稼ぎ層や個人世帯はロードサイドショップへの依存度は一般家庭ほどには高くない。

阪急京都線とJR東海道線のように複数の鉄道が並行し、とくに阪急高槻市駅とJR高槻駅のように拠点駅が近距離にある場合は、生活拠点が競合する可能性がある。通勤通学圏はそれぞれの駅からのバス路線網によって棲み分けが行われていると思われるが、子育て世帯などの休日の消費行動については、通勤通学定期にこだわらずマイカー利用が主になって、ロードサイドの大型店舗に引き寄せられがちである。

郊外拠点駅間および拠点駅に隣接する各駅停車駅の相互関係をみると、地理的な最寄駅とよく利用する駅とは必ずしも一致しない。バスの結節点となっている拠点駅は、各駅停車しか止まらない最寄駅よりも、よく利用する駅として居住者に選ばれやすい。

アンケート結果からは、非拠点駅周辺の居住者は、食料品以外の購買施設やカフェ、レストランを利用するために他の駅を訪れることが示された。沿線居住者は最寄駅のそれぞれにさまざまな生活利便施設の立地を求めがちだが、市場性を考えるとすべての駅に同じレベルの施設が成立することは考えられない。ただし最寄品については、徒歩圏に最寄駅がある場合は駅周辺で購入される。とくに

若い世代はコンビニやベーカリーのニーズが高い。一方高齢世代は病院や宅配ロッカーなどの生活サポート施設を最寄駅周辺に希望する。また、趣味や習い事については最寄駅にこだわらず、隣接駅周辺にも出かける。個性的な店舗や著名な医療施設などは各駅停車駅でも成立する可能性がある。

2. 郊外における駅の拠点化の可能性と計画課題

調査結果などから総合的に判断すると、郊外における駅の拠点化の可能性は、以下の5つの要因に左右されると考えられる。

第1は、いうまでもなく後背圏の夜間人口と、昼間人口を確保する就業施設などの立地状況である。基礎的な需要を支える夜間人口と、駅およびその周辺に人を引き寄せるための業務機能や教育、医療施設などの集積状況が、駅の拠点性を左右する基礎的な指標となる。

第2は、居住者の家族構成と個々の生活スタイルである。共稼ぎ世帯や単身世帯の増加と高齢化の進展は駅周辺への生活依存度を高める可能性がある。高齢世帯の世帯あたりの消費行動は標準世帯に比べて活発ではないものの、さまざまな生活支援サービスへのニーズの増大が見込まれる。多様化する家族タイプのなかで、より駅への依存度が高い層を駅勢圏に呼び込むことともに、現在は駅への依存度が低い層を駅に呼びよせるための駅の魅力化が課題になる。

第3は、バスなどのフィーダー公共交通の充足度である。住まいからの最寄駅でなくともバス交通の結節点である駅は圏域居住者が「普段最もよく使う駅」として評価されやすい。

第4は、マイカー等の自動運転技術の実用化や商品流通システムの進化など先端技術の普及時期である。郊外住宅地に住む高齢者が自動運転のマイカーで自由に移動できるまでにはなお時間を要するが、公共交通の自動運転や人手だけに頼らない宅配システムが段階的に実用化する過程で、駅と駅前に求められる機能が今後どのように変化するかを見極めなければならない。

そして第5は立地適正化計画等都市計画の進展状況（山田、江副 2018）である。策定が進む立地適正化計画の多くは、駅周辺を都市機能誘導区域に指定している。各駅停車駅についても生活核や二次的な拠点という位置づけのことが多い。区域指定にとどまらずより具体的な事業によってコンパクトシティ化が順調に進めば、駅の拠点性が強化あるいは維持されるはずである。

以上のような要因に左右されることをふまえたうえで、駅の生活拠点性を高めるためには、次のような課題を解決することが求められる。

第1は、業務、文化、教育、医療など商業施設だけにとどまらない機能をどの程度誘致できるかである。たとえば、都心に依存しないサテライトオフィスなどワークライフスタイルの変化を先導する就労施設や、住民の社会活動を支える公共施設など新たな機能開発が検討されなければならない。また家族スタイルの多様化に合わせたさまざまな駅前居住施設の建設も効果的である。駅からバス圏の戸建住宅地から駅前の高層マンションへの住み替えなど、駅前居住指向が増える中で、さらに多様な家族および生活スタイルに対応した住宅供給を行うことは、駅の拠点性を支えるもっとも基本的な戦略である。

第2は、子育て支援の強化を駅前空間で実現することである。すでに保育施設などを整備する駅が多数現れてきてはいるが、保育に限らず、教育、医療、買物、食事、相談などを総合的・一体的に提供できる施設群を駅前に導入することで、後背圏全域に次の世代の定着を図ることが重要である。

第3は、必然的に取り残される後背圏の「スポンジゾーン」への対応である。スポンジゾーンとして取り残される後背圏では、生活利便性の低下が予測されるため、こうしたゾーンも含めた沿線ブランドの構築戦略にも目を向ける必要がある。駅までの交通手段は確保しながら、オープンスペースや広めの住宅に恵まれた生活を沿線生活として積極的に位置づけることを検討する。

そして第4は、今後発生すると考えられる工場や郊外の大学キャンパスの用途転換を、駅との関

¹都市のコンパクト化が進んだとしても、郊外には必ず空地や農地が残るなかで低密度に居住するゾーンが残る。これをスポンジゾーンと俗称する。

連のなかで検討することである。こうした用地ではなお住居系の開発が主に想定されるものの、これ以外の用途についても駅周辺整備とリンクしたビジョンを描くことがのぞましい。

3. 駅と周辺地区との関係

駅は極めて強い公共的性格をもつために、駅ビルや高架下の活用についても、常に公共公益的視点と民間企業的視点の両面から検討する必要がある。民間企業としての鉄道事業者の視点からは、直接的な収益施設としてとらえるのか、沿線価値を間接的に増進させるための施設かという視点で判断することになる。

一般的にいうと、急行停車駅よりも各駅停車駅の方が、また駅から遠ざかるほど不動産の収益力は逡減する傾向にあるため（図7.2）、急行停車駅およびその周辺の方が各駅停車駅周辺よりも高度利用がなされ、賃貸床についても収益性の高い用途が導入されやすい。高架下利用についても、駅に近いエリアでは比較的高賃料の商業床が成立するが、駅から離れると低賃料あるいは低密度な利用にとどまりやすい。民間企業的視点からはできる限り収益性の高い土地利用を目指すために、駅の近辺では商業床や飲食床の誘致をはかり、それらの需要が見込めない距離の高架下は公園的利用や駐車場利用など低投資低収益の利用が主体となる。なお連続立体交差化事業では、高架下利用の15%は行政または地元が利用するというルールがあり、地代は公租公課同額とし駐輪場利用等が多い。

しかしながらこれらの論理のみで土地利用を決定していくと、どの駅や高架下の活用方法も個性を欠いたものになりがちである。そこで、必ずしも収益性が高くなくとも、子育て支援施設など公共性、公益性が高いものを駅近辺に立地させることによって、後背圏に居住する子育て層の支持を集め、結果として沿線価値の増進を図るというエリアマネジメント的アプローチも必要である。

各駅停車駅や駅から離れた高架下など収益力が相対的に低い場所では、公共公益的な利用を優先するだけでなく、目的性の強い施設を誘致するなど新たな活用法を検討する余地がある。アンケート調査からは、趣味や習い事に関しては必ずしも最寄駅周辺の利用に留まらないことが明らかになっている。まだ周辺に人口が定着していない新駅や、もともと乗降客数が少ない各駅停車駅など、商業床の需要を見込みにくい場合は、あえて公共サービスの利用や地元住民への開放、個性的・実験的な利用を進めることによって、沿線価値増進のきっかけとすることもある。

拠点性が高い駅の場合でも、駅ビルに収益性を求めすぎて駅ビルだけの高度利用に執着すると、駅周辺の賑わい形成が難しくなる。駅周辺への用途の滲み出しを誘導することによって駅の賑わい圏

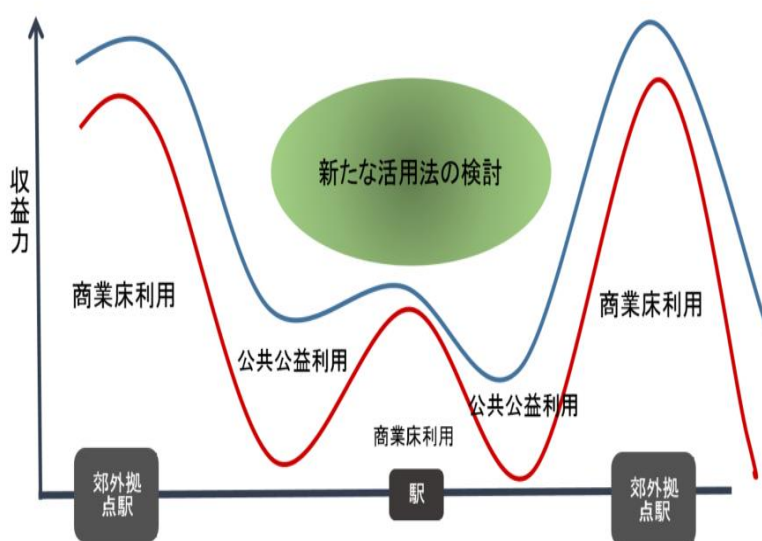


図7.2 駅からの距離による収益力の逡減

の拡大をはかり、心理的にも駅の近くと感じさせることによって、駅の拠点性を高めたり駅前居住の圏域を拡大させたりすることも検討してはどうかと考える（図7.3）。

具体的には、駅の徒歩圏に何らかの拠点となる施設を誘致し、駅からの賑わい感が連続する歩行者軸を設定したり、適度な広さの広場や公園を駅前に作りこれを取り囲むように商業系の施設を配置したりする方法が考えられる。やや古い事例になるが、渋谷パルコの戦略は駅と坂の上を道でつなぎ一体化することであった。「ターミナル性に依存しない（増田通二監修1984）」といいながら駅からの通りを積

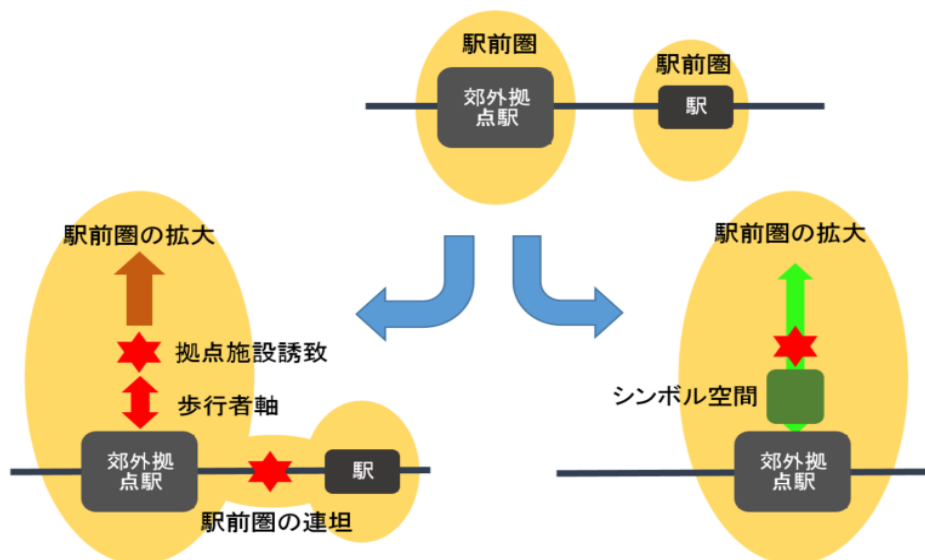


図 7.3 駅前空間の滲み出し

極的に演出していたのである。また川崎市の小田急新百合ヶ丘駅では駅から南東方向の住宅街に向かって遊歩道沿いに店舗を配置している（図 7.4、図 7.5）。駅から住宅街に向かって線形に賑わいゾーンを造りこむことによって、駅前空間の広がりを実率的に演出するとともに、我が家までの心理的な距離を短縮する効果があるのではないかと考えられる。

駅前公園型の事例としては、ガーデンシティとして名高いウェルウィン（イギリス）駅前を挙げることができる。ウェルウィン駅前には手入れの行き届いた矩形の公園が整備され、その両側には瀟洒な店舗が軒を連ねて、ガーデンシティのイメージ形成に寄与している（図 7.6、7.7）。

駅前圏を拡大させる手法としては、西洋的な広場の導入は街の顔を創ることが効果的であるが、日本の都市に根付いてきた「道の文化」の伝統を活かし（都市デザイン研究体 2009）、道によって駅前空間を引き延ばすという手法は捨てがたい。

また駅の個性化と魅力化を図るためには、水路や公園、文化財や歴史的建造物など周辺に存在する様々な環境資源を発掘してこれを駅前空間の演出に活用することや、ランドマークやアイストップとして景観デザインに取り込んでいくことも、効果的ではないかと考える。高架事業等によって無個性で均質になりがちな駅が地域固有性を獲得することが、住民の誇りと愛着増進にもつながるのではないだろうか。



図 7.4 新百合ヶ丘駅前の専門店街①



図 7.5 新百合ヶ丘駅前の専門店街②



図 7.6 ウェルウィン駅前の公園



図 7.7 ウェルウィン駅前公園横の店舗

阪急茨木市駅と JR 茨木駅のように、並行する路線の郊外拠点駅が中心市街地の両極にある場合は（図 7-8）、それぞれの駅ごとに別々の后背圏が成立しているが、両拠点とその間に広がる市街地をどのように結びつけ、より拠点性の高い中心市街地を一体的に整備するかを検討することがのがぞましい。阪急高槻市駅と JR 高槻駅、阪急伊丹駅と JR 伊丹駅のように、徒歩圏の距離に位置する場合は魅力的な歩行者ルートを設定することが可能だが、徒歩圏を越える距離の場合は、両拠点をつなぐ公共交通のあり方を再検討するとともに、中間地点にも一つの拠点的土地利用（たとえば文化施設や病院など）の誘導を行うことによって、中心市街地全体としての拠点性を広域に訴えかけるという方法もある。

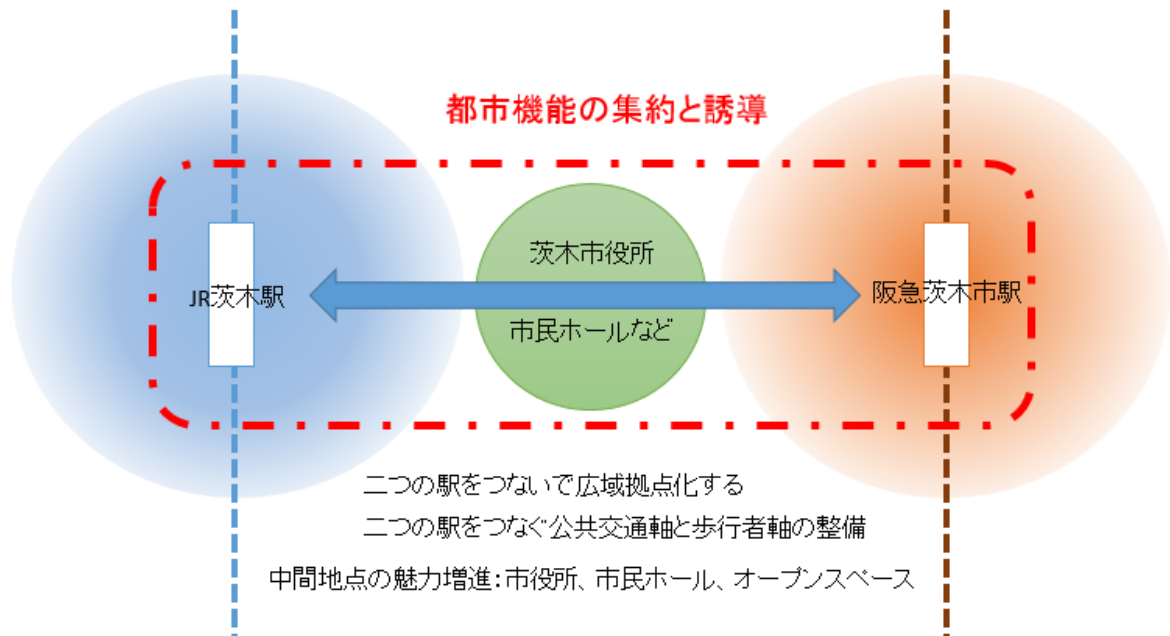


図 7.8 拠点駅間の一体的整備

4. 駅および高架下の活用方策

(1) 拠点機能と象徴的魅力

2014年度と2015年度の調査では、拠点としての駅のタイプをフルスペック型、テーマ型、トランジット型の3タイプに分類し(図7.9)、それぞれのタイプ毎に機能構成を例示した。2016年度と2017年度の調査対象地域では、京阪枚方市駅や阪急高槻市駅、阪急茨木市駅などがフルスペック型またはテーマ型に、京阪枚方公園駅は典型的なテーマ型に分類される。また各駅停車駅であっても駅周辺には相当数の夜間人口が張り付いており、それに合わせて商業施設などがすでに立地しているため、単純なトランジット型に該当する駅は見当たらない。また充足すべき魅力として7つの方向性を示したが(図7.10)、駅ごとの特性に基づいてそれぞれの可能性を検討する。なお、「ネットワークでの魅力向上」は個別の駅の問題ではなく、相互利用の可能性を探るものである。

図7.11はこれらの考察をふまえて、駅および駅空間が担うべき拠点機能と象徴的魅力を示したものである。拠点機能についてはその選択肢を示したに過ぎず、駅ごとの市場性や収益性に基づいて個別に検討しなければならない。この中には、すでに現在の駅ビルや駅周辺部に導入されている商業施設も含まれる。商業施設の多くは、出店希望テナントと賃料が見合えば導入可能であり、特に駅の直近部については一定の需要が見込まれるため、これを否定するものではない。ただし、アンケート調査では駅周辺に求められる施設として、利用シーンに合わせた飲食店や施設のニーズがあることが確認できた。また個性的な魅力を有する店舗であれば、最寄駅でなくとも利用する可能性がある。

すなわち後背圏の居住者は単に機能や種類だけで利用施設を選択するのではなく、象徴論的・意味論的価値の大小や、異なる機能を組み合わせることによって生まれる独自の価値の有無によって、利用施設を選択するのである。またその時の気分や条件によって施設が使い分けられることにも留意すべきである。医療機関についてはほどこの駅前にも立地するが、信頼度や専門性によって、多少不便でも離れた駅前の施設が選択されることが少なくない。

象徴的魅力の大半は施設の質や使われ方によって利用者が個別に価値を決めるものである。利用者のライフスタイルとも密接に関連するものであり、居住者層を的確に分析したうえでの計画が求められる。また、地域の小さな団体やコミュニティのたまり場のような場所が駅前に生まれてくれば、象徴的魅力はさらに高まるものと思われる。地域のスポーツ文化活動や市民団体の活動などとも関連するので、こうした活動の支援や組織化も併せて検討することが望ましい。

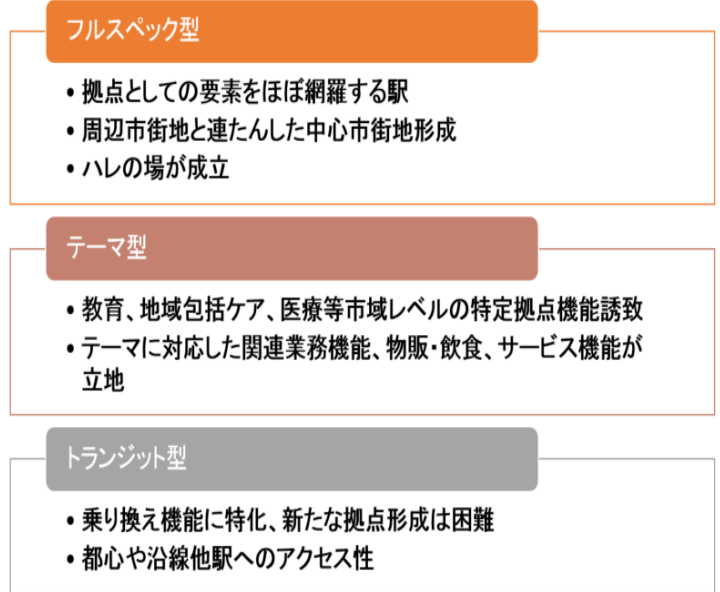


図7.9 拠点駅のタイプ

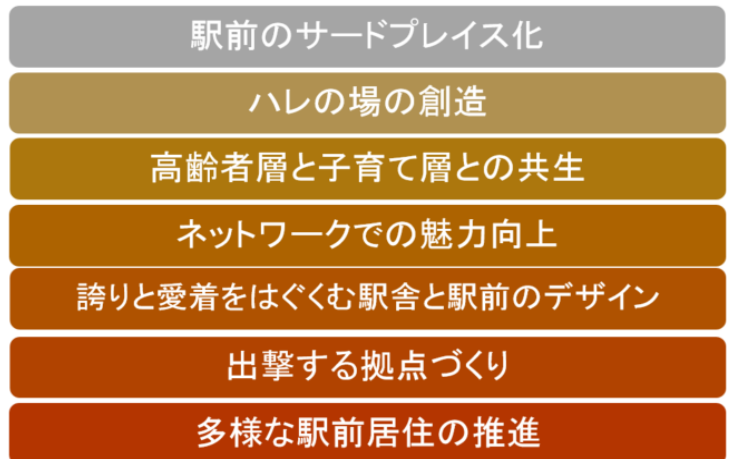


図7.10 7つの方向性

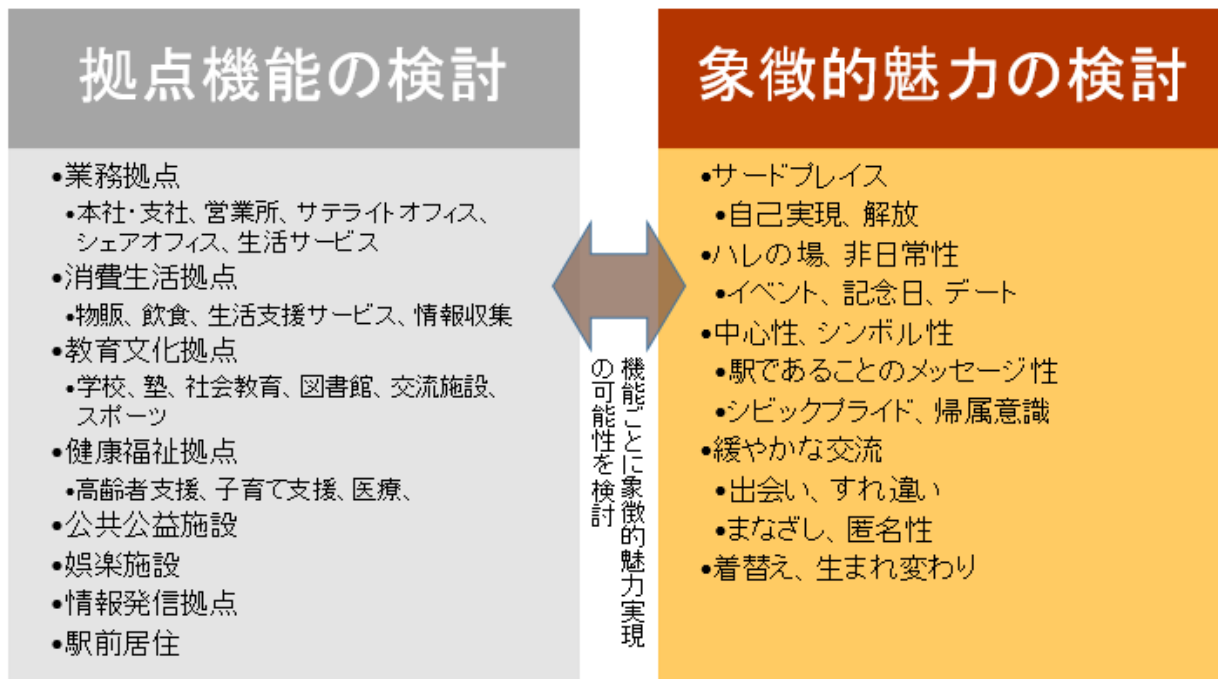


図 7.11 駅の拠点機能と象徴的的魅力

戦前からの駅の変容過程を見れば、地域における機能性、象徴性とも失われてきているようにも感じられる。機能的魅力と象徴性をどのように再構築するかが、拠点としての駅の未来像を決めるのではないだろうか。

(2) 空間デザイン上の留意点

以上の機能的かつ象徴的な魅力を実現するためには、これを空間デザイン面からも検討する必要がある。そのためには、①広場やデッキなどの歩行者空間のデザイン、②バス、タクシー、パーキングスペースの必要性とそのデザイン、③改札口からの距離による価値逓減と周辺への波及効果を意識した各種要素の駅ナカと駅ソトおよび高架下空間への配分を決めることが現実的な課題となる。

駅である以上、快適で機能的な交通、通行空間を確保すべきことはいままでもない。また商業、業務床などの収益空間を十分に確保することは、健全な駅の経営上も必要である。収益性の乏しい箇所については、地元の諸団体などに運営を委託しながら、地域社会に開放することを積極的に検討すべきだろう。ただし、あえて収益性の低い公共公益的施設を収益が見込める場所に設置することによって、駅全体の魅力と存在感を高めるという方法をあわせて検討すべきである。

拠点駅としてのシンボル性をどのように確保するかは、デザイン上重要な課題となる。たとえば



図 7.12 桜新町駅前のサザエさん一家



図 7.13 稲城長沼駅前のガンダム

JR 国立駅や東急田園調布駅の駅舎は、長い間地元住民のシンボルとして意識され、愛され続けてきた。また、東急田園都市線桜新町駅前のサザエさん一家の銅像（図 7.12）や、JR 稲城長沼駅のガンダムのモニュメント（図 7.13）のように、その地域ゆかりのシンボルやキャラクターを駅の個性化のために導入した例もある。

（3）駅ビルと高架下空間の連続的活用

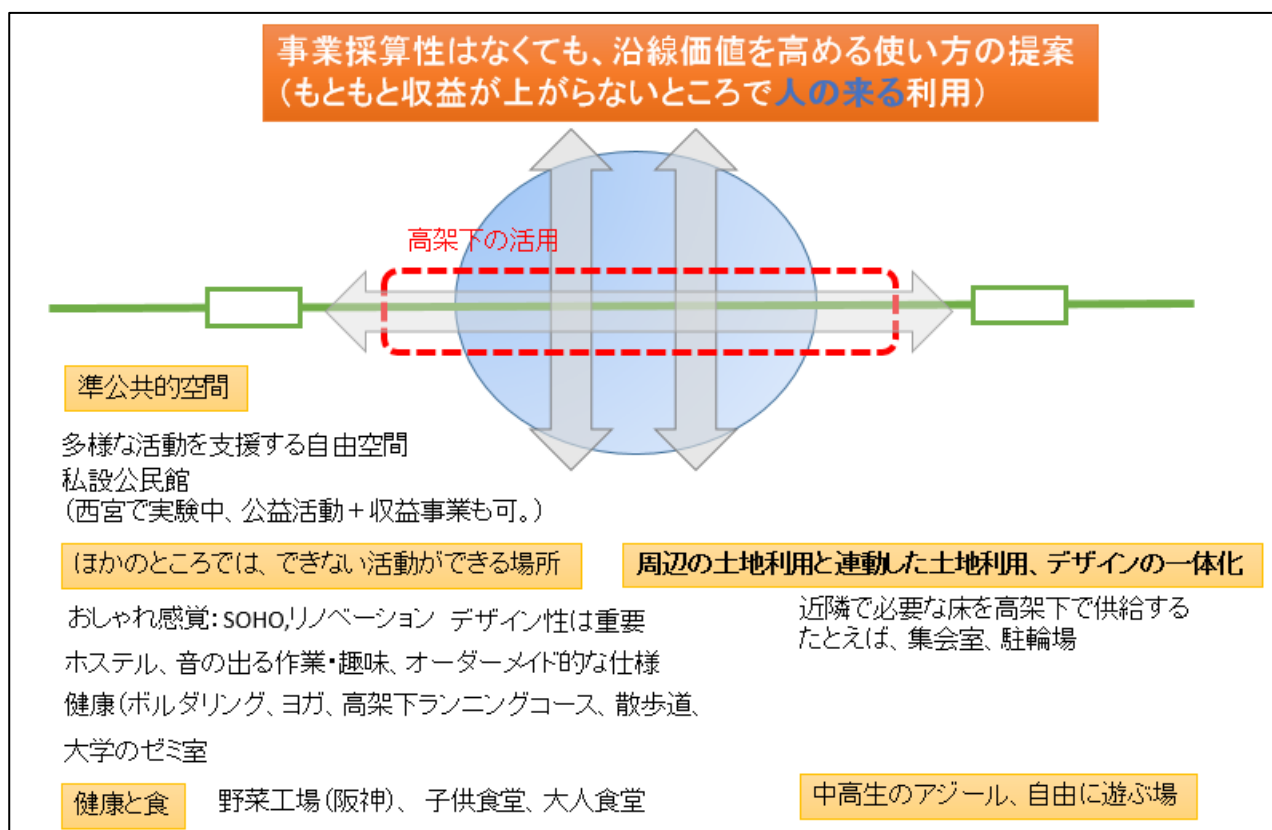
駅の拠点性を高め駅ビルの有効活用を進めるためには、駅舎としての象徴性を確保するとともに、高架下との一体的、連続的な活用方策を検討することがのぞましい。また駅の隣接地との連続性についても配慮すべきである。広場などの公共空間を一体化させたり、歩行者動線に連続性を確保したりして、魅力的な拠点駅の整備が周辺の魅力の増大に資するための仕組みを近隣の地権者（公的セクターや鉄道会社自身の場合もあるが）とともに検討することが必要である。

また、高架軌道に隣接する建築敷地の計画と調整して、一体化した広場上の空間を作ることも可能である。高架軌道沿いには側道がつけられることが一般的だが、これを歩行者専用道としながら隣接する建築敷地の公開空地などと一体化した事例もある（図 7.14）。

高架下については、駅と駅との間をつなぐ線状の活用方法のみを検討しがちだが、線状空間の呪縛から逃れ隣接地の土地利用特性を補完する利用法も検討すべきであり（図 7.15）、とくに駅から離れた高架下の場合は、この視点が不可欠である。たとえば近隣で必要な用途を高架下で提供する事例として、貸し駐車場や貸し倉庫、公園的利用（図 7.16



図 7.14 旧万世橋駅近くのビル



武蔵境ポップ公園)などの事例をいくつも見つけることができる。また高架軌道と街路とが交わる交差点は、より付加価値の高い利用法を探ることが可能である。

活用方法を検討する場合、「周縁」としての高架下空間のメリットとデメリットを十分理解する必要がある。高架下空間は鉄道会社の管理下にあるとはいうものの、多様な活動を可能にする準公共的な自由空間としても位置付けることができる。たとえば公的な集会施設よりも利用の自由度の枠を広げて、収益事業なども可能な「私設公民館」などの可能性についても検討する。騒音や振動が発生する可能性を逆手にとって、音や振動の影響を受けにくい音楽スタジオや作業場、工房、スポーツ施設、植物工場などの可能性も検討できる。安い賃料を前提とした起業家のためのスタートアップオフィス(図 7.17)や、子ども食堂や福祉作業場(図 7.18)など地域社会の福祉的機能を支える施設の可能性についても検討する。

空間デザインや景観形成の観点からも高架下の特性を十分理解する必要がある。第1は、十分な高さを備えた屋根付きオープンスペースとしての特徴を生かすことであり、街並みを再現したモール型の商業施設や(図 7.19)、高架下ランニングコース、ボルダリング等のスポーツ施設の導入可能性がある。第2は、構造的には高架の躯体と分離させる必要があるのをこれを前提とした空間デザインを行うことである(図 7.20)。これに関しては、高架下にボックス状の構造物を挿入して活用する先進事例を各地で見つけることができる。第3は高架の両側の道路に対してどのような景観を作るのかということ。道路側に向けた施設配置(図 7.21)か高架下の内側に向けた施設配置(図 7.22)かによって、町並みへの影響は大きく異なる。とくにバックヤード側の修景には配慮が求められる(図 7.23)。上述のボックス状構造物についても、高架下への収まりのデザインの質が問われる。

図 7.24 は、以上の事例を踏まえながら、駅ビルと高架下との連続的活用の考え方について図示してまとめたものである。なお、具体的な用途については、ここでは示していない。



図 7.16 ポップ公園(武蔵境駅)



図 7.17 シェアオフィス(東小金井駅)



図 7.18 小金井市福祉共同作業所

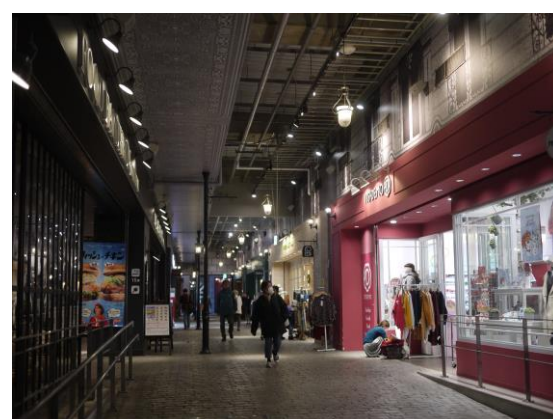


図 7.19 東小金井駅



図 7.20 東小金井駅



図 7.21 稲城長沼駅



図 7.22 東小金井駅



図 7.23 東小金井駅

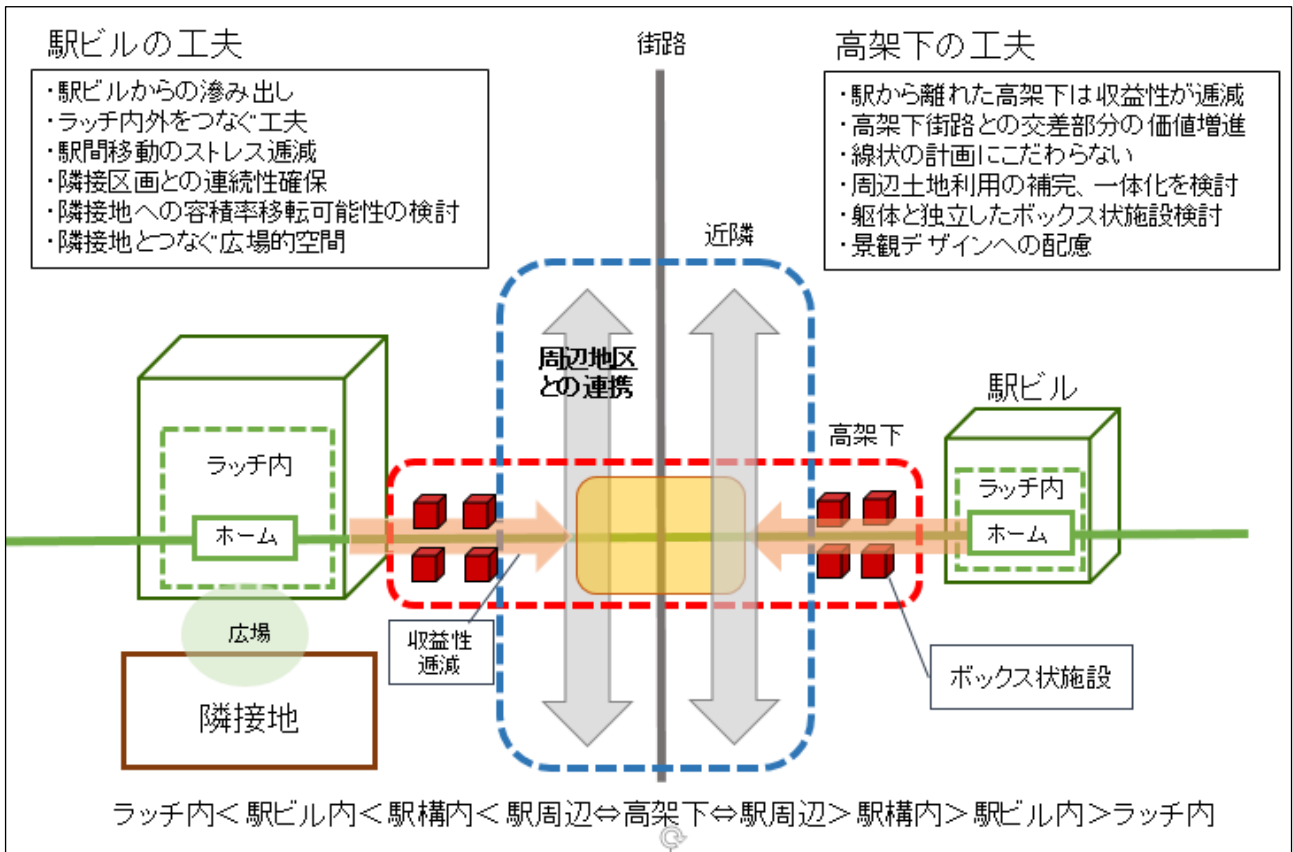


図 7.24 駅ビルと高架下空間の連続的活用

(4) 駅間の相互利用

アンケート結果によって、生活利便施設や図書館の駅前設置ニーズはどこか駅前にも多いことが確認できた。しかしながら、すべての駅前にすべての希望施設を誘致できるものではない。駅間移動の利便性を高め、相互利用や役割分担の方法を工夫することが重要である。駅間の相互利用については、拠点駅間や都心ターミナルとのネットワークと、拠点駅とこれに隣接する非拠点駅とのネットワークとを検討する必要がある。前者の場合、移動距離と時間が比較的長くなりがちである。広域から利用を前提とする施設種類と広域利用に耐えられる魅力を兼ね備える必要がある。ホールや図書館、大型商業施設、広域医療施設などが想定される。

後者の場合、現況でも最寄駅が非拠点駅の住民が拠点駅の商業施設や飲食施設を利用することが確認できている。また非拠点駅においては、日常的利用を前提とするベーカリーやコンビニなどへのニーズは高い。個性的な飲食店や医療施設などは、非拠点駅であってもわざわざ別のところから訪れる可能性もあり、個性の強い施設を立地させるということも考えられる。梅田に対する福島や天満など、大型ターミナルの一駅隣の各駅停車駅では、賃料や地価が比較的低いことから若者向けのユニークな店舗が集積することがある²。郊外拠点駅の隣接駅ではこのような利用が進むだけの賃料格差があるかどうか不明であるが、個性が強いオリジナリティのある施設であれば、成立の可能性があるのではないだろうか。

なお隣接駅とのネットワーク利用を促進するためには、移動時間や運賃に対する実質的並びに心理的なバリアーを取り除く必要がある。たとえば改札内の施設を充実させたり改札口の内外からアクセス可能な施設のあり方を探ったりすることも効果的と考えられる。またスマホなどに乗車券機能を持たせ、検札や課金が自動で行われるようにすることも技術的には不可能でないと考えられる。割引制度と連動する形でも実用化を検討してはどうだろうか。

5. 沿線ブランド再構築にむけて

(1) 均質化する沿線戦略

小林一三が開発したビジネスモデルは、都心のターミナルと郊外の娯楽施設を鉄道で結ぶとともに沿線で住宅地開発を行うことによって、上り下り双方の運賃収入の増加と不動産収入の増加をめざすものだった。彼は中産階級のサラリーマン層を住宅供給の主なターゲットとし、都心のターミナルデパートと郊外の娯楽施設は、沿線住民のライフスタイル提案にも影響を与えた。このように、一定の階層の居住者の設定と、ターミナルデパートのマーチャンダイジングおよび郊外での文化・スポーツ系の娯楽の提供が、沿線のブランド構築にもつながったと考えられる。

ところが1960年代後半以降、どの鉄道沿線においても類似の居住者層を設定した住宅開発が行われ、都心や駅前の商業施設と郊外の娯楽施設開発も均質化がすすんだ。沿線間の差異を訴えにくくなるなかで、現在ほどの鉄道会社も一律に、都市圏人口減少への危惧の中で商業や生活支援サービスを充実させて、沿線価値の増進による沿線内循環消費をめざしている。

本研究を進めるにあたって、大都市圏住民に支持される沿線ブランドの再構築のためには、住宅および住宅地の再編が不可欠ということを経験しながらも、沿線のさまざまな拠点の魅力増進と駅周辺での施設整備およびサービスの提供が強く影響するのではないかと仮説のもとに調査を行った。しかしながらいくら一定の需要が見込めるからといって、どこか駅前にもある全国展開のチェーン店型の店舗誘致だけでは、沿線ブランドを構築することが難しいだけでなく、いわゆる「漏れバケツ理論³」のように収益が沿線外や地域外の本社所在地に流出してしまう。単なる需要対応型の施設

² このような駅あるいは駅前の事を1980年代に広告代理店が「一つ目小町」と名付けたことがある。代表例は渋谷から一駅目の代官山であった。もちろんすべての隣接駅が一つ目小町になるわけではない。

³ 漏れバケツ理論とは、地域にいくら投資しても、地域外の企業などにお金がどんどん漏れてしまい、地域経済の振興につながらないことを比喩的に説明したもの。地域内乗数効果をいかに高めるかが重要である。

計画にとどまらず、郊外におけるライフスタイル提案を含めた個性的あるいは挑戦的な拠点の再生整備をすすめるなければ、沿線価値の増進にはつながらないのではないだろうか。

(2) 渋谷化した郊外

1970年頃より、都心のターミナルや郊外の拠点駅周辺で、大手の流通資本が新たな需要を開拓しようとする事例が相次いだ。渋谷のパルコ、東急沿線の二子玉川高島屋の試みはその代表的なものだった。この時代に注目された商業施設開発では、パルコの「おいしい生活」に代表されるように基本コンセプトが設定され、それに基づいて空間デザインや商品企画がすすめられた。また当時さかんに強調された「高度消費社会の到来」における「高度な消費」とは、商品の機能を買うというよりは商品の記号性を買うことに加え、家事労働の外部化にともなう家庭の消費空間化の進行を意味し、また現代美術や現代音楽、小劇場演劇などカウンターカルチャーであった文化を商品やイベントと組み合わせる文化消費を意味した(三浦他 2016, p. 16)。

ビル型開発やハコモノ型の開発だけでは地域の文化的アイデンティティを表現しづらい。パルコが渋谷で展開したのは、ハコモノの商業ビルではなく公園通りの創造であった。渋谷パルコは駅から離れた坂道の上であり、「ターミナル性に依存しない商業立地開発を始めた」と増田通二は述べるが(増田 1984)、結果として「周縁」であったパルコを渋谷駅と強く結びつけた。

こうした渋谷の変容をいくつもの郊外駅が真似て、都心ターミナルでの商業施設開発戦略を郊外の拠点に移出させることが試みられた。80年代以降の沿線のブランド化戦略は、商業施設の開発が先導した。郊外の拠点駅での商業施設開発のコンセプトが沿線のブランド化に影響を与えたのである。南後はこれを、「郊外の渋谷化」と指摘する(南後 2016 p. 127)。ただしこれらはあくまでコピーのまねづくりであって、パルコが本来狙っていたカウンターカルチャー主導のまねづくりとは言い難い。三浦展は所沢のパルコですら「コンセプトはなくてファイナンスだけがある」と指摘している(三浦他 2016)。近年はこのような開発スタイルは鳴りをひそめているが、コンセプトは苦し紛れの虚構作りだったのだろうか。好き嫌いとか感性とかが街をつくり、挑戦的な商業施設が沿線ブランド構築に資することは今後困難なのだろうか。

(3) 明るく健康的な郊外の限界

商業空間や盛り場空間は、都市におけるハレの場を構成すると同時に、カウンターカルチャーあるいはアンダーグラウンド的空間を生み出し続けてきた。都心には都市を代表するオモテの繁華街があると同時に、そのすぐウラには猥雑なゾーンや若者たちが独自の文化を育むゾーンが自然発生してきた。ヒースとポターは、差異化を追求するカウンターカルチャーこそが消費主義の推進力となってきたと主張するが(J. ヒース & A. ポター 2014)、均質な家族の生活の場として開発された郊外には、「明るくて健康的な消費空間」は計画できても、差異化へのベクトルは働きにくく排他性を帯びる商業空間を成立させることは困難だった。サードプレイスといっても、家の延長にある日常的で保守的な場所程度しか生み出してはこなかった。高度消費社会の商業空間は、とくに郊外においては「正当なき異端」であり続けることが極めて困難だったのである(J. ヒース & A. ポター 前掲書)。その結果郊外に生き残り今なお増殖しているのは、健康で明るい大型ショッピングセンターやロードサイドの大規模量販店ばかりであり、拠点駅の駅前再開発も例外ではない。

もちろん開発者たちも、都心の魅力を郊外でどう実現するかに頭を悩ましてきた。彼らは大規模な複合商業ビルをつくるという資本の論理と、小さな店が並ぶ限界空間をつくるというドメスティックな論理の狭間で揺れ続け、そして常に資本の論理が勝ち続けてきた。「つかしん⁴」など一部の開発

⁴ 1985年に尼崎市のグンゼ塚口工場跡地に西武グループによって開発された複合商業施設。「生活遊園地」というコンセプトのもと、百貨店、ショッピングモール、レストラン街、映画館等を配置。伊丹川を敷地内に取り込んだ他、広場や教会、路地空間なども再現した。2004年に西武が完全撤退し、業態が大きく変わった。

では疑似的な界限空間の創造を試みてきたが、その多くはテーマパーク的な違和感を与え、あまり長続きしていない。その一方で、近年は若い起業家たちが中心市街地の古家屋や倉庫をリノベーションして商業施設化する動きが活発化している。さらに点としてのリノベーション物件をネットワークさせてエリアリノベーションという視点で街の再生が試みられる（馬場 2016）。郊外においても複合商業ビルやショッピングセンターだけに頼らない、リノベーション型再開発と組み合わせることによって、多様性とカウンターカルチャー性をもつ拠点地区の形成につなげることができないだろうか。

都市が本質的に生み出す「中心と周縁」の構造を、郊外に移植することは容易ではない。ジーバーツは、明確な形態と境界線をもっていたヨーロッパの都市が近代化の過程で郊外に拡散し、都市の形態と市民組織を失いながら生活域が農村地域に切れ目なく広がっていた状況を「間にある都市」という概念で説明する。彼は都市を形成する重要な要件として、都会性、中心性、密度、用途混合、エコロジーという5つの概念を提示し、都市の中心性が解体する可能性と「間にある都市」におけるこれら5つの要件の導入可能性について、すでに20世紀末には議論を展開している（ジーバーツ 2007 p. 36～63 原著は1997）。郊外において今我々が直面している課題は、まさに「間にある都市」においてこれらの5要件をどう実体化できるかなのである。

（4）鉄道会社の可能性

最後に、郊外の再生における鉄道会社の強みと可能性を指摘しておきたい。最大の強みはなんといっても、拠点駅同士や拠点駅と住宅地とを物理的に「つなぐ」インフラとノウハウを持っていることである。鉄道会社は、さまざまな社会的ネットワークを、鉄道という装置によって物理的に支えることができる。しかも長年にわたって地域社会と共存し続けてきており、沿線住民から厚い信頼を得てきている。良くも悪くも変化の激しい流通資本とは一線を画しながら、都心・郊外をつなぐ生活ネットワークの運営者としての可能性を有している。

ただし、ジーバーツが指摘するような、「星座のように位置する、専門分化された空間の諸点と家が結ばれている領域になり、それが退屈な交通空間、それゆえ「死んだ」移動時間によってつながれることになる（ジーバーツ 2007 p. 98）」という状況は避けなければならない。専門分化された諸機能がそれぞれ違った拠点に分散配置される状況下においても、これらをつなぐ地域公共交通の事業経営が経済的になりつつレベルの集積と事業モデルを確立する必要がある。また物理的な移動サービスだけでなく、ウェブネットワークが急速に社会システムを変えている今、郊外の新しい生活スタイルの確立にウェブがどうかかわるかを意識し、鉄道会社といえどもこの分野に主体的に関わることも検討すべきである。

また、新しい公共の担い手としての電鉄会社の使命と役割も意識する必要がある。駅はきわめて公共的な場所であり、高架下も同様である。こうした場所の活用については、収益性を意識はするものの、不特定多数の人の利用や地域コミュニティの拠り所となることを忘れるわけにはいかない。買い物場所だけではなく、働く場所あるいは生きる場所を提供する覚悟が鉄道会社には求められる。鉄道と住宅プラス充実した生活の仕方を売ることが、これからの鉄道会社の役割なのである。

生活文化が未成熟の地域に均質な住宅地を開発してきたのだから、均質な空間が生まれたのは当然の帰結であった。郊外開発が100年の歴史を積み重ねてきた今、そこに培われてきた生活文化をどう受け継ぎ、次の再生戦略にどう生かすかを考えるとともに、均質から多様へと変わる郊外住宅地における生活拠点のあり方を根本から見直す必要がある。目指すべきは、都心ターミナルとの強固な関係は維持しながらも、多様性と文化性をもつ拠点を「間にある都市」に構築することであり、そこではカウンターカルチャーが生まれる可能性にも配慮しなければならない。単なる駅の再生工事ではなく、鉄道会社、行政、地元の連携のうえで、駅と周辺市街地とが一体化した拠点形成を目指す必要がある、そのためには駅の特徴に合わせたエリアマネジメントの体制を築くことが求められる。

参考文献

島原万丈『本当に住んで幸せな街』光文社新書、2016

トマス・ジーバーツ著、蓑原敬監訳『間にある都市の思想』水曜社 2017（ドイツ語初版は 1997）

都市デザイン研究体『復刻版日本の広場』彰国社、2009

馬場正尊『エリアリノベーション』学芸出版社、2016

J. ヒース&A. ポター著、栗原百代訳『反逆の神話—カウンターカルチャーはいかにして消費文化になったか』NTT 出版 2014

増田通二監修『パルコの宣伝戦略』PARCO 出版、1984

三浦展、藤村龍至、南後由和『商業空間は何の夢を見たか』平凡社、2016

山田大輔、江副遥子「立地適正化計画に置ける拠点と駅について」都市計画 331 号、日本都市計画学会、2018. 3.