

## サインによるまちの魅力づくり

京都市立芸術大学 藤本 英子

### 1 「サイン」の特徴

人々の行動のよりどころとなる情報を具体的なかたちで表したもの (公益社団法人日本サインデザイン協会)

#### ○屋外におけるサインの特徴

- ①地域との関係が重要…景観上の配慮が求められる／周辺環境の把握が必要である
- ②公共性が高い…不特定多数の人々が対象となる／広域に影響を及ぼす
- ③広告効果が計りにくい…より目立つ方向になりやすい／大きさ、派手さで安心する

★ 公共空間を構成する要素として捉え、節度ある周辺との関係の創出を優先する必要があります。

### 2 まちの魅力は「地域景観イメージ」の共有から

#### ○まちづくり、行政、事業者、市民をつなぐ「イメージ」とは

地域には多くのイメージ要素が存在します。立場を越えてある「イメージ」を共通に持ち、活用していくことで、より強い地域イメージになります。「地域景観イメージ」はその一部です。

#### ○強い「イメージ」づくりには総合力が求められる

地域イメージのハード部分を担う重要な要素が、「地域景観イメージ」です。

(EX: 伝統的地域、NT、文教都市、港町、自然豊かな地域、水都、商業都市、温泉街)

#### ○「地域景観イメージ」とは

- ・社会から誘導される景観イメージ (雑誌、新聞記事、TV番組、ロコミ etc)
- ・自ら発進する景観イメージ (HP、広報誌、フリーペーパー、観光協会、首長 etc)
- ・場に存在する景観イメージ (ロケーション、位置的条件、視覚的にめだつものの印象、etc)

### 3 「サイン」で演出する「地域景観イメージ」

サインデザインは様々な「地域景観イメージ」を演出することが出来ます。

### 4 まとまらない「地域景観イメージ」を助長する「サイン」たち

地域に関係なく掲出されるサインや、バラバラのイメージのサインが乱立する景観は地域の魅力を下げていきます。

### 5 まちの魅力づくりのために「サイン」が果たす役割から

#### ○何のためのまちの魅力づくり？

魅力ある地域づくりが、地域のプライドにつながり、そこで生活する人々のプライドに反映します。

#### ○自分たちのまちの「地域景観イメージ」を探そう

- ・場 (風土、気候、植生、地形、自然景観 etc)
- ・人 (生活、生業、流行、活動、文化、習慣、法令、宗教 etc)
- ・時 (歴史性、時代性、季節感 etc)
- ・物 (構造物、建築、SF、サイン、車両 etc)

#### ○見つけた「地域景観イメージ」にふさわしい「サイン」を考えよう

以上 ありがとうございました

「地域景観イメージ」に基づく「サイン」がまちの魅力を高める