都市のサイン計画とシンボル*

宮沢 功**

Symbol for Urban Legibility

Isao MIYAZAWA

1. はじめに

戦後50年高度成長時代を経て、バブル景気も崩壊し、今、世の中はエコロジー、防災、バリアフリーと都市環境を考えるうえで重要とされるテーマが様々に議論され試されている。都市生活を安全で快適に過ごしたいのは誰もの願いである。都市のサイン計画はこれらの目的に答える一つの計画視点である。複雑な都市環境では生活者が必要とする情報が、的確に提供されることにより人々は生活の舞台である都市を正確に認識し、自分の行動を円滑に進めることが可能になる。しかし、現実の都市環境はそれほど単純ではなく、様々な問題を抱えながら生活者にとってますます複雑でわかりにくい環境となっている。都市が発達する情報の脈絡がはっきりしない為、情報そのものが混乱し的確に受信できない状態が現状である。

2. 都市環境の課題

では具体的にどんな現象が都市をわかりにくくしているのか、第一の問題は江戸時代以降、都市の構造が変化し複雑化していることが上げられる。明治以前までの都市構造は城を中心とした町割りで、その周辺も山や川、神社、寺社等、街の生活に密着した施設が都市のパターンを構成し、その範囲も歩行を基準とした広さで認識しやすい規模であった。しかし、文明の発達とともに交通の軸として運河などの水路が掘られ都市のパターンは水路によって構造付けられた。又、自動車や路面電車などの陸上交通が発達してくると都市を構造付ける軸は再び道路に移った。1945年終戦を迎えると国土復興、街の基盤整備が都市計画の主体となり戦前の都市構造のうえに新たな構造が重ねられた。自動車交通のますますの発達には路面電車をつぎつぎに廃止に追いやり、ついには昔の水路のうえに高速道路を建設するに到った。1962年からの首都高速道路の建設やその後の地下鉄網の建設は、今まで平面的な構造であった都市を一挙に立体的な構造に変えてしまい、都市施設の機能についても立体化と高密度化の関係から複数の機能を集約した複合型のターミナル

を構成するようになる。

人間的なスケールで、生活に密着し認識しやすかった都市構造は、都市域の拡大と構造の立体化、高密度な都市施設の集約などによって、実体的な環境自体から都市の構造を認識することを難しくしている。その上最近では電子技術の進歩にともなって情報環境の変化は目まぐるしいものがある、情報のネットワークがつくる構造イメージも都市環境を認識するうえでの大切な要因となりつつある。

第二の問題は街の表情の変化である。個々の地域を持つ街の表情は、その地域の立地条件や気候、風土、文化などが街の構造や建物の形態、素材、色彩等に反映してその総体として表れる。しかし、科学技術の進歩は様々な気候条件に対応できる素材や工法を開発し、機械的にいつも快適な室内環境が維持できるようになると、その地域に適応した工法や素材、形態による個性的な地域の表情が消え均一化してきた。地域の個性的な表情は、生活する人々にとっては自分と周辺の関係のなかで、人生の記憶や価値を育む環境であり、外来者にとっては自分の住む土地と違う環境や文化を知り、自己の生活の価値を高めるための要因となる。そのような意味で都市環境が何処でも同じ様な性格や空間となる状態は考えなければならない。

日本是一年を通じそれぞれに特徴のある四季がある、この季節の変化がもたらす気温や大気感覚、季節々々の節目に設けられたまつりごと、野菜や魚などの旬の食べ物などの変化は、生活の中で得られるその土地の環境を認識するための重要な情報として機能している。しかし最近では、空調によって家庭はもとより民間の商店や駅や地下街などの公共空間に到るまで温度がコントロールされ、食べ物も季節に関わらずいつでも食べたいものが手に入るようになり、季節感を感じるための要素が少なくなってしまう。

都市を認識することは街の構造や視覚要素からの情報と同じく、時間の流れの中で変化する様々な現象が情報となり、その積み重なりが地域の個性を伝える。これらの時間的変化の要因が少なくなっていることは、都市環境を認識するために大きな問題である。

* 原稿受付 1997年4月8日

** ㈱GK設計

3. 都市環境の認識

人が見知らぬ都市や、住んでいる都市を認識するにはいろいろな要素の複合情報によってその都市のイメージを認識する。都市を認識するのは大きく三つの段階がある。

第一段階は、いわゆる第一印象に近い視覚認識の段階である。見知らぬ都市に下り立ち、始めに情報として飛び込んでくるのは個別の建物の形やそれらの連なりでつくられる街並みであろう。もし駅前にユニークな建物かモニュメントでもあれば、それも都市のイメージを印象づける大きな情報となる。ここでの特徴的なことは都市の印象を作る情報のほとんどが、視覚情報であるということである。建物の形、素材、色彩そのどれもが視覚的な情報として目に入ってくる。第二段階の認識は同じ都市を何度か訪れたり、何日か滞在したりという状況で視覚以外の情報が加わる体験的認識と言えるものである。その土地で何日か滞在することになれば、街の人との会話やその土地ならではの酒や食べ物を経験する。朝、昼、夜の太陽の光は景色の見え方や空気の感触、歩道や建物の感触など視覚以外の感覚から得られる情報も格段に多くなる。このような五感による情報の取得は、都市のイメージをより深いものにし一言ではなかなか言い表せない複合したイメージをつくる。第三段階の認識は複数の感覚的情報に加え時間の経緯の中で得られる物語的な内容の情報が加わった認識である。一般的に自分の住んでいる街の認識は、街を構成する各種要素に加え自分を取りまく友人や両親、祖母、祖父等の家族、自分自身の幼い思い出や経験などの個人的な情報によってつくられる。これらは同じ街でも人によってその認識が違うことになる。このような人の一生や年月の移り変わりのような長い時間のなかでつくられる街の認識を経験的認識と呼んでいる。都市のサイン計画は、都市環境が持つこれらの要因を体系付け、情報として構成し人々に伝達するのが役割である。

4. サイン計画の三つの視点

都市のサイン計画は都市環境が持っている様々な要素やその集合体を、都市を認識するための情報としてとらえ、その情報に脈絡を着けわかりやすく再構築する作業である。そのためにサイン計画の最初に、都市の何を伝えるかという目的が必要である。この目的は人と都市の関係のあり方によっても異なるが、大きくは都市の構造を伝える。都市の独自性を伝える。都市の時間・空間を演出する。の三つの視点によって考えられる。

4.1 都市の構造を伝える

都市の構造を伝えるという視点は主として日常、都市の中で人が行動する場合に必要な情報をどの様に整理し伝えるかという事である。都市の中である目的を持って人が行動する時は自分の位置と目的物との関係を認識す

る必要がある。自分の位置から目的物が実体として確認できればその方向へ歩いてゆけばよいわけであるが、日常の都市環境では道路の構造や建物などの障害物によって直接目的物を確認することは難しい。一般的に広い環境の中で目的に対して行動する時は、全体の中で目印となる要素の相互関係を把握することで自分と目的物の関係を認識する。宇宙空間に浮かぶ宇宙船の中は無重力状態で、人が空間に浮いてしまい上下左右の概念が通用しない、そのため物の位置や方向などを伝えるために、船内に基準となる線、又は壁面に色を塗るなどして船内における位置関係の基準とするという話を聞いたことがある。広い都市環境の中ではシンボリックな幹線道路や鉄道、河川等が目的物を確認するための基準となることが多い。このような全体を認識する手段としては一般的に地図による表現が使われる。人は実際には見ることのない都市の全体構造を鳥瞰図的な図面によって構造をパターンとして認識し、そのパターンの中の目的物と自分の関係を把握し行動する。行動自体は地図によって把握した構造（ほとんどの場合道路によって作られる）から推測されるイメージと実体としての道路環境を照合、確認しながら目的物に辿り着く。そのようなことから一番始めに必要な情報は、都市の構造をパターンとして正確に把握することである。そして、それをわかりやすく表現することが大切である。

パリ市街地に見られるような放射状のパターンは（写真1）、骨格となる幹線道路と沢山の道路が交差する大きな交差点が全体の構造をつくっている。交差点は、特徴的な彫刻やモニュメントを設置することにより、効果的なランドマークとなって街をわかりやすくする。ニューヨークや大阪、京都などの城下町に見られる格子状のパターンは東西南北の方位が確認しやすく、なかでも街路が序列化され、ルールに沿った道路名などがあればより認識しやすくなる。大阪では南北の道路を“筋”東西を“通り”としており、真ん中の広いシンボリックな御堂筋が全体の中心を構成してより全体をわかりやすくしている。パリやニューヨークの様な明解な都市パターンを持

写真1 パリ市街地地図

たない都市でも、その都市の特徴的なパターンを読み取り認識しやすく表現することが必要である。

都市の特徴的なパターンを読み取るには、空間のもつ構造的特徴を分類、整理し、対象となる都市空間がどのような性格の空間単位で構成されているかを見極めなければならない。その典型となる空間単位は“ゲート”、“軸”、“拠点”、“網”の四つが上げられる。

“ゲート”は門である。門は建物や国、地域への出入口、或いは学問等全ての物事の出入り、経由するところを意味する。ヨーロッパの城壁都市の門、国境の検問所、戦勝を祝う凱旋門等、地域と地域の境界や異質な空間のとなり合うところ、或いは気持ちを変化させたりするところには、物理的な出入口や精神的変化の証としてのゲート（門）がある。都市においても地域間移動の認識や広大な空間を構造的に認識するためのヒエラルキーの節として、又地域のイメージを象徴的に表現する対象として存在する。ゲートがゲートとして成立し、認識されるためには、設置される場所や通過感が感じられるような形態、周辺とは明らかに区別できる象徴性が必要である（写真2）。都市における人の行動は、そのほとんどが道路や鉄道によって行われる。そしてこれらの動線は物理的にも精神的にも環境の骨格イメージを作る。これが“軸”である（写真3）。視覚的な特徴としては直線的であること、曲線の場合でもできるだけ同じ印象の景観が連続し、明解な線として認識できること、街並、植栽、ストリートファニチャ等、空間を構成する要素が一体的に考えられ、ひとつのデザインとして認識しやすいことなどが上げられる。機能・内容としても交通、流通、防災等、都市機能の主要な動脈として機能していることが日常生活の中で、都市構造の重要な骨格として認識される条件になる。“拠点”は、人々が様々なニーズによって活動するための拠り所となる場所である。ここには情報や人そして様々な都市機能が集まる。移動のための交通機関が集まるターミナル駅や空港、港、交差点などは、人の行動を安全・円滑にするための各種装置や情報が集まり交通拠点としての性格が作られる（写真4）。又、生活、教養、娯楽という視点からは、ショッピング、観劇、映画、スポーツ、食事、文化教室、美術館等の施設の集合体が生活、文化の拠点をつくる。拠点としての空間特性はその規模、内容、機能の違いによって様々に変化するが、場所としての視覚的特性は、求心的で周辺の景観に比べてランドマークとなりうる広さや高さ、形体的独自性があることで“拠点”としての記号性が表現される。

“網”とは比較的狭い範囲の地域で、地域の中にその構造を決定するような構成要素がなく、地域内の各要素が比較的均一に同等の関係で成立している状態の面的な地域をいう（写真5）。京都や大阪、東京の下町などに見られる小路によって囲まれた路地空間、公園などの自由な構成の散策路などで構成された面的な場所をいう。その範囲はそれほど広くはなく200m～400m四方程度の

写真2 筑波研究学園都市ゲート

写真3 パリ・シャンゼリゼ通り

写真4 西新宿交差点リング

写真5 イギリスのニュータウン

範囲で、仮に迷っても周囲の幹線道路に容易に辿り着くことができ、自分の位置が確認できる事が必要である。網として認識できる地域はその特性上セミパブリック(半公共的)としての性格を持ちやすい。外来者は何となくはいりにくい雰囲気がある。反面、そこに生活する人々やその環境を理解した人にとっては他の空間にない親しみ、落ち着き、連帯感などを感じることが出来る。

以上が都市パターンを認識し易くするための典型的な四つの空間要素である。これらの特徴的空間要素が対象となる都市の中にどのように分布し、どのような都市パターンを作っているのかを読み取り、地図として視覚化するのである。しかし、ここで気をつけなければいけないのは、サイン計画の本来の目的は街を分かりやすくすることである。平面上の地図に都市構造を表現するのは伝えるための手段である。そのためには実体としての都市パターンがはっきりしていることが前提であり、その上で、表現された内容と実体としての環境が同じイメージとして認識され、地図の機能が果たされるのである。いいかえればパターンのはっきりした都市においては、正確な地図表現が分かりやすさの目標となるが、実体としての環境が認識しにくい状態の場合は、環境そのものをその都市のパターンを構成する空間として認識しやすい状態に作らなければならない。これは空間そのものを都市構造を伝える情報ととらえ、パターン認識しやすいように実際の環境として顕在化し、再構成することである。

4.2 都市の独自性を伝える

知らない街に行けばその街独特の雰囲気や情緒を感じ新しい街に対する興味は尽きない、一般的に土地柄とか、何処何処らしさといわれるものである。そのらしさや土地柄は色々な要素が重なり合い関係しあって出来ている、土地の人々とのコミュニケーションや習慣、地形的条件、気候、風土、行き交う人々の服装や言葉、そしてその場の音や光、香り、触覚など全ての要素の総体からその街のイメージを感じとる。なかでも街を構成している視覚的な情報は、短期間の滞在や旅行者にとって街を知るうえでの重要な要素となる。山や川が存在、景色として連なる建物のスカイライン、家の形、素材のつくる色等々が街の特徴を伝えるための情報として働く。

街をわかるということは、街の歴史、生活や社会的習慣、文化の違いなど、街の性格、内容を知ることでもある。これらを情報として伝える事はもう一つのサイン計画の大事な視点である。前にも述べたように近代の日本の街はどの街も均一化し、特徴のない環境になりつつある。今、私達は合理主義、機能主義の行き過ぎからの反省に立って既存の都市、新しい都市においても地域の特徴を引き出し、あるいは新しく作り出すことによって、そこに住む人々、訪れる人々が愛着をもち、誇りが持てる環境を作り、積極的に伝えていく必要がある。街が潜在的に持っている特徴や要素、目標とするイメージが何か

をはっきりさせ、その特徴を情報として、街を構成するさまざまな要素に顕在化させ組み立てるのである。

鉄やガラス、アルミニウム、プラスチックなどの材料が開発される以前、街は土や石、木、紙などその土地で手に入る材料によって作られた。

建築物については素材のみでなく、形や構造を地域の気候や地形に対応させ、その土地独特の様式を生み出してきた。雪深い山間の地で養蚕を営んでいた岐阜の白河郷(写真6)では、自然環境と生活の条件が傾斜のきつい切妻屋根を作り、これらの民家が並ぶ様はこの地域の特徴的景観となっている。同じ雪という条件でも、青森県の黒石市や新潟県の高田市等は、街並みに沿って道路側に連なる“がんぎ”と呼ばれるアーケード状のシェルターが街の景観を特徴付けている。このほか川越の蔵づくりの街並み、木曽の妻籠、京都の街並み等も様々な条件が結果として、他にない特徴的な街並景観を作っている。

一方、横浜や神戸市、倉敷市のように歴史的なイメージを現代的に解釈したり、ペルコリーヌ南大沢(写真7)やファール立川のようにアートや造形、素材、色彩などを共通のモチーフとした新しい街のイメージづくりの例もある。そうした街づくりの中で建物の屋根や窓、壁、塀等の建物に関わる要素、街路灯、車止め、ベンチ、電話

写真6 岐阜の白河郷

写真7 多摩ニュータウン ペルコリーヌ南大沢

ボックス、クズ入れ、舗石等のストリートファニチャ等、の計画デザインは新しい街のイメージを伝える媒体として積極的に活用されている。

4.3 都市における時間・空間の演出

都市のサイン計画における三つ目の視点は、時間・空間の演出である。演出とは脚本、又はシナリオを基として演劇、または映画を組成する各要素（俳優の演技、舞台装置、セット、照明、音楽、音響効果など）を総合して舞台上に上演し、又は、映画制作を指導することとある。（広辞苑）

街のサイン計画において、演出のもととなる脚本、あるいはシナリオとは、人々の行動パターンや生活のリズムを街のイメージのうえに予測することである。実際の都市では、人は常に動き移動している。それは様々な機能、表情を持った空間からの情報と、人の動きに連動する空間の繋がりがあある物語を作り、新たな街づくりの情報となる。人は日常生活における行動では、一か所に止まっているわけではなく住宅街、駅、オフィス街、繁華街、公園などのような性格の違う空間を連続して体験している。このような空間体験の繋がりは、都市や街が持つ変化やリズムなどが感じられ、個人々々に対応した物語をつくる、そしてこの物語から又、街の違った情報を得ることになる。

ショッピングモールや大型のターミナルビル、大規模な地下街などでは、全体が同じ様な性質の空間では飽きるし、疲れる。適当な場所に静かな休憩の空間があったり、食事をする場所などがあって、人の行動にメリハリやリズムをつけることが必要である。

日本の神社の空間構成は、空間のつながりによる演出の好例である。日常的な街の中にある神社は、一の鳥居から二の鳥居と進むにつれ、深い緑に覆われた参道が街の中の喧騒を消す。そして一步一步踏みしめる玉砂利の音と合いまって、歩くものの心に静かなリズムをつくる。

やがて山門をくぐり神殿の前に立つ頃には、日常の雑事を忘れ、神と向かい合う静かな気持ちがつくられる。まさにこれは、空間の演出によるドラマそのものである。演出により伝えられる情報のもう一つは、人が生活し生きていく時間の中で必要な節目々々をつくる情報である。それは、日本特有の季節に関連して健康や生活の決まり事などを広く共有するための情報や、市民が共に生活し、充実した社会や街をつくるために必要な社会的秩序、習慣、コミュニティとしての連帯感などの情報である。これらのほとんどは、その日又は、その時期に託された意味や、注意すべき事柄、心構えなどの目に見えないものが対象である。これらのリズムを共有するために、祭りや習慣、しきたり等によってそれらを形化し、イベントとして表現している。

社会的な習慣である人の誕生とお宮参り、七五三、成人式、結婚式(写真8)、葬式などの祭事とそこで使われる装置や道具、これは人の一生を通じその成長段階で必

要となる社会的責任や義務、個人と社会の関係などを情報として形化し、成長の節目で本人はもとより周囲の人々、社会に対して認識してもらい、人と社会の関係を円滑にするためのサインとして機能している。

国や都道府県、市町村などでは、政策上の考え方、街づくりの目標、地域イメージの共有化などのために、街開きなどのイベントや博覧会などが、そのテーマやディスプレイによって意味や意義を伝えようとする(写真9)。一方、季節の変わり目には多くの習慣や祭りが見られる。それは季節の確認、自然との調和の方法、厳しさと対峙する知恵、連帯感の育成、子供の教育、伝統の継承等々、様々な思いが込められ、年中行事という形で習慣化され社会化されてきた。年の始めの正月に飾られる門松(写真10)は、一年の始まりの日に神様をお迎えす

写真8 結婚式

写真9 オーストラリア建国200年記念飾り

写真10 正月の門松

るための目印で、門松に使われる松は、薬用にすれば血圧を下げる働きがあることから不老長寿の薬でめでたい木だと思われ門にたてられた。三月三日の桃の節句は、雛祭ともいわれ、人の持っている罪、汚れを人間の代わりにつけられて川に流されたり、一緒に飾られる道具や家具、調度のミニチュアは女の子の家事、炊事の訓練になったりした。元来、この節句には、桃の種にある杏仁と呼ばれる胚乳の部分陰干しにしたものを煎じて飲み、春の農耕労働を控え体調を整える準備の意味があった。等々、このような年中行事に込められたいろいろな意味は、祭りのしきたりやそれを構成する道具や装置によって、時間と空間が一体に演出され人々の心に伝承される。一年というリズムの中で考えられた祭事は、その時期に必要な健康上の問題や自然と共存するための知恵を情報として取り込んでいる。

5. 都市におけるサイン性とシンボル

今まで述べたように人々に伝えるべき都市の情報は、非常に機能的な情報から情緒的な情報まで幅広い内容があることがわかった。

では、ここで都市におけるシンボルとは何か、又、都市のサイン計画の中でシンボルという概念はどのような働き、意味を持つものなのかを考えたい。サインとは広辞苑によれば合図の信号、記号、又は看板、署名の事とある。しかし、広い意味では「ある事物を代理するもの」といわれる。人の歴史において必要とされたコミュニケーションは、意思や考え方、希望、祈り、権威、事実の記録などを何らかの方法で他者や後世に伝えようとしたものである。つまり、それらの事物や事象を何らかの媒体に代理させることだった。都市におけるサインも、サインの本来の意味から考えれば今まで述べたような都市そのものが持つ、或いは都市と人との関係において成り立つ様々な情報を或る媒体（ここでは文字や絵はもとより、建物の形や素材、街並みなどの視覚要素、他の多くの感覚的要因）によって伝えることをいう。

サインという言葉には、大きく信号系のサインと象徴系のサインがある。「信号」という言葉の意味は「隔たった双方のあいだに一定の符号を用いて意思を通じる方法、又はその符号」であり、符号としては、色、音、形、光等がある。

又、SK ランガーは「信号」は赤い光り、ベルなどのはっきり認知される信号を包含するだけでなく、我々が感覚に対する信号として暗黙のうちに注意している諸現象、たとえば室内で色々な物体や窓が見えれば、我々にある方位が与えられることや、フォークを手持てばそれによって引き起こされる感覚に導かれて、フォークを口に持ってゆく運動が行われることなども含まれるとして予測、予兆をも信号系のサインとしている。

信号系サインの特徴は、サイン対象が1対1の相関関係を成していることであり、伝える情報の内容が明確で

機械的である。信号系サインの中には街路が濡れていれば雨が振ったサイン(写真11)、屋根のうえでばらばらと音がすれば、いま雨が振っているサインというような「自然的なサイン」と視覚的な媒体による文字や絵文字による交通標識、矢印の付いた誘導板や地図による案内版、踏切の赤いランプ、発車のベルの音など個々の意味を表すために、別の方法によって人為的に作られ、共通の理解のうえに立って意思の疎通を図る「人為的なサイン」がある(写真12)。都市サインの中で一般的な地図や誘導などの表示によるものは、この人為的な信号系のサインである。

もう一方の象徴系のサインは信号系のサインが、媒体となる事物の記号性と指示物の関係が直接的であるのに対し、象徴系ではその関係が概念(表象)を通じて間接的であるということである。ハトは平和の象徴であるとか、富士山は日本のシンボルであると言われる時、ハトや富士山が平和や日本そのものと直接的に関係するものでなく、富士山の端正な形や日本で一番高い山で独立峰であるとか、日本の四季をよく映すといったことが日本人一般の心に共鳴するものを多く持っていることによるのであろう(写真13)。このようにシンボルとは具体的、感覚的な何らかの姿を仮定しながら、抽象的、観念的なものを表現しようとするものである。

SK ランガーは「シンボルの哲学」の中で、我々は現実

写真11 雨上がりの路面「自然的なサイン」

写真12 踏切「人為的なサイン」

写真 13 富士山

の環境の中にあるどんな物をも指示しないある種の「サイン」を我々の間で用いる。それは事物を告知するものでなく、事物を思い起こさせるものである。それは我々が過去において知覚した事柄を、あるいは単に記憶の組合せによって創造しうる事柄を、過去または未来の経験において存在しうるかもしれない事柄さえも、現在の経験において代理する。それは寧ろ目前にない対象に対して、特有な態度、即ち、ここにはないものを「思い起こす」とか「引き合いに出す」という特有な態度をとるのに役立つ、このような資格で使用される「サイン」は事物の兆候ではなく、シンボルである。とっている。

ここでいう「思い起こす」とか「引き合いに出す」というところが都市のイメージであり、場所のイメージである。シンボルを都市のイメージや意味を伝えるための情報媒体と考えた時、それらを思い起こさせないものはシンボルとして成立していないことになる。

6. おわりに

最近、都市環境におけるシンボルのあり方として駅前

やニュータウンの中心広場などにシンボルと称して大きなモニュメントや彫刻を設置する例が見られるが、本来の意味で地域の人々が共有するイメージや概念を持たずに単なる彫刻やせいぜいランドマークとしての機能しか役立たないものが多い。特に街おこしや村おこしのテーマとして郷土の民話や名産品を短絡的に町や村のシンボルとして都市の中に展開するといった例は、シンボルという言葉の意味を取り違えているものである。

都市の情報として人の安全や行動の拠り所となるサインは、実体としてはあるものの、その場で認識しえない都市パターンや施設の位置などを、平面上の地図や文字に視覚化し、実体としての建物や広場、道路などの空間要素自体をひとつの記号、あるいは情報として位置づけ、環境の中にサインとして機能させようとするものである。

一方、都市の独自性や時間の経緯の中で培われる文化のようなものは、実体のないものであり目に見えないイメージや目標、意味などである。これらを伝える方法として、なにかがその代理として設定される。又はそれが醸成される仕掛けとして、五感を駆使した何らかの情報伝達媒体が必要である。都市におけるシンボルの意味は多くの人々が好むと好まざるとに関わらず、都市という環境で歴史、運命を共にする時に、社会として、個人としての生活することの価値、生きることの意義を考え、お互いが大きな共通の目標を持ち、新しい価値を創造するための大切な情報伝達媒体であるという事ができる。

参考文献

- 1) 宮沢功: 街のサイン計画, 鹿島出版会
- 2) SK ランガー, 矢野万里他訳: シンボルの哲学, 岩波現代叢書
- 3) 鈴木理生: 江戸の都市計画, 三省堂
- 4) 越沢明: 東京の都市計画, 岩波新書
- 5) 保坂陽一郎: 境界のかたち, 講談社
- 6) 萩原秀三郎: まつり, 美術出版社