

UDLM

11

vol.312

November 30th
2021

都市のエディター

p.2-7 特集 / 都市のタイポグラフィを辿って
p.8 Music Hour in Urban Design Lab!

都市のタイポグラフィを辿って

タイポグラフィやフォントといえば本来は印刷物として発展してきたものであるが、現在の街中ではもはや文字情報としてのみならず、ビジュアルとして、都市の景観の一部を形成しているといえるのではないかな。

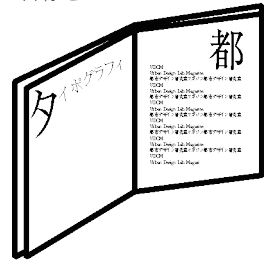
今回はこの企画を通して、マガジン編集部メンバーとディスカッション・まちあるきをして収集した文字をアーバンデザイナーの視点から捉え直し、好き勝手に分析してみたい。

紙面を空間に置き換える

Typography for graphic designers

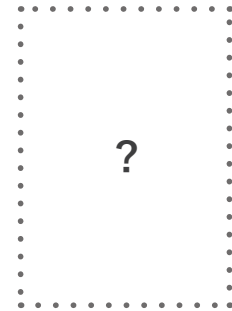
注目してほしい部分に目線を誘導する工夫

マージン
文字間隔
行間隔
色彩
タイプフェイス
フォントサイズ
ウェイト



Typography for urban designers

道行く人の視線を誘導し、自分の店へと引き込む工夫



← **アーバンデザイナーの視点**
で都市の文字を追ってみる。

ディスカッション&まちあるき

参加メンバー | 杉本・河崎・陳・松坂・合田・若松

ブレディスカッション

まちあるき

：本郷通り・菊坂通り

アフターディスカッション

歩道を歩く人・車道を走る車のどちらからも見えやすいようにひとつの店にいくつもの看板が設置されているのかも。

文字で過剰にアピールしなくても、ファサードだけで十分に雰囲気伝わってくる店も多いよね。

一撮影ポイントと撮影したタイポグラフィ写真

都市空間で文字を捉えるうえで重要な視点として、

- 素材や色**
 - ・建築の外壁
 - ・看板
 - ・文字自体
- 街路に対しての指向性**
 - ・街路に対して垂直
 - ・街路に対して平行
- 高さ**
 - ・アイレベル
 - ・2F・3Fレベル
- 重視するもの**
 - ・視認性
 - ・店のイメージ

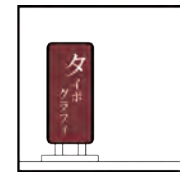
などが挙げられそう。

シーケンスの中で文字を捉える

都市空間における様々な文字の見せ方を、まちを歩きながら見えてくるプロセスに沿ってカテゴリ化してみた。

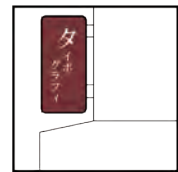


1 視界に入る



はなれ看板型

店の建物とは分離した／移動可能な看板に描かれたパターン。



飛び出し看板型

店壁面から飛び出した形で設置された看板に描かれたパターン。

2 目に留まる



ひさし型

建築のひさしに描かれたパターン。



看板型

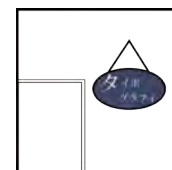
建築の壁面に設置された看板に描かれたパターン。



建築直付け型

建築の壁面に直に文字が設置されたパターン。

3 注目する



しつらえ型

庇の下や店の入り口周辺に設置されたしつらえに描かれたパターン。



窓ガラス型

店の入り口やショーウィンドウに描かれたパターン。

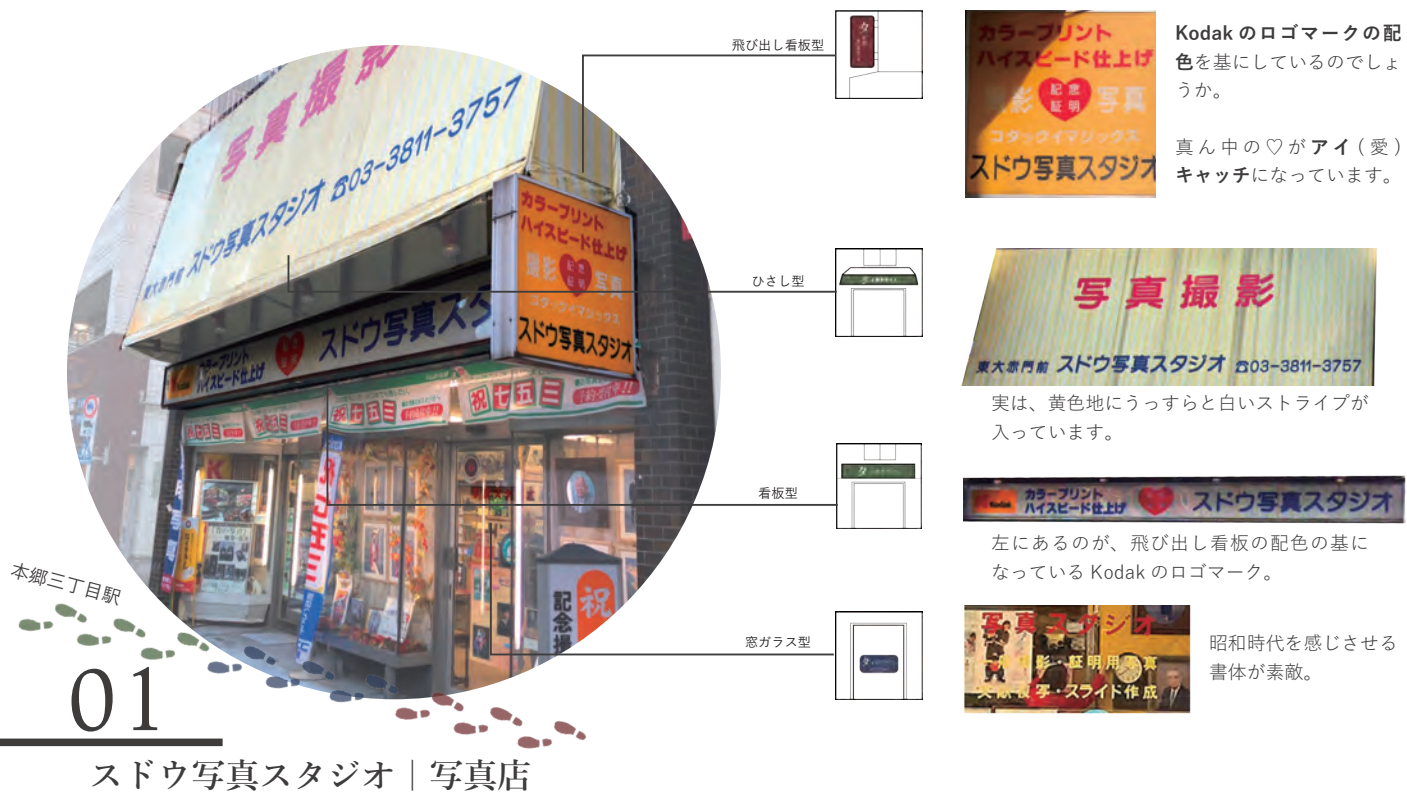


暖簾型

店の入り口にかかったのれんに描かれたパターン。

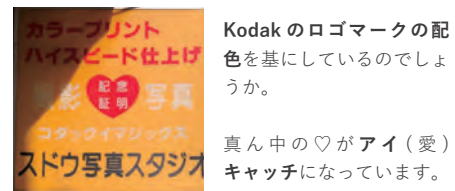
► 都市の文字レイアウト

基本的なレイヤーに沿ってレイアウトされた王道の店先タイポグラフィ。
テンプレートのなかに垣間見える、店ごとの個性にあふれたこだわりに注目してほしい。



スドウ写真スタジオ | 写真店

店名を記したものについては赤・黄・青・白の配色で統一されています。
一見雑多に見えるこの多様さ、写真につまった思い出の数々を想起させるのかもしれません。

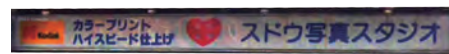


Kodak のロゴマークの配色を基にしているのでしょうか。

真ん中の♡がアイ（愛）キャッチになっています。



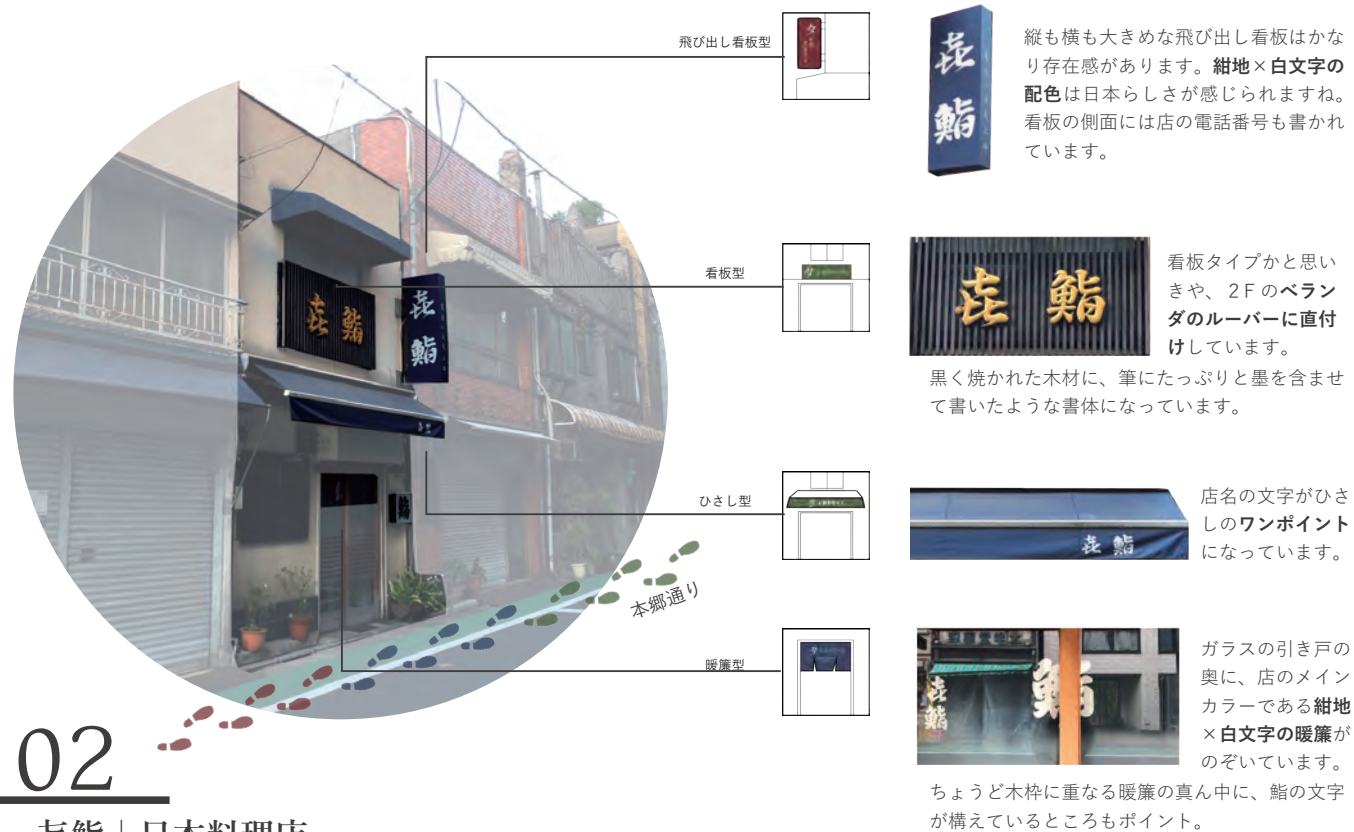
実は、黄色地にうっすらと白いストライプが入っています。



左にあるのが、飛び出し看板の配色の基になっている Kodak のロゴマーク。

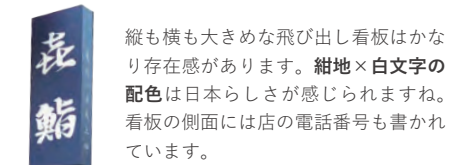


昭和時代を感じさせる書体が素敵。



蛸 | 日本料理店

紺色の地に白抜きの文字で統一されたところに、正面からのファサードで最も視線を集める直付け文字は立体感のある金色で高級感を演出しています。
決して派手ではないが、シンプルで安定感のあるタイポグラフィ。



縦も横も大きめの飛び出し看板はかなり存在感があります。**紺地×白文字の配色**は日本らしさが感じられますね。看板の側面には店の電話番号も書かれています。



看板タイプかと思いきや、2Fのベランダのルーバーに直付けしています。

黒く焼かれた木材に、筆にたっぷり墨を含ませて書いたような書体になっています。

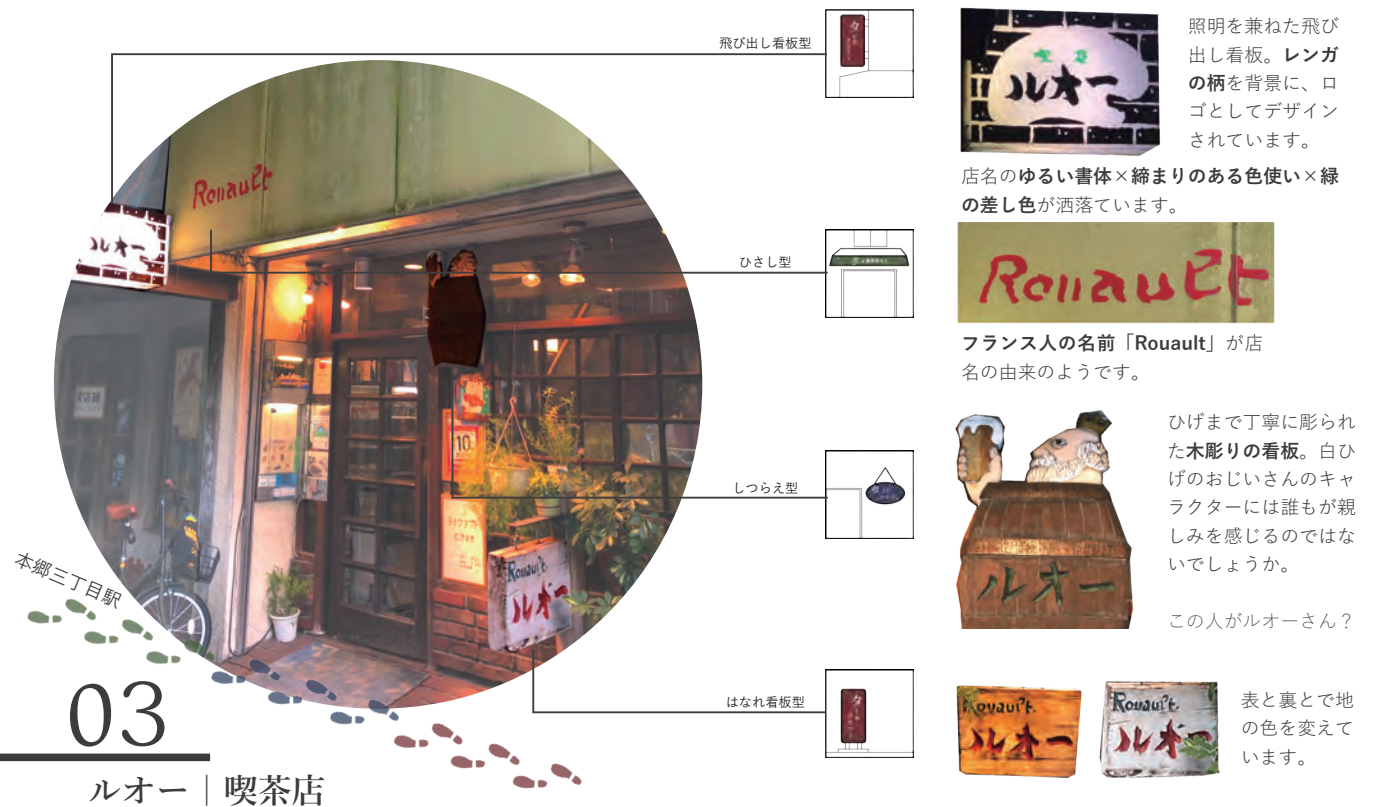


店名の文字がひさしのワンポイントになっています。



ガラスの引き戸の奥に、店のメインカラーである**紺地×白文字の暖簾**がのぞいています。

ちょうど木枠に重なる暖簾の真ん中に、**蛸**の文字が構えているところもポイント。



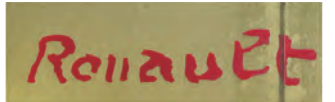
ルオー | 喫茶店

味のある手描き文字で、それぞれの要素がすべて違う素材・色で構成されていて、ひとつひとつを見ても丁寧にデザインされていることが分かります。
あたたかみのある雰囲気は一貫していて、「根強い常連客のいそうな喫茶店、でも初めてでも受け入れてくれそう」な安心感があります。



照明を兼ねた飛び出し看板。レンガの柄を背景に、ロゴとしてデザインされています。

店名のゆるい書体×締めりのある色使い×緑の差し色が洒落ています。



フランス人の名前「Rouault」が店名の由来のようです。



ひげまで丁寧に彫られた**木彫りの看板**。白ひげのおじいさんのキャラクターには誰もが親しみを感じるのではないですか。

この人がルオーさん？



表と裏とで地の色を変えています。



三浦ピアノ | 楽器店

色はピアノのモノクロとアクセントカラーの赤に統一されています。窓をガラスの右下に入った黄色の文字を、その手前にしつらえられた植木鉢の緑が引き立てています。ファサード全体をキャンパスのように使い、ナチュラルに店内へと視線を引き込み、「魅せて」いる秀逸なタイポグラフィ。



デザインはシンプルですが、**白地×赤文字**はコントラストがはっきりしていて目を引きまます。



ひと目でわかるピアノモチーフのロゴ。



背景となる店内にピアノの茶色や黒色が多いため、黄色の文字が引き立ちます。

▶ こんなものもあった！

都市のタイポグラフィならではの奥行きは、ごく小さな部分から見てとれる。店主の愛着が感じられる、こだわりの詰まったタイポグラフィを紹介していきたい。

余白の美

素材と奥行き、マージン。目立つ色の看板や大きな文字で埋め尽くさずとも、**目を引くための工夫**（意図の有無は問わず）がたくさんあるようです。**見せ過ぎない、引き算のデザイン**は都市のタイポグラフィにおいても大事な考え方なのかもしれません。

05



看板型

棚澤書店 | 古本屋



木 目の壁面＋白地の看板＋黒い文字というシンプルな構成です。

それだけに、**前景の植栽**が良い装飾となり、看板を彩っています。

角地にあたるため、植栽が**街路からのアイストッ**としても効果的に働き、看板へと視線を引き付けています。

06



はなれ看板型

養賢堂 | 出版社



看 板自体と文字はステンレス（艶消し加工＋艶あり）でシンプルですが、**手前の植え込み**の植栽が文字に写り込み、文字に**テクスチャ**と色を与えています。

意図したかどうかは分からないけれども素敵。

07



建築直付け型

emma | 居酒屋



看 板に見えるこれ、実はキッチンの手元高さにある出窓。**窓枠と文字が同じ素材**で構成され、シックにまとめられている分、窓の後ろで動く店内の様子に自然と目を奪われます。手前の文字が**奥の店内へ視線を誘導**し、文字の背景が**動くテクスチャ**になり、引き立て合っています。

08



建築直付け型

伸松堂書店 | 古本屋



このタイル、1Fと2Fの間の部分だけちょうど**白銀比**（1:√2）と同じくらいのプロポーションになっていて、そこに**1文字**ずつ配置しています。

文字をタイルいっぱい大きくレイアウトしたところを、**余白**をたっぷり取り、**タイルの真ん中**に小さく置いているところに、つつまじやかな美意識が感じられます。

おわりに



実

実際にまちの文字を集めて歩いているうちに、店を魅力的に見せよう、人を呼び込もうという意識以上の想いが店先のタイポグラフィには表れているように感じられました。

店主の人柄が見えるだけで、料理の味が想像され、店が届けようとしているものが伝わり、興味がそそられることもあります。店主の愛着やこだわりが伝わることも、人を店に引き込むための秘訣のひとつになり得るのではないのでしょうか。

これを読んでくれたあなたも一度、店先の文字を追ってまちを歩いてみてはいかがでしょうか。これまで見えなかったまちの姿が見えてくるかもしれません。

・杉本・

ロゴデザイン

文字自体の情報よりも、**店の持つ／伝えたい雰囲気**をより鮮やかに映し出すツールのように思われます。

09



飛び出し看板型

DARJEELING

| インド料理店



美 しい**手描き**の看板。インド料理感を前面に押し出していない**配色**や**デザイン**に、媚びていなさそうな説得力があります。

10



飛び出し看板型

本郷こしきや歯科

| 歯科



本 郷通り沿いに植えられている**銀杏の葉**がデザインされ、本郷という界隈への意識が感じられます。

11



しつらえ型

万定フルーツバーラー | 喫茶店



側面の**配色**にまで気を配った行燈型の看板。**ロゴマーク**と合わせて魅力的にデザインされています。前面と側面を合わせて見ても、ひとつのロゴのようなまとまりがあります。

側面までぬかりなく

人通りの多い本郷通りに軒を連ねる数々の店舗。店先のあらゆる面に書かれた店名は、自分の店をアピールしようという執念でしょうか、それとも店主の**遊び心**でしょうか。

12



飛び出し看板型

あさひ菓子店 | コンビニ



飛 び出し看板の側面にあさひ菓子店の文字が。

13



建築直付け型

堀川ラーメン | ラーメン屋



隣に建物のない店の**側面**という抜群の視認性を活かした見せ方をしています。壁面に印字してあるだけのシンプルさですが、使いどころが◎で目を引きま

14



はなれ看板型

寺内内科・歯科クリニック



黄 色地×黒文字という配色に、高さもインパクトのある形態で、十分に目立っているはなれ看板。

さらに、**ボールの側面**にまで店名を入れるという抜かりなさです。

15



飛び出し看板型

森井書店 | 古本屋



直 方体の飛び出し看板の**ごく小さな小口**の面にまで店名が。

本郷タイポグラフィマップ



▶ Music Hour in Urban Design Lab !

今年の冬は音楽をおともに時間を過ごしてみたいかでしょうか。3つのテーマで研究室メンバーにおすすめの曲を紹介してもらい、それを集めたプレイリストを作成しました。プレイリストは右のWeb ページより追加可能です。紙面に載せきれなかった曲も紹介しているのでそちらもぜひ。

Apple Music/Spotify/YouTubeで
プレイリスト公開中！
詳しくは[こちらから](#)▶▶



作業中に聞く曲

完全感覚 Dreamer / ONE OK ROCK

—ぶちあがります、魂が燃えます。魔剤より遥かに魔剤。[合田]

ON / BTS

—作業前にテンション上がります。[劉]

旅路（夢中旅行） / 久石譲

—落ち着きます。[岡本]

脱法ロック / Neru

—ボカロは作業 BGM としてよく聴いています。その中でこの曲はリズムが良くて特に深夜の作業にはうってつけです。[星野]

You / 木村カエラ

—演習室でよく同期と歌った「なんてつらいんだ」のフレーズにあの頃を思い出します。[永野先生]

明日も / SHISHAMO

—元気出る。[杉本]

Felicity / Isaac Shepard

—静かで落ち着いた曲です。[JIN]

おうちに帰りたい / ハンパート ハンパート

—なんか、寒いとおうちが恋しくなります。
(締切に追われてると特に) [宮園]

クリスマス・イブ / 山下達郎

—バブルの時代が懐かしい世代の定番。[宮城先生]

ばらの花 / くるり

—ちょうど修士論文執筆の大詰めの2001年1月に発売された名曲。確か10階で徹夜した翌日、それはとても寒い日で、昼頃、一度、家に戻る途中に白山通りの千石駅と巣鴨駅の間にあったレコード屋に立ち寄って、新譜CDで購入した。お店を出て、すぐにディスクマンにセット。その時、空を見上げたら、きらきらと薄い雪が降って来た。電子ピアノのイントロとシンクロするかのよう。それ以来、この曲のイントロは灰色の空から、きらきら落ちてきた雪の記憶。[中島先生]

キムチ / BASI

—キムチ鍋という字面をスーパーで見かけるようになると聴きたくない曲。[神谷]

Back To December / Taylor Swift

—ちょっと寂しい感じが冬っぽい。MV で男性が雪の上を歩いているのを思い出します。[谷本]

ないものねだり / 橋本奈々未

—冬の澄んだ空気によく合う。理想の冬の生活が詰まってると思う。[松坂]

水色の街 / スピッツ

—ある川を渡ってある街に行くときにあることを思い出します。[若松]

新宿 / 大森靖子

—新宿を歌った曲は数あれど、そのアジール性を力強く歌い上げている点が白眉。[藤本]

Pacific / Suchmos

—以前お付き合いしていた女性と、何回もライブに通った Suchmos。Pacific は神奈川の海沿いの国道134号線に流れる「風」の歌。「SNS よりもビーチで愛の言葉をさやいた」日々の甘酸っぱい気持ち、波のように押し寄せ、風と一緒に去っていきます。[渡邊]

日なたの窓に憧れて / スピッツ

—中3で転入した春、福岡で初めて買ったスピッツをまだ段ボールだらけの寒い部屋で擦り切れるほど聴いた。新しい町の緊張、不安、期待、いろんな気持ちを春の匂いと共に思い出します。奇しくもスピッツの草野マサムネさんはその中学出身です。[河崎]

陽炎 / フジファブリック

—富士吉田といえばコレ！ [齊藤]

気分上々↑↑ / mihimaru GT

—高校に進学して上京する新幹線の中で、友人からもらったウォークマンで一曲リビートしていました。[鈴木]

COLUMN

BOOK OF THE MONTH



Managing cultural landscapes

Ken Taylor and Jane L. Lennon
Routledge
2012

推薦者
M2 Yeshi

The book provides the insight to the management of cultural landscapes from 10 different countries while critically examining the practices in place and the issues related to cultural landscape. The book also provides an overview of Historic Urban Landscape approach and thinking. It introduces the notion of cultural landscape beyond the rural settings and embraces urban landscape.

WEB MAGAZINE

続きは都市デザイン研究室 HP で！
<https://ud.t.u-tokyo.ac.jp/ia/blog/>



宇治PJ「子どもWS第3弾」開催！

Uji PJ ran the 3rd Naka-Uji Area Machiniwa Workshop on Nov. 7th. Children made the square of Fureai Park on their own, pondered about the city they lived in, developed and fostered the future of Uji. (M2 CHEN)



まちづくりラボ開催

富士吉田PJで昨年度作成した大門横町地区のまちづくりビジョンを基にして、地域住民へのプレゼン・よこまちポストでのポスターと模型の展示、せせらぎテラスの設置を行いました。(M2 松坂)

LOOKING BACK AT NOVEMBER

10/31-11/3 【富士吉田】
横町・大門まちづくりラボ
6-7 【宇治】
こどもワークショップ #3
14-15 【みなかみ】現地調査
22 【上野】
いけまちミーティング #5
研究室会議 4th, 12th, 18th

POSTSCRIPT

別の土俵にあると捉えられがちなグラフィックとアーバンというデザイナーの領域にも重なる部分があることが実感できた。これを読んでくれた人の、都市を見るフィルターのひとつに加わったらいなと思う。(M1 杉本)