



銀座の言語景観調査

日本大学文理学部国文学科
基礎演習2

はじめに

恒常的掲示物からみた銀座

>> 看板の調査

>> フロアガイドの調査

臨時的掲示物からみた銀座

銀座・有楽町地区
デパートの言語サービス

新聞記事からみた銀座

ブログ記事からみた銀座

あとがき

恒常的掲示物からみた銀座

看板調査結果報告 (銀座一丁目から二丁目まで)

国文学科2年 伊藤拓也

私が担当したのは銀座一丁目から二丁目は以下の図1の区間である。東京メトロ有楽町線からのアクセスが容易であり、大きな店舗は少ないものの、銀座中央通りの入口付近に位置するからか、看板が大きな店が多いように感じられる。



図1

丁目ごとの特徴としては、一丁目の店舗は小さな店舗が多く、その分一店舗ごとの看板の数が多かった。二丁目には規模の大きな店舗が多く、また、高級ブランド店が増えてくるのも特徴である。高級ブランド店の看板は数が少なく、図2のBVLGARIのように、比較的シンプルな看板を掲げている傾向が見られる。



図2

この傾向は、高級ブランド店のネームバリューと、格式の高さが原因だと思われる。また、高級ブランド店に準ずる服屋、アクセサリ屋では、図3のように、店名に「GINZA」という文字が入っているパターンが多く見られた。一丁目、二丁目で見板を掲げている46店舗の内、このようになっている店舗の割合は、図4の通りである。

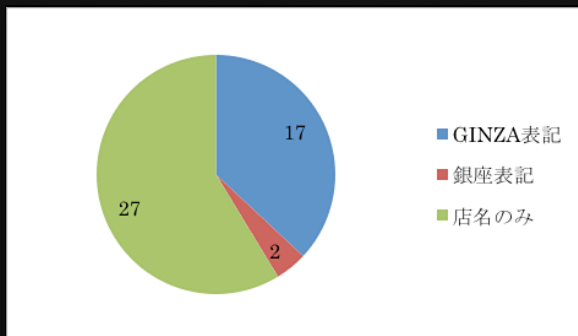


図4

4割程の店舗が「GINZA」表記をしていることがわかる。同時に、これらの店舗では、店名表記もアルファベットの場合が多い。これらの現象は、高級店が立ち並ぶ銀座ならではの現象である。

