



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 (銀座五丁目から六丁目まで)

国文学科2年 大竹裕治

調査してみた結果、看板に「GINZA」や「ITALY」のように、地名を併せて表記している店舗が多かった。(図1、2、3、4参照)

表記としてはローマ字の「GINZA」だけではなく、図4のように漢字で表記されているものもあった。



図1



図2



図3



図4

このように地名を表記することのパターンは大きく分けて二つあり、一つは看板のあるこの店が存在する場所を表している場合、つまり支店であればどこ店なのかを示す場合である。もう一つはその店の発祥地はどこなのかをわかりやすく表している場合である。高級ブランド店などでは後者の場合が多く、逆に日本全国に展開しているようなチェーン店では前者が使われているのが一般的である。

また「銀座」という地名には特別な意味合いが込められているように感じられる。

「銀座」という地名のブランド性はかなりの影響力を持ち、店舗に影響まで与えるのだ。

例えばドトールは都内だけでもかなりの店舗数を誇る有名な喫茶店であるのだが、ここでは銀座店であることを指すと同時に、他の店舗とは違ったような外装がなされている点に注目したい。

左の図5が銀座店であり、右の図6は通常の外装がなされている店舗である。



図5



図6

このように、通常店舗と違い銀座店は独自のデザインとなっており、高級感のある看板となっているのである。このことからわかるように「銀座」という地名は、その店の店舗イメージまでも変えさせる影響力を持ち、店舗に高級さ、特別性を加えることができるのである。



