



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

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

>> パンフレットの調査

>> 店内放送の調査

>> ホームページの調査

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

銀座・有楽町地区デパートの言語サービス

ホームページから見た銀座のデパート

国文学科2年 金子はるな

言語変換

調査結果

| 店舗名 | 言語変換 可・不可 |
|--------|-----------|
| 和光 | 可 |
| 三越 | 可 |
| 松坂屋 | 可 |
| 松屋 | 可 |
| 有楽町ルミネ | 不可 |
| 阪急 | 可 |

トップページで言語変換可能な店舗は、対象とした6店舗中5店舗であった。

【考察】

有楽町ルミネは国内の「大人の女性」をターゲットにしている。銀座の他のデパートと比べると、比較的外国の人を強く意識していない。そのため言語変換の項目を設けていないのではないかと推察する。次に有楽町ルミネの店長がコメントをしている記事を挙げる。

ルミネは10月28日、JR有楽町駅前に「ルミネ有楽町店」を開店した。重森淳一店長は「主な来店客は、ヤングミセス、OL、土日のカップル層で男女それぞれのファッションを揃えた複合ショップを多くしたのが特徴だ」と語った。

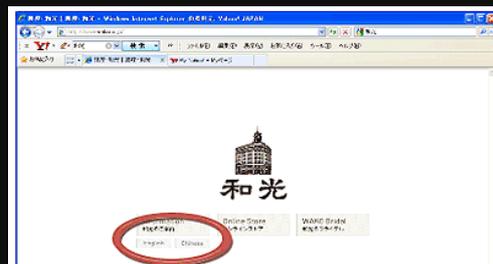
(中略) 女性客をメインターゲットとしているため、トイレにも工夫を凝らした。ルミネ1の3階には、「フランスのファッションデザイナーの働くアトリエ」をイメージしたコンセプトトイレを設置した。2012年春には、ルミネ1の8階に新たに3ショップが開店する計画で、「Otona?」(おとな)をキーワードに男女で来店できる商業施設を目指す。

『流通ニュース』<http://www.ryutsuu.biz/store/d111620.html>

変換可能な言語

調査結果

| 店舗名 | 変換可能な言語 | 表示方法 |
|-----|---------------------------------|--------|
| 和光 | ・英語 ・中国語(簡体字) | どちらも英語 |
| 三越 | ・英語 ・中国語(繁体字) ・中国語(簡体字) ・韓国語 | 各国の言語 |
| 松坂屋 | ・英語 ・中国語(繁体字) ・中国語(簡体字) ・韓国語 | 各国の言語 |
| 松屋 | ・英語 ・中国語(繁体字) ・中国語(簡体字) ・韓国語 | 各国の言語 |
| 阪急 | ・英語 ・中国語(繁体字) ・中国語(簡体字) ・韓国語 | 各国の言語 |





【考察】

和光では英語、中国語(繁体字)の2言語に変換可能だった。その他の4店舗では英語、中国語(繁体字)、中国語(簡体字)、韓国語の4言語に変換する事ができた。この4店舗に共通したのは、変換ボタンの表示方法がそれぞれの国の言語(文字)を使用しているという事。英語であれば"English"韓国語であればハングル文字となっている。一方、和光では英語は"English"中国語は"Chinese"というようにどちらも英語で表示されている。この二つの違いから和光以外の4店舗では、中国語の繁体字と簡体字を区別するために表示方法を変えているのではないかと考えられる。

【分析対象のURL】

和光：<http://www.wako.co.jp/>
<http://www.wako.co.jp/main>

三越：<http://www.mitsukoshi.co.jp/shop?EcLogicName=storeinfo.storetopInfo&tenpoCd=12>

松坂屋：<http://www.matsuzakaya.co.jp/ginza/> 松屋：http://matsuya.com/m_ginza/

有楽町阪急：<http://www.hankyu-dept.co.jp/mens-tokyo/>

有楽町ルミネ：<http://www.lumine.ne.jp/yurakucho/>

[← 調査の概要へ戻る]