



銀座の言語景観 2

日本大学文理学部国文学科
日本語学基礎演習2

- はじめに
- 店舗看板からみた銀座
- 縦看板からみた銀座
- フロアガイドからみた銀座
- **店舗入口の掲示類からみた銀座**
- ショーウィンドー内の掲示類からみた銀座
- パンフレットからみた銀座のデパート
- 店内放送からみた銀座のデパート
- 東京ユビキタス計画からみた銀座
- あとがき

店舗の入り口の掲示類からみた銀座

掲示物の言語と場所

掲示物の材質と内容とピクトグラム

第5章 店舗の入り口の掲示類からみた銀座

0311039 中山理沙

0311101 堀美佑紀

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

5.1.店舗の入り口の掲示類からみた銀座調査概要

5.1.1.項目定義

店舗の入口とは、通りに面したドアを含む壁面とする。

撮影対象の掲示物は店舗の入り口に貼られている掲示物において使用されている言語または図（ピクトグラムなど）。

調査方法は写真撮影し、チェックシートに記入する。撮影できない場合は調査対象としない。

撮影方法は、調査対象が店のどこにあるのかわかるように店の全体を撮影する。その後、調査対象の内容が確認できる距離で接写する。店舗壁面全景、一枚一枚の掲示物という順で撮影する。

5.1.2.データ概要

銀座中央通りと晴海通りを調査範囲にした。対象店舗は銀行が10店舗、商店20店舗の合計35店舗。入り口の掲示物は総計132枚。そのうちピクトグラムは32枚。

5.2.掲示物の言語と場所（中山理沙）

5.3.掲示物の材質と内容とピクトグラム(堀美佑紀)

5.4.店舗の入り口の掲示類からみた銀座

銀座は観光客を意識した掲示物を積極的に掲示している。特に商店はその傾向が強く見られる。商店は対象客に敏感に反応、対応するため、言語の使用も自由に变化させている。掲示内容も商品や使用可能カードの案内などが多く、消費に関するものだった。また、店の印象に合わせた英語の使用も見られ、それらは記号的なものだった。銀行は商店と違ったもので観光客へ対応していた。銀行は掲示物が防犯や障害者へ向けたものが多く、それらのほとんどが2か国語以上で訳されていた。ピクトグラムも推奨度Aのもので、利用しやすい。入り口の掲示類から見る銀座は、様々な国籍の人々が利用するのに対応しようとしている。そのため、多言語が使用され、ピクトグラムも推奨度が高い。また、英語は日本人に向けても使用されていた。このように、必ずしも外国人向けではない外国語もあり、英語の利用の仕方は多岐にわたる。これらが観光客に対応するためでなくとも、結果的に銀座は外国人を受け入れる街に変化していると考えられる。

参考サイト

公利財団法人交通エコロジー・モビリティ財団

日本政府観光局 (JNTO)