



銀座の言語景観3

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

- フロアガイドからみた銀座 -デパートとファッションビル-
- 看板とメニューから見た銀座の飲食店 -高級店とお手頃価格店-
- サービスと配布物から見た銀座 -デパートとファストファッション-
- 店舗看板からみた銀座 -老舗と新興店-
- 臨時的掲示物からみた銀座 -老舗飲食店・和装関連店・雑貨店-
- 縦看板からみた銀座
- 銀座のアンテナショップ -看板・店頭の臨時的掲示物から-
- あとがき

 検索

第2章 フロアガイドからみた銀座 -デパートとファッションビル-

2.3.ファッションビルにおける個別分析とその考察

0312043 藤ヶ崎りえ

調査対象としたファッションビルは5店舗、調査したフロアガイドは全28個である。

言語は殆どが日本語表記のみ。

表4 言語使用について(フロアガイド数/枚)

	メルサ銀座二丁目店	ルミネ	西銀座	ニューメルサ	ギンザコマツ
日本語	2	12	5	4	4
英語	-	-	-	1	5
中国語(簡体字)	-	-	-	1	-
フロアガイドの数	2	12	5	4	5

外国語を使用しているのは、ニューメルサとギンザコマツのみ。

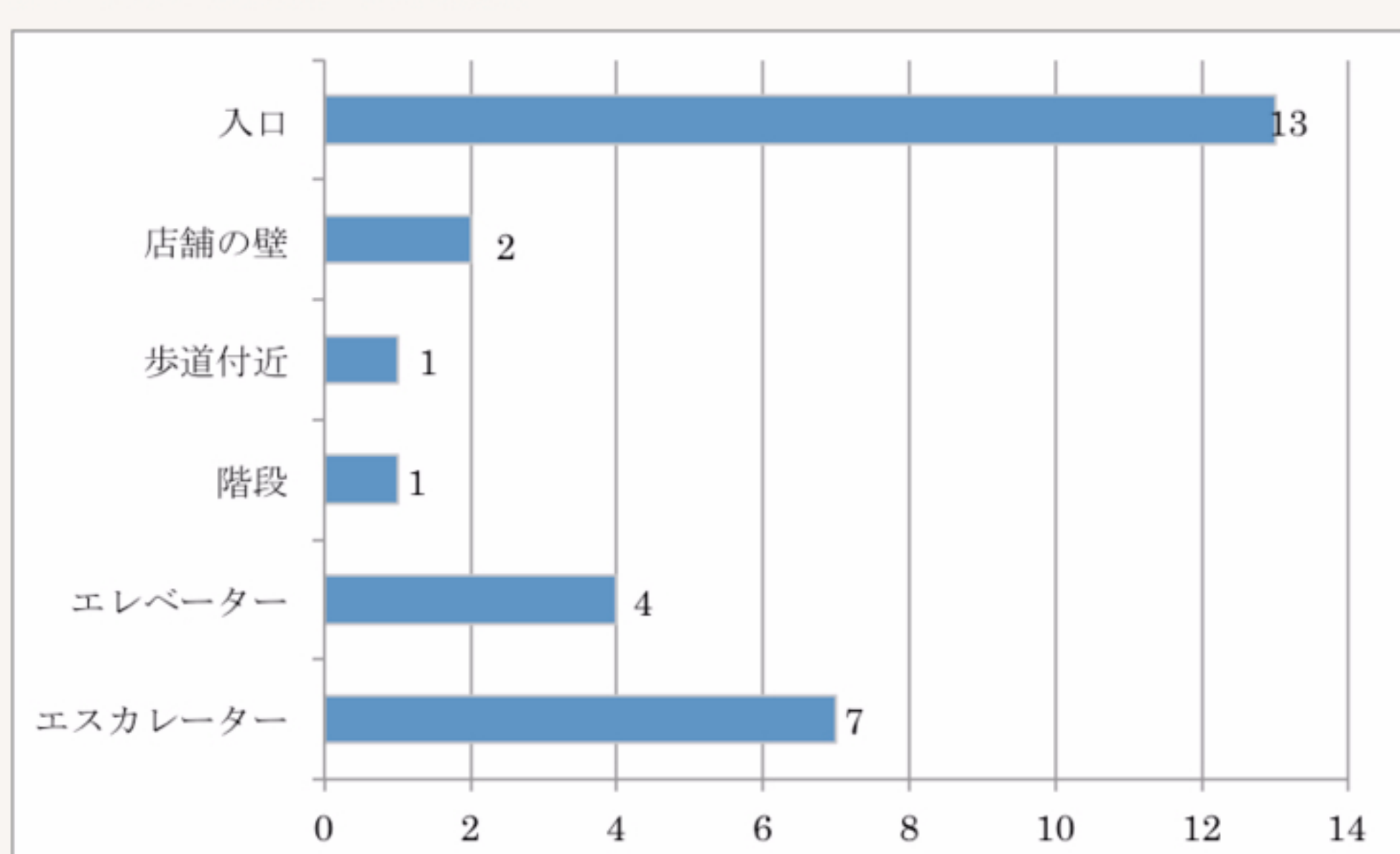
表5 日本語と外国語の両方の記載のあるフロアガイド数

	ニューメルサ	ギンザコマツ
フロアガイド数(枚)	1	4

使用しているといっても、外の大きな入り口前のフロアガイドの商品名(カテゴリー名)の部分のみなど一部の使用しかなかった。

設置場所は主に、室内に設置されているものはエスカレーター、エレベーター、階段付近で、もしくは入り口付近が殆どであった。

図1 フロアガイドの設置場所(フロアガイド数/枚)



全体的にフロアガイドの形式はファッションビルごとにある程度の統一性があったため、場所や形状によって大きな違いがあるということにはなかった。

フロアマップは、様々な客層に対応できるようにと意識されている店舗に多く、ギンザコマツとルミネがそれに当たる。

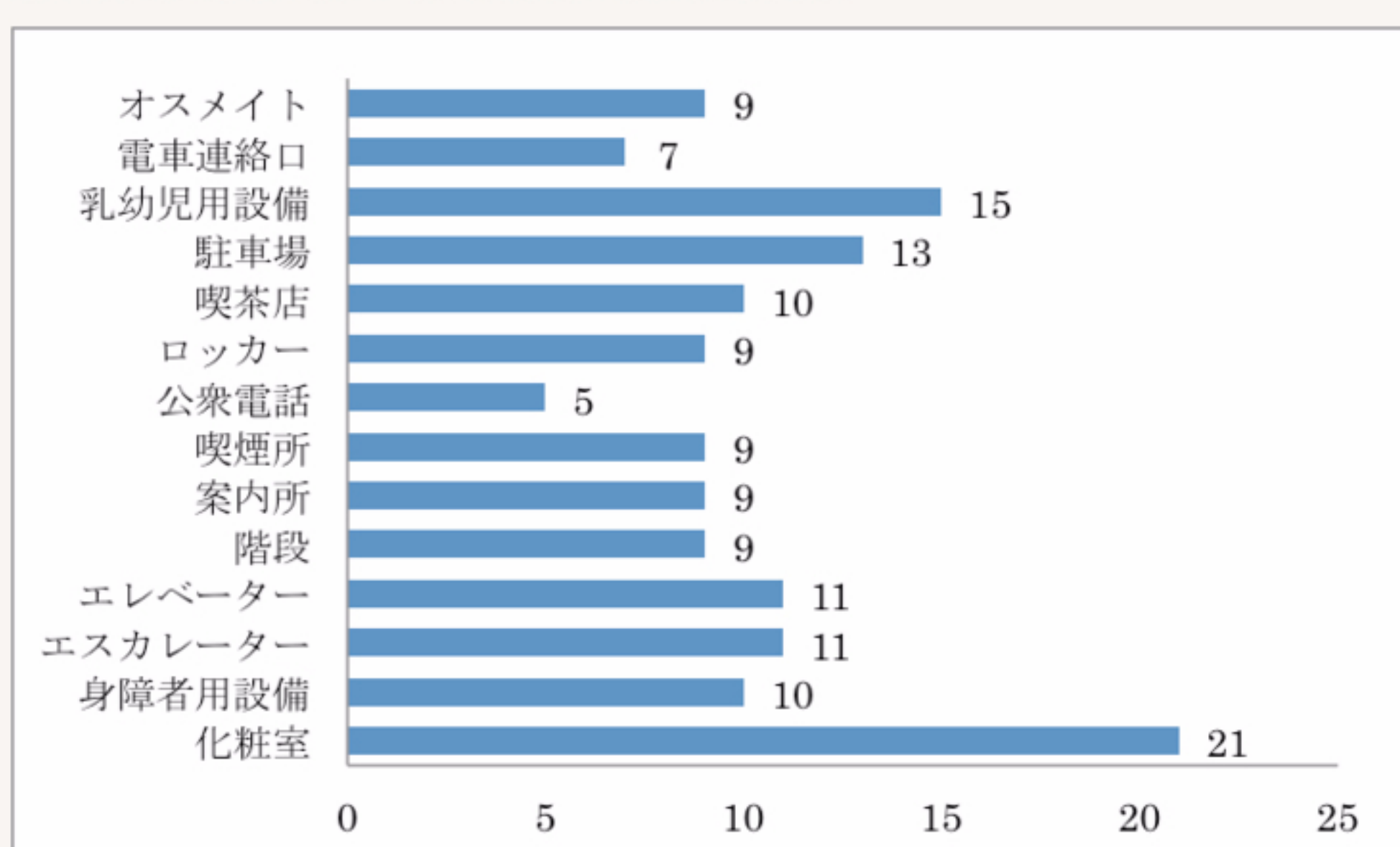
表6 フロアマップの有無(フロアガイド数/枚)

	ルミネ1・2	メルサ銀座二丁目店	西銀座	ニューメルサ	ギンザコマツ	合計
フロアガイド数	12	2	5	4	5	28
フロアマップ有	9	0	1	0	4	14
フロアマップ無	3	2	4	4	1	14

店名の表示方法は商品名(カテゴリー名)が最も多く、次に店舗名、そして最も少なかったものがブランドのロゴであった。客層によっては多少の異なりがあった。

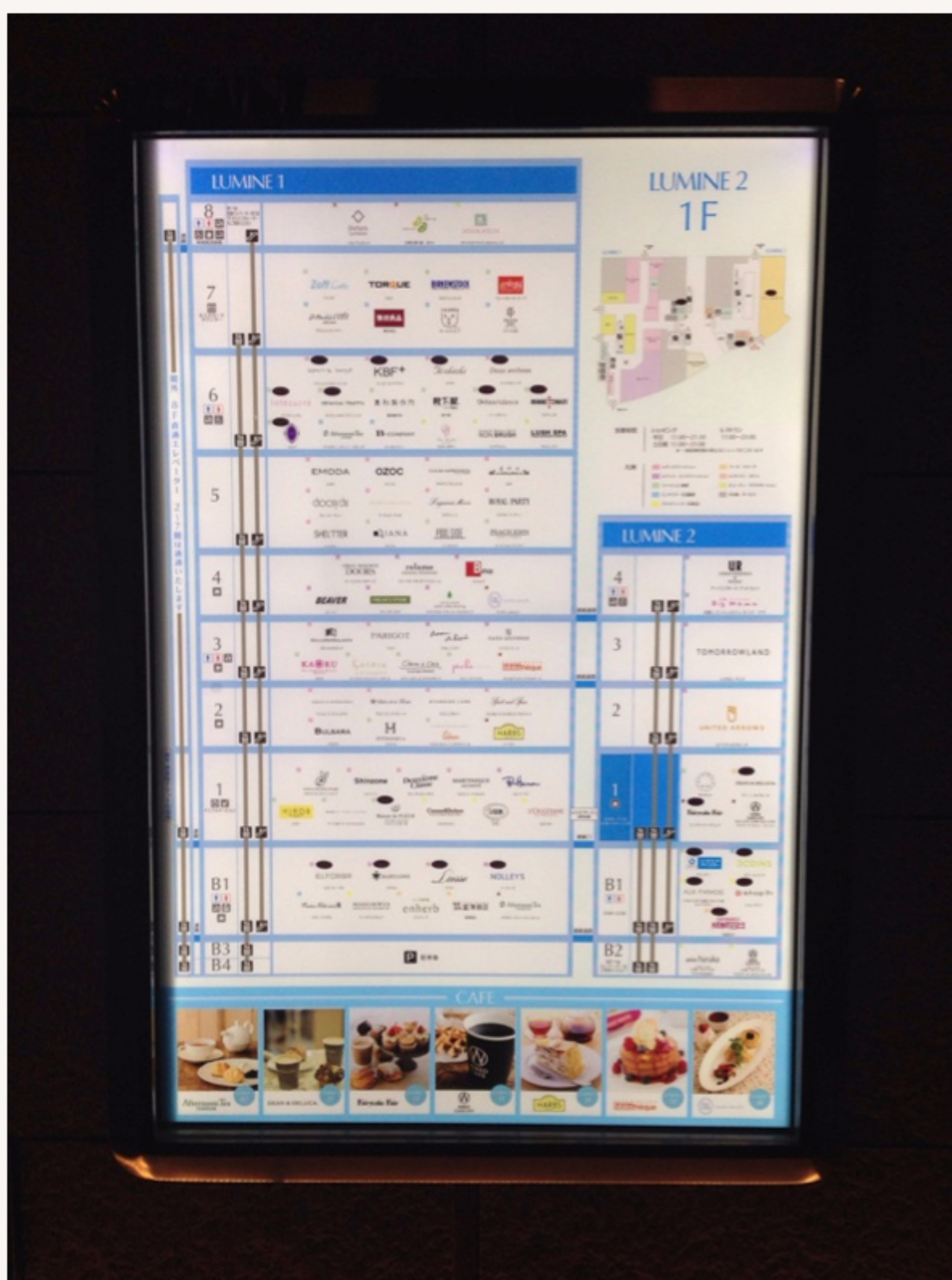
使用されているピクトグラムは全てのファッションビルを合わせて14種類。最も多かったのが化粧室、次が乳幼児用設備(オムツ替え室及び授乳室)である。もっとも少なかったのは公衆電話であった。

図2 ファッションビル全体のピクトグラムの使用されているフロアガイドの数(枚)



総合して、フロアガイドはファッションビル全体の特徴もあるが、各ファッションビルによっても大きな違いがあるのを感じた。又、チェーン店であるといとは異なりがあり、知名度によっても変化してくるのだからということが分かった。

写真3 ルミネ



日本語のみのフロアガイドであるが、色鮮やかで、視覚的に分かりやすい。

写真4 ニューメルサ



商品名(カテゴリー)部分のみ英語表示もあるフロアガイド。全体的な造りはシンプル。

2.1 調査概要

2.2 デパートにおける個別分析とその考察(外川直人)