



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5章 店舗看板からみた銀座 -老舗と新興店-

5.3 中央通りからみた銀座

0312101 三村真由

私は中央通りの路面店84店舗、看板298枚を調査対象とした。詳しい分類を以下の表に示す。

表1. 中央通り調査対象店舗

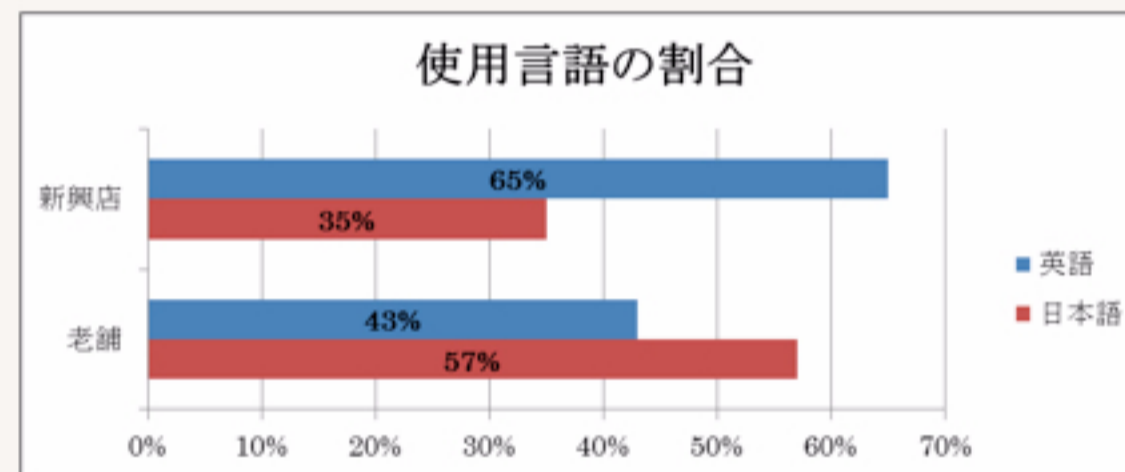
日本/老舗	日本/新興	海外/老舗	海外/新興	計
23	31	15	14	84

5.3.1 日本ブランドという観点からみた使用言語の比較

日本ブランドの店舗看板で使用されている言語を比較すると、日本語41%、英語59%と英語の使用率が高いことがわかる。

次に1店舗につき使用されている全看板の言語を日英でチェックし、半分以上使用されているのはどちらの言語なのかを新興店・老舗ごとに分類した。

図2 使用言語の割合を老舗と新興店で比較(%)



n=31(新興店)、n=23(老舗)

5.3.2 老舗と新興店

写真3 とらや



写真4 サマンサティアラ



上の写真から老舗・新興店、店のコンセプトなどで使用言語の選択に影響があることがわかる。

5.3.3 店舗看板とイメージ

以上のことから、店舗看板と店のコンセプトは切り離せないことがわかる。そして店舗看板には店のイメージが強く出るからこそ、それは「銀座」のイメージにも大きく影響するのだろう。

5.1 店舗看板調査概要

5.2 晴海通りからみた銀座(松延篤)