



はじめに

ローカルヒーローと メディアと方言

観光・土産の宣伝に 使われる方言

—ヴァーチャル方言のWeb vs 実店舗—

メディアに現れる 関西弁

方言キャラクターの 比較

—漫画とアニメ、日本語版と韓国語版—

ニセ方言使用の 意識と実態

あとがき

検索

観光・土産の宣伝に 使われる方言

—ヴァーチャル方言のWeb vs 実店舗—



0312030 滝本圭佑
0312049 矢野裕里恵
0312154 宮寺ひかり

3.1 調査概要

目的...観光・土産の宣伝に使われる方言はWebと実店舗では使用の差があるのかを見る。調査対象...Webの例として、47都道府県の観光協会が運営のサイトのTopページ・楽天の通販サイトの全国の名産品特集(まち楽)、実店舗の例として東京都内にある各都道府県のアンテナショップの外観(千葉県、岐阜県、愛知県、岡山県、佐賀県を除く42都道府県)を調査した。

→ 3.2. 観光協会Webサイト(滝本圭佑)

→ 3.3. 楽天Webサイト(矢野裕里恵)

→ 3.4. 実店舗調査結果(宮寺ひかり)

3.5 全体のまとめ

Webサイトよりも実店舗のほうが方言使用は多かったが、どちらも関東・中部は方言の使用がほとんどみられないなど、方言を使用している都道府県の分布にあまり差がない。使用方言が「～oo。」と語尾の形が最も多いこと、地域に関係のあるキャラクターとの併用がみられることなども共通している。

Webと実店舗すべてで方言が使用されている高知県と沖縄県は、その県の方言ステレオタイプが強いからではないかと考える。

ページトップへ