



銀座の言語景観4

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
- 銀座における臨時的掲示の言語使用
- ファストファッション店の言語サービスの違い
- 日本食店からみた銀座
- 店舗入り口付近の掲示類からみた銀座
- 飲食チェーン店の言語使用—銀座と池袋を比べて—
- 「銀座」表記の影響—エリアによる違い—
- 中央通りの寿司店—東京方面と新橋方面の差—
- おわりに

第5章 店舗入り口付近の掲示類からみた銀座

0313029 鳥羽美由樹
0313093 吉岡 衆

PDF | 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

5.1.調査概要

店舗入り口とは、通りに面したドアを含む壁面とする。また、一つの調査店舗に入り口が複数ある場合、正面入り口のみを対象とする。

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）。

調査店舗は銀行、ファストファッション店、デパート、各5店舗、合計15店舗。入口の言語掲示物は総計83枚、ピクトグラム・図は総計74枚。

5.2. 店舗入り口付近の使用言語と掲示内容（吉岡衆）

5.3. 店舗入り付近のピクトグラムと図（鳥羽美由樹）

5.4.店舗入り口付近の掲示類からみた銀座

店舗入り口付近の掲示類は、「どのような人が利用するか」に使用言語やピクトグラムの内容が影響されると考え、調査を始めた。だが言語掲示物においてもピクトグラムにおいてもその内容は、店舗側の意図や目的に大きく影響を受けていた。このことから店舗入り口付近の掲示類は店舗利用者の欲しい内容に合わせて作られたのではなく、店舗が伝えたい内容を積極的に発信する媒体として役割を果たしていると考えた。

引用サイト

・交通エコロジー・モビリティ財団ホームページ
http://www.ecomo.or.jp/barrierfree/pictogram/picto_top.html

・国土交通省観光庁ホームページ
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>