



# 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

 検索

## 第7章 「銀座」表記の影響—エリアによる違い—

0313124 中川健司  
0313045 山之井徹

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

### 7.1.調査概要

調査目的は、銀座内にある店舗の看板に「銀座」や「GINZA」の表記のあった看板が店舗に与える商業的作用について考察していくことである。

調査対象は、範囲を「和光」本館前を中心とし、東に万年橋西の交差点、西を数寄屋橋下の交差点、南は銀座7丁目の交差点、北は銀座2丁目の交差点までとし、調査範囲内にある「銀座」表記がなされている店舗を対象とする。

調査項目数は東側が96店舗、西側が74店舗、南側が114店舗、北側が76店舗であった。

### 7.2.店舗種類・価格の分析（担当：山之井徹）

### 7.3.「銀座」表記の書体について（中川健司）

### 7.4.文字種から見る銀座

東、南エリアは、「銀座」という言葉の持つブランド性を利用している、という傾向があった。

北エリアは低価格の店舗がなかった。書体についても筆書体という日本に昔からある書体を用いることで高級感を演出している印象を受けた。海外ブランドの高級店の品を外国からの観光客が購入することは少ないと我々は考え、北エリアの店舗は日本人の富裕層をターゲットにしているのではないかと感じた。

西エリアは、近年、様々な文化の交差する場所として開発が進んでいる。デザイン書体の割合が多く見られたのもその影響といえるのではないだろうか。西エリアでは、衣類や、食で富裕層を呼び込むのではなく、文化的な方面から集客をする、という狙いがあるのであろう。

4つのエリアを総括すると、「銀座」という言葉はあまり外国人観光客に向けて使用されていないのではないだろうか。「銀座」という言葉に元々イメージを持っている日本人、特に富裕層の日本人に向けて銀座表記がなされているのではないかと考察する。