



# 銀座の言語景観5

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
- 銀座のファストファッション店における国内ブランドと海外ブランドの差
- 視覚的図形と補助言語の関わり
- 銀座のコンビニエンスストアにおける言語サービスの違い
- デパート・百貨店間における対応言語比較
- 「和」を売り出す店における言語表記
- ホテル階級差にみられるトイレへの案内表示の差異
- 高級ホテルと中価格帯ホテルの言語景観
- 銀座の蕎麦屋における言語景観
- おわりに

 検索

## 第2章 銀座のファストファッション店における国内ブランドと海外ブランドの差

### 2.2.各ブランドの免税、周辺サービス（菊池ひかり）

国内ブランドは2店舗とも免税サービスを行っているが、海外ブランドは3店舗中1店舗のみの実施に留まっている。また、免税を行っている3店舗のなかでも、周辺サービス、宣伝方法には大きな差が見られた。1の画像はZARAの店頭免税スタンドで、2はユニクロの店頭免税ポスターである。ZARAはビクトグラムを用いて文字の使用を最小限に抑えているのに対し、ユニクロのポスターは英語韓国語簡体字を用いて、大きな文字で目立つものになっている。



1



2

#### 2.2.1.まとめ

今回の調査で、国内ブランドは海外からのお客様を広く迎える姿勢を取っているが、海外ブランドは日本人を客層としてみていることが考えられた。海外ブランドは免税サービスの宣伝よりも店内との調和を大切にしているようで、ブランドごとの経営戦略の違いが大きく見られた。

#### 2.1. 調査概要

#### 2.3.銀座に位置するファストファッション店の企業ごとの言語使用（石政太郎）