



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3章 視覚的図形と補助言語の関わり

3.7.新しい視覚的記号 (遠藤あかり)

飲食店のNOA CAFÉ・すし鮮・GINSAI WASABI・しゃぶしゃぶ温野菜の4店舗に着目して考察する。



図1 NOA CAFÉのメニュー



図2 すし鮮のメニュー



図3 GINSAI WASABIのメニュー



図4 温野菜のメニュー

このようにJIS規定ピクトグラムやイラストの代わりに写真を使ったメニュー表が多く見られた。基本的に補助言語は英語だったが、図3のところは英語・中国語・韓国語と3タイプに分かれていてより外国人をターゲットにしている。図4のところは「English menu」と大きく書かれていた。このメニュー表の横には「We welcome the foreigner tourist!」と紙が貼ってあってより訪日外国人向けなことが分かる。

飲食店にはピクトグラムが少なかったのは、写真を見てもらったほうが分かりやすいからだろう。ここから、写真もある一種のピクトグラムの役割を果たしているのではないかと考えた。

3.1.目的

3.6.たばこのピクトグラム (徳田萌乃)