



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6章 「和」を売り出す店における言語表記

6.3.各店舗の英語対応について (濱田雄大)

先にあげた店舗の英語対応について調査する。実地調査で確認したものに加え、それぞれのwebページでの英語対応についてもまとめる。

6.3.1.店頭での対応

表1 各店舗の店頭での英語対応

	店名	英語対応	対象商品	備考
歌舞伎座地下2階売店	お弁当処やぐら	—		
	かおみせ	○	手ぬぐい・アートフレーム等	英語パンフレット・商品名英語併記
	松竹かぶきや本舗	—		
	山田屋まんじゅう	○	まんじゅう	商品説明日英併記
	鎌倉ふるさと寄付金 (鎌倉市)	○	大船ガラス商品	「funa glass」との表記
GNZA CORE	大和屋	—		
	東京ますいわ屋	—		
	銀座きしや	—		
	銀座藤屋	—		
	銀座香十	○	写真立て	「a photo stage」との表記
	銀座とみひろ	—		
松屋	ながもち屋	—		
	壺の蔵	—		
専門店)	木村屋	○	五色あんぱん他一部商品	商品名日英併記、ローマ字でも表記
	鳩居堂	○	店全体	No photography, No smoking」との表記
	空也もなか	—		
	越後屋	—		

この調査から分析できることは、まず、ひとくちに「英語対応」といっても店によってその程度や意図がそれぞれ異なっていたということだ。その理由としては、ガラス商品や写真立ては外国人でも視覚的に用途がほとんどわかるものであるが、手ぬぐいやまんじゅうは説明がなければどのようなものかわからない可能性があることが挙げられる。取り扱う商品が日本固有のものであるか否か、ということがこの差を表しているといつてよいだろう。また全体を通して特徴的だったのは、調査した店舗の英語案内はどれも比較的小さいものであったことだ。「店の7外側にいる外国人客を呼び込むため」という意図ではなく「店の中に入ってきた外国人客のため」の案内であるというスタンスが見て取れる。

6.3.2.webページでの対応

表2 各店舗のwebページの英語対応

	店名	英語対応	対象	備考	
歌舞伎座地下2階売店	歌舞伎座地下2階売店)	△)	(メニュー表示)		
	お弁当処やぐら	—			
	かおみせ	—			
	松竹かぶきや本舗	△	メニュー表示		
	山田屋まんじゅう	—			
	鎌倉ふるさと寄付金 (鎌倉市)	—			
	GNZA CORE	GNZA CORE)	○)	英語切替可)	
	大和屋	△	メニュー表示		
	東京ますいわ屋	△	メニュー表示		
	銀座きしや	△	メニュー表示		
松屋	松屋)	○)	英語切替可)		
	ながもち屋	△	メニュー表示		
	壺の蔵	○	原宿店のみ英語専用ページ		
	木村屋	△	メニュー表示		
専門店)	鳩居堂	—			
	空也もなか	—		webページなし	
	越後屋	△	メニュー表示		

調査したwebページの中で英語を取り扱う店は非常に少なかった。だがこれは仕方のないことだと考えた。リアルな世界の店頭は、外国人観光客がふらりと立ち寄る可能性も考えられるが、webページ(ましてや日本の専門店のものである)に外国人がふらりとアクセスする可能性は非常に低い。外国にも店舗を展開するといったようなことがない限り、ページを外国語対応する意義はあまりないのではないだろうか(現に表2で○に該当するうちのひとつである「銀座とみひろ」はロンドンで行われた「ロンドン北斎展」という催しに出展している)。

6.1.調査概要

6.2.主看板における店名表記法の意図 (佐野元基)