



# 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8章 高級ホテルと中価格帯ホテルの言語景観

### 8.2.現地調査における高級ホテルと中価格帯ホテルの個別分析(蓮子友理)

ホテルの外からフロントまでにある掲示物を恒常的・臨時的に分け、それに配布物を加えたものの数が表1である。

表1

	恒常的	臨時的	配布物	総計
高級	21	4	5	30
中価格	18	7	6	31
総計	39	11	11	61

図1 恒常的掲示物の各言語の使用数

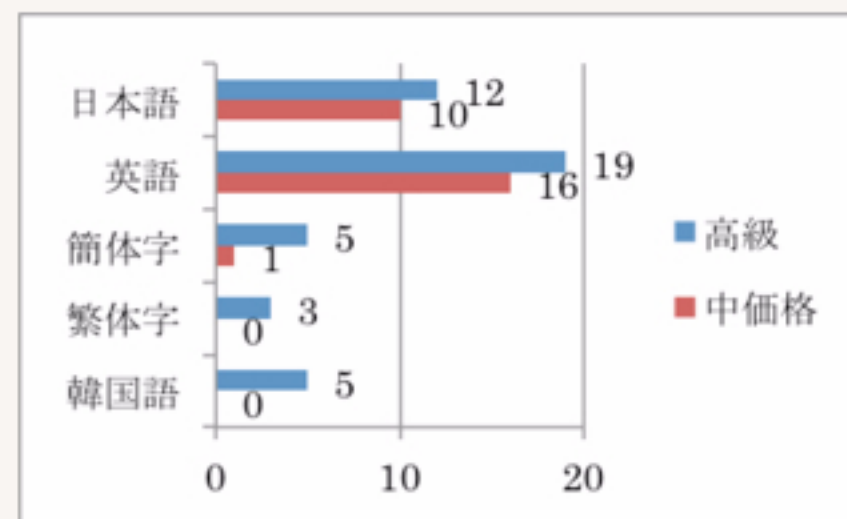


図2 臨時的掲示物の各言語の使用数

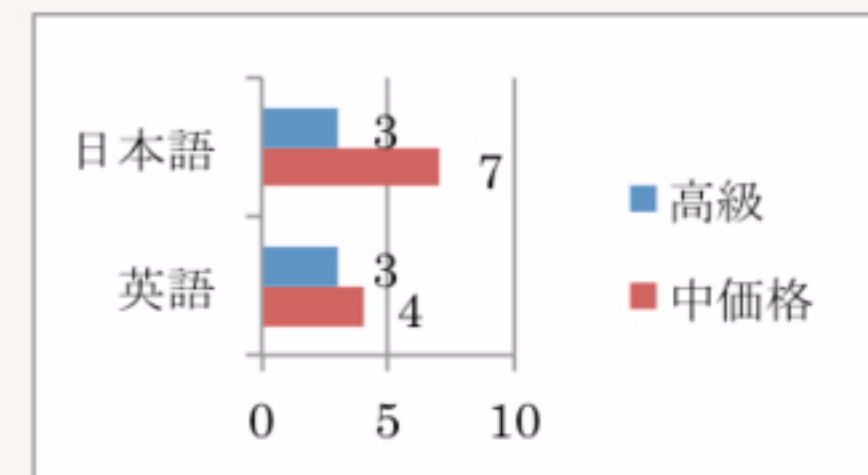


図3 配布物の各言語の使用数

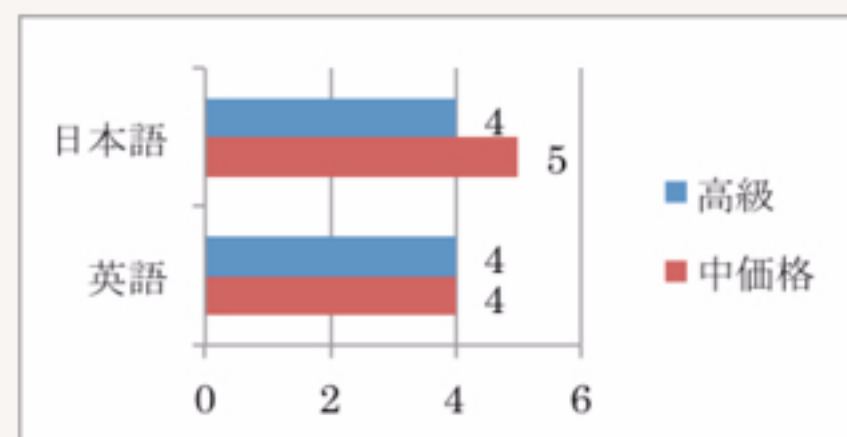


図1から図3は掲示物、配布物の言語使用数を高級ホテル、中価格帯ホテルで比べたものとなっている。

恒常的掲示物は高級ホテルのほうが言語が多く用いられており5言語用いられている。一方、臨時的掲示物、配布物はどちらのホテルでも日本語、英語の2言語しか用いられていなかった。

高級ホテルの方が言語の種類、恒常的掲示物の数は多かった。高級ホテルでは多言語の恒常的掲示物を増やし、多くの宿泊客に必要なことを伝えている。中価格帯ホテルが臨時的掲示物と配布物が多い結果となったのは、恒常的掲示物では足りない点を補っているためだと考える。高級ホテルの方が中価格帯ホテルより外国人への対応をしていると言える。

#### 8.1.調査概要

#### 8.3.web上における高級ホテルと中価格帯ホテルの個別分析 (樋口倫子)