



銀座の言語景観7

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
- 銀座の百貨店における外国人観光客への取り組み
- 銀座オフィシャル掲載の飲食店における言語表示の実態
- 料理店のジャンルごとの言語景観の違い
- 各地域のマツモトキヨシにおける言語景観の違いから銀座のあり方を考える
- 銀座周辺のデパートにおけるピクトグラムについて
- 銀座百貨店のレストラン街における言語景観の比較

 検索

第4章 料理店のジャンルごとの言語景観の違い

0316083 野瀬秀平
0316501 川浪楓
0316071 清水航七

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

4.1.調査概要

4.1.1.目的

銀座にあるそれぞれのジャンルの料理店を、主にどのような多言語表記がされているかという観点と、字体などから特徴を調査し、比較する。

4.1.2.調査対象

宴会・グルメ情報サイト「ぐるなび」を使用する。

お店検索で「銀座駅」「300m以内」「外国語メニュー有」「それぞれのジャンル」で絞り込んだ。そして順番を「予算の高い」に変更し、上位の五店舗を対象とした。

4.1.3.調査観点

メイン看板・サブ看板・外メニュー・のぼり・貼り紙・パンフレット・臨時的掲示物・WEBサイト

4.1.4.比較の観点

銀座にあるそれぞれのジャンルの料理店を、主にどのような多言語表記がされているかという観点と、字体などから特徴を調査し、比較する。

4.2.「和食」における言語景観（清水航七）

4.3.中華料理店における言語景観（川浪楓）

4.4.フランス料理店の言語景観（野瀬秀平）

4.5.料理店からみた銀座

共通点としては、全体を通してデザインとして言語表記を用いていて、また、日本料理店と中華料理店ではWEBサイトを参考にしている店が多かった。

相違点としては、日本料理店は日本ならではの行書体を用いて外観で日本料理ということをアピールしているのに対して、他のジャンルに関しては書体でのアピールはされていなかった。

また、中華料理店は店舗と伝えたい内容によって言語表記が異なっているが、和食は言語表記よりも外観や雰囲気を意識していた。

日本料理店は、個人経営の店が多いのに対して、中華料理店はチェーン店のほうが多く、それが言語表記に大きく関係しているような店舗も見受けられた。