



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 Matsumoto Kiyoshi 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

第5章 各地域の Matsumoto Kiyoshi における言語景観の違いから銀座のあり方を考える

5.3. 商品の臨時的掲示物から考察する行政区毎の外国人の分析（坂本真友子）

5.3.1. 調査概要

Matsumoto Kiyoshi における店内の商品付近にある臨時的掲示物を調査した。また、在留外国人統計（旧登録外国人統計）統計表（法務省）、訪日外国人消費動向調査（観光庁）から対象の国と地域のデータを調査し、臨時的掲示物と外国人の関係性を考察する。

5.3.2. 調査結果

表1 各店舗のデータ概要

	銀座5th店	銀座8丁目店	中央通り店	有楽町イトシアプラザ店	新宿東口店
1	中・英	中・英	TAXの英のみ	中・英	中・英
2	40個（中・英）	39個（中・英・ハングル）	1個（中）	52個（中・英・タイ）	32個（中・英・タイ・ハングル）
3	中・英	英	英	中・英	無し
特記事項	新宿と比べて店舗は広いが品物の種類は少なく、人気商品の数量を増やし外国語のコーナー表示を付けている印象。	店内は広いが人は少ない。品揃えも豊富でぎゅうぎゅうな感じもない。	主に日本語表記のみ。しかし入口に TAX FREE の看板（恒常的掲示物）はあった。	店内は広くポップも数が多い。品数も豊富。	店内は狭いが商品の種類を多く置いている印象。一つ一つの陳列数は少ない。外国語表記は小さいものがぼつぼつしている。

表2 在留外国人統計（旧登録外国人統計）統計表（法務省）

	中国	韓国	フィリピン	アメリカ	台湾
新宿区	13841	10373	779	1095	1933
千代田区（有楽町）	1177	457	65	219	173
中央区（銀座）	2874	1322	145	378	336

表3 訪日外国人消費動向調査（観光庁）

出入国	空港	中国	韓国	タイ	フィリピン	アメリカ	台湾
入国	羽田	233,253	75,668	228,845	63,819	178,658	144,264
	成田	220,781	106,916	124,910	227,782	189,203	106,172
出国	羽田	244,985	72,308	246,655	108,778	163,406	157,634
	成田	216,606	107,929	136,299	224,970	229,749	111,904

まず、表2よりどの国も新宿区が一番多くなっている。実地調査とこの統計表から、新宿東口店は外国人観光客をターゲットにしているのではなく在留外国人をターゲットにしているのではないかと。加えてこの店舗の近郊には新大久保などにチャイナタウンがある。そこに住む人々もターゲットにしていると考えられる。

さらに表3よりタイの羽田空港入国、出国、フィリピンの成田空港入国、出国が共に中国の数値に近い値となっている。フィリピンの公用語は英語とタガログ語のため英語表記で対応できるが、タイの公用語はタイ語のため新しく対応していく必要がある。このことからタイの観光客向けに有楽町イトシアプラザ店、新宿東口店はタイ語の表記をしていると考えられる。

そして、上記3つの表より銀座の2店舗では、実地調査から中国人と英語使用の外国人をターゲットに絞っていると考えられる。銀座では和光を中心とした高級ブランドを提供する店が多い。このことから、銀座のハイブランド性や景観を維持するために表記を最低限にしていると考えられる。景観については銀座の店舗のみ白黒の看板を採用していた。また、在留外国人統計ではどの区も調査した国の中では一番多くなっている。実地調査でも、全ての店舗で中国語が見られた。今後中国語を目にする機会は更に増えていくと考える。

5.1. 調査概要

5.4. Matsumoto Kiyoshi の臨時的掲示物の言語表記から考える訪日外国人が訪れる理由（松川瑞季）

5.5. 域差から見る音声言語の差（西村陽貴）