

- はじめに
- ドラッグストアの言語景観
- 銀座のパンプレットとフロアガイドからみる言語景観
- デパートにおけるトイレの言語景観
- カフェから見る銀座の言語景観
- 銀座のホテルにおける言語景観について
- コンビニエンスストアの言語景観

第2章 ドラッグストアの言語景観

0317065 五味史織
0317067 佐川和希
0317078 中島花蓮

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

2.1.目的

銀座4丁目の交差点から500メートル圏内にあるドラッグストアと他の地域のドラッグストアの外国人へのサービスや掲示を比べることで銀座ならではの対応を見る。

2.2.調査概要

2.2.1.調査対象

表1.調査対象店舗と店舗属性等

店舗名	地図記号	住所	チェーン種類	大通りに面している	最寄り駅から300メートル圏内にある
マツモトキヨシ Beauty U中央通り店	1	〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目8-5 太陽ビル1F,81F	マツモトキヨシ	○	×
マツモトキヨシ 銀座8丁目店	2	〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目12	マツモトキヨシ	×	×
マツモトキヨシ 銀座5th店	3	〒104-0061 東京都中央区銀座5丁目5-1	マツモトキヨシ	○	○
トモズ銀座3丁目店	4	〒104-0061 東京都中央区銀座3丁目10-1	トモズ	×	×
ココカラファイン 銀座4丁目店	5	〒104-0061 東京都中央区銀座4丁目10-10	ココカラファイン	○	○
くすりの福太郎 銀座6丁目店	6	〒104-0061 東京都中央区銀座6丁目13-7 新保ビル1F	くすりの福太郎	×	○
くすりの福太郎 銀座5丁目店	7	〒104-0061 東京都中央区銀座5丁目14-6 豊川ビル別館1F	くすりの福太郎	×	×
ココカラファイン 茶沢通り店	-	〒154-0004 東京都世田谷区太子堂2-16-7	ココカラファイン	×	○
トモズららぽーと 湘南平塚店	-	〒254-0031 神奈川県平塚市天沼10-1 ららぽーと湘南平塚1F	トモズ	×	×
マツモトキヨシ 戸塚町店	-	〒244-0003 神奈川県横浜市戸塚区戸塚町4813-1	マツモトキヨシ	×	×
くすりの福太郎 三軒茶屋店	-	〒154-0024 東京都世田谷区三軒茶屋2丁目14-8 ファッションビル第二	くすりの福太郎	○	○

図1.銀座の地図



2.2.2.調査項目 (調査アイテム)

- ・免税表示 (外)
- ・商品の種類表示
- ・会計案内 (吊り下げ)
- ・会計案内 (床)
- ・注意喚起 (商品付近)
- ・注意喚起 (その他)
- ・サブ看板
- ・ナットウキナーゼの臨時的掲示

表2.調査項目と収集データ数

		免税表示 (外、張り紙)	免税表示 (会計)	商品の種類表示	会計案内 (つり下げ)	会計案内 (床)	注意喚起 (ポップ)	注意喚起 (張り紙)	サブ看板	ナットウキナーゼ	横計
マツモトキヨシ	beauty U	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3
	銀座8丁目店	1	1	1	1	1	1	0	0	1	7
	銀座5th店	1	1	1	1	1	0	0	0	3	8
	戸塚町店	0	0	1	1	1	1	1	0	0	5
トモズ	銀座3丁目店	0	1	1	0	0	0	0	1	0	3
	ららぽーと湘南平塚店	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
ココカラファイン	銀座4丁目店	2	1	1	1	1	0	0	0	0	6
	茶沢通り店	2	1	1	1	1	1	0	1	0	8
くすりの福太郎	銀座6丁目店	2	0	1	0	0	2	1	0	0	6
	銀座5丁目店	1	1	1	0	0	1	2	0	0	6
	三軒茶屋店	3	0	0	1	0	2	2	1	0	9
横計		12	6	10	7	6	8	6	4	4	

2.2.3.観点その1 (アイテムのどこをデータとして収集するか)

使用言語の数、種類、掲載順序

2.2.4.観点その2 (比較をするポイント)

地域差
チェーン店差

2.3.分担

2.3.1.調査の分担

5,6,7,10: 五味
3,4,9: 佐川
1,2,8,11: 中島

2.3.2.分析の分担

免税表示、種類表示: 五味
会計案内、サブ看板: 佐川
注意喚起、ナットウキナーゼ: 中島

2.4.ドラッグストアにおける免税案内と種類表示の言語景観について (五味史織)

2.5.会計案内、サブ看板における言語景観 (佐川和希)

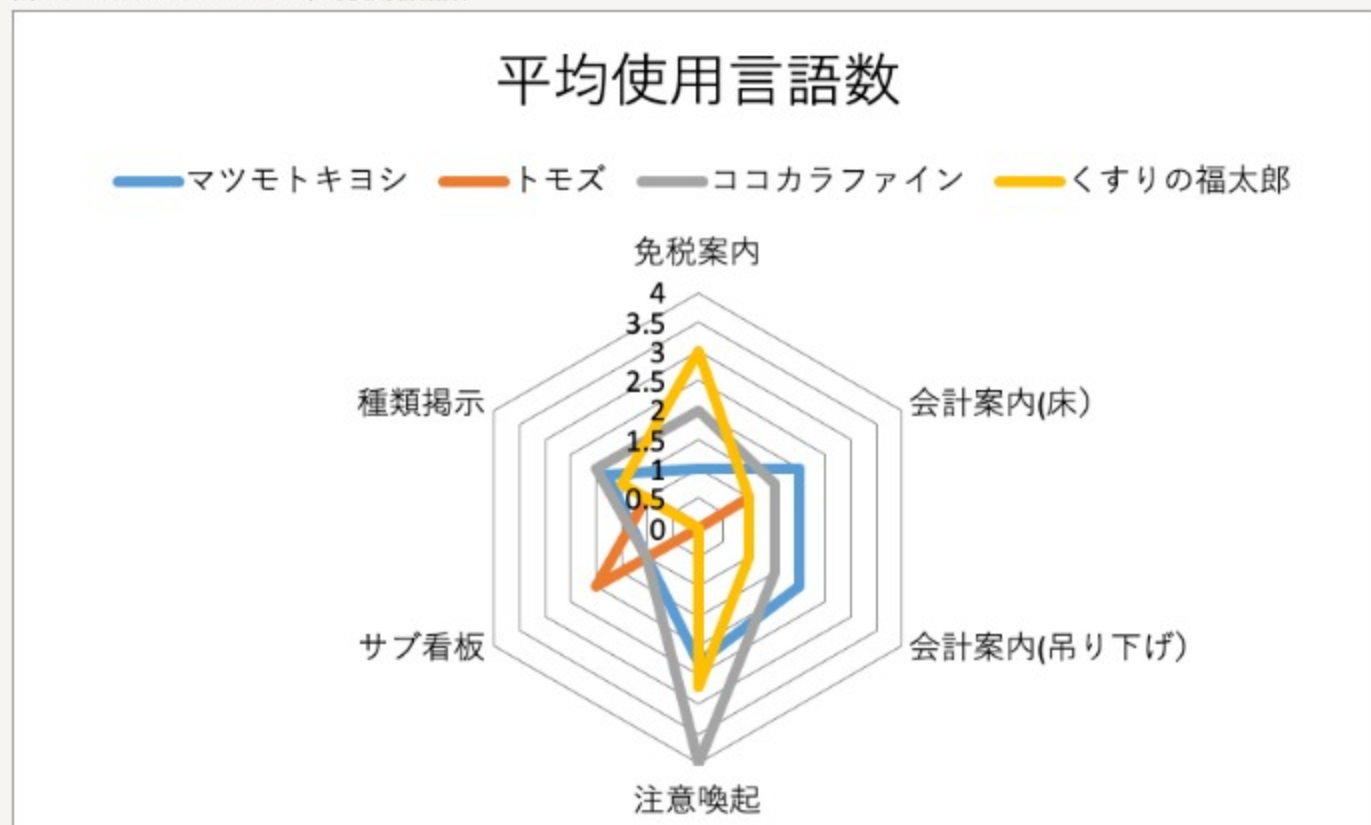
2.6.注意喚起の張り紙、ポップにおける言語景観 (中島花蓮)

2.7.班全体のまとめと課題

今回、銀座の言語景観をドラッグストアを通して見てきた。他の地域と比べ銀座に特徴が見られたアイテム、チェーン店もあったが、見られなかったものもある。銀座の方が多言語化していたが、その他地域でも多言語化がみられたアイテムもあった。ドラッグストアは銀座だけでなく、全体として多言語化の傾向があったといえる。

チェーン店ごとのアイテムの平均使用言語数を表にして比べた。結果、店ごとに大きく違いが見られた。マツモトキヨシはどのアイテムも平均的に多言語化がしていた。一方、トモズは、アイテムが存在していなかったり、地域の差が見られなかった。外国人観光客というより地域に密着した経営をしているのではないかと。ココカラファインは、日、英の二言語対応が主だったが、注意喚起のみ四言語対応が見られた。くすりの福太郎は免税案内と注意喚起に力を入れていることが分かった。

図5.ドラッグストアごとの平均使用言語数



2.8.参考サイト

*最終閲覧日はいずれも2019年1月9日

inbound insight
<https://inbound.nightley.jp/>

日本の観光統計データ
<https://statistics.jnto.go.jp>

文部科学省
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/004/siryu/attach/1379959.htm