

- はじめに
- ドラッグストアの言語景観
- 銀座のパフ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4章 デパートにおけるトイレの言語景観

0317117 鈴木理奈
0317130 堀井早苗
0317131 松尾桃花

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

4.1.目的

銀座のデパートのフロアをファッション・化粧品・食品の3種類に分けて、トイレ（個室トイレ・多目的トイレ）内のビクトグラムと言語、恒常的・臨時的掲示物とトイレの表記名の言語の差異を調査する。

4.2.調査概要

4.2.1.調査対象

図1.調査店舗



- 1.銀座三越 東京都中央区銀座4-6-16
ファッション：3F
化粧品：B1F
食品：B2F
- 2.和光銀座/本館 東京都中央区銀座4-5-11
ファッション・化粧品：3F
- 3.GINZA SIX 東京都中央区銀座6-10-1
ファッション：3F
化粧品：B1F
食品：B2F
- 4.松屋銀座本館 東京都中央区銀座3-6-1
ファッション：3F
化粧品：1F
食品：B1F

4.2.2.調査項目

ここでの恒常的掲示物はメーカーが貼っている設備の使用案内のものを示し、臨時的掲示物はデパートがその上からテープなどで貼っている、補足的なものものを示す。

写真1.恒常的掲示物



写真2.臨時的掲示物



ビクトグラムの規格は三種類ある。その特徴を以下にまとめる。

- ・JIS（日本工業規格）：手先が直角
- ・ISO（国際標準化機構）：細身でシャープ
- ・AIGA（アメリカ・グラフィック・アーツ協会）：手先が丸い。

デパートの個室・多目的トイレの恒常的・臨時的掲示とビクトグラム、トイレ入り口付近の案内板、吊り下げ案内板

4.2.3.観点その1

トイレ内臨時的掲示の使用言語数、トイレ内・案内板のビクトグラムの種類、トイレ入り口付近・吊り下げ案内板のトイレの表記名

4.2.4.観点その2

使用されているビクトグラム、恒常的・臨時的掲示の使用言語数の違い、デパートごとのトイレの表記名の言語の違いを各デパートで比較。

4.3.分担

4.3.1.調査の分担

個室トイレ：堀井
多目的トイレ：松尾
入り口付近・吊り下げ案内板：鈴木

4.3.2.分析の分担

各自調査を担当した物を分析の対象とし、比較を行う。

4.4.個室トイレの使用言語とビクトグラム（堀井早苗）

4.5.デパートごとの多目的トイレのビクトグラムと使用している使用言語数差（松尾桃花）

4.6.トイレの案内掲示板とビクトグラムに付随している言語について（鈴木理奈）

4.7.班全体のまとめと課題

フロアごとに使用言語に差があり、ターゲットとしている客層とデパートの雰囲気を意識した掲示がされていた。そして、案内板の言語はフロアごとの差はなく、ビクトグラムが重要視されていた。規格のビクトグラムとオリジナルのビクトグラムが場で使い分けられている理由を今後の課題としたい。

4.7.参考サイト

- GINZA SIX（2018年12月17日）
<https://ginza6.tokyos>
- 銀座三越（2018年12月17日）
<http://www.ginza.jp/landmark/119>
- 銀座和光（2018年12月17日）
<https://www.wako.co.jp/>
- 東洋経済ON LINE（2019年1月7日）
<https://toyokeizai.net>
- 日本政府観光局（JNTO）（2018年12月20日）
<https://www.jnto.go.jp/jpn>
- 東京都産業労働局（2018年12月20日）
<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/>
- 松屋銀座（2018年12月17日）
http://www.matsuya.com/m_ginza/