



銀座の言語景観 8

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
- ドラッグストアの言語景観
- 銀座のパン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

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

4.5.1. 調査概要

調査対象としているデパートの多目的トイレ内の臨時的掲示物・恒常的掲示物の使用言語、ピクトグラムの種類の差について調査を行う。

4.5.2. 調査結果

表2.各デパートのピクトグラム規格

	銀座三越	銀座和光/本館	GINZA SIX	松屋銀座本館
男女トイレ	—			—
規格	—	オリジナル	オリジナル (JIS規格寄り)	—
車いす				
		ISO規格	ISO規格	オリジナル (ISO規格寄り)
オストメイト	—			
		—	JIS規格	JIS規格
乳幼児設備				
		JIS規格	JIS規格	
大人用ベッド		—	—	—
	オリジナル (JIS規格寄り)	—	—	—

ピクトグラムがなかった場合は「—」で表記し、色つきは複数ピクトグラムが見受けられたもの。

写真5.銀座三越多目的トイレ



写真6.7.松屋銀座多目的トイレ



表3.トイレ内使用言語

		トイレ内 使用言語 (恒常的)					トイレ内 使用言語 (臨時的)				
		日	英	中(簡)	中(繁)	韓	日	英	中(簡)	中(繁)	韓
銀座三越	3F	○	○	○	-	○	○	○	○	-	-
	B1F	○	○	○	-	○	○	○	○	-	-
	B2F	○	○	○	-	○	○	○	○	-	-
和光銀座/本館	3F	○	○	-	-	-	○	-	○	-	
GINZA SIX	3F	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	B1F	○	○	○	○	○	○	○	○	-	
	B2F	○	○	○	○	○	○	○	○	-	
松屋銀座本館	1F	○	○	○	○	○	○	○	○	-	
概計		8	8	7	4	7	7	8	7	5	0

表4.臨時的掲示がされているアイテム

		トイレ内 使用言語 (恒常的)		
		緊急呼び出しボタン	流すボタン	多目的トイレに関しての注意書き
銀座三越	3F	○ (日・英・中(簡))	-	-
	B1F	○ (日・英・中(簡))	-	-
	B2F	○ (日・英・中(簡))	-	-
和光銀座/本館	3F	○ (英・中(繁))	-	-
GINZA SIX	3F	○ (日・英・中(簡))	-	-
	B1F	○ (日・英・中(簡))	-	-
	B2F	○ (日・英・中(簡))	-	-
松屋銀座本館	1F	○ (日)	○ (日・英・中(簡)・中(繁))	○ (日・英・中(簡)・中(繁))
概計		8	1	1

表5.平成29年度銀座を訪れた外国人 (東京都 国別外国人旅行者行動特性調査)

		平成29年に銀座を訪れた人数
国	中国	2009/2,665
	台湾	659/2,059
	韓国	606/1,771
	香港	296/802

4.5.3. まとめ

表2にまとめたとおり、それぞれ世界共通の規格のピクトグラムとオリジナルデザインのピクトグラムでも規格に寄せたものが織り交ぜて使用されていたが、大半が規格に寄せたオリジナルのピクトグラムであった。だがその中でも和光では男女トイレマークが女性はタイトスカート、男性はスーツといった特殊なデザインであり、それは和光自体が高級感を大切にしているため雰囲気壊さないよう特殊なデザインにしているかと判断した。

使用言語の差を調査した結果が表3.4であるが、恒常的掲示においてはトイレの機能の説明が主であり日・英・中・韓と多言語化はしているもの目立った差はなかった。その要因としては、トイレ会社が制作した説明書き等をそのまま利用していることであると考えた。臨時的掲示ではどのデパートでも日・英・中が主体であり韓国語はこのデパートでも見受けられずこちら差はなかった。例外で、和光は恒常的掲示では日・英、臨時的掲示は英・中(繁)の二言語のみであり他デパートと比べ極端に掲示物も少なかった。これらも高級感をトイレでも意識しているがためあえて少なくし、日本人に機能の説明が伝わるように日本語と、全世界共通の英語、必ず利用方法を間違えてほしくないため、緊急呼び出しボタンに英語と、訪れる数が多いであろう中国語を別途用意しているといえ、それをもとに調査した結果が表5であるが銀座に多く訪れているのが中国圏の人々であり、掲示物に必ず中国語があり、英語は世界共通語であるため中国圏以外の人にも伝わるように必ず掲示されていると比較・調査を行って分かった。日本語はあくまでもおまけであり、多言語化を意識しているというよりは、必要に応える形で言語の種類を増やしていると考えられる。

4.1. 調査概要

4.4. 個室トイレの使用言語とピクトグラム (堀井早苗)

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