

- 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

4.6.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)

4.6.1.調査概要

対象とするデパートのトイレ吊り下げ案内掲示板の表示名と言語についての調査を行う。

4.6.2.調査結果

表6.店舗ごとの表示名と使用言語

		吊り下げ案内板のトイレの表示名					トイレ入り口の案内板の使用言語					
		お手洗い	Rest room	トイレ	化粧室	ピクトグラム	日	英	中 (簡体字)	中 (繁体字)	韓	ピクトグラム
銀座三越	ファッション3F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	3F 多目的	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	化粧品 B1F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	B1F 多目的	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	食品 B2F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	B2F 多目的	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
和光銀座/本館	ファッション・化粧品 3F	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	3F 多目的	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
GINZA SIX	ファッション3F	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	3F 多目的	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	化粧品 B1F	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	B1F 多目的	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	食品 B2F	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
	B2F 多目的	×	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○
松屋銀座本館	ファッション3F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	化粧品 1F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	1F 多目的	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
	食品 B1F	×	○	×	○	○	○	○	×	×	×	○
縦計 (%)		0/18 (0%)	10/18 (55%)	0/18 (0%)	10/18 (55%)	18/18 (100%)	10/18 (55%)	10/18 (55%)	0/18 (0%)	0/18 (0%)	0/18 (0%)	18/18 (100%)

表7.各デパートごとのパンフレット対応言語数の比較

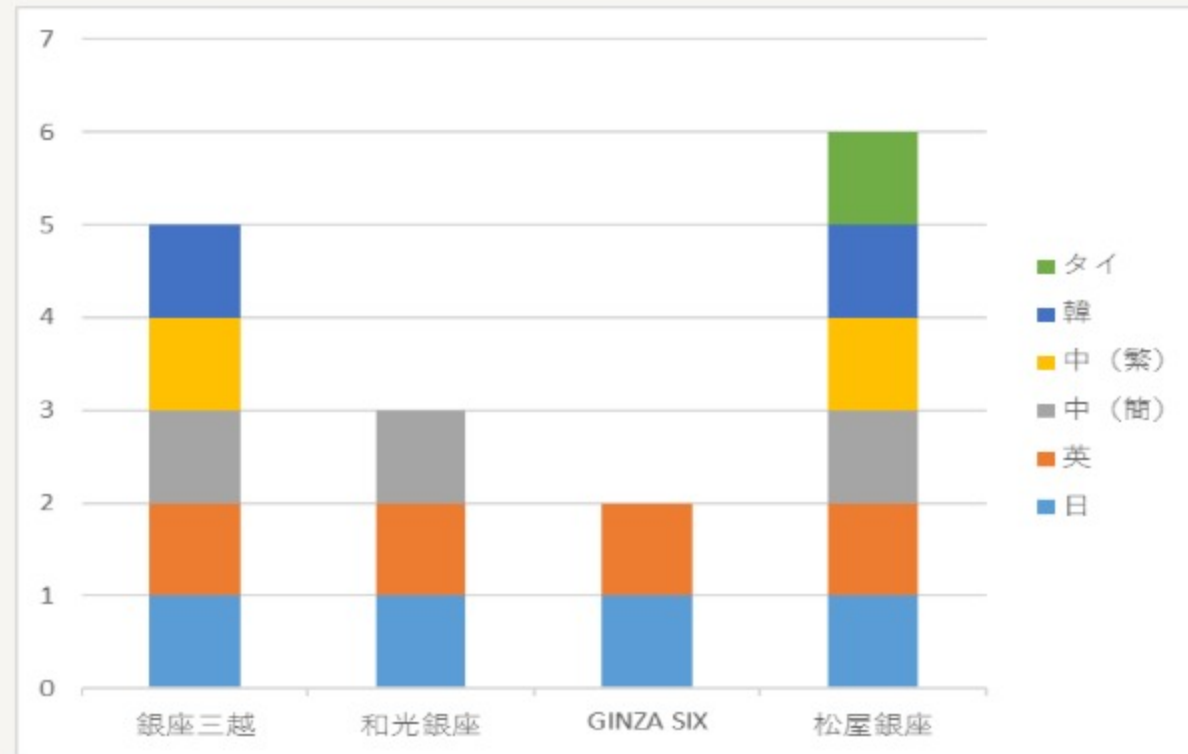


表8.トイレの吊り下げ案内板のピクトグラム

	銀座三越	銀座和光/本館	GINZA SIX	松屋銀座本館
トイレのピクトグラム				

4.6.3.まとめ

表6と表7を見比べてわかるように、パンフレットの対応使用言語はデパートごとに異なり松屋銀座においては日+英の基本2か国語に加え総じて6か国語も対応していることがわかる。銀座三越も5か国語と多言語化が進んでいることが分かった。それに対しトイレの案内板に使用されている言語は一律して日+英の2か国語のみという結果だった。

表8においてはGINZA SIX・三越はJIS規格のものを使っており、和光・松屋に関してはどの規格にも該当しないオリジナルのピクトグラムを使用していた。50%という半数の率でオリジナルを採用するということは、それぞれのデパートの雰囲気や重視していると思われる。

ピクトグラムに付随している言語という観点で見てきたが、前提として恒常案内板におけるピクトグラムの表示率は100%であった。

例えば、家電量販店で爆買いをする中国人をターゲットとする場合、その家電がいかほど優れているかを理解してもらうために説明する必要がある。すると中国語での対応が重要であることは自明であるが、トイレを知らないor使ったことのない旅行者はいたとしても僅少であるうし、場所さえ表記すれば案内板としての役割は十分である。よってここではピクトグラムが必須になり、ピクトグラムがあれば多言語化は重視されないということが分かった。

またオリジナルピクトグラムや表記に婉曲法を用いていることから、各デパートの雰囲気や大事にしていた。ピクトグラムが併記されているので必要以上の多言語化はいらぬ。よって世界共通である英語だけに限定したのではない。

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)

4.5.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)