



銀座の言語景観 9

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
- フロアガイドの報告と分析
- パンフレットの報告と分析
- 免税カウンターの報告と分析
- トイレの報告と分析
- エレベーターの報告と分析
- エスカレーターの報告と分析
- 臨時的掲示時計売場の報告と分析
- 臨時的掲示電化製品売場の報告と分析
- 臨時的掲示コスメ売場の報告と分析
- 臨時的掲示伝統工芸品売場の報告と分析
- 店内放送の報告と分析
- ホームページの報告と分析



第3章 パンフレットの報告と分析

0318138 吉田奈雅
0318501 間下隆太

PDF 調査マニュアル&チェックシート (PDF)

3.1.目的

銀座の商業施設におけるパンフレットの言語景観を調査し、施設ごとの表記の差や言語の違いを分析・検証する。

3.2.調査概要

調査場所の総合案内所で配布されている店舗案内のパンフレットを調査対象の中心とする。

表1.調査施設と収集データ数並びに使用言語

施設名	枚数	日	英	中(簡)	中(繁)	韓	その他(タイ)	合計言語数
EXITMELSA	1	○	○	○				3
GINZA SIX	1	○	○					2
NISHIGINZA(西銀座)	1	○	○					2
ギンザ・グラッセ								
銀座三越	2	○	○	○	○	○		5
バーニーズニューヨーク銀座店		○	○					2
阪急メンズ東京	1	○	○					2
松屋	2	○	○	○	○	○	○	6
マロニエゲート銀座1	2	○	○	○				3
マロニエゲート銀座2&3	1	○	○					2
メルサ銀座二丁目店	3	○	○		○			3
ルミネ有楽町店	2	○	○	○		○		4
和光	2	○	○	○				3
銀座コア	3	○	○	○		○		4
銀座ベルビア館	1	○	○					2
東急プラザ銀座	2	○	○	○	○	○		5
有楽町マルイ								
有楽町イトシア	2	○	○					2
有楽町マリオン								

※なお、バーニーズニューヨーク銀座店、松屋、ルミネ有楽町は現物を手に入れられなかったため細かいデータはなし

これらの集めたパンフレットから、

- ① 多言語使用率と国・地域ごとの訪日外国人数の関係性はあるか
- ② 施設の種類・パンフレットの表記の仕方（タイプや言語ごとにパンフレットを分けているかなど）の関係性があるかの二点を検証する。

3.3.報告・分析の分担

多言語使用率と国・地域ごとの訪日外国人数の関係性：間下
施設の種類・パンフレットの表記の仕方の関係性：吉田

3.4.多言語使用率と訪日外国人数（間下隆太）

3.5.施設種類とパンフレットのタイプによる外国人向けサービスの違い（吉田奈雅）

3.6.班全体のまとめ

今回、銀座の商業施設のパンフレットを調査したが、単純に施設ごとのパンフレット内の対応言語や表記の違いだけではなく、なぜこのような表記になったのか、このような表記にすることで訪日観光客にどのようにパンフレットの情報を伝えているのかなど、様々な視点や背景から分析し、施設によって何を重視しているのかが分かったと思う。

さらに、松屋を代表とする多言語表記を多く使用する施設は訪日観光客の数をもとに言語の選択をしていることが分かった。


3.7.引用サイト

日本政府観光局

<http://www.jnto.go.jp/jpn/> (閲覧日2019/09/06)

Trippino HOKKAIDO

<https://trippino-hokkaido.com/inbound/> (閲覧日2019/09/06)

 ページTOPへ