



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
- バンプ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5章 トイレの報告と分析

5.4.使用言語数の傾向についての報告・分析（平本えりか）

トイレの入り口、周辺の案内板（吊り下げ型案内板等）、臨時的掲示の言語の使用数について、調査した。

表2.使用言語数とその平均

ID	施設名	入り口	周辺の案内板	臨時的掲示
1	EXITMELSA	0	0	4
2	GINZA SIX	0	2	4
3	NISHIGINZA (西銀座)	1	1	4
4	ギンザ・グラッセ			
5	銀座三越	2	1	4
6	バーニーズニューヨーク銀座店	0	0	3
7	阪急メンズ東京	1	0	1
8	松屋	2	2	4
9	マロニエゲート銀座1	1	2	4
10	マロニエゲート銀座2&3	1	1	3
11	メルサ銀座二丁目店	1	1	4
12	ルミネ有楽町店	1	2	2
13	和光	0	0	3
14	銀座コア	0	1	4
15	銀座ベルビア館	0	1	3
16	東急プラザ銀座	1	2	0
17	有楽町マルイ	1	1	0
18	有楽町イトシア	1	0	2
19	有楽町マリオン			
	各言語使用数（総計）	13	17	49
	平均	1.3	1	2.88

トイレの入り口での平均使用言語数は1.30言語、周辺の案内板（吊り下げ型案内板等）の平均使用言語数は1言語、臨時的掲示物の平均使用言語数は2.88言語だった。最も使用されていたのは臨時的掲示物で、使用されなかったのは、周辺の案内板（吊り下げ型案内板等）という結果になった。

トイレの入り口、周辺の案内板（吊り下げ型案内板等）が臨時的掲示物より少なかったのは、ピクトグラムで事が足りるからと思われる。トイレの入り口と周辺の案内板（吊り下げ型案内板等）はトイレがどこにあるかを伝えるだけだが、臨時的掲示物はピクトグラムだけでは伝えきれないため、使用言語数が最も多かったのだろう。

また、トイレの入り口をピクトグラムのみに行っている施設が多いため、最も平均使用言語数が少ないものもあるだろう。トイレの入り口に文字表記をしないことで、高級感を表すというのと、トイレを化粧室と言葉を変えるなどではなく、文字表記をなくすることで不快に感じないようにしたと考えられる。

写真1.メルサ銀座トイレ内の臨時的掲示
（日・英・韓・中（簡・繁））





5.1.調査概要

5.5.ピクトグラムとトイレ表記名の報告・分析（今井樹）

[↑ ページTOPへ](#)