

〈論文〉

経済言語学からみたコリアンタウン

本間 勇介

キーワード：言語景観，コリアンタウン，地価

1. はじめに

2008年末現在，日本における外国人登録者数は2,217,426人である。国籍別にみると，2006年末まで韓国・朝鮮人が最も外国人登録者数を占めていたが，2008年末に中国人の登録者数に抜かれた。しかし現在でも多くの韓国・朝鮮人が日本で暮らしており，日本の総外国人登録者数の27.6%に相当する（『在留外国人統計 平成20年版』法務省入国管理局 2009）。日本国内で在留韓国・朝鮮人が多いのは大阪府135,038人である。

本研究は，コリアンタウンの言語景観を言語的要素・非言語的要素の観点から考察した。これらの要素をエクセルの単純集計とSPSS 15版を使い，Correspondence Analysisの結果を考察した。その結果，韓国・朝鮮語はほかの言語と比べて地価の低いところに看板が多い。また繁華街では地価の高いところに看板が多く，歓楽街では地価の高いところに看板が少なかった。

2. 研究目的

言語景観は，社会学・地理学の分野から研究がされているが，経済言語学の観点では研究がされていない。そこで本研究は，4つのコリアンタウンの言語景観を経済言語学に焦点を当てて，各地域における言語種と業種の地価の関わりを考察した。

3. 先行研究

3.1 言語景観

日本で，言語景観を研究し始めたのが地理学者の正井康夫である（正井1969）。正井（1983）は「言語は文字という媒体を通じて視覚にうったえることができ，きわめて多くの看板が用いられているところでは，言語景観が主要な景観要素の1つになっている」と定義している。

バックハウス（2005）は、言語景観を「日本語しか含まない単一言語表示」と「日本語以外、あるいは日本語の代わりに、ほかの言語を含む多言語表示」、また公的表示（道路標識、地名表示、官庁の標識など）と私的表示（店名表示、広告看板など）に分けている。

染谷（2002）は、小田急船沿線など15の駅を選び、駅周辺の商店街における店名看板1,000件について、調査した。その結果、表意文字である漢字が圧倒的に使われており、漢字は文字情報が多いからだと述べている。江（2008/2009）は、東京と上海の商業集積地域を調査し、言語景観の多言語使用を①日本志向型、②西洋志向型、③東洋志向型、の3つに分類できると述べている。

日本におけるコリアンタウンの言語景観の研究として、金（2005）は「ハングル表記の増加から、在日コリアンの来日の時間差による言語使用の変化やホスト社会に対する意識の様子、使用言語に対する許容意識の変化を読み取ることができる」と述べている。稲葉（2008）は、新大久保を調査し、日本におけるコリアンタウンについて論じている。ハングル文字の業種の展開は、「飲食業」から始まり、第2段階は「サービス業」になり、第3段階は「その他の小売業」「宗教」「その他の事務所」の順に成長すると説明している。また新大久保の韓国系店舗の広がりやを、はじめは裏通りで店の営業を始めて、資金力がついたら表通りに店を展開すると説明している。本間（2009）はコリアンタウンの業種と文字種について調査した。新大久保と新今里のニューカマー集住地ではハングルプラスアルファベット、三河島・伊勢佐木町のオールドカマー集住地ではハングルプラス漢字の看板が多く見られた。

3.2 経済学

本研究は言語景観と地価の関連性を述べるため、経済学についての先行研究についても述べる。荒井（2006）は地価を「土地の価格のことであり、購入または売却する際の取引価格である」と定義している。足立（2008）は有効な土地空間では地価が高く、収益を含めた総合的な土地利用便益が地価に影響すると述べている。また観光地は街並みを整備するため、地価が上昇すると述べている。

4. 研究方法

4.1 調査地点

本研究の調査地域は、以下の4地域である。この4地域は、コリアンタウンとして質量ともに代表的な地域である。

表1 調査地域コード

コード	調査地域
1	東京都新宿区新大久保
2	大阪府大阪市生野区新今里
3	東京都荒川区三河島
4	神奈川県横浜市中区伊勢佐木町

4.2 調査方法

新大久保と三河島は「Google ストリートビュー」を使って、多言語表示を調査した。記録方法は、「Google ストリートビュー」の画面を保存し、業種、文字種を記録した。新今里は2009年3月に実際に歩いて調査した。記録方法は、デジタルカメラで看板を撮影した。伊勢佐木町は「Google ストリートビュー」で調査した結果、表通りは見られたが、路地裏は見られなかった。よって、2009年7月にフィールドワークによる追調査を行うことにした。

4.3 調査の対象となった看板

調査地点に出ている店舗の店名表示を対象とする。しかし手で書かれている看板、マンション名、ビル名は除いた。また「Google ストリートビュー」の写真は解像度が低いので、2階までの看板を調査し、フィールドワークの調査も2階までの看板を記録した。

4.4 業種別区分

先行研究において、正井（1969/1972）、金（2005/2009）、江（2008/2009）などが業種による言語景観の違いについて研究している。しかし業種を分類する基準がない。本研究では、日本標準産業分類を参考にし、10種類の業種に分けた。

表2 業種コード

コード	業 種
1	卸売・小売業（雑貨店、総合スーパー、コンビニエンスストア、ブティックなど）
2	事務所（会社、不動産、銀行）
3	飲食業（和食、洋食、中華、韓国料理店、居酒屋、スナック）
4	宿泊業（ホテル、旅館）
5	医療・福祉・美容（医院・病院・薬局・エステ・美容院）
6	教育・学習支援業
7	娯楽施設（インターネットカフェ、カラオケ、ビデオショップ、ラウンジ）
8	社寺（宗教施設）
9	その他
10	分類不能の産業

4.5 言語種別区分

本研究では、言語種を日本語、英語、中国語、韓国語、アジア系言語、ヨーロッパ系言語に分けた。アジア系言語とヨーロッパ系言語にまとめた理由は、調査した結果、言語の数が少なかったた

めである。言語種の区別は表3に表した。

表3 言語種コード

コード	言語種
1	日本語
2	英語
3	中国語
4	韓国・朝鮮語
5	アジア系言語（タイ語・ベトナム語）
6	ヨーロッパ系言語（フランス語・ドイツ語・イタリア語・ギリシャ語）

4.6 地価

各地域の地価を国税庁の「財産評価基準書 路線価図・評価倍率表 平成20年分」を利用して調べた。そして各地域の地価をSPSS 15版の分割点を利用して高・中・低の3つに分けて考察を行った。地価の区分は表4に表した。

表4 地価区分表

	新大久保	新今里	三河島	伊勢左木町
低	450～940	150～170	260～380	205～315
中	945～1,420	175～190	385～500	320～430
高	1,425～	195～	505～	435～

5. 結果と考察

5.1 各地域における韓国・朝鮮語の各業種の割合

各地域における韓国・朝鮮語の各業種割合を図1に示した。各地域を韓国・朝鮮語が一番使われていた順番で並び替えると、左から伊勢佐木町、新今里、新大久保、三河島の順になる。新大久保と三河島は卸売・小売業における韓国・朝鮮語の使用率が高い。新大久保は日本人も利用するため雑貨店が多い。それと反対に三河島では在日コリアンが利用するため食品店が多いと考えられる。伊勢佐木町と新今里は歓楽街のため娯楽施設が多くみられた。

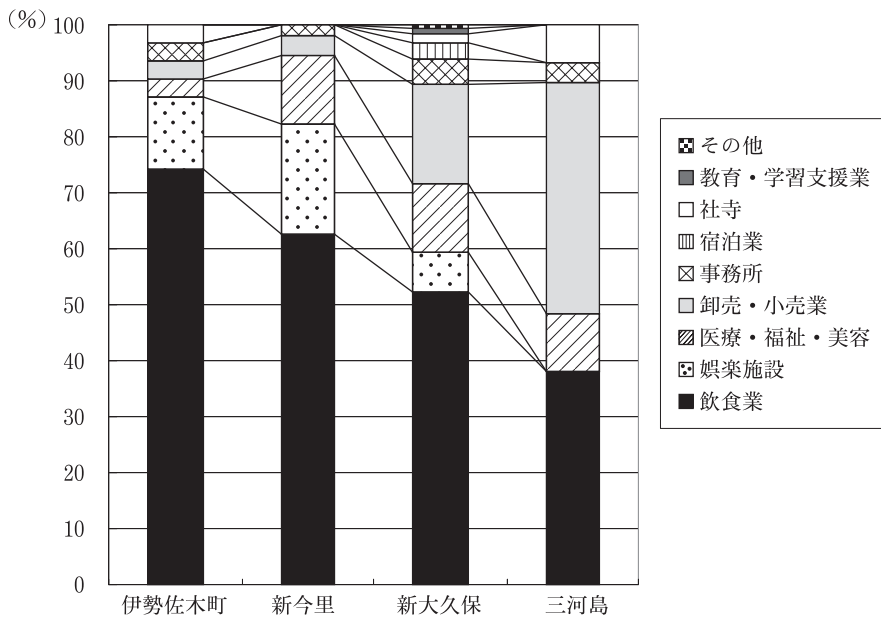


図1 韓国・朝鮮語における各業種割合

5.2 地域別における韓国・朝鮮語の看板の地価

全地域と4地域別の地価の割合を図2に示した。すべての地域において、韓国・朝鮮語はその他の言語と比べて、地価の低いところに看板がある。地価の低いところは土地の値段が安いので、看板が多い。また新大久保と三河島は住宅街が近くにあるため、地価の低いところに看板が多い。しかし新大久保と三河島の繁華街では、地価の高いところにも看板が多い。これは、多くの人が利用するので、顧客を取られないように、地価の高いところに看板を出していると考えられる。そして新今里と伊勢佐木町の歓楽街では、地価の高いところに看板が少ない。新今里と伊勢佐木町は娯楽施設が多く、看板を目立たせたくないからだと考えられる。

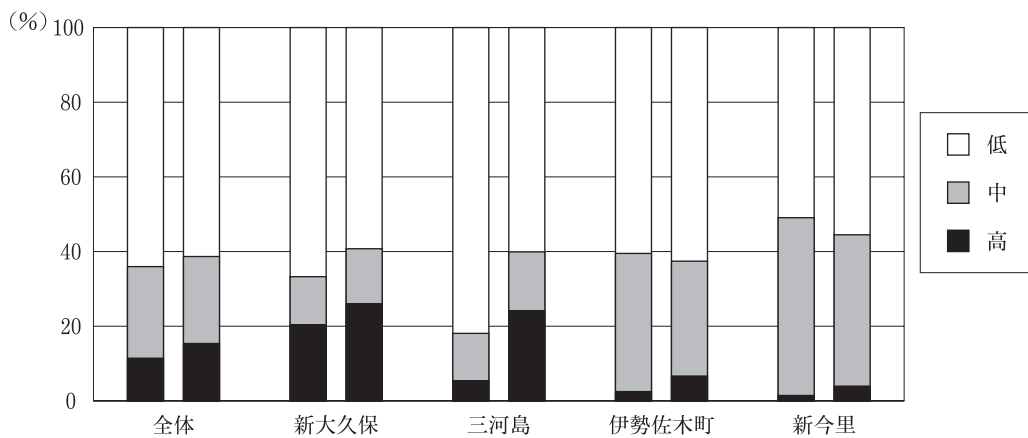


図2 韓国語・朝鮮語（左）とその他の言語（右）における地価の割合

5.3 業種別における地価

4つの地域の韓国・朝鮮語の業種別における地価の割合を図3, その他の言語の業種別における地価の割合を図4に示した。業種の地価の低が多い順に並べ替えた。

韓国・朝鮮語は卸売・小売業と飲食業の低い看板が167件あり、全体の47%を占める。反対に医療・福祉・美容と娯楽施設の低い看板は39件で全体の10%になる。件数が少ない看板は、多くの人に知ってもらう必要がある。人通りの多いところに看板を置かなければならないので、低い看板が少なくなると考えられる。

その他の言語を見ると、卸売・小売業、飲食業は地価の低いところに看板が少ない。これらの業

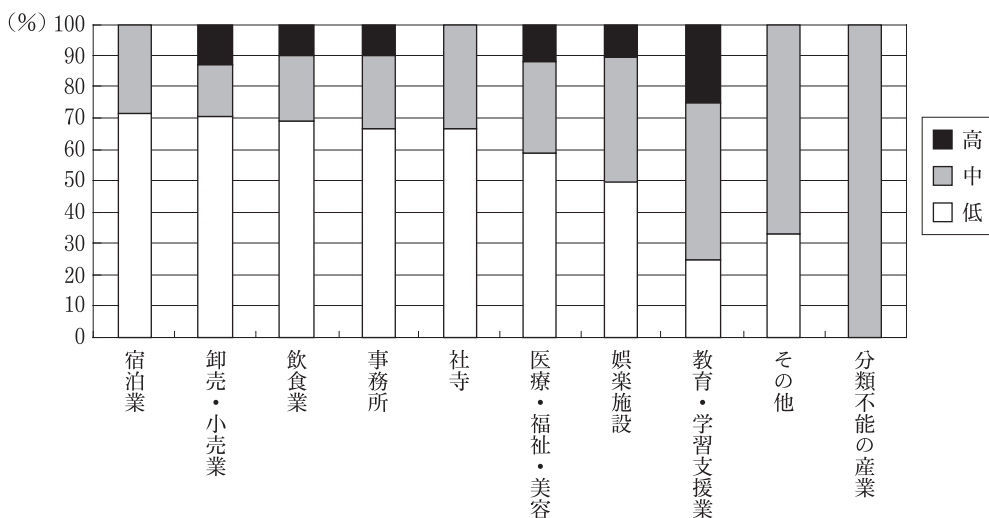


図3 韓国・朝鮮語の業種別における地価の割合

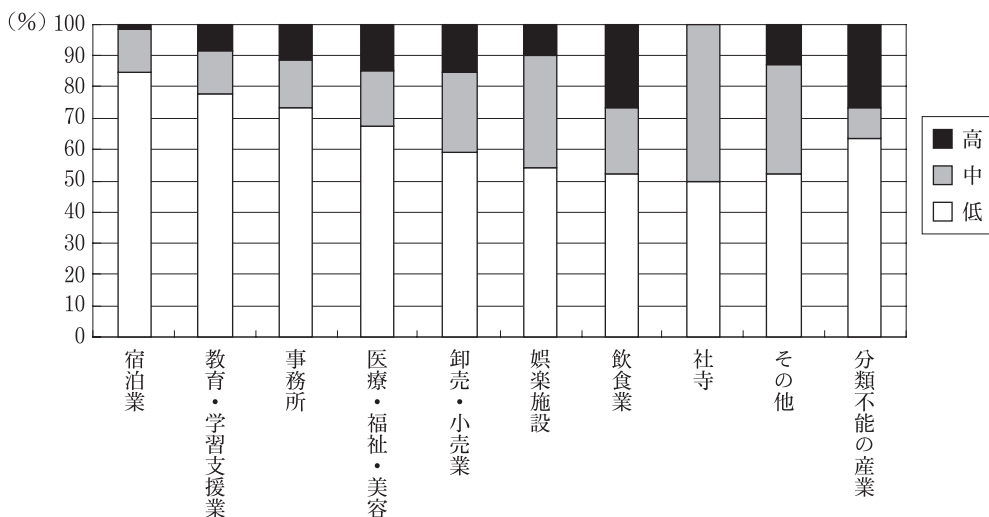


図4 その他の業種別における地価

種は設備投資にあまりお金が掛からないために、地価の高いところに店を営業できるからだと考えられる。また卸売・小売業、飲食業は、単価が低くても多くの人を利用する。他の店と競合するために人通りの多い表通りに店を置かなければならないからだと考えられる。しかし宿泊業、学習・教育支援業、事務所、医療・福祉・美容は、多くの人を利用しない。他の店と競合する必要がないから裏通りに看板を置いても問題がないと考えられる。なお宿泊業について韓国・朝鮮語の看板は地価の高いところに看板はなかった。

5.4 Correspondence Analysis による分析

5.3まではエクセルによる単純集計のみだったが、5.4ではSPSS 15版を用いて地域、業種、地価、言語種の相関関係を考察した。Correspondence Analysisを図5に示した。図5を横方向と縦方向の2つの視点から読み取ることができる。ただし業種の「その他」と「分類不能の産業」は件数が少なかったので、考察の対象としなかった。

まず横方向からみると、新大久保と新今里のニューカマー集住地では高・中の地価が多い。この地域では、低から高・中に店を展開していると考えられる。三河島と伊勢佐木町のオールドカマー集住地では低の地価が多い。あまり資金力を得ていないために、地価の高いところに店を展開することができないと考えられる。また観光地である新大久保は高の地価が多い。

つぎに縦方向からみると、繁華街と歓楽街に分けることができる。新大久保と三河島の繁華街では、地価の高と低が多い。繁華街では、日本語、アジア系の言語が多くみられる。新今里と伊勢佐木町の歓楽街では、地価の中が多い。歓楽街では、韓国・朝鮮語、中国語英語が多く、日本人に対して装飾的要素として言語が使われていると考えられる。

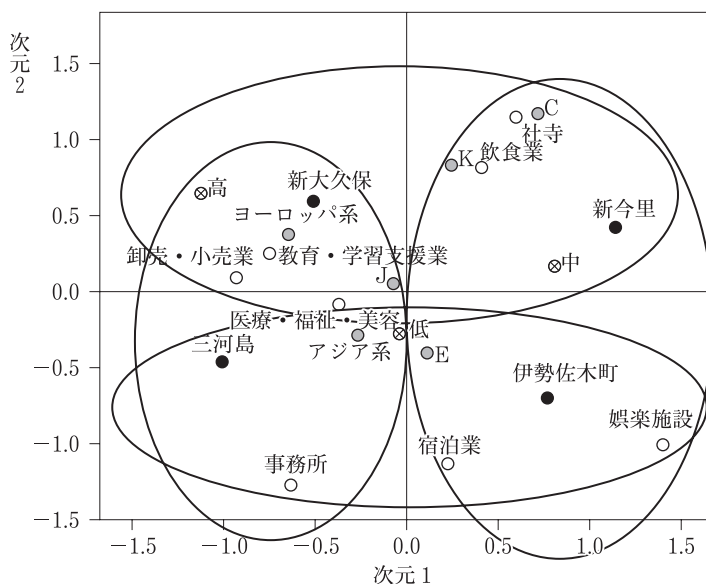


図5 Correspondence Analysis による考察

6. まとめと今後の課題

以上4地域のコリアンタウンの言語景観を経済言語学の観点から考察した。言語景観で経済言語学が調べられることが分かった。しかし今回調査した地価は平成20年のみである。今後は地価の値段が変わるとどのように看板が変化し、言語と業種が変わっていくかを考察したい。

謝辞

本稿執筆にあたり、井上史雄先生には貴重なご教示をいただいたことを深く御礼申し上げます。

参考資料

国税庁財産評価基準書 路線価図・評価倍率表

<http://www.rosenkanta.go.jp/> (2009/11/15 アクセス)

総務省統計局日本標準産業分類

<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/index.htm> (2009/11/27 アクセス)

法務省入国管理局

<http://www.moj.go.jp/PRESS/090710-1/090710-1.html> (2009/11/27 アクセス)

参考文献

足立基宏 (2008) 「景観形成が不動産価格に与える影響」『研究年報』和歌山大学経済学会第12号

荒井貴史 (2006) 「土地利用規制の経済学的考察」『尾道大学経済情報論集』7

稲葉佳子 (2008) 『オオクボ 都市の力 多文化間のダイナミズム』学芸出版社

井上史雄 (2000) 『日本語の値段』大修館

金美善 (2005) 「言語景観にみえる在日コリアンの言語使用」真田信治・生越直樹・任榮哲 (編) 『在日コリアンの言語相』和泉書院

——— (2009) 「言語景観における移民言語のあらわれかた」庄司博史 (編) 『日本の言語景観』三元社

江源 (2008) 「言語景観から見る日本の多言語化状況」明海大学大学院応用言語学研究科修士学位論文

——— (2009) 「言語景観の成因に関する社会言語学的考察 — 東京と上海の比較研究を通して」2009年上海外国語大学日本学研究国際フォーラム

染谷裕子 (2002) 「看板の文字表記」飛田良文・佐藤武義 (編) 『現代日本語講座 第6巻 文字・表記』明治書院

バックハウス, P. (2005) 「日本の多言語景観」真田信治・庄司博史 (編) 『辞典 日本の多言語社会』岩波書店

本間勇介 (2009) 「言語景観からみたコリアンタウン」多言語社会科・日本語教育研報告会

正井泰夫 (1969) 「言語別・文字別にみた新宿における諸設営物の名称と看板広告」『史苑』29巻2号 立教大学史学会

——— (1983) 「新宿の喫茶店名 — 言語景観の文化地理」『筑波大学地域研究』筑波大学地域研究科