

〈論文〉

コリアンタウンの多文字化・多言語化状況

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

近年、わが国における、経済的な発展の背景や留学生30万人計画、観光客による外国人の入国が急増し、電車の中や街の中で外国人を見るのが珍しくはなくなった。また多くの外国人が日本に住んでいるために、言語景観にも変化が表れた。以前まではひらがな・カタカナ・漢字・アルファベットの表記が看板に多く使われていた。しかし近年の多民族化により、ハングル文字・タイ文字・ベトナム文字などが看板に表れるようになった。エスニック的要素がある文字の看板を見ることにより、日本が多民族社会になったことが示唆できる。

本研究はGoogleストリートビューを使って言語景観の研究を行った。本間(2010)は4つのコリアンタウンの言語景観を調査した。新大久保、三河島、伊勢佐木町はGoogleストリートビューで調査した。だが調査当時、新今里はGoogleストリートビューで見ることができなかったため、フィールドワークによる調査を行った。しかし今回の調査で新今里もGoogleストリートビューで見られることが確認できたので、すべての調査地域をGoogleストリートビューで調査することにした。

調査地点を50メートル間隔に分けて、50メートルごとに多文字化・多言語化の割合を出した。その結果、調査した範囲の地価を比べて地価の値段が中間地点の所では多文字化と多言語化の平均点が上がっていることがわかった。

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少ない。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、各調査地点における文字種と言語種が使用されている平均点を求めた。

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。

井上（2000/2009）は、日本の言語景観を経済的・歴史的観点から①漢字優勢タイプ②カタカナ優勢タイプ③アルファベット優勢タイプ④アルファベットプラスタイプの4段階に分けて、現代に向けてアルファベットが使われる傾向があると述べている。

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、小田急線沿線など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。また金（2009）は、従来では、装飾性をあらかず言語は欧米語を中心としたカタカナ語としての外来語に限られてきた。しかし今日のコリアンタウンでは、かな表記韓国語、ハングルの看板が増えている。これは現在の日本社会における、韓流と呼ばれるコリアンブームに伴うエスニック性、装飾性のあらわれであると主張している。稲葉（2008a）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、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（2010）は、コリアンタウンの業種と文字種、言語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 都市地理学

本研究は言語景観と地価の関連性を述べるため、都市地理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。高橋（1997）は、都市景観を構成する要素である建物、街路、土地利用、土地割について述べている。人間の近接性が高い土地ほど、需要は大きくなり、その競合によって高地価

が形成される。高地価の土地には、おのずと集約的な土地利用が展開すると説明している。稲葉(2008a)は地理学の観点から、新大久保を調査している。自営業者の多い大久保通りでは、ビルの中間階や地下街に外国人の店が入っても路面店は少なかった。しかし商店主の高齢化などで廃業する自営業者が増え、2000年頃から大久保通り沿道でも外国人の店が目立ちはじめたと述べている。

4. 研究方法

4.1 調査地点

本研究の調査地点を表に示した。この4地点は、コリアンタウンとして行政ホームページで紹介されており、日本人にもコリアンタウンとして知られている。またハングル文字の看板の質量ともに代表的な地点である。

表 調査地点

コード	地域名	調査地点
1	新大久保	大久保通り
2	新今里	新今里新地本町通
3	三河島	仲町通り商店街
4	伊勢佐木町	福富町仲通

4.2 調査方法

Google ストリートビューを使って、多文字・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、文字種と言語種^①を記録した。調査の対象となった看板は、調査地点で営業をしている店舗の店名表示とする。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た。調査方法は、各調査範囲を50mごとに区切った。文字種については、漢字がある看板を0点、ひらがなを1点、カタカナを2点、アルファベットを3点、その他の文字を4点として平均点を求めた。言語種については、日本語1点、英語2点、その他の言語を3点として、50mごとの平均点を求めた。地価は国税庁の「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。

5. 調査結果

すべての図は、左側が駅の近くになっており、右側に行くほど駅から離れている。すべての調査地点は駅から離れることにより、地価が低くなっている。しかし新大久保と伊勢佐木町は駅から離れた所の地価が上がっている。これは大通りと面しているために地価が高くなっていると考えられる。各調査地域における多文字化と多言語化の平均点を見ると、中間地点で平均点が上がっている。地価の高い所での多文字化と多言語化の平均点が高い理由として、資金力を持っているフランチャ

イズ店が営業しているからだと思われる。

5.1 新大久保

図1は新大久保・大久保通りにおける多文字化と多言語化の平均点と地価を示したものである。平均点が高いほど多文字化と多言語化が進んでおり、韓国系の店が多いと考えられる。

新大久保の地価は、164万から140万円になっている。最も多文字化と多言語化の平均点が高い所は、144万円である。新大久保は多くの韓国系の店が存在している。そのため韓国系の店だとアピールをしないと客を他の店に取られてしまう。よって比較的に地価の高い所で店舗を営業していると考えられる。また稲葉（2008a）で述べているように、資金力がついたので地価の高い所で営業ができると考えられる。しかし地価の高過ぎる所では営業できるほどの資金力がないので、144万円の所に韓国系の店が集中していると考えられる。だが駅から離れていくと多文字化と多言語化の平均値が下がっている。これは駅から離れていて、集客力を見込めないために、韓国系の店が減ったと考えられる。

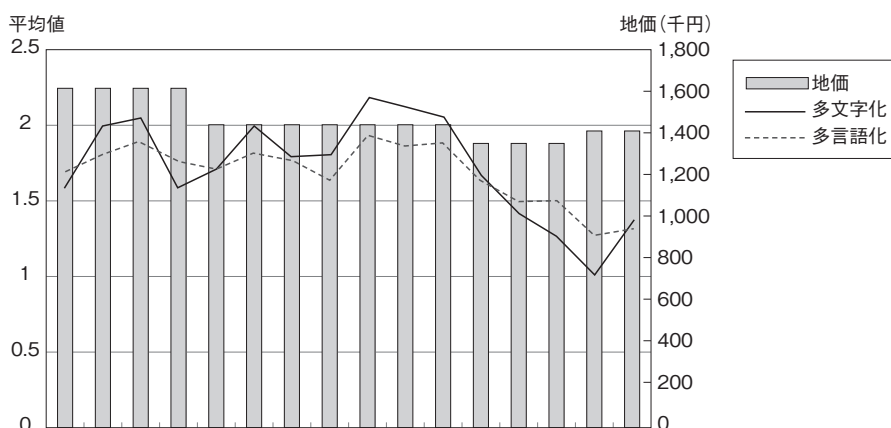


図1 新大久保・大久保通り

5.2 新今里

図2は新今里・新今里新地本町通における多文字化と多言語化の平均点と地価を示したものである。

新今里の地価は、19.5万円と19万円である。これは駅から離れているために、地価が低いと考えられる。最も多文字化と多言語化の平均点が高いのは19万円の所である。新今里は地価の差異があまりないが、地価の安い所に韓国系の店が集中している。

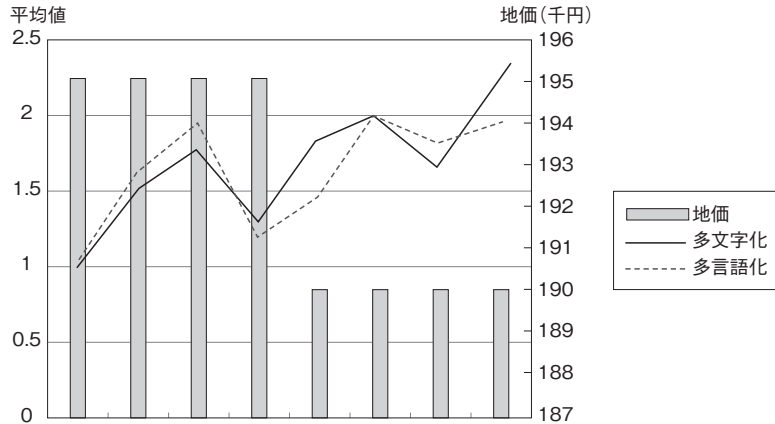


図2 新今里・新今里新地本町通

5.3 三河島

図3は三河島・仲町通り商店街における多文字化と多言語化の平均点と地価を示したものである。三河島の地価は、37万円と35万円である。地価が35万円の所では、多文字化と多言語化の平均点が下がっている。地価の低い所では、集客力を見込めないために店の数が減っているため、多文字化と多言語化の平均点が下がっていると考えられる。なお35万円の所に韓国系の店はなかった。

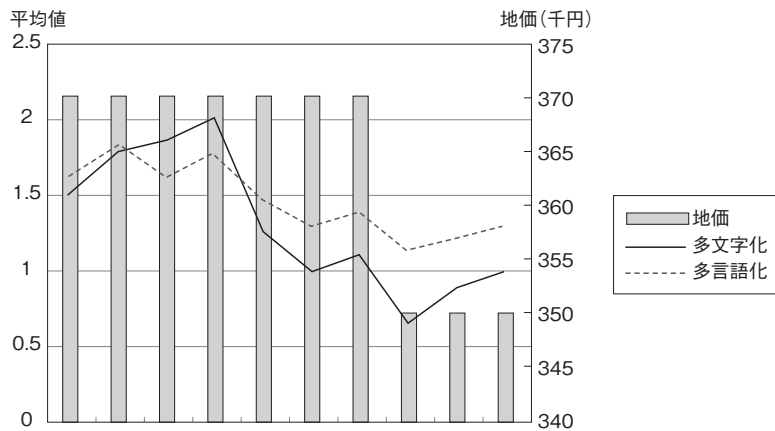


図3 三河島・仲町通り商店街

5.4 伊勢佐木町

図4は伊勢佐木町・福富町仲通における多文字化と多言語化の平均点と地価を示したものである。伊勢佐木町の地価は、38万から32万円である。最も多文字化と多言語化の平均点が高いところは、36万円のところである。新大久保と同様に地価の高過ぎるところでは、営業ができないために比較的集客力を見込める36万円の所に韓国系の店が集中していると考えられる。

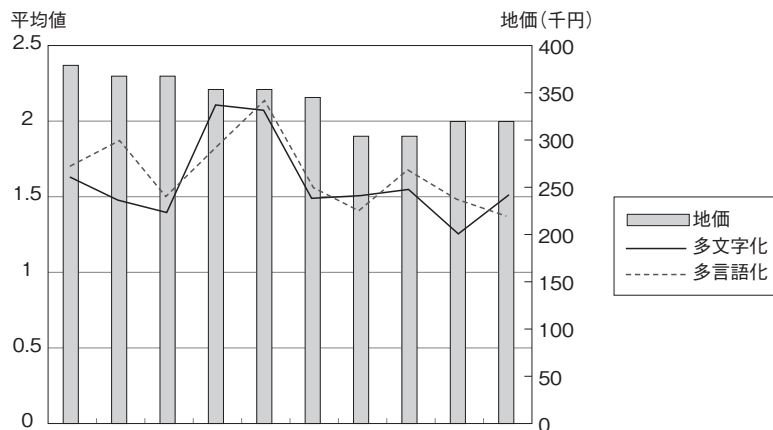


図4 伊勢佐木町・福富町仲通

6. まとめ

本調査の結果から、新大久保と三河島と伊勢佐木町では地価が下がるに連れて、多文字化と多言語化の平均点が下がっている。この理由として稲葉（2008b）は、当初は同国人相手の商売からスタートしたが、商売を拡大していくためには日本人を客として取り込んでいく必要があったため大通りに店を構えなければならないと説明しており、その結果、地価の値段があまり高くなく、なおかつ駅に近くて利便のいい所である地価の値段が中間の所に韓国系の店が集中していると考えられる。

しかし新今里は地価が下がるに連れて、多文字化と多言語化の平均点が下がっている。これは、金（2005）が述べているように、同地区に住んでいる人に対して商売を行っているので、地価の高い大通りで営業する必要がないから、地価の低い所に韓国系の店が多く存在していると考えられる。またこの地域では韓国系の店以外の外国系の店がないために、目立たせる必要がないのも考えられる。

日本人を商売の相手とするか、違う地域に住んでいる人を商売の相手にするかによって、店をどこで営業するのがわかった。この先、新今里も多くの日本人が利用するようになれば地価の高い所で店の営業せざるを得ない状況ができるかもしれない。

7. 今後の課題

本研究では、マクロ的視点だけで考察したため、具体例を挙げなかった。個々の看板で使われている文字種と言語種を集計したのみである。今回の調査で得られたデータをミクロ的に考察すると、より社会的背景を知ることができるだろう。

また本研究の結果から、地価は言語景観に影響を与えることがわかった。しかし今回の調査は4

つのみであり、また2010年の結果のみである。多くのコリアンタウンを経年的にみると、多文字化・多言語化の発展状況を詳しく述べることができると考えられる。

〈注〉

- (1) 本研究では、電話番号に使われている数字や「Tel」、URL、階を表す「F」などの略号は調査対象に含まない。

参考文献

- 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 (2008a) 「多文化共生社会の胎動と歴史的展開」川村千鶴子 (編) 『「移民国家日本」と多文化共生論——多文化都市・新宿の深層』明石書店
- (2008b) 『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
- (2009) 「経済言語学からみた言語景観」庄司博史 (編) 『日本の言語景観』三元社
- 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語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
- 高橋信夫 (1997) 菅野峰明・村山祐司・伊藤悟 (編) 『新しい都市地理学』東洋書林
- 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 (2010) 「エスニック地域における言語景観」明海大学大学院 応用言語学研究科修士学位論文
- 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

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/> (2010/12/10 アクセス)