

The Linguistic Landscape in Seoul

YOON Jeongin

Abstract

In this paper, I examine the linguistic landscape in Seoul, looking at general language usage and focusing especially on public signage in English, Japanese, and Chinese as well as that in Korean. After thorough research and analysis, I found three important aspects of use in relation to these signs. The first pertains to the basic language usage of Korean, English, Japanese, and Chinese in public signs in Seoul. This concerns the order of each language as presented as follows: Korean, English, Chinese, and then Japanese. The second is the fact that Chinese signs can be increasingly seen in the commercial areas of Seoul due to the growing number of Chinese visitors to the city. Chinese signs are especially prevalent in the areas around Myeongdong and Lotte Department Store. In contrast, the number of Japanese signs is decreasing in these commercial areas. The third touches upon the expansion of the Japanese language in Korean life. For example, I examine how words like *onigiri*, *wasabi*, *yakigyoza*, and *sanuki udon*, among others, appear in the daily lives of many Koreans. Consequently, it would appear that in Seoul the Japanese language is moving in two directions as the use of Japanese signs is waning but the use of the Japanese language in daily life is rising. These phenomena are of central concern to the research presented here and the direction that my future research will take.

ソウルの言語景観¹⁾

—英語・日本語・中国語の表記を中心に

尹 亭仁

キーワード：ソウル、言語景観、外国語、表示、英語、日本語、中国語

1. はじめに

近年、「言語景観」(linguistic landscape) に対する関心が高まっており、筆者は「交差する異文化と言語景観：ニューヨークでの日本語・日本文化の発信について」(2014) でニューヨークでの日本語の発信状況を取り上げた。言語景観は、異文化との接触や交流、いわば「国際化」(globalization) が現在どういうふうに進んでいるかを可視化する1つの物差しであると思われる。

本稿では、ソウルでの言語景観、とりわけ外国人の往来の多い3つの地域および2つの商業施設を中心に外国語の表記がどうなっているのか、そこから見えてくるものは何なのかについて考察する。さらに、ソウルにおける国際化、多言語化 (multilingualism) の現状の一端も明らかにしたい。

1) 本稿は、ソウルでの調査(7月30日～8月1日)に神奈川大学人文研究所より調査費の補助を得た。

2. 先行研究

近年多くの主要都市において海外企業や小売業の進出、移住者や観光客の増加などで言語景観に変化が起きつつある。言語景観についての定義は今のところ定まっていないが、概ね「公共の場での文字による表示」とであると言える。

「交差する異文化と言語景観：ニューヨークでの日本語・日本文化の発信について」（2014）では、特に英語の中で確実に市民権を得つつある一部の日本語の現状が取り上げられている。また、主要建築物の色、植林、トイレの標示、看板などから文化の接点や流れをつきとめようとする研究（三星：2014）に加え、言語に焦点を当てた研究が多言語化やグローバル化（globalization）という概念を背景に1つの研究の流れになりつつあると思われる。「言語のグローカル化」という用語も使われている（川原・山本：2004、p.100）。*Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*（2006）、*Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*（2009）、*Linguistic Landscape in the City*（2010）など、日本内外で言語景観に関する研究が増えていることは、この分野に時代性が反映されているからであろう。Seunghan Paek（2014）のような建築学の観点からの景観に関する論文も出ており、今後ソウルの景観を研究する上で参考になる映像が多く載っている。

庄司博史他（2009、p.10）は、日本の言語景観は、「西欧化」「国際化」「多民族化」がもっとも顕著な3つの要素であると指摘している。しかし、2015年現在、東京や横浜のような大都市はもちろんのこと、青森のような地方都市における言語景観においても、中国語や韓国語のような日本の近隣の言葉が至るところで目につく。「西欧化」というより「近隣化」と

も呼べる現象が強くなっていると思われる。この「近隣化」の傾向は隣国のソウルの言語景観からも見受けられた。

本稿では、日本での言語景観を視野に入れつつ、ソウルの繁華街における外国語の表記状況を取り上げる。調査期間は、1 次が 2015 年 4 月 29 日（水）～5 月 2 日（土）（3 泊 4 日）、2 次が 7 月 30 日（金）～8 月 1 日（土）（2 泊 3 日）である。

3. ソウルの 5 つの地域・商業施設における外国語の表記

2014 年に韓国を訪れた観光客は 1,420 万人²⁾で、その多くの目的地はソウルである。韓国の主要日刊紙である『中央日報』の記事（2015 年 7 月 24 日 21 面）によると、漢江の南にある「江南大路」には 1 日の流動人口が 100 万人に達しており、2014 年に外国人訪問客だけでも年間 200 万以上であったと推算している。この「江南大路」より知られている場所が漢江の北にある、日本人観光客にもおなじみの「明洞」「仁寺洞」「南大門」などである。まず、「明洞」から見ていこう。

3.1 明洞周辺

図 1 を見てみよう。ソウルの道路表示は図 1 のように、青色をベースにした白い字になっている。上段がハングル表記で、2 段目がローマ字表記、3 段目がローマ字交じりの漢字表記と日本語表記となっている。図 1 と図 2 のカタカナ表記に「ギル」とあるが、「道（ミチ）」というこの意味が分かる日本人はどれほどいるだろう。固有名詞扱いであろうか。これだけ

2) 『日本経済新聞』、2015 年 9 月 20 日の記事参照。この統計は日本政府観光局の調べによるものである。1 位は 8,370 万人のフランス、2 位は 7,475 万人のアメリカ、3 位は 6,499 万人のスペインである。韓国は 20 位で、1,341 万人の日本は 22 位である。

ではカタカナ表記の基準が分かりにくい。



図1 ソウルの道路表示1



図2 ソウルの道路表示2

明洞の道端で目につくのは露店である。図3と図4の韓国語・日本語・中国語の表示から、往來する多くの人がこの3か国の人々であると推測できる。



図3 明洞の露店の言語表示1



図4 明洞の露店の言語表示2

公共の場ではローマ字表記が基本になっているが、図3と図4のように、「生計型外国語表示」とも呼べる場面ではローマ字は見当たらなかった。これは図5と図6でも同じである。



図5 明洞の食堂における言語表示1

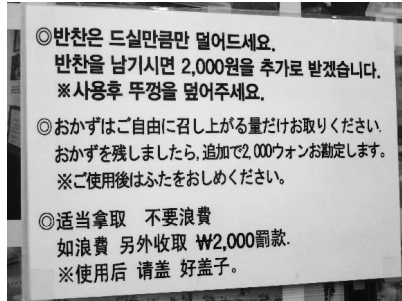


図6 明洞の食堂における言語表示2

図5と図6は明洞にある食堂で撮った写真である。4月の1次調査の際、朝食のために訪れた時には中国語が多く聞こえてきて、数年前の日本人観光客でにぎわっていた時とはずいぶん雰囲気が違っていった。図6のように、案内に中国語が加わったのも近年のことであると思われる。

明洞にあるセブンイレブンの場合、図7～図10のように中国語の表示が目立つ。図8や図9には韓国語がついているからどういう商品なのかが分かる。図10にもIce creamと英語が書いてあるからアイスクリームコーナーであることが分かる。しかし、図7の場合、乳液かオイル関連の商品だと思われるが、中国語ができない筆者のような韓国人にも何であるかは分からない。ソウル市内の看板を含め、3.4で取り上げるロッテデパートでもこういう中国語だけの表記が増え、「一体ここはどこ？」という思いに駆られることは否めない。



図7 セブンイレブンにおける言語表示 1



図8 セブンイレブンにおける言語表示 2



図9 セブンイレブンにおける言語表示 3



図10 セブンイレブンにおける言語表示 4

ソウルの繁華街で、英語・中国語・日本語で書かれたダイソーの看板(図11)が目に入った。看板の下部、3段目に表示された日本語は相対的に字が小さい。日本と同様赤色ではあるが、韓国の方が鮮やかな赤である。図12は横浜駅西口にあるダイソーの看板である。ダイソーはソウルの至るところに店舗を構えるほどソウルでは定着している³⁾。店内に入り、商

3) ダイソーのホームページ (www.daiso.co.kr) によると、韓国だけで 1029 店舗がある。日本にも「100 円ショップ」、「百均」といった一般名詞があるように韓国にも「1000 ウォンショップ」「1000 ウォンマート」「1000 ウォンハウス」「1000 ウォンデパート」などの一般名詞がある。2010 年に調査のためにソウルを訪れ、食事を終えた食堂で「1000 ウォン均一の店」を探すと伝えたら「あ、ダイソー」という言葉が返ってきて驚いたことがある。ダイソーは韓国で普通名詞になりつ

品の名前の表示を見てみたかったが、時間の都合上、できなかった。



図 11 ソウル市内にある daiso



図 12 ダイソー横浜駅前西口店

3.5で述べる「ロッテマート」の入口には無印良品の看板があった(図13)。図14のニューヨークの無印良品の広告と比べると、色に違いがある。日本の小売業や流通業は海外に進出する際に、現地の色彩の好みに合わせて色を変えることがあるようである⁴⁾。



図 13 ソウルの無印良品売り場の案内



図 14 ニューヨークの無印良品売り場の案内

つあるようである。ダイソーが韓国で商品名としてどういう日本語を発信しているのか、気になる点である。課題にしておきたい。

- 4) 中国に進出した「クロネコヤマト」の場合、配達スタッフが着用する帽子は日本でおなじみの緑色ではなくベージュっぽい色だと聞いている。インターネット上でこの写真を見ることができ。中国では緑色の帽子をかぶった男性にはある意味が付きまとうらしい。韓国に来ていた中国人が「男性が普通に緑色の帽子をかぶって街中を歩いているのを見て驚いた」と書いたブログを

明洞周辺で目立っているのは、やはり中国語の表記である。ここ近年「遊客」と呼ばれる中国人の観光客が増えていることは韓国のマスコミでもしばしば取り上げられている。その変化の様相がソウルの言語景観に影響を及ぼしていることが分かった。図 15 と図 16 は韓国語と中国語のみの表示となっている。日本や欧米から来た観光客は何を伝えようとする広告ないし表示なのかが分からないだろう。



図 15 T-シャツの広告



図 16 商品券の案内

3.2 仁寺洞周辺

仁寺洞の案内表示（図 17）も図 1 の明洞のそれと同じである。青地に白文字が基本パターンのようなのであるが、これは日本でもニューヨークでも見受けられる典型的な案内表示と思われる。明洞のように 3 段のものもあるし、仁寺洞のように 2 段のものもあるようである。図 18 の観光情報センターの案内は 4 か国語表記になっている。

読んで驚いたことがある。韓国には冠婚葬祭関連で色の決まりが多少あるものの、緑色についてのタブーはないからである。



図 17 仁寺洞の道路表示



図 18 4か国語表示の観光情報センター

数年前までは日本人観光客でにぎわっていたが、今は中国人観光客の「遊客」が多いのか、明洞と同様、中国語の表記が目立っていた。韓国の化粧品が中国人観光客に人気があることはよく知られていることで、図 19 と図 20 からそれが確認できた。



図 19 韓国語と中国語だけの商品案内 1



図 20 韓国語と中国語だけの商品案内 2

仁寺洞に昔からある店の場合、図 21 と図 22 のように韓国語・日本語の表記となっている。これらの店は、韓国文化を体験したいと思っている日本人観光客が入りそうな雰囲気である。同じ観光客と言えども、日本人と中国人が求めているものは違うと思われる。これは日本に来た韓国人と中国人が求めているものが違うのと同じことである。訪れる客層にも違いがあるはずであるが、これに関する資料も情報も得ることができなかった。



図 21 刺繡・工芸品の店



図 22 韓国風居酒屋

図 23 と図 24 は、韓国語・日本語・中国語の 3 か国語表記となっている。中国語の表記が一番上にある点が目をひく。店の名前や商品の紹介に英語が使われているのはほとんど見当たらなかった。



図 23 化粧品店の広告



図 24 食堂の案内

3.3 南大門市場

南大門市場で目についたのは、図 25 のような 4 か国語表記である。通常の「韓国語・英語・中国語・日本語」の順番ではなく、韓国語の次が日本語である。図 26 の店の名前は「東京」である。歴史のようなものを感じさせる。名前から、だいぶ前から両替の営業をしているような印象を受けた。



図 25 南大門市場の両替所 1



図 26 南大門市場の両替所 2

トイレの場合は、ピクトグラフで分かると思われるが、図 27 の「韓国語・英語」のみならず、図 28 の「韓国語・英語・日本語」の場合と図 29 の「韓国語・英語・日本語・中国語」の 4 か国語表記が混在していた。図 30 は横浜駅（JR）でのトイレの案内写真である。漢字は同じであるが、toilet と restrooms と、英語の表記に違いがある。



図 27 南大門市場のトイレ 1



図 28 南大門市場のトイレ 2



図 29 南大門市場のトイレ 3



図 30 横浜駅 (JR) でのトイレの案内

南大門市場では図 31 のように昔から日本人に親しまれてきたようなメガネ屋と最近の中国人観光客を意識した中国語表記の履物屋もあった (図 32)。買い物の好みにも両国の違いがあると思われるが、そこまでの調査には至らなかった。



図 31 南大門市場の眼鏡屋



図 32 南大門市場の履物屋

図 33 はソウル市内の至るところで目につく化粧品の広告である。中国語表記のみである。図 34 は「触れないでください」の注意書きである。日本語はない。この注意書きに日本語がないことはニューヨークでの言語景観を思い出させる⁵⁾。

5) ニューヨークの市内バスの中には英語・スペイン語・中国語・ロシア語・韓国語でいくつかの注意書きが書いてある。日本語はない。地下鉄駅 (筆者が目にしたのは 59-Street Station である)



図 33 南大門市場の化粧品の案内



図 34 「触れないでください」の注意書き

ここまで、多くの観光客が訪れる「明洞」「仁寺洞」「南大門市場」における外国語表示について取り上げた。中国語表記が目立ってきていることが確認できた。

以下では、2つの商業施設、ロッテデパートとロッテマートにおける外国語表示について見てみよう。

3.4 ロッテデパート

中国語の表記が目立っているのは明洞にあるロッテデパートでも同じである。図 35 と図 36 は中国語のみの表記である。赤色も目立っており、中国人を意識したのかと思われたが、確認まではできなかった。



図 35 ロッテデパートの入口の中国語

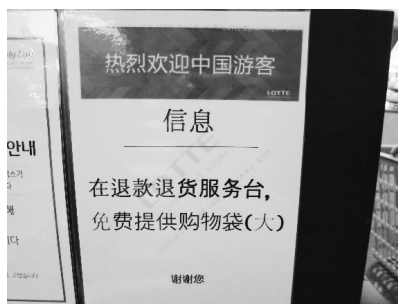


図 36 ロッテデパートの中の中国語での案内

店内に入っても図 37 と図 38 のように、中国語の表示は目立つ。図 38 のように、英語が書いてあると新鮮に思われるほどである。

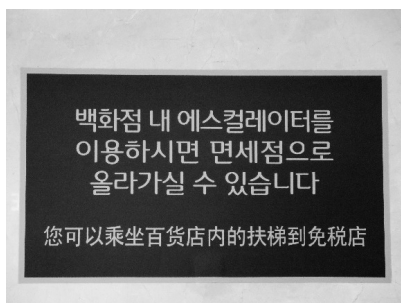


図 37 ロッテデパートの店内の中国語 1



図 38 ロッテデパートの店内の中国語 2

図 39 はお手洗いを表わす表示であるが、日本語の表記がない。デパートに慣れている日本人観光客はトイレマーク（ピクトグラフ）や Rest-room という英語を見れば分かるということだろうか。図 40 のように、免税の表示にも日本語はない。円マークで分かるということだろうか。ロッテデパートから日本語表示が消えつつあると言うと大げさであろうか。



図 39 롯데デパートのトイレの表示



図 40 롯데デパートの免税店の表示

図 41 に Interpretation Desk の表示が出ている。ロッテデパートの 1 階だったと思われるが、通訳デスクが設けられていたので、スタッフに話しかけてみた。チマチョゴリを着ていた若い女性スタッフは中国朝鮮族（韓国系中国人）の方であった。羽田空港の化粧品売り場でも中国朝鮮族の女性に会うことがしばしばある。彼女らは日本語も堪能である。英語のレベルまでは分からないが、彼女らのように韓国語と中国語ができることは強みであろう。図 42 は金浦空港で撮ったものであるが、Information に中国語しか表記されていない。



図 41 롯데デパートの通訳案内



図 42 金浦空港の案内デスク

5 月 2 日および 8 月 1 日にロッテデパート地下の食品売り場を訪ねた。2 回とも回って驚いたことは、筆者が数年前に訪ねた時より格段と日本人

観光客の数が減ったことである。日本語はほとんど聞こえてこなかった。売り場には中国語での表記が非常に目立っていた。食品売り場で図 43・図 44 が目に入った。販売員になぜ中国語のみの表記になっているかを訊ねたところ、販売員たちは、日本語はできるが、中国語はできないからだと言った。販売員に日本人観光客の動向を聞いたら、繁盛していた時より客数が 10 分の 1 に減ったと答えた。新大久保のコリアンタウンの状況と似通っているように思われた。



図 43 ロッテデパートの食品売り場 1



図 44 ロッテデパートの食品売り場 2

図 45 は「お惣菜」の案内である。4 か国表記となっている。Side Dishes の日本語が「ケーキ」になっている。笑えない誤字である。



図 45 ロッテデパートの食品売り場 3



図 46 ロッテデパートの食品売り場 4

3.5 ロッテマート

ソウル駅に近い「ロッテマート」は日本人観光客にも人気のあるところである。筆者は4回（2003年、2008年、2010年、2012年）、本学の学生を引率して韓国企業訪問を行なった。企業訪問が終わると多くの学生が行きたがるところがこのロッテマートである。日本のスーパーマーケットより大きく、値段も安い。買い物は学生たちの楽しみの1つでもあり、現地のものに触れ、現地のお金を使って現地の人々と関わってみることもいい機会だと思い、2008年以降は日程の中に組み込んである。2010年に学生たちと訪れた際には日本まで荷物が発送できるとの看板が大きくかかっていたが、今回は見当たらなかった。筆者がソウルを訪れる際には必ず寄る大型本屋の「教保文庫」では発送コーナーを設けており、書籍を日本まで送れるようになっている。

ロッテマートの看板は、英語・日本語・中国語になっている（図47）。店内に日本語だけの案内板（図48）があって却って驚いた。



図47 ロッテマートの看板



図48 日本語だけの案内

店内の商品の案内のほとんどは4か国語（韓国語・英語・中国語・日本語）になっていたが、特に中国語と日本語の順番は決まっていないようである。



図 49 ロッテマートの商品案内 1



図 50 ロッテマートの商品案内 2



図 51 ロッテマートの商品案内 3



図 52 ロッテマートの商品案内 4

図 49～図 53 の商品の案内は単語帳のような役割を果たせると思われる。『デイリー日英中韓 4 外国語辞典』(2010) が出ているが、韓国のスーパーマーケットはこれに匹敵するほどの生きている辞書のような気がしてならなかった。日本での状況はまだ調べていないが、紙の辞書を片手にスーパーマーケットをめぐるのも言語景観を活用する新たな外国語の学習法になると思われる。発音が難しいと言われる中国語をこういうふうに変色と立体的な文字で覚えるのも 1 つの学習法だと思い、筆者は中国語の写真を多く撮った。その写真を中国語母語話者の学生にカード感覚で見せながら発音してもらった。まだ明らかな学習効果は出ていないが、こういう写真を眺めるだけでも楽しいので、効果は出ていると思っている。図 54 は難易度

が高い。



図 53 ロッテマートの商品案内 5



図 54 クレジットカードの利用案内

図 53 から韓国・日本・中国の文化的違いの一面が見られた。韓国と日本では pork のことを「豚肉」と言うが、中国では「猪肉」と言うことが分かった。しかし、干支の場合、韓国と中国では「豚年」と言うのに対して日本では「猪年」と言う。言語景観を外国語教育に生かそうとしている筆者にとって、こういう違いは授業の小話にできそうだ。

ロッテマートで、図 55 のような日本語が目に入ったが、KU・BEN の意味は不明である。図 56 は「사누끼우동 (讃岐うどん)」、図 57 は「와사비 유부초밥 (わさびいなり寿司)」、図 58 は「야끼교자 (焼き餃子)」となっている。図 59 は「오니ぎり (おにぎり)」と書かれており、「さぬき」「わさび」「ぎょうざ」「おにぎり」が韓国の中で通用していることを目で確かめたような気がした。図 56 の説明の中には「かつおぶし」の韓国語表記もある。



図 55 意味不明の KU・BEN

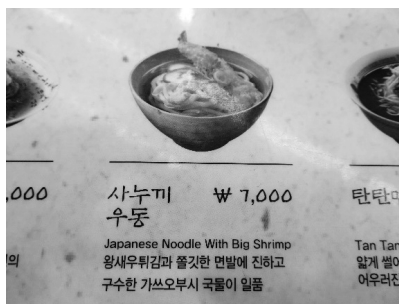


図 56 讃岐うどんの韓国語

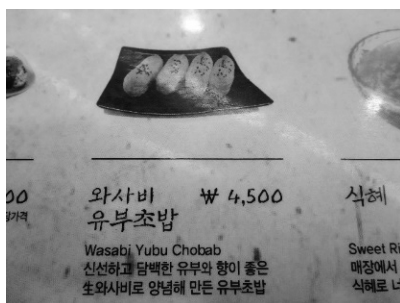


図 57 わさびいなり寿司の韓国語



図 58 焼き餃子の韓国語

「交差する異文化と言語景觀」(2014, p.35) でも言及されたが、ニューヨークと同様ソウルでも「すし」はもちろんのこと「さしみ」も通用する。数年前に韓国ドラマを見て「和菓子」という言葉の存在を知り、驚いたことがある。韓国でも「菓子」は同じ漢字を用いる。日本から入ったからであろう。この「和菓子(화과자)」も韓国では同じ漢字を用いて表しているのである。数人の韓国人に確かめたところ、韓国では日本風のお菓子を「和菓子(화과자)」と言うそうだ。普通「和食」を「日食(일식)」と呼ぶ韓国で、「和菓子」は単語がそのまま受け入れられたようである。こういう傾向はこれからも続くと思われる。

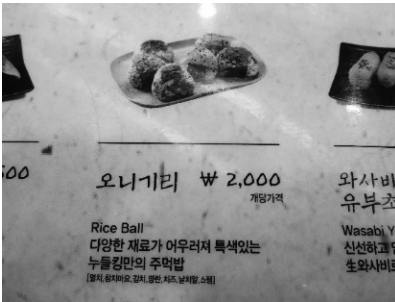


図 59 오니기리 (おにぎり)

図 60 コンビニで販売されている
삼각김밥

図 58 の場合、韓国語に「군만두」という言葉があるにも関わらず、「야끼교자」と、日本語読みにしていた。図 59 の「오니기리 (おにぎり)」の場合も図 60 の「삼각김밥」という言葉がある。お酒も「술」という言葉があるのに、「日本のお酒」という意味で「사케 sake」と言う店もある。「벤토 bento」も同じである。日本でサニーレタスのことをサンチュ (상추) と呼んでいることと似通っていると思われる。日韓両国ともに「食」関係の言葉にこういう「相互受け入れ」が目立っているようである。「言語接触」の観点から更なる調査が必要である。

ここまで、多くの日本人が訪れることで知られている明洞、仁寺洞、南大門市場、ロッテデパート、ロッテマートでの外国語表記を見てきた。日本語の表示が減っている中で、中国語の表示が目立つほど増えている状況が浮き彫りになった。

4. 公共交通機関における外国語の表記

第 3 節では、ソウルの中心街と商業施設における言語景観について取り上げた。本節では、公的表示の代表と思われる駅周辺や空港での表示につ

いて見てみよう。

4.1 ソウル駅とその周辺

ソウル駅やその周辺の外国語の表示は、統一感がなく、変化し続けているような印象を受けた。図 61 には 2 種類の中国語（簡体字と繁体字）が表示されている。わりと新しい表示方法だと思われる。図 62 は中国語より日本語が先に表示されているので、図 61 より古い。図 63 も古い従来型で、ひらがながついている図 64 も新しいが、中国語がついている図 65 が最も新しい。図 66 も古い従来型で、乗り換えを表わす漢字の「換乗」の表示がついているが、最近のものはハングルになっている。



図 61 ソウル駅の案内表示



図 62 ソウル駅周辺の案内表示



図 63 ソウル駅の乗り場表示 1



図 64 ソウル駅の乗り場表示 2



図 65 ソウル駅の乗り場表示 3



図 66 ソウル駅の乗り場表示 4

4.2 地下鉄駅の入口

1971年にソウルに地下鉄が走るようになった。2015年現在ソウルには9つの地下鉄が走っている。今回の調査では地下鉄に乗る機会が多くなかったため、それほど写真を撮っていない。ロッテデパートにつながる乙支路駅（図 67）と南大門市場の近くにあるフェヒョン駅（図 68）の写真を見てみよう。いずれも4か国語表記となっている。この2つの地下鉄駅は「中区」にある。図 98 から分かるように、ソウルの中でもこの「中区」は外国語の表記が進んでいる。しかし、中区の駅の表示が進んでいるのかソウル市の地下鉄駅すべてが4か国語表記で統一されているかは確認できなかった。



図 67 2 號線 乙支路駅入口



図 68 4 號線 フェヒョン駅入口

「鐘路区」にある光化門駅（図 69）を見てみよう。4 か国語表記である。観光客が多く訪れるためなのか、「세종문화회관（世宗文化会館）」に *Sejong Center for the Performing Arts* と英語の説明もついている。



図 69 5 号線 光化門駅入口

4.3 地下鉄駅の構内

図 70 を見れば分かるように、ピクトグラフとともに 4 か国語表記となっている。地下鉄と空港鉄道のピクトグラフに工夫が施されている。



図 70 最も新しい 9 号線と空港鉄道の案内

図 71・図 72 は「3 号線」「4 号線」「5 号線」「6 号線」の表示である。韓国語と英語表示のみで韓国の漢字がついている。

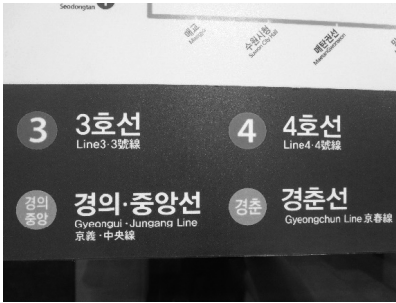


図 71 路線の案内 1

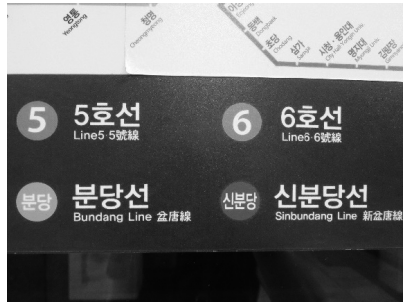


図 72 路線の案内 2

駅の構内にある乗車券の購入方法の案内は、英語・日本語・中国語の順番になっている（図 73）。



図 73 乗車券の購入方法の案内

4.4 金浦空港

外国語の表示が最も多く用いられている空港での状況を見てみよう。今回の 2 度の調査はいずれも「羽田空港⇄金浦空港」を利用したので、金浦空港の写真がメインになる。

4.4.1 案内の表示

金浦空港では図 74・図 75 のように一方に矢印や記号（ピクトグラフ）がある場合は韓国語を 1 段の大きい文字にして、もう一方を 2 段にして上段に中国語と日本語、下段に英語を表わしている。図 76 と図 77 も同じパ

ターンになっている。図 76 の場合、日本語が上段になっており、中国語が下段になっている。文字数によるバランスを考えた上での工夫であると思われる。



図 74 出国の案内表示



図 75 エレベーターの案内表示



図 76 搭乗手続きの案内表示



図 77 手荷物検査の案内表示

図 78 と図 79 は羽田空港の案内表示である。1 段目が日本語、2 段目が英語、3 段目が中国語・韓国語になっている。日本ではこのパターンがほぼ決まりのようである。8 月に訪れた青森駅もこのパターンであった。

離陸を表わすピクトグラフの色が韓国と日本では異なっている。三星 (2010) にも取り上げられているが、これには黄色を好む韓国人の色彩感覚が反映されているからかも知れない。「出発」を表わす英語は日本と韓国で *Departures* と複数形になっているのは共通しているが、3 か国語の

表記に多少違いがある。



図 78 羽田空港の案内表示 1



図 79 羽田空港の案内表示 2

4.4.2 エアラインの表示

金浦空港における図 80 と図 81 の JAL の表示を見てみよう。企業名のロゴを含め英語が上段を占めており、日本語・中国語・韓国語の順番になっている。図 84 の ANA の場合も、JAL と同様、上段に企業名を表わすロゴの英語表記がある。下の段に韓国語・日本語・英語がついている。中国語がないのが気になる。ソウルで ANA に乗る中国人が少ないということだろうか。



図 80 JAL の案内表示 1



図 81 JAL の案内表示 2



図 82 ANA の案内表示

図 82 の ANA と違って、アシアナ航空の場合、日本語表示が見当たらない（図 83・図 84）。ロッテデパートの赤色の表示と同様、アシアナ航空の赤も中国を意識した色のように思われた。



図 83 アシアナ航空の表示 1



図 84 アシアナ航空の表示 2

4.4.3 案内および注意書き

図 85～図 90 の案内表示を見ると、韓国語がない場合もある。順番も一定していないが、「韓国語・英語・中国語・日本語」の 4 か国語表記は基本になっていると思われる。

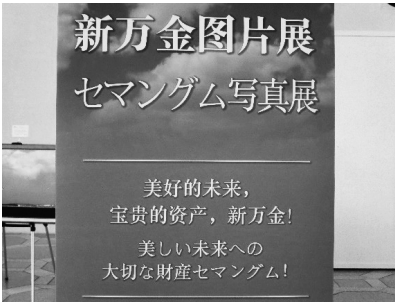


図 85 中国語・日本語



図 86 韓国語・英語・日本語・中国語



図 87 日本語・中国語

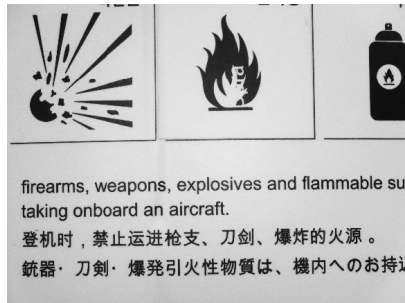


図 88 英語・中国語・日本語

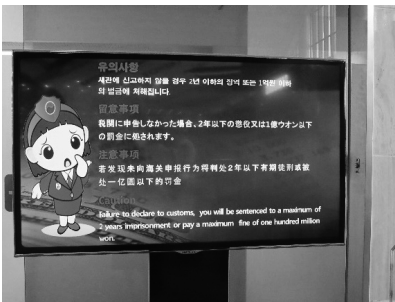


図 89 韓国語・日本語・中国語・英語



図 90 英語・日本語・中国語

金浦空港の場合、さらにどのような言語が加わってくるかは、今のところ予想できないが、しばらくはこのパターンでいくと思われる。成田空港の

場合は違いが見られた。図 91 を見てみよう。図 91 に用いられた言語を見ると、日本語・英語・タイ語・中国語（簡体字）・韓国語・中国語（繁体字）になっている。



図 91 成田空港での言語景観



図 92 バンコク空港での言語景観

タイ語が中国語や韓国語より先に用いられていることは驚きである。バンコクの玄関口であるスワンナプーム Suvarnabhumi 空港の様子が気になってタイを訪ねた友人に表示を撮ってもらった（図 94）。タイ語・英語・中国語の 3 か国語表記になっている。『日本経済新聞』（2015 年 9 月 20 日）の外国人観光客の国別ランキングによると、タイを訪れる観光客数（2014 年）は 20 位の韓国、22 位の日本より多い 2,477 万人で 14 位である。出発を表わすピクトグラフの背景に、韓国・日本・タイに多少の違いがある。国ごとの色彩の好みは反映されているのだろうか。

5. 外国語表記に用いられている 3 つの言語の特徴

5.1 英語

第 3・4 節で取り上げたように、ソウルにおける外国語の場合、公的表示には英語が使われている。図 93～図 96 の場合、韓国語と英語のみの表記で古くから使われていたと思われる。



図 93 消火器の使用説明



図 94 非常用照明

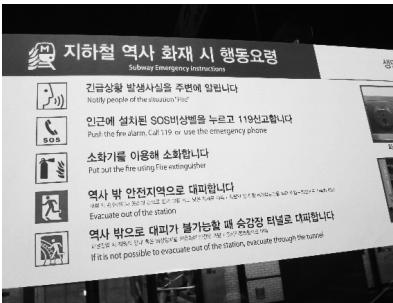


図 95 火災時の避難方法



図 96 駅内の非常用物品

図 97 と図 98 を見てみよう。いずれもごみ箱だが、図 97 は「鐘路区」に、図 98 は「中区」に設置されているものである。「鐘路区」のものは韓国語・英語表記の従来型であるが、「中区」のものは 4 か国語表記となっている。ちなみにソウル市役所もロッテデパートも「中区」にある。



図 97 鐘路区のごみ箱



図 98 中区のごみ箱

5.2 日本語

2015 年のソウルの街並みの言語景観からすると、日本語の様子は「定着」と「消失」の 2 方向に向かっていると言えよう。空港をはじめとする交通機関など公的な施設におけるサービスの面では、「韓国語・英語・中国語・日本語」の表示が基本パターンとして定着しつつある。ただし、ソウル市の行政面から 4 か国語表示が基本方針として打ち出されているかどうかは定かではない。

一方、ロッテデパートなど商業施設の看板・案内表示からは、日本語表示が驚くほど消失の方向に向かっている。全体的に日本語の景観が減っていることは否めない現象であると思われる。韓国の大学で日本語専攻の学科が減っている⁶⁾のも、社会全体に日本語の需要が減っていることの反映であると思われる。図 99 と図 100 の言語表示が昨今のソウルにおける日本語と中国語の現実—日本人観光客の減少と中国人観光客の増加—を如実に表わしているように思われた。

6) ソウルの中央大学、祥明大学などの場合、日本語科の廃止とともに他の学科との統廃合が行なわれた。



図 99 ロッテデパートの言語表示



図 100 ロッテアウトレットとロッテマートの言語表示

5.3 中国語

ソウルの街並みの言語景観における中国語の存在は、日本語とは対照的に勢いを増している。道路の標識、駅の案内など公的な施設におけるサービスの面ではもちろん、ロッテデパートなど商業施設における案内表示でもその存在感は大きい。いずれも観光客を意識したサービスである。ソウルとともに中国人観光客に人気がある済州島の中国語の表示を調べるとこの傾向は一層明らかになるとと思われる。

6. おわりに

本稿では、2015 年現在のソウルにおける言語景観について、実地調査に基づいて取り上げた。外国人観光客が多く訪れるところでは、「韓国語・英語・中国語・日本語」の 4 か国語表記が基本になっていると言える状況が確認できた。

今回の調査では、外国人観光客が多く訪れる漢江の南の「江南大路」にまでは足を運べなかった。『中央日報』（2015 年 7 月 24 日 21 面）によると、「江南大路」を管轄している江南区の場合、看板に「黒・赤・黄色」

を 30% 以上使用しないようにしている。このような言語景観には行政による色彩の規定もかかわっている。ソウル市における景観に関する行政の方針についてのインタビューなどは今後の課題としたい。

図 7 のセブンイレブンや図 11 のダイソーなど、日本の小売業の韓国進出は、ソウルの言語景観面より韓国語の語彙や韓国人の言語生活に影響を及ぼしていると思われる。これらの語彙調査も合わせて今後の課題としたい。

参考文献

- 川原俊昭・山本忠行編（2004）、『多言語社会がやってきた一世界の言語政策 Q & A』、くろしお出版
- 三省堂編集所編（2010）、『デイリー日英中韓 4 か国語辞典』、三省堂
- 庄司博史・P・バックハウス・F・クルマス（2009）、『日本の言語景観』、三元社
- 多言語化現象研究会編（2013）、『多言語社会日本—その現状と課題』、三元社
- 三星宗雄（2010）、「韓国色彩事情」、『人文研究』171 号、pp.1-22、神奈川大学人文学会
- （2014）、『色彩の快：その心理と倫理』、御茶の水書房
- 尹亨仁（2014）、「交差する異文化と言語景観：ニューヨークでの日本語・日本文化の発信について」、『人文研究』185 号、pp.117-137、神奈川大学人文学会
- Durk Gorter (ed.) (2006) *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, MULTILINGUAL MATTERS
- Elana Shohamy and Durk Gorter (ed.) (2009) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge
- Elana Shohamy, Eliezer Ben-Rafael and Monica Barni (ed.) (2010) *Linguistic Landscape in the City*, MULTILINGUAL MATTERS
- Seunghan Paek (2014) *Urbanism, Signs, and the Everyday in Contemporary South Korean Cities*, PhD Dissertation, The Ohio State University