

# 韓国済州島における言語景観——観光と言語の観点から

Landscape of Juju in Korea: A Study from the Viewpoint of Language and Tourism

高 民定、温 琳、藤田 依久子  
KO Minjeong, WEN Lin, FUJITA Ikuko

**要旨** 近年、日本では、中国や韓国、台湾、タイなどアジアからの旅行者が増加している。アジアからの旅行者が増えた要因には円安や消費免税制度の拡大など経済面での要因があげられるが、その他に大型クルーズ船寄港地としての観光も一つの要因としてあげられる。福岡をはじめ、沖縄、特に最近では沖縄県の石垣島におけるクルーズ船を利用した観光客の増加はその一つの例である。こうしたクルーズ船観光による外国人旅行者が急増加している地域において、外国人旅行者に対する地域の対応などはあまり取りあげられていない。特に外国人旅行者が頻繁に目に触れることになる言語景観は、地域の観光だけでなく、多言語化の現状を知る重要な手掛かりになるといえる。一方、海外に目を向けると、石垣島と類似した状況として韓国の済州島の状況がある。済州島は外国人旅行者の規模や対応において石垣島を上回っていると言われるが、と同時に様々な問題も抱えている。そこで、本稿では、観光と言語の観点から韓国の済州島における状況を取りあげ考察する。具体的には、考察の手がかりとして観光地の状況をよく反映するとされる「言語景観」(Landscape)に注目し、そこに見られる済州島の外国人旅行者に向けた様々な発信の試みを読み解いていくことで石垣島への示唆を考えたい。

## 1. はじめに

2011年の東日本大震災以降、一時期急激に減っていた訪日外国人旅行者数は最近の円安という経済状況の変化に伴い、再び増加してきている<sup>1)</sup>。なかでも中国や台湾、ベトナム、マレーシア、タイなどアジアからの旅行者の増加は著しく、それに向けた様々な政策がとられている。訪日外国人旅行者が一気に増えてきた背景には、クルーズ船を使った観光などが一つの要因となっていると言われている。その一例としては、沖縄県の石垣島における台湾からのクルーズ船を利用した観光客の増加があげられる。しかし、石垣島はそれまでは国内観光客向けのリゾート地として利用されており、外国人旅行者が増えてきたのはここ数年のことである<sup>2)</sup>。そのため、地域の観光政策は入域外国人旅行者に向けたものは非常に少なく、至急の課題となっている(藤田他2013)。特に外国人を受け入れるにあたっての言語問題は欠かせなく、解消するための政策や支援が必要であろう。なかでも多言語表示などの言語景観に向けた整備は先決の課題の一つであると言えよう。また言語景観を

<sup>1)</sup> 日本政府観光局によると、2014年10月現在訪日外国人旅行者は1,036万4千人で、昨年同時期の92万9千人を遥かに上回っている。さらに2020年東京オリンピックに向けては2,000万人の外国人受入れが見込まれている。2013年の「国・地域別訪日外国人割合」を見ると韓国からの旅行者が24万人で一番多く、次いで、台湾人22万人、中国人13万人の順になっている。しかし、2014年では中国からの旅行者は11月現在で20万人を超えており、前年度に比べ、約103伸率となっている。

<sup>2)</sup> 石垣島における入域観光客数は、2011年656,768人で、2013年は937,024と対前年比132.2%となっている(藤田他2013)。

めぐる課題は、ただ表面的にそれを整備することだけでは終わらず、その言語景観の中に暮らす地域住民への影響や意識、対応について考えていくことも重要で、これについて調べることは観光地での言語と観光の考える上で重要な課題であると言える。

一方、海外に目を向けると、石垣島と類似した状況として韓国の済州島がある。韓国の済州島は、ここ数年クルーズ船や空路を使った中国からの観光客が急増している。それまで国内向けのリゾートとして利用されてきた地域が、一気に特定の地域からの観光客を受け入れるようになったことで様々なところに影響が出始めており、またその変化の状況に対応するための様々な政策もとられている。こうした済州島の現状や試みは、石垣島の先を行く風景として示唆することが多いと考えられる。そこで、本稿では、観光と言語の観点から韓国の済州島における状況を取りあげ考察する。具体的には、考察の手がかりとして、観光地の状況をよく反映するとされる「言語景観」(Landscape)に注目し、そこに見られる済州島の外国人旅行者に向けた様々な発信の試みを読み解いていく。

## 2. 言語景観に関する先行研究の考察

### 2.1 言語景観の定義と多言語景観

バックハウス(2005; 53)によると、言語景観という概念は一般的に「道路標識、広告看板、地名表示、店名表示、官庁の標識などに含まれる可視的な言語の総体」と定義される。言い換えれば、街中のあらゆる表示に見られる書き言葉を指すとし、またそれは道路標識や地名表示などの「公的表示」と、広告看板や店名表示などの「私的表示」に分けられるとしている。また、ロング(2010)では、言語景観について、次ぎのような4つの特徴を持って説明している。①文字言語であり、話し言葉ではない。②公的な場に見られる文字言語であり、私的なコミュニケーションではない。③不特定多数の読み手には発される者であり、特定個人宛に書かれたものではない。④受動的に視野に入るものであり、意図的に読まなければならないものではない。一方、庄司(2009; 24)は言語景観に含まれる「多言語表示」について取りあげており、その概念について「日本語以外のことばを含む、主に公共の場において目にする文字表記」と定義している。また多言語景観とは、このような表示が地域において構成する景観総体であるとしている。本稿でいう「多言語景観」は庄司(2009)の定義に従うものであり、多言語景観は国内外を問わず、国際化や外国人旅行者による多言語化が進む地域において今日の言語景観の特徴を表しているものであると捉える。

### 2.2 多言語景観を捉える視点

多言語表示を含む「多言語景観」に関しては、様々な視点から取りあげられている。バックハウス(2011)は日本の言語の多様性を読む解くものとして、①誰によつての言語景観であるか、②誰のための言語景観なのかの二つの視点に基づき分析を行っている。バックハウスの言う①のことは「発信者」のことで、行政側による公的な表示なのか、それとも企業や地元の様々な業種に従事する人々による私的なものなのかのことを意味する。また②のことは誰に向けた言語景観であるのかのことを指しており、つまり、不特定多数に向けたものなのか、それとも外国人やエスニック・コミュニティに向けたものなのかのことを意味する。例えば、エスニック地域に見られる言語表示はそのエスニック・コミュニティ

に向けられることが多く、それはエスニック・コミュニティのアイデンティティとも関係していることから、他の地域でみるような言語景観の機能と異なるといえる。また多言語景観を捉える視点としては、用いられる言語とその組み合わせに注目するものがある。例えば、田中（2009）は、公的表示と私的表示における言語表示のパターンを分析したところ、公的表示は一定の標準（モデル）の組み合わせに従っているのが見られるのに対し、私的表示の場合は、それは見られず、言語表示の組み合わせが個別化（多様化）していることを指摘している。一方、多言語景観から発信される文字情報は必ずしも外国人に向けられているとは限らない。井上（2000）や染谷（2009）らは、外国語で表示するものの多くは、実際は日本人用のものが多いことを指摘している。例えば、最近の広告看板や店名の中には「Book Store」や「Beauty hair」などのような表示が多いが、これらの英語による情報は外国人用であるよりは明らかに日本人用であることが多いという。

### 2.3 多言語景観に見られる外国語の役割

バックハウス（2011）は、英語を含む表示を対象にして採用される言語のそれぞれの役割を調べたところ、基本的に二つのパターンがあることを指摘している。一つは、2言語以上の言語のテキストが相互に翻訳である場合で、もう一つはそうでない場合である。前者は2言語（主に日本語と英語）で同じ情報を伝えており、後者は伝えている情報の内容が言語によって異なっている。つまり、前者の場合、二つの言語のうち他方の言語（主に日本語）が即座に必要なメッセージを伝えているのに対し、後者の場合は、もう一方の言語（主に英語）が即座に必要なとされる情報を伝えていないことである。これは言語景観において用いられる言語の形が同じであっても果たす役割は必ずしも同じではないことを意味する。またバックハウスはこうした状況における日本語以外の言語（英語）のそれぞれの役割について、「付加的な役割」と「補助的な役割」と名付けている。では、これらの役割は日本語と英語の2言語以上の多言語表示になる場合はどうなるのだろうか。予想としては、2言語以上の多言語表示になる場合は、多言語で情報を伝えるといった本来の機能が前面になるため、「付加的な役割」が主となるのではないかと考えられる。これに関しては今後さらに検討する必要があるだろう。

### 3. 言語景観に関する国内外の事例研究

言語景観研究はこれまで地理学的研究、社会言語学研究、観光学研究など様々な分野からのものがあり、どの分野で取りあげるかによって研究の目的もまたデータ収集の方法も異なる。特に近年、日本は国際化の一環として外国人旅行者の受入を積極的に行っており、同時に外国人移民などによる多民族化も進んでいる。日本の社会言語研究ではこうした状況に注目し、その状況を捉えるための手掛かりとして、多言語表示を含む言語景観のことを取りあげてきた（田中2009、庄司2009、金2005など）。また、韓国も近年、国際化や外国人の増加による多言語多文化の状況が進んでおり、それに伴って街中の言語景観も変わりつつある。特に本稿で取りあげる済州島のような観光地の場合、単に観光客が増えているだけでなく、観光業などに従事するために定住する外国人も増えてきており、社会言語学的な状況も同時に変わってきている。このような状況において済州島の言語景観を取りあげることは、観光政策の面からではなく、社会言語学的にも重要な示唆を与えると考

えられる。以下では、日本と韓国における言語景観の事例を、特に本研究の目的となる観光地域での言語景観を中心に概観し、その上で本研究の位置づけや意義について述べたい。

### 3.1 日本の観光地域における言語景観研究

日本の観光地での言語研究を調べた研究としては、藤井（2009、2014）、松田（2009）、加藤・澤（2009）、山川（2011）、藤田他（2013）などがある。藤井（2009）は、九州南部における言語景観を、公的空間での多言語表示と私的空間での多言語表示に分けて調べ、地域の外国人旅行者の出入り状況に合わせ、言語景観が異なっていることを指摘している。例えば、九州最大の温泉地として韓国人観光客が多く訪れる別府地域の場合、韓国語の表示が英語同様あるいは英語より頻繁に使用されているという。また松田（2009）の調査によると、温泉施設の脱衣所や風呂の入り口に注意書きとして書かれている多言語表示は、韓国語、英語、中国の順で利用外国人の多さに応じて並べているとしている<sup>3)</sup>。一方で同じ観光地でも外国人旅行者に何をアピールするかによって言語景観の表した方は異なる。例えば、九州地域で別府と並ぶ代表的な温泉地である由布院は、昔ながらの日本情緒をブランドにしており、街の景観を残すことに重点を置いているため、別府のような多言語表示はあまり見られないという（藤井2009；52）。

加藤・澤（2009）と山川（2011）は、それぞれ山形県山村周辺と、北海道の倶知安町周辺における言語景観を調べている。どちらもスキー場を売りにしている観光地であるが、言語景観の状況はその地域を訪ねる外国人旅行者の状況によって異なっている。まず山形県山村地域の場合、近年アジアからのスキー目的の観光客が増えており、外国人旅行者の中には日本語で書かれている注意書きが読めず、立ち入り禁止の地域に入ってしまう、遭難する事故がたびたび発生している。こうした外国人旅行者の事故を受け、市は、スキー場ゲレンデ内の分岐点などに日本語と英語を加え、韓国語や中国語（繁体字）の多言語案内表示を設置し始めた。こうした動きは、さらに周辺の宿泊施設や商店街にまで広がり、山形県山村地域の言語景観に変化をもたらすきっかけとなった。次に北海道の倶知安町の場合は、オーストリアなど英語圏の観光客が多く、そのためスキー場があるヒラフ地区では言語景観のうち半分以上が英語だけの単言語表示になっているという。以上のように日本の観光地域での言語景観は、利用される外国人旅行者のニーズを意識し、言語サービスの一環として作成されることが多いが、なかには町の古きながらの景観を守るためという目的や、事故を防ぐためという安全面を考えた目的もあり、地域が抱える状況によって言語景観への対応も異なっていることがわかる。

### 3.2 韓国における言語景観研究と本研究の位置づけ

韓国における言語景観の研究はまだ少なく、そのほとんどは主要地方都市の言語景観の現状を取りあげたもの（李2011、市島2011、礪野2011）と、外国人居住地域の言語景観を調べたもの（礪野2012）である。市島（2011）では、釜山広域市の観光地区における言語景観も調べているものの、そこでは主に地域方言が言語景観の中でどのように用いられているかを中心に分析がなされている。また礪野（2011）は、ソウル特別市と釜山広域市の

<sup>3)</sup> 松田の調査で報告されている平成19年度調査では、別府地域における年間外国人数は約26万人で、うち、一番多いのは韓国人で、全体の約80%を占めているという。



公共表示（空港、地下鉄、路線バスなど）と民間表示（店舗など）について調べているが、その結果、二つの都市の公共表示には大きな違いはなく、ハングルや英語を基本として、「ハングル（韓国語漢字含む）・英語（アルファベットを含む）・日本語・中国語」といった多言語表示が共通して見られるとしている。それに対し、韓国都市の民間表示（私的表示）の場合は実に多様性に富んでいると指摘している。これは上記で取りあげた日本の状況（田中2009）とも類似した結果であると言えよう。以上の韓国における先行研究は都市における言語景観の現状や、エスニック・コミュニティの言語景観の役割を知る上では貴重な資料となる。一方で、韓国内の主要観光地を対象とした研究はまだ本格的になされていないのが現状である。近年、韓国の観光地において、中国や日本などアジアからの観光客が増加している状況を考えると、観光地において言語景観がどのような形で表れ、またそれは地域の言語と観光という面からしてどのような役割を担うかを調査することは、韓国のことだけではなく、日本のことを考えるうえでも意義のある考察であると言えよう。

#### 4. 調査地域の状況

##### 4.1 済州島の立地状況

###### 4.1.1 位置と面積

済州島は朝鮮半島の南西海上に位置する島でソウルから452km、日本の対馬から255km離れた位置にあり、日本の福岡市とほぼ同経度に位置する。総面積は1,845km<sup>2</sup>で日本の沖縄島の面積よりは大きく、香川県とほぼ同じ大きさとなっている。また9つの有人島と54の無人島と一緒に行政区域上一番小さい「道」となっており、済州市と西帰浦市の二つの市をもつ。

###### 4.1.2 人口

総人口は2013年現在604,670名で、これは韓国の全人口（51,266,779名）の約1.2%に当たる数値である。人口の分布を見ると、二つある市のうち済州市の人口が445,457名で、済州市に人口が集中していることが分かる。一方、済州島に定住する外国人数は2013年11月現在で1万2,646名となっており、年々増えている。

###### 4.1.3 気候と地形

済州島は島の中央に標高1,950mの漢拏山（ハルラサン）がそびえ、暖流の影響で1年を通して温和な気候に恵まれている。暖帯、海洋性気候で四季の変化がはっきりしており、年平均気温は15.6℃である。しかし、済州島の気候は漢拏山の北斜面と北よりからの季節風がぶつかり、島の北半分に強風と低温をもたらすことが多い。そのため、北部にある済州市と南部の西帰浦市の平均温度はそれぞれ15.8℃と16.6℃で、近い距離であるにも関わらず、北と南で気温が異なる。観光特区として開発されているのは主に南部の西帰浦市である。また済州島は世界第一の溶岩洞窟地帯であり、溶岩洞窟も現在確認されたものだけでも60あまりになっているなど独特な地形をもつ。



図1. 済州島の位置



図2. 済州島の地形

#### 4.2 済州特別自治道の発足

済州島では1990年以降ミカン農業を中心とした一次産業が農業の自由化により衰退することになり、それを乗り越えるための措置として、観光資源を活用する政策が打ち出される。また1994年は「済州道総合開発計画」に基づき、大規模な観光団地や観光地区の開発が進められる。観光地区の開発によって観光客の誘致にも成功し、観光業による収入は済州道の総生産の3割を占めるほどまでになる。しかし、1997年の通貨危機により観光客数が激減し、これをきっかけに観光産業だけに依存しない産業構造を作る必要性が提起されるようになる。またこの時の提起は後に「済州特別自治道」の導入につながる。そこでは「済州特別自治道」の核心産業として観光産業の活性化や国際自由都市の基盤醸成などが取りあげられる。2006年7月より、済州島は「地方分譲モデル道」として特別な法的地位を有する「済州特別自治道」として新たな一步を踏み出す。これ以降、済州島は「特別法」を基に大幅な規制緩和及び重要産業である観光の育成を通じ、香港やシンガポールに匹敵する「国際自由都市」となることを目指す。また観光、医療、福祉、環境産業中心のアジアの国際自由都市を目指す政策、特に済州島独自の国際観光政策を次々と打ち出すようになる（新井2013）。

#### 4.3 済州の外国人旅行者の状況と観光政策

済州島における外国人旅行者が増加し始めたのは2005年以降であるとされている。2007年に54万人であった数字は2011年になると2倍増え、100万人を超えるようになる。2013年には、さらにその2倍の233万人に達する。うち一番多い外国人旅行者は中国人で、2014年8月末現在で既に194万人の中国人観光客が済州島を訪れた。これは2007年の17万人であった規模に比べると大幅な増加である。特に、ここ2年の間はクルーズ船による外国人旅行者の入域者数は80万人となっており、これは60万人の済州島人口を遥かに超える数値で、その増加率も昨年の175%となっている<sup>4)</sup>。東アジアの中心部に位置する済州島は、クルーズ観光のブームに伴い、現在アジアにある117地域寄港地の中で寄港数と観光客の人数で1位となっている。クルーズ船専用のターミナルが完工する2015年以降には、さら

<sup>4)</sup> ほぼ毎日2回中国からのクルーズ船が寄港しており、クルーズ船から短期滞在する外国人旅行者数は一日3,000人から5,000人にのぼっている。

に外国人入域者は100万人を突破するとされる。済州島において中国人観光客をはじめ、外国人旅行者が急増するようになった要因の一つには、済州特別自治道が「特別法」の権限を使い実施している様々な規制緩和があげられる。例えば、2008年から実施となった中国人を含む純観光目的で入国する外国人に対する、無査証（No Visa）入国許可国の拡大や、国内外からの投資や進出を拡大するための様々な規制緩和がそうである。またそれと同時に国際会議の積極的な誘致や、海外からの大規模なインセンティブ・ツアーの誘致などを行っていることも外国人旅行者の誘致につながっているとされている<sup>5)</sup>。一方、急増する外国人旅行者に合わせ、済州特別自治道は多言語サービスの拡大や通訳サービスアプリの普及、特に最近においては中国語表示の拡大や、観光従事者、都民を対象にした無料中国語教室の支援を行うなど、外国人旅行者の受け入るための支援に力を入れている。次節では済州島の言語景観を取り上げ、そこから伺える今の済州島の観光状況の現状や課題を探りたい。

## 5. 済州島における言語景観

韓国の観光公社は、2003年から全国の自治体および公共機関、外国人旅行者が多く利用する飲食店などを主要対象として、「外国語観光案内表記翻訳および監修サービス」<sup>6)</sup>を無料で提供し、地域の多言語表示のための支援を行っている。済州島も2010年から都内主要道路にある観光案内表示に対する外国語併記の整備事業を一斉に行った。それまでは都内観光案内表示は2カ国語（韓国語と英語）あるいは3カ国語（韓国語、英語、漢字）だけで表示されており、それは外国人旅行者の7割以上を占める中国人または日本人旅行者の実質的な助けになっていないという指摘が多かった。そこで済州特別自治道は多くの予算をかけて都内主要観光名所に対し、言語表示を4カ国語（韓国語、英語、中国語、日本語）併記に変えていく事業を行った。近年、団体旅行よりも個別で訪れる観光（FIT）が増えていることを考えると、今の言語景観の現状を把握し、整備することは至急の課題とされる。そこで筆者らは2014年8月と10月にかけて済州島の観光や言語景観の状況を調べた。特に、観光客が多く利用する施設（空港、国際埠頭、市内ホテル、商店街・市場）と主要観光地（2カ所の観光地と免税店）を中心に多言語表示などの言語景観の現状を調べ分析した。

一方、韓国における言語景観の中には、日本語としての漢字なのか中国語としての漢字なのか、あるいは漢字圏全体を配慮した漢字なのかははっきりしない表示も多数ある。本稿では磯野（2012）に従い、日本語は漢字と「かな・カタカナ」とともに使用されているものとし、どちらの言語を指すかがはっきりしない漢字は、漢字圏全体に向けたものとして「漢」と表記する。なお、本稿でいう「表示」はバックハウス（2011）の定義に従い、「一つの枠内の中でのテキスト」とする<sup>7)</sup>。また、その範囲としては、本稿では、観光地

<sup>5)</sup> 中国の大手日用品メーカーの「宝健（パウゼン）」は2011年9月から10月にかけて社員約1万1,200人を対象にした5泊6日の済州島とソウルのインセンティブ・ツアーを実施した。その誘致のために作られた商店街は、今は中国人通り（「パウゼン通り」と名付けられる）となり、済州島の一つの観光スポットになっている。

<sup>6)</sup> 詳しくは韓国観光公社のホームページ資料室を参照されたい。（<http://kto.visitkorea.or.kr/kor.kto>）

<sup>7)</sup> バックハウスは、足ふきマットやゴミ箱上の表示から商業的広告や交通標識まで、あらゆるものが当てはまると言っている（バックハウス2011：123）。

全般の言語景観を調査することを目的としているため、宿泊施設の中などでの言語表示も対象としている。

### 5.1 済州空港（国際線）、国際埠頭

言語景観に関しては、その設置者が誰かは別として公的な性格が強いものと私的な広告に類するものがある。まず公的なものとして考察したのは、空港内の案内板（写真1）、国際埠頭のバス停の案内板（写真2）、空港内の注意勧告（写真3）、ごみ箱（写真4）及びトイレ（写真5、写真6）である。言語・文字としては韓国語、中国語、日本語、英語の表記が採用されているが、言語表示は、これらすべてを用いた4言語によるもの、韓国語、英語、日本語の3言語によるもの、韓国語・英語、韓国語・中国語、英語・中国語等2言語によるもの、そして韓国語のみ（写真7）による単言語表示が確認された。観察できたものの多くは多言語表示で、単言語表示は極めて少数である。

空港内で見られた多言語表示の中でも興味深いのは写真3の注意勧告である。写真3を見ると、一枚の注意勧告に、2種類の多言語表示が存在していることが分かる。上の「口蹄疫／鳥インフルエンザ」に関する注意勧告は、「韓国語、中国語、英語」の3言語で表示されているように見えるが、漢字に関しては日本語も同じ表記として見ることもできるので、本稿では、漢字圏全体に向けたもの（以下、「漢」とする）と捉える。下の「足元注意」の注意勧告は、「英語、中国語（繁体字）、日本語、韓国語」の4言語で表示されている。また、写真7は、エスカレーターの注意書きである。中段の最も大きい文字は、「安全注意」という意味で、その上の文字は、「クロックスやアクアシューズ、サンダル等でエスカレーターに乗って、それらが巻き込まれる事故が発生しているから注意するように」との旨が書かれている。下段は、「エスカレーターを利用する際には安全に注意するように」と書かれている。上段の注意にアクアシューズが入っていることが、リゾート地ならではだと考えられる。また、文字の内容とは異なるが、写真7の下部には、ピクトグラムによる注意喚起もある。

次に、私的なものとして考察したのは、新韓銀行の両替案内（写真8）、空港のロビーに設置された自動販売機の標識（写真9）、空港1階ロビーにあるタバコ屋のレート案内（写真10）、済州銀行の両替案内（写真11、写真12）である。言語・文字としては韓国語、中国語、日本語、英語、ロシア語の表記が採用されているが、言語表示は、中国語（繁体字）、日本語、ロシア語、英語の4言語によるもの、韓国語、英語、日本語／中国語（繁体字）の3言語によるもの、英語・日本語、中国語・日本語等2言語によるものが確認された。今回の調査では、単言語による言語景観は確認されなかった。写真8は新韓銀行の両替案内で、中国語（繁体字）、日本語、ロシア語、英語の4言語による多言語表示であった。今回の調査では、ロシア語が確認されたのはこの一箇所のみであったが、ロシア語を話す外国人旅行者も済州島に訪れるのではないかと考えられる。写真9は、空港のロビーに設置された自動販売機の標識で、「韓国語、英語、漢」と表記している。三つ目を「漢」としたのは、日本語か中国語（繁体字）表記のどちらなのかが定かではないためである。ここでは、特に注目したのが写真11、写真12である。ともに済州銀行の両替案内であるが、日本語と中国語で作成されており、英語のものはない。それは飛行機で済州島に訪れる観光客のうち、日本人や中国人が比較的多いからだと推察できる。また、中国語の案内には、



「(空港の) 外のレートより良い」といった日本語の案内にはない文言が書かれており、中国人観光客をターゲットに絞ったことが感じ取れる。



写真 1



写真 2



写真 3



写真 4



写真 5



写真 6



写真7



写真8



写真9



写真10



写真11



写真12

## 5.2 宿泊施設（ホテル）

この度の調査で、新済州エリアにあるネイバーフッド ホテル チェジュとアンバーホテルチェジュを調査した。この二つのホテルでは、ともに多言語表記が確認された。言語・文字としては韓国語、英語、日本語、中国語の表記が採用されているが、言語表示は、これらすべてを用いた4言語によるもの（写真13）、韓国語、中国語、英語の3言語によるもの（写真14、写真15）、韓国語、英語の2言語によるものがある（写真16）。写真13は、ネイバーフッドホテルチェジュの客室に置いてあるプレートで、「部屋に備え付けの湯沸しポットはお湯を沸かす以外の用途に使用しないでください。違反者には罰金（₩33,000）が課されます」と韓国語、英語、日本語、中国語の4言語で注意が書かれている。写真14は、アンバーホテルチェジュの1階ロビーのエレベーターの横にあるインフォメーション案内板、写真15は、同じくアンバーホテルチェジュのレストランの標識で、ともに「韓国語、中国語、英語」の3言語を表記している。しかし、面白いことに、写真14は韓国語、中国語、英語の順だが、写真15は英語、韓国語、中国語の順となっている。写真16はアンバーホテルチェジュの1階ロビーにある消火栓で、韓国語、英語の2言語を表記している。

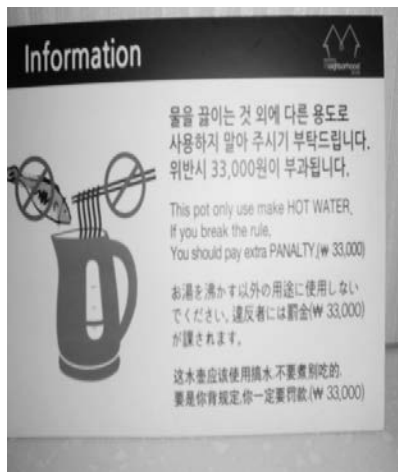


写真13



写真14



写真15



写真16

### 5.3 商店街・市場

#### 5.3.1 中央地下商店街

中央地下商店街の言語景観も公的なものと私的なものに分けて見てみたい。まず、公的なものとして考察したのは、中央地下商店街の入口に設置されている案内看板（写真17）、中央地下商店街の中に設置されているインフォメーションデスク（写真18）、中央地下商店街の中にある店の蛍光案内板（写真19）である。言語・文字としては、写真17、18が韓国語、英語、中国語の3言語、写真19の店の蛍光案内板が韓国語、英語、日本語、中国語の4言語で表記している。写真17から分かるように、上部のやや古い案内板は、「韓国語、英語、漢」の順で表示されているが、パンダが描かれたやや新しい案内板では、「英語、韓国語、漢」の順となっている。ともに中国語が最後になっているものの、韓国語と英語の順番は異なっている。中国人のみならず、済州島に訪れる欧米人の観光客が増加していることやそれに伴う済州島の人々の意識の変化が反映されているといえるだろう。写真18は英語、韓国語、中国語の3言語を表記していたため、この3言語によるサービスのみだと理解したが、実際そこで勤務するスタッフに話を聞くと、日本語のサービスも提供しているとのことであった。それにもかかわらず、日本語の表記はなく、実際中国人ほどではないが、済州島に訪れる日本人観光客も大勢いることから、商店街にとっては損失になるかもしれない。

次に、私的なものとして考察したのは、飲食店のメニュー、化粧品店・衣料品店の張り紙である。言語・文字としては韓国語、英語、日本語、中国語の4言語による多言語表記が確認された。写真20は、済州食堂という中央地下商店街にある飲食店のメニューであり、韓国語、英語、日本語、中国語で表記している。一方、化粧品店や衣料品店の店頭にある張り紙（写真21、写真22）では、中国語の単言語表示もある。写真21の白い張り紙は「上段のマスク、5枚で20,000ウォン、人民元120元。下段のマスク、6枚で20,000ウォン、人民元120元。」という意味で、商品棚の側面にある手書きの張り紙は「蝸牛（カタツムリ）マスク、50枚で2万ウォン」という意味である。これらは商品の説明であり、中国人観光客の購買を促進するものといえる。しかし、写真22は「購入しないなら、試着するな」という意味であり、前述の購買を促進するものとは異なり、中国人観光客の冷やかしによる試着行為を禁ずる内容となっている。このことから、店側と中国人観光客との間でなんらかのトラブルがあった可能性がある。普段は100人前後、クルーズ船が寄港する際は、約2,000人の中国人観光客が中央地下商店街に押し寄せるため、中国語のみで作成し、貼られたものと推測できる。しかし、写真22のような禁止の張り紙を見た中国人観光客が勇気を出して試着し、そして購入にいたるだろうかという疑問が残る。





写真17



写真18



写真19



写真20



写真21



写真22

### 5.3.2 バウゼン通り（宝健路）

バウゼン通り（宝健路）は、済州島で人気の繁華街である。バウゼン通り（宝健路）の言語景観も公的なものと私的なものに分けて考察を行った。まず、公的なものとして考察したのは、バウゼン通り（宝健路）の入口に設置されている標識（写真23）、バウゼン通り（宝健路）中央あたりにある観光案内所の看板（写真24）、バウゼン通り（宝健路）の入口に設置された電光掲示板で流れた、済州島警視庁のテロップとバウゼン通り（宝健路）にある電柱にかかっている、「道を横切らないでください。」という意味ののぼり（写真25）である。言語・文字としては、標識、観光案内所の看板が韓国語、中国語の2言語、テロップが英語、中国語の2言語、交通ルールを注意喚起するのぼりが韓国語、中国語、英語の3言語で表記している。ここで最も興味深いのは電光掲示板で流れた、済州島警視庁のテロップであった。英語、中国語の2言語を使用しているが、メッセージの内容は大きく異なる。英語のメッセージは「済州島へようこそ。道を渡る際、お気をつけください」といった内容であるが、中国語のメッセージは「マナーを守ろう。道を横切らないでください。タバコの吸殻、ガム等をポイ捨てしないでください」といった、英語のメッセージと比べると、よりマナーに関する注意喚起に偏った内容であった。バウゼン通り（宝健路）が一部の中国人観光客の迷惑行為に頭を悩まされる実情が垣間見えた。

次に、私的なものとして考察したのは、飲食店のメニューや張り紙、ドラッグストアの看板、道端に設置されたAEDの表示、スーパーマーケットの張り紙である。言語・文字としては韓国語、英語、日本語、中国語4言語の多言語表記が確認された。写真26はバウゼン通り（宝健路）にある飲食店の張り紙で、韓国語、英語、日本語、中国語の4言語で表示されている。写真27は同じ飲食店のメニューが書かれた看板で、中国語、日本語、韓国語の3言語で表記している。また、写真28、29は、それぞれドラッグストアの看板とバウゼン通り（宝健路）の道端に設置されているAEDの外箱に貼られた張り紙で、ともに韓国語と中国語の2言語で表示している。AEDの外箱に貼られた張り紙では、上段でこの箱がAEDであることを示し、下段で箱の鍵は隣の薬屋にあることを示している。周知の通り、AEDは人命救助にかかわる非常に大事な機器である。その説明が韓国語以外には中国語のみで記されていることから、バウゼン通り（宝健路）にいかに多くの中国人が訪れ、またバウゼン通り（宝健路）にとって中国人観光客がいかに大切な存在が伺えるだろう。一方、スーパーマーケットの店頭や店内のコチュジャンコーナーにある張り紙（写真30、写真31、写真32）には中国語の単言語表示もある。写真30は「済州島低価格スーパー。免税店より安価」という意味で、写真31、32はそれぞれメーカーが出したサムジャンの説明と販売店が出したサムジャンの食べ方の説明である。中国人観光客が免税品のような高級品を販売する場所のみならず、済州島のスーパーマーケットにも立ち寄り、食料品等に対する需要もあることを物語っている。また、写真32の説明は日本語、中国語、英語を表記しているが、商品名は日本語のみである。



写真23



写真24



写真25



写真26



写真27

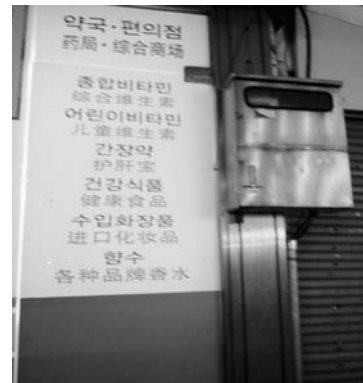


写真28



写真29



写真30



写真31



写真32

### 5.3.3 水産市場

今回調査した水産市場は前述した中央地下商店街近くにある濟州東門水産市場である。濟州東門水産市場の言語景觀も公的なものと私的なものに分けて考察を行った。まず、公的なものとして考察したのは、市場の入口に設置されている標識（写真33）であり、韓国語、日本語、中国語、英語の4言語を表記している。私的なものとして考察したのは、市場内にある店の看板（写真34）とチョコレートコーナーに貼られた張り紙である。多言語表記と単言語表記の両方が確認された。写真34は、市場内にある店の看板であり、韓国語、英語、日本語、中国語の4言語を表記している。一方、単言語表記としては、市場内にある土産店のチョコレートコーナーの張り紙が中国語のみを表記していたことをあげることができる。写真はないが、筆者らが確認した。内容は「濟州チョコレート、5個で500ウォン」であった。店の店員に理由を尋ねたところ、やはり中国人観光客が大勢来るので、張り紙を貼ることに至ったそうだ。





写真33



写真34

#### 5.4 主要観光施設

主要観光施設として、今回の調査ではエコランド、ソンサンイルチュルボンの二箇所を調査した。エコランドは済州島東部に位置する自然テーマパークで、済州島にある有名観光地の一つである。面積約30万坪のランド内を観覧車（機関車）で回ることができる。ソンサンイルチュルボンはユネスコ世界自然遺産に指定されている済州島の日の出絶景スポットである。

エコランド、ソンサンイルチュルボンの言語景観も公的なものと私的なものに分けて考察した。まず、公的なものとして、エコランドでは入り口にある案内（写真35）、ランド内にあるトイレの案内（写真36）、観覧車（機関車）の内部に貼られた注意書き（写真37）、木にかかっている木のネームプレート（写真38）を考察し、ソンサンイルチュルボンでは入場券売り場案内、ソンサンイルチュルボンであることを示す標識（写真39）、遊覧時の注意事項の書かれた看板（写真40）を考察した。言語・文字としては韓国語、中国語、日本語、英語の表記が採用されているが、言語表示は、これらすべてを用いた4言語によるもの、韓国語、英語、中国語又は日本語の3言語によるもの、韓国語、英語の2言語によるもの、そして韓国語のみによる単言語表示がある。写真37の汽車利用時の注意事項は安全に関する注意事項であるにもかかわらず、韓国語のみで書かれている。実際、筆者らと同行した日本人は外国人の立場で、一番右側のピクトグラムを見ても理解できなかった。エコランドに訪れる外国人旅行者は不便を感じるかもしれない。写真38はエコランド内にある木にかかっている木のネームプレートであり、やはり韓国語のみであった。せっかく訪れた外国人にはやや不親切だと言わざるをえない。

次に、私的なものとして考察したのは、ソンサンイルチュルボンの敷地内にある店の看板（写真41）や土産店の張り紙（写真42）である。韓国語、中国語、日本語、英語の4言語による多言語表記及び中国語のみによる単言語表示が確認された。写真42は「済州みかんクッキー」というお菓子の宣伝で、中国語のみを表記している。商品名以外、中国人が敏感に反応する「健康食品」を大きく、赤字で記していることから、中国人観光客の心理を研究し、販売戦略を立てたことが読み取れる。



写真35



写真36



写真37



写真38



写真39

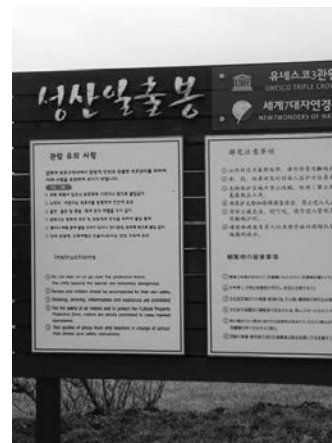


写真40



写真41

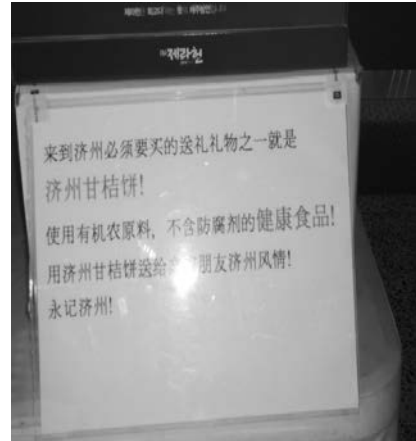


写真42

## 5.5 免税店

ここでは、濟州島市内にある免税店の言語景観を紹介する。免税店でも多言語表記と単言語表記の両方が確認された。言語・文字としては韓国語、中国語、日本語、英語の表記が採用されているが、言語表示は、これらすべてを用いた4言語によるもの、韓国語、英語、中国語又は日本語の3言語によるもの、韓国語・中国語、英語・中国語、英語・日本語、韓国語・英語等の2言語によるもの、そして英語のみ、韓国語のみによる単言語表示がある。まず、韓国語、中国語、日本語、英語の4言語によるものと韓国語、英語、中国語又は日本語の3言語によるものを見てみよう（写真43）。写真43は、免税店内の消火栓の使用方法的説明で、タイトル部分は韓国語、英語、中国語又は日本語の3言語による多言語表記であり、詳細な説明文は韓国語、中国語、日本語、英語の4言語による多言語表記である。中国語又は日本語と記述したのは、漢字による「室内消火栓使用方法」という9文字の表記が中国語も日本語も全く同じだからである。次に、2言語による多言語表記を見てみよう。写真44は、免税店内のエスカレーターに貼られた、車椅子及びベビーカーは進入禁止といった内容の注意である。表記は韓国語と中国語の2言語のみであるが、表記の内容と一致するピクトグラムが使用されていることから、他の言語の使用者にもその内容が理解できると思われる。写真45は、免税店のフロア案内であり、英語、中国語を表記している。また、免税店内のトイレの標識が英語、日本語を表記している。最後に、単言語表記についてである。免税店内の案内デスクの標識、従業員のみの標識が「GUIDE DESK」、「STAFF ONLY」と英語のみを表記しており、wifiの接続説明が中国語のみを表記している（写真46）。免税店内でインターネットを利用できることは、限られた時間の中で、いち早く目的の店や商品が見つかる助けになることは間違いない。また、中には国内にいる親戚や友人に買い物を頼まれている人も少なからずいると想定されるが、インターネットが使えれば、実際の商品情報をwechat（中国版Line）を通じリアルタイムで伝えることによって、さらなる購買促進の効果が得られると期待できるだろう。

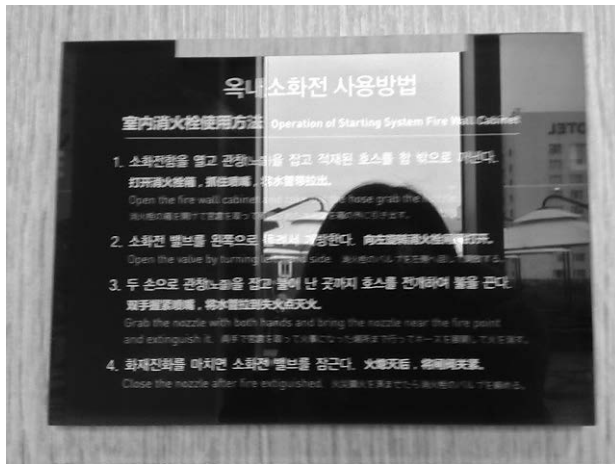


写真43



写真44



写真45



写真46

## 6. まとめと考察

済州島の言語景観には、多言語表示、単言語表示が混在していた。空港内にある案内や商店街・市場に設置された案内看板等のように行政が主導して作成したものに関しては、表示する順番の異なる箇所があるものの、韓国語、英語、日本語、中国語といった4言語による多言語表示となっているものが一般的である。一方、特定の個人や会社による注意喚起、あるいは商品の使用説明（例えば空港のタバコ屋のレート案内、済州みかんクッキーの張り紙）を目的とする張り紙等に関しては、多言語表示のものと単言語表示のものの両方があった。この結果は、田中（2009）で指摘された傾向と類似しているといえるだろう。元来、韓国における外国語表記というのは、特に日本語と中国語に関して、同じ漢字圏としてみる傾向があったため、多言語表示に「韓国語、英語、漢」という独特な言語表示を使っていて、それがバリエーションの多い済州島の今の言語景観の状況を作っているといえる。

一方、こういった多言語表示の多くは、韓国語、英語、日本語、中国語を用いて作られているが、4言語全てが使われているわけではなく、中国語はあっても日本語がない、または中国語はあっても英語がないという傾向が見られた。それは欧米や日本の観光客より



も中国からの観光客が多いという済州島の観光状況を反映していると考えられる。また、中国語表示がメインの中央地下商店街にある化粧品店の張り紙（写真21）、ソンサンイルチュルボンの敷地内にある土産店の張り紙（写真42）や中央地下商店街にある衣料品店の張り紙（写真22）、パウゼン通り（宝健路）の入口で流れる、マナーに関する注意喚起が示しているように、中国語の張り紙には、注意勧告をしたものもあるが、中国人観光客の購買意欲を高める効果を狙いとしたものも多く見られた。済州島の商店街や観光施設が中国人観光客に期待していることが見て取れる。

また、今回済州島における言語景観調査の中で、多言語表記に用いられた言語の順番には異なりが見られた。とくにホテルや観光名所などは旅行者のニーズや動向に合わせ、言語表示の順番を調整している可能性が考えられるが、今回の調査では明らかにすることができなかった。今後の課題にしたい。

## 7. 今後の展望済州の言語景観からみた課題と日本の観光地域への示唆

本稿では、国際自由化都市を目指す済州島を中心として、言語景観について概観し、筆者らはこれまで2回にわたって済州島の観光地を中心に、言語景観の現状について調査、検討を行ってきた。特に、韓国最大の観光リゾート地である済州島における言語景観の多くは、実際に外国人の利用場面に則した必要な情報として作成した表示が多く、言語景観に変化が生じているといえるだろう。

多言語による表示は、外国人旅行者の視点からみると、滞在中の観光行動の中での「情報」としてサービスの側面をもつ。しかし、外国の観光地を訪れた観光客の中には、現地で読めない文字表記に異国情緒を覚えることや完璧な母語対応を求めているとは限らないこともあるだろう。言語景観には、言語データそのものだけではなく、作成者・設置者の意図なども関係してくる。また、その意図を読み解く人たちは、旅行者だけではなく、景観の中に暮らす地域住民であることを考えると、言語景観がもたらす地域住民の意識の変化を含めた影響をみることも大事であろう。本稿でみてきたように、2006年に発足した済州特別自治道を行政区域とする済州島において、近年の急増する外国人旅行者の動態による様々な影響が、現在生まれ育つ次世代を担う地域の住民に対し、どのようなかたちであらわれてくるのだろうか。たとえば、済州島の多言語景観の現況をみると、2言語表示や3・4言語表示など、また言語表記の順番もまちまちで様々なバリエーションがある。また、こうした言語景観のバリエーションに富んだ環境の中で暮らす地域住民は、その中から情報を取捨選択しながら必要な情報を得ていくだろう。

一方、済州島では、地域方言の観光資源化や経済的利用が積極的に進められ、済州方言や地域の伝統文化に関する教育の必要性が叫ばれている。これは、観光の側面だけに目を向けているのではなく、済州島の次世代を支える子供たちへの教育と観光の両方の側面をもつことの大切さを示唆しているといえるだろう。こうした動きも済州島における言語と観光をめぐる状況がもたらしたものであり、このような内側に向けた言語景観の役割について考えることも今後の観光地における言語景観を考える際の重要な課題の一つになるだろう。

日本に目を転じてみると、近年、中国や台湾などアジアからの観光客が増加している状況である。また今後、中国からの観光客が急増するといわれている。また、2013年に、

2020年の第32回夏季オリンピック競技大会が東京で開催されることが決定し、現在、日本ではオリンピック開催に向けて様々な事柄が議論され、開催に伴って多数来訪されると予想される外国人に向けたサービスの向上が叫ばれている。日本の観光地を含む言語景観のあり方や今後どのような視点や方向性をもつのかを検討する際に、韓国済州島の試みとその課題を含めた知見を得ることが大きな示唆を与えるものと思われる。さらに、沖縄県石垣島についても、済州島のように急激に外国人旅行者が増える局面を迎える可能性があるだろう。そのような中で、済州島のようにバリエーションの多い言語景観に変わっていく可能性も考えられる。また、そのような言語環境に暮らす地域住民への影響やもたらされる変化を考える際に、済州島の現況が、石垣島に示唆する点は多いだろう。

最後に研究の延長線上として、今後は、地域の多言語景観への発信の試みが、その地域に住む人々の意識にどのように影響し、それがまたどのように地域の観光（政策）に反映されていくのかについて実態調査をもとに、その可能性を探っていきたい。

#### 参考文献目録

- 新井直樹（2013）「済州道特別自治道の国際観光戦略」『都市政策研究』14 福岡アジア都市研究所 pp. 41-49
- 井上史雄（2000）『日本語の値段』大修館
- バックハウス・ペーター（2005）「日本の多言語景観」真田真治・庄司博史（編）『辞典 日本の多言語社会』岩波書店 pp. 53-56
- 市島佑起子（2011）「韓国地方都市の言語景観—釜山広域市の言語景観から見る地方都市の現状」内山純蔵 監修 中井精一・ダニエル・ロング編『世界の言語景観 日本の言語景観—景色のなかのことば—』桂書房 pp. 54-73
- 磯野英治（2011）「韓国における日本語の言語景観—各都市の現状分析と日本語教育への応用可能性について—」内山純蔵 監修 中井精一・ダニエル・ロング編『世界の言語景観 日本の言語景観—景色のなかのことば—』桂書房 pp. 74-95
- 磯野英治（2013）「言語景観と日本語教育に応用する視点」『日語日文学研究』86 韓国日語日文学会 pp. 289-301
- 磯野英治（2014）「言語景観から読み解く多民族社会：韓国ソウルと特別市における外国人居住地域からの分析」『日本語研究』32 首都大学東京 pp. 191-205
- 李舜炯（2011）「看板表記にみる現代韓国の言語景観—大邱広域市を事例として—」内山純蔵 監修 中井精一・ダニエル・ロング編『世界の言語景観 日本の言語景観—景色のなかのことば—』桂書房 pp. 38-53
- 藤井久美子（2009）「九州南部での多言語表示」『日本語学』28-6 明治書院 pp. 45-59
- 藤井久美子（2014）「言語景観から考える観光と多言語状況」『宮崎大学教育文化学部紀要 人文科学』29-30 宮崎大学教育文化学部 pp. 33-42
- 藤田依久子・山川和彦・温琳・藤井久美子（2013）「石垣市を訪ねる台湾人旅行者について」『産業大学論文集環境と経営』20-1 静岡産業大学 pp. 69-88
- 加藤大鶴・澤温嬉（2009）「山形県村山地方における外国人旅行者を対象とした多言語サービス「安全な旅行」から「楽しめる旅行」へ」『日本語学』28-6 明治書院 pp. 122-134
- 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『在日コリアンの言語相』和泉書院 pp. 194-224
- ロング・ダニエル（2010）「奄美ことばの言語景観」『東アジア内海と文化』桂書房 pp. 174-199
- 松田美香（2009）「ONSEN まちの言語事情」『日本語学』28-6 明治書院 pp. 98-109
- 庄司博史（2009）「関西の多言語表示—多言語化とのかかわりを中心に」『日本語学』28-6 明治書院 pp. 24-33
- 染谷裕子（2002）「言語景観の中の看板表記とその地域差」庄司博史、P. バックハウス、F・クルマス編『日本の言語景観』三元社 pp. 93-120
- 田中ゆかり（2009）「首都圏の多言語表示—標準化の観点から」『日本語学』28-6 明治書院 pp. 10-23
- 山川和彦（2011）「北海道倶知安町の言語景観と地域ルール」『麗澤大学紀要』93 麗澤大学 pp. 137-156

参考 URL

日本政府観光局 <http://www.jnto.go.jp/jpn/>

済州特別自治道 <http://web.wordia.co.kr:7001/etgi/>

済州特別自治道観光協会 <http://www.hijeju.or.kr/japan/main.html>

付記 本論文は科学研究助成事業（基盤研究 C）「観光地における多言語・多文化接遇に関する研究」  
課題番号 25501014（研究代表者・山川和彦）による研究成果の一部である。