

言語景観にみるインドネシアの日本語の現状と役割

磯野 英治・丁 美貞・佐々木 未華・アニサ アリアニンシー・
エカ マートラ ホイルニサ・レカ デラ フィトラティ

1. はじめに

国際交流基金によれば、2009 年の時点でインドネシアにおける日本語学習者数は 71 万 6353 人と世界第 3 位であり、その数も 2006 年に 27 万 2719 人だったことを考えると、ここ数年の間に急増していることが分かる。また首都ジャカルタを中心にインドネシアに進出する日系企業は 2010 年の統計で 923 社、新たな企業進出は増え続けているという国際協力銀行（2012）『インドネシアの投資環境』の指摘もあり、さらに 2007 年に署名され 2008 年に発効された日本・インドネシア経済連携協定（JIEPA: Japan-Indonesia Economic Partnership Agreement）によって経済の協力関係が強化されるなど、様々な側面で日本とインドネシアの相互作用が活発になってきている現状がある。このような状況から考えるとインドネシア国内においても日本、及び日本語の影響力が一層強くなってきていると予測されることから、本研究ではインドネシア国内の公共表示や民間表示に見られる日本語を調査し、その特徴からインドネシア社会における日本語の現状と役割を考察する。そして、今後も関係が深まっていくと予測される二国関係に有益な点を言語の側面から指摘したい。

2. 先行研究

本研究では、公共施設や街中で観察される看板や掲示物、ステッカーや商品ラベルといった言語景観を対象¹として、そこに観察される日本語に注目し、どのような場所、或いはどのような特徴を有した日本語が使用されているのかを調査することを目的としている。インドネシアは多民族で構成されている国家であることから、多言語社会として注目されることが多く、日本で 2009 年に発行され、編者が「インドネシアの言語の問題に特化した研究書であるという点で、少なくとも日本には類書がない」と位置づける『多言語社会インドネシアー変わりゆく国語、地方語、外国語の諸相―』では、国語政策と地方語の位相や民族と多言語社会といった観点からの分析はある（森山他 2009）。しかし、外国語に注目した研究は少なく、さらに言語景観を中心として日本語の現状や役割について論じた研究はない。また韓国や中国といった東アジアにおける日本語の状況について調査した研究は活発になりつつあるが（磯野 2010a、2011a、2011b、2012b、李 2011、市島 2011、張・薄 2012）、東南アジアに関する調査は事例が多いとはいえず、かつ既に述べたような現在の日伊関係を鑑みればイン

¹ 言語景観とは自然に、或いは受動的に目に入る不特定多数に発せられている文字言語を指す（つまり雑誌の中の内容など意図的に読まなければならないものは含まれない）。定義は庄司（2009）やロング（2010）などでまとめられている。

ドネシア国内の日本語の現状や役割を調査することは必須であると考えられる。

3. 調査地域と対象

本研究で調査対象としたのは、ジャカルタ市及びバンドン市で首都を含むインドネシアを代表する都市である（調査時期は2012年8月22日～9月12日までのインドネシア滞在期間）。そしてこれらの都市において公共表示と民間表示に見られる日本語に注目し、多言語表記²との関連性からも考察を試みる。公共表示では、諸外国の言語景観の現状とともに比較・検証を行い、民間表示では店舗の看板や陳列商品の日本語表記の役割、さらに誤用例について考察していく。

4. インドネシアの公共表示に見られる日本語の言語景観

まず、インドネシアの公共表示に見られる日本語の言語景観について、諸外国の言語景観とともに見ていくこととする。写真1はインドネシアのジャカルタにあるスカルノハッタ国際空港のトイレの案内表示であり、看板に表記されている言語はインドネシア語・英語・中国語・アラビア語・日本語である。インドネシアはイスラム圏であることからイスラム教への意識が高く、同様にイスラム教徒であるムスリムの多いアラビア語圏からの訪問客も多いと考えられることから、アラビア語が併記されていると考えられる。インドネシア語を公用語（共通語）としながらも公共表示にアラビア語の併記が見られることは、写真2から写真4のような東アジアの国々の空港の看板と比較すると特徴的であることがよくわかる。また東アジアである日本、中国、韓国の空港は基本的に「自国語・英語・その他の東アジアの二言語」の四言語併記であるが、スカルノハッタ国際空港は、インドネシア語の他に地理的に近接しない中国語と日本語の併記があることから、空港など国際的な場の公共表示でこれらの言語の影響力は強いと推察できる。中国語に関しては、インドネシア在住の華僑の古い歴史とその人口（移住が始まったのは西暦924年、人口は約740万人）を考えると定住者の影響があり、さらに昨今の中国の経済発展に伴う中国語への注目もあるだろう。そして日本語については、インドネシア国内で自動車や自動二輪車（バイク）³のみならずエアコンやパソコンといった一般電子機器などで、多くの日本製品を目にすることからも、国内における日本の影響力が言語という形となって表れていると考えることができる。

² 本研究では多言語景観について日本語 (J)、インドネシア語 (I)、スンダ語 (S: Bahasa Sunda)、アラビア語 (A)、英語 (E)、中国語 (C)、韓国語 (K) 等の符号を便宜上用いる。このような分類上の符号についての考察は井上 (2009) や磯野 (2011b) などで調査対象に応じた考察がされているので参照されたい。

³ みずほ総合研究所 (2011) によれば、インドネシアにおける日系メーカーの自動車、自動二輪車のシェアは共に9割を超える。



写真1 スカルノハッタ国際空港「I,E,C,A,J」



写真2 成田国際空港（日本）「J,E,C,K」



写真3 中国大連周水子国際空港（中国）「C,J,E,K」



写真4 仁川国際空港（韓国）「K,C,J,E」

次にジャカルタ市内、及びバンドン市内にある公共表示の日本語に目を向けたい。まず基本的に市内の公共表示がどうなっているのかを確認するために写真5、6を挙げる。写真5はジャカルタ市内の博物館である Taman mini Indonesia Indah (Indonesia in Miniature Park) で「Lantai 3 Seni dan Kriya・3rd Floor Indonesian Art and Craft」とインドネシア語と英語の併記（意味は同じ）、写真6はバンドン市にある国立インドネシア教育大学（UPI: Universitas Pendidikan Indonesia）周辺にある道の名称を示す道路標識で「JL. JAYENGRANA・スンダ文字」とインドネシア語とスンダ語の二言語併記である。これらに代表されるように街中に一步入ると、基本的に日本語は見当たらず、インドネシア語や英語が溢れ、かつバンドンではインドネシアの中で特にこの地域の言語・文字であるスンダ語・スンダ文字がアイデンティティの確保と主張から写真6にあるように民族文字として併記されていることは多民族国家としての特徴をよく表している。従って、写真7の日本大使館付属の日本人学校のような所でも、表玄関は上から「BANDUNG JAPANESE SCHOOL・YAYASAN PEMELIHARAAN SEKOLAH JEPANG BANDUNG・日本国大使館付属 バンドン日本人学校」のように英語・インドネシア語・日本語の三言語併記だが、一步中に入ると、写真8の「MASUK→TAMU WAJIB LAPOR（受付→ゲストは必ず訪れてください）」のようにインドネシア語の単独表記も存在する。



写真5 ジャカルタ市内「I,E」



写真6 バンドン市内「I,BS」



写真7 日本人学校周辺の案内表示「E,I,J」



写真8 学校敷地内の案内表示「I」

5. インドネシアの街中に見られる日本語の特徴と役割

それでは、インドネシアの街中のこういった場所や物に日本語が観察されるのであろうか。調査の結論から言えば、日本語が多く見られるのはショッピングモールやアウトレットモールの店舗看板、またスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの店内の商品である。まず代表的なのは、やはり写真9、10のような日本食を扱う店舗であり、写真9は日本風のラーメンを食べることができる店舗で「ラーメン SET・NOODLE」などと日本語を使用し、雰囲気醸し出している。注目すべきは写真10の和食レストランのように「旨い 安い 清潔 本物の日本味・uma i yasui sei ket su hon mono no ni hon aji・Enak Murah Bersih Rasa Asli Jepang」と日本語は漢字仮名交じりで表現しているものの、日本語が読めないインドネシア人のためにアルファベットで日本語の読み方（厳密には音）を再現できるよう表記されていることであろう。これならば、日本語の表記、そして読み方、またインドネシア語が併記されていることで意味も理解することができるため、日本食レストランを訪れることによって目、耳、口で楽しむことができる。これは日本語が読めず、漢字から意味を推測することができない非漢字圏の人々にとっては嬉しい配慮であろう。



写真9 ラーメン屋の看板「E,J」



写真10 和食レストラン「J」（読み方付き）・I」

次に日本食以外の看板を手掛かりに、インドネシアにおける日本語の役割を具体的に考察していく⁴。写真 11 から 16 はバンドンで収集したデータで、写真 11 は「HARAJUKU」、写真 12 は「ShibuYa」と書かれた服飾店の看板であり、日本の流行をリードし知名度のある原宿と渋谷を店舗名にしたものとわかる。知名度のある土地を店舗の名称に採用する例は日本でもあるが（大都市である New York など）、ここでは東京の中でも原宿や渋谷といった名を冠することによって、ファッション性の高いお洒落な雰囲気を演出しようとしている。そして、さらに日本語をお洒落や先進性といった意味合いから活用しようとする写真 13 のような事例も出てくる。写真 13 は化粧品店の看板で「こずい・KOZUI」と表記されているが、日本語にこのような語彙は存在しない。また「KOZUI」はインドネシア化粧品のブランド名なのである。つまり、写真 11 や 12 で見られた例よりも単純な「日本語をアクセサリのように使用することによってファッション性や洗練度を高める」という意図が窺われる。



写真11 服飾店の看板①



写真12 服飾店の看板②

⁴ 写真 13 から 16 で指摘している日本語の特徴と役割は、バンドンを何らかの目的で訪れる日本人の数の少なさが根拠となる。インドネシア共和国観光クリエイティブエコノミー省の最新の報告によれば、2013 年 2 月度にインドネシアを訪れた日本人の総数は 36,701 人で、そのうちバンドンを訪れているのはわずか 98 人である。このような状況で店舗の日本語表記が日本人客に向けられているとは考え難く、むしろインドネシア人に対するものであろう。また、本論文の共著者であるインドネシア語母語話者の証言では、日本語が店舗のデザインとして使用されていることは、インドネシア人の共通した認識であるとのことであった。



写真 13 化粧品店の看板



写真 14 雑貨店の看板

日本でもプリントTシャツに意味の分からない英語が書かれている事例など、生産地や発祥地に関係なく、文字が何らかの雰囲気を出し狙いからプリントTシャツや看板でアクセサリーの一部となっていることがあるが、写真 13 はインドネシアでも日本語がアクセサリーのように一種のファッションとして、或いはデザインとして扱われている好例と言える。同様に写真 14 は雑貨店の看板であるが「プレゼント・purezento」とカタカナとアルファベットで表記されており、さらに看板の下部には「プレ」と表記されている。「プレ」は「誕生日プレゼント」の省略形である「誕プレ」、そしてさらに「プレゼント」を「プレ」というように、若者の間で使用されている言葉を店舗に使用することによって、若者向けに今風を演出していることが見て取れる⁵。写真 15 はパンを専門に販売する店舗で、左側の商品ラベルには「Cream cheese・クリームチーズ」とアルファベット表記と日本語で書かれており、インドネシア語はない。また右の商品ラベルには「Cream pan・クリームパン」とあり、英語ではない「pan」が使用されている。日本語で「パン」はフランス語の「pain」やポルトガルの「pão」が起源の言葉を外来語として使用しているため、ここでは日本語の音を再現して使用していると推測することができる。写真 16 はコンビニエンスストアで商品として販売されていたスナック菓子で「Oishi・Makanan Ringan」とあった。「Oishi」は日本語の「おいしい」、「Makanan Ringan」はインドネシア語で「軽い食事」を意味し、それぞれ意味は異なる。しかし、日本語の表記をアルファベット表記にして読めるようにし、かつ難易度の低い語彙で意味の理解を促している点は、既述の言語をアクセサリーのように使用する観点とともに、実際に販売促進の有効な手段と成り得ると考えられる。

⁵ なお「プレ」「誕プレ」という用語は、写真 14 のように看板に書かれているいくつかのキーワードや店舗の特徴から導き出すことも可能であるが、調査に同行した 20 代前半の日本語母語話者の複数人が話し言葉や書き言葉で「実際に使用している」という回答であった。



写真 15 パン屋の店内商品



写真 16 コンビニエンスストア内の商品

6. インドネシアに見られる日本語の誤用

これまでにインドネシアで活躍する日本語の現状と役割について見てきたが、ここではインドネシア国内の言語景観を対象として、表記されている日本語にどのような誤用があるのかに注目する。諸外国で目にする日本語の中に表記の誤用や表現に不自然さのあるものが多く存在することは、これまでの言語景観研究でも指摘がある。そして、インドネシアにおいても同様に様々な事例があったが、いくつか注目すべき特徴もあった。写真 17 は前述のスカルノハッタ国際空港にある手荷物受取所の案内表示であるが、日本語に注目すると「品物損害クرائم」と表記されている。インドネシア語の表記は「Pengambilan bagasi (荷物検索)」、英語では「Baggage claim」となっているのであるが、恐らくこれらを混同し「Bagasi・Baggage」を「品物」、「claim」をインドネシア語の発音で「クرائم」とし、かつ「損害があった場合の賠償を請求する場所」という意味で使用しているのであろう。「claim」は日本語では「クレーム」と表記し、用語全体としては「手荷物受取所」などの表記が一般的であることから、不自然な表記であると同時に、語彙選択そのものも間違っている。

次に店舗や商品などの民間表示に日本語の誤表記や不自然な表現が多く見られることは、これまでの先行研究でも指摘がある(磯野 2010a、2011a、2011b、2012b、張・薄 2012)。しかし、表記の誤用ひとつを取り上げるにあたっても、様々な次元が存在することも今回の調査で再認識した。写真 18 はコンビニエンスストア内の商品であり、日本語に注目すると「マツユマロ」と表記されており、正確には「マシュマロ」である。「シ」と「ツ」のかたちが似ていることから生じた誤表記であると指摘することができるが、このような例は一見して誤用が分かる例である。次に写真 19 は、先に取り上げた和食レストラン(写真 10)の看板の一部であり、この店舗の名称は「Oishinbo 美味しんぼ」であった。そして細かく観察すると「ぼ」の濁点「ん」が「」のように逆に表記されていることがわかる。このような事例は大雑把に見れば見逃す可能性のある誤用であり、注意して文字表記を観察する必要性を再認識する良い事例となる。さらに文字表記の誤用だけではなく、用語の使い方に関する不自然な事例も存在し、その好例が写真 20 で、日本風ラーメン店の看板には「Daiji 大味」と表記されている。まず「大味」は「おおあじ」としか読むことができず、「Daiji」に

するのであれば「だいじ」「大事」「大字」などの表記の工夫が必要である。そして「大味」は日本語では「味にこまやかな風味が感じられない」や「美味しくない」という意味で使用されるため、この用語を当て字で使用するにも日本語母語話者の実際の使用と異なるため表現の不自然さが伴う。

このように写真 17 から写真 20 で、誤表記にもすぐに分かるものから濁点や句読点といった細部にも注目しなければならないものがあり、さらに誤表記のみならず用語の扱いや表現方法の誤りや不自然さを考慮しなければならない事例も存在することが明らかになった。



写真 17 公共表示の誤表記



写真 18 民間表示の誤表記①



写真 19 民間表示の誤表記②



写真 20 民間表示の用語の扱い

7. まとめと今後の課題

以上、本研究では言語景観に見られるインドネシアの日本語の現状と役割について、公共表示と民間表示の事例を考察した。公共表示について、インドネシア国内では国際空港など外国人の最も多い場所には、地理的に近接していないにも関わらず日本語でも表記されており、その理由として日本製品を中心とした日本の様々な物品が定着しており、経済面からの影響力が推察できた。一方で空港から一步出て街中に入ると、インドネシア語と英語、民族語が大部分を占め、日本語表記が極端に少なくなることも特徴的であったと言える。民間表示では、日本の商品を扱う店舗はもちろんのことだが、それ以外に日本と関係がなくても店名に日本の地名を活用し、或いは日本語の語彙を商品名につけることによって先進性やファッション性、洗練度を高める印象や

お洒落な雰囲気を作り出す「アクセサリーとしての日本語」の役割が明らかになった。日本では一般的に英語がファッションのように取り上げられることが多いが、日本語もまた海外では装飾品の役割を果たし、「かっこいいもの」として考えられていると本調査から言えるのではないかと考える。またこのような諸外国で活躍する日本語には、現地ならではの誤りや不自然さを伴う表現も観察されたが、本調査では誤表記にも様々なレベルがあること、用語の扱いにはいくつかの観点（読み方や実際に使われている意味）が必要になり、それらを誤ると不自然になってしまうことを指摘した。

本研究では、いくつかの事例を取り上げ定性的にその現状や役割、特徴について考察を行ったが、定量的な分析を考慮していない。このため、今後は一定の調査範囲を決め、多言語表記を含めた日本語表記の数の割合を算出し、影響力の定性的な分析の裏付けを取るなど、一定の傾向を明らかにするための調査を行っていきたい。

付記

本稿は（独）日本学生支援機構より採択された「平成 24 年度首都大学東京・インドネシア教育大学大学院生研究交流プログラム」の活動の一環として行われたインドネシアジャカルタ及びバンドンにおける調査活動、及びインドネシア教育大学国際シンポジウム「Language and Culture」（2012 年 9 月 6 日）における口頭発表をまとめたものである。執筆にあたり、建設的なご意見を下さった方々に感謝を申し上げる。

参考文献

- 磯野英治（2010a）「日本海を渡った日本語の言語景観－韓国各都市における現状－」『日本海総合研究プロジェクト国際シンポジウム 世界の言語景観・日本の言語景観 予稿集』、富山大学・総合地球環境学研究所、13-16.
- （2011a）「韓国ソウルの国際化・多民族化に対応する多言語景観」『日本海総合研究プロジェクト国際シンポジウム 多言語化する「地方」予稿集』、富山大学人文学部、18-21.
- （2011b）「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－」、中井精一他編、桂書房、74-95.
- （2012b）「言語景観から読み解く多民族社会－韓国ソウル特別市における外国人居住地域からの分析－」『日本語研究』第 32 号、首都大学東京・東京都立大学 日本語・日本語教育研究会、191-205.
- インドネシア共和国観光クリエイティブエコノミー省（2013）「インドネシアへの外国人訪問客数－2013 年度外国人訪問客数－」
<http://www.visitindonesia.jp/media/01.html>
- 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－」、中井精一他編、桂書房、38-53.
- 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－」、中井精一他編、桂書房、54-73.

- 井上史雄 (2009) 「経済言語学からみた言語景観—過去と現在—」『日本の言語景観』、
庄司博史・ペート バックハウス・フロリアン マルクス編著、三元社、53-78.
- 国際協力銀行 編 (2012) 『インドネシアの投資環境』、株式会社国際協力銀行.
- 国際交流基金 編 (2011) 『海外の日本語教育の現状 日本語教育機関調査・2009 年概要』、国際交流基金.
- ロング・ダニエル (2010) 「奄美ことばの言語景観」『東アジア内海の環境と文化』、
金関恕監修、内山純蔵・中井精一・中村大編、桂書房、174-199.
- 張守祥・薄紅昕 (2012) 「中国東北地方の多言語景観に関する社会言語学的考察—大連・ハルビン・佳木斯・方正を事例として—」『日本語研究』第 32 号、首都大学
東京・東京都立大学 日本語・日本語教育研究会、71-84.
- みずほ総合研究所 編 (2011) 「拡大が続くインドネシア自動車市場—現在の市場の特徴と、今後の変化への対応—」『アジア・オセアニアインサイト』、みずほ総合研究所.
- 森山幹弘・塩原朝子編 (2009) 『多言語社会インドネシア—変わりゆく国語、地方語、
外国語の諸相—』、めこん.

(いその ひではる・独立行政法人 日本学生支援機構 講師)

(じょん みじょん・首都大学東京大学院生)

(ささき みか・首都大学東京大学院生)

(アニサ アリアニンシー・インドネシア教育大学大学院生)

(エカ マートラ ホイルニサ・インドネシア教育大学大学院生)

(レカ デラ フィトラティ・インドネシア教育大学大学院生)