

東京都世田谷区 駒沢大学駅周辺の言語景観

——特に景観中の地名表示に着目して——

小田匡保*

Linguistic Landscape near Komazawa-daigaku Station, Setagaya, Tokyo: Special References to Place-Name Display in Landscape

ODA Masayasu

本稿ではまず、言語景観に関する日本の地理学研究を整理し、研究を深化させるために、調査対象範囲を店舗看板以外に拡大すること、景観の作り手・読み手を検討すること、地域差や地名に着目することを提案する。次に、駒沢大学駅周辺の景観中の地名表示（地名景観）を調査し、地名要素、作成主体、表示目的、設置場所の観点から分類する。地名要素では町名・区名が多いこと、作成主体では事業者・行政によるものが多いこと、表示目的は五つに分類され、発信者名表示と地名表示を目的とするものが多いことなどが判明する。また、地名の位置に対する事業者の認識の点から地名景観の分布を分析した結果、数の多さと分布の広がり、用途の幅の広さから、「駒沢」がおそらく対象領域で最も弁別力の高い地名と考えられていることが明らかになる。

キーワード：言語景観、地名景観、分布、位置認識、地理学

Keywords: linguistic landscape, place-name landscape, distribution, recognition of location, geography

I. はじめに

1. 言語景観に関する日本の地理学研究

言語景観は、後述する正井の先駆的な研究を除けば¹⁾、日本では2000年代後半から主に社会言語学や日本語学で研究されるようになった分野である²⁾。景観中の言語表示、すなわち景観中の言語の種類や表記、表現などが分析され(庄司ほか 2009, 中井・ロング 2011など)、特に多言語景観、多言語表示に関する研究が多く見られる。また最近では、日本語教育への活用に関する研究も行なわれるようになってきている(磯野 2020)。

地理学者の初期の研究としては、正井(1969)が挙げられる。この論文では、「文化景観」「都市景観」の語はあるものの、「言語景観」の語は見られないが³⁾、まさに言語景観の調査研究である。正井は、新宿の3,000の設営物⁴⁾を対象にして、業種・名称・看板広告を調査している。そして、業種別に使用言語と文字の傾向を分析している。言語の種類は日本語・英語など、文字の種類は漢字・ひらがな・カタカナ・ローマ字(アルファベット、ラテン文字)である。この研究は、正井自身も「あまりに地理学的研究ということにこだわるつもりはない」(正井 1969: 44)と述べるように、言語の種類と文字表記に着目した、どちらかと言えば言語学的なものである。正井(1972a)はこの要約版であるが、「都市言

*駒澤大学文学部地理学教室

語景観」「言語景観」の語が現れる⁵⁾。正井 (1972b) では、「都市言語景観」は文字と言語という二つの対象を主に調査できると述べ、正井 (1969) の新宿の例を挙げる。さらに、正井 (1983) は新宿の550軒の喫茶店の店舗名を収集し、正井 (1969) と同様、言語別・文字別に集計して、前回調査からの変化を見ている。これら一連の文献から、正井は、言語景観といっても、もっぱら「都市言語景観」を念頭においているように見える。また、言語と文字の種類に特に注目しているが、正井 (1983) では店舗名に地名が用いられることにも注意を払っており、これは地理学の側からはもっと評価すべきと考える。

他方、言語地理学者の柴田 (1970: 54-55) は、言語の空間的広がりのような意味合いで「言語景観」の語を使っている。これは、ドイツ語のSprachlandschaftの翻訳であり、「景観」は視覚的景観ではなく、ドイツ語Landschaft本来の地域の意味で使われている。しかし、この用法は、正井をはじめ、他の研究者に受け継がれることはなかったようである。「言語景観」に対応する英語linguistic landscapeも、1997年にこの語を使い始めたLandry and Bourhis (1997) が公共・商業サイン(看板や標識)上の言語と定義するように⁶⁾、「景観中の言語表示」のことを指しており、この用法が日本にも流入して定着している。

その後の地理学からのアプローチとしては、関谷・土屋 (2009) が、新宿区大久保地区の店舗看板の言語(日本語とハングル)と業種を調査している。また近年、筑波大学の池田は、学生たちと精力的に言語景観調査を行ない、学会発表している。升一ほか (2020) は、代官山のカフェ・喫茶店の店名・メニュー看板の言語とアルファベット・フォントを調査している。大畠ほか (2021) は、シンガポール・チャイナタウンの飲食店看板の言語と料理ジャンルを調査している。熊谷ほか (2021) は、台北市旧大正町の店舗看板の言語と文字、業種、営業時間などを調べている。一方、松井ほか (2020) は、代官山の集合住宅名称の言語や地名、建物の建造年を調べているが、集合住宅名称は住宅地図を参照しており、目に見える言語景観の調査ではない。池田・高濱 (2021) は、旧西ベルリン市の店舗名の言語、業種などを調査しているが、Googleストリートビューから得ている情報は一部で、店舗の名称はその他の資料にも拠っており、やはり視覚的言語景観の研究とは言えない。池田・高濱 (2022) は、上述の関谷・土屋 (2009) 以下が学会発表要旨だったのに対して、待望のフルペーパーで、旧東ベルリン市の観光街路にある店舗の名称の言語種と店舗の業種を主に調査している。しかしながら、実際に分析しているのは、地図に掲載されている店舗名称であり、論題に「言語景観」とはうたうが、言語景観の研究になっていない(GoogleマップとGoogleストリートビュー掲載の店舗の写真が論文中に多数転載されているが、写真が分析されているわけではない)。論文の主たる関心は、当該街路の観光地化、ジェントリフィケーションにあるようであり、池田・高濱の言う「言語景観」(本稿なりに言い換えれば、店舗名称の言語の種類)はそれらの影響を受けると位置づけている。

以上のほか、社会科・地理教育の教材としての関心から言語景観を論じたものに、細川・藤本 (2011)、大平 (2019) などがある⁷⁾。

2. 研究深化の可能性と関心の所在

教材としての論考を除き、従来の地理学の言語景観研究に多いのは、店舗看板の言語の種類を調査するものである。日本語の場合は文字の種類にも着目している。しかし、言語の種類や文字表記の分析のみでは、言語学的ではあっても地理学的とはいえない。そこで、これまでの地文学研究の多くは、業種など店舗の属性と関係づけて多言語景観を説明してきた。

しかしながら、言語景観研究をあらためて考えた時、店舗看板は言語景観の一部しか取り上げていないことに気づく。社会言語学などでは、看板以外にも各種の表示や掲示が扱われている。地理学からの

言語景観研究も、調査対象範囲を店舗看板以外に拡大することが必要であろう。

研究対象を各種表示にまで広げると、上述の店舗属性との関係づけだけでは不十分である。池田・高濱(2022)は、店舗名称の多言語を観光地化、ジェントリフィケーションという地域の特性と関連づけようとしたが、それ以前に、多言語景観を作るのはだれか(作り手)、景観をだれが読むのか(読み手)に思いをめぐらせる必要があると筆者は考える。住民・事業者・行政・来訪者などのエスニシティを掘り下げることから、地理学研究深化の可能性が広がるのではなかろうか⁸⁾。榎本・小田(2022)では、在日米軍基地周辺のアメリカ人向け英語景観を、彼らの行動範囲を表すものとして読み解いた。

ただし、多言語景観でなければ、地理学的研究ができないわけでもない。たとえば、既往の社会言語学研究で言及されてきた言語景観の「地域差」も、まさに地理的視点と言える(井上 2009, 染谷 2009)。また、田中ほか(2012)が目指す「言語景観による街の類型化」も、この延長上にあると考えられる。

本稿では、正井(1983)や松井ほか(2020)が関心を示した「地名」に着目したい。言語景観の言語には、地名も含まれる。本稿では、景観の中に地名が表示されているものを「地名景観」と呼ぶことにする。都市景観や農村景観、森林景観といった、空間的に広い範囲を指す「景観」の語の一般的な使い方からすると「地名景観」の語は違和感があるかもしれないが、景観中の言語表示を言語景観と言うことにならう。「地名景観」は、インターネットを検索しても、「地名・景観」の意味で使われている場合を除いて、ほとんど使用例がなく、本稿のオリジナルの用語である⁹⁾。

本稿のⅢ章では、地名景観を地名要素、作成主体、表示目的、設置場所の観点から分類し、分類相互間の関係を見る。Ⅳ章では、地名の位置に対する認識の点から地名景観の分布を分析する。

Ⅱ. 調査方法

調査対象領域は、東京都世田谷区にある東急田園都市線駒沢大学駅真上の駒沢大学駅前交差点から南の東京都道426号上馬奥沢線(通称:自由通り)沿道で、南端は、道路東側は、国立病院機構東京医療センター・東京医療保健大学国立病院機構キャンパスの敷地北西端まで、道路西側はこの向かいの丁字路までの約600mの区間とした(図1)。この範囲は東京都世田谷区と目黒区の境界線をまたいでおり、住居表示のうえでは、世田谷区上馬3丁目、駒沢1丁目、目黒区東が丘2丁目に属する。1967年(東が丘2丁目は1964年)の住居表示実施以前は、上馬3丁目部分が上馬町1丁目、駒沢1丁目部分が上馬町3丁目、東が丘2丁目部分が大原町であった。ここを調査対象としたきっかけは、2020年度、コロナ禍で、泊りがけでの聞き取り調査が大学の授業で不可能となり、それにかわるものとして学生と駒沢大学周辺の景観調査を試みたことによる。特に、駅周辺で多数の事業所があり、かつ区界をまたぐために地名が複雑になるこの領域を、本稿では詳細に検討する。

データ収集の対象は、道路上にある地名表示(交差点標識、区界標識)、歩道設置の各種設備や掲示のほか、沿道の施設の道路側に掲げられた看板・銘板や掲示に見られる地名とし、写真を撮影した。原則として、歩道から目視できる範囲としたが、歩道から数メートル歩いて判読できる銘板や掲示等も含めた。逆に、歩道から視認できても、自由通りに交差する道沿いと判断できる看板・掲示等は対象外とした。同じ設備や施設に同じ地名が複数表示されている場合は複数にカウントした¹⁰⁾。店舗看板などの言語の種類に着目する従来の研究では、同じ言語景観を複数カウントしていないが、本稿では視覚的景観の量的側面を重視し、地名景観の数を数えることにした。

なお、地名ではあっても、調査対象領域外など、離れた場所や施設を案内する標識や看板は外した。地名の空間スケールは、対象領域が区界をまたぐことから区までとし、それより大きい東京・日本は

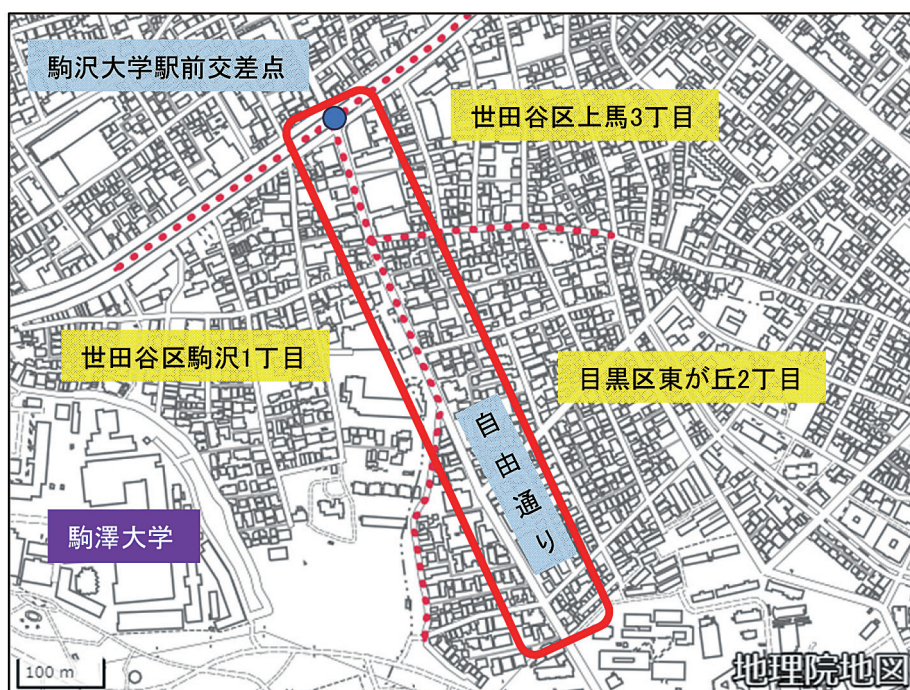


図1 調査対象範囲

点線は町丁界。
基図は地理院地図 Vector を使用（以下の図も同じ）。

データ収集の対象外とした。

現地調査は、2020年11月26日と28日に実施した。地名が表示された看板や掲示等はすべて写真撮影し、後でデータを整理した。Google ストリートビュー（幸い、調査日に近い2020年12月撮影の画像が掲載されている）でも確認し、見落としと思われるものは現地で再調査した。

Ⅲ. 地名景観の分類

1. 地名要素とその分類

収集された地名景観の総数は445件である。地名別の内訳は、表1のとおりで、1位「駒沢」63件、2位「世田谷(区)」61件、3位「東が丘」52件という順位になる¹¹⁾。

しかし、地名には「自由通り」＋「東が丘」のように、複数の地名要素の組み合わせになっているものがある。地名要素（「地名景観要素」とも呼べる）ごとに出現数を集計すると合計532件で、内訳は表2のように、1位「東が丘」、2位「駒沢」、3位「世田谷(区)」となる。13件ある「大原」は、上述のように、住居表示実施以前の旧町名で、現在も町内会名として使われている。7件の「真中(まなか)」は、かつて駒沢大学駅前交差点にあった東急玉川線の電停名であり¹²⁾、交差点名としても使われていた（日本住宅地図出版 1979：80）。6件の「碑文谷(ひもんや)」は、目黒区の警察署の名前であり、明治22年以前の村名に由来する¹³⁾。

地名要素が単独で使用されている割合を計算すると（表2）、地名要素としては5番目に多い「自由通

表1 名称別の地名景観数

名称	地名景観数
駒沢	63
世田谷(区)	61
東が丘*	52
駒沢大学(駅前)	50
目黒(区)	42
自由通り+東が丘	30
目黒(区)東が丘	22
目黒(消防署)	21
自由通り+駒沢	16
駒沢公園	12
大原	12
世田谷(警察署)	10
駒沢自由通り	9
世田谷区駒沢	7
真中	7
碑文谷(警察署)	6
自由通り	5
上馬	5
世田谷(郵便局)	3
小橋	3
世田谷(消防署)	2
世田谷区上馬	2
世田谷(総合支所)	1
目黒区大原町	1
区外**	3
合計	445

*「東が丘」は「東ヶ丘」を含む。

**「区外」は、飲料自販機の管理者名(企業の支店・営業所名)に両区外の地名が含まれているものである。支店・営業所の管轄範囲が区の空間スケールを超えているか確認できないので、データ収集対象とした。

り」は単独使用率が5%と低く、ほとんど他の地名要素と組み合わせられて使われていることが分かる。これは、「自由通り」の地名要素単独では分かりにくいと想定されて、他の地名要素とセットにされていると推測される。すなわち、他との弁別力が乏しいと見なされていると言える。

地名要素は、区名、町名、駅名などに分類できる。地名要素を種類別に集計したものが表3である。「東が丘」「駒沢」「上馬」という町名が最も多く206件あり、次いで「目黒」「世田谷」という区名である。その他、道路名、駅名¹⁴⁾、地名を冠する公的機関名、町内会名(旧町名)、施設名、旧駅名(旧交差点名)が地名要素として使われている。他の場所では学校名(学区名)も表示されている可能性があるが、調査対象範囲では確認できなかった。

2. 作成主体による分類

次に、地名景観の作成主体に着目して分類する。庄司(2009:26-31)は、多言語景観という前提のもとではあるが、外国人とならぶ情報の送り手としてのホスト(日本)社会を、商店・ビジネス・交通機関、行政、NGOなどの市民組織、地域住民の四つに分けている。この言も参考によれば、対象範囲では地名景観の作成主体を、住民、住民組織、事業者、事業者組織、行政の五つに区分できる(表4)。住民作成の地名景観はわずか2件である。調査対象範囲には戸建て住宅がほとんどなく、当該の2件は、ある個人住宅の表札と郵便受けの住所である。地名を含むマンション名や所在地を記したマンションの銘板は施設住民作成の地名景観とも考えられるが、銘板は、住民が入居するよりも前にデベロッパーによって設置されていることが普通である。また、マンションの名称自体も開発業者が案出しているため、マンション銘板の作成主体は事業者

者とした。ビルに住戸と事業所が同居している場合も、ビル名の表示は事業者作成とした。マンション管理組合によって設置された立入禁止などの注意看板は、入居後の住民作成の景観と言えそうだが、そこに含まれるマンション名自体はやはりデベロッパーの命名によるので、これも事業者作成に含めた。なお、注意看板にマンションの所在地が付記されていれば、住民が公的地名を景観として表示していることになるが、そういう例はなかった。住民組織による地名景観は12件である。この12件は、地元町内会が設置している防犯カメラと、防犯カメラ作動中の警告シール(電柱貼付)に町内会の名前が記されているものである。町内会の掲示板は、対象範囲では見られなかった。事業者作成の地名景観は264件で、五つの分類中最も多い。主に店舗や医院の看板・掲示類であるが、電柱には電気通信会社(NTT東日本)や電力会社(東京電力)貼付の地名景観が見られる。上述のマンション銘板や注意看板も、マンション開発業者による地名景観とする。事業者組織作成の地名景観は17件である。うち16件は、街

表2 名称別の地名要素数と単独使用率

名称	地名要素数	単独使用数	単独使用率(%)
東が丘	104	52	50
駒沢	95	63	66
世田谷(区)	70	61	87
目黒(区)	65	42	65
自由通り	60	5	8
駒沢大学(駅前)	50	50	100
目黒(消防署)	21	21	100
大原	13	12	92
駒沢公園	12	12	100
世田谷(警察署)	10	10	100
真中	7	7	100
上馬	7	5	71
碑文谷(警察署)	6	6	100
世田谷(郵便局)	3	3	100
小橋	3	3	100
世田谷(消防署)	2	2	100
世田谷(総合支所)	1	1	100
区外	3	3	100
合計	532	358	67

表3 種類別の地名要素数

種類	地名要素数	地名要素の例
町名	206	東が丘, 駒沢, 上馬
区名	135	目黒, 世田谷
道路名	60	自由通り
駅名	50	駒沢大学
公的機関名	43	世田谷(警察署, 郵便局, 消防署, 総合支所), 目黒(消防署), 碑文谷(警察署)
町内会名(旧町名)	13	大原
施設名	12	駒沢公園
旧駅名(旧交差点名)	7	真中
不明	3	小橋
区外	3	
合計	532	

表4 作成主体別の地名景観数

作成主体	地名景観数	作成主体の主な例
住民	2	個人
住民組織	12	町内会
事業者	264	店舗, 医院, 電気通信会社, 電力会社, マンション開発業者
事業者組織	17	商店街
行政	150	世田谷区, 目黒区
合計	445	

路灯に設置者である商店街の名前が表示されているものである。行政によるものは150件で、事業者に次いで多い。歩道に設置された標識や設備、掲示に世田谷区・目黒区やその機関の名前が記されている。駅近くという場所柄のため、世田谷区による「自転車・バイク放置禁止区域」や「自転車放置禁止」の表示が非常に多い。以上のように、駒沢大学駅周辺の地名景観を作成主体から検討すると、店舗看板など事業者作成のものが最多であるが、それ以外に、行政による地名景観も多く見られることが判明する。

次に、作成主体ごとの地名の内訳を示したものが表5である。住民作成の地名景観2件は、個人住宅の表札と郵便受けにある住所、すなわち「目黒区東ヶ丘」と「目黒区大原町」（住居表示実施以前の地名）である。住民組織作成の地名景観12件は、すべて「大原」（町会）という旧町名由来の町内会名である。事業者作成の地名景観は、最多が「駒沢」の59件で、次いで「東が丘」37件、「駒沢大学（駅前）」33件、「自由通り」＋「東が丘」30件、「目黒」23件などという順位になり、「駒沢公園」も12件ある。町名が最も多く使われ、他に駅名、道路名、区名、施設名などさまざまな種類の地名要素が使われていることが分かる。旧駅名、旧交差点名の「真中」は、居住歴の長い地元住民にしか知られていない地名と思われるが、スーパーの支店名と企業名に残っている。なお、これらの地名のうち、「自由通り」＋「東が丘」30件、「自由通り」＋「駒沢」16件はすべて電柱広告（巻広告）下部の町名地番表示にあるものである。また、「目黒」23件のうち18件は電柱貼付の管理番号に含まれるものである。店舗看板のみを抽出すれば、頻出地名の順位は違う傾向になると推測される。事業者組織の地名景観は、17件中16件が「駒沢大学駅前」（商店街）である。行政の地名景観では「世田谷（区）」が61件で最も多く、次いで「目黒」（消防署）21件、「目黒（区）」18件、「東が丘」15件などである。区名、町名の公的地名、地名を冠する公的機関名がほとんどで、他は駅名1件のみである。以上のことから、最大の地名景観作成主体である事業者の地名景観は、町名をはじめとして、さまざまな種類の地名要素を使用していること、第二の作成主体である行政は、もっぱら公的地名と地名を冠する公的機関名を表示していることが分かる。

3. 表示目的による分類

地名景観は、表示目的によっても分類することができると考えられる（表6）。本稿では、地名表示、施設名表示、発信者名表示、所轄者・所有者名表示、管理番号表示という五つの分類を提案する。この

表5 作成主体別の地名景観の内訳

作成主体	地名景観数	地名景観の内訳
住民	2	目黒区東が丘1, 目黒区大原町1
住民組織	12	大原12
事業者	264	駒沢59, 東が丘37, 駒沢大学（駅前）33, 自由通り＋東が丘30, 目黒23, 自由通り＋駒沢16, 目黒（区）東が丘14, 駒沢公園12, 駒沢自由通り9, 真中7, 世田谷区駒沢5, 自由通り5, 上馬4, 世田谷（郵便局）3, 小橋3, 世田谷区上馬1, 区外3
事業者組織	17	駒沢大学駅前16, 目黒区1
行政	150	世田谷（区）61, 目黒（消防署）21, 目黒（区）18, 東が丘15, 世田谷（警察署）10, 目黒区東が丘7, 碑文谷（警察署）6, 駒沢4, 世田谷（消防署）2, 世田谷区駒沢2, 世田谷区上馬1, 駒沢大学駅前1, 世田谷（総合支所）1, 上馬1
合計	445	

表6 表示目的別の地名景観数

表示目的	地名景観数	主な表示例
地名表示	109	電柱広告の町名地番表示、住居表示板、表札
施設名表示	94	看板・銘板記載の店舗・企業・集合住宅・ビル名
発信者名表示	136	掲示発信者の店舗名・マンション管理組合名・地方行政名
所轄者・所有者名表示	63	道路標識・消火栓標識・街路消火器格納箱記載の地方行政名、 街路灯の商店街名
管理番号表示	43	電力会社付与の電柱番号
合計	445	

順序は、地名を積極的に表示する意図があるか、次に、地名景観を積極的に表示しようとしているかという観点で配列している。最初は、地名表示自体が目的となっているものである。郵便物や宅配便の配達、外来者の訪問などを受け入れるために、景観中に地名が表示されるのは自然である。地名表示目的の景観数は109件で、典型例は表札や郵便受けであるが、個人住宅の例は2件、集合住宅5件、事業者3件と少ない。数として多いのは、電柱広告の町名地番表示48件であり、次いで住居表示板29件である¹⁵⁾。その他の内訳を詳記しておく、バス停標識7件、飲料自販機の地名表示4件、時間貸し駐車場の地名表示3件、公衆電話の地名表示2件、郵便ポストの地名表示1件、道路上の区界標識2件、道路交差点標識1件、その他2件である。二つめの施設名表示は、看板・銘板類に記載される店舗・企業・集合住宅・ビルなどの名前に地名が含まれているもので94件ある。本来は施設名の表示が目的であるが、そこに地名が入っているケースである。三つめの発信者名表示は、掲示類に付記される発信者名に地名が含まれているもので、5分類ではいちばん多い136件ある。二つめの施設名表示と同様、本来は発信者名表示が目的であり、発信者たる店舗やマンション管理組合などの名前にたまたま地名がついている場合である。区や清掃事務所など地方行政機関が発信者となっているものも多い。四つめの所轄者・所有者名表示は、道路標識・消火栓標識・街路消火器格納箱など屋外にある設備に地名入りの所轄者・所有者名が記載されているもので63件ある。多くは地方行政機関であり、他に街路灯の商店街名もこれに該当する。このタイプは、道路標識裏面のステッカーのように、所轄者・所有者自身が見て分かれば十分というものも少なくない¹⁶⁾。最後の管理番号表示は、設備に付された業務用の管理番号に地名が含まれているもので43件ある。このほとんどは電柱番号(40件)である。以上のように、表示目的の点から地名景観を分類すると、発信者名表示を目的とするものが最も多く、次いで地名表示目的によるものが多く見られることが分かる。

表示目的による地名景観の分類と上述の作成主体による分類をクロス集計してみる(表7)。地名表示

表7 表示目的・作成主体別の地名景観数

表示目的	住民	住民組織	事業者	事業者組織	行政	合計
地名表示	2	0	75	0	32	109
施設名表示	0	0	94	0	0	94
発信者名表示	0	4	49	1	82	136
所轄者・所有者名表示	0	8	4	16	35	63
管理番号表示	0	0	42	0	1	43
合計	2	12	264	17	150	445

が目的の景観では電柱広告の町名地番表示の数が48件あるため、事業者作成のものが75件と最も多く、次いで29件の住居表示板を含む行政作成の32件という順位になる。上述したように、地名表示は、当事者よりも半公的事業者や行政がサービスとして行なっている面が大きい。住民作成の景観は地名表示目的のみである。施設名表示が目的の景観は、店舗看板に代表されるように、すべてが事業者作成によっている。なお、行政の施設は対象範囲にはない。発信者名表示が目的の景観は、行政作成が最も多く、次いで事業者である。所轄者・所有者名表示も行政作成によるものが多い。管理番号表示が目的の景観はほとんどが電柱番号であるので、事業者作成の割合が圧倒的である。これら細分類の中で最も多いのは事業者の施設名表示94件であり、次いで行政の発信者名表示82件、事業者の地名表示75件である。

4. 設置場所による分類

沿道の地名景観は、設置場所によって沿道施設のもの205件と歩道・道路のもの240件に分けることもできる。表8は、設置場所別分類と作成主体別分類をクロス集計したものである。沿道施設の景観は、施設に居住する住民や事業を営んでいる店舗・企業が作ったものと考えられ（行政の施設はない）、事業者作成の景観が164件と圧倒的に多い。一方、歩道・道路の景観は、対象が都道ゆえ東京都が管理していると考えられるが、実際は世田谷区や目黒区の行政機関名表示が多い。しかし、そういう行政作成の景観は112件で半分に満たず、事業者作成の景観も100件と半数近い。これは、半公的事業者である東京電力やNTT東日本の掲出する電柱広告や電柱番号が大半を占めており¹⁷⁾、他に東急バスのバス停標識や、無許可で歩道に置かれる飲食店の移動式看板・掲示がある。その他、街路灯を設置する商店街、防犯カメラを設置する地元町内会のように、事業者組織、住民組織も景観作成主体となっている。複雑なのは、行政の作成した掲示が、沿道の住民・事業者施設に設置される場合、つまり景観作成主体と設置主体とが異なっている場合があることで、住居表示板はその代表例である¹⁸⁾。住居表示板は、歩道の電柱に設置されるものもあるが（4件）、ほとんどは沿道の建物の外壁や塀などに取り付けられている（25件）。以上のように、沿道施設の地名景観は事業者作成のものがほとんどであり、それに対して歩道・道路の景観の多くは、行政と半公的事業者によって作られていること、住居表示板はその中間的存在であることが明らかとなった。

なお、社会言語学でしばしば注目されてきたように、言語や文字の種類による分類もできるが、対象範囲では意味のある結果が検出されることがあまり期待できないため、この集計は省略する。

IV. 地名景観の分布

1. 分析対象

本章では、地名の位置に対する認識の観点から地名景観の分布を分析する。認識の研究の点からは、

表8 設置場所・作成主体別の地名景観数

設置場所	住民	住民組織	事業者	事業者組織	行政	合計
沿道施設	2	0	164	1	38	205
歩道・道路	0	12	100	16	112	240
合計	2	12	264	17	150	445

地名景観が地名本来の位置よりもどのようにずれているかに関心が向く¹⁹⁾。したがって、収集した地名景観445件すべての分布を見るのではなく、分析対象を以下のようにしぼる。まず、地名表示が目的の地名景観は、本来の地名の位置に存在するはずのものであり、地名の位置認識のずれを見るには適していない。また、発信者名表示や所轄者・所有者名表示、管理番号表示が目的の行政機関作成の地名景観も、やはりその行政区域内に位置しているはずであり、同様である。さらに、事業者の付与した管理番号の地名²⁰⁾や、事業者組織・住民組織が多数設置している同一の地名景観²¹⁾、事業者による所轄者名表示²²⁾は、当該地名景観のある程度の面的広がりが見込まれるが、調査対象範囲を超えてその全体像が把握できないこと、点的地名景観と同列に地図化すると強調されてしまうことから、これらも対象外とする。このようにしぼっていくと、結果的には、事業者が施設名表示と発信者名表示の目的で作成した143件の地名景観が分析対象となる。この場合の発信者名は施設名でもあるため、事業者が施設に付与した地名景観を分析するとも言える。具体的には、集合住宅やビル、事業所などの名称に含まれている地名の分布を検討する。ただし、一つの施設に同じ地名景観が複数ある場合、地図化が煩雑になるため、一つと数える。そのようにして重複を除くと、分析対象の地名景観は55件となる。以上のように分析対象を限定した結果、本章では、地名の位置に対する認識と言っても、景観の読み手が地名景観から得る認知ではなく、景観の作り手である事業者の認識を考察することになる。

地名景観55件の内訳は、表9のとおりである。「駒沢」23件、「駒沢大学（駅前）」12件の二つが多い。なお、住宅地図やGoogleマップなどによれば、これ以外にも地名付き施設名があるが、本稿では目視できた地名に限定しているため、対象外である。地名には、「駒沢自由通り」のように、複数の地

表9 事業者が施設名・発信者名表示目的で作成した地名景観数と施設種類別内訳

名称	集合住宅	ビル	店舗	医院	企業	駐車場	合計
駒沢	8	3	6	4	2		23
駒沢大学（駅前）	1		11				12
東が丘	2		1			2	5
駒沢公園	2			2			4
駒沢自由通り		1	1			2	4
目黒東が丘	2		1				3
真中			1		1		2
目黒	1						1
自由通り				1			1
合計	16	4	21	7	3	4	55

注：一つの施設に同じ地名景観が複数ある場合、1件と数えている。

表10 事業者が施設名・発信者名表示目的で作成した地名景観における地名要素数と単独使用率

地名要素	数	単独使用数	単独使用率(%)
駒沢	27	23	85
駒沢大学（駅前）	12	12	100
東が丘	8	5	63
自由通り	5	1	20
駒沢公園	4	4	100
目黒	4	1	25
真中	2	2	100
合計	62	48	77

名要素から成り立っているものがあるため、地名要素別の出現数を集計したものが表10である。「駒沢」と「駒沢大学(駅前)」が多いことに変わりはないが、単独使用率を見ると、「自由通り」と「目黒」は値が低く、他の地名要素と組み合わせて使われる割合が高いことが分かる。すなわち、これらの地名要素は、表2に関しても述べたように、単体では弁別力が乏しいと見なされていると言える。

2. 各地名景観の分布

次に、各地名景観の分布を検討する。「駒沢」地名を持つ23件の施設(図2)は、住居表示の駒沢1丁目部分に多いが、自由通り向かい側の上馬3丁目や南側の目黒区にも広がっている。表9で施設の種類を見ると、「駒沢」は満遍なく使われているが、特に集合住宅、店舗、医院の名前に利用されている。数の多さと分布の広がり、用途の幅の広さから、「駒沢」はおそらく対象範囲で事業者にも最も利用されやすい地名であること、言い換えれば弁別力の高い地名と考えられていることが分かる。東急の駒沢大学駅や駒沢公園にも「駒沢」の名称があることが、「駒沢」地名の訴求力を高めている。

12件の「駒沢大学(駅前)」(図3)の広がり「駒沢」よりも狭く、駅の近くに集まっているが、一部は目黒区域にもある。「駒沢大学(駅前)」地名の特色は、ほとんど(12件中11件)が支店名であることである。つまり、企業が事業展開する中で、駒沢大学駅のすぐ近くに店舗を開き、「駒沢大学(駅前)」店と命名したと考えられる。5件の「東が丘」(図4)は、すべて目黒区東が丘2丁目内に収まっている。うち2件は集合住宅、2件は駐車場である。4件の「駒沢公園」(図5)は、住居表示では目黒区東が丘2丁目にあるが、いずれも自由通りの西側で駒沢公園に近接している。これは集合住宅2件と医院2件で、命名の際に公的地名よりも近隣の「駒沢公園」を利用したと考えられる。同じく4件の「駒沢自由通り」(図6)は、自由通り沿いといっても、うち3件が駒沢大学駅近くにある。この3件は時間



図2 「駒沢」の分布

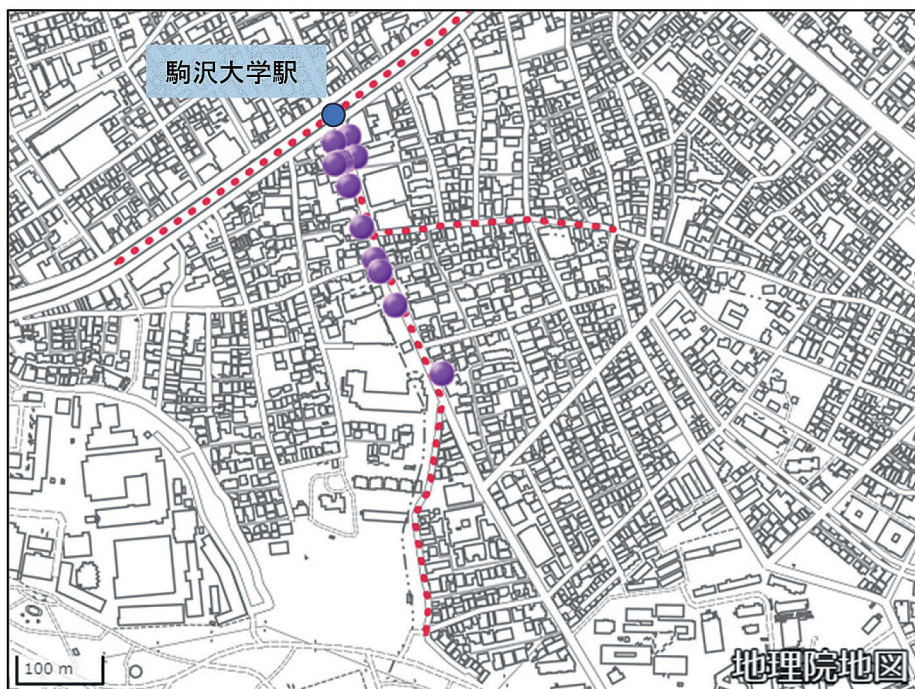


図3 「駒沢大学（駅前）」の分布

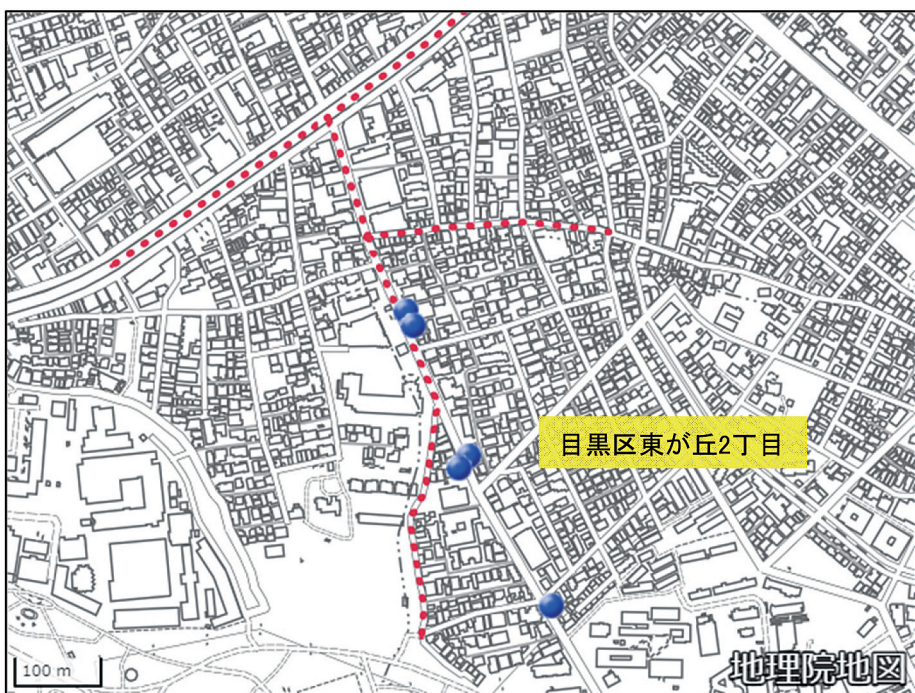


図4 「東が丘」の分布



図5 「駒沢公園」の分布

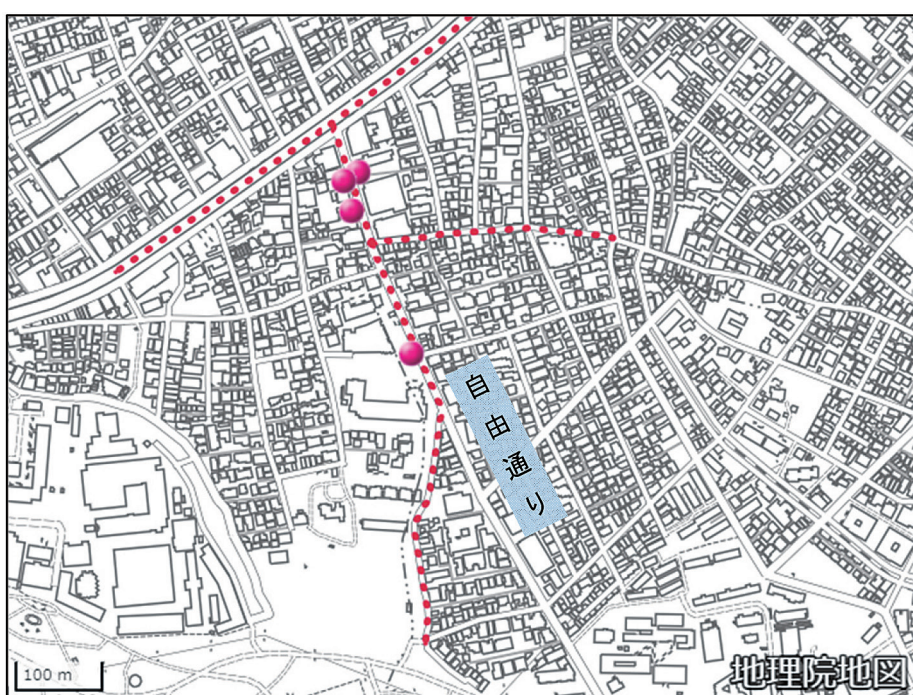


図6 「駒沢自由通り」の分布

貸し駐車場の施設名2件とコンビニエンスストアの支店名1件で、近くと同じ系列会社の施設・店舗があることから²³⁾、「駒沢」や「駒沢大学（駅前）」では区別ができず、差別化のために地名要素を組み合わせ「駒沢自由通り」の名称を採用したのではないと思われる。それでも対応しきれないくらい施設の数が増えると、二つの時間貸し駐車場「駒沢自由通り」第1と第2のように、同じ地名に番号を付して区別するようになるという筋道が想定される。管理番号表示の電柱番号は、その最たるものであろう。3件の「目黒東が丘」(図7)は、図4の「東が丘」と同様、すべて目黒区東が丘2丁目内にある。

2件の旧駅名「真中」(図8)は、駅近くにある。1件はスーパーMの店舗名である。この店が開店したのは1979年で(東洋経済新報社 2022: 549)、真中駅が1969年に廃止された後、しかも駒沢大学駅が1977年にできた後でもあるが、当時は「真中」の名がまだ交差点名として使われていた。交差点付近には、「真中」の名がつく旅館や瀬戸物店、スーパーマーケットがあった(日本住宅地図出版 1979: 80)。次の「目黒」の事例もそうであるが、地名景観の分析は、命名の時期、すなわち地名景観成立の時期も考慮する必要があるだろう。その後、交差点名も「真中」から「駒沢大学駅前」に変わったため²⁴⁾、地名景観や事業者の認識から「真中」地名が次第に消え、「駒沢大学（駅前）」に置き換わりつつあると言える。2009年、商店街名が「真中共栄会」から「駒沢大学駅前商店会」に変更されたのは象徴的である²⁵⁾。

1件ある「目黒」は、目黒区東が丘2丁目内だが、かなり駒沢大学駅に近いところにある。これは、まだ東急玉川線が走っていた1966年建設の古いマンションであり²⁶⁾、建設当時、駒沢大学駅は当然なかった。「目黒」という広域地名がマンション名や支店名になることに関しては、当該域内に同じ企業の施設の立地が想定されていないことが考えられる。後年、別の施設ができる場合には、より狭い範囲を指す地名や、上述の「目黒東が丘」のように別の地名要素との複合地名が使用されるようになるのだと思われる。



図7 「目黒東が丘」の分布

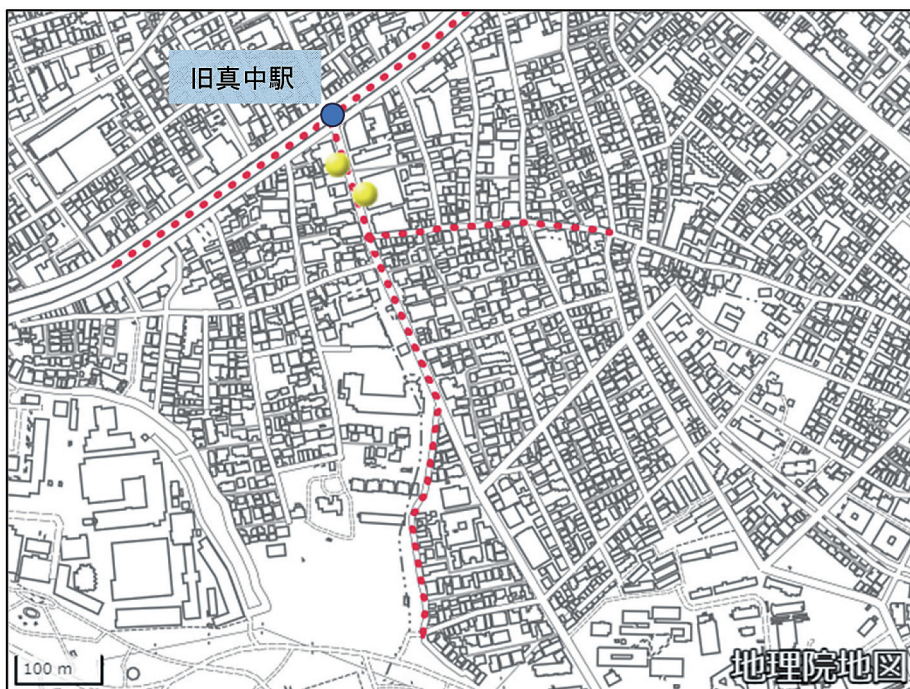


図8 「真中」の分布

V. おわりに

本稿ではまず、言語景観に関する日本の地理学研究を整理した後、研究を深化させるために、調査対象範囲を店舗看板以外に拡大すること、景観の作り手・読み手を検討すること、地域差や地名に着目することを提案した。次に、駒沢大学駅周辺の景観中の地名表示（地名景観）を調査し、地名要素、作成主体、表示目的、設置場所の観点から分類した。地名要素では町名・区名が多いこと、作成主体では事業者・行政によるものが多いこと、表示目的は五つに分類され、発信者名表示と地名表示を目的とするものが多いことなどが判明した。また、地名の位置に対する事業者の認識の点から地名景観の分布を分析した結果、数の多さと分布の広がり、用途の幅の広さから、「駒沢」がおそらく対象領域で最も弁別力の高い地名と考えられていることが明らかになった。

IV章では、事業者による地名の位置認識について検討した。この問題を深化させるには、言語景観研究からはそれることになるが、地名景観にこだわらず、また住民による命名も含めて、より広範囲に施設名称を調査すべきであろう。建築年代別に「代官山」を含む集合住宅名称を分析した松井ほか（2020）は、この点で参考になるように思われる。

IV章の「真中」地名で触れたように、命名の時期、地名景観成立時期もより考慮に入れる必要がある。地名の位置認識に加え存否の認識は、少しずつ変化していると考えられる。現在の総体としての地名景観は、途中で改名されない限り、過去の位置認識・存否認識が少しずつ消え去りながら積み重なったものであり、その過程を解き明かさねばならない。

地名景観の読み手である来訪者の地名認知については本稿で取り上げなかったが、今後、視覚的景観を問題にする場合、ある程度の大きさ以上の言語景観に限定する、あるいは大きさによって言語景観に

ランクをつけるといったことも考慮する必要があるであろう。屋外では通常、どうしても文字の大きな景観が先に目に入るからである。

最後に、本稿では扱わなかったが、今後検討すべきものとして、地方自治体のシンボルマーク（紋章）を挙げておく。調査対象領域でも、東京都のマークが溝蓋やマンホールに見られた。また、今回のケースではなかったが、自治体の旗や国旗が掲げられていることもあろう。そもそもシンボルマークや旗は言語景観（地名景観）に含まれるのかという議論も必要であろう。後考を待ちたい。

注

- 1) 彦坂 (1988) は、論題に「言語景観」の語を使用しているが、いわゆる「言語景観」の意味ではなく、言語分布のような意味合いで使っている。
- 2) 庄司ほか (2008 : 170) は、「1990年代後半よりほぼ10年の間に、社会言語学において注目され始めた分野」とするが、これは海外の状況であろう。
- 3) 池田・高濱 (2021 : 53, 2022 : 91) は、「正井 (1969) によると、言語景観は「言語およびその視覚表現である文字からみた都市景観」と定義された」と述べるが、当該の一節は正井 (1972 : 152) に見られるもので、しかも「言語景観」ではなく「都市言語景観」という言葉の説明であり、二重の意味で誤りである。
- 4) 建物という言葉を使っていないのは、公園や鉄道施設も含めているためであろう。ただし、一般住宅や小アパートは除外している。
- 5) 「言語景観」の語は、1967年刊『日本地誌 第7巻 (東京都)』の「東京の言語生活と宗教生活」の項に、東京の盛り場の商店に見られる外来語の看板は「東京の国際色を表わすシンボルでもあり、東京の無性格を表わす言語景観ともいえよう」という一節に先に現れている (日本地誌研究所 1967 : 151)。しかし、これは言葉の用例にすぎず、研究と言えるものではない。この一節は、執筆者一覧に名前のある正井が書いたものであるであろう。
- 6) この定義からは、公共でも商業でもない言語表示は言語景観と呼べないことになるが、この議論については深入りしない。
- 7) 本文で取り上げた論考のほか、大石 (2008) は、カナダ農村の標識や施設看板の二言語表記について述べるが、定量的分析ではなく、むしろ背景の記述に重点がある。大石 (2017) は、言語使用に関する連邦や州の法令に基づき、言語が表記されていることを示したもので、言語景観の分析ではない。石井 (2011a) は、エスニック集団の言語景観研究は、それを生産する経済的・政治的实践に焦点があてられていると述べるが、言語景観を、視覚的景観だけでなく地名も含めて考えている。石井 (2011b, 2013) は、「言語景観」と題するが、自治体名 (地名) の研究である。
- 8) ただし、正井 (1969) で触れられる異国情緒の外国語の使用は、居住・来訪外国人の実態を伴わず、この点からの研究は困難である。
- 9) 中国語の「地名景观」は、中国の地理学研究で散見される。しかし、「景观」は視覚的景観ではなく地域の意味合いで使われており、「地名景观」は地名の空間的広がりを指すようである。
- 10) ただし、一部については1件と数えた。具体的には、組み合わせられた道路標識裏面のステッカー、資源・ごみ集積所の資源回収用コンテナ記載の地名、ある薬局の窓ガラスのデザイン化された文字、住居表示板のように日本語と英語がすぐ近くに並記されているものである。
- 11) 「世田谷」は警察署、郵便局、消防署、総合支所名としても、「目黒」は消防署名としても使われている。これらは、区とは別に集計した。
- 12) 東急玉川線と真中駅は1969年に廃止され、1977年に新玉川線 (現在の田園都市線) の駒沢大学駅が開業した。
- 13) 3件ある「小橋」は電柱に表示があり、地名あるいは地名的なものと思われるが、何を指しているかは不明である。
- 14) 「駒沢大学」は大学という施設名でもあるが、「駒沢大学前」のように明らかに施設を指す用例は調査対象範

域では見られない。

- 15) 住居表示に関する法律によれば、厳密には「町若しくは字の名称及び街区符号」(〇〇何丁目〇番までの部分)の表示板(街区表示板)設置は市町村(特別区を含む)の義務で、建物所有者等の義務は「住居番号」(号の数字)の表示であり、後者だけでは地名の用をなさないが、対象領域では通常、町名(表示)板(〇〇何丁目)と住居番号表示板(街区符号と住居番号の組み合わせ)がセットで取り付けられており、町名板があることによって地名景観となっている。
- 16) 本稿では分析しないが、地名景観がだれに向けて作成されるのか、つまり想定する景観の読み手による分類も検討する必要があるだろう。住民向け、来訪者向け、所轄者自身向けなどの分類が考えられるが、多言語表記ならばともかく、地名景観の区分はむずかしいことが予想される。
- 17) 電柱広告の町名地番表示部分が、東京電力の電柱では緑色、NTTの電柱では青色になる。
- 18) 住居表示板の設置は、住居表示に関する法律や世田谷区住居表示に関する条例、目黒区住居表示に関する条例により、建物所有者等の義務であり、みずからの意思で掲げる表札や看板とは性格が異なる。
- 19) これについては、言語景観ではないが、軽井沢地名の分布の拡大を示した内田(1989)の研究が想起される。内田は、50音別電話帳に掲載された、軽井沢等の地名を冠した施設を調べている。本稿では、内田と同様の作業を地名景観について行なうことになる。
- 20) 電柱に掲げられた東京電力とNTT東日本の管理番号に含まれる「目黒」「東ヶ丘」など40件と、公衆電話の管理番号にある「世田谷」2件である。
- 21) 「駒沢大学駅前」商店街の名入り街路灯16件と、「目黒区」薬剤師会の掲示1件、地元の「大原」町会の名入り防犯カメラおよび掲示12件である。
- 22) 郵便ポストの所轄「世田谷」郵便局の表示1件と、飲料自販機管理者の支店名(区外地名)表示3件である。
- 23) Googleマップによると、2023年12月末現在、時間貸し駐車場Tは、駒沢大学駅付近の対象領域以外の場所に、「駒沢第3」「駒沢第6」「駒沢第8」「駒沢第9」「駒沢大学駅第2」「駒沢病院」「駒沢交差点」「駒沢2丁目第2」などがある。コンビニエンスストアFは、「駒沢一丁目店」「駒沢二丁目店」「駒沢大学駅前店」「駒沢大学駅西口店」などがある。
- 24) ゼンリン(1990:125)までは交差点に「真中」の名前があるが、その後、交差点名の表示がない時期が続き、ゼンリン(2001:125)から「駒沢大学駅前」(ただし、2001年版のみ「駒沢大学前」)が表れることが確認できる。つまり、交差点名は「真中」から「駒沢大学駅前」に一気に切り替わったのではなく、1990年代に約10年間、空白の期間があった。
- 25) 現在の駒沢大学駅前商店会(街)は、2009年4月30日まで「真中共栄会」という名前であった。駒沢大学駅前商店会街ウェブサイト(2009年7月6日更新)。現在、このサイトは存在せず、Internet Archiveが保存・公開しているページによる。2023年12月25日閲覧。
<https://web.archive.org/web/20100831172448/http://manaka-k.com/index.html>
また、2009年9月撮影のGoogleストリートビューには、掲げられているサッカー応援フラッグに「真中共栄会」の文字が見える。
- 26) 「マンションマーケット」サイトの「目黒第1コーポラス」。2023年12月25日閲覧。
<https://mansion-market.com/mansions/detail/22658>

文 献

- 池田真利子・高濱佑太郎 2021. ベルリン市の夜の観光街路における言語景観—旧西ベルリン市ノイケルン地区 Weserstr.を事例として—. 日本地理学会発表要旨集 100:53.
- 池田真利子・高濱佑太郎 2022. ベルリン市の観光街路における言語景観—旧東ベルリン市インナーシティ地区の街路カスチエンアレーを事例として—. 地理空間 15(2):91-118.
- 石井久生 2011a. エスニック集団の言語景観. 山下清海編『現代のエスニック社会を探る』20-28. 学文社.
- 石井久生 2011b. バスク自治州にみるボーダーランドの言語景観—基礎自治体名称バスク語化の事例から—.

- 山下清海編『現代のエスニック社会を探る』147-166. 学文社.
- 石井久生 2013. 制度により構築される言語景観—バスク州とナバラ州における基礎自治体改名の実践—, 共立国際研究: 共立女子大学国際学部紀要 30: 39-61.
- 磯野英治 2020. 『言語景観から学ぶ日本語』大修館書店.
- 井上史雄 2009. 経済言語学からみた言語景観—過去と現在—, 庄司博史ほか編『日本の言語景観』53-78. 三元社.
- 内田順文 1989. 軽井沢における「高級避暑地・別荘地」のイメージの定着について, 地理学評論 62A: 495-512.
- 榎本広大・小田匡保 2022. 米海軍横須賀基地周辺の英語景観とアメリカ人の行動範囲, 地域学研究 35: 41-51.
- 大石太郎 2008. カナダ, ノヴァスコシア州農村地域の言語景観, 学芸地理 63: 12-22.
- 大石太郎 2017. カナダにおける二言語主義の現状と課題, *E-journal GEO* 12 (1): 12-29.
- 大島拓真・于 濰赫・柿沼由樹・池田真利子 2021. シンガポール・チャイナタウンにおける食文化の言語景観の商品化, 日本地理学会発表要旨集 100: 54.
- 大平晃久 2019. 中学校・高等学校社会科系教科における言語景観の取り扱い, 長崎大学教育学部教育実践研究紀要 18: 71-81.
- 熊谷美咲・山下書子・姚 喬馨・池田真利子 2021. 台湾台北市旧大正町にみる日本の夜の街の言語景観, 日本地理学会発表要旨集 100: 55.
- 柴田 武 1970. 言語の地理, 木内信蔵編『文化地理学』45-68. 朝倉書店.
- 庄司博史 2009. 多言語化と言語景観—言語景観からなにがみえるか, 庄司博史ほか編『日本の言語景観』17-52. 三元社.
- 庄司博史・井上史雄・金 美善・ベート=バックハウス・ダニエル=ロング 2008. 第20回研究大会ワークショップ: 日本社会の多言語化と多言語景観のとらえかた, 社会言語科学 11 (1): 170-174.
- 庄司博史・P.バックハウス・F.クルマス編 2009. 『日本の言語景観』三元社.
- 関谷芽里・土屋 純 2009. 東京都新宿区大久保地区における多言語景観の分析, 季刊地理学 61 (3): 205-206.
- ゼンリン 1990. 『世田谷区 1991』ゼンリン.
- ゼンリン 2001. 『世田谷区 2001』ゼンリン.
- 染谷裕子 2009. 言語景観の中の看板表記とその地域差—小田急線沿線の実態調査報告—, 庄司博史ほか編『日本の言語景観』95-122. 三元社.
- 田中ゆかり・早川洋平・富田 悠・林 直樹 2012. 街のなりたちと言語景観—東京・秋葉原を事例として—, 言語研究 142: 155-170.
- 東洋経済新報社 2022. 『全国大型小売店総覧 2023年版』東洋経済新報社.
- 中井精一・ダニエル=ロング編 2011. 『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.
- 日本住宅地図出版 1979. 『世田谷区東部 世田谷地区・玉川地区』日本住宅地図出版.
- 日本地誌研究所編 1967. 『日本地誌 第7巻 (東京都)』二宮書店.
- 彦坂佳宣 1988. 近世語の言語景観小見: 近畿・東海方言の地理的状況をめぐり, 論究日本文学 51: 1-11.
- 細川遼太・藤本将人 2011. 多文化世界を捉えさせる授業—社会科単元「言語景観から読み解く都市」の開発—, 北海道教育大学紀要, 教育科学編 61 (2): 193-205.
- 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 (2): 44-55.
- 正井泰夫 1972a. 新宿の都市言語景観, 正井泰夫『東京の生活地図』152-158. 時事通信社.
- 正井泰夫 1972b. 都市景観, 尾留川正平ほか編『人文地理調査法』96-112. 朝倉書店.
- 正井泰夫 1983. 新宿の喫茶店名—言語景観の文化地理—, 地域研究 1: 49-61.
- 升一亜海・張 黎明・于 濰赫・吉田正人・池田真利子 2020. 言語とフォントで形作られる都市景観—代官山のカフェ・喫茶店の言語景観に注目して—, 日本地理学会発表要旨集 97: 256.

- 松井 茜・Jermphiphat Natnitcha・上北恭史・黒田乃生・池田真利子 2020. 代官山の集合住宅にみる言語景観の特性—オシャレな地域, 代官山の住まいの変化—. 日本地理学会発表要旨集 97 : 255.
- Landry, R and Bourhis, R. Y. 1997. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology* 16(1): 23-49.

Linguistic Landscape near Komazawa-daigaku Station, Setagaya, Tokyo: Special References to Place-Name Display in Landscape

ODA Masayasu

This paper first organizes the Japanese geographical studies of linguistic landscape and proposes to expand the scope of the survey to include more than just store signs, to examine the creators and readers of landscapes, and to focus on regional differences and place names, so that we can deepen the research. Next, place-name displays in landscape (place-name landscapes) near Komazawa-daigaku Station are surveyed and categorized in terms of place-name element, creator, purpose of display, and location of installation. It was found that many of the place-name elements are names of blocks and wards, and many of the place-name landscapes are created by businesses and local governments. The paper also made clear that the purpose of display is classified into five types, and many of the place-name landscapes are created in order to display the name of the message originator and that of the place. In addition, an analysis of the distribution of place-name landscapes in terms of businesses' recognition of the location of place names revealed that "Komazawa" is considered the most discriminating place name in the study area, judging from its large number, wide distribution, and the variety of uses.