

## 移民コミュニティと言語景観:「インド・ネパール料理店」の事例からの考察

山下里香・山田脩斗

日本における移民言語を含む言語景観に関する研究 (Backhaus 2005、庄司他編 2009 など) が発表されてから、およそ 20 年が経過した。その間、外国籍住民に関しては、数が増えたのみならず、出身地や職種、年齢層もより多様になった。また、情報化の中、「エスニック街」の食に注目が高まっている。エスニック食材やメニューの、学校給食など一般への定着がみられる一方で、より珍しく「本格的」な食材やメニューを求めるグルメフードスケープ (ジョンストン・バウマン 2020) も観測される。そのような中で、移民言語は、より顕在的に使われているだろうか。

本発表では、過去 20 年の間に都市部で急増した「インド・ネパール料理店」に注目し、その外観に用いられる言語と記号的要素の実態を、関東首都圏の一部を例にして分析する。「インド・ネパール料理店」の多くは、同じく過去 20 年に急増したネパール国籍者が経営ないし調理にあたっており、彼らの生活や仕事などに関して、相対的に多くのことが明らかになっている (ゲワリ・田中 2022、小林 2022)。その上で、現代の日本における移民コミュニティの社会言語学的研究の課題を論じる。

調査対象の地域として、外国籍・ネパール国籍住民の多さ、エスニック・グルメ地区としての知名度、関東首都圏在住の著者らの知識や経験などを踏まえ、東京都新宿区、豊島区、荒川区、大田区、および神奈川県川崎市を選出した。大手飲食店口コミサイトに登録されている、それらの地域に所在する「ネパール料理店」ないし「インド・ネパール料理店」全店の看板などを、当該サイトや Google ストリートビューで確認し、日本の移民コミュニティの言語景観に関する先行研究 (Backhaus 2006、猿橋 2016、山下 2021) にならい、用いられている言語・文字種や記述内容、イラスト、文字の色、国旗の有無を記録した。その結果、ネパール語を看板に用いている店は少数であること、またその少数の中でも新宿区に突出して多いことがわかった。

本研究は、Blommaert (2010) が提唱するように、その地域における人々の生活の動態を踏まえたエスノグラフィー的視点も取り入れた。従来の移民言語の言語景観研究の視点に基づけば、新宿区にネパール語が多いことは、その地域にネパール語を用いる人が多く暮らしたり、集まったりする、「コミュニティ」が存在していることの指標だと捉えられる。しかし、エスノグラフィー的調査から見えたレストランの利用のされかたに加え、ネパール国籍者の人口動態、居住エリア、生活スタイルなどを考慮しても、看板におけるネパール語の使用頻度は、必ずしもネパール国籍者の利用者の数と比例していないことが示唆される。このような実態の理由は複数考えられる。そのうちの一つは、新宿区が非ネパール国籍者も集める「エスニック街」であることであるが、この点に関して、どのように検証・解釈できるかに関しても省察する。