

第11回 国語分科会言語資源小委員会(Web開催)議事録

令和 8 年 1 月 27 日
15時 00分 ~ 17時 00分
文部科学省 16階 16F1会議室

〔出席者〕

(委員)相澤主査、石川副主査、植木、神永、齊藤(美)、武田、前川、森各委員(計8名)

(ゲスト)大野眞男岩手大学名誉教授、畑中悠樹氏(東洋美術印刷株式会社)

(文部科学省・文化庁)山田国語課長、中田課長補佐、武田主任国語調査官、

鈴木国語調査官、町田国語調査官ほか関係官

※ 相澤主査、石川副主査、神永、武田、森各委員及び事務局は、
16F1会議室にて参加。

〔配布資料〕

1 第10回国語分科会言語資源小委員会議事録(案)(委員限り)

2 消滅危機方言の記録作成及び啓発事業の意義

—日本語の多様性のためにできること—(大野眞男氏御提出資料)

3 方言をい活かしたブランディングの取り組みについて(畑中悠樹氏御提出資料)

〔参考資料〕

1 言語資源小委員会における主な審議事項及び当面の予定(案)

〔経過概要〕

1 事務局から定足数の確認があった。

2 事務局から配布資料の確認が行われた。

3 前回の議事録(案)が確認された。

4 大野眞男岩手大学名誉教授から配布資料2「消滅危機方言の記録作成及び啓発事業の意義—日本語の多様性のためにできること—」に基づいて説明があり、質疑応答が行われた。

- 5 畑中悠樹氏から配布資料3「方言を活かしたブランディングの取り組みについて」に基づいて説明があり、質疑応答が行われた。
- 6 二つの説明を踏まえ、方言をめぐる意見交換が行われた。
- 7 次回の言語資源小委員会について、令和8年2月26日(木)10時から予定していること、国語分科会は2月3日(火)13時から予定していること、さらに、文化審議会答申「改定ローマ字のつづり方」の説明会を兼ねた国語課題懇談会が2月11日(水)に鹿児島市で、2月21日(土)に盛岡市で開催されることが確認された。
- 8 質疑応答及び意見交換における各委員の発言等は次のとおりである。

○相澤主査

定刻になりましたので、ただ今から第11回、今期5回目の文化審議会国語分科会言語資源小委員会を開催いたします。

本日もハイブリッド開催となっております、文部科学省の会議室にお越しくくださった方々とオンラインで御参加くださっている方々、両方の皆様に御参加をいただいております。また、傍聴者の方々もオンラインでこの会議を御覧になられていることを御承知おきください。

さて、本日はお手元の議事次第のとおり、「言語資源の整備と活用」について、方言をめぐる「有識者による事例等紹介」、そして「その他」という内容で議事を進めてまいります。事前に資料を御覧になられたと思いますが、本日は言語資源と親和性の高い方言をめぐるの議論ということで、岩手大学名誉教授の大野眞男先生に方言の現状のお話を頂く予定でございます。また、東洋美術印刷株式会社デジタルマーケティング推進部の畑中悠樹様には、経済の観点から方言の意義についてお話を頂けると伺っております。

それでは、議事に入っております。議事の(2)、先ほど御紹介いたしましたとおり、本日はまず大野先生から、「消滅危機方言の記録作成及び啓発事業の意義—日本語の多様性のためにできること—」というタイトルで、方言の状況をはじめ、実際に取り組みされていることを理論的な枠組みとともにお話いただけると伺っております。配布資料2を委員の皆様はお手元に御準備ください。大野先生、御準備できましたらよろしく願いいたします。

○大野発表者

大野眞男と申します。岩手大学を6年前に退職して、もう何も専門のことは一生懸命やっていないんですけれども、今日、雪の盛岡から出てまいりました。雪がもう積もっているから熊は出ないだろうと思ったんですが、つい先日も近くの児童公園で親子の熊がうろろろしていたというようなお話がありました。東京は暖かくて雪がないのでびっくりしています。

私の話は、文化庁の消滅危機方言の記録作成及び啓発事業ということで、ここ何年かずっと取り組ませていただいていますので、それに沿ってお話をさせていただきたいと思っています。資料を共有させていただきます。

私はずっと方言のことをやってきました。沖縄がメインのフィールドでやってきたんですが、震災後は地元の岩手のことに集中して取り組んでまいりました。消滅危機方言の記録作成及び啓発事業の、啓発のところを主に担当させていただいております。

私どもはこういうことに関して大変大きな衝撃を受けたことがかつてございました。ユネスコというところでAtlas of the World's Languages in Dangerというものの第3版が出たときに、日本語の中の方言と言われている—アイヌ語は独立言語ですが—一八丈、奄美、国頭、沖縄、宮古、八重山、与那国といった沖縄の方言が、方言ではなく言語という呼称において絶滅の危機に瀕^{ひん}しているというようなことが、ユネスコから指摘されてしまいました。グローバル化の進展で社会・経済的に優勢な言語が次々と世界中の少数言語を飲み込んでいくという、そういう危機の対象として指摘されたわけであり

ます。

日本語研究者はこれまで経験的に、方言はいつかはなくなってしまうのだろうかという懸念を持っていたんですが、消滅の危機に瀕しているのはユネスコにここで指摘された8言語—1言語・7方言にとどまらず、それ以外の日本各地の方言もまた消滅の危機に置かれているということを改めて感じました。このユネスコによる指摘は、文化庁の一連の消滅危機にある言語・方言の保存・継承に資する事業を行う根拠ともなっております。このような動向は、学校や社会において注目されることがなかった方言に光を当て、肯定的評価を促し、各地の方言の価値を見直し、活性化させる取組の後押しする力となっていると感じています。

これからお話しすることは、大野がこれまで関わってきた一連の文化庁支援事業の流れ

れの中で感じたことをございます。平成23年度からずっと関わっていますが、現在は「消滅の危機にある方言の記録作成及び啓発事業」という名称になっています。なお、この事業の中で、被災地方言ということで、東日本大震災におけるダメージを受けた方言の活性化支援という部分を取り組ませていただきました。復興の基本方針におきましても、方言の再興を支援するという文言が入っているのも、これらの事業の根拠となっております。

被災地の方言、あるいは、日本中のいろいろなところの方言が危機に瀕しているというユネスコの指摘があったわけですけれども、ユネスコの言語の体力測定の尺度というのがございまして、これに照らすと我が岩手県の沿岸部の方言がどういう状況であったのかということについては、2013年に報告書を提出させていただきました。

「(1)方言がどの程度、次の世代に伝承されているか」というのは、親もしくは祖父母の世代に使用されており、子供は自分からは使っていないという状況で、ユネスコで言えば2から3の状況でありました。それから、「(2)母語話者数」及び「(3)コミュニティー全体に占める話者の割合」というところは3の状況、方言を使用している者が大半を占める。ただし、高齢者が人口構成の過半を一実は過疎地ですので占めておりまして、過半数を占めていると言っても安心できる状況ではありません。やがて少子化と人口流出、自然減と社会減によりまして、話者数が激減するということが予想されます。

次に、「(4)どのような場面で方言が使用されているか」ということでは、家庭の中では使用されているが、大部分のところでは使用されていないだろう。「(5)伝統的な場面以外で新たに方言が使われているか」ということについては1から2、方言は幾つかの本来に限られた局面で使用されますが、社会生活の多くの場面では使用されていない。「(6)教育に利用される方言資料がどのくらいあるのか」ということです。研究者が書いた研究論文はたくさんあるんですが、教育に活用可能な資料というのは、実際にはほとんどないという状況です。

「(7)国の言語政策はどうなっているのか」。国は方言の保護政策を進めておらず、共通語の使用を進めている。これは、今は実は状況が大きく変わっていますので、これは後で御説明したいと思います。「(8)コミュニティー内での言語に対する態度」。方言が次世代に使われることを望んでいる者もいるが、そのほかは無関心であるか使われなくなることさえ望んでいるという状況があります。「(9)言語記述の量と質」というのも、余り活用可能なものはございません。

これらの9項目の判定値の数量的に平均値を取ることはできませんが、(1)及び(3)の

項目の評価段階と評価語を示すと2から3、間違いなく危機に、あるいは深刻に危機に瀕しているという状況だと判断いたしました。これは岩手県沿岸部だけではなく、これは国立国語研究所におられた木部暢子先生の資料でございませけれども、ここで参考に引かせていただきますと、八丈、甑、喜界等々の南方の方言も皆、1から2、あるいは2から3というような厳しい状況でございませ。地図に照らすとこのようになります。この地図に載っていない地域の方言も大方、同じような状況、その中で突出して関西弁だけが強いわけですが、それ以外の大部分は大変厳しい状況に置かれていませると、日本語の方言を研究している者は感じているところだす。

次に、言語の研究者にどのような支援ができるだろうかということについて、考えてみたいと思ひませ。言葉の機能についてEdwardsという社会言語学者は、言葉の持っている機能を「通達的機能」－記述や構造分析もここに含まれてきませ、文化庁の事業で言ひませ corpus分野に対応する機能かと思ひませ。それと併せて「象徴的機能」－文化庁の事業で言ひませ prestige分野に対応する機能と、二つ存在する。前者は意思疎通の道具としての機能だす。後者は地域や集団の文化と密接に結び付いており、アイデンティティーという片仮名語が最近よく使われるようになりませましたが、日本語で強いて言ひませ「集団への帰属意識」ということになりませと思ひませ。そんなアイデンティティー表出の機能とも深く結び付いていませ。

私どもが取り組んだ震災関連の時系列で表してみませると、1の防災・減災という段階は被災体験を語り継ぐなどというようにことが支援の方策として出てくる。次の、2の発災時の支援段階、これは言葉の通達的機能の保障ということで、例ひませ、これは東北大学で作ったものだすけれども、気仙沼の支援に入ってきたボランティアの皆さんがすぐに使えるように、ポケットに入れられるような大きさの『気仙沼方言入門』というパンフレットでございませ。実際に被災地で使われていたそうだす。

ここから先のことを考えていくときに一番大事な、再興支援段階の言葉の象徴的機能というところに焦点を当てて、岩手では取り組んでまいりました。被災後に、瓦礫れきの中から自然発生的に「がんばっぺし、釜石」、「なじよにかすっぺし、陸前高田」というようなペンキ書きの復興メッセージが出現してきたことは、まだ記憶に新しいところだす。方言でしか表すことのできない地域の仲間意識や連帯的感情が込められており、方言の力強さというのがそこに込められていたように思ひませ。

言語研究者がこのような復興支援段階の活動へ参加して、危機的状況に置かれた言

語・方言を活性化するためには、従来行ってきた研究手法とちよつと異なる、もう一步踏み出したやり方、姿勢が必要なんだと思います。まず、1として、方言が担っている機能・役割を拡大的に見直すこと。2として、方言に対して、研究対象として捉えるだけでなく、積極的に関わるマネージメント的姿勢を持つことかと思ひます。

1については、既に述べたように言葉の持つ伝達的機能と象徴的機能のうち、後者のアイデンティティー表出機能に注目し、ともすれば少数方言では弱ってしまいがちなこの機能を涵養・強化する、地域アイデンティティーの奮い起こしを図ることが必要だと思ひます。2については、あたかも自然科学者のように言語や言語使用の記述・観察のみを行う立場から、アイデンティティー表出機能の奮い起こしに向けて積極的に地域の言語生活に関わる、そういう姿勢への転換が必要かと思ひます。方言と共通語の共生ということが学習指導要領などでもうたわれているわけですが、そういった安定的な言語生態系のためにこそマネージメントする必要があると考へておひます。

研究者が貴重な方言であることを力説しても、その話し手たちが、自分自身がこの価値に訴えなければ、危機言語・危機方言を継承することはありません。大野(2015)でも述べたように、単に①方言を記録すること以外に、②方言の学習材—これは学術論文ではありません—方言の学びに役立つものです。③方言を伝える場というのを更に踏み込んで設定していくというようなプロセスが必要だと思ひます。ことに③のレベルの活動が重要であつて、一般市民や次世代の子供たちを対象に、公民館や小学校を訪問して方言昔話を語つて聞かせる活動—昨日も実は釜石でやってきたんですけれども—そのようなことを積極的にやっていくことが必要だろうと思ひます。関西弁にはいろいろ落語、漫才、そういう芸能の世界がありますが、それに相当するようなものを方言の世界で作っていくことは大事な柱作りだと思ひます。

方言の学習材を作成するというのは、ユネスコの評価項目でいえば(6)教育に利用できる方言資料がどの程度あるのかということで、今、それが足りない状況です。その状況の改善に資するものであります。そして、③の方言を伝える場を設定するは、ユネスコの評価項目でいえば(8)コミュニティー内での言語に対する態度、方言に対して悪い言葉だという意識ではなく、もっとそこに積極的に方言を地域に残していこう、自分たちも使っていこうというような態度への転換を図るというものであります。

また、ユネスコの評価項目の(7)国の言語政策ですけれども、確かに今までは余り積極的な評価を方言にはなされてきませんでしたけれども、実は学校教育の世界では今、大き

な転機を迎えています。小学校学習指導要領の国語科のところで、昭和43年以降、「共通語と方言とでは違いがあることを理解し、また必要な場合には共通語で話すようにすること」という、共通語に向きがちな項目があったわけですが、現在の学習指導要領では「共通語と方言との違いを理解すること」で止まっています。これは当然、どんな離島や山間の僻地^{へき}に行っても、共通語がしゃべれない子供は一人として見付けることができないという、そのような子供たちの実態を反映しての改定だったと思います。文化庁事業で言えば、これはstatus分野及びprestige分野に対応する大きな教育指針の転換なのだと、私どもは受け止めております。

さて、私どもが岩手で行ってきた事業の内実に踏み込んで御説明していきましょう。まず、ここで①と書いたのは、記録の作成・記述ということです。田野畑村というところで、実はズーズー弁ではない非ズーズー弁の音声があるということは、昔から柴田武さんなどの指摘によってよく知られていました。ズーズー弁が古いのか新しいのかということに関して重要な資料となる音声であります。ところがこの音声資料がどこにもありませんでしたので、記録としてしっかりとCDで残させていただき、解説文もしっかりと付けさせていただきました。これに関連して、地域の協力者である牧原先生という方がしっかりと『田野畑村大芦の言葉』という本を書いておられ、CDと相互補完して学習材となることが期待できます。

それから隣の宮古市での取組ですが、これは方言が生き生きとしてまだ使われていた昭和時代に文化庁の「各地方言収集緊急調査」というのが行われ、そこで採録された資料がございましたが、その後、公にされるということが残念ながらいまま、国立国語研究所に今、移管されているというようなお話がございました。この採録に当たった坂口忠先生という小学校の先生がそのテープを全部持っていき、そのテープを全て1地点分、文字起こしをし、そしてCDに焼きというような、これも音声で談話を残す、そして文字起こしをするというようなことをさせていただきました。協力者の坂口忠さんは『ことばのおくら』という宮古方言の本を書いておられ、これと併せて学習材として活用することができます。大変有り難いことに、この「各地方言収集緊急調査」につきましては、今年でしたか、補正予算でデータセットの作成が認められたということで、私どもは大変喜んでおります。

それから、次は戦前ですが、ほぼ1世紀近く前の方言調査が岩手にはございました。岩手全県下の小学校、尋常高等小学校で取り組まれた郷土教育運動という教育運動の中で共同調査が行われ、そして岩手の場合は膨大な数の方言が集められていました。ただ、これも残念ながら岩手県立図書館に死蔵されたまま、世間の人たちは全くその存在を知

らないという状況でしたので、去年の春、岩手の方言と岩手県郷土教育資料という小さな冊子を作って、全県下の図書館に配布いたしました。

これ、面白いんですね。竹田晃子さんという方をお願いして作ってもらったんですが、郷土教育資料を活用してほとんど200個近くのデータがありますので、その小学校の地点をプロットし、そして「とんぼ」ならどのように言うのかというのを調べて、地図化したものです。北の方がダンブリ長者のダンブリ、南の方がアキズというようなきれいな分布が出てまいります。「怠け者」、八戸に近い辺りはカラナギ、カラヤギというような言葉ですが、県の真ん中辺りはセッコキ、カバネヤミなんていうのも出てきます。LAJの仕事もありますけれども地点がもっとずっと細かいので、素人の調査とはいえこれだけ地点が集まると立派に分布ができるのだ、かつ学習材としてこれから使われることを期待しています。

最後に、一番力を今入れているところですが、岩手県の釜石市というところで生きた方言をどう残すかという取組をしております。釜石には方言で昔話を語る女性グループ「漁火^{いさりび}の会」というのがありまして、実はほぼ全員が15年前の津波の被災者なんですけれども、13年間ずっと一緒に活動を続けてきました。その一部を紹介すれば、②学習材の作成の②です。方言学習材の作成として昔話集を出したり、あるいは釜石市内の『ふるさとの昔話』というのを作って釜石市内の小学校に配布したり、あるいは②語る活動、語る場を作る活動として、語りの会の継続的な開催をしました。年に1回、釜石市民会館というところを舞台にして「南部弁サミットin釜石 おらほ弁で昔話を語っぺし」という行事を行っています。また、それ以外にも釜石市内の公民館や小学校を巡って方言の昔話を語り聞かせる活動を、ボランティア的に取り組んできています。大体、月1ぐらいのペースで行っております。

これは、『ふるさとの昔話』という、小学校に配った昔話集です。なるべく子供が喜ぶような形にして、これは本の目次ですが釜石市内の地図を示して、どこにこのお話が伝承されているのかということ、一目で場所が分かるようにしたものであります。これは「屁っぴり嫁ご」というお話ですが、一番大きな字で書かれている部分ですが、「ほだったって、きのなより今日、今日よりあしたってみてえに、つらつき悪くなんが、あんべえ悪がったら、はあ、病院さでも行って、診^みてもらってこじゃ。」つたどごろあ、「おれにぺえっこ屁垂れるやまいあんもんす」つたど。「屁など誰でも垂れんだし、垂れろ、垂れろ。」つたど。「んだら、おっかさん、にわさ出はって、臼押せえてけろ。」つたど。でも、臼を押さえてもおばあちゃんは嫁のおならで飛ばされてしまうんですね。というところが、子供が分かりやすいように滑稽なイ

ラストを付けたりと、そんな工夫もしています。それから、方言のせりふの右側には漢字のルビ、左側には共通語訳というのを付ける工夫をしています。

これは、ずっと継続して取り組んでいる、釜石市民会館における方言語りのイベントのポスターであります。右側は昨年11月に開催したときのものですが、語るだけではなくて動く民話劇は「極楽見た婆様」と書いてあります。民話、昔話を、役割を振って、そして動いて見せる、実際に寸劇のような形でやるということを毎年やっています。結局、おばあさんが逆襲してしまう、うば捨て山のお話でした。この絵ですが、これも会員のある方の手書きのイラストをこのようにポスターにするという工夫をしています。釜石の街中のスーパーとか集会所にべたべたと、季節になるとこういうポスターが貼られます。

単に語り聞かせるだけではなくて、昔話の展開に従って場面場面の挿絵を後ろに投影するという工夫をしています。例えばこんな感じです。語りの背後に要所要所の挿絵をこのように展開してあげる。それから動く民話劇、寸劇のところですけども、こんな感じで、これは白い馬がかっぱにひかれてしまう。白い馬は突然、会員の方の都合が悪くなって、中にお前が入れということで、大野が入っています。足元が見えないので大変怖かったです。幸いせりふは「ひひーん」しかありませんでした。こんな感じで動く民話劇をやっているわけです。

ここで語りの音声を聞いてもらおうかと思います。

(動画上映)

こんな感じです。それから、これは寸劇の方になります。二人で漫才をしています。

(動画上映)

このぐらいにしましょうか。「なもす」という終助詞が使われているということがよく分かります。

評価に当たる部分ですが、地元には『復興釜石新聞』というのがありまして、「方言の力で育むふるさと愛」とか、「方言保存を民話の力で」とか、「方言継承を復興の糧に」というように毎年毎年、評価をさせていただいております。このような方言による語りの会はずっと継続してきましたが、今では百数十名の来場者が集まるようになりましたし、地元のケーブルテレビ局に協力していただいて、録画動画を放映することもさせていただいています。今年の正月明けには10回ぐらい流していただいて、大変有り難いと感じました。

方言の価値を見直し、地域への愛着を深めていくことが、疲弊しつつあると言われる地方の文化の活性化のためには是非必要であり、このような活動は今後広い地域で取り組

まれる必要があると、釜石での取組を踏まえて考えております。YouTubeでも見られますので、もし興味のある方は見ていただくと有り難いと思います。事前宣伝番組も作っております。

今後に向けてですけれども、消滅危機方言の記録作成ということでは、新たな調査はもちろん必要です。それから既存データ、既に存在しているけれども埋もれてしまっている、このような言語資源の整備というのが求められるんだと思います。先ほど御紹介した方言収集緊急調査のデータセットというのは、これの大切な試みになっていくと思います。方言の価値の見直し、方言を通じた地域への愛着の深化、これは地域文化の活性化ということに寄与していこうと思います。各地の方言の取組というのは、どうも八戸や弘前でも、近隣でやっているんですが、なかなか連携できません。距離があります。何とかそれを連携して質を向上させていくように、文化庁でやっておられるサミットの地域版のようなものができたらいいなと考えているところです。

各地の方言データを更に社会還元していくということもこれから必要だと思います。特に医療介護の分野では、お年寄りには方言を使うと本当に喜んでくださいます。そういうところで還元していく必要があるし、それから先ほど申し上げた学校教育現場にも方言学習材を提供していく必要があるんだろうと思います。これらの取組を推進していくためには是非、推進スキームを今後整えていただければ有り難いと考えています。

参考文献です。それから関連してですが、今、岩手のお話しかできませんでしたが、全国的には、例えば国立国語研究所ではこの危機方言に関するサイトが三つ用意されています。それから、東北大学でも方言研究センターというところでこのようなものを用意しています。それから、沖縄県では県のセンターとして、しまくとぅば普及センターというのがありまして、そこで副教材作りなどに取り組んでいます。琉球大学では、狩俣繁久さんが「大琉球語辞典」というのをウェブで活用できるようにしています。

それから、大野が関わった部分で御紹介すれば、実践方言学講座というのを東北大の小林隆さんと一緒に編集しましたが、大野は主に2巻に関わりました。この①というのは1巻という意味ですが、どんな地域のどんな取組が紹介されているのかということを一覧できるように、そこに挙げておきました。もう既に全国的にたくさんの取組が進んでいます。方言は地域の言語生活を豊かにする大切な資産だと皆、考えています。地域の再活性化ということを進める際には、方言はとても大きな柱になるぞということアピールさせていただいて、お話を閉じさせていただきます。

○相澤主査

大野先生、どうもありがとうございました。それでは、ただ今の大野先生からの御説明につきまして、御質問がありましたらお願いいたします。挙手いただいてもいいですし、直接御発言いただいても、いかがでしょうか。議論についてはまた後ほどお時間を設けることとなっております。（挙手なし。）

では、私から一つ質問ですけれども、「コーパス」と言ったときに話し言葉と書き言葉があると思うんですけれども、本件の場合には話し言葉、つまり音声での記録が基本になって、それを書き起こすということの方がより重要になるということですか。

○大野発表者

これは両方だと思います。音声をそのまま耳で聞けるようなCDとかDVDに焼き付けるとともに、それだけではやはり聞いている方は分かりませんので、学習材になりませんので、文字起こしをしていただいて、文字化して、それで学習することができるように整備していくということかと思います。

○相澤主査

分かりました。では、教育現場での方言の教材というときには両方を想定とするという形…。

○大野発表者

なかなか音声を文字にするといっても様々な、東北で言えばズーズー弁でなまるとか、沖縄では文字で書けないような発音が出てくるとか、そういうものは一杯ありますので、本当に全国的に一律に学習材化するという姿勢ではなく、地域地域によってカスタマイズしていかないといけないだろう、オリジナルなものを作っていかないといけないだろうと感じています。

○相澤主査

ありがとうございます。正に多様性ということですね。どうもありがとうございます。ほかに御質問、よろしいでしょうか。

○石川副主査

私からも一つ伺わせていただきます。まず、御発表、本当にありがとうございました。大変勉強になりました。

私どもの小委員会ではこれまで言語資源、特にデジタル化されたコーパスについて、いろいろな情報を引き出せる検索機能を含めた形での整備の必要性について議論をしてまいりました。本日の御発表について伺いますと、例えばこの「屁っぴり嫁ご」のスクリプトに関して、原文データと共通語訳データを関連付け(アラインメント)して、「つらつき」という方言から検索しても、共通語の「顔色」から検索しても、当該部が出てくる、といったデジタル検索システムは既に構築されているのでしょうか。

○大野発表者

私どもの力量に余る部分でございまして、これは是非、国語研究所かもしれせんし、そういうデータ作り^たに長けた方^たにお願いできたらと思います。

○石川副主査

分かりました。ありがとうございます。「つらつき」でも検索できる、「顔色」でも検索できる、そこを押すと当該部が即時に表示されるだけでなく、当該箇所の実際の発音も聞けるというようなものが出来上がってくると、研究的にも教育的にも大変効果があろうかと思っ^たて伺った次第です。ありがとうございます。

○大野発表者

そうですね。しかもそういうことが地域横断的に作っていけるようなことができれば、本当に夢のようなことだと思います。

○石川副主査

ありがとうございます。

○相澤主査

ありがとうございます。よろしいでしょうか。(挙手なし。)

では改めて、非常に興味深く拝聴いたしまして、ありがとうございました。また、後ほど議論の時間を設けさせていただきますので、先生も引き続き議論に御参加いただければと思います。

それでは、続きまして畑中様から方言の意義を経済面から事例を交えてお話いただくということで、お手元の配布資料3「方言を生かしたブランディングの取組について」、よろしく願いいたします。

○畑中発表者

東洋美術印刷の畑中と申します。本日はよろしく願いいたします。今回なんですけれども、スライドを作る余裕がありませんでしたので、皆様にも共有していますこちらのPDFを見ながら、今日は発表していきたいと思います。

私どもは東洋美術印刷という印刷会社で、いつもコムデザという、コミュニケーションですとか、あとブランディングに関する記事をメディアで発表していきまして、その中の方言マーケティングや方言ブランディングに関する記事を昨年、公開しましたところ、今回お呼びいただけることになりまして、今回もこの記事の内容を中心にまとめたものを資料として皆様にお送りさせていただきました。

今回は方言を生かしたブランディングの取組ということなんですけれども、ブランディングというと製品ですとか企業ですとか、ありとあらゆるいろいろなものをブランド、高級ブランドですとかブランドですとか、そういったものとして広く認識してもらうための活動ということを指しています。方言というのは今、観光地のお土産ですとか、あとはタレントのキャラクター作りですとか、そういったところでいろいろなところにブランディングとして活用されているんです。その歴史というのは、江戸時代以前にはそういう言葉を使ったものがあることはあったんですけども、今で言う方言と標準語の違いというのが現代と江戸時代と違っていきまして、昔は藩ごとに標準語みたいなものがありましたので、方言を意識して使うというような狙いは、当時はなかったと言われていきます。

ただ、1970年以降、日本が戦後、経済が良くなりまして、新幹線とか高速道路とか交通網が発達していき、自分が住んでいる地域とは別の言葉に触れる機会というのが増えていったんです。その際、個人・国際旅行が増加したことで、観光客向けに手拭いですとか、あとは方言の番付表といった、方言を使った土産物が各地で販売されるようになったんです。平成に入りますと、東京ですとか大阪に一極集中するというような事態になりま

して、都市の人口集中とか過疎化に対抗するための街作りの一環として、方言を使った施策というのが地方の自治体とか企業の間で見られるようになりまして、そういった地方の企業の取組ですとかを今回、幾つか事例を紹介しようと思っています。

ここからが方言をブランディングに生かすことのメリットなんですけれども、かつては方言に対して田舎くさいものですとか、何かそういう差別的な風潮というのが結構根深くありまして、特に東北ですとか甲信越の方から、地方から集団就職で来た移住者に関してそういったものを是正すべきだというような形で、差別とか、あるいはいじめみたいなものもあったので、どちらかという外に、公に出さないようなものとして考えられてきたんです。

ただ、今で言うと、方言というのは地方の温かみ、オリジナリティーといったような肯定的なイメージを持ってもらえるものですので、そういったところが観光客のようなよその方のターゲットの興味を引き付けやすくなりまして、そこから親近感ですとか安心感を与えて、心のアイスブレイクではないですけれども、警戒心を解いていって、商品のアピールをしやすくなって、そこからこういった意欲の向上ですとかブランド人気から、マーケティング的な用語で言うとリードの育成といったようなことにつなげるように、利用できるようになっていきます。

もう一つのメリットなんですけれども、方言を使うと、今はメディアでも標準語が使われていますので、方言によりインパクトが強くて話題となりやすいということが挙げられます。Xですとか、YouTubeですとか、そういったSNSで結構、方言というのが日常的に話題になりやすくて、トレンドなどを見ても、「○○という表現はこっちだとそのように言わないよね」とか、よく言われるのが大判焼きの呼び方って地方によって違いますよねとか、あとは絆創膏^{ばんそうこう}とか画用紙とかもそうなんですけれども、あとはアニメとかゲームとかの名ぜりふを地方の言葉に置き換えるとこのようになりますよとか、そういったようなトレンドが頻繁に見られますので、会話のネタになりやすいというか、話題が盛り上がりやすいという意味で、方言をブランディングに活用すると人々の注目を集めやすいという点が挙げられるかと思います。そのため、方言を活用すれば、それほどDMとかといったものにコストを掛けなくても、費用対効果の高いプロモーションができる可能性があると言えます。

ここから、方言が活用されたブランディングの事例を幾つか紹介していきます。今回は1、2、3と分かれていまして、一つ目がエンターテイメントやサブカルチャーの文化との親和性に特化したブランディングの事例です。これの一つ目の事例が、あるテレビ番組の広告看板というものなんですけれども、毎年12月、年末にM-1グランプリが開催されます。

それが一番見られているのが、実は2022年の調査では青森県だったんです。それが大阪ではないのが意外だということなんですけれども、青森県でその番組を宣伝するポスターが青森県の12か所に貼られていたんですけれども、その時に漫才の今までのチャンピオンの名フレーズを向こうの津軽弁とか南部弁に置き換えた言い方で、大々的に掲載するというようなポスターを貼ったことがあるんです。

例えば、津軽弁の弘前のデパートのポスターには「どうしても笑わせたい人がいる男です」というのを「なんだかんだしても笑わせてえ人がいる男なんです」。あと三戸町の駅のポスターにも、こちらは南部弁で「お前の人生ペラペラじゃないか」という意味で「んがの人生ペラペラやねが」と書かれたポスターが貼られていたそうです。こうしたような、方言に直されたポスターが12か所あるんですけれども、県内のいろいろなところに貼られていますので、この二つのように、それぞれ津軽弁ですとか南部弁—ポスターのあるところで使われている方言に合わせてわざわざ訳を変えてやっていたそうです。なぜ12か所かと言うと、今回、資料が用意できなかったんですけれども、青森県の地図の上でこの12か所をつなぐと「M-1」という大きい文字が浮かぶような形になっているんです。これが結構話題となりまして、地元の青森のテレビ局の公式SNSで投稿されたりして、一時期注目を集めたそうです。

次が、特定の地方が舞台となった漫画やライトノベルの作品の事例を紹介します。今、アニメとか漫画のブームで、漫画やアニメといったものを使った街おこしの事例が結構ありまして、今回、これは書店で見付かったものがあるんですけれども、この二つの書籍、『沖縄で好きになった子が方言すぎてツラすぎる』という漫画で、こっちの方が『八十亀ちゃんかんさつにっき』です。この二つはそれぞれ沖縄と名古屋が舞台なんですけれども、それぞれの方言や文化をメインテーマとして取り上げた作品なので、当然、例えば沖縄の方でしたら「なんてことだ、顔がすごく赤い！」という意味で「あいえーなー、チラしに赤い！」といった方言のせりふだったりとか、もう一個の八十亀ちゃんの方も「鍵をかける」という意味で「鍵をかう」といったような名古屋の独特の言い方がすごく出てくるんです。ちなみに作者が実際に現地に住んでいて実際に体験したことが多く書かれているため、すごくリアリティーがあって現地の人でも共感できる内容になっていて、わざと演出した感がなくて、現地で高い評価を得ています。実際に、沖縄の方の漫画は単行本化されると県内で漫画本としては初めて地元の本屋の大賞を取るほどとなりまして、『鬼滅の刃』とかそういうものよりも実際に沖縄では売上げを超えたことがあるそうです。アニメ化された際

も舞台の町で聖地巡礼の観光促進のための取組が行われて、そのためのクラウドファンディングが行われたんですが、結果的には目標の3倍近くの金額が集まったということです。名古屋の『八十亀ちゃんかんさつにっき』の方も現地の評判がすごく高く、ウェブ版の単行本を出版したところ、売上げの何と7割が東海の愛知・三重・岐阜の3県が占めているといったところで、地元民から高い人気を集めています。ほかにも、この作品は結構東海地方の有名な地元ローカルの商品ですとかチェーン店が説明で出ているんですけども、それがきっかけで地元企業とのタイアップも行われたということです。

次がスポーツクラブの事例です。サッカークラブですとかバスケットボールクラブというのは、地域を盛り上げるために地元が一丸となって設立したというものが多くて、その証拠としてクラブの名前にも地元の方言が由来となったものが見られます。例えばサッカーJリーグのガイナレ鳥取で言いますと、鳥取の言葉で「大きい」という意味の「がいな」がガイナレの「ガイナ」の部分に掛かっているというのと、あとバスケットボールリーグで鹿児島島レブナイズというチームがあるんですけども、この「ブナイ」というのが鹿児島の言葉で「強い男」という意味の「不二才」をアルファベットにして「BNISE」と呼んだことが由来だということです。卓球リーグでも琉球アスティータというチームがありまして、これは沖縄の言葉で「太陽」という意味の「ていーだ」をアスティータの「ティータ」の部分に使っています。

また、スポーツクラブの名前だけではなくて、グッズですとかマスコットの部分でも方言を活用する例というのがありまして、例えば同じJリーグのツエーゲン金沢という石川のチームでは、ゲンゾーとナンシーというマスコットキャラがいるんですけども、ゲンゾーというのが「強いぞ」、「強んだぞ」という意味の「つえーげんぞー」という言葉が由来となっていて、ナンシーの方も「応援しなんしー」という、「応援しないとイケないよね」という言葉から来ています。

ほかに公式グッズの方にもマスコットですとか、あと手拭い、タオルといったものに方言がプリントされたものが多いんですけども、こちらの方はいろいろなパターンが多くて、単にチームの本拠地の地域、野球でいったらソフトバンクホークスですとか、サッカーでいったら長野の松本山雅FCといったところが結構、そうした地元の方言を使ったものを使っているんですけども、それだけではなくて調査で出てきたのがチームに所属している選手の出身地の代表的な言葉を取り入れたものすとか、あと川崎フロンターレの例で言いますと、サッカーチームのキャンプ地ですとか試合を行った遠征先の言葉を取り入れた

ものなども見られます。

次が、ブランド広告です。嗜好品の広告との親和性として幾つか事例を紹介します。麒麟ビールの広告なんですけれども、麒麟ビールの高知支社では1990年代後半から県内各地で、「弱々しいものはダメだ」という土佐弁の「たっすいがはいかん」という広告を展開しています。「たっすいが」というのは朝ドラでも出てきた言葉ですので、聞いたことがある人は結構多いのではないかと思います。このフレーズは当時、ほかの大手ビール会社に競合して使い始めたキャッチコピーなんですけれども、当時、麒麟ラガービールは高知県が消費量日本一だったんです。なんですけれども、競合商品が台頭してきて、その対抗策としてラガービールの風味を変えて販売したときに、弱々しい酒になってしまって風味がまずくなって駄目だという不評の声を頂きまして、そのときに出てきた言葉が「たっすいがはいかん」という言葉だったそうです。

この言葉を広告に展開して、風味を改善してキャンペーンを行ったところ、県民の間でもうちの方言が使われていると話題になりまして、そこから10年ぐらい後になって2001年にはまた麒麟ビールが県内のビール消費シェア1位を獲得することができました。麒麟ビールはほかにも日本全国の支社で似たようなPRを行っておりまして、和歌山でも「一緒に飲もう！」という意味の「つれもて飲むら！」といった方言をキャッチコピーで採用しています。

次が、公共交通機関広告への活用なんですけれども、電車とかバスといったような地元の人がよく使う乗り物に関しても、地域住民の視線を集めるために車内広告を掲載することがあります。例えば王子木材緑化という健康食品を扱っているメーカーがあるんですけれども、この会社が以前に栃木と長野と三重と福岡の4か所のローカル路線に方言を使った中吊り広告を採用して、その中の一つに「かいだりいは、こわい？」というコピーがあるんです。これは、「かいだりい」も「こわい」もどちらも「疲れた」という意味なんですけれども、「かいだりい」が伊勢弁、「こわい」は栃木弁、両方とも「疲れた」という意味で、地域によって同じ「疲れた」だけれどもいろいろな言い方があるよねという、表現の差を逆手に取ったユニークな事例となっております。もちろん栃木とか福岡でも「かいだりい」が「こわい」とか「えらい」とかほかの言い方になっています。

こういったような商品のアピールだけではなくて、マナー啓発のために広告を使っている例もありまして、例えば仙台の地下鉄では仙台弁で物がたまっている様子を表す意「たごまる」という言葉があるんですけれども、この言葉を使って、ドア周辺に固まって乗り降

りする邪魔にならないようにするという広告が出されたり、あと香川県では「降りているのに」という意味の「おつりょんのに」という讃岐弁の言葉を使ったポスターを掲載しまして、ホームに降りる人を先に下ろすようにするという啓発ポスターが掲げられていたことがあります。

cの、方言で紹介した移住促進動画で、これは結構有名な事例なので知っている方も多いかもしれないんですけども、宮崎県小林市が2014年に消滅可能性都市に該当したことを受けまして、地元のブランディングを目的とするプロジェクトの一環として、方言を使った移住促進動画をYouTubeにアップロードしています。こちらが、地元の西諸弁で「頑張る」という意味を表している「てなむ」という言葉を用いた「てなんと小林」というプロジェクトの名前にもあるとおり、方言ですとか小林市ならではの魅力を発信するプロジェクトになっていて、その中で一番有名な「ンダモシタン小林」というPR動画があるんですけども、これはフランス人が小林の町を歩きながら旅行するというような内容になっているんです。その時のナレーションがちょっとフランス語っぽいイントネーションで言っているんですけども、よく聞いたら宮崎の西諸弁の難解な方言であるということが分かるというような内容になっていて、これが結構大きな反響を呼びまして、自治体のPR動画としては異例となる3か月で100万再生突破して、国内外で広告の賞を幾つも受賞することになりました。

こうしたヒットを受けて、全国の自治体がユニークなPR動画を発信するようになりまして、その動画のヒットを受けて小林市そのものの知名度も上がっていきまして、移住相談件数も動画の公開から1か月で4.5倍に増大して、消滅可能性自治体から脱却することにも成功しています。

次に、日用品・バラエティー雑貨との親和性ということで、方言を使ったカルタの事例を幾つか紹介します。日本全国には500以上の郷土カルタがあると言われていて、北海道から沖縄までいろいろなものがありまして、その代表格として有名なのが群馬県の上毛かるたです。群馬県では2012年に地元の大学が、上州弁の普及を目指すための「ぐんま方言カルタ」というものを発売しています。こちらも、ものもらいができたという意味の「めかごができた」、もう帰るのかという意味の「はあーけーるんきゃ」といったような方言ですとか、下仁田ネギや草津温泉といった地元のを多く読み札に入れてあります。元々が地元の方言の保存を目的としたものだったんですけども、書店とかホテルでヒットを記録して、現在では第2弾が発売されていて、専用のアプリで地元のテレビ局のアナウン

サーがイントネーションを現地のもので読み上げる機能というものも搭載されています。

同じように方言がプリントされたTシャツで、これが2023年に青森県のドン・キホーテで売られたものがきっかけで全国に広まっていったんですけども、もともとは土産物として売れることを想定していたんですが、「はんかくせえ」とか「もつけ」といった向こうの言葉を大々的に取り入れたデザインというのが地元の人の中で話題となりまして、いつの間にか県民の支持を得るヒット商品となっていったそうです。それがきっかけで、現在では全国各地のドン・キホーテとかお土産店で、方言をデザインしたTシャツが地元の人向けに販売されることが増えていき、例えば2025年に高知の店舗で販売された「おじた」、驚いたという意味です、これが書かれたTシャツが出たんですけども、販売から僅か18分で完売するほどの人気になったそうです。

最後の事例です。方言をテーマにしたカプセルトイなんですけれども、カプセルトイというのはガチャガチャなんです。最近いろいろなところで見られており一大ブームみたいな形になっているんですけども、その中には方言をテーマとしたカプセルトイというものもありまして、その代表的なものが「らいさま」一雷を意味する言葉ですとか、のんびりを意味する「てれんこ」といったような栃木の方言をテーマにしたアクリルキーホルダーです。こちらなんですけれども、地元の住民の間でかなり評判を呼びまして、基本的にカプセルトイというのは一回売り切ったらすぐにほかの商品と入れ替えになるそうなんですけれども、こちらは一回売り切れたらまた欲しいということで、栃木のいろいろな店舗で何度も追加補充が行われるほどのヒット商品となりました。人気が高くて、宇都宮では地元の玩具とコラボした限定商品というものも売れるほどだったそうです。

ここからはブランディングのポイントとまとめです。ブランディングのポイントとしてはわざとらしきが出ないようにするというのと、あとほどの世代にも伝わる表現を用いるということが挙げられます。方言というのは地元の人じゃないとどうやって使っているのか、ニュアンスが分かりづらいというものも多くて、あえて方言をむやみに使ったら逆に不自然になって、地元の人はこのようには使わないということで敬遠されてしまうことが多々あります。なので、マーケティングですとかブランディングとして使う場合にはきちんと地元の人が使っている、先ほどの大野さんの「とんぼ」とかいろいろ調べた例もそうなんですけれども、どこでどういったような形で使われているかというのをきちんと調べて、違和感なく地元の人にも納得するような文章でグッズとかそういったものを展開して、取り入れるということが大事です。また、音声とか映像に用いる際にはきちんと現地のイントネーションに合わ

せた内容になっているかどうかも大切になります。

どの世代にも伝わる表現を用いるということなんですけれども、方言も標準語と同じように死語とか流行語とかがありますので、ものによっては若い世代には伝わらない方言も結構あるんです。例えば関西弁で、昔は「～でんねん」とか「～まんねん」という言い方があったんですけれども、今は余りそういうのは使われていなくて、逆にかえって嘘くさいと見られてしまうことも多いと言われています。ですので、地元の人に向けた施策でしたらどの世代にも伝わるような表現を使う。あえてインパクトを出すためにこういったような死語を使うというようなこともあるんですけれども、それはターゲットによっていろいろ使い分けるといっても大切なのだと思います。

ここからまとめです。方言というのは元々は一元々と言うか平成に入るぐらいまでは、田舎くささですとか格好悪いといったようなマイナスなイメージで語られることが多いものだったんですけれども、それがどんどん温かみとかオリジナリティとか肯定的に見られるようになりまして、ブランディングとかマーケティングにも用いられるようになったと言われています。ブランディングとかマーケティングに使うということで、県外の観光客向けに地域性をアピールするものだけではなくて、現地の人へのふるさとの帰属意識ですとか愛郷心といったものを刺激するような事例も結構多かったと思います。

ですので、こうした方言を使ったブランディングを成功させるためには、単に方言を使うだけではなくて、きちんと地元の人が使っているやり方、どういったような使われた方をしているのかというのをきちんと目とか耳とか使って調べて、ちゃんと違和感ないような形で作って、向こうの人にも納得いくような形で取り入れるということが大事なのだと思います。

参考文献はこのようになっております。今回の発表は以上となります。ありがとうございました。

○相澤主査

畑中様、大変興味深い御発表をいただき、ありがとうございました。

それでは、ただ今の説明につきまして、質問がありましたらよろしく願いいたします。

(挙手なし。)

では、私から一つ。方言を使ったブランディング、あるいはマーケティングに取り組みられておられて、ターゲットとなるユーザー層というのが地元の方を使っている方である場合と、方言が面白いと感じるような外の方である場合と、二通りあるようにお聞きしたんで

すけれども、感覚としてはどれぐらいの割合となりますでしょうか。地方メインの商品、あるいはケースもあり、全国から注目を集めるケースもあるということだと思わすけれども、実際に取り組まれた感じとして、半々とか8:2とか、そういった感じだとかどのような感覚をお持ちでしょうか。

○畑中発表者

ものによつても、観光客向けのものですとか地元の人向けのものとかはつきり分かれるんすけれども、地元の人向けのもので多くて、今回調べた感じだと8割ぐらひは地元の人向けのもの—こちらが多いというよふな印象を受けました。

○相澤主査

ありがとうございます。同じ商品であつてもブランディングとして非常に多様化していくという、そういうイメージでよろしいでしょうか。

○畑中発表者

そうです。

○相澤主査

ありがとうございます。

ほかに御質問等、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。では、どうもありがとうございますました。

それでは、本日のお二人の先生方からの御発表も踏まえまして、全体としての討論の時間に入つていきたいと思ひます。まず、本日は方言の記録作成と啓発事業の意義、そして経済的な意義についてお話を頂きましたが、そういったことも踏まえまして方言の在り方、あるいは言語資源としての方言などについて、御意見を頂ければと思つております。方言も時間変化があるといったことも御指摘をいただいたところでありますので、そういった歴史という観点も踏まえつつ、皆様の御専門分野に近いところを中心に、自由に御発言を頂ければと思ひます。

また、お一人1回ずつ御発言いただくかと思つているところではございますが、もし何かございましたら…。(挙手なし。)

順番に私から御発言をお願いしてまいりたいと思います。最後に本日御発表いただきました大野先生、畑中様にも一言いただこうと思っておりますので、よろしく願いいたします。植木委員からよろしくお願いいたします。

○植木委員

今日は大野先生、畑中様、貴重なお話、ありがとうございました。本当に分からないことばかりだったので、大変勉強になりました。

感想のようなことになってしまうんですけども、大野先生のお話の後に相澤主査とのやり取りでも話題になりましたように、方言というのは多様であるということなのだけども、この小委員会でコーパスを作っていくということを考える場合には、データ化して一律に検索ができるようにする、つまり画一化の方向に向かうので矛盾するところというか、相反するものがあって、それをいかにデータ化したり検索したりするようなコーパスとして作り上げていくかというところに、非常に難しいことがあるのだと感じました。

発音しているものをどう文字で書くかという段階でも、先ほどの「しまくとぅば」、沖縄では「と」に小さい「う」を書いてトゥーのような音、そういうものもどのような字で置き換えるかによって同じものと認識するかしないかというようなことが出てきてしまうので、非常に難しいなと思いながらお聞きしていました。

私は古典を勉強しているので、失われていくものということでは方言と古語というのは、共通しており、しかも古語が方言に残っているというようなところもあるので、その意味でも非常に興味深いですし、現代語としての資料でありながら、古語ともつながるような、貴重な存在だということを改めて思いました。

畑中様のお話では、方言をブランディングに活用していくということは、多くの人の興味を引いて、失われていくものを何とか食い止めるということでも非常に効果のあることなのだと思いますし、人々が何に面白さを感じるのかというのがなかなか読めないところもあって面白いと思ってお聞きしました。一方で、田中ゆかり氏でしたか、『「方言コスプレ」の時代』という本を書いておられる方が、いかにもありそうなんだけれども記号的に――正に畑中様が問題だとおっしゃった記号的に方言を用いて、おじいさんだったら「……じゃのう」というようにしゃべるとか、テレビドラマや漫画などの大衆的な創作物によってバーチャル方言みたいなものが新たに生み出され、それが広まってしまうということもあって、それがいつもこの小委員会でも問題になるんですけども、どの範囲を資料として取って

いくのかという点、方言の範囲ということにもいろいろと課題があると感じました。

ただの感想のようなことを申し上げてしまったんですけれども、大変勉強させていただきました。ありがとうございます。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、神永委員、よろしくお願いいたします。

○神永委員

神永です。大野先生と畑中様の御発表、大変興味深く拝聴いたしました。どうもありがとうございます。

大野先生の消滅危機言語の記録作成というのは非常に大きな課題だと考えております。この記録をどのようにデータベース化して将来のために残すかということも、併せて考えなければいけないのではないかと思いました。一辞書編集者なんですけれども、私がなぜそのようなことを申し上げるのかと言いますと、実は個人的なことで恐縮なんですけど、私、『日本国語大辞典(第2版)』の方言欄を担当していた者なんです。第2版の方言欄というのは、大岩正伸先生という方が集められた全国各地の方言資料、約1,000点が基になっているんです。ただ、そこで使った方言資料というのは昭和20年代くらいのものでして、それ以降の方言資料というのは対象になっていないんです。もちろん、大野先生の御発表にもありましたように現在でも各地の方言資料は活発に作成されているわけですから、今後、そういったものをいかに取り込むかということも考えなければいけないんですけれども、これらの新しい方言資料の強みというのが、かつての方言資料にはなかった音声データがあるということなんです。

実は現在、『日本国語大辞典』の第3版では編集を進めておりますけれども、そういった最近の方言資料だけではなくて、できれば音声データも取り込みたいというようなことを考えているんです。これは一出版社の試み的なものではあるんですけれども、大野先生の御発表にもありましたように、岩手県でもこれほど貴重な方言を残すための活動が行われているわけですからこういった活動は全国各地にあると考えられますし、実際にそういった報告も受けておりますので、こういったものをできれば何とか一つにまとめて取り組んでいきたいというようなことを考えております。

『日本国語大辞典』の第3版で現在進めております方言欄の改定の内容というのは、もちろん将来的な形でいろいろなところで提供はできるんですけども、できましたらなんですけれども、これは私と編集部^の何人かの人間の共通の理解と言いますか、野望と言いますか、野心を持っているんですけども、例えば文化庁辺りが中心になって方言のデータベース化を目指していただければ有り難いというようなことを考えております。

余談と言いますか、横道に逸れるんですけども、実は方言研究者が方言調査に使っていたDAT、デジタルオーディオテープの内容が喪失する懸念—磁気テープですので将来的に消失するかもしれないという懸念がありまして、結構、緊急にこれは何とかしなければいけない問題もあると思います。貴重な資料ですから、できればそういったものも残しながら一本当にもうどんどん失われていくだけなので—是非そういったことも含めてお考えいただければいいかと思ひます。

それから、畑中様の方言を生かしたブランディングなんですけれども、御発表の中で御紹介くださった事例というのは、方言は実は生きている言語だということが分かると思ひますので、とても興味深く拝聴いたしました。とても楽しい事例ばかりですので、お話の中ではその土地の人が中心になって微妙なニュアンスなんかを分かるようにというようなことでしたけれども、なんちゃって方言になる可能性もありますけれども、誰もが楽しく活用できるんだということはこれで分かるわけでした、できればそれが活用されていくようになったらいいかと思ひます。

先ほど申し上げました方言データベースのようなものができれば、それを生かした形でブランディングが更に活発になるのではないかと思ひますし、そういったことができるのが方言データベースなんだというようなことをうたえるのではないかという気がしております。方言経済学と言うんでしょうか、井上史雄先生などがおっしゃっていますけれども、こういった考え方は方言を将来に残すためにとても大事な視点だと思ひますので、是非何とか活用できるようにしていけばいいかと思ひます。どうもありがとうございました。大変勉強になりました。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、続きまして齊藤(美)先生、よろしくお願ひいたします。

○齊藤(美)委員

大野先生、畑中様、御発表ありがとうございました。大変興味深く伺って、勉強させていただきました。

大野先生の御発表の中で教えていただいた象徴的機能、アイデンティティー表出機能というのが、先生が言い換えると集団への帰属意識と日本語では言えるとおっしゃっていただいて、なるほどと思って伺いました。アイデンティティーは、自分が自分であることというような、個人、個に関わるようなことという印象があったんですけれども、それは集団との関わりから自分を同定するというようなことなのだと、ずっと理解ができましたので、ありがとうございました。

それから畑中様、ブランディングの多様な分野の事例を教えていただいて、冒頭で相澤主査からも経済面という言葉があったと思うんですけれども、経済面から正に残していく意義、方言というものを活用すると言いますか、そういう意義を示していただいたと思っております、この小委員会でも異分野の融合というのは昨年度からどうやってやっていくといいだろうかと、それが必要だよねというようなことが話題になっていて、でも難しいよねみたいなことが何度か話題になったと思うんですけれども、企業だったり自治体もありましたけれども、どのように連携していくかみたいなことのヒントというか、正に実践の形を示していただいたと思いました。ありがとうございました。

研究者だけではなくて一般の日本語使用者もいろいろな地域の日本語に興味があって、面白がっているなどというのは、メディアでの取り上げられ方とか、それから、大学で働いているんですが、勤務校の学生たちの様子を見ていても、先ほど植木委員がおっしゃっていた方言コスプレ的な使用も含めなんですが、楽しんでいるなど思っていたんですが、具体的に事例をたくさん畑中様に挙げていただいて、カプセルトイとか、こんなものまであるんだというのが分かって、大変興味深かったです。

ちょっと難しいなど、大野先生のお話を伺いながら思ったのが、マネージメント的姿勢というのは大変興味深かったんですが、非常に重要な考え方であり、また取組の仕方でもあると思ったんですけれども、継承ということを考えるともっと動機付けみたいなことがとても難しいだろうと思っていて…。というのは知人で地域方言の継承の研究をしている方から伺ったんですけれども、「方言よりもうちの子に英語を教えて」と言われてしまうというのを聞きまして、それは受験に役立つからとか、学校の成績が上がるからとか、そういうことだと思ってしまうんですけれども、受験に有利とか、あるいは就職に有利とか、目の前の短期的

な目標の方に、私も含めなんですけれども、人間って心が傾きがちだと思うので、何か継承への動機付けを強めるためには受験等で地域方言に関する設問を出題するとか、既にもしあるなら御存じの方に教えていただきたいんですが、地域コミュニティとか個人の問題ではなくて日本全体の教育とか社会システムの問題とも関わってくるのかと思って、伺っていました。

以上です。ありがとうございました。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、続きまして武田委員、よろしく申し上げます。

○武田委員

武田でございます。本日は大野先生、そして畑中様、大変貴重な御報告、ありがとうございました。本委員会においては、方言に関して特に重点的に取り上げたということがこれまでなかったかと思しますので、そういう意味でも非常に重要な御報告だったと考えております。

日本語において方言があるというのは非常に重要なことで、またその多様性が徐々に失われつつあるという、危機にあるという状況にあることもよく分かりました。その意味でも言語資源を、音声の問題ですとか表記の問題ですとか、あるいは検索性の問題ですとか困難な課題はあるかと思いますが、継続的に幅広く記録を取っておく一言語資源を作成していくことが必要であろうと考えております。またそのことが、ブランディングというような形の御説明もありましたけれども、実際の社会に変化を及ぼす可能性にもつながってくるかと思しますので、引き続き是非、言語資源として方言についても取り組んでいくことが必要だろうと考えております。

以上でございます。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、前川委員、よろしく願いいたします。

○前川委員

大変啓発的なお話を伺えたと思っております。特に畑中さんのお話は私、全然知らないことばかりで、本当にいろいろと教えていただき、ありがとうございました。

大野先生の方に幾つかお尋ねしたいことがあるんですが、お尋ねする前に、お話とそれから後の質疑の中で、言語資源化するときの検索の問題が出ておりましたが、それにつきましては私どものところでも少し努力をしております、うちの小木曾教授が中心になりまして方言の形態素解析用の辞書の開発というのは進めております。現状でしっかり開発されているのは関西方面のものだと思いますが、少しずつそういう方向の努力もしている。それで、なぜそういうものが必要になってくるかという、方言の言語資源というものを利用するとしたら、その場合、標準語で引く場合と、それから方言自体の言語特徴で引く場合と両方考えられるわけで、方言の場合は対訳が付いていればそれで標準語の形態素解析はできますから、そちらの方からそれに対応する方言の部分を表示するということはできる。私どもの「中納言」なんかの中に入っているコーパスはそういう形で検索するようになっているんです。だけど、方言自体の言語特徴で引きたいという場合は独自の解析が必要になってくるので、そういう努力をしているということ、これは御報告でございます。

お尋ねしたいのは、私の前任の所長の田窪が少しそういう研究をやっていたんですけども、方言社会の中でのMutual Intelligibilityと言うか、相互了解度と言いますか、つまり高齢の方が話す方言を若い人が、あるいは中年の人がどれぐらい理解できているのかという問題が、これは言語復興のためには非常に重要な情報だと思うんです。それで、それが余りに低いともうリバイタリゼーションもできないということになるわけですけども、聞けばある程度分かるという状態であれば復興させる可能性があると言われていたようです。そういうデータが例えば今日お話しになったような地域のデータとしてあるのかどうか、取られているのかということをお尋ねしたいんですけども、そこら辺はいかがでしょうか。

○大野発表者

東北地方なんかの場合、正に該当するケースだと思います。東北弁のネイティブと、若い人は全部ノンネイティブになってしまって共通語話者なのかというような問題だと思うんですが、どうも沿岸部の子供たちを見る限りは、自分からしゃべることはない、しゃべれないかもしれないけれども、聞けばまだ分かるという、いわゆるセミネイティブ状況にあるよ

うな気がしています。沖縄なんかも同じようだと—私の沖縄経験は何十年も前ですので今もそうかどうか分からないんですが—そんなセミネイティブ段階であれば全部戻るということはないのかと思いますが、自分たちのアイデンティティーのよりどころとして島の言葉、あるいは地域の言葉を心にとどめておくという状況—どこまで戻すかという目標設定も問題で、フィッシュマンなんかはいろいろそこら辺の目標設定を何段階か分けているわけですけども—最低限は自分たちの地域アイデンティティーのよりどころとして言葉、方言をしっかりと肝に銘じるというような段階までは持っていけるんだろうという気がいたしております。

○前川委員

ありがとうございます。大体そういう主観的な判断で問題ないだろうと思うんですけども、実際にそれをある程度、測定することもできるわけですか。

○大野発表者

やろうと思えばできると思います。

○前川委員

そういう試みというのは余り一般的ではないのでしょうか。

○大野発表者

今のところ余りそれは目にしたことがないのですが、やってみても面白いかとは思いました。

○前川委員

田窪の研究はその点では非常に面白かったと私は思います。

○大野発表者

少し勉強してみたいと思います。ありがとうございます。

○前川委員

ありがとうございました。以上です。

○相澤主査

ありがとうございました。

では、続きまして森委員、よろしくお願いします。

○森委員

大阪出身で、アナウンサーという仕事のために共通語を身に付けた私としては、今日のお二人のお話をとても楽しみにしてまいりました。ありがとうございました。

放送という視点で言いますと、全国の皆さんに、それは東京発であっても岩手発であっても全国の皆さんに誤解なく情報が伝わるという意味で共通語は必要だと思うんです。それは、世界の人たちとコミュニケーションを取るために英語が必要というのと同じで、でも英語がしゃべれたらみんなと話せるから日本語要らないよねにならないのと同じで、共通語でみんなと話せるから方言要らないよねには絶対ならないはずなんです。その人のアイデンティティーとおっしゃっていましたが、地域地域の文化とか気候なんかにも根ざした言葉だと思いますので、大事にしていきたい。

私にとってもいまだに母語は大阪弁だと強く認識してまして、インタビュー等でどうやって大阪弁を直したんですかと言われたら、まずそのことに抗議するところから始めています。放送の送り手としては共通語で全国の皆さんに間違いなく伝えることを考えるんですが、送る前に聞くという作業があるんです。インタビュー。インタビューのときに例えば岩手の方にお話を伺って、分からないということがあり得るんです。東北の言葉で言えば、専門家の方に入っていていただいてこの訳し方で大丈夫ですかと聞いて、標準語、共通語の字幕スーパーを出すというようなこともあるんですが、例えば大阪の火事の事件がありまして、火事があって、おじいさんがインタビューに答えてくださっているんですけども、「まっかいけやった」。石川副主査、わかりますか。

石川副主査

真っ赤っか。

○森委員

そう、真っ赤っかなんですよ。「まっかいけ」は真っ赤っかなんですけれども、そこに「真っ黒けやった」というスーパーが付いてしまった。そのスーパーを付けた人にとっては「ま……け」で、「ま」で始まって「け」で終わっているからこれはもう真っ黒けだろうと思ってしまった。はっきり聞こえなかったというところもあるんでしょうけれども、でも黒か赤かって証言としては全然違う話になってしまうので、やはり聞き取る技術というのは必要ですから、方言辞典というような文字化されたものではなくて、何らかの音を聞いてそれが共通語になるようなソフトがあるとすごく有り難いですし、相互理解も深まるだろうなと思います。

Siriは、どのぐらい認識してくれるものですか。音声認識ソフトはかなりよくなっているとは思いますが。大阪弁は結構認識してくれるんですけども、なかなか岩手の一さっきお話を伺った昔話みたいなのだとどうかと。

○大野発表者

いわゆるズーズー弁の音とか。

○森委員

難しいですか。

○大野発表者

沖縄はもっと大変ですよ。

○森委員

現状は難しいという感じですか。

○大野発表者

いや、そんなことはないと思いますよ。

○森委員

結構読み取ってくれるものですか。

○大野発表者

技術的なことは私、分からないんですけども、日本語のアイウエオだって英語の母音と比べたら位置は違うわけですから、それをちゃんと読み取るんであれば東北弁のズーズ一弁だって沖縄の不思議な発音であっても機械が認識することは不可能ではないと思います。ただ、それをどういう音韻としてきちんと特定するかという部分の問題なんだと思います。

○森委員

50音の文字に当てはまらない音がありますよね。

○大野発表者

当てはまらないです。

○森委員

「い」と「え」の間みたいな音だとか。それがうまくアプリなんかになってくれると、本当に先ほどハンドブックでポケットに入れられるものができましたと言って、それもすてきなんですけども、アプリで会話がうまくできるとかお互い学び合えるというのもあるとより身近になるなということは考えました。

○大野発表者

そういうものが必要なくらい方言発音をする方が残っていればいいなど逆に思います。

○森委員

そうなんですよね。それも本当に貴重な資料の一つになっていると思いますので、その言葉を話せる方がいらっしゃるうちにつないでいただきたいし、いらっしゃるうちに記録として残していきたいと思います。ありがとうございます。

畑中さんの御発表については、方言が自分たちだけの中ではなくて外からの視点でブランド化できるということに気付けるのは、すごく自分のアイデンティティーが認められたということにもつながると思うので、すてきなことだと思っています。この週末、私は愛媛に行っていたんですけども、そこで今治のキャラクターのバリーさんがいろいろな方言を

使っているお風呂用の一道後温泉だったかもしれないけれども—お風呂屋のタオルがあって、かわいくて買ったんですけれども、その土地を愛する者に少し近づくという意味で方言というのはとてもいい—「商材」とは言いたくないんですけれども—でも売りの一つになると思います。

ただ、ビジネス方言ではない方言利用をしたい。売るため、売らんかなで作るものは多分地元の人たちの納得が得られないと思うので、地元で納得感があって誇りに思える方言の商品であったり方言のブランド化であったり方言でのキャッチフレーズというものが、もっと増えていくとすてきだと思いました。ありがとうございました。

○相澤主査

ありがとうございました。

では、私からも一言。ただ今の音声認識の話にしても、基本はしっかりとコーパスを作っていくところだと思いますので、本当にコーパスは全ての基本、人間にとってもそうですし、計算機で処理する上でも非常に重要なものであると再確認しました。計算機で処理する立場からお伺いしながら感じたのは、例えば私にとっては津軽弁と南部弁は恐らく区別できなくて、似た方言という大ざっぱなくくりの中でしか捉えられないと思いますが、多様な方言を計算機で効率的に捉えていくためには、その地域の方言を方言たらしめているエッセンスを抽出するというのが、重要ではないかと思いました。例えば二つの方言があったときに一つの方言からもう一つを推測できるかですとか、リンゴがこう呼ばれていたときに、じゃあミカンはこう呼ばれるのに違いないという、ある程度、方言と方言、語と語の関係性をつなげて予測ができるかといったようなことを調べて活用することも、AIが活用できる場所ではないかと思ってお伺いしました。

では石川副主査。次に今日お話を頂いた大野先生、畑中様に一言ずつ頂く順番で行こうと思います。

○石川副主査

石川でございます。3点、コメントを申し上げたいと思います。まず、両先生、ありがとうございました。非常に多くのことを勉強させていただきました。

1点目は、現代日本語コーパス研究においても方言への配慮が不可欠だということで、BCCWJ2では「打ち言葉」の収集が始まっているわけですが、フォーマルな書き言葉

では標準語を使ってもLINE等のやり取りでは、自然に、あるいは意図的に、方言を使って書く、というか「打つ」ことも多いように思います。そうした言語資源を自動的に解析していくニーズを考えると、方言についても、辞書データベースや形態素解析のシステムが必要になると思われます。現代日本語のコーパス研究においても、方言について適切な目配りが必要であろうというのが1点目です。

2点目は、話者の数が急速に減っている方言の保存・研究に関して、生成AIの利用の可能性についての検討も必要だろうということです。一例を示せば、既存の方言データをAIに学習させ、AIに当該方言による新しいテキストを自動生成させるというような方向です。もちろんAIの生成物はオーセンティックなテキストではあり得ませんが、分析資料が少なすぎて研究が進んでおらず、その間にもネイティブの話者がどんどん減っているといった方言については、人工的な生成物で既存データを補完してまずは研究を一気に進め、その結果をネイティブ話者に検証してもらうといった研究の進め方を考える必要もありそうです。

最後に3点目ですけれども、企業ブランディングにおける方言利用は、国民の方言への注目を集めるという意味で、入り口としては非常に重要であるかと思われます。ただ、ある方言が「バズる」とか「面白がられる」ということと、人々が当該方言に自然な敬意を抱く、さらには、当該方言の話者が誇りを持って方言を使っていくということの間には相当の距離があるわけです。「バズる」という面だけに注目すると、「方言がある種のビジネス上の商材として消費されてしまう」というリスクも生まれてきます。方言の振興を目指す国の施策として見ると、入り口において人々の関心を高める、ということだけでなく、その先の見通しも付ける必要があるでしょう。大野先生が長年にわたって実践されてきたように、方言への関心をくみ取り、方言振興につなげていく体系的な枠組みがこれまで以上に重要になってくるのではないかと感じました。

以上、3点コメントを申し上げます。ありがとうございます。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、大野先生から一言。

○大野発表者

今日のお話と直接結び付くか分かりませんが、私、最近近代文学作品の中に表れてくる方言というのに注目しています。近代文学作品、これは言ってみれば日本語の文化資産の一つなんだろうと思いますけれども、私が暮らしている地域で言えば宮沢賢治とか、それから同じ時代に西の方では井伏鱒二の在所ものの一連の作品に方言がたくさん出てきます。大阪で言えば織田作之助、地の文と会話の文がずっと区別が付かずにつながるような不思議な文体ですよ。それ以外にも、谷崎潤一郎なんかは例えば『卍』は関西の女性の語りで全部構成されている作品であるし、同じようなものは津軽の方言詩人、高木恭造という人の『まるめろ』という詩もあります。これらはいずれも方言を素材にして作られた日本語の文化資産であると言ってもいいわけですので、決して方言を軽んじるようなことをしてはいけないということを最近、肝に銘じております。沖縄なんかでも、戦前はありませんでしたけれども、戦後は会話の文は全部方言で地の部分は共通語でというような文体が、芥川賞、二人も受賞作家が出ましたけれども、彼らの文体として今、定着しているわけです。まだまだこれから活躍の余地が、文学の世界ではあるのだろうと感じています。

それから、畑中様のお話をお聞きしていて、私、高知方言も随分やっていたことがあるんですが、「たっすいがはいかん」のCMが本当に盛んに行われて、街中にもべたべたポスターが貼られていて、それで毎日ビールを飲みまくっていたという光景を思い出しました。高知の人たちは本当にあれを喜んで、それでキンビールに戻ったんです。そういう力を持っているんだ、経済的にそれを活用していくことはこれからの企業戦略としても重要ではないかと感じました。

以上です。

○相澤主査

ありがとうございます。

では、畑中様、よろしく願いいたします。

○畑中発表者

今までの皆さんの意見を伺いますと、方言をブランディングとかマーケティングに使うにしても、自分の利益というよりもまずは方言が使われている地域の活性化とか、地域のことですとかそこに住んでいる人を第一に置いた企画でないとしても、地域の人を置い

てけぼりにしてしまうような形になってしまうというのが、発表していてもそう感じました。大切なのは地域の人実際に使っている生きた方言を活用することなんですけれども、この話で今思ったのが、先ほど大野さんが高知の話も出たんですけれども、自分も高知にいたことがあります、高知って西と東で全然方言が違います。県外の人からは、「……ぜよ」という坂本龍馬が使っていた言葉が今でも使われているみたいなことを思っている人が結構多くて、四国の人からするといやそんなのは使ったことないし全然聞いたこともないし見たこともないという人が多くて、自分も坂本龍馬の時代でもうそういうのは使われなくなったのかとずっと思っていたんですけれども、「……ぜよ」を使っている人を探すという特命が数年前に行われたのを見ますと、東側の安芸というところの山奥の方で「……ぜよ」というのが使われているということが判明しまして、意外にも今でも使っている人が高知県の一部なんですけれどもあるということが分かったので、そういった意味で地元の人が、いやこんな方言は嘘っぱちだよと言っても本当は地元でも一部使っていたりとか、どのようなものが本当に使われている方言かどうかというのを見抜くのは結構難しいと、今聞いていて思いました。

それで言うとはかにも、例えば関西弁って大阪とか京都というのは関西弁で中心的なものだと思うんですけれども、三重とか岐阜とかも関西弁の影響を受けてまして、向こうの人が向こうの言葉でしゃべるとにせものの関西弁だと言われることが多いと聞いたことがあります、いやいや関西弁っぽくしゃべってるんじゃないかとちゃんと地元の方言だよというのをアピールすると言いますか、ちゃんと自分たちの言葉だということをやっていくとか、わざとじゃないということをちゃんと理解してもらうことが大事なのかと思いました。そういった意味で、ちゃんと使われている方言かどうかというのを見極めるのは地元の人でないと難しいと感じました。

以上です。

○相澤主査

どうもありがとうございました。

そうしましたらちょうどいいお時間となりましたので、まとめさせていただきます。本日は全国の方言が消滅の危機にあること、方言の保存継承のための具体的な取組事例、経済面から見た方言の価値などについて御講演を頂き、皆様で議論することができました。保存継承のための取組、コーパス構築、言語資源としての重要性についても、皆様、御確認

を頂いたことと思います。もし追加でございましたら。

○石川副主査

一言だけよろしいでしょうか、石川です。大野先生の御発表を伺って、これまで方言の保存や振興に関して、文化庁の事業が非常に大きな役割を果たしてきたことを改めて学ばせていただきました。方言データの収集・分析そして普及をこれからも確実に本邦において進めていくためには、やはり国の継続的な関与、特に財政的な支援ということがますます必要になってくるだろうと思います。恐らくこれは今日、お話を聞かせていただいた委員全員が感じていることかと思いますが、この点、最後に発言をさせていただき、議事録に留めていただければと思います。ありがとうございました。

○相澤主査

どうもありがとうございます。

それでは、本日の言語資源小委員会はこれにて閉会いたします。どうもありがとうございました。