

# 언어경관에서 관찰되는 일본어 사용실태 조사

- 서울 명동지역의 일본어사용 간판을 중심으로 -

김정현\*  
kjh73@syu.ac.kr

## <目次>

1. 들어가며	3.3 자료분류
2. 선행연구검토	4. 결과 및 분석
3. 연구방법	4.1 결과
3.1 조사지역 선정	4.2 분석
3.2 조사기간	5. 나오며

主語語: 언어경관(linguistic landscape), 명동(Myeongdong Area), 일본어(Japanese), 간판(Signboard), 사용실태 (Usage Status)

## 1. 들어가며

한 곳의 가게 간판에서는 그곳 가게의 정보를 알 수 있지만 그러한 가게들이 모인 지역의 간판을 살펴보면 당시의 시대성과 지역특성 등의 정보를 얻을 수 있다. 다양한 디자인과 다양한 언어, 그리고 여러 가지 기호 등을 사용한 간판을 우리는 쉽게 접할 수 있는데 이러한 정보전달을 위해 게시하고 있는 풍경, 다시 말해서 언어경관(Linguistic Landscape)<sup>1)</sup>은 우리의 생활에 항상 노출되어 있는 환경이다. 지하철을 타거나 버스를 타도 노선도뿐만 아니라 그 어디에서나 각종 광고 문구가 눈에 들어온다. 또한 자가용을 타고 있어도 거리에 도로 표지판이 항상 눈에 들어온다. 이러한 언어경관이 정확한 내용을 전달하지 못할 때 그것을 본 사람에게

\* 삼육대학교 스미스학부대학 기초학문학부 조교수

1) 언어경관(linguistic landscape): 근년 사회언어학 분야에서 사용하기 시작한 개념으로 공유 공간에 서 행해지는 문자언어를 매체로 한 시각적 커뮤니케이션의 한 형태이다. 지명, 도로표지, 관공서의 안내, 전단지, 벽보, 상업용 간판 등 언어경관의 매체에는 다양한 사회적 정보가 반영되어 있다. 예를 들어 발신자의 정보 전달과 정보공유 전략, 발신자와 수신자간의 사회적 관계 등, 현 사회의 다양한 움직임을 시각적으로 파악할 수 있다. 최근 일본에서는 거리에 한글 간판, 정보지, 벽보 등 한글 경관이 두드러진 현상으로 대두되고 있다(마이니치 신문 2005년 5월 6일자 석간 기사). 김미선(2013) 재인용

잘못된 정보를 제공할 수도 있다. 물론 사람에 따라 그 차이는 있을 수 있으나 정보전달을 목적으로 하는 언어경관은 내용의 충실성과 정확성이 뒤따라야 한다. 특히, 간판의 경우 짧은 문구 속에 여러 정보를 담아내거나 눈을 끌 수 있는 강력한 메시지가 담긴다. 관광객의 시선을 끌기 위해서는 더더욱 눈에 띄이는 디자인을 사용하거나 여러 언어를 함께 사용하는 경우가 있다. 이러한 경우를 알아보기 위해 본 조사에서는 서울의 명동지역을 한정하여 언어경관 중 일본어를 사용한 간판에 초점을 맞추어 간판 언어의 사용실태를 알아보려고 한다.

## 2. 선행연구검토

근년 들어 언어경관에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있다. 선행연구의 결과들을 살펴보면 어느 지역을 특정해서 한국어, 일본어, 영어, 또는 한자 및 기타 외국어 등, 몇 개의 언어로 혼용하여 표기되고 있는가, 간판 등에 사용된 언어에 오용의 유무 등 그 지역 언어의 사용실태를 파악하고 있다. 예를 들어 간판 언어의 의미론(민현식 2001), 음성·음운, 형태·통사론 등의 언어학적 분류(양장용·고용진 2002), 대학가 간판의 사용실태(장영희 2005), 일본의 간판언어 사용실태(洪珉杓 2006), 언어경관의 다양성(양민호 2013), 한일 언어경관 속 언어오용에 관한 사회언어학적 연구(양민호 2016), 언어경관에 보이는 화용연구(김정현 2017) 등이 있다.

민현식(2001)은 17개 지역을 대상으로 간판의 분류에 있어서 간판 이름 구조 원칙을 언급하여 ‘대상호 = 상호부 + 업종부’로 나누고 있다. 예를 들어 ‘개성상회’라는 간판을 개성이 ‘상호부’가 되고 상회가 ‘업종부’로 나누어진다는 것이다. 그러나 반드시 나뉘지 않는 경우도 있음을 언급하고 ‘폴잎, 대호, 청사초롱’ 등과 같이 업종부 명칭이 없이 고유상호만 제시한 것도 많기 때문에 이럴 경우 업종을 빈칸으로 두고, 반대로 ‘컴퓨터 오락실’, ‘만화방’과 같이 업종명만 제시하는 경우 상호부를 빈칸으로 두어 그대로 분류하고 있다.

또한 어종별 분류로는 기호를 포함한 총 6가지로 분류하였는데 어종의 배합순서는 고려하지 않고 있다. 그리고 언어 구조의 비교로 단어형, 구형, 문장형 등 5개의 언어 구조를 분석하여 그 속에서 외래어 오용사례와 간판의 의미론에 대해 연구하고 간판 문화의 공익성, 진실성 유지 및 발전에 대해 강조하고 있다.

양장용·고용진(2002)은 영어와 일본어의 경우를 중심으로 간판언어의 언어학적 이해에 대해 분석하고 있는데, 구체적으로 간판 언어의 의미론, 음성·음운, 형태·통사론 등의 언어학적 분류를 통하여 한국 간판에 사용되는 영어와 일어의 기본적인 동기에 대해 언급하고 있다.

영어간판의 경우 주된 고객은 한국인이었고 영어와 한국어를 혼용하여 사용하고 있으며 시대성을 반영하는 단어들도 빈번하게 출몰하고 있다고 언급하며 한국인소비자를 대상으로 그 요구와 감각을 반영하여 그 사회의 생활 패턴 반영을 관찰할 수 있다고 언급하고 있다.

일본어간판의 경우 주된 고객은 일본인 관광객이었으며 상태를 나타내는 표현과 의지를 나타내는 표현 그리고 특징적으로 일본어의 음성표기를 한국어로 반복 표기하여 나타내고 있는 것이 관찰되고 있는데 이는 간판언어를 통해 일본어에 대한 거부감을 반감시키는 방편으로 이해된다고 언급하고 있다.

장영희(2005)는 사회언어학적 관점에서 대학 주변의 간판에 쓰인 언어 사용실태를 조사하고 그 개선 방안을 제시하고 있다. 연세대학교, 홍익대학교, 이화여자대학교, 숙명여자대학교 주변을 대상으로 현지의 간판을 상호별, 업종별로 고유어, 한자어, 외래어의 분포와 비율을 검토하여 그 차이를 비교하고 외래어 표기 오류의 사례를 들어 그 오류가 상업적으로 의도되었던 것을 지적하며 바른 표기법으로의 개선을 언급하고 있다.

洪珉杓(2006)는 일본 NTT동일본에서 발행한 『2006년 직업별 데일리다운페이지』에 수록된 가게이름을 자료로 하여 간판언어 표기실태를 업종별로 분석하고 있다. 和語는 平仮名와 漢字, 外来語는 片仮名와 로마자가 쓰인다는 일반적인 주장을 실사를 통해 반드시 그렇지 않다는 것을 보고하고 있다.

업종에 따라서는 인명이나 지명을 片仮名와 平仮名로 표기하는 경우가 있다고 언급하고 있다. 특히 주점 간판의 경우 한자로 표기되는 경우가 압도적으로 많고 미용실은 片仮名로 표기하는 경우가 있고 약국, 완구점, 카메라 등의 업종 간판에는 70% 이상 한자와 片仮名, 식당 간판의 경우 한자와 平仮名가 80% 정도 차지하고 있다고 언급하고 있다. 마지막으로 식당 간판 외의 간판에서 平仮名보다 片仮名를 사용하는 점에 대해서 큰 특징이라고 언급하고 있다.

양민호(2013)는 한국과 일본의 언어경관 자료를 통해서 언어의 다양성에 관한 연구를 진행하였다. 우선 언어경관 속에 몇 개의 언어로 서비스가 되었는지 다양성을 살펴보고 다언어 표기의 오용 현황을 검토하고 관광을 위한 외국인 및 이주노동자 등 낯이 커져가는 다문화 속에 보다 원활한 소통을 위해 방관할 수 없는 문제임을 지적하고 있다.

양민호(2016)는 한일 언어경관 속에 보이는 언어오용에 관하여 연구를 하고 있는데 가나 표기에 대한 오용, 한자 표기에 대한 오용, 특수 음소 표기의 오용 형태론적 오용, 어휘론적 오용, 기타 오용으로 분류하여 분석하고 언어오용에 대한 우려를 표하고 언어오용 방지를 위한 연구를 촉구하고 있다.

김정현(2017)은 언어경관 중에 간판과 게시판에 사용된 내용의 사용목적에 대해 조사하고 있다. 간판자료의 수집은 모두 현장방문을 통하여 취하였는데 일본어 간판의 경우 치바역,

치바중앙역, 니시후나바시역, 신우라야스역, 소가역에서, 한국어 간판의 경우 건대입구역, 석계역, 회기역(경희대 앞), 숙대입구역, 외대앞역 주변에서 자료를 수집하였다. 간판의 분류는 먼저 간판내용에 보이는 화용의 형태로 총 5가지로 감각을 통한 이미지화, 패러디, 주관적 문장, 의도한 오기, 기타로 나누어 분석하고 있다. 다음으로 업종별로 주점, 음식점, 병원, 미용실, 상점, 부동산, 오락시설 등으로 나누고 있다.

이상 간판관련 선행연구에 있어 간판의 분류와 분석에 초점을 맞추어 검토하였다. 본 조사에서는 서울 명동 지역 간판의 사용실태를 조사하기 위하여 선행연구검토를 참고로 먼저 일본어 사용 간판을 업종별로 나누어 그 비율을 검토하여 업종의 조합 정도를 검토한다. 다음으로 업종별로 분류하여 업종별 일본어 사용 순위를 알아본다. 이 순위로 명동지역에서의 일본인 관광객의 Needs를 역으로 알 수 있다. 마지막으로 간판 표기의 오용과 원인에 대해 검토하고 개선에 대해 제안하고자 한다.

### 3. 연구방법

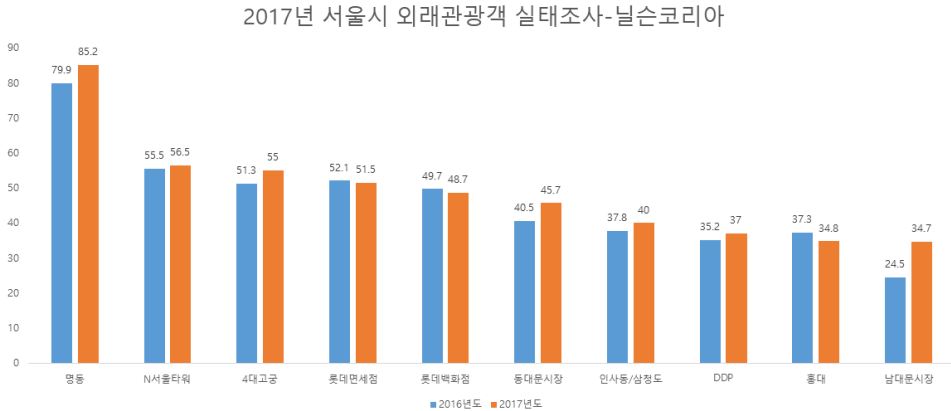
#### 3.1 조사지역 선정

서울인포그래픽스 제122호(2015.2.2.)에 의하면 서울의 외국인관광객이 가장 많이 찾는 곳은 명동(72.8%)으로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 중 쇼핑 및 음식·미식탐방 장소로 일본인이 가장 많이 찾는 곳이 명동(61.0%)인 것으로 나타났다.



<그림> 서울의 외국인 관광객, 가장 많이 찾은 곳

또한 닐슨코리아가 실시한 2017년 서울시 외래 관광객 실태조사에서도 2016년에는 79.9%, 2017년에는 85.2%로 명동을 찾는 외국인이 가장 많은 것으로 조사되었다.



<그림2> 2017년 서울시 외래 관광객 방문 지역 순위

2017년 12월에 조사된 한국관광공사의 주요국가 관광통계에 따르면 2016년에 입국한 일본인 관광객은 197,209명, 2017년에 입국한 일본인 관광객은 193,705명으로 다소 감소되었으나 중국에 이어 두 번째로 많은 외국인 관광객 수를 차지하고 있다.

<표1> 2016년과 2017년 서울의 일본인 관광객 수

국적	12월			
	2017년	2016년	성장률	구성비
전체 방한 외래관광객 수	1,134,068	1,343,98	-15.3	100.0
전체 국민 해외관광객 수	2,404,942	2,007,035	19.8	100.0
중국	332,474	535,536	-37.0	29.3
일본	193,705	197,209	-1.1	17.1
대만	75,738	64,488	17.4	6.7

또한 한국관광공사 2018외래 관광객 실태조사 최종보고서에 따르면 한국을 방문하는 주요 국가 중 일본(약 290만 명)과 중국을 비교하고 있는데 양국 다 한국의 서울 방문을 가장 선호한다고 언급하고 있다. 그 이유로는 음식·미식탐방 및 쇼핑이 가장 큰 이유이다. 그리고 2019외래 관광객 실태조사(잠정)에 따르면 2분기를 제외한 1, 3, 4분기 한국을 방문한 국가는 일본과 홍콩(한국관광공사 2019외래 관광객 실태조사에서 홍콩을 편의상 국가로 표기하고 있다)이다.

이 두 나라 모두 76.4%(19년도 평균)의 관광객이 서울방문을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 많은 일본인 관광객이 음식·미식탐방 및 쇼핑을 위해 서울의 명동에 방문하고 있기 때문에 일본어를 사용한 언어경관의 사용 및 대응은 필수일 것이다. 이에 명동지역을 조사대상으로 하여 일본인 관광객을 대상으로 한 간판의 일본어 사용 실태를 조사하였다.

### 3.2 조사기간

먼저 명동지역을 행정구역상인 명동1가와 명동2가로 나누고 총 6차례에 걸쳐 현장조사를 실시하였다. 최초 1차 조사로는 2018년 11월 3일, 11월 10일, 11월 17일에 실시하였고, 마지막 2차 조사로는 2019년 11월 16일, 11월 23일, 11월 30일에 실시하였다.

조사 기간을 무려 1년의 간격을 두고 실시한 이유는 1차 조사를 마치고 검토를 진행하던 중 한국 대법원의 일제 식민지 당시의 조선인 강제징용 판결에 대한 2019년 7월 1일 일본의 보복성 수출규제와 이에 대응하는 한국의 일본관련 불매운동이라는 상황 속에서 일본인 관광객 감소로 인한 명동의 언어경관변화를 보기 위함이었다.

현장조사 일시는 임시휴업이 없으리라 예상되는 토요일 저녁으로 모든 일시를 정하였다. 또한 명동지역을 모두 3개의 구역으로 나누어 하루의 조사구역을 1개 구역으로 한정하여 일본어를 사용한 간판의 누락이 없도록 면밀히 조사하였다.



<그림3> 서울 명동지역 지도: 명동 1가(3), -명동 2가(1, 2)

### 3.3 자료분류

분류에 있어서 먼저 업종별로 나누고 각 가게에서 사용한 언어를 크게 일본어 사용을 포함하는 간판으로 한국어+일본어 한국어+일본어+영어 일본어 한국어(한국어 발음을 일본어로 표기) 한국어(한국어 발음을 일본어로 표기)+영어 일본어+영어 6가지로 나누어 분류한다. 또한, 간판의 표기오용에 있어서도 검토한다.

## 4. 결과 및 분석

### 4.1 결과

2018년 11월 첫 조사 당시에는 11개 업종 음식점(61개), 잡화 및 슈퍼마켓(7개), 의류 및 가방(16개), 안경(3개), 의료 및 휴게 마사지(30개), 기념품(6개), 미용(10개), 사주(5개), 사진(3개), 노래방(3개), 금융(2개) 등 146개의 점포간판으로 분류되었다.

그러나 1년 뒤인 2019년 11월에 조사한 결과 10개 업종 음식점(52개), 잡화 및 슈퍼마켓(7개), 의류 및 가방(15개), 안경(3개), 의료 및 휴게 마사지(28개), 기념품(6개), 미용(10개), 사주(5개), 노래방(2개), 금융(2개) 등 130개 점포로 2018년도 11월에 비교하면 음식점(-9개), 의류 및 가방(-1개), 의료 및 휴게 마사지(-2개), 사진(-3개), 노래방(-1개) 총 16개의 개인사업자 점포가 폐점한 것으로 보인다. 그 이유로서 한국과 일본의 관계악화가 장기화됨에 따른 일본인 관광객 감소가 개인사업자의 가게운영에 큰 영향을 주었다고 생각할 수 있다.

아래의 부터 은 2019년 11월을 기준으로 한 서울 명동지역에 일본어사용 130개 간판을 언어별로 분류한 결과로 크게 6가지로 나눌 수 있었다.

- 한국어+일본어 (한일어혼용) 60개, 46.2%
- 한국어+일본어+영어 (한일영어혼용) 24개, 18.4%
- 일본어 (일본어단독) 20개, 15.3%
- 한국어 (한국어단독-일본어를 한국어 발음으로 표기) 1개, 0.8%
- 한국어+영어 (한영혼용) 3개, 2.4%
- 일본어+영어 (일영혼용) 22개, 16.9%

특히, 조사결과 한국어의 일본어 표기와 일본어의 한국어 표기가 나타나는 경우가 있었다. 한국어의 일본어 표기는 한국어 ‘너비집’을 ‘ノビチブ’와 같이 한국어 발음대로 표기하는 방식으로 130개의 간판 중에 35개(26.9%) 관찰되었고 반대로 일본어의 한국어 표기는 일본어 ‘いざわ’를 ‘이자와’와 같이 한국어 발음대로 표기하는 방식으로 130개의 간판 중에 20개(15.4%)가 관찰되었다.

오용도 130개의 간판 중에 19개(14.6%)가 관찰되었는데 특히 주목할 부분은 한국어의 일본어 표기 중에 한국어의 ‘~집’과 ‘~밥’의 표기로 ‘집’은 ‘~チブ’와 ‘~チツ’、‘~チップ’ 3종류로 표기하고 있고 ‘밥’은 ‘~パッ’과 ‘~バ’ 2종류로 사용하고 있는 것으로 관찰되었다. 본 실태조사의 이해를 돕기 위해 현장조사에서 입수한 간판 사진일부를 부록에 첨부한다.

## 4.2 분석

### 4.2.1 어종별 간판언어 사용실태

#### 4.2.1.1 한국어+일본어 (한일어혼용) 60개, 46.2%

<표2> 한일어혼용간판

No	간판내용
1	장수갈비집本家 長寿カルビ本家
2	돈가스 달인의 집 とんかつ鉄人の店
3	명동길辛辛파불고기 ねぎプルコギ
4	너비집 ノビチブ
5	명동화떡하도크비자 韓国の色々なテレビ番組で紹介され韓国人も認める美味しいお店!
6	채선당 シャブシャブ
7	영양센터本店50年傳統 통닭 삼계탕 元祖 栄養センター本店50年傳統の鳥料理名家
8	오카ゆ粥죽전문점 この看板を撮ったら10%割引できます! ここがお粥とイカキムチで有名な店です ここが日本のネットに話題になっているおかゆみせです!
9	즉석떡볶이 톱포っき
10	우에스토 シャブシャブすきやきしゃぶしゃぶスキヤキ
11	青春 돈부리전문점 せいしゅん 세이쑤
12	명洞해물탕&간장게장 わたり蟹のしょうゆづけ



13	조개와 貝の料理 貝焼き ゾゲチム(貝煮物)
14	古宮고궁 全州傳統비빔바專門店
15	돈돈村숯불갈비 豚豚村炭火カルビ
16	三金  국내최초 토종김치요리전문점 豚肉サムギョブサル專門店
17	眞샤브구이 しゃぶ焼き物
18	ゴシレ·高喜來 명동고시레
19	寿司一板 스시한판
20	최고집치즈타ッ칼비炭焼き
21	명품큐카츠 카츠미 かつみ
22	酒菜空間かえで 카에데
23	정수 靑カバン
24	영터리생고기 온트리生の肉うまい生のサムギョブサル食べ放題
25	コンタクトレンズ專門店 콘택트렌즈전문점
26	밝은 세상 안경 バルゲンセサン眼鏡
27	톡스앤필의원보톡스/필러/皮膚
28	エステサロンミナミ 미나미에스테
29	モーニングトータルマッサージ 모닝토탈마사지
30	마사지로얄에스테 明洞ロイヤルエステ
31	벨라에스테
32	ノリのり王国노리왕국
33	비쥬헤어 비쥬헤어
34	네일스토리 네일스토리
35	사주うらない 道人 占
36	道通 ドトン 占いカフェ
37	明洞の母 占·사주うらない
38	뮤지컬노래방 카라오케
39	우리은행 ウリィ銀行
40	미도리가방 みどりかばん
41	오다리집 오다리칩
42	명동어머니집 明洞オモニチップ
43	명동부산집 釜山家 プサンチップ
44	하남돼지집 河南(ハナム)テジチッ
45	김밥천국 キムパッ天国
46	원당감자탕 ウォンダンカムジャタン
47	옛맛 서울불고기엔마ッ소울블루코기
48	육대장 옛날전통육계장 昔風の伝統ユッケジャン
49	유가네 ユガネタッカルビ
50	장금이전집 チャングムチヂミ
51	단비 ダンビ

52	치마저고리 チマチョゴリ
53	한우마을 ハヌマウル
54	讚岐釜揚げうどん丸亀製麺 정통일본우동마루카메제면
55	あびこ 아비꼬
56	焼肉明洞 야끼니꾸명동 風味
57	ウエストうどん 우에스토우동
58	明洞チヂミ 明洞지지미
59	いざわ 伊沢 이자와
60	眩현가츠 正統日本式 トンカツ&うどん専門店

<표2>와 같이 한일어혼용 간판은 60개가 관찰되었다. 이 중에 한국어를 일본어 표기로 한 것은 30개소, 일본어를 한국어 표기한 것은 15개소 관찰되었다. 특히 <표2>의 No. 1번에 한국어 ‘갈비’를 ‘カルビ’라고 오용한 것도 있으나 그대로 명시하였다. 또한 No. 32번에는 같은 내용을 片仮名와 平仮名를 함께 사용한 경우로 ノリのり라고 표기하고 있다.

#### 4.2.1.2 한국어+일본어+영어 (한일영어혼용) 24개, 18.4%

##### <표3> 한일영어혼용간판

No	간판내용
1	お好み焼き FUGETSU 쓰루하시 후게츠 鶴橋風月
2	명동마트Supermarket 슈퍼마켓
3	미&휴 Aestheti 美&休エステ
4	CURRY HOUSE CoCo壱番屋코코이찌방야
5	명동UNO光Bag Myoungdong ひかり かぼん カバン・サイフ・トケイ韓国で一番安い
6	Don Quixote 돈키호테ドン키호테
7	대일마사지 マッサージ MASSAGE
8	condition massage 컨디션마사지 コンディションスポーツ足マッサージ
9	SEOUL MART ソウルマート 서울마트
10	라온에스테에스테Massage마ッサージ
11	나인 Nine 九 エステ休息 에스떼휴식
12	ACE足マッサージ 에이스 FOOT Massage
13	프린 네일美甲 プリンネイル PREEN NAIL
14	MD Accessories 엠디액세서리 명동アクセサリー
15	BULUJO 속눈썹연장술 まつげエクステ 네일아트 네일아트
16	라온에스테에스테Massage마ッサージ Nail 네일

17	디랑 COSMETICS コスメチックス
18	atelier7 hair&spa アトリエ7 美容室 아뜰리에7 헤어&스파
19	# 사주うらない Sharp 3F 李先生
20	占사주카페 道人cafe占い カフェ 일본어OK
21	Money Exchangeりょうがえ 両替換錢 高いレート명동 로얄환전소
22	K-MART 슈퍼마켓 超市명동점
23	JOGAI SEAFOOD 조가비 チョガビ
24	하모니마트Supermarket ハーモニーマートSupermarket

한일영어혼용 간판은 24개가 관찰되었다. 이 중에 한국어를 일본어 표기로 한 것은 1개소, 일본어를 한국어 표기한 것은 2개소 관찰되었다.

4.2.1.3 일본어 (일본어단독) 20개, 15.3%

<표4> 일본어단독간판

No	간판내용
1	なかよし
2	今でしょ!!
3	のりソウル
4	長今スパエステ
5	かもめかばん
6	かもめのり
7	健美人エステ
8	壽エステ
9	明洞天地然 火汗蒸幕 アカスリ 顔・足マッサージ
10	코리아스포츠마ッサージ
11	明洞韓方エステ
12	横浜エステ
13	おみやげ明洞
14	明洞かばん
15	明洞海鮮いざかや
16	スタイルカバン
17	레인보메가네
18	韓国のり 商社涙が出るほどメチャうまい 天然韓国のり
19	ハムチョ カンジャンケジャン
20	粥世宗カンジャンケジャン

일본어단독 간판은 20개가 관찰되었다. 이 중에 한국어를 일본어 표기로 한 것은 0개소, 일본어를 한국어 표기한 것은 3개소 관찰되었다.

4.2.1.4 한국어 (한국어단독·일본어를 한국어 발음으로 표기) 1개, 0.8%

<표5> 한국어단독간판

No	간판내용
1	켄로쿠 우동꼬치구이

일본어를 한국어 발음으로 표기한 간판으로 이 간판 내용으로 보자면 일본인 관광객을 대상으로 한 것인지 의문이며 또 한편으로는 한국인 대상으로 일본음식점인 것을 알리고자 하는 것인지 등 그 의도가 애매한 간판이다.

4.2.1.5 한국어+영어 (한영혼용) 3개, 2.4%

<표6> 한영혼용간판

No	간판내용
1	KENZO RAMEN 일본라면 켄조라면
2	갓텐스시 GATTENSUSHI
3	초밥전문점 SUSHIJIRO 스시지로

일본어를 한국어 발음으로 표기한 간판으로 3개의 간판 각각 표기를 하고 있다. 4.2.1.4의 경우와 달리 한자나 仮名를 사용하지 않았으나 영어, 정확히는 알파벳으로 일본어 표기를 하여 라면가게, 스시가게임을 알 수 있게 하였다.

4.2.1.6 일본어+영어 (일영혼용) 22개, 16.9%

<표7> 일영혼용간판

No	간판내용
1	OK MART 슈퍼
2	MINISO 메이소우
3	KIRAKIRA 오더메이드

4	appleアップルかばん
5	BAG かばん LUCKY
6	ROYAL카バン
7	安Massageマッサージ
8	JBC エステ&マッサージ
9	Crystal esthetic 크리스탈エステ
10	esthe HERA 헤라エステ
11	T.ara Massage 마사지
12	PINK MART PINK SUPERMARKET PINK슈퍼마켓
13	YH.KIM LUXURY & LEATHER 毛皮リフォーム 皮革オーダー専門店
14	DREAM Bath よもぎ蒸し専門店
15	YOUNG BEAUTV 足マッサージ
16	Waxing ワックス
17	明洞オアシス足ツボマッサージ
18	Sun therapy Foot Massage 足マッサージ
19	MASSAGE・韓國最高エステ
20	森の朝 SKIN CARE
21	KIRAKIRAオーダーメイド
22	GoGo樂Karaokeカラオケ

본 조사에서 유일하게 한국어가 없는 간판이며 영어와 일본어로만 표기된 간판으로 22개의 간판이 관찰되었다. 이 간판의 내용으로 서구권과 일본인 관광객을 주로 대상으로 하겠다는 것을 알 수 있으며 업종으로는 잡화 및 슈퍼마켓 의류 및 가방 의료 및 휴게 기념품 미용이 주된 것을 알 수 있다.

#### 4.2.2 업종별 간판언어 사용실태

##### 4.2.2.1 음식점(52개/130개, 40%)

<표8> 음식점 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(213개)	79	59	35	15	18	7
비율(%)	37.1	27.7	16.4	7.0	8.5	3.3

- 한국어사례 - 장수갈비집, 돈가스, 달인의 집, 명동길, 파, 불고기, 너비집, 우동, 명동, 화덕, 채선당, 영양센터, 통닭, 삼계탕, 죽전문점, 즉석떡볶이, 우에스토, 샤브샤브, 스키야키, 돈부리전문점, 세이쑤, 해물탕, 간장계장, 조개와, 고궁, 돈돈, 숯불갈비, 국내최초, 토종, 김치요리전문점, 샤브구이, 명동, 고시레, 스시한판, 최고집, 명품, 큐카츠, 카츠미, 카에데, 영터리생고기, 오다리집, 명동, 어머니집, 부산집, 하남돼지집, 김밥천국, 원당감자탕, 옛맛, 서울 불고기, 육대장, 옛날전통육계장, 유가네, 장금이전집, 치마저고리, 한우마을, 정통, 일본, 우동, 마루카메제면, 아비꼬, 야끼니꾸, 명동, 우에스토, 우동, 지지미, 이자와, 현가츠, 쓰루하시 후게츠, 코코이찌방야, 조가비, 겐로쿠, 꼬치구이, 일본, 라면, 겐조라멘, 갓텐스시, 초밥전문점, 스시지로
- 한자사례 - 本家, 長寿, 本家, 辛辛, 番組, 紹介, 韓国人, 本店, (50)年, 傳統, 元祖, 榮養, 本店, (50)年, 名家, 青春, 明洞, 貝煮物, 古宮, 全州, 傳統, 專門店, 村, 豚豚, 村炭火, 三金, 豚肉, 專門店, 眞, 高喜来, 壽司一板, 酒菜空間, 明洞, 粥, 割引, 明洞, 釜山家, 河南, 天国, 焼肉, 明洞, 風味, 明洞, 伊沢, 眩, 正統, 日本式, 專門店, 粥, 世宗, 明洞, 海鮮, 壱番屋, 鶴橋, 風月, 讃岐丸亀製麵, 看板
- 片仮名사례 - カルビ, プルコギ, ノビチブ, ハドクピザ, シャブシャブ, センター, トッポッキ, シャブシャブ, ゴゲチム, ビビン바, 칼비,サムギョ프サル, 고히레, 치즈타카칼비, 오톨리, 오다리치부, 오모니치부, 이카킴치, 푸산치부, 하남테지치부, 킴파트, 웬던캄캄자탄, 이엔맷소울풀코기, 유케잔, 유가네타카칼비, 찡그뎡치지미, 차마초고리, 하누마울, 웨스토, 치지미, 톤캄츠, 초가비, 햄, 초, 캄잔켄켄, 캄잔켄켄
- 平仮名사례 - とんかつ,ねぎ,すきやき,せいしゅん,しゃぶ,かつみ,かえで,うまい,おかゆ,あびこ,うどん,いざわ,いざかや,うどん,うどん
- 混合文字사례 - 鉄人の店, 韓国の色々なテレビ, 認める, 美味しいお店, 伝統の鳥料理, わたり蟹のしょうゆづけ, 貝の料理, 貝焼き, 焼き物, 炭焼き, 生の肉, 生のサムギョプサル, 食べ放題, お粥, 有名な店, お好み焼き, 昔風の伝統釜揚げ
- 영어사례 - FUGETSU, CURRY HOUSE, CoCo, JOGAI SEAFOOD, KENZO RAMEN, GATTENSUSHI, SUSHIJIRO

<표8>에서 알 수 있듯이 음식점 간판은 한국어로 표기하는 비율이 37.1%로 가장 많았고 다음으로 한자가 27.7%로 우위를 차지했다. 이어서 片仮名 16.4%, 混合文字 8.5%, 平仮名 7.0% 영어 3.3% 순으로 나타났다. 음식점의 경우 한국어 사용이 많은 이유는 일본인 관광객을 대상으로 영업을 하면서 현지의 한국인도 의식하는 것으로 판단되는 부분이다.

음식점 간판의 경우 ‘고궁’, ‘세이쑤’, ‘어머니집’ 등과 같이 음식의 메뉴를 알 수 없는 상호 부)만 있는 간판이 있는 반면 간판자체에 ‘장수갈비집’, ‘서울불고기’, ‘원당감자탕’ 상호부와 업종부가 같이 있는 간판도 관찰되었다. 또한, ‘즉석떡볶이’, ‘한우마을’과 같은 업종부만 있는 간판도 관찰되었다.

4.2.2.2 의료 및 휴게 마사지(28개/130개, 21.5%)

<표9> 의료 및 휴게 마사지 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(110개)	16	29	38	1	1	25
비율(%)	14.6	26.4	34.5	0.9	0.9	22.7

- 한국어사례 - 톡스앤필의원, 모닝토탈마사지, 마사지, 로얄에스테, 마사지, 컨디션, 마사지, 라온에스테, 나인, 에스떼, 휴식, 미, 휴, 에 이스, 미나미에스테, 벨라
- 한자사례 - 皮膚, 明洞, 大月, 足, 足, 九, 休息, 美, 休, 健美人, 壽, 明洞, 天地然, 火汗蒸幕, 顔, 足, 明洞, 足, 韓方, 横浜, 長今, 安, 明洞, 足, 足, 韓國, 最高, 足, 專門店
- 片仮名사례 - ボトックス, フィラー, モーニング, トータルマッサージ, ロイヤルエステ, マッサージ, コンディション, スポーツ, マッサージ, エステ, マッサージ, エステ, エ스테, マッサージ, エ스테, エ스테, アカスリ, マッサージ, コリア, スポーツマッサージ, エ스테, エ스테, スパエステ, エステサロン, ミナミ, エ스테, マッサージ, エ스테, マッサージ, 크리스탈 에스테, 헤라에스테, マッサージ, オアシ, スツボマッサージ, マッサージ, エステ, マッサージ

2) 민현식(2001)「간판 언어의 의미론」에서 대상호를 상호부와 업종부로 나누어 분류하고 있다.

平仮名사례 - よもぎ

混合文字사례 - 蒸し

영어사례 - MASSAGE, condition, massage, Massage, Nine, Aestheti, ACE, FOOT, Massage, Massage, JBC, Crystal, esthetic, esthe, HERA, T.ara Massage, Sun, therapy, Foot, Massage, MASSAGE, YOUNG, BEAUTY, DREAM, Bath

<표9>에서 알 수 있듯이 의료 및 휴게 마사지 간판은 片仮名로 표기하는 비율이 34.5%로 가장 많았고 다음으로 한자가 26.4%로 우위를 차지했다. 이어서 영어 22.7%, 한국어 14.6%, 平仮名 및 混合文字 0.9% 순으로 나타났다.

4.2.2.3 의류 및 가방(15개/130개, 11.5%)

<표10> 의류 및 가방 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(46개)	4	8	12	7	2	13
비율(%)	8.7	17.4	26.1	15.2	4.3	28.3

한국어사례 - 청수, 미도리가방, 명동, 돈키호테

한자사례 - 靴, 光, 韓国, 一番, 明洞, 毛皮, 皮革, 専門店

片仮名사례 - カバン, カバン, サイフ, トケイ, スタイルカバン, オーダーメイド, カバンアップル, リフォーム, オーダー, オーダーメイド, ドンキホーテ

平仮名사례 - みどりかばん, ひかりかばん, なかよし, かもめかばん, かばん, かばん  
かばん

混合文字사례 - 安い, 今でしょ

영어사례 - UNO, Bag, Myoungdong, KIRAKIRA, apple, BAG, LUCKY ROYAL, YHKIM, LUXURY, LEATHER, KIRAKIRA  
Don Quixote

<표10>에서 알 수 있듯이 의류 및 가방 간판은 영어로 표기하는 비율이 28.3%로 가장 많았고 다음으로 片仮名가 26.1%로 우위를 차지했다. 이어서 한자 17.4%, 平仮名 15.2%, 한국어 8.7%, 混合文字 4.3% 순으로 나타났다.



4.2.2.4 미용(10개/130개, 7.8%)

<표11> 미용 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(38개)	12	2	12	1	1	10
비율(%)	31.6	5.3	31.6	2.6	2.6	26.3

- 한국어사례 - 비쥬헤어, 네일스토리, 프린네일, 속눈썹, 연장술, 네일아트  
라온에스테, 아뜰리에, 헤어, 스파, 디랑, 단비
- 한자사례 - 美甲, 美容室
- 片仮名사례 - ビジューヘア, ネイルストーリー, プリンネイル, エクステ, ネイルアート,  
エステマッサージ, ネール, アトリエ, コスメチックス, ワックス, ダンビ
- 平仮名사례 - まつげ
- 混合文字사례 - 森の朝
- 영어사례 - PREEN NAIL, BULUJO, Massage, Nail, atelier, hair, spa, COSMETICS,  
Waxing, SKIN CARE

<표11>에서 알 수 있듯이 미용 간판은 한국어 및 片仮名로 표기하는 비율이 각각 31.6%로 가장 많았고 다음으로 영어가 26.3%로 우위를 차지했다. 이어서 한자 5.3%, 平仮名 및 混合文字 2.6% 순으로 나타났다.

4.2.2.5 잡화 및 슈퍼마켓(7개/130개, 5.4%)

<표12> 잡화 및 슈퍼마켓 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	영어
출현 수(21개)	4	1	7	9
비율(%)	19.0	4.8	33.3	42.9

- 한국어사례 - 명동마트, 서울마트, 명동점, 하모니마트
- 한자사례 - 超市

- 片仮名사례 - スーパーマーケット, ソウルマート, スーパーマーケット, ハーモニー  
 マート, スーパー, スーパーマーケット, メイソウ
- 영어사례 - Supermarket, SEOUL MART, K-MART, Supermarket, Supermarket, OK  
 MART, PINK MART, PINK SUPERMARKET, PINK

<표12>에서 알 수 있듯이 잡화 및 슈퍼마켓 간판은 영어로 표기하는 비율이 41.6%로 가장 많았고 다음으로 片仮名가 29.2%로 우위를 차지했다. 이어서 한국어 25%, 한자 4.2% 순으로 나타났다.

명동지역의 잡화 및 슈퍼마켓 간판에는 平仮名와 混合文字가 관찰되지 않았으며 미사어구 없이 간단명료하게 ‘MART’, ‘マート’ 등의 업종부를 사용하고 있다.

#### 4.2.2.6 기념품(6개/130개, 4.6%)

<표13> 기념품 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(23개)	4	7	3	6	2	1
비율(%)	17.4	30.4	13.1	26.2	8.6	4.3

- 한국어사례 - 노리, 왕국, 액세서리, 명동
- 한자사례 - 王国, 明洞, 韓国, 商社, 涙, 天然, 韓国
- 片仮名사례 - ノリ, アクセサリー, ソウル
- 平仮名사례 - のり, のり, かもめのり, おみやげ, のり, のり,
- 混合文字사례 - 出るほど, メチャうまい
- 영어사례 - MD Accessories

<표13>에서 알 수 있듯이 기념품 간판은 한자로 표기하는 비율이 30.4%로 가장 많았고 다음으로 平仮名가 26.2%로 우위를 차지했다. 이어서 한국어 17.4%, 片仮名 13.1%, 混合文字 8.6%, 영어4.3% 순으로 나타났다.

일본어를 사용하는 기념품 가게 대부분의 상품은 ‘식탁용 김’을 판매하는 가게가 대다수임을 알 수 있다. 7개의 기념품 가게 중 ‘식탁용 김’을 판매하는 곳이 6곳이다. 이로써 짐작할 수 있는 것은 명동지역 방문 일본인 관광객의 선호 기념품이 무엇인지 알 수 있다.

4.2.2.7 사주(5개/130개, 3.9%)

<표14> 사주 간판 어종분포

어종	한글	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(26개)	6	8	3	3	3	3
비율(%)	23.1	30.8	11.5	11.5	11.5	11.5

한국어사례 - 사주, 사주, 사주, 사주, 카페, 일본어

한자사례 - 道人, 占, 道通, 占, 占, 李先生, 占, 道人

片仮名사례 - ドトン, カフェ, カフェ

平仮名사례 - うらない, うらない, うらない

混合文字사례 - 占い, 占い, 明洞の母

영어사례 - Sharp, cafe, OK

<표14>에서 알 수 있듯이 기념품점 간판은 한자로 표기하는 비율이 30.4%로 가장 많았고 다음으로 平仮名가 26.2%로 우위를 차지했다. 이어서 한국어 17.4%, 片仮名 13.1%, 混合文字 8.6%, 영어4.3% 순으로 나타났다.

4.2.2.8 안경(3개/130개, 2.3%)

<표15> 안경 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字
출현 수(9개)	4	2	3	0	0
비율(%)	44.4	22.2	33.3	0	0

한국어사례 - 콘택트렌즈, 전문점, 밝은 세상, 안경

한자사례 - 専門店, 眼鏡

片仮名사례 - コンタクトレンズ, バルグンセサン, レインボーメガネ

<표15>에서 알 수 있듯이 안경점 간판은 한국어로 표기하는 비율이 44.4%로 가장 많았고 다음으로 片仮名가 33.3%로 우위를 차지했다. 이어서 한자가 22.2%를 차지하였고 平仮名

및 混合文字의 사용은 없는 것으로 조사되었다.

4.2.2.9 노래방(2개/130개, 1.5%)

<표16> 노래방 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(7개)	2	1	2	0	0	2
비율(%)	28.6	14.3	28.6	0	0	28.6

한국어사례 - 뮤지컬, 노래방

한자사례 - 樂

片仮名사례 - カラオケ, カラオケ

영어사례 - GoGo, Karaoke

<표16>에서 알 수 있듯이 노래방 간판에 나타난 어종은 한국어, 한자, 片仮名, 영어 4종이다. 한국어, 片仮名, 영어의 경우 각각 28.6%를 보이고 있고 그 외 한자가 14.3%를 나타내고 있다.

4.2.2.10 금융(2개/130개, 1.5%)

<표17> 금융 간판 어종분포

어종	한국어	한자	片仮名	平仮名	混合文字	영어
출현 수(11개)	3	3	1	1	1	2
비율(%)	27.3	27.3	9.1	9.1	9.1	18.2

한국어사례 - 우리은행, 명동, 로얄환전소

한자사례 - 銀行, 兩替, 換錢

片仮名사례 - ウリイ

平仮名사례 - りょうがえ

混合文字사례 - 高いレート

영어사례 - Money, Exchange

<표17>에서 알 수 있듯이 금융 간판은 2개로 한국어 및 한자로 표기하는 비율이 각각 27.3%로 가장 많았고 다음으로 영어가 18.2%이다. 이어서 片仮名, 平仮名, 混合文字가 각각 9.1%를 보였다.

이상, 업종별 간판에 나타나는 어종에 대하여 분석하였다. 분석하는 가운데에 오용도 보였다. 오용을 검토하기 위해 일본어 강사 동료 2명(한국체재 10년 이상의 일본인)과 분류한 자료를 한국관광공사 관광용어 외국어 용례사전<sup>3)</sup>을 이용하여 검토한 후 아래의 <표18>에 정리하였다.

4.2.3 오용사례 (19개/130개, 14.6%)

<표18> 오용사례 및 수정제안

No	오용 예	수정 및 제안
1	김밥천국キムパツ天国	キムパツ キムバ
2	장수갈비집本家長寿カルヒ本家	カルヒ カルビ
3	酒菜空間かえで	酒菜 중국어이므로 이것에 상응하는 단어로 교체
4	엔터리생고기 オントリ生の肉うまい生のサムギョプサル 食べ放題	‘生の’는 생고기를 먹는다는 인식이므로 어휘교체
5	명동화떡ハドクピザ	ハドク ファドク
6	とんかつの鉄人	とんかつの達人
7	河南(ハナム)テジチッ	チッ チブ
8	焼肉明洞	焼肉 焼き肉
9	貝の料理 貝焼き ゴゲチム(貝煮物)	ゴゲチム チョゲチム(煮し貝)
10	ゴシレ・高喜来 명동고시레	高喜来 高矢来
11	KIRAKIRAオーダーメイド	オーダーメイド オーダー메이드
12	밝은 세상 안경バルグンセサン眼鏡	バルグン パルグン
13	DREAM Bath よもぎ蒸し専門店	よもぎ蒸し専門店 よもぎ蒸しサウナ
14	安Massageマッサージ	安 安らぎ
15	明洞オアシス足ツボマッサージ	マッサージ マッサージ
16	韓国のり商社 涙が出るほどメチャうまい天然韓国のり	メチャうまい メツチャうまい

3) 한국관광공사는 외래어표기 오용 방지를 목적으로 2010년 1월에 사이트를 개설하였다. 그 이유는 업종과 메뉴 및 상품의 표기가 가게마다 달라 이용객의 불편이 크고 정보의 혼선을 빚는 사례가 빈번했기 때문이다. 따라서 표기를 통일하여 이용객의 편의를 도모하고 간판 및 메뉴제작에 용이함을 돕기 위함이다.

17	라온에스테에스테 Massageマッサージ Nail 네ール	네ール 네일
18	네일스토리네일스토리	네일스토리 네일스토리
19	사주우らない	四柱うらない

오용의 기준은 주관적이 될 수도 있으므로 보다 엄격한 검증의 필요성을 염두 해 두고 관광용어 외국어 용례사전을 적극 활용하여 총 130개 간판 중에서 19개의 오용의 간판을 분류하였다. 이는 14.6%라는 결코 적지 않는 비율을 차지하고 있다. 오용으로는 한자 장음 축음 탁음 직역에 따른 오용이 대부분이다.

## 5. 나오며

본 조사에서는 일본인 관광객이 가장 많이 방문하는 서울의 명동지역을 조사 지역 대상으로 하여 일본어를 포함하는 간판 130개에 초점을 맞추어 어종의 조합별로 분류하고 다음으로 10개 업종의 업종별 어종을 조사하였다.

그 결과 먼저 언어의 조합은 한국어+일본어 한국어+일본어+영어 일본어(일본어단독) 한국어(한국어단독.일본어를 한국어 발음으로 표기) 한국어(일본어를 한국어 발음으로 표기)+영어 일본어+영어 6종류의 언어조합으로 이루어진 것을 알 수 있었다.

다음으로 10개 업종의 업종별 어종을 조사한 결과 출현 비율이 높은 어종의 경우, 음식점-한국어 37.1%, 의료 및 휴게 마사지-片仮名 34.5%, 의류 및 가방- 영어 28.3%, 미용-한국어&片仮名 각각 31.6%, 잡화 및 슈퍼마켓-영어 42.9%, 기념품-한자 30.4%, 사주-한자 30.8%, 안경-한국어 44.4%, 노래방-한국어&片仮名&영어 각각 28.6%, 금융-한국어&한자 27.3%로 나타났다.

마지막으로 2018년 11월 1차 조사 당시에는 11개 업종 146개 간판이 관찰되었으나 2019년 11월 2차 조사 시에는 줄어든 10개 업종 130개 간판이 확인되었는데 일본정부의 수출규제 및 입국제한에 대한 한국정부의 일본인 관광객 입국제한 조치로 인한 일본인 관광객 감소가 그 원인으로 보인다. 한국과 일본의 경제활동 정상화를 위해 하루빨리 한일 국교정상화가 이루어지기를 간절히 바란다.

본 조사의 경우 공식적인 관점에서 살펴 볼 수 있는 자료의 결과물로서 일본의 수출규제와 한국의 일본관련 불매운동 속, 2019년 11월의 명동지역의 간판 문화와 지역의 요구를 살필 수 있는 것에 의의를 둔다.





**【參考文獻】**

김미선(2013)「언어경관으로 본 일본의 한류 붐-한글경관의 심볼적 기능의 확대」세계한국학대회발표자료  
김정현(2017)「언어경관에 보이는 화용에 관한 연구-간판과 게시판을 중심으로-」『日本近代學研究』第55輯,  
pp.191-205  
민현식(2001)「간판 언어의 의미론」『한국어의미학』Vol.9, pp.221-259  
양민호(2013)「한국과 일본의 언어경관 자료를 통해서 살펴 본 언어의 다양성에 관한 연구」『日本言語文化』제  
26집, 韓國日本言語文化學會, pp.123-140  
\_\_\_\_\_ (2016)「한일 언어경관 속 언어오용에 관한 사회언어학적 연구」『인문과학연구논총』제37권4호,  
pp.193-210  
양창용·고용진(2002)「간판언어의 언어학적 이해-영어와 일본어 경우를 중심으로」『언어학연구』Vol.7 No.1,  
pp.115-133  
장영희(2005)「대학가 간판언어에 나타난 사회언어학적 실태 조사 연구 -남녀공학대학과 여자대학 주변 간판  
언어를 중심으로-」『국어교육』한국어교육학회, pp.550-582  
洪珉杓(2006)「日本語における看板言語の表記実態」『日本語文学』第35輯 日本語文學會, pp.131-142  
한국관광공사 관광용어 외국어 용례사전 <http://kto.visitkorea.or.kr/kor/translation/list.kto>

논문투고일 : 2020년 07월 01일  
심사개시일 : 2020년 07월 14일  
1차 수정일 : 2020년 08월 06일  
2차 수정일 : 2020년 08월 12일  
게재확정일 : 2020년 08월 20일

【부록】

서울 명동지역 업종별 일본어 사용 간판사진 일부

No	업종	간판내용	간판사진
1	음식점	돈가스 달인의 집 とんかつ鉄人の店	
2	의료 및 휴게 마사지	특스앤필의원ボトックス /フィラー/皮膚	
3	의류 및 가방	なかよし	
4	미용	森の朝 SKIN CARE	



5	잡화 및 슈퍼마켓	MINISO メイソウ	
6	기념품	川のり王国	
7	사주	明洞の母 占・사주うらない	
8	안경	밝은 세상 안경 バルグンセサン眼鏡	
9	노래방	GoGo樂Karaoke カラオケ	
10	금융	우리는행 ウリ銀行	

---

**<要旨>**


---

**언어경관에서 관찰되는 일본어 사용실태 조사**

- 서울 명동지역의 일본어사용 간판을 중심으로 -

**김정현**

본 조사에서는 2019년 11월 서울 명동지역의 일본어간판에 사용된 언어의 조합과 업종별 간판의 어종분포에 대하여 조사하였다. 그 결과 10개의 업종 130개 간판이 관찰되었고 단독표기를 포함하여 6종류의 언어조합으로 사용되고 있는 것을 알 수 있었다. 특히, 일본어를 한국어 표기한 간판, 일본어를 한국어로 표기한 간판이 다수 관찰되었다.

업종별 어종분포를 살펴본 결과, 업종별로 상위를 차지하는 언어는 각각 달리 나타났으며 가장 많은 업종은 음식점(52개)이었으며 의료 및 휴게 마사지(28개), 의료 및 가방(15개), 미용(10개), 잡화 및 슈퍼마켓(7개), 기념품점(6개), 사주(5개), 안경점(3개), 노래방(2개), 금융(2개)로 분류되었다.

130개의 간판 중에는 한자, 장음, 축음, 탁음 사용에 있어서의 오용이 관찰되었으며 직역에 의한 오용도 보였다. 이러한 오용은 한국관광공사가 제공하는 관광용어 외국어 용례사전을 적극 이용하면 오용을 줄일 수 있을 것으로 보인다.

**Survey of Japanese usage in linguistic landscape**

- Focusing on Japanese signboard in Myeongdong, Seoul -

*Kim, Jeong-Heon*

In this study, in November 2019, the combination of languages used in Japanese signboards in Myeong-dong, Seoul, and the distribution of fish types of signboards by industry were investigated. As a result, 130 signs from 10 industries were observed, and it was found that they were used in six types of combinations, including single signs. In particular, a number of signboards with Japanese in Korean and signs with Japanese in Korean were observed.

As a result of looking at the distribution of fish by industry, the languages that occupied the top by industry were different, and the most industries were restaurants (52), medical and rest massages(28), medical and bag(15), beauty(10), miscellaneous goods and supermarkets(7), souvenir shops(6), horoscopic data(5), opticians(3), karaoke(2), finance (2).

Among the 130 signs, misuse in the use of Kanji, Chouon, Sokuon, Dakuon, misuse by literal translation was also observed. This misuse is expected to be reduced by actively using the foreign language usage dictionary provided by the Korea Tourism Organization.