令和７年度国際交流員通信４

「中国語って、全部漢字だよね」

お久しぶりです。王涛です。

急に寒くなりましたね。私の半袖シャツたちは見事に役目を果たして、本当にお疲れ様でした。ただ気温の変化が早すぎて、長袖を買う暇もなくて寒かったのです。さらに、国際交流員の通信が３回までしか書けてないことに気づくとなおさら寒くなりました。あまり書けなくてすみません…

実は毎回の話題を考えるのが大変で、できるだけ面白く書きたいと思っているので、時間がかかってしまいます。「偶像包袱」（アイドルの荷物）を背負っているからかもしれません。中国語の「偶像」はアイドル、「包袱」は背負い荷物（風呂敷の包み）を意味します。日本語の「アイドルイメージ」に通じる概念ですが、中国語で「荷物」と表現されるのは面白いと思います。「今回の通信は前ほど面白くない」と思われたらどうしよう——これが私の「荷物」なのです。

さて、10 月 30 日から、私が担当している「かんたん中国語講座」の後期コースが再開します。市民の皆さんと直接に触れ合うことは、私にとって貴重な機会であり、多くの気付きと発見をもたらしてくれることです。外国人に中国語を教えるのは、よく自分自身が普段気づかないことに、ふと気づく良いきっかけになるのです。

例えば、「中国語は、全部が漢字でできている」ということ。

「当たり前じゃん」と思われるかもしれませんが、改めて中国語勉強の本を調べてみると、中国語の特徴には「日本語の『は』『が』『に』『を』のような助詞はない」、「動詞の活用はない」、「カタカナ表記の外来語はない」といった点が挙げられています。

序号	汉语	日语
1	眼影	アイシャドウ
2	眼线笔	アイライナーペンシル
3	眼线液笔	アイライナーリキッド
4	睫毛膏	マスカラ
5	假睫毛	つけまつげ
6	睫毛夹	ビューラー
7	唇膏	リップスティック
8	唇釉	リップグロス
9	口红	口紅
10	唇线笔	リップライナー
11	染唇液	リップティント
12	隔离	化粧下地
13	粉底液	リキッドファンデーション
14	粉饼	パウダーファンデーション
15	粉霜	クリームファンデーション
16	气垫	クッションファンデーション
17	眉笔	アイブロウペンシル

その表の一部を抜粋

「外来語」。日本に来たばかりの頃、ドラッグストアで化粧品やシャンプーなどの日用品を買いたくて入ったのですが、商品の名前を見たらそれが何か全然わかりませんでした。店員にどう聞けばいいのかも分からず、結局必死に勉強して、ドラッグストアの単語 100 個を表にまとめたほどです。あの時の無力感、二度と味わいたくありません。（泣）

話を戻します。中国にも外来のものはもちろん数多くありますが、中国語は全部漢字でできているため、改めて「名付け」が必要です。例えば、外国ブランドが中国市場に進出する際には、必ず漢字だけの中国語名を付けなければなりません。日本のようにブランド名をカタカナで音写することはできません。

さらに、漢字は表意文字であるがゆえに、どの漢字を名前に選ぶかは、極めて重要な意味を持ちます。例えば、外国ブランドの発音に「す」が含まれる場合、「死」という字を絶対に選ぶことはありません。同時に、発音が耳馴染み良いかどうかも考慮しなければなりません。

うまく名前が付けば、ブランドは中国で新たな生命を吹き込まれたかのように大ヒットします。しかし、失敗すれば、誰にも注目されず、中国市場から撤退を余儀なくされるという可能性も決してないというわけではないのです。

ここまでお話しすると、日本ブランドが中国でどのような名前をつけているか、少し気になってきませんか？

ちなみに、欧米企業と比べると、日本企業には一つ利点があります。それは、同じ漢字圏の国であるため、たとえ元の名前が仮名であっても、対応する漢字が存在し、さらに漢字そのものが持つ意味への理解もあるということです。そのため、縁起が良く、中国語の発音も聞き取りやすい漢字を選ぶことは、欧米企業より簡単だと思います。

それでは、中国進出を果たした日本企業のネーミング事例をいくつかご紹介しましょう。それぞれの中国語発音も併記しますので、それはどの企業なのか、当ててみてくださいね。

中国語名	中国語発音（擬似）
优衣库	ヨウ　イー　クー
松下	ソン　シィア
丰田	フン　テン
佳能	ジェア　ノー
索尼	ソー　ニー
养乐多	ヤン　レー　デゥオ

では、答えを見てみましょう！中国は簡体字を使っていますから、一応日本で使う漢字を括弧の中に書いておきます。

ユニクロ＝优衣库（優衣庫）
「Uniqlo」の音訳は「优衣库」です。ここで、「优」は「優良」を、「衣」は「衣服」という店の種類を、「库」は「倉庫」をそれぞれ意味しており、「セルフサービス方式の倉庫型店舗で良質な服を提供する」という特徴を見事に表現した、非常に成功した命名と言えるでしょう。ちなみに「GU」にも「极优」という中国語名がついています。その意味は「極めて優れている」ということです。名前だけ見れば、服の品質はユニクロよりも上であるように思えてしまいますね（笑）。

パナソニック＝松下（松下）
「Panasonic」は「松下」と訳されますが、これは中国市場において、創業者である松下幸之助氏の姓をブランド名として沿用したものです。「松の木の下」というこの名前は、東洋的な哲学を感じさせ、重厚で信頼できるイメージを与えてくれます。

トヨタ＝丰田（豊田）
「Toyota」の「丰田」は、音訳と意訳を組み合わせた模範的な例です。発音を対応させつつ、「豊かな田んぼ」という縁起の良い意味を持たせており、非常に親しみやすい名前となっています。

キヤノン＝佳能（佳能）
「Canon」の「佳能」は、音と意味の両方を兼ね備えた理想的な訳です。「佳」は「素晴らしい」、「能」は「機能」を表し、カメラが「美しい映像を記録する」という機能性を完璧に表現しています。元のブランド名よりも豊かな意味合いを持たせた好例と言えるでしょう。

ソニー＝索尼（索尼）
「Sony」を「索尼」と純粋に音訳したのも典型的な例です。使われている漢字の「索」には「探求する」という意味が、「尼」は当時、先進的でおしゃれな印象を与える字でした。それらが組み合わさり、簡潔で力強く、記憶に残りやすいブランドの象徴となったのです。

ヤクルト＝养乐多（養楽多）
「Yakult」は意訳の見本のような名前です。中国では「養楽多」（身体を養い、楽しみをもたらす）という、健康を連想させる名前が採用されました。この名前は、製品（乳酸菌飲料）の核心的な売り所を直撃し、消費者にとって非常に強い吸引力を持っています。

これらの中国語訳名は、単なる言語の変換ではなく、マーケティング戦略、文化への適応、そしてブランド・ポジショニングの知恵が結晶したものなのです。私から見れば、これらは中国での日常生活に自然に存在しているブランド名で、普段は特に気にも留めません。しかし、よく考えてみれば、このように名付けに工夫するのは、中国語は全部漢字だからですね。

それでは、皆様に一問出題します。ぜひ名付けに挑戦してみてください。
もし下関市のショッピングモール「シーモール」が中国に進出するため、漢字だけの名称を必要としたら、あなたはどんな名前を付けますか？