

日用品表記における連濁の不定状況

浅井 淳 (大同大学)

1. はじめに

日本語の連濁現象は、統語論、意味論、音韻論、語彙層、語彙史、語用論、認知心理などさまざまな観点から、多くの検討がなされてきた(バンス・渡邊, 2017, など). その対象音形は連濁形か非連濁形のいずれかと共時的に判定され、同時的に議論されることがあった(戸田, 1988). 例えば、「水銀」, 「柴垣」は古くは非連濁形/みず+かね/, /しば+かき/であったが、やがて連濁形/みず+がね/, /しば+がき/になった¹. そのような変化は、後部要素の連濁傾向が強くなり、前部要素最終モーラ頭に有声阻害音がある場合に連濁しにくくなるという拡張版ライマンの法則に反してでも(三宅, 1932; Vance, 2005), 有声化作用が働いた結果と推測される. 今回、基本2モーラのうち造語力が高い「口」などを後部要素とする比較的新しい合成名詞に関して、(1)身近な用品記載に関する実態調査と(2)話者の認知調査を実施して、連濁の現状把握ならびに作用過程に関する一つの検討を試みた.

2. 社会における実態調査

まず、現時点での連濁現象の(1)実態調査として、日用品に記載されている表記に着目した. 液体洗剤や飲料などを入れるために、ビニル製の袋状または紙製の直方体状の容器が多く用いられている. その開封箇所には「切り口」, 「つめかえ口」などの合成語, 「OPEN」などの英語, 「手で切れます」などの文章, そして破線, 矢印やハサミの絵など多様な表示により、場所と方向が指示される. その表記には、製造販売業者がターゲットとする使用者に向けた商品の特性が反映されているようである.

2.1 牛乳容器の表記

今回、目にする機会が多く均質性の高い容器形態をとる牛乳を取り上げる(酒井, 2013)². 対象表記は、紙パックのいわゆる開け口を手前に向けた場合、折りを開く上辺(ここでは屋根と呼ぶ)の右側と左側の記載と注ぎ箇所(ここでは引き出し、略して引出部と呼ぶ)すぐ下の記載とした(図 1a). その「開け口」の場合、2019年1月から12月の間に中部地方および東京・仙台・神戸地区の小売店舗で入手した、北は北海道から南は高知県まで108業者の383種類の牛乳商品における連濁生起率は0.76とやや連濁形/あけ+ぐち/が多かった. ここでの連濁生起率は、漢字や英字表記の場合を除く、後部要素がかな表記の場合における連濁形件数の割合である.

製造業者と販売業者が異なる場合、原則として販売業者の商品とした³. 同じ商品でも地域により製造業者が異なり、かな表記が連濁形～非連濁形と異なる場合、業者数に関わらず、表記種類数に基づき各0.5件と数えた. 調査期間内に容器が変わり、合成樹脂製で回転式の注ぎ口になった場合、紙容器のときの表記情報とした. 紙容器の模様が変わった場合は、新しい表記情報を使った. 表記の大きさは問わず、表記内容に従った(図 1b). 片側のみ記載の場合、その表記を使った(図 1c). 屋根開け口の表記が左右で「あけぐち」と「OPEN」のように異なる場合(図 1de), 記載数は0.5件、連濁生起数は1件とした. 記載が両側とも「OPEN」で、引出部の横または下の説明文に「あけぐち」と記されていても(図 1f), 記載、連濁とも0件とした. このように、引出部の横や下の説明文中の表現は計数対象外とした(図 1fg). 「注ぎ口」の場合も、引出部の下方にある別の表記(図 1ci)や、注ぎ口箇所の指示ではない開け方の案内(図 1cj)などは対象外とした.

価格は店による違いがある. ある品の例では店間距離5kmにある2店で平常価格において1.8倍の違いがあった. そこ

¹ 読みは/ひらがな/で示し、ここでは形態素境界を+, 連濁形・非連濁形の交代を~印、任意の文字(列)を○印で示す.

² 対象商品は牛乳、成分調整牛乳、加工乳および乳飲料とした. 低脂肪や栄養素添加タイプを含むが、コーヒー牛乳、豆乳、ヨーグルト飲料などは含まない. 対象は1lクラスであり、開け口が合成樹脂の回転式の場合や1lクラスが無い場合は500ml品の記載を使った. 上辺の三角端を切る形態の商品は対象外とした. 特定季節向けの絵柄の場合は、調査範囲内では通常期と同じISBN番号で同じ表記であったため、通常期と同一商品とした. なお、ストローを入れる箇所がある場合は識別性のために、字数を使ってでも、かな表記/ストロー+ぐち/になることが多いと推測される.

³ 地方製造会社が製造の場合、問い合わせ先となるグループ統括会社の商品とした.

で、広く流通している代表的ナショナルブランド3品の地区大規模店における平均価格を基準に中価として⁴、それより3割以上高い品を高価、2割以上安い品を安価と3区分に設定した。商品展開度については、広い、中程度、狭い、ならびに販売店に限られる流通業者系商品の4区分とした。業者別に見るため、規模に関して判明した中で資本金が50億円以上⁵、1億円以上、1億円未満の3区分とした。業務歴に関しては、1945年以前に前身を含めて設立、1972年までに創業、そして1973年以降の創業の3区分とした。終戦から1972年までの復興・高度成長期の場合、学校給食への牛乳の採用、冷蔵庫の普及、流通の整備、所得の向上などがあつた時代における開業である。1973年以降の場合、運送や利用に便利な飲料用紙容器が普及してからの事業開始になる。業者別の集計では、業者ごとに商品数により平均値を算出して、その業者間平均値を取る。表1aのとおり、価格による連濁生起率に差は観られなかった。なお、表中、連濁率は連濁生起率を示し、漢字割合は漢字表記件数、英語割合は英語表記件数がそれぞれ全体に占める割合を示す。

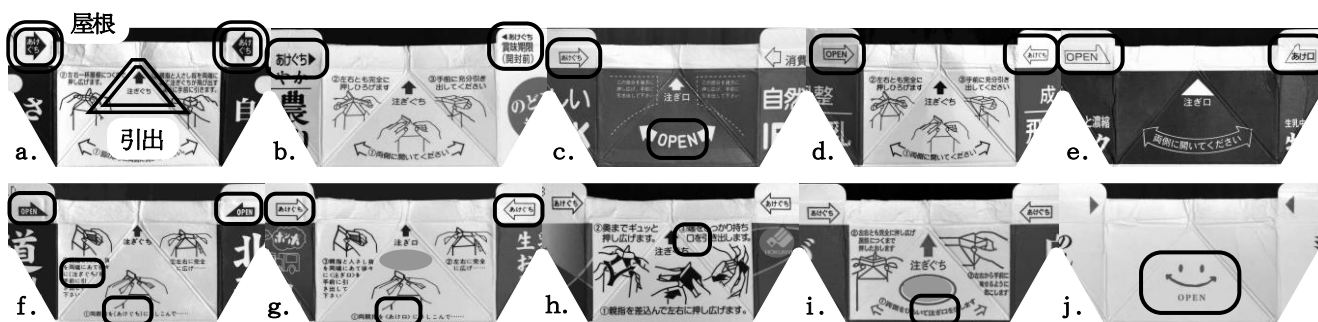


図1. 「開け口」「注ぎ口」表記対象箇所と表記例

表1. 牛乳紙容器「開け口」表記の商品別分布

a. 商品価格による表記						b. 商品展開度による表記					
価格	商品数	連濁率	漢字割合	英語割合	無割合	分布	商品数	連濁率	漢字割合	英語割合	無割合
高価	49	.84	.02	.10	.01	広い	17	.59	.00	.03	.00
中価	191	.72	.01	.06	.01	中程	42	.62	.05	.08	.00
安価	143	.78	.00	.05	.00	狭い	302	.78	.00	.05	.02
						流通	22	.83	.00	.18	.00

表2. 牛乳紙容器「開け口」表記の業者属性別連濁生起率

規模\業歴	～1944年	1945～1972年	1973年～
大	.29	.31	.50
中	.72	.75	.63
小	.97	.91	.61

表1bのように、牛乳商品のうち、広汎に売られているナショナルブランドの方がストアブランド(渥美, 1994)や地域生産消費型商品よりも連濁生起率がやや低かった。また、地域に根付いた歴史ある小規模業者は、表2のとおり、連濁生起率が高かった。また、全国に独自の流路が張られるストアブランドやプライベートブランド(大野, 2010)ではOPENという英語表記も増えている。小規模業者は図1djのように真新しい包装を作る場合もあり、英語表記率の割合も高かった。その場合、前述のとおり、連濁生起率には影響しない。これらの傾向には、商品開発における新しさや高級感など独自性の創出、ならびに年少者や非日本語話者などへの社会的配慮が推測される。

2.2 食料品名の表記

次に、「口」以外の不定状況を持つ形態素を見る。調味料の「つゆ」の場合、自然物の「露」/つゆ/と同様に非連濁傾向で、「粥」/かゆ/の場合は連濁傾向であった。一方で、調味料の「たれ」の場合⁶、連濁生起率平均値は0.56と、普通

⁴ 購入者の全国平均196円/ℓ(農林水産省, 2019)より約6%、地区の大規模店における販売商品平均より約8%ほど高かったため、安価品数が多かった。

⁵ 大規模業者の数が少なく、特にデータ精度が低い。

⁶ 「たれ」、「つゆ」ともに、商品の名称、副題および付属調味料名表記で合成語後部要素となる各245, 261種類を対象とした。

名詞の場合の 0.62 と同程度であったが、前部要素を見ると分化する。「胡麻+たれ」は連濁形に収束していたが、「〇酢+たれ」、「味噌+たれ」、「醤油+たれ」、「塩+たれ」は連濁生起率がそれぞれ 0.43, 0.56, 0.57, 0.83 と中程度であった。形態素の原意表出意図が強いと連想しやすい標記号(門脇, 2004)としての商品名など新造語における連濁生起率は低くなり、実体性の低い仮想合成名詞の場合には高い連濁傾向の後部要素においても話者認知では連濁生起率が低くなる⁷。今回調べた範囲の「〇+たれ」合成語については、統語条件がそろっており、「胡麻だれ」以外は「開け口」などの場合と同様に音形が未定着の状態と解釈され、今後が注目される。

2.3 普通名詞「口」の連濁状況

普通名詞「口」の連濁状況を見ておく。表 3 に撥音または鼻音に由来する母音に後接する場合を除く後部要素「口」の連濁生起率を示す。前部要素が 2 モーラの場合、表 3b に示す通り、形態素境界前、すなわち前部要素最終モーラの頭子音が有声阻害音でも、連濁生起率は下がらない。合成語が作られやすく連濁形、非連濁形ともに頻出語がある形態素の場合は普通名詞でも音形が収束しにくく(浅井・大野, 2017)、「口」も、その一例である。

表 3. 普通名詞「〇+口」の連濁傾向

a. 前部要素長

前部要素長[モーラ数]			
1	2	3	4以上
.77	.54	.83	.88

b. 直前の阻害音の種類

境界前モーラ頭子音 有声阻害音以外	(前部 2 モーラ) 有声阻害音
.51	.68

3. 話者の認知調査

同期間に(2)日本語母語話者 122 名の認知調査を実施した。対象者は近畿、四国、九州西南部、沖縄の方言ではない話者として(早田, 1999; 金田一・秋永, 2001)、軟口蓋鼻音を有するかは問わなかった⁸。対象語は「口」を後部要素とする合成名詞のうち、「切り口」、「飲み口」、「受け口」、「挿し口」、「開け口」、「注ぎ口」、「逃げ口」、「袖口」として、日用品や設備の一語義に特定するために対象物のイラストを用紙に付け、読み方を尋ねて、自記してもらった。その結果、「切り口」は非連濁形、「注ぎ口」、「逃げ口」、「袖口」は連濁形にやや偏った。確認のために加えた「取り出し口」、「差し込み口」は、前部要素が合成素で長く、連濁形に偏った。全体の連濁生起率は 0.60 となり、表 3a に示す普通名詞の連濁生起率 0.54 とほぼ同等であった。「開け口」のような比較的新しい合成名詞の場合に現象イメージスキーマが段階的に適用されて、後部要素に特有の値に漸近化すると認知主義的に解釈される(山梨, 2016)。

連濁音形認知には個人差が大きいことがある(Vance, 1980)。今回、「開け口」、「飲み口」、「受け口」、「挿し口」は連濁形・非連濁形に偏らず、年齢が上がるほど連濁生起率が高くなった。牛乳紙容器に使われる「開け口」と「注ぎ口」の年齢層による連濁生起率を表 4 に示す⁹(年齢層 3 区分で「開け口」の場合、 $\chi^2=16.4$, $df=2$, $p<0.001^{***}$; 「注ぎ口」の場合、 $\chi^2=1.1$, $df=2$, $p>0.05$)。この「開け口」のような年齢依存性があるとすると、「口」を後部要素とする普通名詞、地名、姓の平均連濁生起率 0.68, 0.83, 0.96 に近づき、生活経験によって現象スキーマが単純化され過剰に適用されやすくなるバイアス特性が示唆される。

表 4. 参加者層

年齢層	参加者数 計(男・女)	連濁生起率	
		「開け口」	「注ぎ口」
10・20代	45 (25・20)	.33	.84
30～50代	45 (22・23)	.62	.91
60～80代	32 (15・17)	.78	.84

⁷ 固有名詞は、直接指示のために記述性がなく(Kripke, 1971)、意味を伴わないという見方もある(田中, 1996)。

⁸ 対象者は言語、教育、認知科学、社会学、広告など関連する分野を専門としない一般話者で、無償で参加した。これまでのところ、東京共通語と異なるアクセントパターンを有する方言話者が、異なる連濁傾向を示す結果は得られていない。

⁹ 「開け口」の読みは/あけ+ぐち/、/ひらけ+ぐち/を非連濁形、/あけ+ぐち/、/ひらけ+ぐち/を連濁形、「注ぎ口」の読みは/つぎ+ぐち/、/そそぎ+ぐち/を非連濁形、/つぎ+ぐち/、/そそぎ+ぐち/を連濁形と、前部要素長が異なるがそれぞれ内包的同型とまとめて(Carnap, 1956)、集計した。

牛乳の場合、差別化しにくい日常食品と考えられるが、年齢層が高いほど、購入単価が高くなる傾向がある(農林水産省, 2019)。しかし、今回の調査では、表 1a の通り、商品価格による連濁生起率の差は観られなかったため、なじみ度や安心感から地域商品や高品質商品を選びやすいことが推測されるものの、話者の連濁形認識との合致までは見られなかった。

言語は私的経験に基礎を置き(飯田, 1997)、意味の現象は、志向性意味と慣習的意味という二つの位相に大別されるとすると(黒田, 1985)、普通名詞は連濁・非連濁形に分化しやすいが、その発話意図や受け取り方により多様化することが考えられる。このように、音形が言わば揺らいでいる状況は、姓や地名で「中島」/なか+しま〜じま/、「高田」/たか+た〜だ/などと連濁形・非連濁両形があっても指示性に影響しない経験により日本語第一言語話者はあまり意識しないが、日本語学習者にとっては理解や習得に困難を伴うことが推察される。

4. まとめ

今回、一例として牛乳紙容器の表記における連濁の状況を調べ、広く売られている商品では平易な非連濁形が増えているという製造販売業者が使用者に向けた商品の特性が反映されていること、ならびに年齢が高くなるほど連濁形を選ぶ場合があるという話者が生活経験により音形を認識する可能性が推測された。このように、生活上、接する形態素について、その時点における商品表記に対する(1)社会実勢調査と(2)話者認知調査により、連濁の程度に関する現状把握が進むとともに、その不定状況に関与する要因に関しても部分的に理解され、連濁現象の遷移過程は社会言語的な議論になると考えられる。

今回の調査は、特定の形態素の限られた合成と東海地区中心の限られた商品数と人数が対象であり、現象過程のごく一端を見たに過ぎない。今後さらなる調査検討が必要と考えられる。

謝辞 連濁現象検討にあたり、国立国語研究所連濁プロジェクト(2011~2016年)では有益なご議論ご助言をいただき、ました。今回の調査に協力いただいた参加者の皆様に感謝いたします。問い合わせに応じていただいた業者にお礼申し上げます。

参考文献

- 浅井 淳・大野和敏 (2017). 連濁における使用領域差と造語表象因 社会言語科学会第42回研究大会発表論文集, 161-164.
- 渥美俊一 (1994). ディスカウンティング. 実務教育出版.
- Carnap, R. (1956). *Meaning and necessity: A study in semantics and modal language* (2/e). Chicago: The University of Chicago Press.
- 早田輝洋 (1999). 音調のタイポロジー 大修館書店.
- 飯田 隆 (1997). 現代思想の冒険者たち第7巻 ウィトゲンシュタイン—言語の限界 講談社.
- 門脇俊介 (2004). フッサール 心は世界にどうつながっているのか 日本放送出版協会.
- 金田一春彦(監修)・秋永一枝(編) (2001). 新解明日本語アクセント辞典 三省堂 pp. 16-22.
- Kripke, S. A. (1971). Identity and necessity. In M. K. Munitz (Ed.) *Identity and Individuation*. New York: New York University Press, 135-164.
- 黒田 亘 (1985). 言語と経験 大森荘蔵・滝浦静雄・中村雄二郎・藤沢令雄・市川 浩・加藤尚武・木田 元・坂部 恵・坂本賢三・竹市明弘・村上陽一郎(編) 新岩波講座哲学2 経験 言語 認識 pp. 1-34.
- 三宅武郎 (1932). 濁音考 音声の研究, 5, 135-190.
- 農林水産省 (2019). 令和元年版食料・農業・農村白書. 農林統計協会.
- 大野尚弘 (2010). PB 戦略—その構造とダイナミクス—. 千倉書房.
- 酒井仙吉 (2013). 牛乳とタマゴの科学—完全栄養食品の秘密 講談社.
- 田中克彦 (1996). 名前と人間 岩波新書 472 岩波書店.
- 戸田綾子 (1988). 和語の非連濁規則と連濁傾向—『日葡辞書』と『和英語林集成』から— 同志社国文学, 30, 80-96.
- Vance, T. J. (1980). The psychological status of a constraint on Japanese consonant alternation. *Linguistics*, 18, 245-267.
- Vance, T. J. (2005). Sequential voicing and Lyman's law in old Japanese In S. S. Mufwene, E. J. Francis & R. S. Wheeler (Eds.) *Polymorphous linguistics: Jim McCawley's legacy*, 27-43. Cambridge, MA: MIT Press.
- ティモシー・J・バンス・金子恵美子・渡邊靖史 (編) 連濁の研究—国立国語研究所プロジェクト論文選集— 開拓社.
- 山梨正明 (2016). 理論言語学における意味研究の歴史と展望. 山梨正明・辻幸夫・西村義樹・坪井栄治郎(編) 認知言語学論考 No. 13 ひつじ書房 pp. 1-34.