

飲食品名にみられる連濁の語感 —「たれ」の事例—

浅井 淳 (大同大学)
052-612-6111 (代表)

目的

身近な飲食品の名称における連濁形の清濁感を把握すること。

対象

1. 液状調味料「〇〇たれ」商品名における最後部要素「たれ」の連濁生起状況調査
2. 「たれ」の連濁生起—不生起に対する話者の指示印象調査

集計・分析

1. 「〇〇たれ」商品名称調査

例:「みそたれ」

前部要素	胡麻	醤油	味噌	塩	梅	紫蘇	牡蠣
結果	ごま	しょうゆ	みそ	しお	うめ	しそ	かき
商品数	91	101	85	61	5	0	0
連濁生起率	.96	.60	.58	.77	.60	—	—
話者使用度	4.1 多	3.0	5.7	6.3	7.7	7.6	8.1

使用度: 最大0(頻用) — 最小10(不使用)

話者71名の認知・使用度は商品実在性と対応(反映)していた。

2. 話者の味の印象調査

語感	胡麻	醤油	味噌	塩	梅	紫蘇	牡蠣
質感	3.7 高	3.9	3.8	4.6	4.6	4.8	4.0

語感: 最大0(高い) — 最小10(低い)

総合質感指数も使用度とほぼ比例して、「しょうゆたれ」、「ごまだれ」のように好感度が高いほど使用度が高かった。

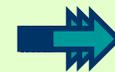
合成語名称に対する味の印象に関する非連濁形—連濁形差

語感差	醤油	味噌	塩	梅	紫蘇	牡蠣	
食感	0.0	-0.6	-0.6	-0.2	-0.5	-0.2	語感差: 最大 10 最小 -10
風味	0.3	0.4	-0.4	0.1	0.0	0.7	
甘さ	0.3	-0.9	-0.4	-0.3	-0.3	-0.3	
濃さ	0.3	0.1	-0.4	-0.1	-0.1	0.3	
質感	0.3	0.0	-0.2	0.5	0.1	0.5	

味の強弱や良し悪しの印象に関して、非連濁形—連濁形差は範囲1/10の1未満と小さく、全体に特に差異は観られなかった。

結論

RQ 液状調味料「たれ」名称が連濁形だと品質の印象に影響するか？



Ans. 日常食される名称では「みそだれ」のように連濁しても、質的印象は低下しない。