

商品名から考える色彩語の用法とイメージ効果

清 海 節 子

1. はじめに

色彩語(色名)は、しばしば商品名に使われている。例えば、よく知られている商品名として、クッキーの「白い恋人」、カップ麺の「赤いきつね」と「緑のたぬき」、パスタソースの「青の洞窟」、インスタントコーヒーの「ゴールドブレンド」、焼酎の「黒霧島」、ビールの「金麦」などがある。確かに「白い恋人」は白っぽいクッキーであるし、「金麦」は黄色で金色に近い色といえるかもしれない。しかし、これらの商品名の色名は、商品自体の色を表すのではなく、イメージを創り出しているように思われる。本論では、色彩語が用いられている商品名を調査し、実際に色彩語がどのように使われているか、また、商品そのものの色を示している割合がどの程度であるのか、またどのようなイメージで用いられているか等について考察する。検討する商品は、われわれが日常的に消費する食品及び飲料品に限定する。

以下、次の2節では、日本語の色名の歴史と基本色名語彙間の関係について、先行研究を紹介する。その後、人と動物の名前に於ける色彩語について少し考える。3節では、齋藤(2005)、則定(2010)などを参考に、商品名の色彩語について論じる。イメージ系としての色彩語をいくつかの商品名で確認した上で、「赤いきつね」の「赤い」と「きつね」の関係について検討する。4節では、最初に、楽天ランキングをデータとして、焼酎と日本酒の商品名を調査し色彩語の種類を探る。次に Amazon の食料品及び飲料品のカテゴリーを利用し、基本色彩語「白」「黒」「赤」「青」に「緑」「金」を加えた計6色を検索して得られたデータを検討する。商品名の色彩語と商品自体の色との関係性に焦点を当て、同時にイメージの効果にも言及する。5節で調査結果を基に考察をした後、6節で結論を述べる。

2. 基本的色彩語

本稿での考察を始める前に、日本語の色名語彙について知る必要がある。基本的な色名「あか」「あお」「しろ」「くろ」の成り立ちや特徴について、2.1 では佐竹(1955)、三宅(2008)、前田(2009: 225-6)、2.2 では柴谷(2008)の考えを紹介する。2.3 では「みどり」と「金」について述べ、2.4 では人や動物の名前で用いられている色彩語について論じる。

2.1 佐竹(1955) 他

佐竹(1955)は、印欧語の色名と比較した上で、上代日本語では、「あか」「あお」「しろ」「くろ」の4語が基本色名であったと提言している。他の色名は、顔料の色具体名詞からの転用であると考えた。例えば、「みどり」の由来は、新芽からだと推測され、「むらさき」は植物の名であった。しかしながら、基本色の「あか」「あお」「しろ」「くろ」は色彩ではなく、「『明一暗』、『顯一漠』という光の二系列であるに過ぎない(佐竹 1955: 345)」と述べている。拾遺集(巻19 雑下)の問答歌「白妙の白き月をも紅の色をもなどかあかしといふらむ」から、「あかし」が「赤い」だけでなく「明るい」という意味を表すことが分かる。「白い」月が「明るい」のであるから、矛盾はない。

残念なことに、佐竹は「明一暗」「顯一漠」について十分に論じていないため、その区別が分かりにくい。三宅(2008: 80)は、自身の解釈で意味成分により図示化している。この解釈を援用し、その図の部分省略し、意味成分を取り出して並べてみると以下ようになる。

(1)

| | [輝] | [暗] | ‘salient’ | ‘plain’ |
|----|-----|-----|-----------|---------|
| アカ | + 輝 | | + salient | |
| クロ | | + 暗 | - salient | - plain |
| シロ | | - 暗 | | |
| アヲ | - 輝 | | | + plain |

三宅は、各意味成分の定義をしていないため、次のように推測してみよう。

- (2) [輝] = 輝きがある
 [暗] = 暗さがある
 ‘salient’ = 際立つ
 ‘plain’ = はっきり見える

上のように解釈すると、^{アカ}「明」^{クロ}「暗」は、輝きがあって、際立つ「アカ」と、暗く際立ちの無い「クロ」との対立である。他方、^{シロ}「顕」^{アヲ}「漠」は、暗さのない「シロ」に対する、輝きはないが、はっきり見える「アヲ」である。また「クロ」と「アヲ」は、見えるかどうかで対立している。従って「明」^{アカ}「暗」^{クロ}「顕」^{シロ}「漠」^{アヲ}は、彩度（色味の強弱）と明度（色の明暗）間での対比と捉えることも可能である。彩度が高い「アカ」と低い「クロ」、そして明度が高い「シロ」と、クロまでは低くない程度の暗さである「アヲ」との対比を想像することができる。

前田(2009: 225-6)は、佐竹(1955)の研究に注目し、古代の色彩語に「黄」が使用されていないことから、上代の基本色彩語彙が「あか」「あを」「しろ」「くろ」であることが確かめられたと述べている。古代日本語では、「あか」は、「あを」に対する語であった。また古代の「あかし」は、「赤い」と「明るい」を表した。「あを」は空色、緑色、灰色を含む広い意味範囲があり、その理由から中古では「白馬」を「あおうま」と読むことがあり、現代では、緑色なのに「青野菜」や「青信号」と言うことがある。また、古代の色彩語は、染料としていた植物名に由来することが多く、「紫（むらさき）」「藍（あゐ）」「茜（あかね）」「紅（くれなゐ）」などがある。

2.2 柴谷 (2008)

柴谷(2008)は、色名の語彙体系を物理の世界の色名と言語の世界の色名に分けて説明している。まず、物理の世界の色名としては、マンセル・システムがあり、色を、色相、明度、彩度の三属性で分析し、三次元の「色立体」として表す。虹7色は、色相の七変種であり、「しろ」「くろ」はない。明度が変わるのは、「くろ」の濃さが薄まって「しろ」になることである。彩度とは、鮮やかさであり、例えば「江戸紫」に比べると、英国王室の「ローヤルパープル」の方が鮮やかである。また、多くの色名が生まれ、赤系では「薔薇色」「朱色」「紅色」「茜色」や、英語から入った「スカーレット」などがあるが、これらの個別色名は「固有色名」と呼ばれる。目に見える色を正しく表現するには、「～のような薔薇色」というように無限の表現が必要になる。

マンセル・システムの「科学分類」とは別に「民族分類」といわれる大まかな分類がある。それは、われわれが言語の世界で使う色名システムである。柴田は、「あか」「あお」「しろ」「くろ」の4種の色名を日本語の「基本色名」と仮定する。これらの基本色名が他の色名と異なる共通の特徴を次のように3点あげている。

- (3) (i) 単純語である。
 (ii) モノの色に由来していない。
 (iii) 共通の接尾語・接頭語のようなものをとることができる。

(3i) については、「きあか」のような複合語ではないということである。また、基本色以外での単純語は「き」「みどり」「むらさき」だけである。(3ii) について言うと、基本色でない「むらさき」は、多年草「紫」の根の染料の色である。「みどり」も木の若芽に由来している。(3iii) の例としては、「～い」を付加し形容詞になるが、基本色でない「みどり」や「むらさき」はそれができない。¹⁾ 基本色名は、さらに、接尾辞の「さ」や、接頭語の「まっ（真）」をつけることができ、また重複形も可能である。²⁾

次に、柴谷(2008: 73)は、基本色名間の関係を

探っている。まず、基本色の複合語の観点から関係を考えて「あおぐろい」「あかぐろい」「あおじろい」は可能であるが、「あかあおい」「しろくろい」「しろあおい」は不可能である。従って、次のように「あか」と「くろ」、また「あお」と「しろ」が直接対立しない。

(4) あか —— あお

|

しろ —— くろ

(4) の対立関係から言えることだが、現代語で「あお」と「くろ」には、ペアが見当たらない。その他は、次のようなペアが成り立つ。「赤鬼」:「青鬼」,「赤信号」:「青信号」,「白目」:「黒目」,「白星」:「黒星」,「赤味噌」:「白味噌」,「紅組」:「白組」などである。また、語源から、「あか」³⁾は<隠すものをとり去って何も無い明るさ>、「しろ」は<何も加えない明るさ>、「あお」は<何かを加えた暗さ>、「くろ」は<何かを隠すものがある暗さ>を意味する。そこで語源から捉えると、(4)の基本色名は(5)に示す対立になると述べている([1]と[2]は、異なる意味に対応している)。

(5) 明 [1] —— 暗 [2]

|

明 [2] —— 暗 [1]

さらに、柴田は、基本色の源は(6)のようになり、「^{あか}明し」と「暗し」の対立を反映していると主張している。

(6) あか —— くろ

また、柴田(2008:74)は、色相の範囲についても触れている。「あか」と「あお」のみで二分されているため、自ずと各語が表す範囲が広がるのであり、それについては、以下のように具体例を挙げている。

「赤貝」「赤とんぼ」の「あか」に始まって、「赤蛙」「赤砂糖」から「赤だし」に至る一方、「赤土」,「赤毛」の「赤」もある。「あお」についても、「青写真」の「青」から始まって、「青梅」「青蛙」から「青貝」「青魚」に至る一方、「青空」,「青畳」,「青ぶくれ」もある。こういうことは、「しろ」「くろ」についてもいえる。(柴田, 2008:74)

上の例から、基本色名は、それぞれの語が指す色の範囲が広いということが分かる。つまり、典型的な色だけでなく、「あか」ならば、オレンジ色、薄い茶色、焦げ茶色などを表し、「青」は、薄い青、紺色、緑などを含むことになる。例にある「赤蛙」と「青蛙」を比較してみると興味深い。『広辞苑 第七版』(電子版)によると、「赤蛙」は「カエルのうち、背が赤褐色で中形の一群の総称」であり、「青蛙」は「背面が緑色のカエルの俗称」である。

2.3 「みどり」と「金」

本稿で考慮に入れる基本的色名ではない「みどり」と「金」について少し述べておく。近江(2008a:126)によると、「みどり」は、実物の色見本での好きな色を選ぶ調査では、「青」に負けるそうであるが、「みどり」という言葉から得られる概念では、人々の評価が高く、全国規模のアンケートで、「あなたの好きな色は？」と言う質問に対して「みどり」が一位になったことがあるという。つまり「みどり」という色名は、実際の色より好まれる傾向が高いということである。

「金」は、『広辞苑 第七版』(電子版)によると、「こがね色。黄色」であり、「金色」は「黄金のような色。こがねいろ。やまぶきいろ。こんじき」と言う意味である。『精選版 日本国語大辞典』(電子版)では、「金色」は、「金のような光沢のある美しい黄色。黄金色(こがねいろ)。山吹色。こんじき。きんしよく。きん」である。近江(2008b:79)は、現代の日本人がどのような色名を知っているかを調べるため、色名想起調査を行なった。白紙を配り、知っている色の名前をできるだけ多く書くように依頼する方法で、300弱の色名が集められた。「金」は、17位に

入っている。⁴⁾ 武川(2007:23-45)は、主要な色の表情と効用を論じている。選ばれた11色は、赤、ピンク、オレンジ(橙)、黄色、緑、青、紫、茶色、白、灰色、黒である。その中の「黄色」にかんして、「黄金」という語に「黄」が入っていることから分かるように、東洋では富や権力のシンボルであったと述べている。また黄金のように輝く「ゴールデンイエロー」と呼ばれる色も紹介している。換言すると「金」と「黄色」は非常に近い関係にあるとみなして間違いないだろう。

2.4 人の姓名と動物の名前に於ける色彩語

商品名に於ける色彩語を検討する前に、商品名以外の名前に利用されている例を見てみよう。身近な例で、人名と動物の名前を考えることにする。どの色が利用される傾向があるのだろうか。第一に、人名にかんして言うと、姓では、「青木」「白石」「赤松」「黒田」など、色彩語が多く用いられているようである。⁵⁾ 名の部分では、「みどり」や「藍」「茜」「紅子」など女性の名前には色から採った名前がある。⁶⁾ それでは、人以外の動物の名前はどのようなのだろうか。無論、動物の名前は人と違い、各動物の呼び名を指す。石田(2009)は、1993年以降のイヌ(オス約1万頭、メス9300頭)とネコ(オス、メス各約5千頭)の名前を調査し、ベスト20の順位を報告している。色彩語を探すと、犬の名前ベスト20の中でオスの16位が「クロ」であるが、メスにはない。一方、ネコの名前では、オスの2位が「クロ」、6位が「シロ」である。また、メスは、8位が「クロ」、9位が「シロ」である。ベスト20では、「黒」と「白」の2色だけが顕著であるが、単に、毛の色を表していると想像に難くない。イヌとネコの体毛の顕著な色が白と黒だからである。ネコの場合、白、黒、茶色の3色は、三毛(ミケ)と呼ばれ、石井の調査したベスト20の中では、オスにはないが、メスの16位が「ミケ」である。さらにまた、動物園で飼われている動物の名前では、ニホンカモシカに「みどり」、またオオカンガルーは「クロ」と命名されたことがあるらしい。特にニホンカモシカには、人につける名前が多く、4分の3の割合を占めるということである。このよう

に、人の姓、動物の名前にも色彩語が用いられていることが確認できた。3.では、商品の名前に色彩語が利用される例を調査し、いかに用いられているかについて考察する。

3. 商品と色彩語の関係

本節では、色彩語が商品名にどのように用いられているかについて、論じていく。最初に、3.1では色彩語のネーミング効果について述べ、3.2では、齋藤(2005)を参考に「説明系」と「イメージ系」という二系統と、色彩語と商品名を確認する。3.3では、則定(2010)の「白」と「黒」のイメージについての説明を紹介した後、3.4でイメージ効果としての色彩語を論じる。3.5では、「赤いきつね」の「赤い」と「きつね」の関係を考える。

3.1 色彩語のネーミング効果

高橋(2015:127-129)は、ネーミングのアイデアを引き出す発想法として、16のチェックリスト項目を提案し、その中に色彩語が含まれている。参考のために、全ての項目を(7)で見ることとする。

- (7) 1) ひらがな、カタカナ(例:りそな銀行)
- 2) 漢字(例:一番搾り(ビール))
- 3) ローマ字(例:KITTE(商業施設))
- 4) 記号表現(例:25ans(雑誌名))
- 5) 記号(例:α7II(カメラ))
- 6) 長文(例:辛そうで辛くない少し辛いラー油(ラー油))
- 7) 短文(例:きのこの山(菓子))
- 8) 色彩(例:赤いきつね(即席麺))
- 9) 擬人化(例:ガリガリ君(冷菓))
- 10) 地名(例:霧ヶ峰(エアコン))
- 11) 人名(例:ケイコとマナブ(情報雑誌))
- 12) 方言(例:おたべ(京都銘菓))
- 13) 時間(例:午後の紅茶(飲料水))
- 14) 語呂合わせ(例:ムシューダ(防虫剤))
- 15) 呼びかけ・掛け声(例:お〜いお茶(飲料水))
- 16) 擬態・擬態語(例:Qoo(飲料水))。

以上から、色彩語は、良いネーミングを作成する際の16種の工夫の中の一つである。他の項目の例を見ると、すべてインパクトがある商品名である。果たして、色彩語はことばとして、強力な武器であると言えるのだろうか。事実、他の15種の方法とは決定的に異なった要素を有している。色彩は、色名だけでなく、同時に、その色を商品のパッケージに利用することが可能なのである。即ち、色彩は、商品にとって、ことばの面からのネーミング効果と外装からの視覚効果の二重効果が期待できるのである。4.の調査結果から分かることになるが、実際に、色名だけでなく、その色彩を容器や包装パッケージに取り入れることが多く観察された。

3.2 齋藤 (2005)

齋藤 (2005: 27-35) によると、商品全般のネーミングは「説明系」と「イメージ系」の二系統に分類できる。各系統の厳密な定義がされていないが、具体的な商品名が挙げられ、それらの特徴が述べられている。「説明系」は中身の説明及び、メーカー側の工夫点から命名したネーミングであり、清涼飲料水の中では、お茶の商品名に多く見られるという。その例が「烏龍茶」、「純そば茶」、「生茶」、「十六茶」(16種類の茶葉をブレンドした商品)である。一方、清涼飲料水でも、コーヒーのネーミングである「BOSS」、「GEORGIA」、「WONDA」、「FIRE」、またジュースの「なっちゃん」、「Qoo (クー)」、「きりり」などは、中身に関する説明がなく、飲み物であることすら示されていない。このような商品のイメージや、消費者がその商品を試したとき受ける感覚を表現する商品名を「イメージ系」と捉えている。

齋藤 (2005: 116-121) は、商品名の色彩語に言及し、色はイメージを喚起しやすいと述べている。「赤いきつね」は、赤ときつねとの間にどのような関係があるのか不思議ではあるが、ネーミングとして定着している。同様に「緑のたぬき」もそうであり、色のイメージと商品が結びつくことで、消費者の記憶に残るのである。齋藤は、色彩語を用いた商品名は多数あるが、「赤いきつね」と「緑のたぬき」は、その中でも最も成功した例と考えている。その理由

は、「赤」「緑」という印象が強い色を、全く関連のない「きつねうどん」と「たぬきそば」に結びつけ、長い間このネーミングを使い続けてきたことであると述べている。

また、齋藤は「赤本」や、「サントリーレッド」のような頼りになるような意味で用いられることもあるが、「赤字」「赤点」「レッドカード」のようなマイナスのイメージがあるので、「赤」や「レッド」という色彩語を含む商品名は比較的少ないと指摘している。一方で、「緑」については、JRが「みどりの窓口」「グリーン車」「グリーン席」などと、優位性のイメージを植えつけているのではないかと述べている。「グリーンガム」、商品名ではないが「緑のおばさん」などもあり、優しさや安心感を表すので、「赤」のような二面性のイメージはない。従って、環境的需要もあるだろうから「緑」は今後、利用価値が上がることを予測している。

「赤」「緑」以外の主な色彩語として「白(ホワイト)」「黒(ブラック)」「金(ゴールド)」を含む商品名の多くの例を挙げている。「白(ホワイト)」の例は、歯磨き粉の「ホワイト&ホワイト」、化粧品ブランドの「ホワイティア」、ウィスキーの「ホワイト」「白角」、本のタイトル「白い巨塔」などがある。「黒(ブラック)」は、「ブラックブラックガム」や、缶コーヒーの「ブラック」、ウィスキーの「ブラックニッカ」「ジョニ黒」が挙げられている。また「青(ブルー)」「黄(イエロー)」も定番として登場すると書いてはあるが、例は挙げられていない。「金(ゴールド)」は、利用頻度が高く、インスタントコーヒーの「ゴールドブレンド」、菓子の「キューピーコーワゴールド」、清涼飲料水の「金の烏龍茶」、場所名では、「新宿ゴールドデン街」などがあり、高級感または、贅沢感を表すのに適しているという。とりわけ、納豆の「金のつぶ」は強烈であるという。その理由は、納豆が「金」を連想させるが、「金」が修飾している名詞が「つぶ」という控えめな名詞で、対比が絶妙であるからだと述べている。

次に、齋藤は、色彩語を商品名で有効に使うために、使用頻度の低い「紫」のような色を活用することを提案している。同時に、主要でない独自の色彩

語を創造することも可能性として挙げている。「〇〇色」として〇〇の部分に適切な語を入れることで、「小麦色」「乳白色」「真綿色」などのような一般に受け入れられる色彩語ができるであろうと言う。さらに、ネーミングを作る際には、商品の色と色彩語との関係を厳密に考慮に入れない方が良く提言している。「金」のように輝く納豆があるわけでないし、「白」や「黒」であるウイスキーもない。実際、納豆は一般的に茶色で、ウイスキーは琥珀色である。言い換えると、色彩語はあくまでもイメージとして世間に定着するためのものであると捉えている。

3.3 則定(2010)

則定(2010: 66-68)は、「白」と「黒」のイメージについて商品名と関連させて、次のように簡潔に説明している。「白」は、汚れないこと(例: 白無垢)、日本人女性の美しさ(例: 美白)、正義の味方(例: 白馬の騎士)を連想させる。また「白」は、すべての色と調和し、明るく軽くきれいに見せるため、女性化粧品、ベビー用品、肌着、家庭電化製品によく利用されている。例えば、シャネルの化粧品には、「White Essential」(ホワイト・エサンシエル)があるし、米焼酎の中には「しろ」⁷⁾があり、どちらも実際には白色ではないが、ネーミングにより、美しさや純粋さが表現されている。一方「黒」は、「ブラックリスト」、「ブラックマーケット」のような表現があるように、汚れ、邪悪、不吉(喪服の色)を連想させる。1920年にシャネルが「黒はエレガント」という美意識から黒いドレスを発表したが、なかなか社会一般に広まらなかった。しかし、1980年代から「黒」は洗練されたイメージを持ち始め、「黒帯」が力や権威を表すことなども手伝って、アメリカン・エクスプレスや、ダイナースクラブが「ブラックカード」を最上カードとして発表した。白物家電にも「黒」使われるようになり、タイガー魔法瓶は、「土鍋釜」の上位機種に「土鍋釜・黒」と名付け、パイオニアはプラズマテレビを「KURO」シリーズとして売り出した。また女性的である「白」に対して、「黒」は男性的である。杉村(2007: 130)によると、サントリーの「黒烏龍茶」の名付けの理由は、新商

品への感度が低い中高年の男性に、真面目で自信のある商品というメッセージを込めたとのことである。

3.4 イメージ系としての色彩語

「白」は「美しさ、純粋さ、女性的」、「黒」は「権威、高品質、男性的」、「赤」は「激しさ、行動力、喜び」、「青」は「幸福、平和、鎮静効果」のようなイメージを与える効果があると言えるかもしれない。⁸⁾ 3.2で、齋藤(2005)、そして、3.3で則定(2010)をみて、商品名に於ける色彩語は、基本的には、説明系でなく、イメージ系であると考えることが自然である。なぜなら、例として取り上げられている商品名から、実際の色の情報を得ることがほとんどないからである。唯一、「ブラックブラックガム」は、商品自体が黒である。歯磨きの「ホワイト&ホワイト」は、歯が白くなるという商品についての強調された表現である。商品自体も白いのであるがこれは意図されたことではないと思われる。

缶コーヒーの「ブラック」は、どうであろうか。コーヒー自体、黒というより濃い茶色であるが、黒に近い色であるので、商品名は、中身の色を表しているとも言える。しかし、ブラックとは、ミルクや砂糖が入っていないコーヒーのことも意味する。従って、缶コーヒーの「ブラック」は、色だけでなく、「ミルクや砂糖が入っていない」という情報も伝えている。また、缶の色に「黒」を用いていることから、商品名の色名は、商品に関する説明だけでなく、「黒」のイメージとしても活用されているに違いないのである。⁹⁾ しかし、「金のつぶ」は、茶色の納豆を金のつぶに見立てていることから、「ブラック」とは、一線を画す表現だと言える。つまり、納豆の「茶色」を「金」と比喩的に表していると考えられる。納豆の色は、一般に茶色であるが、茶色と金色の関係は、無関係でないようで、「金茶」という語がある。『広辞苑 第七版』(電子版)によると「金色を帯びた茶色」である。納豆を商品名では、茶色から金に格上げしている。この場合は、色名で商品の色を表す説明系だと言えるかもしれない。しかし同時に「金」のイメージの高級感も表現していると思われる。

る。つまり色名は説明的に用いられても、同時にイメージを表現していると考えられる。

3.5 「赤い」と「きつね」の関係

即席麺が「赤いきつね」と命名されたのは、麺が赤いからではない。それでは、なぜ「赤」と「きつね」を組み合わせただろうか。3.2 で、齋藤 (2009) が「赤」と「きつね」の関係が不思議だと述べていることを指摘した。ここではその成り立ちと意味関係について考察する。この商品名の成立については、東洋水産の HP を参考にする。「赤いきつね」と「緑のたぬき」のブランドヒストリーの頁¹⁰⁾を見ると、1975 年に業界初のカップ入りきつねうどんを発売したが、その商品名は「カップきつねうどん」であった。その後、競合商品に対抗するために、デザインとネーミングの見直しをすることになり、「熱いきつねうどん」という商品名として売られることになった。しかし、売り場で目立つために、「赤」の基調デザインが採用され、ネーミングも「赤いきつね」に変更されたということである。また、この 2 年後に、姉妹品として「緑のたぬき」が販売された。¹¹⁾ 赤の補色¹²⁾である「緑」を使って、相乗効果を狙ったということである。

改めて、「赤いきつね」というネーミングの成立過程を確認しよう。「赤いきつね」と「緑のたぬき」のブランドヒストリーからは、「きつね」と「赤」との関連性については何も触れていない。ブランドを刷新した時、インパクトがある色の「赤」をパッケージに選んだことから、「熱いきつねうどん」の「きつね」は説明として残し、「熱い」という部分を「赤」に変更したということになる。しかし、よく考えると、「赤」と「きつね」の間に何も結びつきが見られないとは言えないのではないか。キツネは、日本の至る所にある稲荷神社 (小祠を含む) に祀られているので、日本に住んでいれば必ず目にするものである。神社の鳥居が朱色であることから、朱色に近い赤という色と、キツネとの関係は、近いものになる。また、神社に祀られているキツネは、朱色または赤い前掛けをしていることが多い。そのためであろうか、一般的なキツネのお面は、必ず耳と口、

また時には目や鼻にまでも朱色が塗られている。事実、東洋水産 HP¹³⁾ の、「マルちゃんのみみつ」¹⁴⁾ という中の「きつねうどんがなぜ赤い」という質問に対して、まさにこれに関する説明がある。つまり、「赤」が基調色として採用され、商品名も「赤いきつね」に決まった背景には、お稲荷さん、赤い鳥居、赤い^{のぼり}幟、きつねの像に掛けられた赤い前掛けの影響があると書かれている。¹⁵⁾

以上から、「赤」と「きつね」は、赤い色からキツネが連想されるというような類似関係があるとは想像し難い。一方、赤い色とキツネは、神社の境内など空間的に近い場所にあるということから、近接関係 ('contiguity' (近接性)) は十分に認められる。故に、「赤い」と「きつね」の間には、共通の性質がなく、単に近くに存在する関係である^{あかきつね}と考えるべきであろう。しかしながら、筆者は「赤狐」という語があることに気づいた。この興味深い名詞を無視することはできない。『精選版日本国語大辞典』では、「赤狐」は「キツネの別称」とし、また『スーパー大辞林 3.0』は「日本からユーラシア・北アメリカ・北アフリカに分布する、典型的なキツネ」であるとしている。『日本大百科全書 (ニッポニカ)』(電子版)によると、「赤狐」は単にキツネと呼ばれ、キツネが全身橙褐色 (とうかつしよく) のものを指し、胴に黒帯のあるジュウジギツネや全身黒色の黒ギツネと区別されている。ここで注目すべき点は「赤ギツネ」といっても、茶色に近い色で、鳥居の朱色や、即席麺「赤いきつね」のパッケージのような「赤」とはかなり違う色だということである。キツネは、「赤」という語で形容される動物として認識されていた可能性があるかもしれないが、実際の色は薄い茶色を指すので、即席麺のパッケージに使われている鮮やかな「赤」とキツネには、類似性 ('similarity') がない。しかしながら、2.2 で見たように基本色名の指す色の範囲が広く、「赤」は薄茶も示すので、「ことば」のレベルでは、類似性があると言えるのではないか。そうすると、「赤いきつね」に於ける「赤」とキツネの間には、近接性と類似性が認められることになる。従って、結びつきが強固になり、イメージ効果が高まると考えられる。ネーミングとしては

印象的な表現となり成功しているのだろう。それに対して、姉妹品の「緑のたぬき」はどうであろうか。「緑」と「たぬき」の間には、近接性も類似性もあるとは思えない。「緑」と「たぬき」が単に隣り合わせに並んでいるだけで、弱い結びつきであり、ネーミングとしても、弱い表現になっていると思われる。

4. 商品名に於ける色彩語調査

本節では、インターネット上の通販サイトである楽天市場と Amazon で販売されている商品を対象に、色名で検索し、その結果に基づいて商品名を調査していく。今回利用したサイトの商品は、世間で流通し、ある程度売り上げの実績があると想像できる。そのような商品のネーミングは売り上げに何らかの影響を与えている可能性もある。最初に 4.1 で調査するのが、焼酎と日本酒である。ほとんどが無色の液体であるので、色名は、説明としてではなく、イメージとしての役割を果たすことになる。どのような色彩語が用いられているのだろうか。楽天市場のデータから、焼酎と日本酒それぞれについて、商品名に見られる色の種類と傾向を探る。次に 4.2 では、Amazon の「食品、飲料、酒」のカテゴリーを検索し、基本的色彩語及び、「金」と「緑」の色彩語を検索し、得られたデータから実際の商品の色彩を説明している割合について調査する。

4.1 焼酎・日本酒の商品名

インターネット通販の楽天で、日本酒・焼酎ランキングを調査したデータから色彩語を含む商品名を取り出し検討する。4.1.1 では焼酎、4.1.2 では日本酒を扱い、4.1.3 で、色の種類と傾向を比較する。以下、商品名は、ランキングの順位には関係なく、白、黒、赤、青、金、その他の順に示す。各色が含まれる商品名数は、色名の後の [] に書き入れた。

4.1.1 焼酎

日本酒に比べて、商品名数が少ないために、一ヶ月のランキングを利用した。¹⁶⁾ 1 位から 300 位まで、色彩語が含まれている焼酎のネーミングを以下に挙げる。商品名の後に製造元の県名を書き入れ

た。ほとんどが鹿児島県と宮崎県である。同じ名の商品が重複していることもあるが、一つの商品名としている。またセットで売られている場合は、一つの商品の中で異なる色彩語が見つかることもあった。

(8) (i) 「白」 [3]

「^{びやっこ}白狐の宴」(鹿児島県)

「^{しろかい}白魁偉」(熊本県)

「白玉の露」(鹿児島県)

(ii) 「黒」 [7]

「黒霧島」(宮崎県)

「海童 25° 黒麴芋焼酎」(鹿児島県)

「黒糖焼酎れんと」(鹿児島県奄美)

「黒伊佐錦」(鹿児島県)

「佐藤黒 25°」(鹿児島県)

「よしいち黒」(鹿児島県)

「大陸無双本格芋焼酎黒麴仕込み」(ベトナム)

(iii) 「赤」 [3]

「^{せきとば}赤兎馬」(鹿児島県)

「赤霧島」(宮崎県)

「一刻者赤」(鹿児島県)

(iv) 「青」 [0]

(v) 「金」 [1] 「金霧島」(宮崎県)

(vii) その他

「茜」[1] 「茜霧島」(宮崎県)

「紅」[1] 「薩摩紅」(鹿児島県)

(8) から分かるように、ランクインした 300 件の中で 16 商品に色彩語が使われていたことから、決して多用されているとは言えない。その中で、「黒」が一番多く 7 例、「白」と「赤」が 3 例あった。「青」がなかったことが注目される。それに、「金」「茜」「紅」が 1 例で続くが、「金霧島」だけが透明でなく黄色であった。「茜」「紅」は基本的色彩語ではなく、「赤」の下位語であるので、「赤」に含めると、5 例になり、「黒」の次に多い。そこで、焼酎のネーミングには、色彩語では、「黒」と「赤」が多い傾向があると言える。また、動物の色を表現している「白」「赤」の漢字の読み方が「しろ」「あか」でなく、「びやく」

「せき」であることも興味深い。「赤兎馬」は『三国志演』で、呂布や関羽の乗った愛馬の名。一日に千里を走ると言われる』（『スーパー大辞林 3.0』）が由来であると考えられる。

4.1.2 日本酒の商品名

次に、日本酒の商品名を見ることにする。焼酎に比べると日本酒の商品数の多いことから、一ヶ月ではなく、一週間週の「日本酒ランキング」の中で1位から320位までを調査した。¹⁷⁾ 以下がその結果であるが、ランキングの順位に関わらず、「白」「黒」「赤」「青」「金」「その他」の順に並べる。また商品名の後には製造元の県名を書き入れた。

(9) (i) 「白」[10]

「大吟醸 越乃白泉」(新潟県)
 「純米大吟醸 白雲去来」(山形県)
 「白雪 大吟醸」(兵庫県)
 「越乃観梅 白ラベル」(新潟県)
 「白山菊酒 手取川大吟醸 名流」(石川県)
 「大吟醸 越乃観梅 白ラベル」(静岡県)
 「十四代 白鶴錦 純米吟醸」(山形県)
 「大吟醸 白龍本生」(新潟県)
 「白鳥蔵普通酒」(新潟県)
 「鳳凰美田 White Phoenix 純米大吟醸酒 無濾過生」(栃木県)

(ii) 「黒」[3]

「黒流 大吟醸 しずく」(福井県)
 「黒ばくれん 超辛口本生」(山形県)
 「鳳凰美田 純米吟醸酒 Black Phoenix (ブラックフェニックス) 生酒」(栃木県)

(iii) 「赤」[2]

「赤武 AKABU 純米酒」(岩手県)
 「赤ばくれん」(日本酒 宮崎県)

(iv) 「青」[1]

「鳳凰美田 碧^{あお}判 純米吟醸原酒」(栃木県)

(v) 「金」[2]

「梵 GOLD 無濾過 純米大吟醸」(福井県)
 「金雀 純米吟醸 しぼりたて」(山口県)

(vi) 「その他」

「黄」[1]「黄桜」(日本酒 京都府)

「藍」[1]「加賀^{とび} 純米大吟醸・藍」(石川県)

「瑠璃」[1]「新政 純米酒 瑠璃(ラピス)

2018 美山錦」(秋田県)

「グリーン」[1]「新政 グリーン やまユ 純米吟醸 美郷錦」(秋田県)

(9)を見ると「白」が他色に比べて3倍以上の多さであることが分かる。(9i)の最後の商品名は、英語の‘white’で表現され、(9ii)の‘black’がある商品と同じ酒造元から売り出されている。¹⁸⁾「青」には、漢字「碧」で「あお」と読ませている1商品名だけであるが、その他の「瑠璃色」は、濃い紫味を帯びた冴えた青色であり、「藍」は、「青より濃く、紺より淡い」(『広辞苑 第七版』(電子版))であり、これらは「青」の下位語であると考えられる。従って、「青」が3例あると仮定すると、基本色彩語である「白」「黒」「赤」「青」の中で「白」以外は、ほぼ同数であるとも考えることも可能である。

4.1.3 「日本酒」と「焼酎」の比較

「日本酒」と「焼酎」の商品名の調査結果を比べると、ほとんどの商品の色が透明であるにもかかわらず、イメージ効果のために数種以上の色彩語が用いられていた。その多くが基本色彩語であった。また、多くの場合、ラベルや容器などの色にも利用されていた。データから決して多いとは言えないが、ある程度の傾向の差が見られた。最も顕著に観察されたのは、焼酎の商品名の色彩語には、「黒」と「赤」が多い傾向がある一方で、日本酒は、「白」が多い傾向が見られた点である。また、焼酎では、「青」がなかったことが注目される。日本酒も「青」の文字は見つからなかったが、「碧」を「あお」と読ませたり、「青」の下位語とみなされる「瑠璃」「藍」が使われていた。共通点として基本色彩語の4色の中で「青」が最も使用されていないということが分かった。

4.2 食品と飲料の商品名

食品と飲料全般の商品名をインターネット通販のamazon.co.jpのデータを参考に考えていく。

Amazon のカテゴリーの中で「食品・飲料・お酒」を選び、色彩語を検索する。基本色彩語の白, 黒, 赤, 青に, 金と緑を加えた6種の色を検討する。金と緑は, 最近の商品でよく見かける印象があったため今回の調査に入れた。検索方法であるが, 「白」と検索すると, 「ホワイト」も含まれ, 逆に「ホワイト」で検索すると「白」が含まれてしまう。そこで, 例えば「白」は, 「白」だけでなく, 「白い」「白の」「ホワイト」を検索して得られたデータから調査した。「白」「赤」「黒」「青」は, 形容詞であるので, 「…い」「…の」とで検索できるが, 「金」「緑」は, 「…の」だけである。次に, 各語に対応する英語の「ホワイト (white)」「レッド (red)」「ブラック (black)」「ブルー (blue)」「ゴールド (gold)」「グリーン (green)」も検索する。商品名によって, アルファベット表記, カタカナ表記, 二通りの場合などあるが, 今回は, それらの違いについては留意しない。

以上のように検索すると, 自動的に「アマゾンおすすめ商品」となる。この他に「価格の安い(高い)順番」, 「レビューの評価順」, 「最新商品」と並び変えられるが, 売り上げランキングはない。「おすすめ商品」が売り上げ実績のある商品だと推測されることから, 今回の調査のデータとした。何千もの品物が挙げられる場合もあるので, 最初の1~3ページだけを取り上げることにした。実際, 検索して出たデータの中には, 検索された語が入っていない商品が含まれることもあった。その反対に, 商品名に色彩語が入っていないのに, ネット上では, 色名が入って紹介されていることもあった。具体的に言うと, 商品自体または包装紙の色を説明するために(例えば蒲鉾の商品では「白」と「赤」を区別するために)商品上には書かれていない色名がネット上の商品名に添えられていた。このように包装や商品の色のために説明的にネットデータ結果に入っていた場合は考慮の対象にしなかった。さらに異なる語(例:「白」「白い」「白の」「ホワイト」)で検索しても, 得られるデータに重複している商品名もあった。同じ商品で数量が違ったり, シリーズ製品で複数回おすすめ商品に選ばれている場合は, その中の一つだけの商品名を取り上げる。以下, 各商品名を紹介す

るが, 最初に, 製造会社名, 最後に商品の説明を加えた。ブランド名が製造元と同じ名称で, 商品名の最初に使われている場合は, 繰り返しになるので, 商品名では省略した。以下, 白, 黒, 赤, 青, 金, 緑の順で調査結果を報告する。¹⁹⁾

4.2.1 「白」

「白」を検索すると, 白ワイン, 白ごま, 白味噌, 白醤油, 白ぶどう, 白イチジク, 白花豆, 白イチゴ, ホワイトビネガー, ホワイトチョコ(またはチョコホワイト), ホワイトロースハム, ホワイトラムなどの食品が多く見つかる。このような品物の材料の情報が商品名のメインとして用いられている場合(例:「石野の白味噌」のように製造名と材料名の組み合わせ)は考慮に入れないことにした。調査時, ホワイトデーが近かったため, 「白(ホワイト)」という語が入っていない商品名が, ホワイトデーの贈り物として「白」の検索結果に多く含まれていた。そこで「白」はデータを少し多めにし, 「アマゾンおすすめ商品」に選ばれている最初の72品を検討した。以下は, 異なる商品名のみを挙げている。検索した語と商品数は, 「白」[72], 「白い」[24]「白の」[44]「ホワイト」[72]であり, 「白」に関する商品の総数は, 212である。「白の」の検索結果の中に「白の」が入った商品名がなく, 白ワインがほとんどであった。検索結果, 商品名に「白」があるものと「ホワイト」があるものに分けると, 以下のようになる。

(10) (i) 「白」[11]

フンドーキン「生きている無添加あわせ白」(味噌)
トモエ「北海道仕込み白つぶ」(味噌)
高橋酒造「白岳 しろ」(焼酎)
霧島酒造「チューパック 白霧島」(焼酎)
佐藤酒造「佐藤 白」(焼酎)
丸久小山園「薄茶に千木^{ちぎ}の白」(抹茶)
石屋製菓「白い恋人」(クッキー)
ユーラク「白いブラックサンダー」(チョコレート菓子)
亀田製菓「白い風船ミルククリーム」(米菓)

サントリー「ほろよい 白いサワー」(チューハイ)

伊藤園「甘くない 乳酸菌の白い炭酸水」(炭酸飲料)

(ii) 「ホワイト」[5]

ネスカフェ「ドルチェゲスト専用カプセルフラットホワイト」(コーヒー)

資生堂「ピュアホワイト<タブレット>」(サプリメント)

サッポロビール「ホワイトベルグ」(ビール)

麒麟ビール「ホワイトホース ファインオールド」(ウイスキー)

ヤマザキ「ホワイトデニッシュショコラ」(パン)

(10) の結果から、商品自体が、白または白っぽい色を表している割合は全体の4割強である。一見「白」だと思える商品は、「白いブラックサンダー」「白い風船…」 「…白いサワー」「ピュアホワイト…」 「ホワイトデニッシュ…」 である。白っぽいのは、周りが薄茶のクッキーの「白い恋人」と透明に近い「…乳酸菌の白い炭酸水」である。「白い」焼酎は透明であり、ビールは黄色で、ウイスキーは薄茶である。白い味噌は、薄い茶色である。同様に、「…フラットホワイト」はミルクが多いコーヒーなので薄茶である。唯一、緑色の抹茶があるが、容器に白が使われている。

4.2.2 「赤」

「赤」の検索データには、赤ワイン、赤味噌、赤だし、赤酒、赤梅酢、レッドチェダー(チーズの一種) レッドマカ(植物)、レッドグロブ(赤ぶどうの品種) など食品の原材料が多くあった。これらの情報のみが商品名として用いられている場合は考慮に入れないことにした。「赤」にかんして検索した語で扱った商品数は、「赤」[72], 「赤い」[24], 「赤の」[37], レッド[38] で、商品総数は171である。「白の」の検索同様、「赤の」での検索結果では、商品名に「赤の」が入ったものがなかった。商品名に「赤」があるものと「レッド」があるものに分けると、以

下ようになる。

(11) (i) 「赤」[8]

瑞鷹「料理用 東肥赤酒」(みりん)

霧島酒造「赤霧島」(焼酎)

イチビキ「赤から鍋スティック」(鍋の素)

サフ「インスタント ドライイースト 赤」(低糖パン用 赤ラベル)

サッポロビール「麦とホップ<赤>フェストスタイル」(第3のビール)

マルちゃん「赤いきつね」(即席麺)

清月「赤いサイロ」(洋菓子)

横浜マリンフーズ「赤い靴の女の子」(クッキー)

(ii) 「レッド」[7]

赤い帽子「レッド缶」(クッキー)

レッドブル・ジャパン「レッドブル エナジードリンク」(ジュース)

アサヒビール「レッドアイ」(発泡酒)

サントリー「大レッド」(ウイスキー)

カゴメ「プレミアムレッド」(ジュース)

麒麟「氷結 RED」(チューハイ)

日興薬品工業「レッドマムシ」(栄養ドリンク)

(11) の結果から、約半数の商品が赤い色または、赤っぽい色を表していることが分かった。「東肥赤酒」「赤から鍋スティック」「レッドアイ」「プレミアムレッド」「レッドマムシ」が赤色で、「麦とホップ<赤>」は茶色っぽい赤であり、「大レッド」は琥珀色で、「氷結 RED」は薄いピンクである。他の商品は、包装や容器に赤が使用されていた。

4.2.3 「黒」

「黒」で検索すると、黒ごま、黒にんにく、黒砂糖、黒麹、黒豆、黒七味、黒トリュフ、ブラックペッパー、ブラックシーソルトなどの食品の原材料の名前が多く見つかる。「ブラック」だけで「ミルクなしのコーヒー」を意味するため、いくつかの会社の缶コーヒーの商品名に使われ、ほとんどの場合、缶には、「BLACK」と英語で印刷されている。「シルキー

ブラック」「冴えるブラック」「スムーズブラック」のようにブラックの前に修飾語を付加した商品名がいくつかあった。以上のように「黒/ブラック」が原材料や、ミルクなしを意味する場合は、ここでは考慮に入れない。また、黒ビールを「黒」で表現している商品が少なからずあった。「白」と「赤」だけで、ワインの種類を示すことと同じであるが、サッポロビールの「麦とホップ<黒>」のように、商品上に書かれている場合は考慮に入れた。「黒」に関して検索した語と商品数は、「黒」[68]、「黒い」[32]「黒の」[24]、「ブラック」[44]で、総数 168 商品である。しかし、「黒の」の検索は 24 商品あるが、実際に「黒の」が入った商品名は一つもなかった。検索結果、商品名に「黒」があるものと「ブラック」があるものに分けると、以下のようになる。

(12) (i) 「黒」 [13]

サッポロビール「黒ラベル」(ビール)
 キリンビール「キリン一番搾り<黒生>」(ビール)
 サントリー「黒烏龍茶」(お茶飲料)
 霧島酒造「黒霧島」(焼酎)
 大口酒造「黒伊佐錦」(焼酎)
 薩摩酒造「黒白波」(焼酎)
 株式会社 MOMIKI「くろまる」(黒にんにく)
 カルピス「黒豆黒茶」²⁰⁾(お茶飲料)
 織月酒造「古酒 黒いつき」(焼酎)
 東洋水産「マルちゃん 黒い豚カレー」(即席麺)
 柄木田製粉「信州太切り 黒い蕎麦」(蕎麦)
 サッポログルメフーズ「黒い恋人」(チョコレート)
 男鹿工房「秋田男鹿半島産 黒い塩」²¹⁾(塩)

(ii) 「ブラック」 [7]

江崎グリコ「LEE ブラックカレー」(レトルトカレー)
 サッポロビール「サッポロエビス プレミアブラック」(ビール)
 アサヒビール「アサヒスーパードライブラック」²²⁾(ビール)
 湖池屋「ドンタコス BLACK 黒マヨチキン」²³⁾(スナック菓子)

アサヒビール「ブラックニッカ クリア」(ウイスキー)

ロッテ「ブラックブラック」(ガム)

日清食品「蒙古タンメン中本 北極ブラック」(黒い激辛味噌即席麺)

(12) の結果に基づくと、商品自体が黒い色または、黒っぽい色であると観察された商品名は、4 割弱であることが分かった。「キリン一番搾り<黒生>」「くろまる」「… 黒い塩」「… プレミアブラック」「… スーパードライ ブラック」「ブラックブラック」「… 北極ブラック(汁が黒い)」は黒であると認められた。黒以外では、茶系統があり、薄茶が「… 黒い蕎麦」と「ブラックニッカ クリア」で、焦げ茶が「黒ラベル」「黒烏龍茶」「黒豆黒茶」「LEE ブラックカレー」であった。他の商品は、包装や容器に黒が使用されていた。

4.2.4 「青」

「青」で検索すると、青唐辛子、青玄米(若い玄米のこと)、青じそが商品名の中に使われていることが分かる。名前が商品そのものである場合には、ここでは検討しないが、そうでない場合(例えば、ドレッシングの「青じそ」のように商品名が商品そのものを示していない)は考慮に入れた。また、ブルーチーズとリキュールの一種のブルーキュラソーは、考慮に入れないことにした。「青」に関して検索した語と商品数は、「青」[48]、「青い」[24]「青の」[24]「ブルー」[24]で、総数 120 商品である。この中で「青の」は、10 商品が「青の洞窟」関連で、残りの商品名には「青の」が使われていなかった。検索結果、商品名に「青」があるものと「ブルー」があるものに分けると、以下のようになる。

(13) (i) 「青」 [16]

日清フーズ「青の洞窟 GRAZIA ボロネーゼ」(レトルトパスタソース)
 沖縄特産販売「青切りシークワサー」²⁴⁾(ジュース)
 理研ビタミン「ノンオイル青じそ」(ドレッシング)

エスビー食品「S&B きざみ青じそ」(スパイス)
 ヤマサ醤油「ヤマサ 青じそぽん酢」(ポン酢)
 上萬糧食製粉所「青きな粉」(青大豆使用)
 クロタニ「青りんごサワー当て」(駄菓子)
 MIGOTO (ミゴト)「青みかんパウダー」(健康食品)
 サントリー「-196℃ストロングゼロ まるごと青りんご」(チューハイ)
 トーノー「青しそご飯」(ふりかけ)
 青華堂「北海道銘菓 雪花青 ロイヤルモイスティ
 ホワイト」²⁵⁾ (チョコレート菓子)
 青い海「沖縄の海水塩 青い海」(塩)
 三浦醸造「青い森の天然青色りんごジャム」(ジャム)
 青い猫のボトル「ラインヘッセン リースリング
 <青い猫のボトル>」(白ワイン)
 旭川製麺株式会社「青いラーメン ゾンベアー
 ラーメン」(即席麺)
 ベル工業株式会社「青い富士山カレー」(レトル
 トカレー)

(ii)「ブルー」[7]

ケルノン「ダルドワーズ ブルーチョコレート
 青いチョコレート キューブ」²⁶⁾ (チョコレート
 菓子)
 株式会社エセックス「ブランド ブルー キュヴェ
 ムスー」(スパークリングワイン)
 molsoncoors (モルソン・クアーズ)「ブルームー
 ン」(ビール)
 雲海酒造「木挽 BLUE」(焼酎)
 サントリー「THE BLUE」(リキュール)
 アサヒビール「アサヒ 本生アクアブルー」(発泡
 酒)
 アサヒビール「ボルスブルー」(リキュール)

(13)の結果から、多くの商品の包装や容器に青が使用されていることが分かったが、商品自体が青い色または、青っぽい色であると認められたのは7商品だった。つまり、商品名の「青」「ブルー」が商品自体の色を反映している割合は、約3割である。「青」は16商品中「青い森の天然青色りんごジャム」「青

いラーメン…」「青い富士山カレー」の3商品だけだったが、「ブルー」は、7商品の中で「ダルドワーズ ブルーチョコレート」「ブランドブルー」「THE BLUE」「ボルスブルー」の4商品であった。また注目すべき点は、青じそ、青みかん、青りんごは実際には、緑色であり、青きな粉の原料の青大豆は薄緑である。

4.2.5 「金」

ネット上で、「金」、「GOLD(ゴールド)」または「金ラベル」という表現が入っていても、実際には容器やラベルが金というだけで、商品名に色名が入っていない場合は、考慮に入れなかった。また、りんごの品種の「ジョナゴールド」と「シナノゴールド」、キウイの品種の「サンゴールド」、豚の品種の「金華豚」は取り上げなかった。検索した語と商品数は、「金」[44]、「金の」[24]、「ゴールド」[44]で、総数は112の商品である。検索結果から、商品名に「金」があるものと「ゴールド」があるものに分けると、以下ようになる。

(14) (i)「金」[22]

霧島酒造「金霧島」(焼酎)
 高橋酒造「白岳 謹醸しろ(金しろ)」(焼酎)
 宮崎本店「キッコーミヤ焼酎 キンミヤ」²⁷⁾ (焼酎)
 サントリー「金麦 ゴールドラガー」(第3のビール)
 徳島製粉「金ちゃんヌードル」(即席麺)
 三才堂「薬膳発酵 金ごぼう粒」(サプリメント)
 株式会社波里「濃厚なめらか練りゴマ金」(ごま)
 自然健康社「GOMAJE (ゴマジェ) 金ごまキューブ」(和菓子)
 いいとも「金ごまいわし」(佃煮)
 ミツカン「金のゴマだれ黒酢」(たれ)
 ドクターベジフル「金の菊芋」(サプリメント)
 アサヒ飲料「ワンダ 金の微糖」(缶コーヒー)
 カンロ「金のミルクキャンディ」(あめ)
 全農パールライス「金のいぶき」(玄米)
 アサヒグループ食品株式会社「アマノフーズフ

リーズドライ 金のだし おみそ汁」(フリーズ
ドライ味噌汁)

伊藤園 「金の烏龍茶」(お茶飲料)

青森県りんごジュース「シャイニー 金のねぶ
たりんごジュース」²⁸⁾(缶ジュース)

株式会社さぬき健康本舗 「金の穂」(サプリメント)

シーワン「金の飴」²⁹⁾(あめ)

ミツカン「金のつぶ 納豆ほね元気」(納豆)

株式会社 ユニフルティー ジャパン「金の房」(バナナ)

日本製粉 「オーマイプレミアム 金のパスタ」(パスタ)

(ii)「ゴールド」[10]

ゴディバ (GODIVA)「ゴールド ディスカバリー コレクション」(チョコレート)

コカ・コーラ「リアルゴールド」(炭酸飲料)

ネスレ日本「ゴールドブレンド」(インスタント
コーヒー)

EM 生活「EM・X GOLD」(サプリメント)

リラックス「ブランドン ゴールド」(ウイスキー)
スミフル【GACKT ラベル】甘熟王 ゴールド プレ
ミアム」(バナナ)

味の素株式会社「アミノバイタル GOLD」(サプ
リメント)

山崎製パン「ミニスナックゴールド」(菓子パン)
明治「GOLDLINE CACAO 65% チョコレート」(アイ
スクリーム)

Maxim「モカゴールドコーヒー」(インスタント
コーヒー)

(14)の結果から、今回検討した 6 色の中で「金」と「ゴールド」の商品名が最も多いことが分かる。その理由は、この色が高級なイメージを表現するからであろう。商品それ自体が金色であるものはなかったが、多くが容器、ラベルなどに金色を使っていた。(14i)は、21商品名の中13が、「金の…」という表現であった。また、商品自体の色は、金に近い「黄色」または「薄茶」が多かった。例えば、「金霧島」

「金のいぶき」「金の烏龍茶」「金の穂」「金の飴」「金の房」「リアルゴールド」「EM・X GOLD」などである。また、唯一「金麦 ゴールドラガー」は、「金」と「ゴールド」の二語が含まれていた。

4.2.6 「緑」

「緑レンズ豆」「ミドリムシ」「グリーンカレー」「グリーンルイボスティ」(発酵させないで乾燥させるので、緑の葉の色になる)」等、他に修飾する語がなく、それ自体で商品名になっている場合は含めないことにした。「緑」や「グリーン」がサイトの商品名に含まれていても、実際の容器では、商品の包みやラベルが緑だという場合は、考慮に入れなかった。また、「ゼラチン」等の色で「緑」ということに用いられている場合は、取り上げていない。検索した語と商品数は、「緑」[44]、「緑の」[24]「グリーン」[44]で、総数 112 商品である。検索結果を、「緑」があるものと「グリーン」があるものに分けると、以下ようになる。

(15) (i)「緑」[10]

ユーグレナ「ユーグレナの緑汁」 栄養補助食品
野洲化学工業「ジェリフ ゼリエース ゼラチンパウダー緑」³⁰⁾(ゼラチン)

サンスター「トクホ 緑でサラナ」(ジュース)
伊藤園「充実野菜 緑の野菜ミックス」(ジュース)
武田コンシューマーヘルスケア株式会社「緑の習慣 DHA・EPA」(サプリメント)

東洋水産「マルちゃん 緑のたぬき天そば」(即席
麺)

永谷園「ホットスムージースープ 緑のやさい
スープ」(スープ)

日本葛化学研究所「緑の素 ヘリクロゲン」(健康食品)

森永乳業「森永 フルーツでおいしいやさいジュ
レ 緑の野菜とくだもの」(ベビー用デザート)
ライフドリンクカンパニー「あさみや 緑の茶」(日本茶)

(ii)「グリーン」[13]

アサヒビール「ボルス ペパーミントグリーン」(リキュール)
ヤマモリ「プレミアムグリーンカレー」(レトルトカレー)
日本薬品開発「麦緑素 バリーグリーン」(希釈用ドリンクの素)
CONNECT・EC「グリーン モリンガ スムージー」(スムージー)
片岡物産「辻利 宇治抹茶入り グリーンレモンティー」(日本茶)
麒麟ビール「淡麗グリーンラベル」(発泡酒)
信州ハム株式会社「グリーンマーク あらびきポークウィンナー」(ウインナー)
武田コンシューマーヘルスケア「緑の習慣」(サプリメント)
がばい農園株式会社「オーガニック グリーンルイボスティ」(ルイボスティ)
ポッカサッポロフード & ビバレッジ「ポッカサッポロ グリーンシャワー」(炭酸水：色は透明である。)
サントリー「GREEN DA・KA・RA」(スポーツ飲料：色は透明である)
日本ハム「グリーンラベル 減塩ロースハム」(ハム：通常のハムより塩分 30% カット)
CIVIGIS(チブギス)「チブギス オーガニック グリーンカレー ペースト」(カレールー)

(15)の結果から、検討した他の色の結果と顕著に異なる点が見つかった。それは、英語の「グリーン」の方が日本語の「緑」より多かった点である。今回検討した6色の中で、最も多用されている英語が「グリーン」である。また、「緑」と「グリーン」の商品名の半数弱で、商品自体の色が緑色または、緑っぽい色であった。例えば、「ユーグレナの緑汁」「緑でサラナ」「緑の野菜ミックス」「緑のやさいスープ」「ペパーミントグリーン」「グリーンルイボスティ」などである。「緑」と「グリーン」は野菜を意味するので、「健康に良い」というイメージが生まれ、特に商品が緑色でない場合は、ラベルなどに緑色を使っている。ハム会社二社の商品名は

「グリーンマーク」と「グリーンラベル」で、ラベルには緑色を使っている。「ポッカサッポロ グリーンシャワー」と「GREEN DA・KA・RA」は透明な飲料である。また、「淡麗グリーンラベル」は健康に配慮した「糖質 70%オフ」のビールである。このように、中味が健康志向であることを商品名の緑色で伝えている。

5. 考察

4.1では焼酎と日本酒を調査した。楽天市場のデータから、商品名に見られる色の種類と傾向を探った。ほとんどが無色の液体であるので、イメージ戦略として、ネーミングに色名を入れ、ラベルや容器にもその色を用いることで強い印象を与えようとする意図が感じられた。色彩語の種類と傾向を探った結果、多くが基本色彩語であり、焼酎と日本酒の間で差が見られた。最も顕著な点は、焼酎の商品名には、「黒」と「赤」が多く、日本酒は、「白」が多い傾向が見られることである。さらに、焼酎と日本酒ともに共通して、基本色彩語の4色の中で「青」が商品名で最も使用されていないということが分かった。なぜ「青」があまり使われないのだろうか。多分、「青」のイメージには、「鎮静効果」があるからだと思われる。「酔う」ことは「理性や感覚が乱れる」(『広辞苑 第七版』(電子版))ことであり、青のイメージとは逆の効果になるからであろう。

次に4.2では、Amazonの「食品、飲料、酒」のカテゴリーを検索し、白、黒、赤、青、金、緑の6色の色彩語を検索し、そのデータから得られた結果から実際の色彩を説明しているかどうか焦点を当てて調査した。商品名の「白 / ホワイト」は、商品自体が、白または白っぽい色を表している割合は全体の4割強であった。「赤 / レッド」は、約半数の商品の中身が赤い色または、赤っぽい色を表していた。商品名の「黒 / ブラック」で商品自体が黒い色または、黒っぽい色であると観察されたのは、4割弱であることが分かった。「黒」は、ブラック会社のように悪い意味があるが、同時に、黒ごま、黒にんにく、黒豆など最近では体に良いイメージが強くなってきたことも忘れてはならない。商品名の「青 / ブルー」

が商品自体の色を反映している割合は、約3割であった。「金/ゴールド」は、高級なイメージを表現するので、例が多く見つかった。21商品名の中13が、「金の…」という表現であった。また、商品自体の色は、金に近い「黄色」または「薄茶」が多かった。「緑/グリーン」の商品名の半数弱で、商品自体の色が緑色または、緑っぽい色であった。「緑/グリーン」は野菜を意味するので、「健康に良い」というイメージが生まれ、特に商品が緑色でない場合は、ラベルなどに緑色を使っていた。緑色は、商品の中味が健康志向であることを伝えていた。

以上から「食品、飲料、酒」のカテゴリーに於ける色彩語で実際の色彩を説明しているのは、「金」以外は、平均して約4割であると考えられる。金色の商品はないが、「金/ゴールド」が商品名に入っている商品の多くが黄色や薄茶色で、金に近い色であったことは事実である。この結果から、「金」以外の色彩語は、イメージだけでなく、割合としては、半数とはいかないが、4割前後で、商品自体の色の説明をしていることが明らかになった。

6. 結論

本論では、色彩語が用いられている商品名を調査し、実際に色彩語がどのように使われているか、また、商品そのものの色を示している割合がどの程度であるかを考察した。2節では、主に日本語の色名の歴史と基本色名語彙間の関係にかんして先行研究を紹介し、また人と動物の名前に於ける色彩語について論じた。3節では、齋藤(2005)、則定(2010)などを参考に、商品名の色彩語について考え、イメージ系としての色彩語をいくつかの商品名で確認した。また「赤いきつね」の「赤い」と「きつね」の関係について論じた。4節では、楽天ランキングをデータとして、焼酎と日本酒の商品名でどの色名が用いられているかを調べ、次にAmazonの食料品及び飲料品のカテゴリーの商品名を基に、「白」「黒」「赤」「青」「緑」「金」の計6色を検索して得られたデータから商品自体の色がどの程度の割合で反映されているかを調査した。5節で調査結果を基に考察をした。

結論として言えることは次の2点である。第一点はイメージ効果としての機能を果たす焼酎と日本酒の色彩語は、多くが基本色彩語であるが、色の傾向が異なり、焼酎は「黒」と「赤」が多く、日本酒は、「白」が多かった。さらに共通して、基本色彩語の4色の中で「青」が最も使用されていないことが分かった。その理由は「酔う」ことが青のイメージの「鎮静効果」とは相容れないからであろうと推測した。このように色彩語がイメージと商品との関係から選ばれていることが確認された。第二点は、Amazonの「食品、飲料、酒」のカテゴリーを6種の色彩語で検索した結果、「金」以外は、ある程度の割合で、商品自体の色も表していたことが分かった。商品名が商品の色と同じであったのは、「青」が約3割、「白」「黒」が約4割、「赤」と「緑」が約5割であった。このことから、色彩語はイメージだけでなく、商品の色を示していることが分かる。色彩語は、イメージ効果として商品名に使われるだけでなく、商品そのものの色を説明するためにも少なからず用いられているのである。

注

- 1) 但し、「きいろ」「ちゃいろ」は例外であると述べている(柴田 2008: 72)。
- 2) 「あかさ」「しろさ」は言えるが、「むらさきさ」「みどりさ」は言えない。重複形は、「あかあか」「おおおお」といえるが、「き(いろ)き(いろ)」「みどりみどり」は言えない。「まっ(真)」をつけることができるのは、「まっか」「まっしろ」のように基本色語だけであり、「まっむらさき」「まっみどり」はできない。しかし、「まっきいろ」「まっちゃいろ」「まみどり」は可能であるので、「き(いろ)」「ちゃいろ」「みどり」は例外であるとしている(柴田 2008: 72)。
- 3) 柴田(2008: 73)によると、現代の西日本方言でも、「アカイ」は「明るい」を表すと指摘している。
- 4) 近江(2008b: 79)の現代日本人の想起色名調査データによると、上位20位は以下のようなものである。
1. 赤 2. 紫 3. 黒 4. 茶 5. 黄 6. 白 7. 緑 8. 青 9. 黄緑 10. ピンク 11. オレンジ 12. 紺 13. 赤紫

14. 灰色 15. 橙 16. 水色 17. 金 18. 銀 19. 黄土 20. 焦茶
- 5) 佐藤 (2008: 66) によると、正倉院文書に見られる人名には、「白麻呂」「黒麻呂」「赤売」のように、白、黒、赤の 3 種類がほとんどで、上代の日本人の色彩語が極めて少なかったことがわかるという。また、「青」の語は『古事記』にあることから上代人にとって馴染みがあった。「しろ」は「著し」^{しる}、「黒」は「暗し」^{くら}、「赤」は「明し」^{あか}を意味し、「あを」は白と黒の間にあると考えられるので、明暗の度合いは「あか」-「しろ」-「あを」-「くら」と言う順序になると述べている。
- 6) 近江 (2006b: 157) は、このように女性に色名の印象にもとづく美化された命名があるが、似たような例が、伝統色名にもみられ、例えば「利休鼠」(緑みの灰色)、「団十郎茶」(やや赤みがかった薄茶色)、「路考茶」(黄みを帯びた青茶色) などがあるという。同様に、携帯電話の「スパークピンク」「アクティブホワイト」が商用色名の例として挙げられている。
- 7) 則定 (2010: 66) は「しろ」の後に(白鷹)とあるが、(白岳)の誤りではないかと思われる。高橋酒造株式会社のHP<<http://www.hakutake.co.jp/products/shiro.html>>によると、本格米焼酎 白岳「しろ」と紹介されている。
- 8) 武川 (2008) を参照した。
- 9) 調査した結果、缶コーヒーのほとんどのブランドで、ブラックコーヒーの缶の色を黒にしている。
- 10) <<https://www.maruchan.co.jp/aka-midori/index.html#more>>
- 11) 即席麺の種類は多いが、その中で、他に色彩語が入った商品名には、「白い力もちうどん」「黒い豚カレーうどん」「紺のきつね(そば)」がある。キツネが「コンコン」と鳴くといわれていることが「紺」の由来であると想像できる。
- 12) 『精選版 日本国語大辞典』(電子版) によると、「補色」は「混合した時に無彩色となる二つの色。また、その関係をいう。赤と青緑、紫と黄緑など。余色。反対色」である。
- 13) <<https://www.maruchan.co.jp/enjoy/himistu/index.html>>
- 14) <<https://www.maruchan.co.jp/enjoy/himistu/>>
- 15) さらに、HP には、発売時の流行にも触れ、山口百恵主演の「赤いシリーズ」の人气が高まっている時期で、彼女のヒット曲である「プレイバック Part II」(作詞：阿木耀子、作曲：宇崎竜童^{まっか})の歌詞の最初が「緑の中を走り抜けてく真紅なポルシェ」であったと書かれている。
- 16) 楽天の「日本酒・焼酎ランキング月間」のサイトは次の通りである：<<https://ranking.rakuten.co.jp/monthly/510901/>>。月間 2019 年 2 月 6 日(水)更新を参考にした。また「日本酒・焼酎ランキング」1 位から 300 位までのサイトは以下のようなものである。
- 1-80 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/monthly/510901/>>
81-160 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/monthly/510901/p=2/>>
161-240 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/monthly/510901/p=3/>>
241-300 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/monthly/510901/p=4/>>
調査日時は 2019 年 3 月 6 日である。
- 17) 「日本酒ランキング」週 1 位から 320 位まで、集計日は、2 月 25 日～3 月 3 日である。以下のサイトを参考にした。
- 1-80 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/daily/100337/>>
81-160 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/daily/100337/p=2/>>
161-240 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/daily/100337/p=3/>>
241-320 位
<<https://ranking.rakuten.co.jp/daily/100337/p=4/>>
調査日時は、2019 年 3 月 6 日(水)である。
- 18) 今回データとした「日本酒ランキング」には、見つからなかったが、この酒造元の小林酒造(栃木県)は、'鳳凰美田 Gold Phoenix'もある。色と小売価格の関係を調べると、「黒」が一番安く、次が「金」で、「白」が一番高かった。

19) アマゾン (Amzon.co.jp) の公式サイト「食品・飲料・お酒」のカテゴリーで、検討する色彩語を検索して得たデータを使用した。例えば、Amazon の食品・飲料・お酒のカテゴリーのサイトで、「白」を検索した時の 1 ページと 2 ページのサイトは以下である。

<https://www.amazon.co.jp/s/ref=sr_il_to_food-beverage?rh=n%3A57239051%2Ck%3A%20%E3%83%93%E3%83%80&keywords=%E3%83%93%20&ie=UTF8&qid=1551369464&lo=none>(1 ページ目)

<https://www.amazon.co.jp/s/ref=sr_pg_2?rh=n%3A57239051%2Ck%3A%20%E3%83%93%E3%83%80&page=2&keywords=%E3%83%93%20&ie=UTF8&qid=1551369546&lo=none>(2 ページ目)

本稿で扱ったデータの調査日時は、2019 年 3 月 10 日である。しかし、その時、検索結果ではデータが出ないこともあった。またデータの取り方に問題があると判断される部分があったため、以下の検索にかんしては、2019 年 5 月 1 日に再度調査した:「白の」「ブラック」「黒い」「レッド」「赤の」「緑」「金」「ゴールド」「グリーン」。

20) 黒豆茶は複数のメーカーが製造しているが、このネーミングのように、「黒」を 2 回入れて強調し、商品名として売るのは、色彩語を強調する方法と考えられる。「黒」の性質が高められ売り上げに貢献する可能性が考えられる。この商品は、トクホとして売られていることもあり、「黒」の繰り返しで、健康に良いというメッセージが強く伝わってくる。

21) 孟宗多竹に男鹿半島の塩を詰めて竹炭釜で焼いて作った黒色の塩。

22) 実際は、缶の中央上に「Asahi DRY BLACK」が目立って書かれているが、そのすぐ下に小さい文字で「ビアホール仕立ての黒」が見える。

23) 22) と同じで、袋の中央上に「BLACK」と大きく書かれているが、すぐ下に小さな文字で「黒マヨチキン」がある。

24) 熟する前の緑の時期に収穫する未熟果で作ったジュース。

25) パッケージは青が用いられているが、菓子自体

は、白である。

26) 「ケルノン・ダルドワーズ」は、フランスからの輸入品で、「ブルーチョコレート 青いチョコレート キューブ」の部分は商品には書かれていないので、アマゾンでの販売のために、説明的に付加されたと思われる。

27) ロゴの「宮」が金色という由来でつけられた名だと想像される。「金宮」でなくカタカナで書かれている。

28) この商品は、味わいを色名で区別していて、金、銀、赤、青の 4 種類がある。

29) 梅を包んだ水飴の色合いが金色に輝いているように見えると説明されている。

30) 緑のゼラチンでなく、箱を緑色にしている。また、パウダーの種類を「黒」「紺」など他の色でさらに区別している。

参考文献

- 石田 戡 2009. 『どうぶつ命名案内』 社会評論社、東京。
- 近江 源太郎 2008a. 「色彩イメージと色名イメージ —ミドリ」の事例」 宮地裕・甲斐睦朗 (編) (2008), 125-131.
- 近江 源太郎 2008b. 『色の名前に心を読む 色名学入門』 研究社、東京。
- 清海節子 2011. 「名前とネーミングの考察 —愛称・会社名・ペットの名前—」『駿河台大学論叢』 41: 81-103.
- 齋藤孝 2005. 『売れる！ネーミング発想法』 ダイヤモンド社、東京。
- 佐竹昭廣 1955. 「古代日本語に於ける色名の性格」『国語国文』 24 (6): 331-346.
- 佐藤喜代治 2008. 「色彩語管見」 宮地裕・甲斐睦朗 (編) (2008), 66-69.
- 柴田武 2008. 「色名の語彙システム」 宮地裕・甲斐睦朗 (編) (2008), 70-74.
- 杉村貴代 2007. 『あの商品はなぜ売れたのか』 ソーテック社、東京。
- 高橋誠 2015. 『最近のネーミング強化書』 (PHP ビジネス新書 333) PHP 研究所、東京。

- 武川 カオリ 2007. 『色彩カラー Pantone カラーによる配色ガイド』 ピエ・ブックス, 東京.
- 則定隆男 2010. 『買わされる「名付け」10の法則』 (日経プレミアシリーズ 072) 日本経済新聞出版社, 東京.
- 前田富祺 2009. 「第 7 章 文化から見た語彙史」 安倍清哉・金水敏 (編) 『シリーズ日本語史 2 語彙史』 199—236, 岩波書店, 東京.
- 三宅鴻 2008. 「私の色彩語観」 宮地裕・甲斐睦朗 (編) (2008), 79—83.
- 宮地裕・甲斐睦朗 (編) 2008. 『『日本語学』特集テーマ別ファイル 普及版 意味 4』, 明治書院, 東京.

辞典

- 『広辞苑 第七版』 (電子版) 新村出 (編) 2018. 岩波書店.
- 『スーパー大辞林 3.0』 (電子版) 松村明・三省堂編修所 (編) 2006. 三省堂.
- 『精選版 日本国語大辞典』 (電子版) 小学館国語辞典編集部 (編) 2006. 小学館.
- 『日本大百科全書 (ニッポニカ)』 (電子版) 2014. 小学館.
- 『明鏡国語辞典』 (電子版) 北原保雄 (編) 2002-2004. 大修館書店.