

ネーミングと表記

—商品を表す文字・符号・数字の視覚的効果—

清海節子

1. はじめに

本稿は、日本語に於ける表記の特徴を把握し、主に商品のパッケージに用いられる表記の種類・組み合わせなどの考察をする。日常生活で、商品を購入する際に、われわれは、商品の表記を目にし、表記されている意味を理解しようとするが、同時に、表記自体に影響を受けているはずである。商品売る側は、いかに商品を魅力的に見せるかを競い合う際に表記に何らかの工夫を施し、我々消費者は少なからず、その影響を受けている。しかし、表記の工夫についての実態については、明確ではない。本稿では、実際にどのような表記が、どのような組み合わせで使われているかなど、表記にかんする問題を正確なデータに基づき検討していく。現在ネットスーパーで販売されて売り上げのランクが高い商品を取り上げ、それらに使用されている表記に焦点を当て、その特徴を探っていく。

商品名についての研究は散見されるが、表記との関連から検討されることは極めて少ない。その理由として、日本語話者が用いられている文字に対する特異性をあまり意識していないことが一因であろう。日本語は他の言語と比べ、文字の種類が多く、漢字、ひらがな、カタカナ、アルファベットの4種類が日常的に使われている。日本語は、世界の言語の中で、最も多い文字体系を有していると言われている。これに対し、例えば、英語は、アルファベット26文字だけである。従って、日本で商品名を決める際に、文字が重要な役割を担うだろうことは想像に難くない。

筆者は、これまで、ネーミングについて、複数の観点から検討してきた(清海 2011, 2017, 2019)。しかしながら、表記について、触れてはいたが、十分に検討したことはない。例えば、清海

(2011)では、愛称、会社名、ペットの名前を扱ったが、表記に関しては、創業者の名前を社名にする次の2例を挙げたのみである:「トヨタ」が、創業者の豊田(トヨタ)の「ダ」を「タ」に変えていることと、「松竹」を「まつたけ」から「しょうちく」に読み方の変更をしたことである。これらの例は、漢字の読みを変えていることから、日本語表記の特質から説明されるべきであると述べた。また、清海(2017)では、最近の商品名で、品質が差別化されている強調表現を調査した。「プレミアム」「プライム」「ブラック」「ゴールド」等と同様に、間接的に高品質であることが含蓄されている「大人の」「～さんの」のような連体助詞「の」を伴う表現も考慮に入れた。7種の菓子系ネーミングに関して調査した結果から、カタカナ表記の強調語句が「アイスクリーム・氷菓」の商品名には多く認められたが、「せんべい・米菓」の商品名には、まったく見つけられなかった。

清海(2019)は、「白」「黒」「赤」「青」「緑」「金」の計6つの色彩語が用いられている商品名を対象として、色彩語がいかに使われているかを調査した。表記にかんして特別な言及はしていないが、調査した商品名の色彩語は、次のように日本語と英語の両方が使われていた:「白」-「ホワイト」,「黒」-「ブラック」,「赤」-「レッド」,「青」-「ブルー」,「緑」-「グリーン」,「金」-「ゴールド」。調査のデータから言えることは、これらの割合が「緑」-「グリーン」のみ、英語の例が多く、「赤」-「レッド」は、ほぼ同数で、他の色彩語は、日本語の方が約2倍使われていた。表記法として、日本語の色彩語にはほとんど「漢字」が使われ、英語にはその多くが「カタカナ」,または、少ない例ではあるが「ローマ字」(RED, BLACK, BLUE, GOLD, GREEN)も用いられて

いた。

以上から、商品名と表記には何らかの関連性があると想像できる。従って、日本語表記の特性を理解した上で、商品パッケージに、どのように利用されているかを調査することは、意義があると思われる。以下、2節では、日本語の表記について基本的な特徴を論じる。最初に2.1では、外国語の表記との比較から日本語の表記を捉え、2.2では、日本語の辞典を参考に表記の分類と種類を確認していく。2.3では、パイロット調査として、テレビ番組名の表記分析を試みる。3節では、商品名の表記について、ネットスーパーのデータを活用する。具体的には、「氷菓」と「せんべい」の売れ筋商品を検討し、その結果を報告する。4節では、3節の調査結果と分析から、氷菓とせんべいの表記にかんして共通点と相違点について考察する。また、その他の注目すべき表記の工夫についても論じる。5節では結論が述べられる。

2. 日本語の表記

本節では、日本語の表記についての特徴や種類などを論じる。最初に2.1では、外国語の観点から捉えられる日本語の文字の特徴を紹介し、2.2は、日本語の表記の種類や用途にかんして概観する。その上で、本稿で行う調査の基準となる表記の種類を示す。2.3では、パイロットスタディとして、最近の人気テレビ番組名20位までの分析を試みる。

2.1 日本語と文字表記

日本語の文字表記についての特徴を把握するためには、外国語との比較から捉えることも重要である。以下、中国語との比較から日本語の文字の特徴が述べられる。さらに、専門的な辞典を参考に、外国語としての観点から日本語に於ける文字の重要性を認識する。

Sampson (2015: 208)によると、現代日本語の正書法のすべては、基本的に中国の文字に由来するが、この二言語が非常に異なる言語であり、日本語を書くためには中国の文字を適応させる過程が回りで多いものになった。その結果、中国の体系とは全

く別の型になってしまった。つまり、中国の文字体系は純粋な表語文字に近いが、日本の文字体系は、表語文字と表音文字から成る混合体系なのである。さらに、日本と中国の文字体系は、型だけでなく、複雑さでも異なっていると指摘している。中国の表語文字は初心者にとっては圧倒されるように見えるが、実際はかなり単純な文字体系である。それに対して、日本の文字は、世界の文字体系の中で最も複雑であると示唆している。

次に、言語学の立場から、日本語にかんする専門的な記述を取り上げる。英国の言語学の辞典では、日本語についてどのような説明がされているか見てみよう。以下は、*The Oxford Concise Dictionary of Linguistics* (Second Edition 2007) の「日本語」(Japanese)の項に記されている全文である。簡易辞典であるため、それほど長い説明ではないが、その内容に着目すべきである。

Spoken throughout Japan, and by emigration elsewhere. Attested from the 8th century AD in Chinese characters, some used on the basis of meaning and others for their phonetic value; subsequently written in a mixture of Chinese characters (*kanji*) and two forms of syllabary (*kana*) that evolved from characters used phonetically: *katakana* (literally 'partial *kana*'), derived by omitting parts of one set of characters, and *hiragana* ('plain *kana*'), derived from cursive forms of another. In normal practice, *kanji* is now used primarily for lexical words; *hiragana* for inflectional endings and words with grammatical meaning; *katakana* for western names and loan words from western languages; with, in addition, Roman letters e.g. for acronyms from western languages.

Rhukyuan, in the Okinawan islands in the southwest, is treated as either a group of dialects of Japanese, or a group of languages related to it. Beyond this, Japanese has no secure genetic relationship in any wider family.

上の最後の部分は、琉球語に言及しているが、それ以外は、ほぼ表記にかんする情報である。即ち、この辞典は、日本語の顕著な特徴が文字表記にあると考えていることが明らかである。表記にかんする内容を要約すると以下ようになる。日本語は、8世紀から漢字でその存在が立証されており、漢字は意味に基づいて使われているものと、字音に基づいて用いられているものがある。その後、中国語の文字である漢字とともに、字音で用いられた文字から生じた2種類の音節文字である「仮名」で書かれるようになった。一つは「カタカナ(部分的な仮名)」で、一連の漢字の一部を省略することで生まれ、もう一つの「ひらがな(平易な仮名)」は、一連の漢字の草書体から作り出された。通常、漢字は、主に語彙のために使われており、「ひらがな」は、活用の語尾や文法的な語のために使われている。また、「カタカナ」は西洋の名前や西洋語由来の借用語に使われ、さらに、「ローマ字」も西洋の諸言語の頭文字語などに使われている。

以上から、驚くべきことに、この辞典での「日本語」に関する説明の8割以上が文字表記についてであることが分かる。通常、日本語を読んでいる日本人にとって、文字表記の複雑さをそれほど意識することはないかもしれない。しかしながら、例えば、英語はアルファベット26文字だけで表記することを考えると、日本語にとって、文字は極めて重要な要素であるとみなすべきであろう。日本語と英語では、通常用いる文字の種類数を比較したくとも、比較すること自体無理であろう。一言でいうと、日本語は、他の外国語に比べ、文字表記の選択がはるかに豊富なのである。

2.2 日本語に於ける表記の種類と用途

北原(監修)林(編)(2018: 22)は、現代日本語の書記法は、漢字と平仮名を中心とした「漢字平仮名交じり文」であるが、実際には、それだけでなく、カタカナ、洋数字、符号、アルファベットも使われ、これらすべての種類の表記で書かれることがまったく不思議なことではないと述べている。¹⁾ 2.2.1では、『日本語百科大事典 縮刷版』を参考に、表記

の種類と用途を見ていく。2.2.2では、文字表記以外の要素にかんして確認する。2.2.3では、本稿の調査に使用する便宜上の分類について述べる。

2.2.1 表記の種類と用途

『日本語百科大事典 縮刷版』(1995)の「VI. 文字と表記」を参考に日本語における表記の種類と用途をみていく。日本語の表記には、漢字、平仮名、片仮名、英文字、洋数字、符号が用いられている。しかし、現代の一般的な文章表記は、漢字と平仮名が中心となっているため、「漢字平仮名交じり文」と呼ばれている。漢字は、実質的概念部分を受け持ち、平仮名は、補助する部分を受け持っている。²⁾ 第二に、漢字と平仮名は、形態上異なり、それぞれ特徴をもっている。従って、実質的な意味の役割を、視覚的に示すことになる。英語のように分かち書きする必要がないのは、この理由からである。換言すると、平仮名には、二つの側面があり、漢字と対立する形態上の役割と、表音文字として音を表す働きである。具体的に述べると、平仮名で書く部分は以下の6点であるという。

- (1)(i) 助詞・助動詞
- (ii) 用言の活用語尾 例:「読む」「悲しい」
- (iii) 形式名詞
例:「飲んだものだ」「出かけること」
補助用言
例:「～なのである」「おいしくない」
- (iv) 接続詞・感動詞・副詞
- (v) 表音的表記の部分 例:「しっ、しっ、静かに」
- (vi) 表音漢字を使って書き表される部分
例:「刺しゅう」「あいさつ」

一方、片仮名の役割は、基本的には平仮名と同じで、漢字と平仮名とも異なる形態上の役割と、表音文字としての働きである。具体的には、片仮名で書かれる部分は、以下のように7つに分類されているが、最初の2つ(外来語・外国語、外国の人名・地名)が最も一般的であるという。

- (2)(i) 外来語・外国語³⁾
- (ii) 外国の人名・地名
- (iii) 専門用語
例：釣り用語：「アタリ」「キク」⁴⁾
- (iv) 俗語・隠語
- (v) 動植物名 例：「哺乳類としてのヒト」
- (vi) 擬音語・擬態語
例：「電車がゴオーッと音をたてて走る」
「道路はツルツル滑る」
- (vii) 方言を表す部分
例：「アカン、もう負けダス」
- さらに、最近の若い人々の文章には、片仮名が増えていることも指摘されている。外来語が増えていることだけでなく、カタカナの役割が、漢字と平仮名中心の文の中で、形態上区別され、音声を表すという理由からである。例えば、「ワガママな女性はイヤだ」や「私ってサ、イガイと内気な人なのヨ、ネ」のように[感情・評価を表す部分]や、[話しことば的な特徴を示す部分]に片仮名が使われている。
- 次に、ローマ字の表記にかんしては、特別な場合に限られて用いられるが、おおよそ具体的には以下のように7分類される。
- (3)(i) 項目などの分類規準や順番を示す記号として
例：箇条書きの各条項の先頭のA,B,C…
科学記号
- (ii) 固有名詞 例：Kawabata, Tōkyō, Focus
- (iii) 2語以上からなる外国語のスペリングの頭文字をとって、そのローマ字を1字1字英語式に読む。
例：PR (public relation),
GNP (gross national product)
- (iv) 2語以上からなる外国語のスペリングの頭文字をとって、そのローマ字を続けて英語式に読むもの。
例：GATT [ガット] (General Agreement on Tariffs and Trade 「関税貿易一般協定」) SALT [ソルト] (Strategic Arms Limitation Talks 「戦略兵器制限交渉」)
- (v) 日本語をローマ字で書いてその頭文字をとり、その1字1字を英語式に読む。
例：NHK (Nippon Hōsō Kyōkai) KK (株式会社)⁵⁾
- (vi) 1字1字、ローマ字として読むのか、語形全体で読むのか、また、その部分だけを英語らしく読むのか、固定していないもの。
例：TV (television) vs (versus --- 対 ---) TEL (telephone) CATV (Community Antenna Television 共同アンテナテレビ)
- (vii) 単位などの略号
例：km (kilometer) cm (centimeter) ha (hectare)
- また、最近のローマ字の用法として、次の2点が述べられている。1点目は、才行長音を'h'で表すという傾向である。元来は、[^]か、母音字を重ねて長音を表すが、プロ野球選手のローマ字名にはKATOH, OHNOなどが見られる。⁶⁾ 2点目は、日本の雑誌の名前にローマ字が使われるようになったということである。創刊された年の順に挙げられた雑誌名は、an-an (昭和45年); FOCUS (昭和56年); FRIDAY (昭和59年); FLASH (昭和61年)がある。また、DIME (昭和56年)のように、日本では意味が通じないものや、逆にEMMA (昭和60年)のように日本でしか意味の通じないものも含まれている。
- 漢字、仮名、ローマ字表記以外にかんしては、{符号・数字}と一括りにした上で、[句読点][符号・記号][数字]に分けられている。まず、[句読点]というのは、書きことばの文において、内容を正確に伝えるために、文構造や語句と語句との論理的関係を明確にするために用いられる複数の記号であるが、ここでは「句点」と「読点」に絞って説明されている。「句点」は、「。」(句点・マル)であり、文の終わりに原則的に用いる。「読点(、)」は、大前提として、文の中で、ことばの切れ続きをあきらかにしないと誤解される恐れのあるところに用いられる

ことが原則で、「,」の打ち方が14の規準に整理されている。

次に、[符号・記号]にかんしては、以下のよう
に11種類について述べられている。

- (4)(i) ・(ナカテン・ナカゲロ)
- (ii) () (マルカッコ・パーレン)
- (iii) 「」(カギカッコ)・『』(二重カギカッコ)
- (iv) —— (ナカセン・ダッシュ)
- (v) …… (リーダー)
- (vi) = (二重ハイフン) - (ハイフン)
- (vii) __ (下線, 傍線)
- (viii) 「？」(疑問符)
- (ix) 「！」(感嘆符)
- (x) 横書き用の補助符号:「。」(ピリオド),「,」(コンマ),「:」(コロン),「;」(セミコロン),「“ ”」(ダブルコーテンション)
- (xi) 繰り返し符号[おどり字/畳字]:
「> (一の字点) [仮名1文字の繰り返し]」
「< (くの字点) [縦書きでの語句の繰り返し]」
「々 (同の字点) [漢字1字の繰り返し]」
「彡 (二の字点) [漢字1字の繰り返し]」
「〃 (ノの字点) [数字や語句の代用]」

上の例の最後の繰り返し符号5種では、「人々」「国々」のように、「々」だけが、公用文に使用されているようだが、実際、われわれは、5種類もの繰り返し記号を使うことができるのである。他の符号や記号も、日常的に使用していることを考えると、表記は文字のみで成立していないことを再認識することができる。

最後に、[数字]は、漢数字、アラビア数字、ローマ数字の3種類があり、漢数字(一,二,三…)は、音訓があり、文字として扱われる。ローマ数字(I, II, III, …V, X, L, C, M…)は、時計の文字盤や、文章の節の順を表すのに用いられる。アラビア数字は、算用数字とも呼ばれ、横書き文ではよく使われる。

2.2.2 補助符号と用途

沖森・他(2006: 64-65)では、補助符号を用途によって4種に区別している。以下に、それらの符号名とその符号の例を()内に記す。

- (5)(i) 区切りのため
読点(。), 句点(、), 中点(・), かぎ(「」『』)など, カッコ((), [])など) ダッシュ(—)
- (ii) 注意を引くため/目立たせるため
傍点(ふごう), 傍線(ふごう)
- (iii) 音の表情や表現意図を示すため
疑問符(?), 感嘆符(!), 点線/リーダー(…)
- (iv) 同じ時の繰り返しを示すため
繰り返し符号/踊り字(々, >)

以上の4種類に加え、「顔文字」(例:(^o^)[うれしい, 楽しい] m(_ _)m[あいさつ, ごめん])も新たに生み出された符号として紹介されている。

中点(・)に関して、『日本語教育事典』(1989)は、用法として、並列と外来語をあげている。例えば、体言の並列では「東京・大阪・名古屋の3都市」「さけ・ます漁業」などがあり、また外来語、外国の固有名詞として、「ケース・バイ・ケース」「トーマス・エディソン」の例があげられている。⁷⁾しかし並列と紛らわしいときには、「ハイフン」(—)や「ダブルハイフン」(=)を用いることもある。

また、沖森・他(2011: 94-113)は、文字以外の表記(‘補助符号’)は、ほとんどが固有の音声をもたないという特徴があると述べ、以下のように6分類している:(i) 訓点(漢文を日本語として読み下すための符号の総称)(ii) 濁点(iii) 半濁音(iv) 踊り文字(繰り返し符号)(v) 句読点(vi) さまざまな符号・記号。最後の分類の「さまざまな符号・記号」とは、句読点、踊り字、濁音符・半濁音符以外では、感嘆符「!」疑問符「?」、カッコ類「()」「『』」、国際音声字母、音符、数学で用いられる符号や記号などが含まれる。その他に、引用符(現在ではカギ括弧の「」)、長音符(直前の母音を延して発音する記号の「ー」「ゝ」)がある。また、見せ消ちは、書写の間違い箇所を取り消しを意味するもので、現行は二重斜線を書き入れるなどするが、以前はさまざま

な取り消し符号があった。さらに、現行の文字としては特殊である合字⁸⁾の例として、「㇏」(平仮名の「よ」と「り」の合字)「㇏」(片仮名の「コ」と「ト」の合字)が挙げられている。合字ではないが、似た例として、「メ」(しめ)などのように文字に準じて用いられる符号も存在する。最後に、1964年の東京オリンピックで普及したピクトグラムも紹介されている。

2.2.3 本稿での表記の捉え方

2.2.1では、表記の種類にかんして、文字表記として、漢字、平仮名、片仮名、ローマ字があり、文字以外の表記は、{符号・数字}と一括りにした上で、[句読点][符号・記号][数字]に分けられていた。2.2.2では、「補助符号」を詳しく見たが、数字は扱われていなかった。また、符号と記号の区別は、必ずしも明確にされていない。⁹⁾ これらを参考にして、以下、本稿では、日本語の文字表記を、「漢字」「ひらがな」「カタカナ」「ローマ字」と表し、文字以外の表記は、便宜上、「符号」と「数字」の2種類とする。「数字」は、漢数字以外で、一般的に使われるアラビア数字とローマ数字である。

2.3 テレビ番組名の表記分析

商品の表記を検討する前の予備調査として、最近の人気テレビ番組名に見られる表記の分析を試みる。朝日新聞(2021年8月19日朝刊)には、8月9日から8月15日までのTVランキングとして、番組名を20あげている。視聴率が同じである場合は、ランキング順位が同じになっている。そのランキングから、視聴率を省略し、番組名と放送局名のみをリストにしたのが以下である。

表1 TVランキング 朝日新聞(2021年8月19日朝刊)

順位	番組名	放送局
1	NHK ニュース7	NHK
2	おかえりモネ	NHK
3	ポツンと一軒家	朝日
3	サンデーモーニング	TBS
5	ザワつく!金曜日	朝日

6	報道ステーション	朝日
7	TOKYO MER ¹⁰⁾	TBS
7	真相報道バンキシャ!	日テレ
9	青天を衝け	NHK
10	サンデー・ジャポン	TBS
11	[映画]ものけ姫	日テレ
11	新・情報7days ニュースキャスター	TBS
13	ファミリーヒストリー	NHK
13	サタデーステーション	朝日
15	ヒューマングルメンタリー オモウマイ店	日テレ
16	news every. ¹¹⁾	日テレ
16	笑点	日テレ
18	プレバト!!	TBS
19	羽鳥慎一モーニングショー	朝日
19	おはよう日本	NHK

上の20の番組名中、11位の映画名以外の19個のネーミングを扱う。まず、文字の種類では、漢字、ひらがな、カタカナ、ローマ字の4種類全部と、文字以外では、アラビア数字「7」、長音符「ー」、感嘆符「!」、中点「・」、ピリオド「.」が使われている。正確には、4種類の文字に加えて、数字と4種類の符号も含まれている。数字・符号一つを1文字とみなすと、番組名の長さは、2文字から18文字相当になり、かなり開きがある。表記の種類観点からみると、1種類から5種類の組み合わせがあることが分かる。表記の種類別にした表記分析リストは次のようになる。以下では、表記の種類が、番組名に含まれる実際の順ではなく、「漢字」「ひらがな」「カタカナ」「ローマ字」「符号」「数字」の順に並べられ、符号の種類はカッコ内に記されている。

表2 テレビ番組名の表記分析

1 種類 (2 例)
漢字：「笑点」
ローマ字：「TOKYO MER」
2 種類 (9 例)
漢字 + ひらがな：「おはよう日本」「青天を衝け」
ひらがな + カタカナ：「おかえりモネ」
カタカナ + 符号 (長音符)：「サンデーモーニング」
「ファミリーヒストリー」「サタデーステーション」
カタカナ + 符号 (感嘆符)：「プレバト!!」
カタカナ + 符号 (長音符), (中点)：
「サンデー・ジャポン」
ローマ字 + 符号 (ピリオド)：「news every.」
3 種類 (4 例)
漢字 + ひらがな + カタカナ：「ボツンと一軒家」
漢字 + カタカナ + 符号 (長音符)：
「報道ステーション」「羽鳥慎一モーニングショー」
漢字 + カタカナ + 符号 (感嘆符)：
「真相報道バンキシャ！」
4 種類 (3 例)
漢字 + ひらがな + カタカナ + 符号 (長音符)：
「ヒューマングルメンタリー オモウマイ店」
漢字 + ひらがな + カタカナ + 符号 (感嘆符)：
「ザワつく！金曜日」
カタカナ + ローマ字 + 符号 (長音符) + 数字：
「NHKニュース 7」
5 種類 (1 例)
漢字 + カタカナ + ローマ字 + 符号 (長音符),
(中点) + 数字：
「新・情報 7 days ニュースキャスター」

表2には、19番組のネーミングが表記の種類が少ない順に示されている。上から見ていくと、まず1種類は2例しかない。次の2種類は9例もあるが、その内5例の表記の組み合わせが「カタカナ」と「符号」であることが注目される。3種類の表記は、4例中3例が「漢字」「カタカナ」「符号」の組み合わ

せである。4種類と5種類は、それぞれ3例と1例であるが、すべての例には「カタカナ」と「符号」が含まれていることが分かる。次に、種類別でなく全種類には、少なくとも1例は、「漢字」または「カタカナ」が含まれている。さらに、興味深い点は、1種類を除き、多くの例(13例)に「符号」が用いられていることである。これは、全体の約70%に相当する。また、全体で、各表記が使われていた例の数は、次のようになる：「漢字」(10例)、「ひらがな」(6例)、「カタカナ」(14例)、「ローマ字」(3例)。

以上から、上位ランキングに入っているテレビ番組名の表記に関する推測は次のようになるであろう。

- (6)(i) 表記の種類が複数である傾向が高い。
- (ii) 2種類の組み合わせの場合は、「カタカナ」と「符号」表記が使われる傾向がある。
- (iii) 1種類の表記以外では、符号が使われる傾向がある。
- (iv) 文字表記では、「カタカナ」「漢字」「ひらがな」「ローマ字」の順で使われる傾向がある。

上の推測は、データの量が少ないため、信頼できるものとはいえない。情報源を増やし、そこから得られるデータ量を増やせば、正確な傾向を見つけ出せるだろう。

2.4 まとめ

本節では、日本語の表記について論じた。2.1では、外国語の観点から、日本語の文字は、世界の文字体系の中で最も複雑であるとみなされ得るだけでなく、実際、英国の言語学辞典では、日本語の文字体系が特筆すべき要素として記述されていることを確認した。2.2は、日本語の表記の種類と用途にかんして概観した後、本稿での日本語表記の捉え方を示した。即ち、文字(「漢字」「ひらがな」「カタカナ」「ローマ字」と、文字以外の「符号」と「数字」の6種類である。2.3では、人気テレビ番組名20位までの分析を試み、番組名の表記についての傾向を

提示することができた。

3. 商品の表記調査

本節では、ネット上で利用できる大型スーパーの販売リストから、品目を限定し、商品の表記に関する調査と分析を行う。データとして、『楽天西友ネットスーパー』(https://sm.rakuten.co.jp)が提供する「人気売れ筋順」のランキングの上位50を利用する。このランキングは、毎日更新されている。今回、「氷菓」と「せんべい」の2つのカテゴリーの商品に見られる表記を考察する。これらは菓子類としての商品であり、値段の幅も似ているが、パッケージ表記での違いがある程度予想できる。少なくとも「氷菓」は「せんべい」より、カタカナ表記が多いことが期待される。各カテゴリーの表記傾向を調査・分析した後、カテゴリー間の相違点と、共通点を探っていく。

各商品のパッケージに記されている最も顕著な表記だけでなく、他の目立つ表記についても考慮に入れて調査する。今回の調査は、パッケージに印刷されている表記を調査したので、売り出されている商品名と必ずしも同じとは言えない。例えば、「せんべい」のパッケージには、枚数を強調するために、商品名と同等か、少し大きい(または小さい)サイズで「10枚入り」と印刷されていることもある。さらに「10枚入り」の「10」だけサイズが大きく書かれていることもある。または、「売り上げNo.1」が商品名から離れて書かれている場合もあるが、数字の「1」の大きさだけが最も顕著な商品名と同じ程度の大きさで強調され、他の文字は、その半分以下の大きさであることもしばしば観察され

る。¹²⁾

各商品には、写真が添えられているので、パッケージで最も目立つ表記を選ぶことにした。例えば、「森永製菓 パリパリバー <バニラ> 8本入」と書かれていても、実際のパッケージを見ると、「パリパリバー」だけが大きな字で顕著である。他に「パリパリチョコ」「ミルクバニラ」がその次に目立って書かれ、さらに「重なる美味しさ」や「8本入り」、また「アイスマルク」や「MORINAGA」が小さい文字で書かれている。この場合には、「パリパリバー」をリストの左の欄に書くことにし、パッケージに印刷された文字の中で最も顕著に表示された文字であることを示す。さらに、商品名の文字そのものに大小の変化がみられる場合は、大きいサイズとして扱った。右の欄には、主に2番目に顕著な表記を書いた。2番目より少し小さいか、もともとサイズが小さいが、顕著だと思われる表記は()に記入した。「/」(スラッシュ)は、単なる区切りのために入れた。説明は、[]内に記入した。以下、3.1は「氷菓」、3.2は「せんべい」を扱い、表示の調査結果を報告する。それぞれ50位までの「表記リスト」と、その結果から得られた「表記分析リスト」を示す。

3.1 氷菓の商品表示

最初に『楽天西友ネットスーパー』のサイトで「アイス・氷」のデータを基に商品のパッケージの表示を検討する。¹³⁾ 全部で、158件あるが、この中から、プライベートブランド¹⁴⁾の「氷」(氷菓ではない)を除き、上位50位をデータとする。以下がデータをまとめたリストである。

表3 「氷菓」ランキング50位の表記リスト

順	最も顕著に表示されている表記	メーカー名	個数/値段(税抜き)	主に2番目に顕著に目立つ表記。2番目より小さい(または小さいが目立つ)表記は()に入れた。説明は[]に入れた。「/」は、単なる区切りのために用いた。
1	pino	森永乳業	24粒入/454円	(24)
2	パリパリバー	森永製菓	8本入/201円	(パリパリチョコ)/(ミルクバニラ)/(8)
3	ジャンボ!	森永製菓	1個/88円	チョコとパリパリ! [「!」は拡大されて上の部分内に文字が書かれている] [「と」は小さい]

ネーミングと表記—商品を表す文字・符号・数字の視覚的効果—

4	ガツン, とみかん	赤城乳業	5本/223円	(30%) / [「ガツン」が少し大きく表示]
5	克蘭チシュガーコーン	林一二	5個入/180円	5 / (チョコたっぷり)
6	スーパーカップ	明治	1個/88円	/ エッセル/ 超バニラ [「スーパー」がやや大きく表示] [「超」は黄文字]
7	papico	江崎グリコ	1本入/97円	ソーダ [「i」は商品の容器の形]
8	ガリガリ君	赤城乳業	7本入/223円	[「君」は少し小さい]
9	スーパーカップ(ミニ)	明治	6個入/372円	[「スーパー」がやや大きく表示] / エッセル/ 6/ 超バニラ [「超」は黄文字]
10	PARM	森永乳業	6本入/358円	パルム / (6) / (Chololate) [筆記体で、Cは装飾系フォントである]
11	あずき	井村屋	6本入/223円	(井村屋) / (あずきたっぷり, まろやか) / (バー)
12	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	1個/210円	CREAMY GELATO / ヘーゼルナッツ&ミルク [「Häagen-Dazs」の文字は焦茶で目立ち、他の文字は同じぐらいの大きさだが白文字なので控えめに見える]
13	pino	森永乳業	6粒入/158円	Pistachio
14	ガリガリ君	赤城乳業	6本入/233円	大人な / ゴールデンパイ [緑色文字] / [「ガリガリ君」は強調された特殊なフォント]
15	ChocoBari	林一二	6本入/180円	6 (本入) / バリッ / [「6本入, バリッ」は赤文字]
16	うずまき	明治	6個入/222円	(ソフト) / (くるくるわくわく) / (3) / (6) [「うずまき」の「き」の文字が渦巻きのような形] [「る」が渦巻の形]
17	papico	江崎グリコ	10本入/372円	(なめらか食感のフローズスムージー) [「i」は商品の容器の形]
18	pino	森永乳業	24粒入/425円	24
19	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	1個/210円	CREAMY GELATO / マンゴー&パッションフルーツ [「Häagen-Dazs」は焦茶で目立ち、他の文字は同じぐらいの大きさだが白文字なので控えめに見える]
20	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	1個/202円	マカデミアナッツ
21	SACRÉ	フタバ食品	1個/104円	サクレ / レモン
22	とろーり 練乳三昧	ロッテ	6本入/180円	莓れん乳
23	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	6カップ/864円	(3種の詰め合わせ)
24	Dole	ロッテ	16本/223円	もりだくさんフルーツ
25	ICE	森永製菓	一個/104円	BOX
26	スイートテラス	ハーゲンダッツ	6カップ/864円	Häagen-Dazs / (期間限定)
27	COOLish	ロッテ	6個入/425円	(6) [「COOLish」の「C」から下線が太く最後まで伸びている]
28	白くま	林一二	6本入/180円	(6)
29	カルピスアイスバー	ロッテ	10本入/223円	10 / (シャリっとすっきり!) [「カルピス」が大きい文字]
30	ZERO	ロッテ	1個/97円	Vanilla [←筆記体] / (砂糖ゼロ・糖質ゼロ)
31	ガリガリ君	赤城乳業	1本入/62円	梨 / [「ガリガリ」が少し大きい]
32	北海道バニラバー	ロッテ	10本入/223円	10 / [「バニラバー」が少し大きい]
33	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	1個/202円	ストロベリー
34	GIANT	江崎グリコ	1個/97円	チョコナッツ / [「G」が少し大きい]
35	ZERO	ロッテ	1個/97円	(砂糖ゼロ・糖質ゼロ) / (Biscuits Crunch Choco Bar)
36	COOLish	ロッテ	1個/85円	[「COOLish」の「C」から下線が太く最後まで伸びている] / 涼みラムネ (ゴクッとひんやり)

37	MOW	森永乳業	1個/96円	甘熱いちご練乳【文字が上下揺れ】 [MOWのOの中に「モウ」の文字]
38	HERSHEY'S	ロッテ	8個入/223円	ザクっと克蘭チ【上下に分けて表記】
39	スーパーカップ	明治	1個/88円	エッセル/ (チョコクッキー) [「スーパー」がやや大きく表示]
40	ヨーロッパンシュガーコーン	Kracie	5個入/223円	(コクのあるバニラ)/(サクッと香ばしいシュガーコーン)
41	白くま	丸永製菓	6本入/328円	6(本入)
42	papico	江崎グリコ	1個/97円	[「i」は商品の容器の形]/濃厚とろける【文字が少し上下揺れ】
43	MOW	森永乳業	1個/96円	Vanilla/ 素材本来の、おいしさ。 [MOWのOの中に「モウ」の文字]
44	チョコミント	赤城乳業	7本入/269円	ち(ようどいい) チ(ヨコミント) ! [「ち, チ」以外の文字は小さい]
45	爽	ロッテ	4個入/180円	あと味爽快!【上下に分けて表記】 (爽 爽)【斜めに置かれた2箱上に表記】
46	板チョコ	森永製菓	1個/97円	パキッ!/(もっとチョコたっぷり。)[文字のサイズが異なっている:「パ」と「た」が他より大きい]
47	Ghana	ロッテ	6本入/352円	とろける【文字が少し上下揺れ】/(濃密チョコレートアイス)/(チョコアイス!)
48	COOLish	ロッテ	1個/104円	飲アイス【文字が徐々に大きくなる】/(ベルギーチョコレート)【「COOLish」の「C」から下線が太く最後まで伸びている】
49	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	6カップ/864円	[3種類の組み合わせ]
50	Häagen-Dazs	ハーゲンダッツ	1個/202円	バニラ

上のリストから、値段の幅は、62円～864円で、100円前後から200円台が多いことが分かる。またメーカー名として最も多いのは「ロッテ」(12商品)、次には「ハーゲンダッツ」(8商品)、「森永乳業」(6商品)、「赤城乳業」(5商品)が続く。文字の種類では、漢字、ひらがな、カタカナ、ローマ字と、文字以外では、数字がなく、5種類の符号(長音符「ー」、感嘆符「!」、「読点」、ハイフン「-」、アポストロフィ「'」)が使われていることが認められた。即ち、4種類の文字と、5種類の符号が用いられている。符号一つを1文字とみなすと、最も顕著な表記の長さは、1文字の「爽」から13文字の「ヨーロッパンシュガーコーン」となり、かなり開きがある。また、最も顕著な表記の組み合わせは、1~3種類であることも分かった。種類別で組み合わせを検討した表記分析リストを以下に示す。¹⁵⁾

表4 「氷菓」の表記分析

1種類 (24例)	漢字 (1例) : 「爽」 ひらがな (2例) : 「あずき」「うずまき」 カタカナ (1例) : 「チョコミント」 ローマ字 (20例) : 「pino」「ChocoBari」「COOLish」他
2種類 (22例)	漢字 + ひらがな (2例) : 「白くま」(28位, 41位) 漢字 + カタカナ (3例) : 「ガリガリ君」(14位, 31位) 「板チョコ」 カタカナ + 符号 (長音符) (8例) : 「バリバリバー」 「スーパーカップ」他 カタカナ + 符号 (感嘆符) (1例) : 「ジャンボ!」 ローマ字 + 符号 (ハイフン) (7例) : 「Häagen-Dazs」 (12位, 19位, 20位, 23位, 33位, 49位, 50位)

ローマ字 + 符号(アポストロフィ)(1例) :

「HERSHEY'S」

3種類 (4例)

漢字 + ひらがな + カタカナ(1例) :

「大人なガリガリ君」

漢字 + ひらがな + 符号(長音符)(1例) :

「とろーり 練乳三昧」

漢字 + カタカナ + 符号(長音符)(1例) :

「北海道バニラバー」

ひらがな + カタカナ + 符号(読点)(1例) :

「ガツン, とみかん」

3.2 せんべいの商品表示

次に、『楽天西友ネットスーパー』のサイトで「せんべい・おかき」のデータを基に商品のパッケージの表示を検討する。¹⁶⁾ 全部で、106件あるが、この中から、西友のプライベートブランド「きほんのき」を除き、上位50位をデータとする。左の欄の「/」は、顕著に表示されている表記が二つある場合の区切りである。

表5 「せんべい」50位ランキングの表記リスト

順	最も顕著に表示されている表記	メーカー名	個数/値段(税抜き)	主に2番目に顕著に目立つ表記。2番目より小さい(または小さいが目立つ)表記は()に入れた。説明は[]に入れた。「/」は、単なる区切りのために用いた。
1	ばかうけ	栗山米菓	40枚入/315円	5種のアソート [「5」がやや大きい]
2	歌舞伎揚 / 1	天乃屋	11枚入/208円	天乃屋の / No. / (ロングセラー)
3	ハッピーターン	亀田製菓	108g/142円	
4	つまみ種	亀田製菓	6袋詰/172円	(売上No.)1 / 10 (種類) [「つまみ種」の「つ」のサイズが少し大きい]
5	ソフトサラダ / 1	亀田製菓	20枚/155円	No. しお味
6	瀬戸しお	栗山米菓	33枚/315円	33
7	雪の宿	三幸製菓	24枚/151円	
8	ぱりんこ	三幸製菓	36枚/165円	
9	まがり	亀田製菓	18枚/151円	カリッと / さくっと
10	海苔巻せんべい	亀田製菓	10枚/112円	焼海苔(仕上げ)
11	黒豆せんべい	岩塚製菓	10枚/169円	(国産米100%) / (黒豆) / (岩塚の)
12	田舎のおかき	岩塚製菓	9本/148円	まろやか醤油 / (国産米) / (外はカリッと中はほろほろ)
13	味しらべ	岩塚製菓	32枚/173円	(国産米) (お米のおいしさと甘じょっぱい味が響き合う)
14	技のこた割り / 醤油	亀田製菓	120g / 294円	[「技のこた割り」の「技」2文字が小さい]
15	手塩屋	亀田製菓	8枚/147円	柚子こしょう味 / (期間限定) [手書き風大文字「て」が中央に書かれている]
16	海苔ピーバック	亀田製菓	4袋詰/172円	亀田の [「海苔ピーバック」の「バック」が少し小さい]
17	ぼたぼた焼	亀田製菓	20本入/117円	(無添加) / (さとうじょうゆ)
18	無限エビ	亀田製菓	18枚入/151円	(サクサクとまらない!) / (五島灘の塩)
19	新潟仕込み	三幸製菓	30枚入/151円	(なめらかな塩味) / [「新潟仕込み」の「仕込み」が少し小さい]
20	きなこ餅	越後製菓	6袋入/233円	6 / ふんわり名人 / (北海道大豆)
21	堅ぶつ	亀田製菓	180g / 304円	(ひとくち堅揚げ餅)
22	手塩屋	亀田製菓	9枚入/158円	だしがうまい! / しお / (枕崎産鰯節) [手書き風大文字「て」が中央に書かれている]
23	国産米100%	岩塚製菓	188g / 312円	岩塚の / (米菓詰合せ)
24	うす焼	亀田製菓	85g / 104円	サラダ / パリ(パリ)

25	技のこだ割り	亀田製菓	110g/294 円	旨辛とうがらし / [「技のこだ割り」の「技の」2文字が小さい]/ [「とうがらし」の文字を故意にずらしている]
26	ソフトサラダ	亀田製菓	18 枚入/155 円	塩/ ごま油
27	塩/ 田舎のおかき	岩塚製菓	9 本入/148 円	(赤穂の焼塩) / (国産米) / (外はカリッと中はほろほろ) / [「塩」もサイズが最も大きい]
28	御あられかきもち	日乃本米菓製造	202g/342 円	日乃本/ 杵もち揚
29	粒より小餅	三幸製菓	6 袋入/158 円	雪の宿 / 6/ (さらにおいしさアップ!!)
30	豆もち	岩塚製菓	10 枚入/222 円	さくっとふんわり / (大袖振)
31	旨 / 通のえだ豆	亀田製菓	6 袋入/144 円	新登場
32	うす焼	亀田製菓	3 パック/104 円	えび / New!! (UP)
33	チーズアーモンド	三幸製菓	16 枚入/160 円	(Cheese Almond)
34	タニタ食堂のおせんべい	栗山米菓	96g/233 円	甘塩 / (アーモンド)
35	こつぶっこ	亀田製菓	4 袋入/160 円	Ca / 4/ (はちみつのやさしい甘さ)
36	こわれ	長保堂	160g/280 円	お徳用
37	ハッピーターン	亀田製菓	81g/155 円	バターしょうゆ
38	ばかうけ	栗山米菓	18 枚入/162 円	(青のり)
39	吾作割れせん	宮坂米菓	180g/254 円	
40	丸大豆	三幸製菓	11 枚入/155 円	11/ (旨口醤油) [「丸大豆」の「丸」のサイズが少し大きく強調されている]
41	新潟仕込み	三幸製菓	30 枚入/151 円	醤油感 UP!! [「新潟仕込み」の「新潟」のサイズが少し大きく強調されている]
42	Ca カルシウムせん	かしわ堂	27 枚入/211 円	[Ca は、赤色大文字で表示]
43	多胡麻	カネフク製菓	102g/208 円	焼きたて一番 / [「多胡麻」は弧を描くように表示, 「焼きたて一番」は斜めに表示]
44	旨 / 通の焼き海老	亀田製菓	6 袋入/144 円	新登場 / (6)
45	厚焼	金吾堂製菓	9 枚入/179 円	9 / (100)
46	梅の香巻	亀田製菓	16 枚入/265 円	(ほんのり甘酸っぱい)
47	こんがりおこげ	亀田製菓	6 袋入/176 円	塩味 / (粒つぶ食感)
48	ハッピーターン / 3	亀田製菓	140g/318 円	種のアソート [「3 種のアソート」の中で, 「3」が他の文字の 1.5 倍ほどの大きさ]
49	ざらめ/ 田舎のおかき	岩塚製菓	8 本入/148 円	国産米 100% / (外はカリッと中はほろほろ)
50	新潟ぬれせんべい	岩塚製菓	10 枚入/222 円	岩塚の / (生しょうゆ仕立て) [「新潟ぬれせんべい」の中で「」が他の文字の 1.5 倍ほどの大きさ]

上のリストから、値段の幅は、104 円～342 円で、100 円台から 200 円台が多かった。またメーカー名として最も多いのは、「亀田製菓」(23 商品)で、半数に近かった。それに続くのが、「岩塚製菓」(9 商品)、「三幸製菓」(7 商品)、「栗山米菓」(4 商品)であった。文字の種類では、漢字、ひらがな、カタカナ、ローマ字と、文字以外では、数字 (1, 7, 100), 2 種類の符号 (長音符「ー」、パーセント「%」) が使われている。即ち、4 種類の文字と数字と 2 種類の符号が用いられている。符号・数字一つを 1 文字とみなすと、顕著な表記の長さは、2 文字の「厚焼」から 11 文字の「タニタ食堂のおせんべい」までである。また、最も顕著な表記の組み合わせは、1~3 種類であることが分かった。種類別で組み合わせを検討した表記分析リストを以下に示す。

表 6 「せんべい」の表記分析

1 種類 (13 例)	漢字 (5 例) : 「手塩屋」(15位, 22位) 「丸大豆」 「多胡麻」 「厚焼」 ひらがな (7 例) : 「ばかうけ」(1位, 38位) 「ばりんこ」 「まがり」 「こつぶっこ」 「こわれ」 「こんがりおこげ」 カタカナ (1 例) : 「ソフトサラダ」
2 種類 (32 例)	漢字 + ひらがな (26 例) : 「瀬戸しお」 「雪の宿」 「ばたばた焼」 他 漢字 + カタカナ (1 例) : 「無限エビ」 漢字 + 数字 (1 例) : 「歌舞伎揚 / 1」

カタカナ + 符号 (長音符) (3例) : 「ハッピーターン」

「チーズアーモンド」他

カタカナ + 数字 (1例) : 「ソフトサラダ / 1」

3 種類 (5 例)

漢字 + ひらがな + カタカナ (1例) :

「タニタ食堂のおせんべい」

漢字 + カタカナ + 符号 (長音符) (1例) :

「海苔ピーバック」

漢字 + 符号 (パーセント) + 数字 (1例) :

「国産米 100%」

ひらがな + カタカナ + ローマ字 (1例) :

「Ca カルシウムせん」

ローマ字 + 符号 (長音符) + 数字 (1例) :

「ハッピーターン / 3」

4. 考察

それでは、3 節で調査した結果に基づき、氷菓とせんべいの表記について共通点と相違点をあげていきたい。しかし、最初に、表記以外での商品に関する比較をしておこう。商品の値段については、100 円から 200 円の範囲が多いという点でほぼ同等であるが、メーカーにかんしては、氷菓は、最も多いメーカーが「ロッテ」(12 商品)である一方で、せんべいは偏りがあり、「亀田製菓」(23 商品)が約半数を占めていた。

それでは、表記についての共通点を上げていく。分析表の表 4 と表 6 を比べてみよう。まず、1 ~ 3 種類までが観察されたことが最も注目される。その中で、3 種類の例が双方で最も少なかった。つまり、多くの例が、1 種類か 2 種類の表記であり、このことは、パッケージでの表記はある程度分かりやすさが必須条件であることを示唆している。商品パッケージには、情報を伝えるために複雑な表記を避けることが求められるのであろう。また、共通する表記の組み合わせを探してみると、1 種類ではどちらの商品にも「漢字」「ひらがな」「カタカナ」の例が見られた。2 種類では、「漢字+ひらがな」「漢字+カタカナ」「カタカナ+符号」の組み合わせが共通している。3 種類では、「漢字+ひらがな+カ

タカナ」と「漢字+カタカナ+符号」が両方の商品に見つかった。また、表記の長さについては、氷菓が 1 文字から 13 文字であり、せんべいは、2 文字から 11 文字であることから、ほぼ同じであると考えられた。商品によって、長さの違いはあるものの、1 文字から 10 文字前後までの長さが一般的であると思われる。短いものは、1 文字でも印象的なものであれば良いが、長すぎる表記は避けられるのであろう。

次に主な相違点について論じる。まず、「ローマ字」を含む例は、氷菓が 28 (全体の 56%) であったが、せんべいは、2 例 (全体の 4%) しかなかった。一方、「漢字」を含む例は、せんべいが 36 (全体の 74%) であったが、氷菓は 9 例 (全体の 18%) であった。種類別にかんして、氷菓が、1 種類 (24 例) と 2 種類 (22 例) は、例数がほぼ同じであったが、せんべいは、1 種類が 13 例で、2 種類がその 2 倍半の 32 例もあった。これに関連する要因として、各種類での表記の割合で注目すべき点がある。それは、氷菓では、1 種類 (24 例) の「ローマ字」の割合が 83% であり、せんべいは、2 種類 (32 例) の組み合わせの中で、「漢字+ひらがな」の割合が 81% だったことである。この高い割合は、表記による視覚的効果と関係があると考えられる。すなわち、氷菓は「ローマ字」を用いて、外国を連想させ、せんべいは、「ひらがな」と「漢字」の組み合わせで日本との関連性を強調していると思われる。

上で論じた氷菓とせんべいの商品パッケージ表記の共通点と相違点をまとめると次のようになる。

(7) 共通点

- (i) 表記の種類が 1 ~ 3 種類であり、3 種類の例数が最も少なかった。
- (ii) 各種類において、共通する組み合わせがあった。
- (iii) 表記の長さの共通性がみられた。

(8) 相違点

- (i) 「ローマ字」を含む例は、氷菓が全体の 56% であったが、せんべいは、4% であった。

- (ii) 「漢字」を含む例は、せんべいが全体の72%であったが、氷菓は、18%であった。
- (iii) 氷菓は1種類(24例)の中で「ローマ字」が83%であり、せんべいは、2種類(32例)の中で「漢字+ひらがな」が81%であった。

その他の注目すべき表記については、表3と表5の右の欄に記入した項目に注目して考えることにする。今回の調査から興味深い表記の工夫が認められた。それらは(i)[サイズ](ii)[色彩](iii)[配列](iv)[遊び]という4つの観点から説明できる。第1点の[サイズ]とは、一つの表現として表記の大きさに変化をつけるという工夫である。例えば、「スーパーカップ」というネーミング表示では、最初の「スーパー」が「カップ」より1.5倍ほど大きい。「COOLish」は本来なら、最初の「C」だけ大文字にするべきだが、接尾辞の「-ish」以外をすべて大文字にしている。せんべいの例では、「つまみ種」という表示では「つ」が最も大きく、次に「種」、さらに、中央の「まみ」は少々小さく書かれている。第2点の[色彩]の例は、氷菓では、ハーゲンダッツの表記で「Häagen-Dazs」が焦茶色という濃い色なので、最も目を引くが、その下方に並行して「CREAMY GELATO」と「ヘーゼルナッツ & ミルク」があるが、白い文字で書かれ、印象が柔らかくなっている。これらの表示はサイズがほとんど同じであるが、濃い色彩の方が視覚的効果を高める。第3点の[配列]は、表記の並べ方に変化をつけることである。例えば、「Mow」という氷菓の「甘熟いちご練乳」の文字が一直線ではなく、故意に「熟」と「練」を下げ、視覚的に強い印象を与えている。せんべいの例として、「多胡麻」は左から、円の下半分を描くように、「多」の右下に「胡」があり、その右の上に「麻」が書かれている。また、「麻」の高さは「多」より少し低くして、全体として、3種類の漢字の動きを感じさせる効果を出している。第4点の[遊び]とは、文字の形に変化がもたされていることで、筆記体にしたり、装飾などを加えることを指す。特に氷菓は、ローマ字が多く使われているので、この種の例を見つけるのは容易である。例えば、「MOW」

の真ん中の「O」の中には、小さなカタカナ文字の「モウ」が入っている。また、「COOLish」は、最初の文字「C」は、下の部分から下線が太くなり、商品名の最後まで伸びている。「PARM」のパッケージには、「Chololate」という筆記体がかかれているが、この最初の「C」だけが凝った装飾系フォントになっている。さらに、「papico」の中の「i」は、この商品に形に似せて、チューブ型容器のようにになっている。ローマ字以外では、「うずまき」の「き」の下の部分を渦巻きに似せ、さらに少し離れてサイズが小さい表記の「くるくるわくわく」の中、「る」も下の部分が渦巻の形になっている。一方、せんべいの商品には次のような興味深い例がある。「手塩屋」のパッケージには、全面に渡って、ひらがなの「て」が、手書き風に大きく表示されている。「て」の右側のへこんだ部分に「手塩屋」が縦に表記されている。この場合、「て」は文字というより、デザインとして捉えるべきであろう。

最後に「ローマ字」と「数字」について述べたい。「ローマ字」は、最も目立つ表記として、氷菓では多く使われていることが分かったが、せんべいでは、1例(Ca)だけであった。しかし、表5の右の欄を見ると、2番目以降に目立つ表記として、6例のローマ字表記(No., New, Cheese Almond, UP, 他)が見つかった。逆に「数字」は、氷菓では最も目立つ表記としては用いられていなかったが、表3の右の欄から「数字」の例が15例も認められた。「せんべい」は、最も目立つ表記としての「数字」は3例あり、さらに表5の右の欄から2番目以降に目立つ表記でも、11例に「数字」が使われていることが分かった。

5. 結論

本稿は、日本語に於ける表記の特徴を把握し、主に商品に用いられる表記の種類・組み合わせなどの考察をした。2節は、日本語の表記について基本的な特徴を論じた。2.1では、日本語の文字表記が世界の文字体系の中で最も複雑であるという考えや、英国の言語学辞典では、日本語の文字体系が重要な要素として捉えられていることを知った。2.2では、

日本語の表記の分類と種類を確認した上で、本稿は、日本語の文字表記を、「漢字」「ひらがな」「カタカナ」「ローマ字」と表し、文字以外の表記は、便宜上、「符号」と「数字」の2種類とした。2.3では、パイロット調査として、人気テレビ番組名の表記分析を試みた。3節では、商品の表記について、ネットスーパーのデータを活用し、「氷菓」と「せんべい」の売れ筋商品の表記について、パッケージ上で顕著な表示を調査した。その結果に基づき、種類別に表記の組み合わせ分析リストを作成した。4節では、3節の調査結果と分析から、氷菓とせんべいの商品に見られる表記にかんする共通点と相違点を考察した。共通点として、多くが1種類か2種類の組み合わせ表記であり、商品パッケージは、情報を伝えるために複雑な表記が避けられていることが分かった。また表記の種類における組み合わせにも共通点が見られた。さらに表記の長さは1文字から10文字前後までであることも分かった。相違点は、「ローマ字」を含む例が、氷菓は全体の56%で、せんべいは全体の4%のみであった。一方、「漢字」を含む例は、せんべいが全体の74%であったが、氷菓は全体の18%に留まった。その他、注目すべき表記の工夫を(i)[サイズ] (ii)[色彩] (iii)[配列] (iv)[遊び]という4つの観点から説明した。

結論として、商品のパッケージの表記自体が、消費者に少なからず影響を与えていると言えよう。今回の調査から、氷菓は「ローマ字」表記で外国との関連性を示し、せんべいは「ひらがな」と「漢字」の組み合わせ表記で、日本との関連性を表す傾向が認められたのである。従って、商品においては、表記の視覚的効果が利用されていることは明らかである。日本語は豊かな表記体系があり、それを駆使して商品の付加価値をつける方法が、他の言語に比べてはるかに多いことが推測される。

注

1) 北原(監修)林(編)(2018:22)は、以下のような自治体広報誌の文章を例にあげて、6種類の表記(漢字、平仮名、片仮名、ローマ字、数字、符号)が一つの文章中に使われることは珍しいこ

とではないと述べている。

家庭から出るゴミを減らすには、次のことが大切です。不要なものは買わない、作らない「リフューズ(回避する)」、食べ物作りすぎないようにしてゴミを最小にする「リデュース(減らす)」、ビンなどを繰り返し使う「リユース(再起動する)」、再び原料に戻す「リサイクル(再利用する)」です。これを4つのそれぞれの頭文字[リ=Re]から「ごみ減量4R」と言っています。(自治体広報誌から)

- 2) 高木(1996:74)は、現在漢字で表記される部分を次のように説明している。自立語の概念を表す部分、すなわち、名詞、動詞、形容詞、形容動詞、副詞、連体詞、また接続詞に漢字が使われる。当用漢字が制定されたため、全ての概念を表す部分が漢字で表わされなくなった。「常用漢字表」の音・訓により、公用文の漢字使用に決まりができ、例えば、代名詞、副詞(「かなり」「ふと」「やはり」「よほど」を除く)、連体詞は、原則漢字で書くことになっている。しかし接尾語、接続詞(「及び」「並び」「又は」「若しくは」を除く)、助動詞、助詞は、仮名で書くことになっている。
- 3) 外来語・外国語といっても、和製英語も含まれることに留意すべきである。『日本語百科大事典縮刷版』(1995)のXVIII「日本語と外国語(5:日本製の漢語と洋語[B:日本製の洋語])」では、純粋な日本製洋語として、「イージー・オーダー」(英語:a semi-order-made suit)「ゴールデン・アワー」(英語:a prime time)「コイン・ランドリー」(英語:laundromat)「ダイニング・キッチン」(英語:dinette)「トップ・レディ」(英語:leading woman)「ノー・ゲーム」(英語:ない)などが挙げられている。また誤った発音が片仮名で表される場合がある。著者が思いつく例は、'close-up'(クローズアップ:「クローズアップ」にするべき) 'cabbage'(キャベツ:「キャベッジ」にするべき) 'award'(賞/アワード:「アウワード」にするべき)などがある。
- 4) 『広辞苑 第七版』(電子版)によると、「アタリ」は、「釣りで、魚がえさにさわること。またえさ

- をくわえたという感触がたつたこと。魚信。さらに、漁村語として「漁獲の配当。網だま」の意味もある。「キク」は、『広辞苑』には見つからなかったが、『スーパー大辞林』では「聞く・聴く」の最後の意味として「釣りで、当たりがあったかどうか確かでないときに軽く竿(さお)をあげて合わせてみる」とある。
- 5) 実際の発音は、「かぶしきがいしゃ」なので、正確には、ローマ字では、KG になるはずである。しかし、それぞれの漢字の読みを独立させて「かぶしき、かいしゃ」という発音から KK が成立したと想像できる。
- 6) 現在、MLB のロサンゼルス・エンゼルスに所属する大谷翔平選手は、'Shohei Ohtani' と表記されている。一方で、千代田区のホテルニューオータニの英語表記は、'The Hotel New Otani' で、'h' が使われていない。株式会社ニューオータニの HP の沿革 (<https://www.newotani.co.jp/group/company/outline/>) によると、創業者が大谷米太郎氏で、ホテル名の由来だと思われるが、ホテル開業が半世紀以上前の 1964 年であるため、'h' が入っていないのであろう。
- 7) 外来語または、外国の固有名詞が並列する場合には、中点ではなく、「てん」を用いる。
- 8) 『スーパー大辞林』によると、「合字(ごうじ)」は「あわせじ」「合体字」とも呼ばれ、二つ以上の文字を合成して作った文字である。漢字の例では「麿(麻呂)」「杵(木工)」, 仮名の例は、「(トキ)」「(こと)」, アルファベットの例は、「œ」「æ」「fl」「ff」があげられている。
- 9) 沖森・他(2011: 110)によると、符号は、記号の一部としての位置付けが一般的であるが、符号または、記号が、両者の用法や機能をもつこともあり、厳密に区別できないこともあると述べている。
- 10) 「TOKYO MER」は TBS テレビ「日曜劇場『TOKYO MER ～走る緊急救命室～』」のタイトルであり、公式サイト (https://www.tbs.co.jp/TokyoMER_tbs/about/) によると、副題が「走る緊急救命室」で MER は、Mobile Emergency Room の頭文字である。
- 11) 「news every.」の最後に何故ピリオドがあるのかについて、ホームページの説明(「news every. とは」<https://www.ntv.co.jp/every/program/index.htm>)を見たが、特にその理由は述べられていない。
- 12) 『日本語百科大事典 縮刷版』(1995) の X「現代語の多様性(6: CM・コピー [B: レトリックとしてのコトバ])」の中で「数字」が広告表現でアイキャッチャーとして使われている例をあげている。CM では「君のひとみは 10000 ボルト」(資生堂), 「18 歳。トヨタは君たち大人の運転を信じます」(トヨタ自動車)。またキャノンの「数字シリーズ」では、2 枚の広告写真が紹介されている。商品の写真と説明文がある中に、それぞれ巨大な「6」と「8」の数字が存在し、視覚的に極めて目立つ要素となっている。
- 13) データのサイトは以下の通りである。『楽天西友ネットスーパー』(<https://sm.rakuten.co.jp/>) の左の「カテゴリから探す」の中で「冷凍・アイス」を選び、さらに、絞り込みで、「アイス・氷」を選ぶと人気売れ筋順で、データを得ることができる。以下のサイトを参考にした。<https://sm.rakuten.co.jp/search/210019?sort=1&page=1>
<https://sm.rakuten.co.jp/search/210019?sort=1&page=2>
調査日は、2021 年 8 月 18 日である。
- 14) 「スマートショッピング」(<https://smashop.jp/shop/seiyu>) によると、西友ネットスーパーには 2 種類のプライベートブランドがあり、「きほんのき」と、「みなさまのお墨付き」シリーズである。これらは、食品から日用品まで約 900 種あるという。また、リニューアルを含めると、年間約 300 種の新商品が販売されている。
- 15) 以下、表記の種類は、パッケージで顕著な表記の順ではなく、「漢字」「ひらがな」「カタカナ」「ローマ字」「符号」「数字」の順に並べられている。また、符号の種類はカッコ内に記されている。カッコ内の例数は、延数であり、同じ商品名が複数ある場合は総数を考慮に入れている。

16)データは次のように得た。『楽天西友ネットスーパー』(<https://sm.rakuten.co.jp>)の左の「カテゴリから探す」で「菓子・スイーツ」を選び,その中で「米菓・豆菓子」,さらに「せんべい・おかき」(全106件)に,絞り込み,人気売れ筋順のデータを得た。以下のサイトを参考にした。

[https://sm.rakuten.co.jp/search/320224?sort=1
&page=1](https://sm.rakuten.co.jp/search/320224?sort=1&page=1)

[https://sm.rakuten.co.jp/search/320224?sort=1
&page=2](https://sm.rakuten.co.jp/search/320224?sort=1&page=2)

調査日は,2021年8月29日である。

松村明(編)『スーパー大辞林』(Macバージョン2.3.0(268))三省堂。

Matthews, P.H. 2014. *The Oxford Concise Dictionary of Linguistics* (3rd edn). Oxford University Press, Oxford.

参考文献

沖森卓也・陳力衛・木村義之・山本真吾 2006. 『図解日本語』三省堂,東京。

沖森卓也・笹原宏之・常盤智子・山本真吾 2011. 『図解日本語の文字』三省堂,東京。

北原保雄(監修),林史典(編). 2018. 『新装版朝倉日本語講座2 文字・表記』朝倉書店,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.

清海節子 2017. 「いかに商品名で品質の差別化を図るか — 菓子系ネーミングに於ける強調表現 —」『駿河台大学論叢』55: 39-57.

清海節子 2019. 「商品名から考える色彩語の用法とイメージ効果」『駿河台大学論叢』58: 39-57.

高木裕子 1996. 『日本語の文字・表記入門』バベルプレス,東京。

Sampson, Geoffrey. 2015. *Writing Systems* (2nd edn). Equinox, Sheffield / Bristol.

辞典

小川芳男・林大・他(編)1989. 『日本語教育事典』日本語教育学会(編)大修館書店。

金田一春彦・林大・柴田武(編)1995. 『日本語百科大事典 縮刷版』大修館書店。

新村出(編)2018. 『広辞苑 第七版』(電子版)岩波書店。

