



Title	略語の使用とカテゴリー的意味 : 『朝日新聞』の「コンビニ」を例に
Author(s)	クドヤーロワ, タチアーナ
Citation	阪大日本語研究. 2011, 23, p. 131-153
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/7492">https://doi.org/10.18910/7492</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

## 略語の使用とカテゴリーの意味 ——『朝日新聞』の「コンビニ」を例に——

Use of abbreviations and their semantic range:  
In case of “kombini” in “Asahi Shimbun” newspaper

クドヤーロワ タチアーナ  
KUDOYAROVA Tatiana

キーワード：略語、原語、カテゴリーの意味、略語使用率、新聞、コーパス

### 要旨

日本語における略語については、既に多くの研究がなされてきているが、その殆どが略語を語形成の側面から記述するものである。本稿では、従来とは異なるアプローチを導入し、略語の使用面に注目して略語について考察を行った。「コンビニエンスストア」と「コンビニ」を調査項目に選んで、体系的なカテゴリーの意味分類を行ない、原語に対する略語が表すカテゴリーの意味に焦点を絞ったのである。「コンビニ」の使用を分析した結果、略語の一般語化過程において、略語の使用度数は、紙面（話題）の影響を多少受けているものの、略語の使用率は、紙面というレジスターの違いによってではなく、単語のカテゴリーの意味の違いによって異なることが確認できた。

### 0. はじめに

日本語では省略が盛んに行われると言われている。略語が特に多いのが、日常会話であり、話し言葉的な俗語のような略語と、専門的なニュアンスがある職場語や隠語に代表される。しかし、話し言葉的ではないマスコミの言語などにも、（口語的なものとは限らない）略語が少なくない。又、現代語において略語の意識が薄れてきて、原語の代わりに一般語として定着してきている略語も多い。このことから、現代日本語における略語の位置は固定的なものではなく、動的なものと考えられるため、略語研究においては、伝統的な語形成の側面とは別に、略語使用の側面についても考察する必要があることが伺える。

本稿は、現代日本語における単語の省略に関して、従来とは異なるアプローチを導入し、略語が表す意味（略語のカテゴリー的多義性、略語が表しうる意味）の観点から、略語の使用について考察を行うものである。

## 1. 略語使用研究の必要性

### 1.1. 先行研究

略語は、従来、日本語語彙を構成する単語の中で、その使用範囲が最も限定されている語類の一つと考えられてきた。言語の経済性のために使用される一方、若者語・隠語のような位相語に見られる、面白さ、仲間の連帯感、意味の分かり難さ、イメージ伝達、規範からの自由などのために「作られる」言葉であることが主張されたのである。そのため、現代日本語に見られる略語をめぐる研究は、主に、省略に一般的である形を記述するという、略語の語形成を中心に行われてきた（玉村 1988、窪園 2002、米川 1995、1997、西尾 1980、石野 1993、森岡 1980、田辺 1980）<sup>1)</sup>。

これら、日本語における言葉の省略を問題にする先行研究の殆どは、公式場面、書き言葉などでは、相変わらず原語が優先され、特別の事情がない限り、略語は使用されない傾向にある、という立場をとるものである。従来の研究では、（書き言葉をも含む）一般語における略語の使用と定着は、殆ど興味を引かなかったと言える。

しかし、日本語の略語の中では、話し言葉的で副次的な略語とは別に、語彙の中に定着して口語的・俗語的なニュアンスを失って正式名称として使用されるようになったものが多い。又、略語として意識されなくなった単語も挙げられる。ここから、略語が語彙の中で占める位置が変化してきており、略語を副次的なものとして捉えるアプローチは再考する必要があることが分かる。

### 1.2. 予備調査

本稿の調査に入る前に、予備調査として、日本語の語彙の中から認知度と使用頻度が高い略語と、専門性と話題性がやや高い略語をいくつか任意に選んで、新聞の中でどのように使われてきたか、見てみよう。予備調査は、原語と略語の使用度数を相関させた共時的・通時的なものである。新聞コーパス（『朝日新聞』、1984年—2006年）を使用して、言語外的・言語内的要因と関連付けて、使用度数相関の遷移を共時的・通時的に見た結果、日本語の語彙を構成する、原語・略語が共に存在する単語に関しては、以下のような下位分類が考えられるのである。

- 1) 原語が既にほとんど使用されないタイプ（「インフレ」や「パソコン」など）。原語の「インフレーション」は、現在起こっている現象を指す単語としてはほとんど使用されず、「パソコン」も優先的な名称になってきている。このタイプは、略語が原語に取って代わって一般語として定着する最終段階に入っているだろうと考えられる。
- 2) 略語が原語を大きく上回って使用されるタイプ（「コンビニ」など）。原語はなお使用され

るが、その比率は徐々に低くなっていく。『朝日新聞』の中での用法から判断すると、「コンビニ」は会話的、又は会話的なものに近い表現から使われ始め、言葉遣いが硬くない紙面と、字数の多くない記事の中で使われやすかった。調査の全期間を見渡すと、「コンビニ」の占める割合は、安定した増加傾向を見せる。但し、現段階では、レジスターなど、略語の使用を拒否する要因の影響が多少あるので、「コンビニ」は「パソコン」のような略語の途中段階とも言える。

- 3) 略語の使用が増えたが、原語を上回らないタイプ(「携帯」など)。略語の使用頻度が高くなったという点では、「コンビニ」と類似しているところがある。しかし、略語「携帯」の使用率は、2006年時点でも低く、「コンビニ」のように、安定増加になることは予想しにくい。「携帯」は、「コンビニ」と違って、省略によって意味が拡大してきた語形である。先行研究(ウルマン 1969)で指摘されているように、新語に対しては閉鎖的な態度がとられることが一般的である。「携帯」が、「携える」の意味以外に「電話」の意味でも使用可能であるような、意味拡大という変化が社会的に認められるまで相当の時間がかかるのかもしれない。それは「電話」の意味で使われる「携帯」の使用傾向にも影響を及ぼしていると想定できる。
- 4) 略語が優先になる前提が今現在なく、指示対象物が話題になるたびに略語の使用頻度が上がるタイプ(「スパコン」や「投信」など)。「スパコン」の場合は、米国と日本の間にスーパーコンピュータのダンピング問題が起こった1989—1990年と、日本の航空宇宙技術研究所がNLS(日本国内のスーパーコンピュータリテラシーのリーダーシップを取るスーパーコンピュータ)として地球シミュレーターを開発した2005年頃に、略語使用の二つのピークが見られる。その時点では、「スパコン」が時事性の高い単語として使用されたが、それ以外の年は減少傾向を見せている。「投信」に関しても、同じく、使用頻度が一定のものではなく、投資信託の歴史の流れと相関している。投資信託が順調な伸びを見せた1980年代と、制度面でさまざまな変更があった1990年代、確定拠出年金などがスタートした2001年以降、という三つの時点で使用頻度が増加したのである。

### 1.3. 本稿の目的

『朝日新聞』のコーパス(23年分)を使用して、日本語の書き言葉に見られる略語の使用について予備調査として通時的に見た結果、原語・略語が共存する日本語の単語は、原語・略語の相関とその遷移パターンによって下位分類が可能であることが分かった。又、略語の選択が、複雑に組み合わさっている言語外的・言語内的要因により左右されることも想定できた。上記の要因は、レジスター(紙面)→文章(記事)の文字数→文章における出現箇所のような、レ

ベルの違いも考えられ、同じ状況で略語・原語両方が使用可能な場合は、共起語など、語彙レベル（単語レベル）まで焦点を絞った分析が必要である。これは略語の使用と定着の特徴をよりはっきりと見せられるからである。語彙レベルの分析は色々考えられる。本稿では、その第一歩として、略語が表すカテゴリー的意味に注目することにする。

調査項目に関しては、上記の予備調査の結果を元に、1.2. 節で行った分類から、現代人にとって不可欠のものになっているコンビニエンスストアを指す略語「コンビニ」を、一般人にとって親密度の高い、馴染み深い略語として選択し、原語の「コンビニエンスストア」の使用と対比させたい。親密度の高い略語がどのように使用され、どの程度定着してきているか、を追及することによって、この種の略語が日本語の語彙体系の中にどのように入るか、についての知見が得られるのである。「コンビニエンスストア」と「コンビニ」に関して、体系的意味分類を行ない、略語「コンビニ」が表すカテゴリー的意味とその観点から見た略語使用に焦点を絞ることにする。

## 2. 調査の概要

### 2.1. カテゴリー的多義性と意味分類

単語の意味と多義性は、複雑な概念であり、先行研究から分かるように、それに関する考え方がいくつかある。宮島（1996：30）の指摘に従えば、「意味」は「ふたとおりの場合がある」。単語の語義を重視するアプローチと、単語を概念化し、その意味を語義より細かい意味要素に分けるアプローチである。

第一のアプローチは、各単語が基本義に対して、それをもとに生まれた（基本義と共通義を有する比喩などの）派生義を持つ、という考え方である。南（1982：351-353）が述べるように、意味は、「語彙あるいは文の構造に参加している要素に直接かかわるもの」（物事、物事の動作、それらの状態、外見など）と、「談話全体の使われ方に関係があるもの」（社会的関係に関する言語主体の意図、比喩など）とに分けられる。ここでいう「意味」は「独立であって、ある文脈では、その一方だけがあらわれる」（宮島 1996：30）。

一方、第二のアプローチは、宮島（1996）が提示する単語のカテゴリー的多義性を主張するものである。各単語が、基本義（辞書的な意味）に対して、言語活動に大きく依存している、文や発話の中で実現される意味を持ちうる、ということである。即ち、単語が一つの意味を持っているが、「意味の差がもたらカテゴリー的意味において（だけ）みられるもの」であり、この『『感情的意味』『カテゴリーカルな意味』などは、1つの意味の持っている側面をさす」。たとえば、「学校」という言葉は多義的であり、三つの意味を持っている（場所、建物、組織）とい

うことである。(宮島 1996: 29-30)

カテゴリーの意味は語義を説明する一般的な辞書的記述とは必ずしも一致するわけではない。単語が辞書で定義されている基本義とそれが生む派生義を超えることになる。「一つの単語を一つの語義で使ったとしても、その表す概念はさまざまである」(『日本語語彙大系 1』、p.11)。村木(2002: 56)は、例として、「電車」という名詞を次のように分析している。『「電車が走っている」の電車は乗り物としての電車を意味するが、『11時すぎたから、もう電車はない』における『電車』は、電車の運行の意味である。このように同じ『電車』という単語であっても、モノをあらわす場合もあれば、コトをあらわす場合もあるのである。多義的である『電車』の意味は、言語活動である文のなかで一義化され、特定される」。一方、同じ「電車」の辞書的意味を調べてみると、次のようになる。「旅客・貨物を運搬する設備を持ち、外部から電力を得て電動機を回して走る鉄道車両。また、これに連結している車両」(『学研国語大辞典』、p.1351)。「乗物」としての意味記述しかないことが分かる。

『日本語語彙大系』を参考にして、他のいくつかの単語に関しても、どんな意味を持っているか、見てみよう。「電話」には「電話(通話)」、「受信機器」と「情報」の意味がある。「大学」と「学校」はそれぞれ「学校」と「公共機関」の意味で使われる。「会社」は「企業」と「仕事場」という二つの意味を持っている。「レストラン」は「飲食店」と「企業」の意味で、「カフェテラス」は「飲食店」、「企業」、「家屋(本体)」の意味で使われることが分かる。「百貨店」は「企業」と「デパート」の意味がある。なお、「コンビニエンスストア」とその略語である「コンビニ」は、親密度の高い単語であるにもかかわらず<sup>2)</sup>、『日本語語彙大系』の中に収録されていない。

上述のように、単語のカテゴリーの意味は「対象とする実態の見方、捉え方に大きく依存し、同一の対象でも見方、捉え方によって使用される単語に違いが生じる」(『日本語語彙大系 1』、p.23)。

## 2.2. 分析の基準

『分類語彙表』から明らかなように、2.1 節で例として挙げた「カフェテラス」、「百貨店」のような単語は、「コンビニエンスストア」と同じ類に入っている。【1.26 社会-1.2650 店・旅館・病院・劇場など】に含まれるのである。そこで、本節では、『日本語語彙大系』の中で挙げられる「カフェテラス」、「百貨店」、「レストラン」などの意味属性を参考にし、「コンビニエンスストア」と「コンビニ」に同一の体系的分類を試みた。事例を参照しながら、「コンビニ」と「コンビニエンスストア」が持ちうる意味を考えたのである。結果として3つの分類項目をたてることができた。以下ではそれぞれの項目と分析基準について、具体例を提示しながら説明していきたい。

### 2.2.1. 業態

『日本語語彙大系』の中で「カフェテラス」や「百貨店」などに対して、「企業」と定義されている意味のことである。「店」の意味ではなく、「企業」、「会社」、「業者」などの意味で使われる「コンビニエンスストア」と「コンビニ」の場合である。「業態」として分類した用例は、「スーパーマーケット」、「ドラッグストア」、「ディスカウントストア」、「百貨店」、「売店」などと同じ類に入っているものを指している。

- 1) 電子レンジにかけると、4分半で炊きたてごはんと同じような風味が楽しめるというパック入りごはん「こりゃう米（まい）」を、日鉱共石は8日から子会社のコンビニエンスストア「a m / p m（エーエム・ピーエム）」で発売した。（「経済面」、1993年）
- 2) 「一つでも多くの救護所ができるよう、行政や郵便局、コンビニ、ガソリンスタンドなどにも協力を求めていく」と話している。（「社会面」、2001年）
- 3) 別業態との競争激化などコンビニを取り巻く環境が大きく変わったため、両社を競わすことによる相乗効果を狙うよりも、重複コスト削減など合理化を進めなければ競争に勝てない、という判断からだ。（「経済面」、2003年）

上記の用例が示しているように、文章の中の「コンビニエンスストア」と「コンビニ」が「別の業態」、「新業態」、「競争」、「協力を求める」、「本部を置く」、「子会社」などのような共起語を伴う場合は、「業態である」ことが明示されているので、「業態」の類に入れた。

### 2.2.2. 店一般

「店一般」と分類した用例は、「コンビニエンスストア」と「コンビニ」が集合名詞として使われて複数の店を指す用例と、いわゆる抽象的な店、即ち、現代の生活の特徴付ける現象を指すものである。『日本語語彙大系』の中で特定されている「飲食店」の意味での用法である。厳密に言えば、実際に存在する数多くの店を集合的に表す「コンビニエンスストア」、「コンビニ」の用例と、抽象的な店を現象として挙げる用例があって、指示対象が多少異なるので、本節で取り上げている「店一般」を更に2分してもよいように見える。しかし今回は分けずに同じ分類項目として扱うことにした。

- 1) 東京、名古屋、京都、福岡で環境問題の研究や運動に取り組む四つの市民グループが「どのスーパーが環境にやさしいかを教えましょう」と、全国のスーパー、コンビニエンスストア、生協をランク付けした買い物ガイド全国版を十二月、出版する。（「社会面」、1994年）

- 2) 五社連合はナムコのほかカプコン、コナミ、ハドソン、エニックス。スクウェアの一〇〇%子会社でゲームソフトの卸売り会社デジキューブに対して、他の五社が出資するとともに、各社が商品をデジキューブに供給、ここを通してコンビニで販売する予定。  
（「経済面」、1995 年）
- 3) 一人で手軽に食事を済ませたいとき、頼りになるのがコンビニエンスストア。最近、その棚に、カップ容器入りの具たくさんスープやリゾット、春雨など新製品が相次いで登場している。（「生活面」、2001 年）
- 4) だが、一つ言えることは、世の中が便利になりすぎ、努力しなくても何とか生きていける社会になってしまった ということだ。ボタン一つでテレビが見られ、携帯電話で指を動かせば友人と連絡が取れる。おなかがいすけばコンビニで弁当が買え、夜中にビデオも借りられる。すべて大事なプロセスが隠れてしまっていて、便利な都合の良い結果だけしか表に出ていない。そんな社会に子供たちは生きている。（「オピニオン面」、2002 年）
- 5) スーパーだけではなく、コンビニ、百貨店の食品売り場などでも、レジ袋を有料にすれば、マイバッグの持参が「あたりまえ」となり、環境配慮型社会を形成できると思う。  
（「オピニオン面」、2005 年）
- 6) かつて、家庭にはお手伝いの機会がいくらでもあった。全自動洗濯機も食器洗い機も、コンビニもない時代。子どもたちはお手伝いで自分の役割を果たし、成長とともにもっと大きな役割をこなすようになった。（「生活面」、2006 年）

### 2.2.3. 店特定

ここでは『日本語語彙大系』の中で「家屋（本体）」として特定されている意味を表す用例をまとめた。即ち、ある特定の、具体的な店、またはその建物について記述する用例である。

- 1) 近くの国道 173 号沿いにはレストランやコンビニエンスストア、スーパーが並んでいる。  
（「社会面」、1991 年）
- 2) 愛知県警東署は七日夜、コンビニエンス・ストアで知人と一緒に万引きをした後、店長を殴ってけがを負わせた、として豊明市沓掛町若王子のペルー人、カワイ・ゴンザレス・ミゲル容疑者（二七）を強盗致傷の現行犯で逮捕した。（「社会面」、1993 年）
- 3) 北浜の顔、大阪証券取引所（右）の向かいにあるコンビニエンスストア。（「経済面」、1999 年）
- 4) そこでその日の夕食は、近くのコンビニの弁当で済ませることにした。（「オピニオン面」、2004 年）



- 5) 30 日午前 5 時、愛知県豊明市新栄町 4 丁目のコンビニエンスストア「サークル K 豊明新栄店」のアルバイト店員の男性 (29) から「強盗に入られた」と 110 番通報があった。(「社会面」、2006 年)

この類には「[ある人がものを買った] 具体的な店」と「[車を止めた／前を通った／ある事件があった] (店の) 建物」を意味する用例を分類した。所在地などが示されていないくても、文脈からある特定の店であると想定できる用例もこの類に入れた。

店名が特定されている例は、一見、2.2.1 節で「業態」として分類したものと似ているが、前に「国道…号沿い」、「万引きした」、「…の向かいにある」、「近くの」、「…丁目の」などのような共起語を伴うので、「店特定」として分類した。

以上、「コンビニエンスストア」「コンビニ」をカテゴリー的意味ごとに分類した基準を説明してきた。今回は大まかに 3 類に分けたが、2.2.2 節で指摘したように、より細かい分類も考えられる。

### 2.3. 調査対象

言語を調査研究する場合の基礎データとしては、多種多様な資料（発話テキスト・文学作品・マスメディア）を位置づけることができる。現存している言語資料の中では、新聞が、現代社会の言語の嗜好を間接的に表しながら、言葉遣いが最も整った、安定した媒体として、現代日本語の状態を反映しているものと思われる。そこで、本調査の対象とするデータには、略語をめぐる従来の研究と違って、意識調査に留まらず、最も客観性の高い新聞のコーパス、具体的には『朝日新聞』の記事データベースの 23 年分 (1984 - 2006) を利用することにした<sup>3)</sup>。但し、全紙面ではなく、コンビニエンスストアが話題になりうる（使用例が見つかる）紙面だけを選んだ。「総合面」、「経済面」、「社会面」と、「暮らし面」と「家庭面」を一緒にまとめた「生活面」と、「オピニオン面」の 5 つである。「スポーツ面」など、コンビニエンスストアと関連性があまりないと思われる紙面は対象から除いた。

## 3. 調査の結果

### 3.1. 全体の傾向

本節では、先ず、原語「コンビニエンスストア」と略語「コンビニ」の出現傾向を経年的に調査した結果を示す。以下の表 1 はそれをまとめ、2.2 節で説明したカテゴリー的意味ごとの「コンビニエンスストア」と「コンビニ」の使用度数と比率（略語使用率）を集計したものである。

カテゴリー的意味ごとの略語使用率の計算方法は、(カテゴリー的意味ごとの略語数÷そのカテゴリー的意味の用例の総数) × 100、である。

カテゴリー的意味ごとの総数を見ると、「業態」は(合計で) 2837 例、「店一般」は 2594 例、「店特定」は 2633 例であって、同程度である。しかし、「店一般」は 929 (原) 対 1665 (略) で一番略語が使われやすい。「業態」は、1316 (原) 対 1521 (略) と近似しているが、略語の方がやや多い。一方、「店特定」は、1929 (原) 対 704 (略) で、略語が三つの中では一番使われにくい。これを略語使用率で確かめてみよう。

表 1 全体の傾向

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1988	24	1	4	9	1	10	4	0	0	39
1989	47	2	4.1	19	1	5	26	1	3.7	96
1990	41	3	6.8	28	2	6.7	43	1	2.3	118
1991	34	4	10.5	16	7	40.4	53	0	0	114
1992	51	5	8.9	33	15	31.25	49	1	2	154
1993	49	11	18.3	32	9	22	74	6	7.5	181
1994	64	35	35.4	38	21	35.6	93	10	9.7	261
1995	52	46	46.9	42	25	37.3	69	8	10.4	242
1996	65	53	44.9	38	53	58.2	73	10	12	292
1997	91	63	40.9	65	80	55.2	76	14	15.6	389
1998	94	144	60.5	66	78	54.2	121	34	21.9	537
1999	123	99	44.6	66	108	62.1	145	44	23.3	585
2000	137	164	54.5	87	193	68.9	189	83	30.5	853
2001	84	119	58.6	55	125	69.4	163	73	30.9	619
2002	82	103	55.7	46	171	78.8	138	76	35.5	616
2003	65	139	68.1	78	222	74	187	70	27.2	761
2004	84	193	69.7	63	194	75.5	152	109	41.8	795
2005	92	219	70.4	83	191	69.7	155	99	39	839
2006	37	118	76.1	65	169	72.2	119	65	35.3	573
総計	1316	1521		929	1665		1929	704		8064

図 1 は、略語「コンビニ」のカテゴリー的意味ごとの略語使用率の遷移をグラフにしたものである。「コンビニ」のカテゴリー的意味ごとの使用率は、「店一般」が常に三者の中では上に位置し、「業態」はその次であり、「店特定」の意味での使用が一番遅いことが、図 1 から読み

取れる。カテゴリー的意味の優先順位について、使用率で概観した結果は、使用度数（カテゴリー的意味ごとの総数）で見ても同様であり、安定した傾向を見せている。この傾向が、略語が使われ始めた 1988 年から 2006 年までの間は殆ど変わらず、一定していることは、略語の使用において主張すべき現象である。

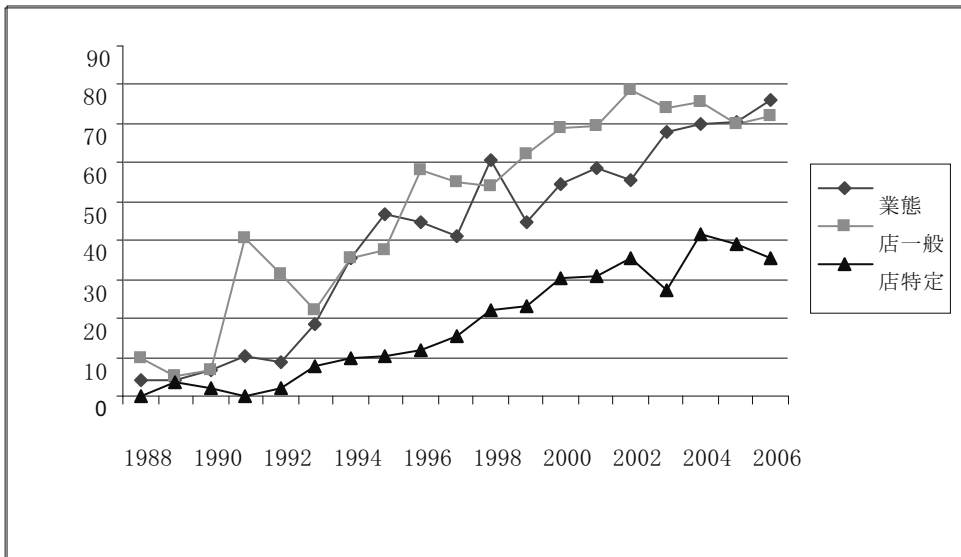


図 1 全体の傾向（略語使用率）

本節では「コンビニ」という略語の使用分布を経年的に示し、「コンビニ」が「コンビニエンスストア」の使用数を徐々に上回る中で、カテゴリー的意味には安定した順序があることが確認できた。しかし解決を必要とする重大な問題がいくつか残る。この現象には話題との関連性がないのか。あるとしたら、文体や文脈がどの程度「コンビニ」のカテゴリー的意味ごとの使用に影響を与えているのか。「コンビニ」は、使用分野と関係がなく、一般語化したか、それとも使用される分野が未だに優先的で、場合によって原語の使用を必要とするのか。これらの点を確認するために、次の 3.2 節では通時的傾向と実例を提示しながら、紙面別の調査を行いたい。

### 3.2. 紙面別調査

前節では「全体の傾向」を見てきた。図 1 の結果から分かるように、略語「コンビニ」の使用率はカテゴリー的意味によって異なり、全期間を通して「店一般」→「業態」→「店特定」という一定の順位になっていることが分かった。この現象をもっと明らかにするには、紙面別に略語使用率の遷移を記述・説明して、紙面別の変動がどれ程異なっているかを見ることが重

要になる。本節では、略語使用について、略語使用率と略語使用度数を対比させ、必要に応じて実例・共起語を挙げながら検討したい。

### 3.2.1. 「総合面」

表2は「総合面」におけるカテゴリー的意味と原語・略語の使用度数の関係を見たものである。ここでいう「総合面」とは、朝日新聞記事データベース『聞蔵』の用語であり、実際には、第1面から第3面までを含むものである。

表2 「総合面」における使用

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1989	6	0	0	2	1	33.3	1	1	50	11
1990	5	0	0	3	0	0	2	0	0	10
1991	4	0	0	1	0	0	0	0	0	5
1992	6	0	0	1	0	0	2	0	0	9
1993	5	0	0	6	3	33.3	1	0	0	15
1994	12	3	20	10	3	23.1	3	1	25	32
1995	5	3	37.5	9	5	35.7	5	1	4.2	28
1996	6	4	40	8	10	55.6	4	1	20	33
1997	13	10	43.5	21	16	43.2	6	2	25	68
1998	10	11	52.4	10	8	44.4	6	2	25	47
1999	9	12	57.1	7	17	70.8	4	6	60	55
2000	12	24	66.7	12	19	61.3	11	6	35.3	84
2001	10	19	65.5	6	16	72.7	5	6	54.5	62
2002	8	8	50	7	25	78.1	5	4	44.4	57
2003	7	16	34.9	20	44	68.8	1	1	50	89
2004	12	28	70	10	21	67.7	3	6	66.7	80
2005	26	68	72.3	12	45	78.9	10	11	52.4	172
2006	5	23	82.1	15	34	69.4	6	5	45.5	88
総計	161	229		160	267		75	53		945

表2の結果を元に、図2では「総合面」における略語使用度数を、図3では略語使用率の遷移を、それぞれ、グラフ化しよう。

「総合面」における略語使用度数に関しては、重なりはあるもののおおよそ、「店一般」→「業態」→「店特定」という順番に並べられる。略語使用率に関しては、図3が示しているように、折れ線が上下動を繰り返しながら右上の方向に上がっていくが、全体として、図1と同じく、「店

一般」→「業態」→「店特定」という順序になっている。

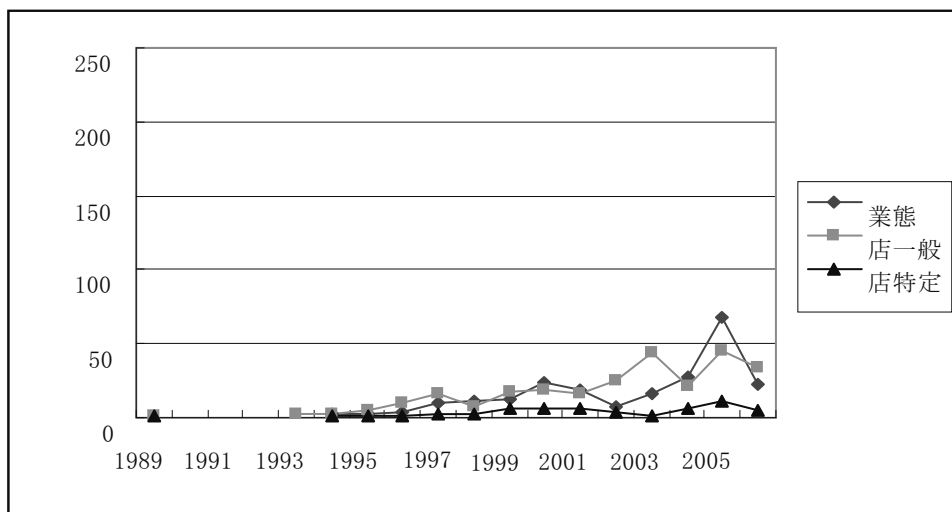


図2 「総合面」(略語使用度数)

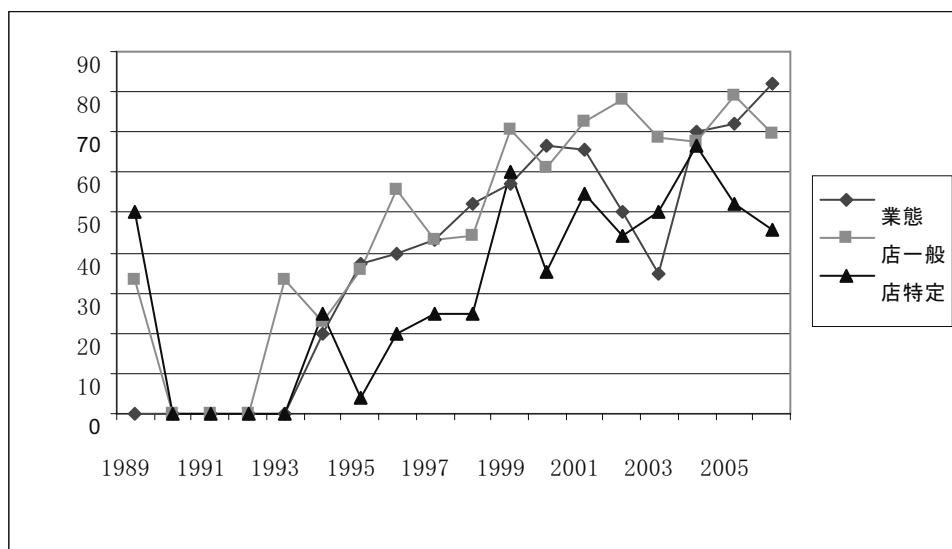


図3 「総合面」(略語使用率)

総合面における「コンビニエンスストア」と「コンビニ」の実例を挙げよう。

- 1) 大手の深夜ファミリーレストランは 3.8 倍の 326 カ所に、深夜営業のコンビニエンスストアも 3.4 倍の 4057 店に、それぞれ増えた。（「総合面」、1989 年、「店一般」）
- 2) ところが、実際にはつづりごと支払窓口に持ち込む人も多く、コンビニではアルバイト店員がバーコードを読み取る支払期を間違えたり、受領印を押し過ぎたりする事故が多発。（「総合面」、2005 年、「店一般」）
- 3) コンビニエンスストア、ファストフード店などが加盟する日本フランチャイズチェーン協会は二十五日、加盟七百十四社の今年三月末の店舗総数は十三万九千七百八十八店となり、前年三月末より六・三％増えたと発表した。（「総合面」、1994 年、「業態」）
- 4) 大手物流企業はコンビニや酒店、クリーニング店など多くの取扱店を持つ。（「総合面」、2006 年、「業態」）

用例 1) － 4) からうかがえるように、「総合面」を構成する記事は、コンビニエンスストアに関して一般的に述べる文章が多い。それは「店一般」と「業態」の意味での使用度数が多いことを説明しているだろう。使用率の順序としては、折れ線が徐々に右上に移行しているが、中でも「店一般」が他の二つより上である。それは全体と同じ傾向を見せている。

### 3.2.2. 「経済面」

本節では「経済面」における使用を見てみよう。表 3 は用例の使用度数と略語使用率を通時的にまとめたものである。図 4 は、表 3 の使用度数をグラフ化したものである。

「経済面」における「コンビニ」の使用度数は、「総合面」とは異なって、「業態」→「店一般」→「店特定」という順序をなしている。それは「経済面」の中で取り上げられる話題と関連づけられる。実際の用例をいくつか示しておこう。

- 1) 電気を使うのは家庭の夜ふかし族と、初もうで客を狙いにした 24 時間営業のコンビニエンスストアの照明、暖房需要などが中心になる。（「経済面」、1989 年、「店一般」）
- 2) コンビニなどの屋根に載せる太陽光発電システムは、これまでオーダーメイドで対応してきたが、基本設計などを標準化した既製品にすることで設置コストを従来より 5％程度安くできるという。（「経済面」、2005 年、「店一般」）
- 3) デパート形態のボンベルタ、外食のレッドロブスター、グルメドール、コンビニエンスストアのミニストップ、米国の婦人服チェーンのタルボット、結婚情報サービスのツヴァ

表 3 「経済面」における使用

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1988	21	1	4.5	8	1	11.1		0	0	31
1989	24	1	4	12	0	0	1	0	0	38
1990	30	3	9.1	13	2	13.3	3	0	0	51
1991	26	3	10.3	9	4	30.8	1	0	0	43
1992	33	5	13.2	20	10	33.3	1	1	50	70
1993	28	5	15.2	11	3	21.4	1	0	0	48
1994	40	29	42.2	9	10	52.6	1	0	0	89
1995	33	32	49.2	18	8	30.8	0	1	100	92
1996	45	31	40.8	12	22	64.7	2	1	50	113
1997	40	34	45.9	16	29	64.4	0	2	100	121
1998	38	99	72.3	19	26	57.8	2	0	0	184
1999	84	63	42.9	23	45	66.2	2	2	50	219
2000	79	85	51.8	33	47	58.8	3	3	50	250
2001	52	58	52.7	17	32	65.3	3	3	50	165
2002	38	35	47.9	14	24	63.2	2	0	0	113
2003	42	66	61.1	26	46	63.9	0	1	100	181
2004	44	88	66.7	19	35	64.8	1	4	80	191
2005	35	70	66.7	28	30	51.7	5	2	28.6	170
2006	18	44	71	15	28	65.1	1	4	80	110
総計	750	752		322	402		29	24		2279

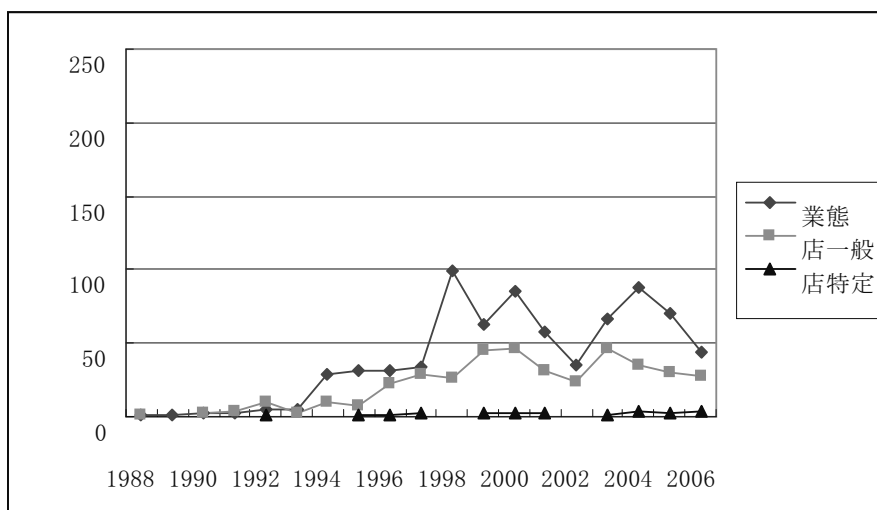


図 4 「経済面」(略語使用度数)

イ、本屋のブックバーンなど、多分野に及んでおり、スーパーのイメージの強いジャスコを冠にする不都合もあったという。〔「経済面」、1989年、「業態」〕

- 4) 同じコンビニのサークルケイ・ジャパンやトヨタ自動車などとEC事業の新会社を13日に設立するが、「(ECで)利益を得ることよりも、顧客の来店動機を高めて商品の売り上げを増やすのが基本的なスタンス」。〔「経済面」、2000年、「業態」〕

実例から分かるように、「経済面」における使用は、コンビニエンスストアの進出や発展など、経済的な話題を取り上げる文脈が多く、その中では当然「業態」と「店一般」の意味でのものが多い。一方、「経済面」における略語使用率をグラフ化すると、図5のようになる。

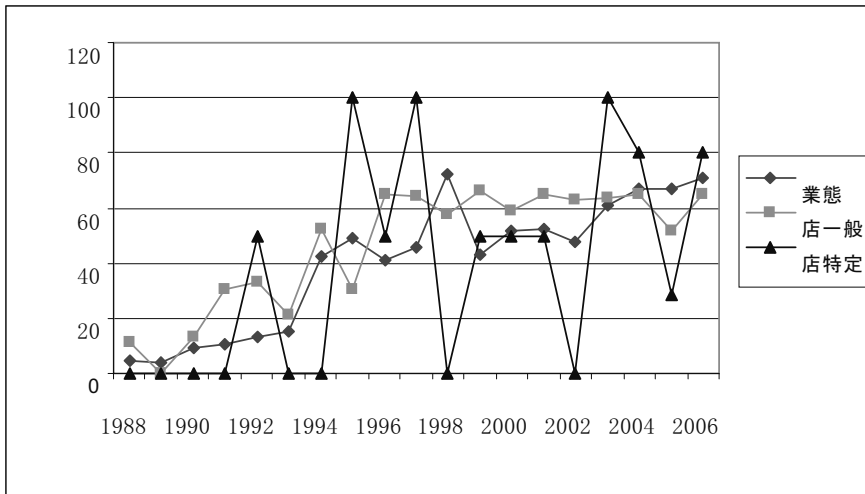


図5 「経済面」(略語使用率)

「店特定」の折れ線が激しい上下動を繰り返し、0%から100%の間で変動する時期が多い。一見、「コンビニ」が特定の店を指す用法で著しく増えたと結論付けられそうだが、それは、表3が示しているように、用例数が少ないからで、誤解を与えやすい。そこで、「店特定」の折れ線を、用例の少なさのため、図の一番下にあるべきものと考え、「店一般」→「業態」→「店特定」という順番に並べられ、図1が示している全体の傾向や、図3の「総合面」と同様になる。

### 3.2.3. 「社会面」

ここでは「社会面」における使用について考えたい。先ず、表4で全体の通時的遷移を見よう。図6は「社会面」における略語使用度数の通時的遷移を表している。

図6から明らかなように、折れ線が「店特定」→「店一般」→「業態」という順序になって



表 4 「社会面」における使用

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1988	3	0	0	1	0	0	4	0	0	8
1989	17	1	5.6	5	0	0	24	0	0	47
1990	6	0	0	12	0	0	38	1	2.6	57
1991	4	1	20	6	3	33.3	52	0	0	66
1992	12	0	0	12	5	29.4	46	0	0	75
1993	15	4	21.1	13	2	13.3	70	6	7.9	110
1994	11	3	21.4	14	4	22.2	85	7	7.6	124
1995	13	4	23.5	11	6	35.3	61	2	3.2	97
1996	13	15	53.6	16	16	50	65	6	8.5	131
1997	34	13	27.7	25	23	47.9	69	8	10.4	172
1998	42	27	39.1	33	29	46.8	111	26	19	268
1999	26	18	40.9	31	21	40.4	137	31	18.5	264
2000	36	12	25	29	31	51.7	169	42	19.9	319
2001	15	13	46.4	23	27	54	155	49	24	282
2002	28	20	41.7	17	26	60.5	129	42	24.6	262
2003	12	24	66.7	30	37	55.2	184	47	20.3	334
2004	27	45	62.5	23	55	70.5	143	66	31.6	359
2005	24	41	63.1	36	52	59.1	139	59	29.8	351
2006	8	24	75	26	34	56.7	108	37	25.5	237
総計	346	265		363	371		1789	429		3563

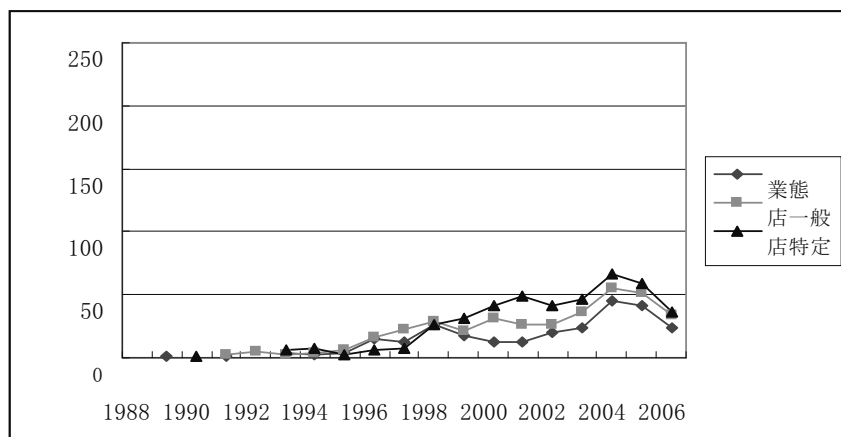


図 6 「社会面」(略語使用度数)

おり、略語が「社会面」の中で取り上げられる話題と強い関連性を持って使用されることがうかがえる。「コンビニ」が「社会面」において一番多く使われる「店特定」の実例を見てみよう。「吹田市津雲台5丁目の近くにあるコンビニの防犯ビデオ」、「50メートル離れた浅草1丁目のコンビニの店員によると」、「後9時45分ごろ、直方市感田のコンビニのレジから2万5千円を盗んだ疑い」のような例であり、事件を報告する文脈の中で使われることが多いことが分かる。いずれにしても、「社会面」においては、業態についての記述よりは、むしろ、個別特定の店についての記述が多く、それはカテゴリー的意味ごとの略語使用度数に影響を与えている。

次の図7は、図6とは対照的に略語の使用率のみをグラフにしたものである。

図7の分布を見ると、「店特定」の折れ線が「業態」と「店一般」の折れ線と接点を殆ど持つことなく一番下にあることが明らかである。「総合面」、「経済面」と同様、「店一般」→「業態」→「店特定」の順序である。

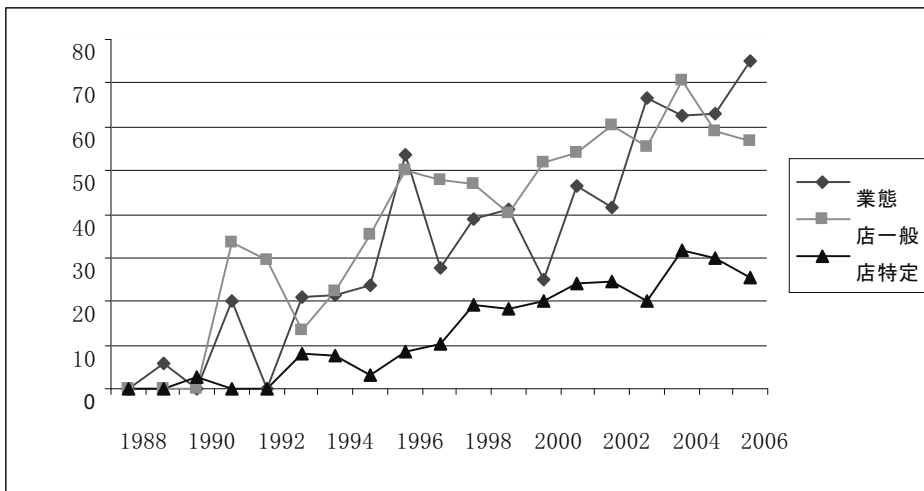


図7 「社会面」(略語使用率)

#### 3.2.4. 「生活面」

次に「生活面」としてまとめた「暮らし面」、「家庭面」、「生活面」の中での用法を見よう。1999年までの間に原語・略語両方とも殆ど見られない理由は、『朝日新聞』に「暮らし面」ができたのが1990年代後半だったからである。

「生活面」を構成する記事は、揺らぐ食の安全、ガス器具の事故、年金や医療問題、労働、衣食住の情報、子育てや介護に関する新情報など、一般の読者の日々の暮らしに役立つ実用的な情報、「少しでも安心できるヒント」を毎日掲載する<sup>4)</sup>。そこで「生活面」は、言葉遣いとしては、一般の読者にとって一番身近で読みやすいものとして位置づけられ、話し言葉的なニュアンスがある「コンビニ」が最初から優先的に使用される。

表5 「生活面」における使用

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1994	0	0	0	0	1	100	0	0	0	1
1999	1	2	66.7	0	6	100	0	0	0	9
2000	7	15	68.2	9	47	83.9	4	10	71.4	92
2001	5	16	76.2	7	23	76.7	0	8	100	59
2002	7	21	75	7	55	88.7	0	13	100	103
2003	2	14	87.5	2	49	96.1	0	10	100	77
2004	1	6	85.7	8	25	75.8	2	9	81.8	51
2005	5	12	70.6	6	26	81.3	1	8	88.9	58
2006	3	12	80	7	23	76.7	4	5	55.6	54
総計	31	98		46	255		11	63		504

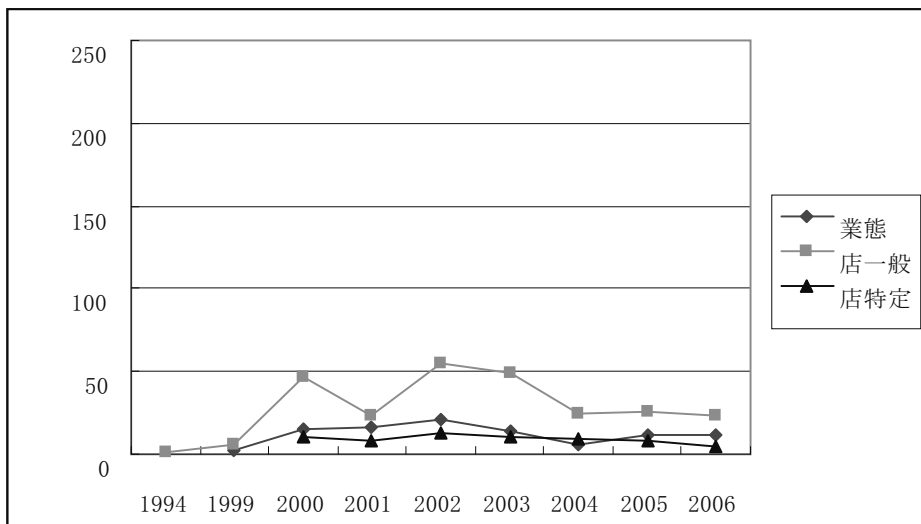


図8 「生活面」 (略語使用度数)

図8は、「生活面」における略語の使用度数を示している。

三つの意味の中でも「店一般」が最初から一番多い。「店一般」としての使用が一番多いことは、「コンビニで…が買える時代」や「コンビニの棚を意識して、高さは小型ペットボトルとそろえた」のように、コンビニエンスストアで受けられるサービスなどについての記述や、「お客さんに受け入れられなくなった」や「コンビニを多く利用する」のように、コンビニエンスストアが現代人にとってどんなものであるかについての記述が、「生活面」の中で頻繁に行われるという特徴に結び付けられるだろう。「生活面」における略語使用度数の分布も話題と関連性を持っているとまとめてよい。

一方、「生活面」における略語使用率(図9)を見てみよう。2000年頃を境に、三つのカテゴリー的意味を表す折れ線がほぼ重なっている。しかし、登場時から一致するまでの期間を見渡すと、「店一般」→「業態」→「店特定」の順番がうかがえる。

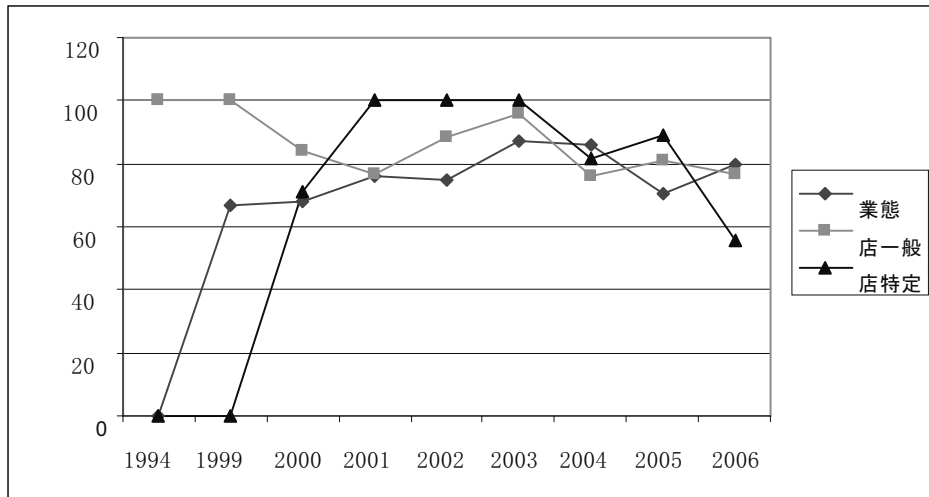


図9 「生活面」(略語使用率)

### 3.2.5. 「オピニオン面」

最後に、「オピニオン面」での使用について考えたい。「オピニオン面」の調査結果は表6である。

「オピニオン面」は、各界の専門家、識者のインタビューや一般読者の寄稿が記載される紙面であり、会話や一人称の記事が多く、言葉遣いとしても話し言葉的な表現が他の紙面より多い。そのために、「オピニオン面」における「コンビニ」は1995年頃から既に原語を上回るようになる。

「オピニオン面」における略語使用度数をグラフ化すると、図10のようになる。

「店一般」の進行が一番早く、「業態」がその次で、「店特定」が一番遅い。それも「オピニオン面」の中で取り上げられる話題と関連性があると説明できるだろう。一般の読者の共通の知識の形成や意見交換の場として設けられる「オピニオン面」では、現代に特有の現象であるコンビニエンスストアが話題になり、個別の特定の店を指すより、複数の店や抽象的な店を指す場合が多い。次のような用例がある。「非対面販売の普及」、「黙っていても用が足せる」、「生鮮食料品を多く扱うようになった」、「二件が閉店です」、「コンビニでも、書店でも手に入れること」、「故郷の水を買ってくる」、「コンビニにばかり頼るのには心配な面もある」、「コンビニに通う回数が多い学生」、「コンビニの時代です」、「コンビニやスーパーの総菜に依存していた」、「コンビニをのぞくほどの相手がいない」、「コンビニのノリだね。若者の気分だね」、「コンビニの商

表 6 「オピニオン面」における使用

年	業態			店一般			店特定			総計
	原語	略語	略比	原語	略語	略比	原語	略語	略比	
1993	1	2	66.7	2	1	33.3	2	0	0	8
1994	1	0	0	5	3	37.5	4	2	33.3	15
1995	1	7	87.5	4	6	60	3	4	57.1	25
1996	1	3	75	2	5	71.4	2	2	50	15
1997	4	6	60	3	12	80	1	2	33.3	28
1998	4	7	63.6	4	15	78.9	2	6	25	38
1999	3	4	57.1	5	19	79.2	2	5	71.4	38
2000	3	28	90.3	4	49	92.5	2	22	91.7	108
2001	2	13	86.7	2	27	93.1	0	7	100	51
2002	1	19	95	1	41	97.6	2	17	89.5	81
2003	2	19	90.5	0	46	100	2	11	84.6	80
2004	0	26	100	3	58	95.1	3	24	88.9	114
2005	2	28	93.3	1	38	97.4	0	19	100	88
2006	3	15	83.3	2	50	96.2	0	14	100	84
総計	28	177		38	370		25	135		773

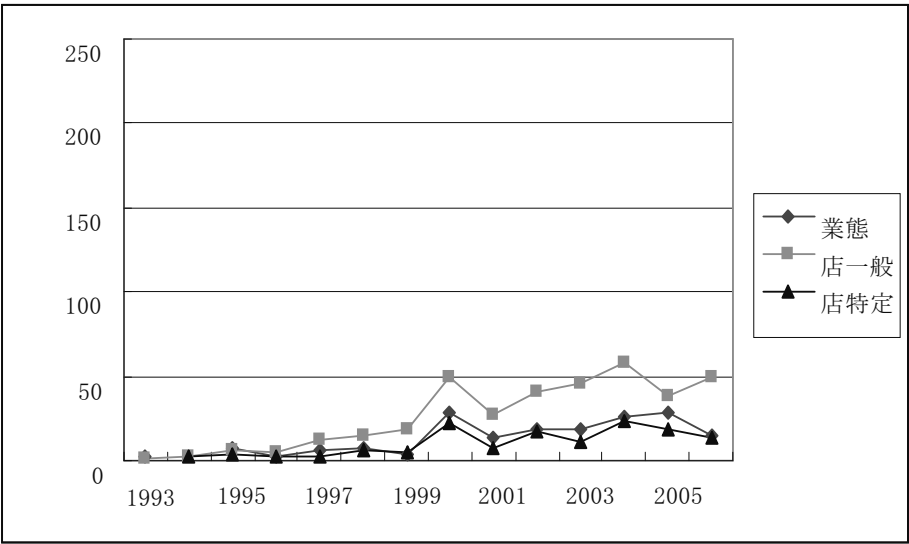


図 10 「オピニオン面」(略語使用度数)

品管理の仕事につき始めた」、「コンビニの弁当から、せんべいにいたるまで」、「コンビニのマニュアル語など最近浸透している」、「コンビニのように手軽な便利さを良しとする」、「コンビニの計画が持ち込まれる」、「コンビニやスーパーが全盛の時代になり」、「コンビニで間に合いそうな首都機能」、「コンビニで研修した様子は私もテレビで」、「コンビニで手に入る世の中になっ

た、「コンビニなどで必要以上に渡されるレジ袋」、「コンビニのごみ箱に、大量の家庭ごみが捨てられる」、などである。実例からも分かるように、「オピニオン面」では、「コンビニ」が本稿で言う「店一般」の意味で多く使用されるのである。

一方、図 11 は略語使用率をグラフ化したものである。

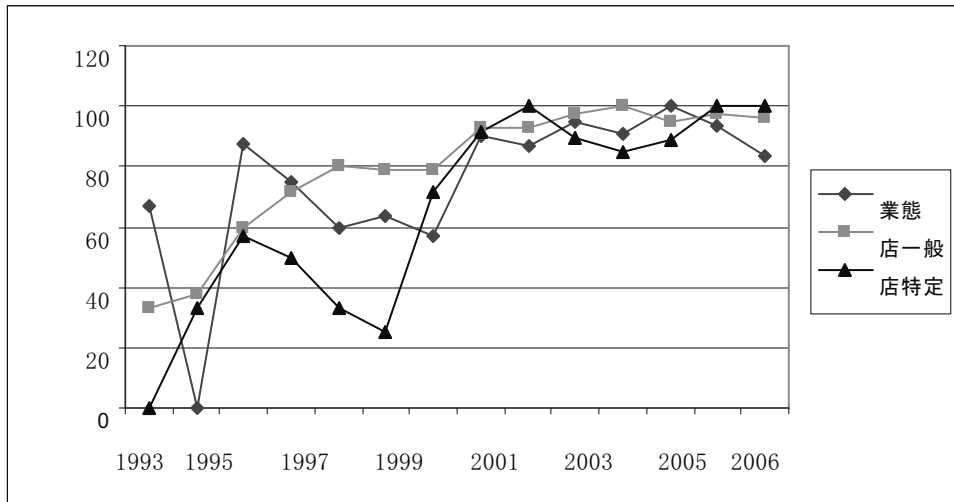


図 11 「オピニオン面」(略語使用率)

2000 年を境に略語使用率の傾向が一変して、折れ線が離れていた「店一般」、「業態」と「店特定」の三つがほぼ重なって推移するようになり、「生活面」と類似の傾向を見せている。「オピニオン面」における略語使用に特徴的である傾向変化（折れ線の一致）の理由については、ここでは問題にしないが、折れ線が一致するまでの期間に見られる傾向が興味を引く。他の紙面でも観察してきたように、「店一般」→「業態」→「店特定」の順序が読み取れるのである。又、カテゴリーの意味ごとの使用率を表す折れ線が 2000 年以降重なっても、「店一般」が他よりやや上にある。

#### 4. 結論と今後の課題

以上 3 節では、「コンビニエンスストア」－「コンビニ」の単語ペアを例に、略語の表すカテゴリー的意味について、全体的に見た上で、紙面別の調査を行ってきた。とくに、略語使用度数と略語使用率の遷移の異同に注目してきた。

略語使用度数は、略語の一般語化過程において、未だに話題（新聞紙面）と関連性を持っている。略語の使用度数分布で見た場合は、略語のカテゴリー的意味ごとの使用と使用文脈との間に関

係があることが分かったのである。例えば、「経済面」では「業態」の折れ線（図5）、「社会面」では「店特定」の折れ線（図6）、「生活面」と「オピニオン面」では「店一般」の折れ線（図8と図10）が他より上にある。

一方、全期間における略語使用率（全体の傾向と紙面別のグラフ）を通時的に見渡すと、次のような傾向が読み取れる。「店一般」の折れ線が図の一番上になっている年がどの紙面にも多い。それに対して、「店特定」は、上下動を繰り返しているが、「店一般」と「業態」より下にある。順序としては「店一般」→「業態」→「店特定」となっているわけである。略語使用率遷移の経年変化からは、「店一般」がどの紙面にも多く、「店特定」はどの紙面でも最低順位となっていることなど、傾向が一定していることが読み取れるのである。ここからは、略語使用率はカテゴリー的意味によって決まることがうかがえる。即ち、紙面（文体）と殆ど関係を持たない、カテゴリー的意味による違いなのである。

以上をまとめると、カテゴリー的意味ごとの略語使用度数の順位は話題と関連性を保ち、紙面ごとに異なるが、略語使用率の順位は紙面にかかわらず「店一般」→「業態」→「店特定」でほぼ一定している、ということが確認できた。すなわち、原語に対する略語の使われやすさは、紙面ないし話題によってではなく、カテゴリー的意味の違いによって決まると考えられるのである。

今回の結果は、略語が原語を上回るようになって一般語として語彙の中に定着していくうちに、その使用度数は話題（新聞紙面）と関連して変動しているのに対し、略語使用率はカテゴリー的意味によって決まり、どの紙面でも一定している、ということを現象として提示したことに止まっている。又、紙面別調査から明らかのように、話題やジャンルが略語使用に影響を与えると考えられ、新聞以外のジャンルに関しては、別の可能性があると予想できる。話し言葉的なニュアンスがある「生活面」と「オピニオン面」が見せる結果から判断できるように、話し言葉は特にそうである。本調査は、『朝日新聞』という言語資料をもとに、僅かな一例を対象に進めてきたものであるので、略語の意味分析にはなお余地が残っている。今後の課題としたい。

## 注

- 1) 米川 1997、菅野 1993、宮島 1981 などは、略語の使用にも注目し、位相語である略語（米川 1997）、使用が新聞記事の中での出現位置と関連付けられる略語（菅野 1993）、アンケート調査を元に明らかになった、企業専門語の一部を占める略語（宮島 1981）などについて論じているが、一般的な略語使用については問題にしていない。
- 2) 「コンビニエンスストア」の親密度に関しては、『基本語データベース：語義別単語親密度Ⅰ あ～さ』を参照した。語義別単語親密度のスケールは、1.00 から 6.95 までであり、平均値は 4.65 である。「コンビニエンスストア」の親密度は 6.175 という高い数値を示している。

- 3) 『朝日新聞』の1984年—2006年という23年分を使って調査を行なったが、「コンビニ」という略語の使用が1984年—1987年の期間内には確認されず、1988年から出現し始めたので、本稿では1988年—2006年の期間に限定してデータを提示しておきたい。
- 4) <https://aspara.asahi.com/column/np-zukan/entry/fuhfnLB1oK>にある『朝日新聞 navi』に記載されている情報である。

#### 参考文献

- 天野成昭・小林哲生編『基本語データベース：語義別単語親密度』、第1巻、学習研究社、2008年
- 池上嘉彦「意味の体系と分析」『岩波講座日本語9 語彙と意味』、岩波書店、1977年、pp.173-220
- 池原悟他編『日本語語彙大系 1 意味体系』、岩波書店、1997年
- 池原悟他編『日本語語彙大系 2 単語体系 あーこ』、岩波書店、1997年
- 池原悟他編『日本語語彙大系 3 単語体系 さーの』、岩波書店、1997年
- 金田一春彦・池田弥三郎編『学研国語大辞典』、学習研究社、1978年
- 国立国語研究所：国立国語研究所資料集14『分類語彙表一増補改訂版』、大日本図書、2004年
- 南不二男「語彙の意味」佐藤喜代治編『講座日本語の語彙7 現代の語彙』、明治書院、1982年、pp.351-369
- 宮島達夫「カテゴリー的多義性」『日本語文法の諸問題』、ひつじ書房、1996年、pp.29 - 52
- 宮島達夫『語彙論研究』むぎ書房刊、1994年
- 村木新次郎「意味の体系」齊藤倫明編『朝倉日本語講座4 語彙・意味』、朝倉書店、2002年、pp.54-78
- 森田良行『語彙とその意味』、アルク、1991年

(博士後期課程学生)

(2010年8月19日受付)

(2010年10月4日修正版受付)

(2010年11月15日再修正版受付)

(2010年12月15日再々修正版受付)

(2010年12月21日掲載決定)