

東京山の手と葛飾・葛西における文字生活の地域差

横山詔一 高田智和 米田純子(国立国語研究所)

キーワード：異体字，選好，地域差，ロジスティック回帰分析

日本語の漢字には異体字 (variant) の豊富なバリエーションが存在する。異体字とは「桧一檜」のように読みと意味は同じで字体だけが異なる文字の集合を指す。異体字を刺激材料とすれば、文字数、読み、意味がまったく等価で、形だけが異なる刺激ペアを作成できる。本研究は、東京の山の手地区と葛飾・葛西地区の住民を対象に異体字の好みの実験を行い、文字生活の地域差に関する分析を行った。

Regional Differences in Kanji Preference for Variant Forms

YOKOYAMA Shoichi, TAKADA Tomokazu, & YONEDA Junko
The National Institute for Japanese Language

Key words: Kanji variant, preference, regional difference, Logistic regression analysis

The purpose of the study is to describe regional differences in kanji preference for variant forms representing the same meaning and pronunciation. In specific, the study investigated the differences in preference for a pair of variants, one of which represents names of places. It was expected that the participants, who reside in the given regions, prefer the specific variant to the other. The analysis introduces a psychophysical model based on Fechner's law, which accounts for the preference performance based on frequencies of variants.

1. はじめに

マイクロソフト社が 2007 年に発売予定の次期 Windows OS 「VISTA (ビスタ)」は、「JIS X 0213:2004」に対応した字体(字形)を搭載する。JIS X 0213:2004 とは、経済産業省が JIS 漢字(JIS X0213) の 160 字種あまりについて規格書の例示字形を 2004 年 2 月に変更したものを指す。

例えば、2006 年の時点では、通常の電子メールで図 1 (b) に示す「葛(ヒ→L+人)」を使いたい場合であっても、原則として図 1 (a) の「葛」しか使えない。ところが、2007 年ごろから次第にこの関係が逆転し、原則として図 1 (b) の「葛(ヒ→L+人)」が IT 機器に標準装備され、現在事実上の標準となっている「葛」(図 1 (a)) は標準的な字体ではなくなる。

周知のように JIS 漢字規格は漢字政策の一つ

として強い影響力を持っている。當山【1】によれば、VISTA の登場が国民全体の文字生活に何らかの変化をもたらす可能性も考えられる。本研究は、JIS 漢字 (JIS X0213:2004) 規格書で例示字形が変更された異体字ペアも視野に入れて、異体字をめぐる表記行動を実証的に追跡し、社会言語学の分野に一石を投じたい。

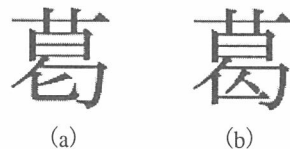


図 1 JIS 漢字で例示字形が変更された例

さて、言語生活はどの表現を選択するかという意思決定 (decision making) の連続である。相手に対する呼称を「様ーさん」のいずれにす

るかなど、ある表現が選択された背景には相手との上下関係などいろいろな要因が意識的・無意識的に影響している。それらのなかで重要な位置を占めるのは「好み（選好：preference）」であろう。人間は好きな表現を選んで使う傾向にあると考えられる。

では、言語表現や言語行動の選択は、どのようなメカニズムによって決定されるのであろうか。本研究は、「葛」などの異体字選好で観察される地域差を面接調査や Web 調査を通じて実証し、あわせてそれぞれの地域住民がどちらの字体にどのくらい接触しているかを数理モデルによって推定した。異体字を刺激材料とすれば、文字数、読み、意味がまったく等価で、形だけが異なる刺激ペアを作成できる。

2. 文字生活の俯瞰図

日々の文字生活の中で、人間は意識的・無意識的にさまざまな文字刺激に接触している。その接触頻度の高低によって、その文字に対する記憶痕跡の強度が変化し、それが心的辞書（mental lexicon）の形成や言語行動に影響を与える。図2は漢字環境学の観点から文字生活を捉えた横山・笹原・當山【2】による俯瞰図である。「漢字心理」は人間が漢字を読む（識別や包摂も含む）場合だけではなく、漢字を使用する際にも重要な要因となり、それが社会的な使用頻度に波及する。

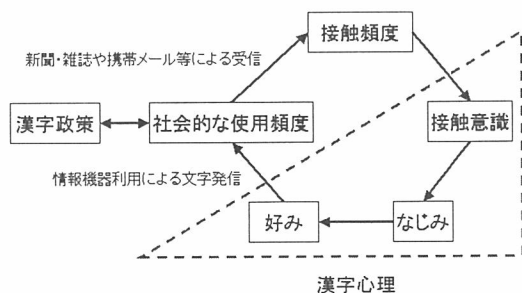


図2 文字生活の俯瞰図

ところで、日常生活における言語表現の選好

は、どのような原理に従って決定されるのであろうか。選好に影響する要因の説明で有力なのが、Zajonc【3】が発見した「単純接触効果（mere exposure effect）」である。単純接触効果とは、新奇な刺激に繰り返し接触しているだけで、その刺激に対する好意度が高まるという現象である。これは図2の「接触頻度」→「接触意識」→「なじみ」→「好み」の流れに相当する。以下、単純接触効果に着目して論を進める。

3. 異体字の「生態」を探った先行研究

(1) 祇園・葛野の景観調査

京都市には祇園と葛野（かどの）という地名が存在する。これらの地名に使用される「祇」と「葛」は JIS X 0213:2004 に対応した次期 Windows VISTA で字形が変更される。

當山【1】は、この2文字について、京都市内での使用実態を綿密に調査した。調査方法は景観調査を中心とするものであり、活字印刷ではない店舗の看板や道路標識を悉皆的にデジタルカメラに記録した。その結果として、以下の2点が報告されている。

- ・京都市内の祇園は、伝統的に新字体（へんが「ネ」）を使用している。
- ・葛野は、旧字体（正字体：「葛」のヒ→L+人）を使用する傾向がある。

當山【1】は、日本語学の範囲にとどまらず、社会学や民俗学の観点からも前代未聞の画期的な手法を開拓しつつあると言えよう。

(2) 山の手・葛飾の字体選好調査

地名に使用される漢字は、その地域住民の多くが長期間にわたって意識的・無意識的に接触する。横山【4】はこの点に注目し、地名の漢字に対する単純接触効果が住民全体に生じていると予想した。例えば「葛」の場合、図3(a)、(b)の異体字ペアを東京都葛飾区住民（葛飾群）と、東京都山の手住民（山の手群）に呈示すると、字体選好の傾向に違いがみられるかもしれない。この仮説を検証するため、2005年12月に葛飾区金町と新宿区中野坂上に実験の会場を設け、

文字認知データを採取した。

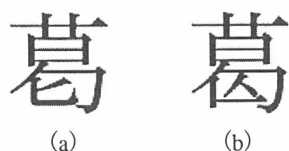


図3 呈示した異体字ペアの例 (図1を再掲)

【地域差の設定：生え抜き中心】葛飾群は、親の代から葛飾に住んでいて本人が葛飾生まれ葛飾育ちの住民をターゲットとし、居住歴が10年以上もしくは5年以上の層も対象に含めた。一方、山の手群は葛飾区に親戚や友人がおらず、その周辺を訪れたこともない層を抽出した。

【年齢層の設定】年齢要因は20代、30代、40代、50代とした。葛飾群と山の手群で年齢条件がなるべくそろようにした。実験参加者は全員女性であった。

【実験手続き】実験では「ワープロを打っている場面だけをイメージするように」と伝え、異体字ペアを実験参加者に呈示して、より使いたいと感じる方の字を強制選択させた。

【結果】表1に結果を示す(横山【4】)。先行研究に従って図3(a)を新字体、(b)を旧字体とした。葛飾群は旧字体を好む人数の割合が新字体の約1.9倍に達した。逆に、山の手群は新字体を好む人数の割合が旧字体の約1.7倍になった。葛飾群と山の手群は字体選好パターンが完全に逆転していることが示された。

カイ2乗検定の結果、1%水準で有意差が見られ($df=1$)、地域によって字体選好のパターンが異なることが分かった。以上より、葛飾区群は山の手群よりも図3(b)の字体に接触する頻度が高いと考えられる。

表1 「葛」字体選好の地域差 (カッコ内は%)

	新字体	旧字体	N
葛飾群	21 (35.0)	39 (65.0)	60 (100)
山の手群	36 (63.2)	21 (36.8)	57 (100)
N	57 (48.7)	60 (51.3)	117 (100)

ここまで、地名に使用される異体字の生態を探った先行研究の動向を紹介した。これらをふまえて、以下では、本研究のオリジナルな知見を述べる。

4. 字体選好の地域差に関する追加分析

上の横山【4】では、「葛」ペアの結果のみが報告されていた。この調査は「葛」ペアを含めて120ペアの項目から構成されていたことから、分析されずに残されていた部分も少なからずあった。

そこで、本研究はデータのすべてについて地域差の影響を検討した。120ペアからいわゆるデザイン差に関する12ペアを除外し、残りの108ペアに対して異体字選好に地域差が見られるかカイ2乗検定を行った。その結果、「堯—堯、囊—二」にのみ有意差が認められ、いずれのペアにおいても葛飾群は山の手群よりも新字体を好むことが分かった($p<0.05$, $df=1$)。

表2の「堯」ペアの結果によれば、葛飾群は山の手群よりも新字体を好む傾向がある。これは「葛」ペアで葛飾群が旧字体を好んだ傾向とは逆になっている。この理由を究明するにはデータや資料が不足している。現時点で推測できる要因として、以下のようなものを挙げられる。第1に、2005年は郵政民営化について衆議院の解散があり、選挙などの影響で、特定の候補者のポスターが大量に街頭に貼られたと考えられる。名前に「堯」を使った候補者が出馬しなかったかなど、さらなる調査が必要である。第2に、カイ2乗検定を個々の異体字ペアに適用したため、全体で108回の繰り返し分析になった。その関係の検定エラーかもしれない。

表2 「堯」字体選好の地域差 (カッコ内は%)

	新字体	旧字体	N
葛飾群	52 (86.7)	8 (13.3)	60 (100)
山の手群	40 (70.2)	17 (29.8)	57 (100)
N	92 (78.6)	25 (21.4)	117 (100)

「囊」ペアの結果を表3に示す。「堯」ペアと同じく、葛飾群は新字体を好む傾向があり、「葛」の場合とは逆のパターンであった。この理由は今のところ不明であるが、少なくとも葛飾群は山の手群よりも旧字体を好む傾向が強いわけではないようである。むしろ、「葛」を例外として、山の手群の方が葛飾群よりも旧字体を好む傾向にあると言えよう。

表3 「囊」字体選好の地域差(カッコ内は%)

	新字体	旧字体	N
葛飾群	42 (70.0)	18 (30.0)	60 (100)
山の手群	28 (49.1)	29 (50.9)	57 (100)
N	70 (59.8)	47 (40.2)	117 (100)

5. ネット調査を用いた追試

表1の結果が再現できるかWebによるネット調査で追試した。単漢字の異体字ペアのほか「森鷗外」などの固有名詞や「剥製」などの一般名詞のペアも取り上げ、25ペアについてインターネットを介してWeb画面に呈示した。画面イメージの例を図4に示す。

[Q.1-S.25] AとB, どちらの字を使いたいか, 教えてください。(ひとつだけ)【必須】

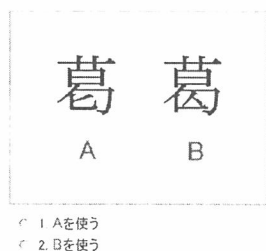


図4 Webによる調査画面の例

異体字ペアをWeb画面に呈示して、より使いたいと感じる方の字を実験参加者に選択させた。実験参加者は東京都と神奈川県在住の389名。年齢は20代、30代、40代がそれぞれ100名ずつ、50代は89名。全員女性であった。実施時期は2006年3月。ランダムサンプリングは野村

総合研究所が約20万人の調査対象者データベースを用いて行った。

(1) 「葛」について

ここでは図4に示す「葛」の新旧字体について結果を報告する。全データを対象にした選好課題の結果を表4に示す。葛飾・江戸川群は山の手・神奈川群に比べて旧字体を好む割合が高く、全体的には横山【4】と似た傾向にあることが確認された。ただし、表1と比較すると、表4は新字体の選好率が10%程度高くなっている。これは、おそらくネット調査によるサンプルのバイアスが影響したからであろう。

カイ2乗検定の結果、1%水準で有意差が見られ、葛飾・江戸川群の方が山の手・神奈川群よりも「葛(ヒ→L+人)」を好むことが示された。これは先に述べた会場調査結果と一致する。ネット調査でも追試に成功したと言えよう。

表4 「葛」字体選好の地域差追試(カッコ内は%)

	新字体	旧字体	N
葛飾・江戸川群	89(47.1)	100(52.9)	189(100)
山の手・神奈川群	145(72.5)	55(27.5)	200(100)
N	234(60.2)	155(39.8)	389(100)

葛飾区役所の公式ホームページを見ると、区名の正式な表記は図4のBの「葛(ヒ→L+人)」であることが注記されている。現在のPCや携帯メールといった電子メディアは図4のAの字体しか表示できないものが多いが、教科書や新聞などの印刷メディアでは図4のBの「葛(ヒ→L+人)」が主流である。国の漢字政策の一つである「印刷標準字体」でもこれが掲出されている。葛飾・江戸川群は図2の「漢字政策」→「社会的な使用頻度」の部分にかかわる感度が山の手群よりも高いのかもしれない。あるいは、葛飾・江戸川地域の看板や街頭の地名表示に図4のBの「葛(ヒ→L+人)」が多く存在するのかもしれない。この点を確認するには當山【1】の手法を用いた調査研究が必要になる。

(2) その他の異体字ペアについて

表5にネット調査で用いた項目全体(25ペア)を示す。個々のペアについて、地域差がみられるかカイ2乗検定を行った。その結果、上で述べた「15. 葛-𠄎」を除いて、いずれも有意ではなかった。

表5 ネット調査の項目リスト

1. 覲-覲, 2. 漚-漚, 3. 会-會, 4. 桧-檜,
5. 経-經, 6. 頸-頸, 7. 亜-亞, 8. 壺-壺,
9. 竜-龍, 10. 籠-籠, 11. 螢-螢,
12. 鶯-鶯, 13. 錢-錢, 14. 賤-賤,
15. 葛-𠄎, 16. 頰-頰, 17. 祇-祇,
18. 八-八, 19. 北-北, 20. 杖-杖,
21. 森嶋外-森𠄎外, 22. 薩摩-𠄎摩,
23. 帝塚山-帝𠄎山, 24. 小樽-小𠄎,
25. 剥製-𠄎製

表のなかで「𠄎」表示のある異体字ペアは以下の通り。15. は省略。

- | | |
|---------|---------|
| 16. 頰 頰 | 17. 祇 祇 |
| 18. 八 八 | 19. 北 北 |
| 20. 杖 杖 | 21. 嶋 嶋 |
| 22. 薩 薩 | 23. 塚 塚 |
| 24. 樽 樽 | 25. 剥 剥 |

6. 異体字選好の数理モデル

横山【5】によれば、図3のような異体字選好について、以下のような法則がある。

■フェヒナーの法則 精神物理学の分野でよく知られているフェヒナーの法則 (Fechner's law) は、式(1)で表現される。ある刺激から生じる感覚尺度を Y, 刺激の強度を Z, 自然対数を log (底は e), 傾きを K (定数), S 軸の切片を C

(定数) とすると

$$Y = K \times \log(Z) + C \quad (1)$$

■接触頻度と親近度の関係

漢字親近度と漢字頻度の関係について式(1)に類推をはたらかせると

$$\text{漢字親近度} = K \times \log(\text{漢字頻度}) + C \quad (2)$$

新聞における文字の出現頻度データは、それに人間が接触する確率を代表する指標だと考えられる。

そこで、新旧字体ペアの旧字体刺激から生じる親近度 (familiarity of traditional form) を旧字体親近度、その旧字体が新聞などのメディアに出現した「旧字体頻度」(frequency of traditional form) を「r1」として、傾き K, 切片 C の線形結合を考えると次のようになる。

$$\text{旧字体親近度} = K \times \log(r1) + C \quad (3.1)$$

同じく“新字体親近度”(familiarity of simplified form) は

$$\text{新字体親近度} = K \times \log(r2) + C \quad (3.2)$$

なお、漢字頻度が0の場合は自然対数の計算ができないため、予測式で旧字体頻度、新字体頻度の項は、回帰分析等においては旧字体頻度 r1 や新字体頻度 r2 に1を加算して計算を行う。この変換法は多くの先行研究でしばしば用いられてきたものである。

■頻度データと旧字体選択率の関係 新旧字体ペアの旧字体選択率は字体親近度比較によってなされると仮定し、新旧字体ペア間での親近度差(旧字体親近度から新字体親近度を減じた値)を変数として、傾き a, 切片 c'の線形結合で表現すると

旧字体選択率
= $a \times (\text{旧字体親近度} - \text{新字体親近度}) + c'$ (4)

旧字体親近度に式(3.1)を、新字体親近度に式(3.2)を代入して整理し、 $a \times K$ を W とおくと

旧字体選択率 = $a \times K \times \{\log(r1) - \log(r2)\} + c'$
= $W \times \log(r1/r2) + c'$ (5)

これは、左辺の旧字体選択率が目的変数、右辺が説明変数の合成変量である回帰式になっており、「線型確率モデル」と呼ばれる。このモデルは選択率の予測値が 0~1 の範囲におさまらない場合がしばしば生じるため、理論面で問題がある。

■ロジスティック回帰分析 選択率の予測値が 0~1 の範囲を逸脱しないよう、横山【5】と Yokoyama & Wada【6】は異体字選好研究にロジスティック回帰分析を初めて導入した。ロジスティック回帰分析は、医学統計やブランド選択研究の分野などで近年きわめて盛んに利用されるようになった。アスベスト（石綿）などのリスクファクターに曝露（exposure）されたケースとそうでないケースでは肺疾患の発症率がどの程度高まるのかを推定する場合や、手術から 5 年後の生存率にいかなる要因が影響を与えるのかなどを探るのに有効だとされている。目的変数が「発症する／しない、生存／死亡」のように 2 値をとるデータに適用するのが一般的である。

旧字体選択率を $p1$ とし、それを新字体選択率で除した値 $p1 / (1 - p1)$ は旧字体選択率のオッズ (odds) になる。その自然対数を求めた値を目的変数とする回帰式は傾き S 、定数 B として

$$\log \{p1 / (1 - p1)\} = S \times \log(r1 / r2) + B \quad (6)$$

ここで「旧字体選択人数」を「 $R1$ 」、新字体選択人数を $R2$ とおけば、実験参加者の合計人

数 N は $R1 + R2$ である。旧字体を選ぶ確率 $p1$ は $R1 / N$ で、オッズは以下になる。

$$p1 / (1 - p1) = (R1 / N) / (R2 / N) = R1 / R2$$

この関係を式(6)に適用すると式(7)になる。当然のことながら、これもロジスティック回帰分析の形になっている。パラメータ S 、 B は最尤推定法で求めればよい。

$$\log (R1 / R2) = S \log (r1 / r2) + B \quad (7)$$

実験

方法

【刺激材料】異体字ペアは、日本規格協会が国立国語研究所ならびに情報処理学会と共同でデザインした平成明朝体グリフ約 6 万字種から抽出した新旧 120 ペアであった。ペアの呈示順序と新旧字体の左右位置はランダム化された。

【漢字頻度データ】異体字ペア 120 組のうち、新旧両字体とも JIS X0208-1983 で表示可能な 54 ペアを表 6 に示す。これらの新旧字体頻度を計数して、以後の分析を行った。この 54 ペア以外は、2005 年時点での一般的な電子機器でペアの両者を表示できないため、コーパスにペアの一方が存在しない字体であった。

頻度データは、朝日新聞コーパスによって計数した。この漢字頻度は横山・笹原・野崎・ロング【7】によるデータであった。ここで用いた朝日新聞コーパスは 1993 年 1 月 1 日から 12 月 31 日の間に東京本社管内で発行された最終版の朝刊および夕刊で、『CD-HIASK'93 朝日新聞記事データベース』（朝日新聞社、1994）の電子化テキストに基づく。78JIS 漢字と 83JIS 漢字の間でネジレ関係にある異体字群について実際の紙面と比較しながら目視によって確認して頻度を計数した。集計した漢字の延べ数は 17,117,320（約 1,700 万字）で、漢字の異なり数は 4,583 であった。

表6 分析に用いた異体字 54 ペア

ID	ペア	ID	ペア	ID	ペア
3	壺壺	74	寿壽	138	釵鐸
11	螢螢	76	濤濤	139	單單
14	鶯鶯	77	檣檣	140	戰戰
17	會會	95	嬢嬢	148	売賣
18	桧桧	96	飲飲	150	読讀
23	観観	100	眞眞	155	発發
24	灌灌	101	慎慎	164	万萬
29	狹狹	104	楨楨	165	砺礪
31	堯堯	108	尽盡	166	蛎蠣
34	区區	109	俣儘	169	遙遙
35	欧歐	110	数數	170	謡謡
38	経経	111	藪藪	171	瑤瑤
39	頸頸	121	錢錢	174	竜龍
44	儉儉	122	賤賤	175	滝瀧
45	顔顔	125	曾曾	176	籠籠
54	国國	135	沢澤	177	鼠鼠
68	尔爾	136	駅驛	179	獵獵
69	迺邇	137	訳譯	180	諫諫

【実験手続き】実験の冒頭で「ワープロを打っている場面をイメージするように」と伝え、異体字のペアを実験参加者に呈示して、より使いたいと感じる方の字を選択させた。具体的な教示は次の通り。

「この実験は、漢字の使われ方を調べるものです。これから、字の形は違いますが、読みと意味がまったく同じ漢字のペアをお見せします。たとえば「断」と「斷」は、同じ読みで同じ意味の漢字のペアです。もし、あなたがワープロを打っているとしたら、どちらの字を使いたいか、教えてください。2つの漢字をよく見て、使いたいと感じる程度を比較し、より使いたいと思う方の字に○印をつけてください。(以下略)」

【実験参加者】117名。年齢は20代から50代。全員女性。実施時期は2005年12月。葛飾区と新宿区に会場を設けて実験を実施した。全員が

先に述べた表1の調査にも参加した。

結果と考察

異体字120ペアのそれぞれについて旧字体選択率を算出した。旧字体選択率とは、たとえば新旧字体ペア「桧-檜」のうち旧字体「桧」を選択した実験参加者のパーセントを指す。100%から旧字体選択率を引き算すれば新字体選択率が得られる。なお、新旧字体の定義については笹原・横山・ロング【8】によった。

次に、新旧の両字体がJIS X0208-1983で表示可能な54ペアを抽出した(表6)。これ以外は旧字体の頻度データについて信頼に足る資料が存在しないため、分析対象から除外した。

(1)最尤推定法による確率予測

新聞コーパスにおける旧字体頻度を r_1 、新字体頻度を r_2 、実験で得た旧字体選択人数を R_1 、新字体選択人数を R_2 として、式(4)のロジスティック回帰分析を行い、最尤推定法でパラメータを推定した。その結果、 $S=0.281$ 、 $B=-0.410$ が得られた。式(7)を変形すると式(8)になる。

$$p_1 = 1 / \{ 1 + \exp[-S \log(r_1/r_2) + B] \} \quad (8)$$

推定されたパラメータから、式(9)で異体字ペアごとの旧字体選択確率 p_1 を予測できる。

$$p_1 = 1 / \{ 1 + \exp[-0.281 \log(r_1/r_2) + 0.410] \} \quad (9)$$

この予測式による旧字体選択率の予測値と実測値の相関は $r=0.742$ で、決定係数は0.551であった。

(2)接触頻度の地域差を推定する

先に述べた表1のデータを用いて、葛飾区住民と山の手住民の「葛」に対する接触頻度の違いを推定した。式(7)を変形すると

$$\begin{aligned} & (r_1/r_2) \\ & = \exp\{ [\log(R_1/R_2) - 0.410] / 0.281 \} \quad (10) \end{aligned}$$

ここで r_1 を旧字体接触頻度, r_2 を新字体接触頻度とみなし, 「一方の字体への接触頻度が他方の字体への接触頻度の何倍になるか」を実験データで得た R_1 と R_2 から推定してみた。繰り返しになるが, R_1 は旧字体選択人数で, R_2 は新字体選択人数を指す。

葛飾群の「葛」の選択人数は表 1 によれば $R_1 = 39$, $R_2 = 21$ であるから, 式(10)を使えば $(r_1 / r_2) = 30.1$ と推定される。 $r_1 = 30.1 \times r_2$ なので, 葛飾区住民が「葛」の旧字体に接触する頻度は, 新字体に接触する頻度の 30.1 倍に達すると推定される。一方, 山の手群の「葛」の選択人数は $R_1 = 21$, $R_2 = 36$ で, 式(10)から $(r_1 / r_2) = 0.63$ と推定される。 $r_1 = 0.63 \times r_2$ であるから, 山の手地区住民が「葛」の旧字体に接触する頻度は, 新字体に接触する頻度のわずか 0.63 倍(半分近く)にとどまると推定される。

7. 今後の検討課題

第 1 に, 上で述べた推定値がどの程度まで妥当なのかを, 當山【1】の開発した景観調査法などによって検証することが期待される。

第 2 に, 旧字体への接触と影響は, いかなるメディアによるものかも調査すべきである。印刷業界は印刷標準字体 (JIS X0213:2004 で変更になる字体をすべて含む) を慣用とし, 教科書等の書籍は印刷標準字体を使用しているため, その影響がかなりあるものと推測されるが, いまのところ確たる証拠はない。

第 3 に, 強制的な二者択一ではなく, 「どちらでもいい」という感覚の人から得られるデータをどう解析するかという問題も残されている。単純に, 三者択一にすれば解決できるというわけでもないという声がある。これは, 人間の意識が実際の購買行動とどれだけ整合しているのか, という経営学の研究課題とも関連する興味深い問題である。意識的には「どの商品でもいい」と思っている消費者が, 複数の商品を目にしたとき, テレビ宣伝の影響を無意識のうちに受けた商品を選択する現象は珍しくない。文字

生活において字を書く場面では例えば「桧一檜」の両者を使うわけにはいかないのに, どれか一つを (瞬間的・直観的に) 選ぶのであるが, 横山・笹原・當山【2】によれば, 異体字選択のパターンは個人ごとに驚くほど安定しており, 半年前と同じ選択をする。この点で, 消費者行動と通底する要素を持っていると思われる。

8. 参考・引用文献

- 【1】 當山日出夫 (2006) 「京都における「葛」と「祇」の使用実例と「JIS X 0213 : 2004」—非文献資料に基づく考察—」『情報処理学会研究報告 2006-CH-70』, 53-60
- 【2】 横山詔一・笹原宏之・當山日出夫 (2006 印刷中) 「文字コミュニケーションにおける異体字の選好と親近度: 再調査法による信頼性の検討—」『社会言語科学』, 9, 掲載ページ未定
- 【3】 Zajonc, R.B. (1968) Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27
- 【4】 横山詔一 (2006). 「潜在記憶と言語習得」『言語』, 34-2, 52-57
- 【5】 横山詔一 (2006). 「異体字選好における単純接触効果と一般対応法則の関係」『計量国語学』, 25, 199-214
- 【6】 Yokoyama, S. & Wada, Y. (2006). A logistic regression model of variant preference in Japanese kanji: an integration of mere exposure effect and the generalized matching law. *Glottometrics*, 12, 63-74.
- 【7】 横山詔一・笹原宏之・野崎浩成・エリク＝ロング (編著) (1998) 『新聞電子メディアの漢字——朝日新聞 CD-ROM による漢字頻度表——』国立国語研究所プロジェクト選書 No.1, 三省堂
- 【8】 笹原宏之・横山詔一・エリク＝ロング (著) (2003) 『現代日本の異体字——漢字環境学序説——』国立国語研究所プロジェクト選書 No.2, 三省堂

【謝辞】

研究の遂行ならびに本論文の執筆において當山日出夫氏 (花園大学) にはたいへんお世話になった。記して感謝する。