

日本語のなかの外来修飾語

久野 佐都美

要 旨

外来語として日本語のなかに入っている英語は数多い。それを品詞で見ると、名詞・動詞・形容詞がおもなものである。そして数の上で圧倒的に多いのが名詞であることは言うまでもない。形容詞は数の上では多くはないが、ファッションや科学技術に関わる語をはじめとしてあらゆる分野で用いられている。使用法もかなり日本語的になって、日本語の形容詞語尾がついたり、形容詞のまま日本語の副詞語尾をつけたり、名詞化したりと多様である。もはや外来語ではなく、借用語の域に達している語も多い。

外来の修飾語は、一見、日本語を豊かにしたよう思われるが、問題も多々ある。本来の修飾語を追い出したり、質を変えたりしたのもそれであろう。和製英語をつくり、英語表現そのものを紛らわしくするのも問題のひとつである。

本ノートでは、外来語（主として英語）からどのような修飾語（主として形容詞）が入っているか、それらの特徴と用法、またどんな問題点があるかなどを考慮したうえで、将来の日本語表現を展望する。

キーワード： 外来語，借用語，和製英語，ファッション用語，キャッチコピー

日本語のなかに、英語が外来語として入ってから久しい。漱石や鴎外の時代には、アメリカを亜米利加、イギリスを英吉利、ロマンティシズムを浪漫主義などと漢字に書きかえて用いる、つまり日本語化して用いるゆとりがあった。たが今日では、もはやそんな悠長な遊び的要素はない。一方では、カタカナという便利なものがあるお陰で、外来語は入るがままになっている。日常的に使用する語のおよそ10パーセントは外来語（英語）だと言われてから長年経るが、21世紀に入った現在いかがであろうか。いずれにしろ、カタカナことば（本来的なカタカナ使用を除いて）は「氾濫」と言ってよいほど使用されているのも事実である。

数年前のことであるが、私は学生のレポートを読んでいて、「…をふるに活用して」という記述に出会った。「ふる」がカタカナではなくひらがなであったため、一瞬、不思議な感じを抱いた。この修飾語は日本語だったのかな、とふと忘れてしまったのである。しかし考えてみれば、この文を書いた学生にとって「ふる」は本来の日本語と同等の修飾語であったのだろう。これほどでなくとも、カタカナ表記の日本語化した、つまり、借用語となった外来修飾語は数多い。

周知のように、英語は借用語の多い言語で、本来語よりも多くのそれをもつという。ノルマンの征服によるラテン文化の流入が大きいことはいうまでもないが、言語学的にも、屈折語尾の消失で他言語を受容しやすくなったことが影響しているのだろう。しかし、借用した言語の多くは、いわゆる親族的な言語である印欧語である。日本語と英語との関係とは違って、大きな言語体系的な差異はないのである。

大きな差異のある言語間でも、名詞の借用にはあまり問題はないであろう。しかし、述語としても用いられる「修飾語」の借用はそれほど容易ではないはずである。そこにはなにか制約が存在すると思われるのだが、日英語間ではいかがであろうか。実際は先ほどの「ふる」のように、かなりの外来修飾語を私たちは日常的に使用していると思う。どのような語がどのように使用されるのか、どうしてその語が入り使用されるのか、その使用の効果はどのようなものかなど、以前から関心を抱いていた。そこで、まず手始めに「自分で」外来修飾語（主として英語の修飾語）を片っ端から集めることにした。驚くことでもなかろうが、瞬く間に、それは300語を越えた。その語をもとに、修飾語のなかでも、特に「形容詞」を中心に諸問題を考えてみようと思う。

1 外来修飾語とその分類

蒐集した語をその意味によって分類してみた。複数の分野に入るものは、もっとも頻度高く使用されると思われるところに入れた。なお、カタカナ表記は、新聞などで一般的に使

用されているものに準じている。

1) 形態・形状・様相を表す語

色彩 ピンク (pink), ブルー (blue), オレンジ (orange), グリーン (green), ホワイト (white), ブラック (black), ブラウン (brown), パープル (purple), レッド (red), ベイジュ (beige), グレー (gray), ゴールド (gold), シルバー (silver), イエロウ (yellow), モノクロ (mono-chrome) 状態 ハード (hard), ソフト (soft), クリーミー (creamy), プレイン (plain), クリーン (clean), シャープ (sharp), スクエア (square), ヘビー (heavy), ライト (light), ワイド (wide), ビッグ (big), キュービック (cubic), フラジル (fragile) 感覚 シルキー (silky), コールド (cold), ホット (hot), ラフ (rough), スムーズ (smooth), ドライ (dry), ウエット (wet), 明暗 ダーク (dark), クリア (clear), ブライト (bright), プリリアント (brilliant), トランスペアレント (transparent), クリスタル (crystal), サニー (sunny)

2) 性質を表す語

心理 デリケート (delicate), ペシミスティック (pessimistic), メランコリック (melancholic), ナーバス (nervous), ハッピー (happy), シニカル (cynical), アイロニカル (ironical), ショッキング (shocking), メンタル (mental), ムーディ (moody), オプティミスティック (optimistic), ビビッド (vivid), ミゼラブル (miserable), ポジティブ (positive), ネガティブ (negative), シャイ (shy), クレイジー (crazy), アグレッシブ (aggressive), ヒューモラス (humorous), コンプレックス (complex) 価値をとまなうもの ゴージャス (gorgeous), プア (poor), リッチ (rich), ラッキー (lucky), プラス (plus), マイナス (minus), スペシャル (special), チャーミング (charming), グッド (good), ベスト (best), ベター (better), ビューティフル (beautiful), スーパー (super), ファイン (fain), フェア (fair), アンフェア (unfair), パーフェクト (perfect), ナイス (nice), スーパー (super), リーディング (leading), プロパー (proper), エクストラ (extra), ハイ (high), ロー (low), ストロング (strong), ウイーク (weak), シュア (sure), スプレディット (splendid), ポテンシャル (potential), コンビニエント (convenient), ロイヤル (royal), メイン (main), スペア (spare), フル (full), パワフル (powerful), マルチ (multi-), デラックス (deluxe), プレシャス (precious), ノーブル (noble), モラル (moral), インテンシブ (intensive), チーフ (chief), グレート (great) その他 プロフェッショナル (professional), アマチュア (amateur), ファイナンシャル (financial), プライベート (private), オフィシャル (official), サバイバル (survival), コマーシャル (commercial), セクシャル (sexial), ウオシャブル

(washable)

3) ファッションに関する語

ファッショナブル (fashionable), スポーティ (sporty), ボーイッシュ (boyish), シンプル (simple), フォーマル (formal), カジュアル (casual), キュート (cute), アンティーク (antique), トラディショナル (traditional), フェミニン (feminine), マニッシュ (mannish), ブライダル (bridal), スリム (slim), タイト (tight), ロング (long), ショート (short), ミニ (mini), ストレイト (straight), スマート (smart), スタイリッシュ (stylish), シック (chic), セクシー (sexy), ベイシック (basic), エスニック (ethnic), モダン (modern), エレガント (elegant), ノスタルジック (nostalgic), ユニーク (unique), パステル (pastel), グラマラス (glamorous), モノトーン (monotone), アーバン (urban), コスメティック (cosmetic), アダルト (adult), チャーミング (charming), トレンディ (trendy), カーリー (curly), カラフル (colorful), シャギー (shaggy), エステティック (aesthetic), ファジー (fuzzy), コケティッシュ (coquettish), フェイク (fake), ソフィスティケイティド (sophisticated), フェイシャル (facial), ダンディ (dandy)

4) 芸術・学術に関する語

芸術 ビジュアル (visual), クラシック (classic), ロマンティック (romantic), バロック (baroque), ミュージカル (musical), ライブ (live), センチメンタル (sentimental), ポルノグラフィック (pornographic), ボーカル (vocal), ジョイント (joint), アコウスティック (acoustic), リアル (real), リアリスティック (realistic), ドラマティック (dramatic), グロテスク (grotesque), リズミカル (rhythmical), メロディアス (melodious), レトリカル (rhetorical), ハード・ボイルド (hard-boiled), ヒロイック (heroic), クリエイティブ (creative), ドキュメンタリー (documentary), ポピュラー (popular), ティピカル (typical), カルチュラル (cultural), エロティック (erotic) 学術 アカデミック (academic), ロジカル (logical), ラショナル (rational), ファンダメンタル (fundamental), スタンドアード (standard), オーソドックス (orthodox), ドラスティック (drastic), ユニバーサル (universal), ジェネラル (general), エssenシャル (essential), インテリジェント (intelligent), リーゾナブル (reasonable), ブッキッシュ (bookish), リンギスティック (linguistic), オリジナル (original), エコノミック (economic), プラクティカル (practical)

5) 科学・技術に関する語

オートマティック (automatic), テクニカル (technical), デジタル (digital), ポータブ

ル (portable), バーチャル (virtual), コンパクト (compact), エレクトリック (electric), ハイパー (hiper), ケミカル (chemical), パーソナル (personal), マスター (master), ハンディ (handy), ポータブル (portable), マニュアル (manual), ソーラー (solar), ボタニカル (botanical), ナチュラル (natural), プロダクティブ (productive), システマティック (systematic), エコロジカル (ecological) プラスティック (plastic)

6) 数量に関する語

オンリー (only), シングル (single), ツイン (twin), ダブル (double), トリプル (triple), モノ - (mono-), マキシマム (maximum), ミニマム (minimum), ジャンボ (jumbo), マンモス (mammoth), ワン, ツー, スリー, フォー, ~テン, レア (rare), トータル (total), オール (all), ハーフ (half), ミニマル (minimal)

7) 年齢・時間に関する語

ヤング (young), ミドル (middle), シニア (senior), オールド (old), タイムリー (timely), パーマネント (permanent), ターミナル (terminal), ファースト (first), ラスト (last), ファースト (fast), スロウ (slow), クイック (quick), スピーディ (speedy), レギュラー (regular), イレギュラー (irregular), マンスリー (monthly), ウイークリー (weekly), デイリー (daily), ミレニアル (millennial), コンスタント (constant), エンドレス (endless), セカンド (second), サード (third), テンポラリー (temporary), パンクチュアル (punctual)

8) 空間・地域に関する語

セントラル (central), スペイシャル (spacial), インナー (inner), アウター (outer), オリエント (orient), コンチネンタル (continental), ネイティブ (native), ナショナル (national), インターナショナル (international), グローバル (global), パシフィック (Pacific), アトランティック (Atlantic), オリエンタル (Oriental), アメリカン (American), ブリティッシュ (British), イングリッシュ (English), フレンチ (French), イタリアン (Italian), ジャパニーズ (Japanese), ウェスタン (Western), イースタン (Eastern), マリーナ (marine)

9) 食べ物・健康に関する語

ヘルシー (healthy), フレッシュ (fresh), フルーティ (fruity), ジューシー (juicy), サワー (sour), テイスティー (tasty), スイート (sweet), トロピカル (tropical), フライド

(fried), ミネラル (mineral), ホーム・メイド (home-made), デリシャス (delicious), ウエルダン (well-done), ミディアム (medium), レア (rare), スパイシー (spicy), ハングリー (hungry), フィジカル (physical)

2 外来修飾語の特徴

上に分類した300ほどの語のなかで、実際によく使われるものは100語以下であろうと思う。しかし、次々に新しい語が入っており、一方では消えていく語もある。流行語的なものの命の短いのは日本語と同様である。「ナウい」は大はやりした後、今はまったく使われることはない。「アバウトな」(おおざっぱな)も、おかしな用法と思う間もなく消えていった。まことに短い命であった。

長い命をもつ語も多い。主として、芸術・学術に関する語がそれにあてはまるように思う。「オーソドックス」や「アカデミック」などは違和感なく日本語になじんでいる。「正統的な」、「学術的な」という日本語のほうが堅苦しく、使用しにくい。そしてこの種類の外来修飾語がもっとも古くから使われているように思われる。それに比して、科学・技術関係、健康に関わる語などははるかに新しい。心理的な修飾語が多いことも特徴的である。これらの語は日本語に適切なものがないこともあって、新しい訳語を考えることなく、便利に外来語を使うようになったのであろう。

ファッションに関する語が多いのは予想通りであるが、縫製に関わる基本的な語以外は、情緒的で雰囲気醸し出す効果をもつ修飾語である。したがって、英語のなかのフランス借用語彙が多いようだ。心情的なことばや、意味は曖昧だがなにか高級感をもたせるような語の生命はそれほど長くはないであろう。語の変化がもっとも顕著に見られるのもこの分野である。しかし、ここでもシック、エレガント、エスニックなどという語はすっかり市民権をえたようだ。

形容詞語尾からみると、-y, -al, -le, -tiv, -ic など多々あるが、-ic という語尾をもつ形容詞が殊に多いように思われる。おそらく日本人好みなのだろう。メルヘンチックとかオトメ(乙女)チックなどという造語からもそれが読み取れる。それに反して-sh という語尾をもつ語はあまり入っていないようだ。分詞形容詞に関しては-ing はすくなく存在するが、-ed はごく小数である。

全体的な印象からすると、いわゆる「プラスイメージ」をもつ語が多い。他の項で示すように、外来語使用の理由と関わりがあるのだろう。good, better, best にたいして bad, wrong, evil, worse は入っていない。せいぜい, worst が使われるにすぎない。イージー (easy) が使われるのにたいして, difficult (hard は使用される) が用いられることはほとんど

どない。

接頭辞をつけた反意語はあまり入らないのも特徴のひとつである。例えば、パーフェクトは使われても、imperfectが使われることはほとんどない（例外 fair, unfair : regular, irregular）。その語を使わなくても「パーフェクトでない」といえば事足りるのである。

意味範囲の広い語が一面的な意味でのみ使われることもあるが、（たとえば、リーズナブル (reasonable) は現在では「(金額が) 妥当な」で使われる）、思ったほど、多くはなさそうだ。

また、外来語を意味を変えて使用したり、短縮して用いたりする日本における特徴的な外来語使用は、形容詞では名詞のそれよりもはるかに少ない。「エステ」はなんとも不可思議な省略語であるが、そのほかでは「プロの」、「アマの」、「デジ (カメ)」、「パソ (コン)」、「セク (ハラ)」など思いつく語はそれほど多くはない。

3 外来修飾語の用法

日本語と英語は体系的にかなり距離をもった言語であることは先にも述べた。名詞でなく、文法的にも関わりを有する形容詞が借用語として用いられたとき、その用法はどうなるのか。結論を先に述べれば、それは束縛をうけず、かなり自由であると言ってよい。

1) 限定的用法 (attributive use)

(ア) 日本語の助詞を補って使用する場合

(.....) な 例 リアルな描写, ナチュラルな, ヘルシーな食材, フレッシュな気分, ドラマティックなできごと, フリーな発想

(.....) の 例 ホームメイドのクッキー, ポータブルのプレイヤー, オリジナルの製品, フリーのカメラマン,

一語一語みていくと、ほとんどの語が「(.....) な」のみ専用であるが、フリーなどのように両方用いられるものもある。色彩語では、ほとんどが「(.....) な」の用法はもたない。例えば、「ピンクな」、「パープルな」という使い方はない。どうして使われる助詞に差がでたのだろうか。あくまでも慣用なのだろうか。「ナイスな家に住みたい」は広告でみたものであるが、現在の私には不自然に思われる。しかし、使い続けているうちに馴染んでくるかもしれない。

(.....) い 例 ナウい,

(.....) いは日本語形容詞の典型的な語尾であるが、思いつくのはこの一語のみである。この助詞が外来形容詞に付かないのは、音節上の問題のためであろう。

(イ) 外来語の名詞を修飾する場合（助詞は付かない）

例 ミネラル・ウォーター，バーチャル・リアリティ，ナイス・パディ，ナイス・ミドル，ベスト・セレクション，メンタル・ヘルス，ゴールデン・ウイーク，スーパー・プライス

この用法はもっとも自然であろう。しかし、ナイス・ミドルやゴールデン・ウイークなど日本で造られた語、いわゆる和製英語がかなりあることに留意しなければならない。

(ウ) 日本語の名詞を直接修飾する場合

例 デジタル化，グローバル化，デジタル時代，ドキュメンタリー番組，ビジュアル系，フル稼動，オール野党，マイナス作用，ポピュラー音楽，クラシック音楽

2) 述語的用法 (predicative use)

例 描写はリアルだ。彼はタフだ。ラッキー！（主語の省略）

どの語もすべて限定的用法と述語的用法の両者をもつわけではないのは、英語本来の使用法と同じである。

3) 副詞的な用法

例 リアルに描写する。フルに利用する。リッチに彩られている。

ストレートに述べる。フランクに話す。

（ウイスキーを）ストレートで飲む。（コーヒーを）ブラックで飲む。

分類の1)の形状や状態をあらわす形容詞がこの用法で用いられることが多い。形容詞に日本語の副詞助詞がつくのは合理的とも思われるが、この用法で使われる語は意外に少ない。

4) 外来形容詞の名詞化

例 フレンチ＝フランス料理，イタリアン＝イタリア料理。フェア，ファウル。スーパー（マーケット），エステに行く。サバイバルを体験する。

「バリバリのおにゅうが登場です。」ライブ（ライブコンサート）。

5) その他——やや崩れた用法

(ア) 省略語の使用 ボルノ映画，プロの・アマの，エステ（サロン），エログロ，グーだ。デジカメ（デジタルカメラ）

(イ) 専門用語 ウルトラCの，

(ウ) 誤用 ファンタジック（正 fantastic），エネルギッシュ（正 energetic），ルーズ（正

loose ルース), エステティック (正 aesthetic)

(エ) 造語 乙女チック, マンガチック (漫画 + tic)

4 外来修飾語の使用理由

長い歴史をもつ母語, 日本語には豊かな修飾語が存在する。それなのになぜ, われわれは外来語を使用するのか。次のような理由が考えられよう。

- 1) 本来語にあるが外来語のほうが適切
- 2) 本来語に適切な語がない
- 3) 外来語のほうが使いやすい
- 4) 外来語のほうが一般的になっている
- 5) 外来語のほうが時代の雰囲気にあっている
- 6) 外来語使用によって権威づけがなされる
- 7) 新鮮な表現を外来語に求める, 格好よさを図る。

このうち1)に該当するものは, デリケートな(繊細な), マニアックな(狂乱的な), ショッキングな(ぞっとするような)などの心理的な語が多い。欧米語は心理的な表現をする語を豊かにもつのであろう。2)に当てはまるものは, 芸術に関するもの, 例えば romantic, realisticなどで, 浪漫的な, 現実的ななどの日本語はあるにはあるが, 十分に意を尽くしているとは思えない。そのほか, 科学技術に関する用語, 例えば, virtual, digitalなどは意味内容を適切な日本語にするのは難しい。最近よく使用されるアグレッシブ (aggressive) という語も日本語になりにくい。

3)については, fresh, juicyなどが考えられる。ジューシーは「水分たっぷりの」などというよりその状態を心に描きやすいし, 短い語で使いやすい。また, 話ことばだけではなく, 書きことばでも漢字使用の語よりも簡単で使いやすいと言えるかもしれない。

4)の外来語の方が一般的という例は, 科学技術やスポーツに使われる語に代表される。たとえば, 野球用語のフェア・ファウルは日本語にはなり得ないだろう。フェアプレイなどもそうである。科学技術の用語ではポータブル, パソ (コン) がすぐに心に浮かぶ。

5)については, ビジュアル (visual), バーチャル (virtual), デジタル (digital) など枚挙にいとまがないだろう。

6)の権威付けのための使用では, 学識経験者や政治家などによるものが際立つように思う。私たちが新しい外来修飾語を知るのもこの分野においてである。「ヴァイアブル」(viable), 「ノンヴァイアブル」(nonviable)はある大臣が使用していたものがある。使用時の

「どうだ」と言わんばかりの態度が印象的であった。

7) に関しては、残念ながらあまり感心した使い方でないものが多い。ファッション関係をはじめとし、広告・宣伝のキャッチコピーや商品の説明文にこの種のものが数多くみられる。すこし、例をあげてみよう。

例 クリーンカレンダー（ごみの分別収集の日程表）、「ハッピーな自分になれる」
「ロマンチック函館・小樽」
「カラフルタウン岐阜」（観光の広告）、「おいしいフレッシュオープン」（百貨店の広告）
エコクリーン（economical+clean）車検（車検の広告）、「ソフトで明るくドリーミーなプリント」・「ウエスタンブーツやレースのスパッツでミスマッチ感覚を」・「レースアップの大胆なベアバックのドレスでセクシーさをアピール」（ファッションの解説文）

いずれも意味は二の次で、その語が感覚に訴える情調を第一義としているように思われる。その点では、正確な情報を伝えることよりは、感性に訴えるという日本のコマーシャル・メッセージと共通点をもつ。カタカナ表記のことばは、そんな目的に最適である。

以上、7項目にわたって使用理由を見たが、実際は、かなりこれらが複合していることは言うまでもない。

5 外来語の日本語への影響——むすびにかえて

外来の語について学んでいると、言語とはなにか、日常どのようなことばを使用すべきかの問題を痛切に考えさせられる。ことばは生命をもち、新しく生まれるものがあれば、その命を終えるものもある。当然のことに変化していくものである。どのように変わろうとも、現在の言語表現を一応は受け入れるべきであろう。「日本語はくずれた」、「若者のことばは稚拙である」という批判は、おそらく、いつの世にもあるのだろう。そしてそれを言うのは愚である。

外来の修飾語に関して言えば、私は修飾語の本来の目的である「より豊かな表現」、「より適切な表現」にそれらがどれほど寄与しているか、にかかっていると思う。その観点からすれば、私は外来修飾語の一定の功績を認めることになる。もはや外来の修飾語は日本語に不可欠なものとなっている。先に述べたように、英語は日本語にとって異質の言語ではあるが、カタカナという便利な文字により日本語化し、多くの語がいわゆる借用語となった。それはそれで必然的なことであろう。

しかし、問題が皆無というわけではけっしてない。私にとって問題は、これらの語が同意の日本語を駆逐したことである。「桃色の・桜色の」は「ピンク（色）の」に変わった。「心臓がつよい」はいくぶんニュアンスを変えて「ポジティブ」や「アグレッシブ」になっ

た。よい意味で用いられた「おとなしい」という語はすっかり影を潜めた。代わりに使われるのが「シャイ」であろうか。価値観の変化が修飾語を変化させたことを感じさせる。いずれにしろ、消えていった本来語が息をふきかえして、優勢になることはありえないであろう。

誰もが日常使用している母語について「あってほしい」という願望を抱くことはあるだろう。その願望もまた大切である私は思う。修飾語に関する私の願望は、微妙なニュアンスをもつ美しい日本語に生きのびてほしいということだ。そんな語句のほんの一端をあげれば、漢語系の「強靱な」、「健気な」、「凛冽たる」、「滔滔たる」、「気品ある」、「澆瀨とした」、「天晴れな」、「凛々しい」、「洒脱な」など、やまとことば系の「涼やかな」、「爽やかな」、「たおやかな」、「つれない」、「きりりとした」、「いなせな」、「粋（いき）な」、「微かな」などである。これらのなかには、すでに文章においてさえも消えてしまったものもある。「かわいい」、「おしゃれな」、「すごい」など、ごく限られると言われる若い女性の使う修飾語を考えると、現代はあまり微妙な語など必要としないのかもしれない。

修飾語に関するいまひとつの願望は、あまり不用意に新しい外来語を導入してほしくないということである。その点でもっとも責任を負うべきは、先にみたように、不必要に外国語を用いようとする知識人、広告業界やマスコミ、ファッション業界の人々であろう。近頃、アメリカ映画もほとんど邦題をつけられることなく、原題がカタカナで表記されるようになった。『ビューティフル・マインド』『キューティ・ブロード』『ヒューマン・ネイチャー』といった風である。これらの英語が容易に理解されるようになったためでもあろうが、往年の凝った邦題がなつかしい。

今回は、外来語の修飾表現のなかでも形容詞形のみを取りあげた。しかし、「ワンランク上の」、「リラックスした気分」、「センスのよい」などという名詞などを用いた形容表現、「マイ・カー」などのような人称代名詞、メンズ・キッズ (men's, kids') のような修飾用法も実際は非常に多く使われている。いつかそれらも取り上げ、問題点を追求してみたいと思っている。

参考資料

市川三喜編『英語学事典』研究社

高橋太郎ほか『日本語の文法2000』正文社印刷

宣伝文・キャッチコピーなどは、新聞、女性週刊誌、ちらし、テレビなどを参考にした。