The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	関西圏における接客敬語行動 : 店舗形態によるバラエティ〈その2〉
Author(s)	真田, 信治; 金, 美貞
Citation	阪大日本語研究. 2004, 16, p. 37-49
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/6969
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

『阪大日本語研究』16（2004）

関西圏における接客敬語行動
―店舗形態によるバラエティ＜その２＞―

Verbal Politeness for Customers in the Kansai Area :
Varieties by the Types of Store ＜Part 2＞

真田　信治・金　　美貞
SANADA Shinji・KIM Mijeong

キーワード：言語行動、接客発話、丁寧体、普通体、敬語形式

【要旨】

関西圏に存在する営業形態の異なる店舗において、客の質問に対する店員の応対、及び両者間の会話を収録したデータがある。そのデータに基づいて、店員の発話における形式的な敬語と文末表現に注目し、関西圏における接客敬語行動の一端を明らかにした。百貨店でのフォーマルな接客においては、丁寧体や形式的な敬語が高い比率で出現する。一方、個人商店の接客においては、さまざまな終助詞や方言敬語形「はる」が使用され、カジュアルで親しみやすい態度が表される。なお、食料品中心のスーパーマーケットでは客との交渉や説明が少なく、レジでの会話がほとんどで、定型的な表現形式が多く、感情的なかかわりの度合いが強い終助詞を伴う表現の出現率が低いことが分かった。

１．はじめに

本稿で分析の対象とするのは、真田･井上データ[1)]の一部である。このデータは大阪府内に所在する百貨店、スーパーマーケット、個人商店において、客への店員の応対を収録したものである（真田・井上1995)。百貨店では地下の食料品売場からファッションフロア、書籍、文具など、いろいろな売場における会話が収録されている。スーパーマーケット（以下スーパーと表示）には食料品売り場だけではなく、大型スーパーの衣類や化粧品売場なども含まれている。個人商店は商店街のものや個人経営の店舗が対象にされている。

分析の対象とするデータの調査期間は1994年７月～９月で、調査者は20歳前後の女性大学生である。原則として一人の店員を対象としているが、二人の店員がいっしょに応対したケースや、担当店員が途中で変わるケースもある。店員の属性に関しては、それぞれの事例に対して、性別と見かけで判断した年齢（年代）を記録するようにした。百貨店では

20歳代の女性店員が圧倒的に多いが、スーパーや個人商店では40歳代以上の店員（あるいは店主）も多い。

以下、百貨店で得られた37事例、スーパーで得られた49事例、そして個人商店で得られた29事例[2)]の接客発話を対象に考察する。

収集した会話は文字化し、発話文[3)]単位で区切った。分析では客（調査者）に応対する店員の発話のみを取り上げ、客の発話部分及び店員どうしの会話、また店員からの調査者以外の客への応対などは直接の分析対象としない。店舗形態による接客事例数や発話数は、以下の通りである。

表１　店舗形態別の接客事例数と分析発話数

	事例数	分析発話数*
Ⅰ　百貨店	37	838　(22.6)
Ⅱ　スーパー	49	739　(15.1)
Ⅲ　個人商店	29	451　(15.6)

*客への店員の発話のみ。(　　) は１事例当たり平均発話数。

それぞれの接客事例は商品の種類や客の購買意欲など、さまざまな要因によって会話量が変化すると思われるが、おおまかな傾向としては、百貨店における店員の発話がスーパーと個人商店に比べ多いことが分かる。特にスーパーの食料品売り場では発話数が極端に少ない（一事例当たり平均6.4発話）ので、客との会話量からも接客行動の違いを読み取ることができそうである。

２．接客発話の文体の差異

まず、店員の接客発話の文末に現れた形式のバラエティに注目し、待遇レベルとしての文体の出現様相を見ることにしたい。

２．１．文末表現形式のバラエティ

店員の発話に現れているさまざまな文末表現形式を、次のように丁寧体と普通体、その他に分類した。ただし、丁寧体をとり得るが丁寧形式が付加されていないものについては普通体に入れた。

丁寧体
- 「ございます」体
- 「です・ます」体
- ください類
- 応答詞[4]（「はい」）

普通体
- 用言（用言の終止形・否定形・過去形・進行形。終助詞が接続した形を含む）
- 体言（体言止め、形式名詞で終わる形）
- 中途終了（接続助詞、副詞句、格助詞、言いよどみなど）
- 儀礼（「いらっしゃい」「ありがとう」「おおきに」など）
- 応答詞（「うん」）

その他：感動詞や文末が聞き取れない発話など

２．２．店舗形態別の出現度

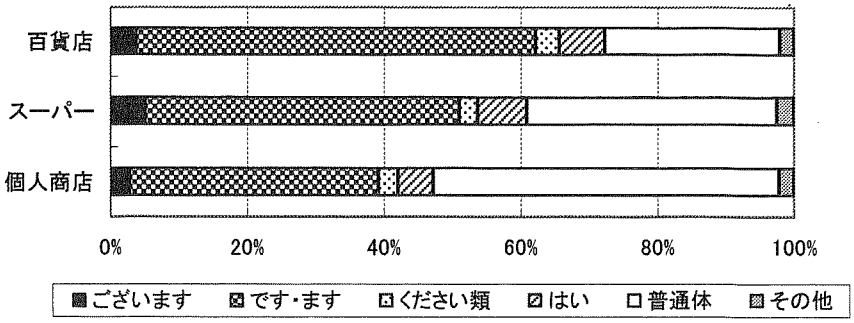
表２は、それぞれの店舗形態において、丁寧体の形と普通体の形が全体としてどのように出現しているかを示したものである。

表２　店舗形態による丁寧体と普通体の出現度

		百貨店	スーパー	個人商店
丁寧体	ございます	32	38	13
	です	279	203	87
	ます	210	136	77
	ください類	29	20	13
	はい	56	53	23
	全体	606	450	213
総発話に占める出現率		72.3%	60.9%	47.2%
普通体	用言	38	38	87
	体言	46	62	47
	中途終了	128	157	80
	儀礼	1	4	13
	うん	1	9	1
	全体	214	270	228
総発話に占める出現率		25.5%	36.5%	50.6%
その他		18	19	10
計		838	739	451

「ございます」から「はい」までの丁寧体の形は、百貨店（72.3%）＞スーパー（60.9%）＞個人商店（47.2%）の順に出現率が高く、一方、普通体の形は逆に、百貨店＜スーパー＜個人商店の順になっている。

図１　店舗形態による出現率



１）丁寧体

「ございます」体

丁寧体のなかで、接客場面で特に多いと予想される「ございます」体は、百貨店（3.8%）、スーパー（5.1%）、個人商店（2.9%）といずれも出現率が低い。「ございます」体の詳細をみると、「ありがとうございます」の例がいちばん多く、百貨店からスーパー、個人商店へと順に使い方が単純になっていることがわかる（表３）。個人商店においては、客の探す商品がなかったときでの「ございません」という２例だけで、そのほかでは「ありがとうございます」だけしか出現していない。接客の場でのフォーマルスタイルとして多用されるといわれる「ございます」体であるが、実際にはごく限られた表現にしか出現していないのである。

表３　ございます体の詳細

	百貨店	スーパー	個人商店
ありがとうございます	16	26	11
本動詞（存在）	8	5	2
補助動詞（～でございます）	5	7	
形容詞の音便形＋ございます	1		

これはスーパーでの「ございます」体の出現率がほかのケースより高いことからも支持される。スーパーで収集した会話には、次のようにレジでの事例が多数含まれているから

である。

以下、談話例の提示においては、談話番号、収録場所、店員の属性を順に示す。Ｒは客(調査者)、Ｓは店員（２人の店員との会話を収録したケースはSA、SBとする)。

(1) Ｓ27：Ｋスーパー　食品売り場、ＳＢ：男性・20歳代前半

7ＳＢ　1330円の　お買い上げでございます。

8ＳＢ　１万円　お預かりいたします。

9ＳＢ　５、６、７、８、先に　8000円　お返しいたします。

10ＳＢ　残り　670円の　お返しでございます。

11ＳＢ　ありがとうございました。

つまり「ございます」体は感謝やレジでの決り文句などの、接客の基本的表現に集中して使われているということである。

「です・ます」体

「です・ます」体の出現率は、丁寧体全体の出現率とほぼ並行して、百貨店（58.4%）＞スーパー（45.9%）＞個人商店（36.4%）の順で出現率が低下している。百貨店においては「です・ます」体を中心とする接客言語行動が行われ、個人商店ではむしろ丁寧形式が付加されない普通体での接客言語行動が中心になっていると考えられる。一方、スーパーでは食料品売り場において定型的な表現を中心にごく短い会話がなされるだけで、ほかの売り場では百貨店と個人商店の中間ぐらいの出現様相になっている。

なお、「です・ます」体の内容を詳しくみると、百貨店での推量形式の出現率が高いようである。百貨店では、疑問文発話のうちの22.7%が推量形式「～でしょうか」「～ましょうか」で、スーパー（9.3%）や個人商店（11.5%）よりも婉曲的な形での質問が多い。つまり、百貨店では「です・ます」体が中心であるとはいっても、婉曲的な言い方を多く使う独特の接客行動をしているのである。

(2) Ｄ13：Ｈ百貨店Ｕ店　３階　靴売り場、Ｓ：女性・20歳代前半

12Ｓ　よかったら　形だけでも　見てくださいね。{笑}

Ｒ　24って　ゆったら。

13Ｓ　24・・・　36半なんで、よかったら　見てきましょうか。

Ｒ　あっ、いいですけど、あ、はい。

(3)　D17：S百貨店S店　2階　下着売り場、SB：女性・20歳代後半

28SB　お色目は　どんな　感じに　いたしましょうか。

R　そうですね、ブルーでも　ピンクでも　いいんですけど。

これとか　もう　秋物っていう　感じですか。

29SB　あ、これはね　春夏で　入って来た　商品なんで…

R　あ、春夏ですか。

(4)　D16：D百貨店S店　2階　下着売り場、SB：女性・20歳代後半

R　{試着する}

25SB　お客さま　いかがでしょうか。

R　あ、すいません。

--- 略 ---

78SB　失礼ですが、お名前のほう　うけたまわって　よろしいでしょうか。

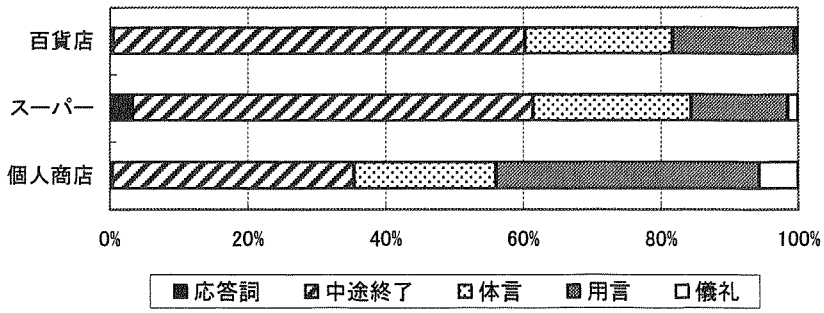
R　はい、○○です。

79SB　○○さまで、はい、わかりました。

2）普通体

普通体の具体的な出現形式とその比率をみると、百貨店やスーパーでの普通体発話の60%近くが「中途終了型」で、応答詞「うん」だけの発話がスーパーにおいて若干出現する以外、ほぼ似たパターンになっている。

図2　普通体の詳細



ただし、百貨店での接客発話において「中途終了」「用言」と判断される事例には、次のような言いよどみ的なもの、「～かな」で終わる独話的な発話などが多いのである。

(5)　D19：D百貨店U店　8階　子供服売り場、S：女性・20歳代前半

R　秋物も　ほとんど、秋物　入ってきてます？

21S　えーと、大体　入ってきてるんですけど、まだ　ちょっと　これから…

22S　{パンフレットをめくりながら} えっとねー、　このあたりとか　まだですけど。

(6)D1：T百貨店O店　8階　書籍売り場、S：男性・20歳代前半

R　『地の星』。『流転の海』の　続編だと　思うんですけど。{本棚の『流転の海』を指差す}

7S　それは　どっか　他の　店で　ご覧になった…

R　はい、あの　出てるってのを　聞いたんで。

8S　あっ、ご覧になったんでなくて、そういうのを　人から　聞いた…

R　はい。

しかしながら、スーパーと個人商店の接客において「中途終了」と判断される事例には、副詞句、接続助詞などで終了する、客に向けてはっきりと発話するものが多いのである。

(7)　S29：スーパーK　菓子売場、SA：女性・30歳代後半

18SA　そういう　ふうに　してね、あの　いろんな　ものを　こう　自分たちが好きな　ものを　詰め合わせて。

R　はい、すみません。

19SA　ここからでも　あの　送れるし。

R　そうですか。

20SA　うん、宅急便でね、3時ぐらいまでやったら　その日のうち　着くから。

R　あ、すみません。

21SA　頼んどいたら　送る　日に　着くというふうに　してくれるから。

(8)　P23：C洋服店、S：女性・20歳代前半

8S　あとね、お勧めはね、このー　ベスト。

9S　トレーナーの　上から　こう　重ねてもらうように。

R　あ、新しく　出てる…

10S　うん、こういう　感じとかね。

なお、個人商店で多く出現している用言終了型の発話をみると、客に対してカジュアルな日常会話により近い表現が使われているように見える。さらに、「儀礼」として分類した「いらっしゃい」「ありがとう」のような丁寧形式を伴わない定型的なあいさつ表現が個人商店の接客において多く使われているのである。

(9)　P21：Zおもちゃ屋、S：男性・40歳代後半

17S　おおきに。
18S　また　お願いします。
　R　はい、ありがとう。
19S　初めて　やるの？
　R　初めて。
20S　まわりから　していくのよ。
　R　まわりから。
21S　まわり、　四すみに　なる　四角　ゆったやろ。
　R　はい。
22S　まっすぐに　切っている　とこで　先に　枠　作ってしまうねん。
　R　はい、あー。
23S　すぐ　わかるやろ。

(10)　P24：M酒屋、S：女性・50歳代前半

1S　185円。
2S　はい、ありがとう。
　R　ここ　何曜日　お休みですか。
3S　日曜日。
　R　何時から　何時までですか。
4S　10時から　7時ぐらい。
　R　この辺にね、　薬局　ありませんか。
5S　薬局は、あの　ほら　阪大の…
　R　近くに　あります？
6S　うん、近くに　たくさん　ある。
　R　あっ、わかりました。ありがとう。

つまり、普通体での接客といっても、その具体的な表現形式をみると、百貨店では言いよどみや独話的な発話で使われ、全体的に控えめに感じられるのであるが、スーパーと個人商店では客に向かってそのままに普通体を使用するのである。なお、百貨店での結果をみると、普通体の使用は40歳代の店員の接客において集中的に現れている（D10、D22)。比較して、スーパーや個人商店では、店員の属性による偏りは見られない。

３．敬語形式

以上、文末の丁寧語に注目して考察してきたが、ここでは接客の会話に使われた形式的な敬語を取り上げる。敬語形式については、以下のように分類し、店員の全発話における出現度数を集計した。

尊敬語：いらっしゃる、おっしゃる、お召しになるなどの語彙的尊敬語
　　お～になる、～れる・られるなど
方言形「はる」(調査者に対しての例だけではなく、客一般に対して使われるいわゆる第三者待遇も含む)
謙譲語：いたす、うかがう、うけたまわるなどの語彙的謙譲語
　　お～する、お～いたす、～ていただくなど
美化語：お＋動作性名詞、お（ご)＋一般名詞[5)]

表4　店舗による敬語形式の出現様相

		百貨店	スーパー	個人商店
尊敬語	いらっしゃる	1		1
	おっしゃる	5		
	お召しになる	1		2
	方	4	2	2
	ご存知		2	
	ご覧になる	3		1
	召す		1	
	召し上がる	1		
	お～になる	3	2	1
	～(ら)れる	21	6	2
	～ていらっしゃる	3	1	2
	お～くださる(ください)	13	5	2
方言形	はる	4	12	9
謙譲語	いたす	2	3	
	いただく	4		
	うかがう	1	1	
	うけたまわる	1		
	差し上げる	1		
	拝見する	1		
	申す	1		
	お～する	22	11	4
	お～いたす	4	6	2
	お～いただく	6		
	～ていただく	18	8	4
美化語	お＋動作性名詞	9	2	
	お(ご)＋一般名詞	39	19	9
	お＋形容詞			1
合計		168	81	42
全発話文に占める敬語形式の出現率		20.0%	10.9%	9.3%

店員の全発話に占める敬語形式の出現率は、予想通り、百貨店(20.0%)＞スーパー(10.9%)＞個人商店(9.3%)の順になっている。百貨店で使われている敬語形式にはバラエティが多い。また、謙譲語の出現様相をみると、スーパーと個人商店で出現する表現形式が比較的単純であることが分かる。

図３　敬語形式の出現内容

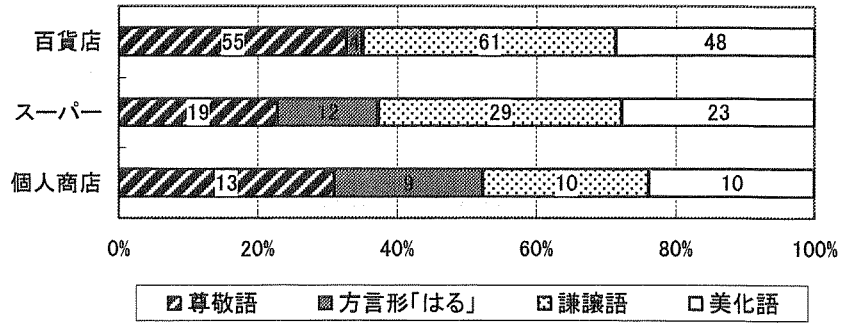


図３は、敬語形式全体に占めるそれぞれの割合を示したものである。百貨店では尊敬語、謙譲語、美化語がバランスよく出現しているが、個人商店では謙譲語の出現率が低下し、方言敬語形式「はる」の出現率が高くなっている。「はる」はいずれにも出現しているが、百貨店では第三者待遇の事例を除けば1例（Ｄ11：Ｈ百貨店化粧品売場、店員は20歳代前半の女性）のみなので、これは特別な使用例なのかもしれない。「はる」の出現に関してはスーパーや個人商店での店の属性などによる偏りは観察されなかった。

スーパーでは、客に対する尊敬語の出現率が低い。美化語については百貨店とスーパーの両方で出現率に大きな差がないが、「お急ぎ」「お探し」「お付け」のような動作性名詞の前につけて客の動作を表す尊敬語的な性格の強い表現は百貨店の方に多く現れている。

４．終助詞について

上の待遇レベルとしての文体を判断するとき、終助詞については考慮に入れなかった。しかし、文末の終助詞の出現様相をみると、百貨店とスーパーに比べて、個人商店で出現する終助詞が特にバラエティに富んでいることが分かった。表６は文末に現れた終助詞の総数を示したものである。なお、ここでは、文中における間投助詞は対象としていない。

表６　店舗形態による終助詞の出現度

		ね	よ	よね	わ	な	の	で	わね	わな	計	割合*
百貨店	丁寧体	113	61	11	4						225	26.8%
	普通体	24	3	1	2	1	3	1	1			
スーパー	丁寧体	75	28	15	3						152	20.6%
	普通体	24	1		2	4						
個人商店	丁寧体	41	12	1							129	28.6%
	普通体	28	19	2	6	13	2	3	1	1		

*総発話数に占める終助詞の出現率

総発話数に占める終助詞の出現率をみると、個人商店(28.6%)＞百貨店(26.8%)＞スーパー（20.6%）の順になっている。つまり、個人商店の接客においては会話の約30%近くが文末に何らかの終助詞を伴っているということになる。ちなみに、スーパーにおいては、レジの会話が中心となる食料品売り場の特徴から、感情的なかかわりを表現する終助詞の付加される発話が少なくなっているのであろう。

出現度の高い終助詞を店舗形態別にみると、百貨店とスーパーでは「ね」「よ」「よね」の順になっているが、個人商店では「ね」「よ」に次いで「な」の出現が目立つ。

なお、百貨店の接客において、普通体と共起して「で」「な」「の」が出現したのは１例のみで(D22：H百貨店シーズン特設売り場、店員は40歳代後半の女性)、普通体や方言敬語形の「はる」の場合のように事例による偏りがあった。

５．おわりに

以上、文末表現と形式的な敬語に注目して、接客敬語行動の一端を探ってみた。

丁寧体や形式的な敬語は、予想通り、フォーマルな百貨店での接客において明らかに高い出現率を見せている。一方、個人商店においては、丁寧体や形式的な敬語の使用は少なかったが、さまざまな終助詞や方言敬語形の「はる」を使って、客に対するカジュアルで親しい態度が表されている。

なお、食料品中心のスーパーマーケットにおいては、客との交渉や説明が少なく、レジでの会話がほとんどで、定型的な表現形式が多く、感情的なかかわりの度合いの強い終助詞を伴う表現の出現が低いことが明らかになった。

【注】

1）1993年から1994年にかけて、真田信治と井上文子が共同研究として関西圏に存在する営業形態の異なる店舗において、客（調査者）への店員の応対及び両者間の会話を収録したデータ。調査者は関西の各大学の学生たちである。

2）なお、ここではコンビニエンスストアで得られたデータは個人経営かチェーン店かを問わずにすべてを対象外としている。

3）客と店員との会話という相互作用の中において、話者によって発せられた、構造的に「文」を成していると捉えられるものを「一発話文」と認定する。この中には、述部のないもの、中途終了型の発話も含まれる。

4）応答詞だけの発話を「発話文」と認めるには無理があるかもしれないが、応答詞だけでワンターンをなす場合には、ひとまず「はい」は丁寧体の形、「うん」は普通体の形とした。ただ

し、あいづちの発話は除いている。

5）「おにぎり」「おしゃれ」のように「お（ご）」の有無で意味が変わるものと、「お盆」のように「お（ご）」をつけるのが一般的なものは除いている。なお、個人商店（P19：S婦人服店、S：女性・30歳代前半）で形容詞についた例が一つ（「ちょっとお安くはなりますけど」）あった。

【参考文献】

金美貞(2003)「デパートと市場の接客言語行動に関する事例研究」『社会言語学』11－1　韓国社会言語学会

真田信治・井上文子(1995)「関西圏における接客敬語行動―店舗形態によるバラエティ＜その１＞―」『阪大日本語研究』７　大阪大学大学院文学研究科日本語学講座

泉子・K・メイナード（1992)『会話分析』くろしお出版

南不二男（1974)『現代日本語の構造』大修館書店

Okamoto,S.1998. The Use and Non-Use of Honorifics in Sales Talk in Kyoto and Osaka: Are They Rude or Friendly? *Japanese/Korean Linguistics*.7：141-157.CSLI Publication

（文学研究科教授）

（博士後期課程学生）