



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1>
Author(s)	真田, 信治; 井上, 文子
Citation	阪大日本語研究. 1995, 7, p. 55-65
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/8425
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

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〉—

Verbal Politeness for Customers in the Kansai Area :

Varieties by the Types of Store <Part 1>

真田 信治

SANADA Shinji

井上文子

INOUE Fumiko

キーワード：言語行動、接客用語、「でございます」、音声変異形

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）の質問に対する店員の応答および両者間の会話を収録した。

それぞれの店舗を以下の3つのグループに分ける。

I 百貨店

II スーパーマーケット

III コンビニエンスストア、個人商店

調査者は、年層的要因による変容を避けることを意図して、19歳～29歳とし、実地調査を、神戸YWCA学院専門学校、甲南大学、園田学園女子大学、金蘭短期大学、梅花短期大学、天理大学の学生に依頼した。各自にI～IIIのそれぞれに出向いて、対象売場を、服飾雑貨、文具・書籍など、いずれかで統一して調査することを求めた。

調査期間は、1993年12月～1994年9月である。なお、調査者の男女比率はほぼ1対9となり、性差に関してはアンバランスな結果となった。

調査の内容として求めたことは、次の通りである。

a 店員との会話

店員にできるだけ長く話してもらう。そのために、調査者は店員が yes / no だけでは答えられない話題を用意すること。着こなし方を教えてもらう、使い方を聞く、他のサイズ・色がないかを尋ねる、取り寄せてもらえるか確かめる、などでもよいし、世間話でもよい。

b 調査者から店員に向けての質問「〇〇はどこにありますか？」

〇〇には目の前にない商品を入れて聞くこと。

c 調査者から店員に向けての質問「閉店は何時ですか？」

知っていても知らないふりをして尋ねること。できれば、店員の答えが聞き取れなかったふりをして、もう一度言ってもらうこと。

- ・ b と c は必ず a の会話の中を含めること。指示質問文は変更しないこと。それ以外は不自然にならないよう、臨機応変に対応すること。
- ・ 原則として、その店の一人の店員を対象とする。以前から面識のある店員は避けること。店員の職階、年齢、性別などは問わない。

1 「閉店は何時ですか？」に対する回答をめぐって

本稿では、調査結果のうち、客（調査者）の質問（c）に対する店員の答えのバラエティの実態とその背景に焦点を当てて考察する。

I（百貨店）については、199例の会話が収録できた。なお、百貨店には出店の形での店舗も多いが、それらはすべてIの範疇に入れることにした。店員に関しても正社員と派遣社員などとの区別は問わないことにした。

II（スーパーマーケット）については、236例の会話が収録できた。なお、IIの範疇には、いわゆるファッションビルの中の店も含めることにした。店員に関しては、専従だけではなく、パートの従業員も含まれている。

III（コンビニエンスストア、個人商店）については、315例の会話が収録できた。個人商店にはいわゆる商店街の中のものや独立店舗のものがある。レジでの応答も含まれている。

1-1 表現形式のバラエティ

さて、「閉店時間」に関しては「7時」とするところが多かったが、ここでは、回答コンテキスト「7時〜。」・「7時半〜。」などにおける「〜」の部分に焦点を当てる。

さまざまな表現形式が採集されたが、それぞれを敬語上の段階という観点からA～Jの10種類にグループ分けし、店舗ごとに店員の接客行動の様相を見ることにしたい。

表現形式のグループ分けは、表現要素を考慮して、次のように行なった。

- A 身振りのみ
- B ϕ
- C です
- D (になり)ます
- E でございます
- F (になっ)ております
- G (まで営業)いたします
- H (まで営業)いたしております
- I (まで営業)させていただきます
- J (まで営業)させていただきます

Aは、指で「7」を示す身振りだけで、言語表現が認められなかったものである。Bは、「7時。」・「7時まで。」、または「7時や。」など、敬語表現のないものである。Cは、「7時です。」・「7時までです。」のような、丁寧語「です」の付加したものである。Dは、「7時になります。」・「7時になってます。」・「7時までやってます。」・「7時まで開けてます。」などの、丁寧語「ます」が付加したものである。Eは、「7時でございます。」・「7時まででございます。」のような、「でございます」の付加したものである。Fは、「7時になっております。」・「7時までになっております。」のような、「ております」の付加したものである。G～Jは、いずれも謙讓表現がかかわる形式で、G～Jの順に敬度が高くなる。

1-2 店舗による差異

表1は、Ⅰ～Ⅲのそれぞれにおいて、上の表現形式がどのように出現しているかを総合的に示したものである。なお、以下、Ⅱを「スーパー」、Ⅲを「個人商店」の名で総称する。

表1 店舗形態による各表現形式の出現度数と出現比率

上段：度数

下段：比率（％）

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	計
Ⅰ 百貨店	0 0.0	24 12.1	102 51.3	32 16.1	18 9.0	20 10.1	1 0.5	1 0.5	0 0.0	1 0.5	199
Ⅱ スーパー	0 0.0	66 28.0	128 54.2	16 6.8	9 3.8	17 7.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	236
Ⅲ 個人商店	1 0.3	114 36.2	139 44.1	41 13.0	0 0.0	19 6.0	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	315
計	1 0.1	204 27.2	369 49.2	89 11.9	27 3.6	56 7.5	1 0.1	1 0.1	1 0.1	1 0.1	750

上段はそれぞれの形式の度数を表し、下段はその出現比率を表している。

百貨店—スーパー—個人商店間における出現率の変化の点で注目されるのは、B（ ϕ ）とE（でございます）、F（になっております）である。

Bはいわゆる丁寧語などの付加しない形式であるが、百貨店<スーパー<個

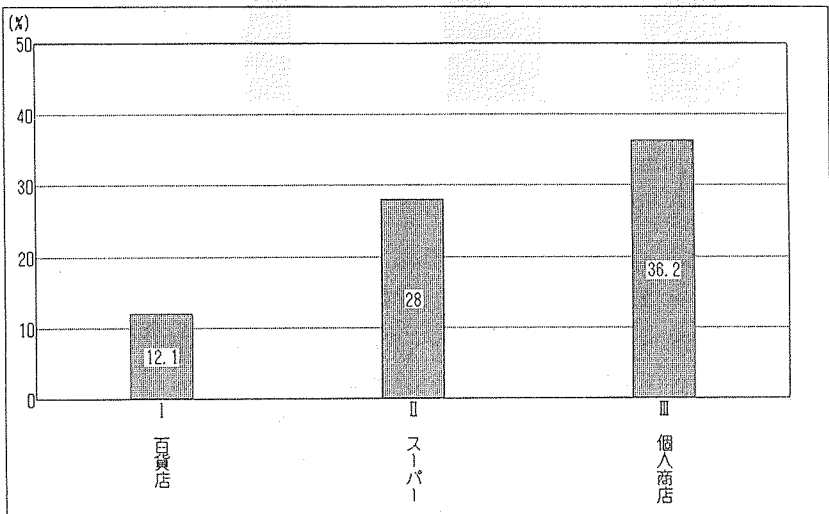
人商店の順に明らかに出現率が高くなっている（図1）。ここに店舗による接客行動の姿勢の違いの一端を見て取ることができよう。ただし、この形式の使用の多寡を丁寧度と直接に結び付けることには慎重であるべきである。たとえば、個人商店での回答に次のようなものがあった。これらの表現には、いわゆる丁寧語は存在しないが、politenessに関しては十分な配慮が認められるからである。

・「いつもは7時なんやけど、うちね、今日たぶん、ぼく早く帰りたいから、6時半ごろに閉めたいんやわ。」（神戸市・文具店）

・「大体6時半ぐらいに閉めてるんやけど、急ぎはるようやったら、このこのシャッター開けてくれはったら、この中に、家にいるんで。」

（茨木市・手芸用品店）

図1 表現形式B（φ）の出現率

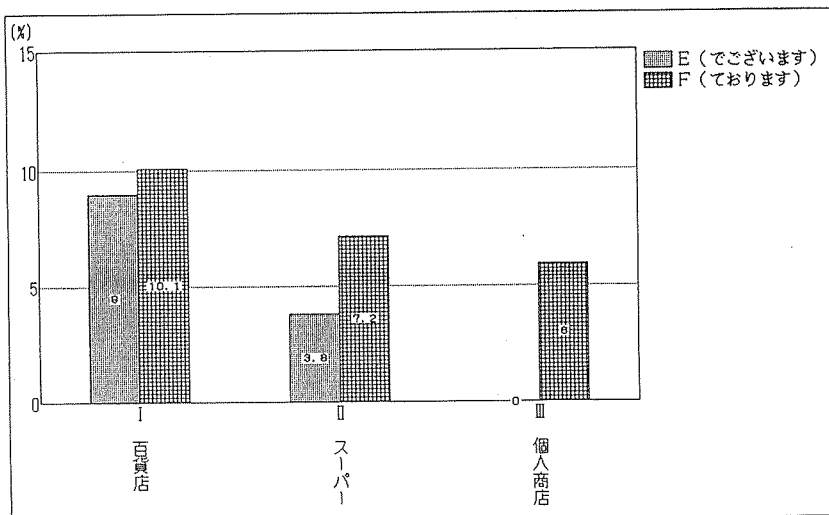


さて、Bの出現率と対照的なのがE、Fの出現パターンである。

Eは丁寧語「でございます」が付加した形式である。百貨店では9.0%を占めているが、スーパーでは3.8%に下がり、個人商店では皆無になる（図2）。

Fは「ております」が付加した形式である。百貨店>スーパー>個人商店の順に漸次出現率が低下している（図2）。

図2 表現形式E（でございます）、F（ております）の出現率



百貨店でのアルバイト経験者によれば、このような場面での応答としての「です」・「ます」体は失礼にあたるとして「でございます」・「ております」体の運用が指導されたということである。また、ある百貨店の接客マニュアル（西武百貨店教育訓練部『一社員必携－販売基本ルール』1993.10）でも、「使ってはいけない言葉づかい」として「〇〇です」を明記し、「〇〇です」に対応する「好ましい言葉づかい」として「〇〇でございます」を掲げている。

しかしながら、図2によれば、百貨店においても「でございます」と「ております」はいずれも1割前後の使用率しかないことがわかる。客（調査者）の年層を勘案したとしても、これが現場での実態というものであろう。

1-3 電話調査との比較

ところで、百貨店の総合案内事務に電話をかけ、閉店時間の質問に対する応答を録音し、分析したデータがある（黄鎮杰「百貨店店員の言語行動－電話応対に見られる言語行動を中心に－」1993.6 未公刊）。それによれば、電話での応答としては「でございます」が実に64.9%も出現、また「いたしております」も13.5%出現している（表2）。電話での応対は比較的接客マニュアルに比較的忠実であるということが言えるわけである。

なお、この調査では1回目の回答の後で必ず「え？」と聞き直しているが、その2回目の回答ではこれらの形式は減少し、敬語のない形式が激増（0%→41.7%）していることがわかる。繰り返しの発話では敬度の低い表現に変換される傾向が認められるのである。

表2 電話調査による各表現形式の出現度数と出現比率

上段：度数

下段：比率（%）

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	計
I 百貨店	1回目	0	0	3	0	24	2	2	5	0	1	37
		0.0	0.0	8.1	0.0	64.9	5.4	5.4	13.5	0.0	2.7	
	2回目	0	15	4	0	14	1	0	2	0	0	36
	聞き直し	0.0	41.7	11.1	0.0	38.9	2.8	0.0	5.6	0.0	0.0	

1-4 イメージとしての百貨店ランキングとバラエティとの相関性

ここで、百貨店ごとの差異を見てみよう。関西圏の百貨店については、その

イメージランキングに関する調査を行った（1993）。これは、関西在住の女子大生 184人を対象としたアンケートによるものである。格が高いと思う順に数字でランクを付けてもらったものを点数化し、平均順位を算出した（表3）。

表3 百貨店イメージランキング（1993）
平均順位

	関西居住1年以上	関西居住1年未満	全 体
三越	3. 5 ②	2. 5 ①	3. 3 ①
高島屋	3. 4 ①	3. 3 ②	3. 4 ②
大丸	3. 9 ③	4. 5 ⑤	4. 0 ③
阪急	4. 0 ④	4. 4 ④	4. 1 ④
そごう	4. 9 ⑤	4. 3 ③	4. 8 ⑤
松坂屋	5. 3 ⑥	4. 8 ⑥	5. 2 ⑥
西武	5. 6 ⑦	5. 4 ⑦	5. 6 ⑦
阪神	7. 0 ⑧	7. 0 ⑧	6. 9 ⑧
近鉄	7. 9 ⑨	8. 0 ⑨	7. 8 ⑨
京阪	9. 1 ⑩	8. 4 ⑩	8. 9 ⑩

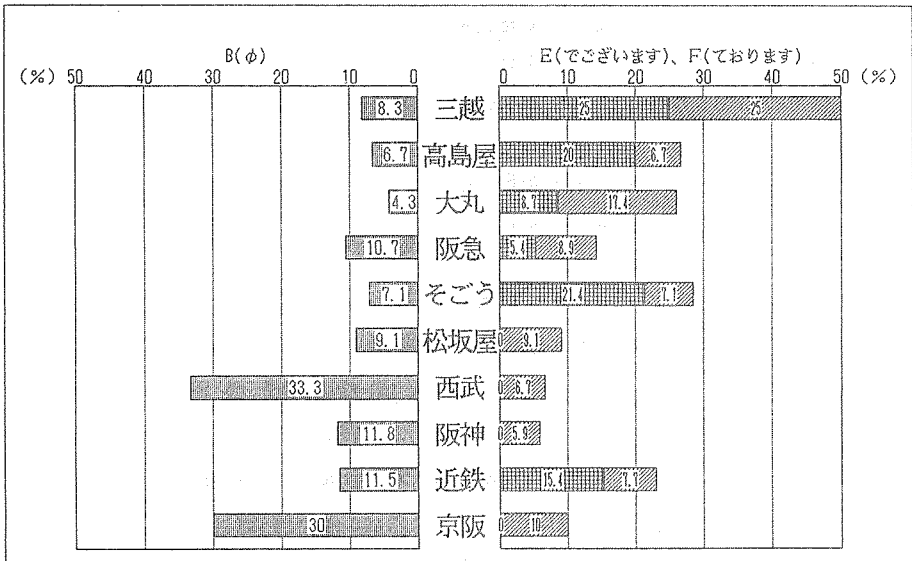
また、同様の趣旨のもとに、関西在住の女子大生 140人を対象としたアンケート調査（1994）も行った。ここでは、関西圏の百貨店を高級だと思う順に3位まで挙げてもらった。その結果を1位を付けた人の多かった順に挙げると、①三越、②大丸、③阪急、④高島屋となっている。先の調査と若干順位は違うが、上位の4店は一致しているのである。

この一つ一つの順位には絶対的な意味はないとしても、各百貨店について、イメージ上の相対的な格付けは明らかに存在しているといえよう。

さて、図3は、各百貨店ごとにそれぞれでの会話数全体の中で占めるB（ ϕ ）と、E（でございます）およびF（ております）の出現比率を示したものである。

図3 百貨店ごとの

B（ ϕ ）、E（でございます）、F（ております）の出現比率



丁寧語などの付加しないBの出現率が高くて、E、Fの出現率が比較的低いのは、「西武」・「京阪」などであり、一方、敬度の高いE、Fの出現率が高くて、Bの出現率が比較的低いのは、「三越」・「そごう」・「高島屋」・「大丸」などである。

表3と図3とを対照して、そこにある程度の相関性を認めることができよう。

なお、百貨店でこの項目に関する今回のデータの範囲では、店舗ごとのそれぞれの店の立地場所（地域性）やフロアー（売場）による傾向性は認めるにいたらなかった。

1-5 スーパーについての特徴

改めて表1を見よう。スーパーにおいて、E（でございます）が9度数出現している（出現比率 3.8%（図2））。

その9例は、次の店でのものである。

ジャスコ（宝塚店・書籍売場）

ジャスコ（川西店・文具売場）

ジャスコ（川西店・衣類売場）

ジャスコ（川西店・スポーツ用品売場）

ジャスコ（茨木店・書籍売場）

ジャスコ（奈良店・書籍売場）

ジャスコ（奈良店・宝石売場）

ジャスコ（奈良店・電気器具売場）

ジャスコ（奈良店・家庭用品売場）

注目されるのは、そのすべてが「ジャスコ」であるという点である。比して、「ダイエー」・「イズミヤ」・「ニチイ」・「西友」などでは、Eの使用がまったくなかった。接客マナーの指示の徹底度に店舗による相違が明確に存在していると言えよう。

1-6 「シチジ」か「ヒチジ」か

閉店時間の「7時」の「7」をどのように発音するか、「シチ」か「ヒチ」か、変異形「ヒ」の出現の様相を把握することに今回の調査の一つの重点をおいた。

なお、この「7時」に関しては「ナナジ」と発音されたケースが若干ある。そしてそれは、奈良、和歌山方面に立地する店舗に特に顕著な傾向が認められた。地域性の存在が予想されるが、この点については今は指摘だけにとどめておく。

さて、データテープを聴取した結果では〔ç i〕あるいは無声化した〔ç̥ i〕が圧倒的で、〔ʃ̥ i̥ ~ ʃ̥ i〕と聴き取れるものは皆無に近いことが判明した。したがって、音声変異形の出現率と店舗間の相関を具体的に検討しようとした試みはこの項目では挫折したわけである。

関西では、「シチ」と「ヒチ」とでは、「シチ」が標準音形と理解しつつも、「シチ」を志向しようとする行動は現在起こされてはいないし、起こす気もないように見受けられる。そのあたりの意識の解明と今後の動向を見つめていくことが必要であろう。

その他にも分析すべき項目、追究すべき課題は多い。順次進めていきたいものと思う。

付記

実地調査でご協力をいただいた学生の方々に、この場を借りて改めて感謝いたします。

(さなだ しんじ 文学部教授)
(いのうえ ふみこ 文学部助手)