

スナックにおける言語コミュニケーション研究  
—対人関係を調節する接客言語ストラテジー—

中田 梓音

博士（文学）

総合研究大学院大学  
文化科学研究科  
比較文化学専攻

平成28（2016）年度



## 博士論文要約

### 論文題目 「スナックにおける言語コミュニケーション研究 —対人関係を調節する接客言語ストラテジー—」

本研究は、日本の深夜酒類提供飲食店のうち、いわゆる「スナック」の接客場面における言語ストラテジーを明らかにしようとするものである。スナックはカウンター越しの接客が基本となっており、風俗営業店における性的なサービスのような接客方法を含まず、他の遊興飲食店とは比較的明確に一線を画していること、会話という言語コミュニケーションのみを通して関係構築が図られる場であること、さらに、一般的な会話の場面と異なり、話者と話者の関係が接客者と客とに限定されており、発話の意図や文脈が比較的しぼり込みやすいことが、本研究でスナックをとりあげる主な理由である。

スナックを経営する女性接客者（以下ママ）の多くは、遊興飲食店で働いた経験を経て独立した女性で、接客の経験年数が長いとともに、年齢もある程度重ねている。彼女たちのコミュニケーションの方法にはそれぞれの経験を通して習得された接客技術が反映されており、客の獲得に始まり、客との関係の維持のしかたに至るまで、言語行動が接客の会話スタイルとなってあらわれると考えられる。このような会話のスタイルのうち、特に客との関係を良好にするための発話に対象をしぼり、それを接客時の言語ストラテジー、略して「接客言語ストラテジー」と呼ぶことにする。ママと店に来る男性客が、それぞれどのような言語行動によって「接客者」と「客」としての良好かつ適切な関係を構築しているのかを明らかにすることを目的とし、スナックでの接客言語ストラテジーとそれによる関係の調節の様相を、長期的なフィールドワークによって得られたデータを通して観察する。さらに、このデータの分析に基づき、対人関係を調節する機能をもつとみられる言語行動を抽出し、実験観察によってその機能を検証することで、言語ストラテジーの新たな実証方法を試みるものである。

分析するデータは、参与観察と傍受観察により収集した会話データと観察記録を中心とした。さらに結果の検証のために、会話データに見られた言語行動を接客側として再現する実験観察を行い、その場で収集したデータも分析の対象とした。

手法としては、会話分析により、各話者の発話や会話の参加者の言語行動の詳細をとらえる。本研究で会話分析のアプローチを用いるのは、対象となる発話者の詳細をとらえることができるその転写方法の特徴による。これによって、「なにが」「どのように」発話されたのか、という音声の会話を視覚的に把握しやすくなる。具体的には、会話における順番交替や隣接ペアなどの規則に関わるトラブルがみられるかどうか、また、会話の中でそれがどのように検知され、修復されているのか、という全体的な予備分析が可能となる。つまり、それぞれの話者の意図を達成する手続き、および話者の理解が示されている手続きが言語表現に明確に反映されている部分を注目すべきシークエンスとして抽出すること

ができるということである。これらを発話内容とともに詳細に分析することによって、言語行動以外の周辺要素である役割、関係性やそれに伴う権利、義務などと関連づけて考察することが可能となると考えられる。

特に、対人関係の親密性に関する先行研究では扱われてこなかった、新しく知り合ったママと新しい客との間で交わされる会話にみられる時間経過に伴う言語行動の変化と、女性接客者による男性客との心的距離の近接のとり方を意図した発話の特徴に着目した。具体的には、言語コミュニケーション研究において対人関係の親しさをあらわすとされている(1)スピーチレベル、(2)自己開示、(3)ユーモアを観察可能な言語行動とみなし、それらを切り口として、記述・分析する。客観的に観察されたこれら言語行動のパターンをポライトネス理論と併せて考察することで、対人関係の調節の様相を明らかにした。なかでも特に、接客者に特徴的にみられたものを「スナックの接客言語ストラテジー」とし、この接客言語ストラテジーを、仮設スナックで調査者自らが応用し、その効果の検証・分析をすることにより言語ストラテジーの新たな実証方法を提示したところに、本研究の独自性がある。

論文の構成は以下の通りである。第1章は、概要である。本研究のキーワードとなる、会話分析、ポライトネス、親密性、接客に関する先行研究を言語コミュニケーションとの関わりから整理した。また、それらにみられる問題点をふまえて、本研究の調査方法と分析方法、およびその学術的意義について述べた。調査概要は次のとおりである。本研究は、深夜酒類提供飲食店として京都市で営業するスナック「A」(以下、スナック A)でおこなった調査と関連する店のフィールドワークに基づくものである。一人で経営と接客をする「ママ」(以下、ママ M)、スナック A に初来店してから定期的に通うようになった男性客(以下、男性客 I)を調査対象者とした。調査全体のフィールドワーク期間は 2010 年 10 月から 2014 年 11 月にかけて、おこなった。これらのうち、スナック A においては 2012 年 1 月から 2014 年 6 月までの約二年半の期間、調査およびデータ収集をおこなった。まず、ママとの信頼関係を築くために一定期間通った後に録音許可をとった。また、録音はカウンターの端においた空箱に入れた IC レコーダーでおこない、各会話の参加者の都合に応じてできる範囲でフォローアップ・インタビューをおこない、発話の意図などを確認した。スナック A 以外でのデータ収集も、原則として同様のかたちでおこなった。

分析には会話分析を用い、その瞬間瞬間の会話を詳細に記述することによって、彼らの発話がどのような目的に沿って選択されたのか、という情報を探る。それが意識的であれ無意識的であれ、実際の話者の意図や聞き手の反応と対比することによって、その場の会話参加者の権利、義務、期待などがみえてくる。さらにそこから人物像や役割、関係性との関連を観察することで、発話という言語行動が、対人関係の調節にいかに関与するかということを示すことができる。このことから、本稿では、会話の記述に会話分析のアプローチに依拠した転写方法を採用し、転写したトランスクリプトから親しさを表示する発話、言語ストラテジーがみられる連鎖組織を抽出し、親密性と深く関連するポライトネス理論

の観点から分析する手法をとる。

以上に基づき、会話の録音後には、書き起こしたトランスクリプトを基に当該会話における参加者の発話を全体的に観察した。その中からママ M と男性客 I の互いの親しさ表示行動に着目し、そのような発話のあらわれた部分かつ関係構築に影響を与えたと考えられるシーケンスを、事例として示しながら分析と考察をおこなった。加えてスクリプトおよびフィールドノート中の中での、曖昧な発話、単語、状況、発話意図、感想などを、男性客 I とママ M とそれぞれ個別に確認したのもフォローアップ・インタビュー資料として使用した。

第 2 章は、調査の場であるスナックとスナックに関わる人びとについての記述である。調査協力者となった女性接客者の背景や接客業に対する意識、客側からみたスナックに対する意識などをインタビューによるデータにもとづき明らかにした。

第 3 章では、スナック A におけるママ M と男性客 I の、初対面から 7 回目までの会話を対象に分析をおこなった。筆者が店の手伝いをする立場での参与観察および客としての傍受観察を通して収集したデータの中で、会話分析の手法によって観察可能となった言語行動に着目し、二者のやり取りを記述、分析した。まず、これまでの会話分析の素材として扱われなかった二者の長期的な親密化の過程でみられる言語行動を分析し、接客場面に特徴的にみられると考えられるパターンを示した。次に、ママ M に見られた、男性客のフェイスに配慮する言語行動を接客言語ストラテジーとして提示した。これらについては、フォローアップ・インタビューにより、関係構築に向けてそれらがポジティブに機能しているという裏付けをとった。

第 4 章では、スナック A 以外のスナックの女性接客者二名の会話データを分析し、ママ M の接客言語ストラテジーと照合した。複数の女性接客者に共通する接客時の言語行動を通して、スナックで一般的にみられる接客言語ストラテジーと考える言語行動について考察した。

第 5 章では、スナックを再現した仮設スナックを調査者が営業し、接客言語ストラテジーを接客者として現場で使用するというかたちで、実験観察をおこなった。これは、当該ストラテジーを現場で意図的に用いることにより、客との関係構築が可能かどうかを検証したものであり、先行研究で慣習的に用いられてきた方法とは異なる新しい手法となっている。収集したデータについては、会話分析、フォローアップ・インタビューおよびアンケートにより、その機能と効果を検証した。実験観察においては、接客言語ストラテジーと見られる言語行動には、普遍性のあるものと、文脈に依存するものがあることが観察された。発話に対する笑いで応答や自己卑下によるユーモアの表出のような親しさを表示する言語行動は、意図的な発話によっても関係構築に有効に機能し、普遍性のあるものであるといえる。一方で、その場にいる客を卑下する他者卑下や個人情報記憶の表示は、客との関係や接客者個人の能力に左右される部分が多いことがわかった。実験ではさらに、親しさを表示すると同時に相手との一定の距離を保つための言語行動を表出することは困難であり、

接客者側からの一方的な意図だけでは、関係を調節する言語ストラテジーとしては機能しないということがわかった。この距離のとり方が客側から適切であると認識されるには、客から、接客者がそれらしい接客者として認められることが条件となる。スナックのママとして客との関係を構築するには、客のフェイスだけでなく男性としてのフェイスに対する配慮にもとづいた言語行動が期待され、それをふまえた言語コミュニケーションができることが必要とされる。男性客にとっては、家庭や職場での役割から開放された自由な発言と自分のフェイスを満たしてくれる反応が期待できる場所がスナックであり、それを成立させる要素がスナックのママの言語行動には随所にみられる。

第6章では、本研究で明らかになったスナックの接客言語ストラテジーのまとめを提示するとともに、新たな言語ストラテジーの実証方法の可能性を議論し、結論とした。本研究により、明らかになったことは以下のとおりである。

まず、親密化の過程においては、スピーチレベルが丁寧体基調から普通体基調へのゆるやかな変化を示すこと、ただし、接客者と客の間ではそのパターンに違いがみられることがわかった。自己開示についても、接客者と客の間では、友人関係における親密化の過程とは異なり、非対称性が認められた。ユーモアについても、客側の発話数が圧倒的に多く、かつ、質的にも違いがあることが観察された。これらは、友人関係における親密化の過程と共通する部分もあるが、二者の会話への参加者の間でパターンにずれがみられることが、スナックという接客場面では特徴的であることが指摘できる。

この、接客者と客の間の違いは、客とは一定の距離を保ちつつも親しさを表現するという、接客者側の相反する意図を実現するための接客言語ストラテジーによるものであるということもできる。たとえば、接客者側は、スピーチレベルを丁寧体基調にしておくことで、普通体へのシフトという形で親しさを表示するオプションを保つことができる。この際に、男性客のフェイスを侵害しない方法として、パラ言語的な韻律の情報の付加などが観察される。また、ユーモアの発話も親密化を意図したもので、客との協働作業というかたちでのユーモアの表出会話により、楽しさを演出する様相が観察された。一方で、女性接客者側は自己に関する情報の開示を制限することで、接客者と客という一定の距離を保つ様子も観察された。

スナックという場合は、風俗営業店に分類されるクラブやキャバクラにおける接客者との会話よりは、接客者との関係が友人とのそれに近いという点で、日常的である。その一方で、家庭や職場での会話のように否定されたり拒否されたりする心配がなく、些細なことに積極的に反応してもらえ、もしくは賞賛してもらえることが保証されているという点で、非日常的でもある。この日常性と非日常性をバランスよく兼ね備えた言語コミュニケーションの場としての特徴が、飲食店とも風俗営業店とも異なる、深夜酒類提供飲食店としてのスナックを位置づけているという可能性を本研究によって示すことができた。