

セールス会話の展開と雑談との接点

―地域の食料品店における常連客と店員のやりとりの分析―

酒井晴香（筑波大学大学院生）

1. はじめに

買物場面にみられる特徴的な言語使用の一つに、店員が客へ商品を勧めるセールス会話がある。本研究では、常連客が多く利用する地域の食料品店における会話を対象とし、勧め談話の展開と雑談への推移に焦点を当て、店員と客の言語的振る舞いを明らかにする。ここでいう地域の食料品店とは、徒歩・自転車圏内を商圈として食料品や日用品等の最寄品を販売する「近隣型」¹の個人商店を指す。このタイプの商店は経営者も当該地域の住民である傾向があり（藤岡ら, 2004）、買物を通して日常的に顔を合わせる店員と常連客、また客同士による、地域社会の会話の場であることがこれまで指摘されている（曾根・香山, 2009）。そこで本研究では、それぞれの言語的振る舞いを可能にする会話の資源にも注目し、セールス会話が地域の食料品店において果たす役割を考察する。

2. 先行研究

これまでセールス会話に関して、勧める側の発話形式や勧め談話としての展開が記述されている（日本語会話を分析した研究として、杉戸・沢木, 1977; 1979; 津田, 1984; ザトラウスキー, 1993; 山本, 2004a; 2004b; 2005）。これらの研究では、商品に関する知識や、客の需要・意向に関する情報要求―提供によって共有された知識を資源とする肯定的評価や提案などが、売り買いの達成に向けたストラテジーとして報告されている（ザトラウスキー, 1993; 山本, 2005）。一方、勧めに対する基本的な応答には受諾と断りがある。特に断り発話には、勧める側への対人的配慮としてしばしば理由述べがみられるほか、理由述べをもって断りとすることもある。また、商品勧めに対する断りには、理由述べを含め通常よりも明確な表現を使用することが指摘されている（ザトラウスキー, 1993）。上記のように商品勧めのストラテジーや応答の特徴が記述されているものの、分析の対象は勧め談話としてのやりとりに留まっており、勧め談話以降どのように後続のやりとりへ推移するか明らかになっていない。

商品勧めと応答を中心に展開する会話は、売り買いの達成に向けた制度的(institutional: Drew & Heritage, 1992)談話と言える。一方で、互いに見知った店員と客の会話には売り買いに直接貢献しない雑談も多く生起する（杉戸・沢木, 1977; 津田, 1984）。制度的談話から雑談に推移する際、沈黙や談話標識によって明確に構造化される場合だけでなく、制度的談話に含まれた情報に誘発されて「(制度的談話に) 重ねられた雑談 (overlay small talk, 筆者訳)」(Kuiper & Findall, 2000:192)が展開する場合もある。例えば、医療面接冒頭を分析した Coupland et al. (1992)は、「How are you?」があいさつに続く儀礼的発話／体調を尋ねる実質的発話という2つの解釈を持ち、聞き手の解釈によってその後の展開が方向づけられると指摘している。また、買物場面の会計談話から雑談への推移を観察した井出(2008)は、店員による商品への言及に対する、客の私的な自己開示を含む発話から雑談へ推移することを見出している。すなわち、特定の場面や関係性において、「How are you?」や自己開示的な発話は、制度的談話と雑談が重なる接点となり得る。

3. 分析手順・分析データ

以下では、地域の食料品店で生じる勧め談話の展開と雑談への推移のあり様を明らかにするため、まず、勧め発話を記述し、発話に利用される資源と生起する談話環境を確認する。続いて、断りの応答における理由述べに着目し、勧め談話の構造そのものに雑談への推移を可能にする要素が含まれていることを指摘する。

¹ 本研究ではコミュニケーションに影響を与える店員と客の関係や、店の特徴を端的に示すためにこの語を援用する。「近隣型」のほかには、バス等の交通手段が用いられる商圈範囲の「地域型」、より広い商圈範囲を持ち買回品を多く扱う「広域型」、「超広域型」がある（中小企業庁, 2019）。

本研究の分析データは広島県の島しょ地域にある A 店で収集した。A 店は集落の目抜き通りに位置し、当該集落を商圈として最寄品を販売していた。家族経営をしていた A 店では、店主 X1 が商品の仕入れ（毎朝広島県本土の市場と店を自動車で行き来）・魚等の調理作業・接客、X1 の娘である X2 が接客を担当していた。協力者に許可を得たうえで、2018 年 9 月 14 日（金）の開店から閉店までの会話を IC レコーダーで録音し、計 11 時間 10 分の音声データを得た。また録音と同時に、店内で客と店員の身体動作を筆記で記録した。収集当日には延べ 48 名が A 店を訪れた。

4. 分析・考察

4.1 商品勧め発話の形式・資源・談話環境

上記のデータでは、X1 と X2 から客 15 名に対して 21 事例の商品勧め発話（以下、勧め発話）がみられた。4.1 節では、勧め発話の形式と利用される資源、出現する談話環境を確認する。

まず、発話形式には、(1)「いないか?」と需要を伺うもの、(2)「食べさせたら?」と提案するもの、(3)商品の入荷を報告するもの、(4)商品の肯定的評価を述べるものがあつた（事例(1)～(4)はいずれも X1 の発話）。勧めの対象は、(1)(2)の魚や寿司などの水産物が主であつた（15/21 例）。これは X1 と X2 がその日の入荷状況という商品に関する知識と照らし合わせたうえで、新鮮な状態で、売れ残らないようにしていたものと思われる。商品に関する知識として(4)「1780 円」のように価格への言及もみられた。また(3)では特定の商品（うじごろし）の入荷を報告している点から、当該の客が求めていたか日常的に購入する商品であつたと推測される。ここから、勧め発話には、個々の客に紐づいた商品に関する知識が利用されていると言える。さらに、(2)では「婿殿」と客の家族に言及して、これ（＝握り寿司）を食べさせたらどうかと提案している。以上をまとめると、勧め発話には、商品に関する知識のほか、客と商品の関係に関する知識、客の家族に関する知識が資源として利用されている。

- | | | |
|-----------|---------------------------|------------------------|
| (1) 需要の伺い | 「サンマはいらんかった奥さん(.)生サンマ。」 | (6 例) |
| (2) 提案 | 「婿殿に::(.)××さんこれ食べさせたら。」 | (2 例、「これ」は握り寿司のこと) |
| (3) 入荷報告 | 「××さんこれ::「うじごろし」ゆうの入ったが。」 | (10 例、うち 3 例は肯定的評価を含む) |
| (4) 肯定的評価 | 「安いよそりゃ::1780 円。」 | (3 例) |

出現する談話環境に関して、(5)X1, X2 が自発的に始めるもの（17 例）、(6)客の問い合わせに対する応答において肯定的評価を付加するもの（2 例）、(7)客の問い合わせに回答した後に別の商品を勧めるものがみられた（2 例）。(5)（(3)再掲）では、X2 と客が「今日（仕事）が休み」と話しているところに（1, 2 行目）、X1 が「うじごろし」の入荷を報告する。(6)では、客が店の冷蔵庫にメバルしかないのかと指摘した後（2 行目）、メバルについて「安い」という肯定的評価を付加する。(7)では、客が「今日戻ったぶん?」（1 行目）と今日入荷した商品かと尋ね、それに答えた後で別の商品である「刺し身」の入荷を報告する。これらの事例からは、勧め発話が客の意向を伺いながら段階を踏んで展開されているとは言えず、従来「説得型」と言われていた典型的な勧め談話とは異なることが窺える。これには、購入時の比較検討が少ない最寄品が販売商品であることに加え、予告や準備なく勧め発話を行うことができる店員と客の「身構え」（北村、1988: 46）が関わるものと思われる。

(5) うじごろし

- 01 X2 今日休みなん。
02 客 うん(.)今日はね::(.)休みなんよ。
03 X1 ° ××さん° (.)××さんこれ::「うじごろし」ゆ
04 うの入ったが:

(6) 安いよメバル

- 01 客 ((魚が入っている冷蔵庫を見る))
02 客 今日メバルだけなん(じゃ.)
03 X1 え?
04 客 メバルだけなん。
05 X1 安いよメバル(.)今日は

(7) 刺し身もおるよ

- 01 客 これきよ(.)今日戻ったぶん?
02 (1.5)
03 X2 ほうよ。
04 客 ()
05 X2 うん
06 客 ね::.
07 X2 >刺し身もおるよく

※ 3 行目「ほうよ」=そうよ

4.2 理由述べを起点とした雑談への推移

勧めへの応答として、まず受諾と断りを比べて観察する。(8)では、1行目で店主 X1 が客にヒラメを勧め、客は「もらいます」と購入を表明する(6行目)。(9)では、2行目で店員 X2 が客にメバルを勧め、これに客は「ええ(=いい)」と明確に断りを表明したうえで「これとこれもらったけん(=から)」(7,9行目)とその理由を述べる。

(8) はいもらいます

01 X1 先生ヒラメ切ってますよ:
02 (0.5)
03 X1 先生
04 客 [え:?
05 X1 ヒラメ切つと[るよ
06 客 [はい.(.)もらいます:..
07 (0.5)
08 客 イカもある:..
09 X1 イカもある:..° うわ::ええこと聞きなるの:..°
※ 1行目「切ってます」=調理された状態であること

(9) これとこれもらったけん

01 X2 ((レジ操作をする))
02 X2 先生メバル[は?いい?
03 客 [ええ.
04 (1.0)
05 客 >え?え?メバル?<=
06 X2 =メバル(.)お父[さん.
07 客 [ええメバルは[ええ(.)これとこれ
08 X2 [° (いいですか.)°
09 客 もらった[けん.
10 X2 [はい.

勧め発話と同様、断りの理由述べには客の家族への言及がみられた。以下(10)では客の夫が断る理由として提示される事例、(11)では勧め発話に登場した客の家族が、断る理由にも利用されている事例を観察する。

(10) ((7)再掲)では、X2 が客に刺し身を勧める(7行目)。客は「刺し身は1人では食べられない」と購入できない理由を述べる(9-10行目)。すると客が1人で食べる状況を想定した理由に関して、X2 は「おじちゃん」(=F17の夫)が食べないからかと尋ねる(13行目)。続く発話でX2 は授受補助動詞「てくれる」を用いることで、「「おじちゃん」が何でも食べる」ことの受益者として客と同一の視点を取り、「ええのに」と願望を示す(15行目)。これに対して客はそれまでよりも大きな声で「ねえ」(16行目)と同調して共感を示す。

(11) ((2)再掲)では、客1と客2が話しているところにX1 が握り寿司が入った容器を持って近づき、3行目で客1に対して「婿殿」に「これ」を食べさせたらどうかと発話して商品を勧める。これに対し客1は「肥えちよるけ:: (肥えてるから)」と理由を述べて「食わされん」と答えることでBの勧めを断わる(5行目)。その後客1は笑い、さらに客2も同じく笑っている(5,6行目)。続けて客1が「肥えすぎちよるけえ食わされんのじゃ (肥えすぎてるから食べさせられないんだよ)」(9行目)と発話して笑うと(9-10行目)、客2は「ほんまよ」、「あれだけありゃ (あれだけあったら)」と同調する。またこの発話では、ア系代名詞「あれ」によって客2の「婿殿」に関する知識が表明される。F1はF2に対して「ね::」と「婿殿」に対する評価・態度への同調が示し合われる。この間X1は小さな声で「婿殿」と発話し、また容器を客らに差し出す様からは再度勧めを試みる様子が見て取れるが(11行目)、客1,2には取り上げられていない。なお、客2が店内の別の商品を手に取ると、X1は再び勧めをしている(13-14行目、上記(6)のタイプに相当)。

(10) なんでも食べてくれればええのに

01 客 これきよ(.)今日戻ったぶん?
02 (1.5)
03 X2 ほうよ.
04 客 ()
05 X2 うん
06 客 ね::.
07 X2 >刺し身もおるよく
08 (4.0)
09 客 刺し身はいや::あれ(.)1人じゃ食べれんけ::(
10)なりそう hh.
11 X2 あ:::そうなん.
12 (2.5)
13 X2 おじちゃん食べんの.
14 客 ((15秒ほど店内を見る))
15 X2 なんでも食べてくれれば(ええのに)=
16 客 =ね:::()なのね:::

(11) 肥えすぎちよるけえ食わされん

01 客1 ()hahahaha
02 (2.0) ((X1 が容器を持って近づく))
03 X1 婿殿に::××さんこれ食べさせたら.
04 客1 婿殿に?
05 客1 あ:: 肥えちよるけ::1個も食わされん hh[hh.
06 客2 [haha
07 X1 え?
08 客1 肥えすぎちよるけ::食わされんのじゃ hahahaha
09 ha[haha
10 X1 [° 婿殿 ((容器を差し出しながら))
11 客2 ほんまよ::あれだけありゃ::
12 客1 ね::.
13 客2 ((店内の別の商品を手に取る))
14 X1 安いよそりゃ::1780円.
15 客2 あ::

(10)では、客の理由述べは勧めに対する応答でありながら、理由に埋め込まれた客の家族に関する情報へX2が言及することで雑談へ推移している。ここから、重ねられた雑談の起点となる要素が、勧め談話の構造そのものに含まれていることが指摘できる。また(11)も同様、理由述べに含まれた客の家族に関する情報を資源として雑談が生起している。(11)では、勧め発話の資源としてX1が会話に持ち込んだ「婿殿」であったが、客1が理由述べの根拠として提示した「肥えちよる」という情報が、共有知識を持つ客2の同調を誘発していた。さらに店員と客ではなく客同士の雑談へと推移しており、X1の勧め発話(10行目)が会話に取り上げられず一時的に停止していた。

このように、当該場面の出来事が影響する場面外の生活に関して会話の参加者が知識を共有している場合、本研究の買物場面で言うと、その商品を食べる可能性がある人物に関する知識を共有している場合、制度的談話を構成する発話であっても重ねられた雑談へ推移する起点となり得る。ここから、店員や客たちが互いの家族を見知った間柄にある地域の食料品店において、セールス会話は単に売り買いの達成に影響するだけでなく、共有知識の表明や同調から成る雑談をもたらすものでもあると言える。

5. おわりに

本研究では、地域の食料品店のセールス会話について、勧め発話の特徴を述べたうえで談話の展開を記述した。分析からは、勧めに対する断り発話に含まれた客の私的な情報が資源となり、雑談へ推移することを示した。さらにこれは店員と客、客同士の共有知識に下支えされたやりとりであることを指摘した。以上よりセールス会話は、地域の食料品店が会話の場としての役割を果たす一端を担うものと言える。なお、互いに見知った間柄にある人々による買物場面の会話は、典型的な制度的場面の会話とは異なる性質を持つ可能性が分析から示唆された。本研究では検討に至らなかったが、今後そうした緩やかな制度のあり様及び関係の実践について明らかにしたい。

参考文献

- 中小企業庁 (2019). 平成30年度商店街実態調査報告書. 中小企業庁. <
<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2019/190426shoutengaiB.pdf?201201>> (2022年1月10日)
- Coupland, J., Coupland, N., & Robinson, J. D. (1992). "How are you?": Negotiating phatic communion. *Language in society*, 21(2), 207-230.
- Drew, P. & Heritage, J. (Eds.) (1992) *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 藤岡泰寛・大原一興・小滝一正 (2004). 近隣型商店街における「住一商」関係別にみた商人家族の居住特性 日本建築学会計画系論文集, 69(586), 89-95.
- 井出里咲子 (2008). スモールトーク 唐須教光(編) 開放系言語学への招待—文化・認知・コミュニケーション— 慶応義塾大学出版会 pp. 171-192.
- Kuiper, K., & Flindall, M. (2000). Social rituals, formulaic speech and small talk at the supermarket checkout. In Coupland, J. (Ed.) *Small talk*, pp. 183-207.
- 北村光二 (1988). コミュニケーション論とは何か 季刊人類学, 19(1), 40-49
- 曾根陽子・香山愛理 (2009). 高齢者層の交流の場としての近隣型小売商店の役割—1960年代のミニ開発住宅地における近隣コミュニケーションに関する研究その2 日本建築学会計画系論文集, 74(635), 83-89.
- 杉戸清樹・沢木幹栄 (1977). 衣服を買う時の言語行動—その諸側面の観察— 言語生活, (314), 筑摩書房 pp. 42-52.
- 杉戸清樹・沢木幹栄 (1979). 言語行動の記述—買い物行動における話しことばの諸側面— 南不二男(編) 講座言語第3 言語と行動, pp. 271-317.
- 津田葵 (1984). 説得型談話にみられる日米比較—セールスマンとお客の談話分析— F. C. パン(編) 言語のダイナミックス 文化評論出版 pp. 20-36.
- 山本千津子 (2004a). 「店員勧め表現」における「伝え」と「促し」の融合型表現形式に関する考察 国語学資料と研究, 27, 37-46.
- 山本千津子 (2004b). 「勧め表現」における「店員勧め表現」の表現ストラテジーに関する一考察 早稲田大学日本語教育研究, (4), 177-189.
- 山本千津子 (2005). 店員による商品の「勧め」に関する談話展開について 早稲田日本語研究, (13), 49-60.
- ザトラウスキー, ポリー (1993). 日本語の談話の構造分析—勧誘の談話のストラテジーの考察— くろしお出版