

## 売買時のコミュニケーションの地域的特色について 長野と京都の比較を通して

岩男 考哲

### 1. はじめに

本稿は、現在進行中の平成23年度信州大学若手研究者萌芽研究支援事業によって支援を受けた研究『善光寺商売（商法）』の実体を言語学的に探る（代表：岩男考哲）の中間報告である。この研究の最終的な目的は、善光寺（長野県長野市）付近の接客時における店員のコミュニケーションの取り方の独自性を会話分析の観点から明らかにすることにある。それに向けて現在、様々な地域で調査を行いデータの分析を行っている。その現段階での報告である。

本稿の構成は以下ようになる。まず2. で本研究のキーワードとなる「善光寺商売（商法）」とはどういったものかを説明し、その「善光寺商売（商法）」をめぐる本研究で何を行うのか述べる。次に3. では本研究の調査の概要を述べ、4. で具体的にデータを見ながら、各地域の売買時におけるコミュニケーションの比較を行う。それを受けて5. で両者の違いを考察する。最後に6. で本稿のまとめと今後の課題を述べる。

### 2. 本研究の目的

2. では本研究のキーワードとなる「善光寺商売（商法）」という概念の説明と、それをめぐって本研究が何を行おうとしているのかを具体的に述べる。

長野市にとっては不名誉なことかもしれないが、善光寺近辺の商売の仕方を表すのに「善光寺商売（あるいは「善光寺商法）」という語が存在する（「不名誉」とした理由については以下を参照）。

この語については、管見の限りでは学術的な定義は行われていない。しかし、一般的な理解は存在する。それは以下のようなものである。

善光寺商法とは「もてなす気持ちのない商売」のことである。すなわち、善光寺には毎日大勢の参拝客がやってくる。なので、その門前町で営業をしているお店は営業努力をしなくても客が入る。いい場所さえあれば、営業努力などしなくても商売繁盛。

(<http://www.niseko.net/nobuo/archives/2223>)

その結果、「北信は（中略）善光寺商法がはびこっているから、サービス精神のかけらもない（丸山・岩中(1994:63-64)）」といった言説まで生んでしまっている。

このように否定的な理解がされていると言って良い「善光寺商売（商法）」であるが、それを改めるよう呼びかけるのが本研究の目的なわけではない。本研究では何が良いコミュニケーションで何が悪いコミュニケーションなのかといった価値判断的な議論は行わない。本研究で問いたいのは、次の点である。

「善光寺商売（商法）」と呼ばれ得る善光寺近辺特有の商売スタイルは、現在の善光寺近辺に実在するのか。実在するとしたら、それは具体的にどういったスタイルのコミュニケーションのことを言うのか。

以下、この点について詳しく述べる。本研究のタイトルでもある「善光寺商売の実態を探る」ためにはまず、「善光寺商売（商法）」と呼ぶにふさわしい売買時のやりとりが実在することを確認しなければなるまい。これは「善光寺商売（商法）」という表現が形骸化している可能性を否定するためのものである。そのためには、「善光寺商売（商法）」と呼ぶようなやりとりが「現在」、「善光寺近辺」に存在することを示さねばならない。現存しないのであれば、上記のような否定的な意味合いの語が用いられる状況は改めなければならない。そして、その独特なやりとりが善光寺近辺だけでなく、広い地域で見られるのであれば、敢えて「善光寺商売（商法）」という語を用いる必要は無い。つまり「善光寺商売（商法）」とは、その複合語の構成要素に「善光寺」が用いられていることから、善光寺近辺に実在する、その地域独特のコミュニケーションスタイル（しかも、現存するスタイル）にこそ用いられるべき語であるはずである。他の地域との比較を通して、善光寺近辺にしか存在しないコミュニケーションスタイルが存在することが明らかになれば、それを初めて「善光寺商売（商法）」と呼ぶことができる。その比較対象が多ければ多いほど、より「善光寺商売（商法）」の独自性が明らかになる。それは当然ながら、2. の冒頭で引用したような否定的な意味合いを持ったものではない可能性もある<sup>1</sup>。この調査の概要については3. で改めて述べる。

そして、「善光寺商売（商法）」と呼ぶにふさわしい、独特なコミュニケーションスタイルが存在することが明らかになったら、それがどのように独特なものであるのかを考察しなければならない。そこでようやく「善光寺商売（商法）」とは具体的にどのようなものなのか明らかになるのである。

以上、2. では「善光寺商売（商法）」という語の一般的な理解を確認した後、本研究が行

おうとしていることをやや具体的に述べた。

### 3. 調査の概要

3. では、本研究で行っている調査の概要を述べる。

まず調査を行っている地域であるが、当然ながら善光寺近辺が挙げられる。特に、善光寺の門前町周辺を中心に調査を行っている。そして先述の通り、善光寺近辺の独自性を明らかにするには、他の地域には同様のコミュニケーションが存在しないことを示さなければならない。そこで比較対象となる地域が必要となる。その比較対象として今回は京都と大阪を選んだ。これは、今回の研究助成が1年間という限られたものであることによる。この限られた期間で比較対象としてふさわしい場所を探すには、その調査対象はある程度土地勘のある場所で行なければならない。そこで、筆者が以前在住していた地域近辺を選んだ。本当ならば、より多くの地域でデータを集めるべきであるのだが、既述の通り、本研究は時間が限られている。

京都の調査地域は京都市東山区にある清水寺の門前町近辺を選んだ。これは、善光寺同様、寺院目当ての観光客が多いという点で、比較対象に適していると考えられるためである。そして、大阪はまだ調査が十分ではないが、東大阪市にある石切神社周辺を調査地として考えている。これも神社を目的とした環境客が訪れる商店街が存在することが理由として挙げられる。この長野（善光寺）と京都（清水寺）、大阪（石切神社）との比較を通して、果たして本当に善光寺近辺には「善光寺商売（商法）」と呼ぶにふさわしい、独特なコミュニケーションスタイルが存在するのか否か、存在するのであればそれは具体的にどういったスタイルのことなのかを最終的に示したい。

分析するデータとしては、筆者と店員との会話のみを扱い、店員と筆者以外の客との会話は分析の対象とはしないことにした。これは、客の性別・年齢等を統一するためである。それには、客側を固定してしまうのが最善の手段であると考えられる。当然ながら、服装も一方がカジュアルで他方がフォーマル等といった差が生じないよう注意を払った。

そして、分析の対象となる会話は「挨拶→質問→返答→購入（買わない場合もある）」を1つのターンとしてデータを収集した。ただし、店舗によっては店員がカウンタの中におり、購入時以外にはコミュニケーションが取りづらい構造の所もあるので、そういった店舗は調査の対象から外した。

以上、3. では現在本研究で行っている調査の概要を述べた。こうして収集したデータをもとに、分析を行うわけである。それでは、4. で実際にその分析の一部を紹介することにした。

#### 4. 分析

4. では、具体的なデータの分析を行う。とは言え、1. でも述べたように、本稿は中途報告であるので、石切神社近辺のデータが分析の対象となっていない。そこで本稿では、ただ善光寺近辺と清水寺近辺の違いを指摘するに留める。善光寺近辺の独自性を出すには、今回の調査の範囲で言えば2カ所（石切神社近辺と清水寺近辺）に見られる共通点を善光寺近辺が有していないことを指摘しなければなるまい。それは今後の課題とする。

なお、本文中では善光寺・清水寺、あるいは長野・京都といった調査地域を表す語以外の固有名詞はアルファベットで記している。

##### 4.1 店員間のやりとり

まず、店員間のやりとりについて注目すべき点を挙げる。

善光寺近辺と清水寺近辺の違いとして、まず店員同士の会話の違いが挙げられる。店内に店員が複数いる場合、善光寺近辺では、客が店内にいる間にも店員間で接客と直接の関わりを持たない会話が続けられるという現象が見られた。具体的にはその場にいない第三者の話を続けたり、店員同士の休息に関する会話が行われていたりする。それが明確に現れた例を以下に挙げる。

(1) 店員：はい いらっしゃいませ

客：こんにちは

店員：いかがでしょうか

(店員と店員2の会話：43秒)

店員：はい いかがでしょうか

店員：(店員2に) さあ お茶にしよう<sup>2</sup>

店員2：はい (その後二人で会話)

店員2：(そばの注文を電話で)

下線がそれに該当する部分である。もちろん、これは客に向けられた発話ではない。特に後半部に注目すると、客が店内にいる状況で、店員の休息（お茶）の話と食事（そば）の注文が行われていることが分かる。こうした会話は清水寺近辺では現段階では見られていない。これと関連して、入店後の客の扱いについてだが、清水寺近辺に比べ、善光寺近辺の方が客が一人で店内を動き回る時間が長い。清水寺近辺では店員が客に話しかける場面が数多く見られる。それに加えて、善光寺近辺では入店しても店内に店員がいない（店の奥から出てこない）という現象が見られた。これも本稿では（1）のような現象の一つの事例として扱うことにする。その理由は5. で述べる。

## 4.2 返答

次に、客の質問に対する返答の量に注目する。その量を見てみると、善光寺近辺に比べ、清水寺近辺の方が客の質問に対する返答が長い傾向にある。実際に例を見ていこう。(2) (3) が善光寺近辺の例で、(4) (5) が清水寺近辺の例である。なお、会話中の[]の記号は、[]内の会話同士が重なって発せられていることを表している。

〈善光寺近辺〉

### (2) 店舗1

客：(商品を指さして) これとこれが 同じ物ですか? [同じも]

店員：[はいそうです]

客：で これは おなあじ ん? これはちがうんですかね

店員：こっちがわだけ

客：ああ これがちがうのか ふうん

店員：こちらはつめあわせになってます

客：ああ なるほど

(沈黙：4 1秒)

客：ふうん

(沈黙：1 2秒)

客：(店内のものを指さして) これ 蜂の巣ですか

店員：ちがいます

客：ああ ちがう ああ はす?

(沈黙)

### (3) 店舗2

客：この「栗かのこ」というのはこのサイズだけですかね

[じゅうに]

店員：[あの一] おおきいのもあるんですよ

客：あ [これ]

店員：[うち]ではやってないですけど

客：あ そうですか こちらはこれだけっていう

店員：うん

客：あ一

店員：あんまり あ一 あれなんで おくのやめてるんです

客 : あー そうですね

店員 : 出てはいると思います

客 : あー わかりました あちこち探してみたらありますか

店員 : あつちのとか あるかもわかりませんが

客 : そうですね わかりました

なんか 善光寺って牛っていうイメージがあったんですけど

猫 (注 : 招き猫) もけっこういるんですね<sup>3</sup>

店員 : そうですね

<清水寺近辺>

(4) 店舗 3

店員 : はい こんにちは

客 : あ こんにちは

店員 : 猫が多いです<sup>4</sup>

客 : 多いですねえ

店員 : ひょうたんと猫でがんばってます

客 : へっへええ

客 : こ 猫とひょうたんは 何か関係があ

店員 : まあつくないです

客 : (笑)

店員 : これひょうたんは これ古い店やからもう 100 年くらい前から

ひょうたんでやってますしい

客 : はあ

店員 : もう老舗ですわ 京都の 猫はおばあちゃんが猫好きでえ

客 : ああ はあはあはあ [そうですね]

店員 : [猫も置くようになって]

客 : はあはあはあ

店員 : それで 猫ではまだ 60 年くらい

客 : はあああ

店員 : 戦争が終わったくらいからぼちぼちと

客 : そうですね

店員 : それまで 土産もん屋やっても 誰も清水さんへきはらへん 戦争

客 : あああ そうですねえ

(5) 店舗4

客：(商品を指さして) これはこれですか？

店員：はい そうです ただ今日はちょっと出てしまって無いん[です]

客： [あ ないんですか]

店員：すいません

客：あー 残念そうか

店員：はい [ごぜ]

客：あ [ここに]あったんか そうか

店員：はい 午前中のうちに全部出てしましまして

客：ああ じゃあお盆過ぎても人多いんですね

店員：そうですねえ よろしかったら Tさん(店名) K駅の方にも  
[出店]されてますけどね

客：[駅にも] はーははは

店員：はい

客：そっか 駅にあるか

店員：うーん M餅も代表的なTさんのお餅ですのでえ

客：ふんふんふん

店員：どこおも出されてると思うんですけど

客：あ そうですね

店員：はあい

客：じゃ 駅あたってみよっかな

まず(2)から観察していく。下線部に注目されたい。「同じ物か」「蜂の巣か」という客の問いに対して「はいそうです」「ちがいます」といった返答をしている。これらは、客の質問に対して必要最低限の返答のみを提示していると見ることができる。そして、最後の「はす(蓮)？」という客の問いかけに対しては沈黙したままである<sup>5)</sup>。また、(3)の最後の2行でも客の「猫(招き猫)もけっこういるんですね」という発言に対する店員の返答は「そうですね」のみである。

これと対照的な例が清水寺近辺の(4)である。下線部に注目していただきたい。下線部の客による「猫とひょうたんの間には何か関係があるのか」という問いかけに対する答えが以下全てである。その間、客は相づちを打つのみである。

また、(3)と(5)は返答の内容において対照的である。これらは、店内に客の求める商品が無いという状況は一致しているが、それに対する返答に違いが見られる。(3)について

は、客の求める商品が存在する場所が把握できていないのに対して、(5)は客の求める商品が「(ここには無いが) 駅にはある」という情報を提供している。

#### 4.3 「私的」な顔

次に、4.1とは逆に、清水寺近辺には見られたが、善光寺近辺には見られなかった現象を挙げる。まずは以下の例を参照されたい。

##### (6) 店舗5

—客と店員がたんぽぽの香りがする「塗り香水」について話す—

客：これは あの

店員：はい

客：お水やなくて あの

店員：うん [このまま]

客： [クリームみたいに] あ このまま

店員： そうそうそう そうです

客：あ なるほど

客：そういうことか

店員： そうですそうです これとれないから 手でこう

客：あ いいですか すいません

店員：うん

客：ああ いいにおい

店員：そうそうそう いいにおい

客：いいにおい へえ

店員：においも長持ちするし かなりねえ 長持ちしますよ

客：そうですねえ なるほど

客：他のにおいも やって [いいですか?]

店員： [はい どうぞどうぞ]

客：(他の商品のかおりもかぐ)

店員：それも いいにおいするから

客：うーん たんぽぽって珍しいですね

店員： うーん

客：ほおおん じゃ たんぽぽください

店員：たんぽぽ はあい(包む) はいどうぞ



客 : はーい いくらだっけ

店員 : えー さんびやくう ちゃう ごひやく 580 円

客 : はい 1000 円をお願いします

店員 : はーい

店員 2 : たんぽぽいいにおい

客 : そうですね (笑)

店員 : 580 円 420 円 はい ありがとうございますいまーす

客 : ありがとうございます

店員 : おおきに おおきにどうも

客 : どうもー

(店を出る)

店員 2 : ここまですいにおいしてくるわ (笑) <sup>6</sup>

客 : (笑)

店員 2 : ええにおいするわ

(7) 店舗 6

—客がどの「におい袋」を買おうか迷っている—

店員 : 好きなん選んでください (笑)

客 : はあい

店員 : ここらへんも かあるい香りするんですよ

客 : ふうん

店員 : これ 二個入りやねえ これもいちおう (商品を差し出す)

客 : あ いいですか あ すみません

店員 : はい

客 : いいにおおい

店員 : (笑) かるいでしょ

客 : はあい

店員 : おぼちゃん使うのは ここらへん (笑)

客 : あっ 何に 使わはるんですか

店員 : 　　ここら 洋服の中に入れてたり

客 : あっ タンスとかのなかに

店員 : 　　そうそうそう

客 : なるほど おもしろいなあ じゃあ どれかを どうしよっかなあ

店員：これは この二個入りいいですよ

これらの下線部に注目されたい。ここで、店員は突然店員とは違う、私的な「顔」を見せていると言える。(6)は商品の説明を行っているのではなく、その商品の発する香りについての感想を述べているだけである。いわば、店員としての立場を「捨てて」、客とのコミュニケーションを行おうとしているともとれる<sup>7</sup>。(7)も同様である。突然自身のことを「おばちゃん」と呼び、自身もプライベートにおいて当該の商品を使っていることを告白する。また、他の発話部の多くが「です・ます」体を用いているのに対し、この(6)(7)の下線部ではそれが用いられていないのも特徴的である((7)の下線部を終えた後、また「これはこの二個入りいいですよ」と再び「商売人」の顔に戻っている点も興味深い)。

以上、4. では現在分析を行っているデータの一部を提示し、注目すべき点をいくつか指摘した。これを受けて、5. ではやや詳しい考察を行う。

## 5. 考察

5. では、4. の分析から分かることを述べる。しかし、4. の冒頭でも述べたように、本稿では善光寺近辺と清水寺近辺のデータを挙げただけなので、あくまでも両者の違いを述べるに留めたい。

ここでは、「テリトリー」という概念を用いることで両者の違いが統一的に説明できることを示す。ここでの「テリトリー」とは「心的ななわばり」といった程度の意味で用いている。「心的な」ということから分かるように、たとえ距離的に近い所に人がいたとしても、それをテリトリー外の人間だと認識した場合は、自身とは直接関係を持たない人物として扱われることになる。例えば電車内で化粧をしている人間にとっては、周囲の乗客はテリトリー外の人間なのでまったく意に介さないし<sup>8</sup>、人前で大声で騒ぐ人間にとっては一緒に騒ぐ人間のみが同じテリトリーのメンバーであるので、他の人間はいないも同然ということになる。「テリトリー」とは、このように汎用性の高い概念である。なお、この概念についての更なる厳密な定義は今後の課題としたい。以下、この概念を用いて、4. で提示した現象についての説明を行っていく。

4. の分析を振り返って、善光寺近辺のコミュニケーションでは、客はあくまでもテリトリー外の外側の人間として扱われているのに対して、清水寺近辺のそれでは、客側も店員のテリトリーへの出入りが可能である、つまりテリトリーが開かれているという案を提示したい。

以下、上記のように捉えることで、4. で提示した現象が説明できることを示す。

まず4.1で店員間のやりとりを挙げたが、これは客がテリトリー外にいると認識しているからこそ可能な現象だと捉えられる。つまり、物理的には客が店内に存在するものの、店員のテ

リトリリーには入っていない。そのため客を加えない会話の進行が可能であり、テリトリリーの中には自分たち（店員）以外誰も存在しないのであるから、極めて私的な行為である自身たちの食事の準備へと移ることが可能なのである。また、店員が店内に出てこない現象を4.1に含むとした理由も、このように捉えることで理解できよう。客が店内に入ってこようが、それはあくまでも自分たちのテリトリリーの外で生じた出来事なのである。よって、それに対して自分たちが直接行動を起こす必要は無い。このように、4.1で見た、店員同士の会話も、店内に店員が出てこないという現象も、来客をテリトリリー外の出来事として捉えているとすると説明がつくのである。もちろん、善光寺近辺では店内を客が一人で行動する時間が長いというのもこれまでと同様に説明ができることは理解に難くないであろう。

4.2の返答の量や商品の所在に関する情報の有無についても同様である。客はあくまでもテリトリリー外の存在であるので、店員にとっては直接関わりを持つ必要のない人物である。そのため、十分な説明を与えずとも問題は無い。その説明が客にとって不十分であること、求めていた答えと異なること等は彼岸の出来事なのである。言うなれば、何か事故が発生した時に、それを自分のこととして捉えるのと全くの他人事として捉えるのでは、対応が異なってくると思われるが、上記の例では店内で発せられた客からの質問も他人事として認識されているのである。他人事、つまり、自身とは直接の関わりのない出来事として認識しているので、質問に対して沈黙で対応するという現象も起こり得る<sup>9</sup>。

それに対して、清水寺近辺ではテリトリリーの出入りが可能、つまりテリトリリーが開いているということになるが、このことにより、やはり先述の現象の説明が可能となる。4.2の返答の量であるが、これは少しでも多くの情報を客に与えることで、店員側と同等に近づいてもらおうとする行為の表れだと捉えられる。店員と客の間には商品に関する情報量において圧倒的な差が存在する。その差を埋めることは、店員と客の違いを一つなくすことにつながる。違いがなくなるということは、同じテリトリリーの一員となることに同義である<sup>10</sup>。このように、清水寺近辺では、客に対してテリトリリーを開いているのである。

そして、このことが端的に表れているのが、4.3の現象である。ここでは、店員が客に私的な顔を見せるのであった。これは、先に少し触れたが、店側が店員という立場を「捨てる」瞬間だと言える。つまり、「店員—客」という対立的な関係が崩れる瞬間なのである。これはまさに店員側が客をカテゴリーの一員として認めていることを示した行為だと言える<sup>11</sup>。

以上、5.では「テリトリリー」という概念を用いることで、4.で指摘した現象が統一的に説明できることを示した。

## 6. おわりに

本稿では、善光寺近辺と清水寺近辺の店舗における売買時のコミュニケーションのデータを基に、両者の違いを考察した。その結果、客を店側のテリトリーの一員として迎えようとするか否かという点において違いが見られることを指摘した。

今後の課題だが、まだ比較が善光寺近辺と清水寺近辺の2カ所にすぎず、更なる地域のデータ収集が必要である点が挙げられる（更に、善光寺近辺・清水寺近辺のデータ量も十分とは言えない）。これについては今後調査の予定があるので解消されるだろう。他にも、本稿で用いた「テリトリー」という概念の定義の精密化が求められる。これらの課題が解決されることで、「善光寺商売（商法）」なるものが実在するのか、するのであれば具体的にどういったものであるのかが明らかになることが期待される。

---

#### 【注】

- <sup>1</sup> その場合は、先に触れたような否定的な理解がされている「善光寺商売（商法）」という語を使用し続けるべきか否かは検討の余地がある。
- <sup>2</sup> この段階でも、客は店内にいる。
- <sup>3</sup> この店内には、牛の置物の他に招き猫の置物も多数並べられている。
- <sup>4</sup> この店舗では、店内に大量の招き猫と瓢箪が置いてあった。
- <sup>5</sup> この時、客（質問する側）の視線は店員の方に向けられていた。
- <sup>6</sup> この時点で店員2は店の外に出ている。つまり、店から出た客に話しかけている。
- <sup>7</sup> 4.1と違い、店員が複数いても、その全員が1人の客の対応にあたっている点も特徴的である。
- <sup>8</sup> これに対しては反対に「周囲を家族と同じくらい親密に考えているから、堂々と化粧ができるのではないか」といった反論も可能ではある。しかし、以前様々な場面でこの電車（やバス）の中での化粧が問題とされた事実を鑑みるに、本稿の捉え方の方が妥当であるように思われる。少なくとも、家族のように近い人間であれば「私の前で化粧をするな」と言うことはあまりないように思える。
- <sup>9</sup> 言うまでもないが、先述のようにここでは対応の是非を問うているのではない。よそよそしい対応の方を好ましく思う客がいても不思議ではあるまい。
- <sup>10</sup> 脚注8と同様に、ここでも対応の是非は問題としない。店側が親しげに接してくることに好感を持つ客もいれば、抵抗を感じる客もいるだろう。
- <sup>11</sup> ここでの考察は、「善光寺近辺の方がテリトリーの境界が強固であり、清水寺近辺のそれはそれほど強固ではない」と言い換えることもできる。

#### 【参考文献】

- 泉子・K・メイナード(1993)『会話分析』くろしお出版。  
丸山一昭・岩中祥史(1994)『不思議の国の信州人』ワニの本。