国立国語研究所学術情報リポジトリ

買物における挨拶行動の地域差と世代差

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2019-03-25 キーワード (Ja): キーワード (En): linguistic behavior, shopping, greetings, regional differences, generational differences 作成者: 篠崎, 晃一, 小林, 隆, SHINOZAKI, Koichi, KOBAYASHI, Takashi メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15084/00001979

『日本語科学』2（1997年10月）81-101　〔研究論文〕

買物における挨拶行動の地域差と世代差

篠崎　晃一
（東京都立大学）

小林　隆
（東北大学）

キーワード
言語行動，買物場面，挨拶，地域差，世代差

要　旨

本稿では，言語行動の地域差・世代差を把握するために，全都道府県を対象に実施したアンケート調査の中から，買物場面における挨拶行動について考察する。

買物の流れに沿った一連の挨拶行動を捉えるために「店に入るときの挨拶」「客を迎えるときの挨拶」「レジでの声掛け」「細かいお金が無いときの断り」「店を出るときの挨拶」「客を送るときの挨拶」の６場面を設定し，①挨拶自体をするか否か，②するとしたら何と言うか，③その言語形式のもつ機能はどうか，といった観点に着目して分析を行った。

その結果，高年層・若年層で異なった傾向が認められた。また，従来他の言語分野で認められてきた地域差のパタンが確認されると同時に，都道府県ごとの細かな差異も存在することが明らかになった。

１．はじめに

言語行動の地理的研究には，徳川宗賢（1985），杉戸清樹（1986）などの先駆的な論考があり，その必要性が説かれてきたが，今のところ，他の言語分野に比べて遅れが著しい。これは，言語行動という研究領域自体が若いことにもよるが，それにしても，昨今の共通語化を考えると，伝統的な言語行動の地域差を明らかにする作業は，急を要すると思われる。一方，現代は，世代的な価値観の違いが大きいと言われている。そのことは，当然，人々の行動様式にも影響を与えているはずである。旧来の言語行動から新しい言語行動への変容を，世代差というかたちで把握できる点でも現代は興味深い。言語行動の地域差・世代差研究は，今日の言語研究に残された重要な課題の一つであると言える。

このような認識のもとで，筆者らは，言語行動の全国的な地域差と世代差の調査に着手した。すでに終了している１回目の調査では，挨拶行動を取り上げた。その結果のうち，家庭内での挨拶行動については，篠崎晃一（1996）で一部の資料を使って中間的な考察を行った。ここでは，買物における挨拶行動を取り上げ，全体の資料に基づいて報告する。ただし，具体的な分析に入る

前に，これまでの関連研究を概観し，本研究の位置づけを明確にしておきたい。

2．先行研究と課題

挨拶行動の地域差については，これまでも研究がなかったわけではない。本稿の末尾に，関連する文献を掲げたように，資料の類を除いても，注目すべき論考が産み出されている。

まず，さまざまな挨拶言葉の，全国的なバラエティーを論じたものには，古くは柳田国男（1946）があり，その後，徳川宗賢（1978）が，最近では藤原与一（1992）の大著がある。それらに対して，真田信治（1981・1985），江端義夫（1997）は，一定の調査により全国的な分布図を描いている点が新しいが，逆に対象は，一部の場面に限定されている。江端義夫には，この論考に先立ち，挨拶言葉の方言地理学研究の必要性を説いたもの（江端1981）があり，注目される。以上の研究の中心的な興味は，どれも挨拶言葉の形式に置かれている。

買物における挨拶言葉については，上記，柳田国男（1946），藤原与一（1992）のほか，加藤正信（1973）などが扱っている。ただし，いずれも「店に入るときの挨拶」に限定されている。これに対して，国立国語研究所（1984）は，挨拶に限らず，買物に伴う言語行動を，買物の進行に沿って調査している。また，言語形式の種類のみでなく，言語行動自体の有無が問題にされており，形式重視のそれまでの研究に対して独自性を示している。ただし，外国語との比較が主要なテーマであり，日本国内の地理的研究にはなっていない。このような興味は，馬瀬良雄他（1988），国立国語研究所（1997），杉戸清樹（1997）などに引き継がれており，それらの研究では，地域差への関心の広がりが認められる。

世代差を扱った研究はあまり多くないが，国立国語研究所（1984）が３世代の調査を行っており，国立国語研究所（1997）が六つの年齢層について扱っている。後者は，富良野と札幌という地点間の比較も行っており，地域差と世代差とを掛け合わせた研究として注目される。

以上のように，関連する先行研究を概観すると，今後の課題として必要なことがらが見えてくる。それを整理すれば，次のようになる。

(1) 挨拶行動の全国的研究はこれまでもあるが，方言地理学的研究にも耐え得るような，統一的な企画による分布調査が必要である。挨拶行動についての，全国方言地図の作成が期待される。

(2) 数個の場面を取り上げるだけでなく，さまざまな場面の挨拶行動を，詳細に把握できるような，網羅的な項目設計が求められる。

(3) 挨拶言葉の形式を問題にするのみでなく，言語行動論の立場から，挨拶という行為をとらえていきたい。そのためには，形式以前の段階として，挨拶自体の有無にも注目すべきであり，また，場面の展開に即し，一連の行動の中で挨拶を把握する視点が必要である。

(4) 研究の乏しい世代差についても，調査を行う必要がある。地域差と世代差とを掛け合わせることにより，挨拶行動の現代的な変容を，ダイナミックに捉えることができる。

筆者らの調査は，これらの課題に応えることを意図して企画した。もっとも，調査項目に関わる(2)(3)の点については，今回の調査が第１回目ということもあり，満足のいくものにはなってい

ない。今後，調査を継続していく中で，さらに検討したいと考える。今回の調査の具体的な方法は，結果の分析の観点とともに，次節で述べる。

3．調査の概要と分析の観点

調査方法はアンケート方式で，全都道府県を対象に各都道府県から１大学（事情によっては近隣の大学を加えた）を選んでインフォーマントを依頼した[1]。語彙などの調査と異なり，個人の多様性がかなり反映されるだろうという予想のもとに，各地域，各世代ともに複数のインフォーマントを確保するよう努めた。家庭内における挨拶行動も調査項目に盛り込んだため，対象は，家族と同居しているいわゆる自宅通学生とし，その両親および祖父母にも依頼するというかたちをとった。また，そうしたことで，調査地点（少なくとも現在の居住地）が大学所在地周辺という範囲に限定することができた。原則として，インフォーマントには，少なくとも該当する都道府県内の生え抜きという条件を与えた。

調査は1994年から1995年にかけて実施し，約3200件のデータを得ることができた。以下の分析では，年齢の高い世代は伝統的な地域差を保っていて，若い世代は薄れてきているという仮説から，学生の親から上の世代の数を確保するために，父母と祖父母はまとめ，40歳以上を高年層（総数約2100名，県別平均45名）として処理した。30歳未満を若年層（総数約1100名，県別平均23名）としたが，今回若年層についての地域差は論じない。若年層の地域差，および，その高年層との比較は，別稿を待ちたい。また，このような行動様式には，男女差が大きく関わってくることも考えられるが，これも今回は分析の観点から除外した。

今回の報告で取り上げる項目では，買物の流れに沿った一連の挨拶行動を捉えるために，国立国語研究所（1984），馬瀬良雄他（1988）を参考にし，

① 店に入るときの挨拶（客→店の人）
② 客を迎えるときの挨拶（店の人→客）
③ レジでの声掛け（客→店の人）
④ 細かいお金が無いときの断り（客→店の人）
⑤ 店を出るときの挨拶（客→店の人）
⑥ 客を送るときの挨拶（店の人→客）

の６場面を設定した。実際の買物では，品物に関して質問をしたり，値切る交渉をするなどさまざまな言語行動がとられるはずだが，ここでは，より定型化した表現が得られると予想される上記六つの場面を設定し，それにしたがって回答してもらった。ただし，「挨拶」といっても，「レジでの声掛け」とか，「細かいお金が無いときの断り」など，日常の生活場面において挨拶に準じて定型化された，対人関係を円滑にするための表現活動を含んでいる。これらを包括的に表現する適当な用語がないので，便宜的に「挨拶」という用語を用いることにする。

質問では，まず，個人の商店や小規模なスーパー風の店で，ふだんよく利用する店があるかどうかを尋ね，「ふだんよく利用する店がある」「よく利用するというほどではないがあることはある」と回答した人に対して，上記６場面での挨拶の有無，挨拶の言葉を尋ねる形式をとった。店

員の性別，年齢，風貌等によって対応が変わることもあると思われるが，調査の制約上このような条件は場面設定に反映できなかった。なお，行きつけの店がある人は高年層で80.2%，若年層で69.3%であった。

挨拶の言葉を分析する際には，さまざまな観点がありうるが[2]，ここでは，

（a）挨拶の有無に関わる観点

＝挨拶自体をするか否か

（b）挨拶の形式に関わる観点

（b-1）どのような形式を用いるか

（b-2）その形式のもつ機能はどうか

といった観点から結果を見ていくことにする。このうち，(b) の観点は挨拶の言語形式を問題にするものであるが，(b-1) が個々の具体的形式に注目するのに対して，(b-2) は，それらの形式を機能の面から分類して扱うものである。細かな言語形式の違いを越えたレベルで，大きな地域差が見えてくることが期待される。このような方法は，江端義夫（1981），国立国語研究所（1984），真田信治（1985）などに見られるが，とりわけ，沖裕子（1993ab）が「祝言の挨拶」の分析に適用し，東西差などの解明に成功していて参考になる。ここでの分析においても，この観点から地域差を把握できたものがある。

なお，（b）の挨拶の形式に関わる観点としては，さらに，

（b-3）各形式（あるいは機能）の組み合わせはどうか

（b-4）各形式（あるいは機能）の順序はどうか

といった観点も重要であり，先行研究でも注目されている。今回の回答にも，特に，「細かいお金が無いときの断り」の場面で，「すみません。／一万円で／お願いします。」のような２単位以上の形式が得られた場合があり，これらの観点が有効にはたらく可能性がある。しかし，ここでの分析は，そこまでは踏み込めず，上記のような回答は，それぞれの単位に分解して処理している。

以下，具体的な分析に入っていきたい。

４．世代差について

ここでは，まず，挨拶をするかしないかの世代差を取り上げ，次いで，各場面ごとに，回答された語形のバラエティと世代差に関して，目立った特徴の見られるものについて言及していく。

なお，「客を迎えるときの挨拶」と「客を送るときの挨拶」の二つは店の人の挨拶であり，あくまでも回答者が店から受ける印象で，本来なら「店の人」を対象に調査を行うべきである。したがって，表３，表７については世代差についての言及は保留する。

4.1. 挨拶の有無（表１）

挨拶をするかしないかについて，各場面で「する」と回答した人の割合は，表１のとおりである。どの場面においても，挨拶をする人の割合が，しない人の割合を上回るが，場面によりその様子が異なる。客から店の人への挨拶について，挨拶をする人の割合を場面ごとに見ると，高年

層では各場面の差がわずかにすぎないのに対して，若年層では場面によって差が見られる。これは，高年層は，どの場面でも平均して挨拶を行っているのに対して，若年層は，場面によって挨拶をするかしないかの選択に幅があることを意味する。

表１．挨拶の有無（挨拶を「する」の回答）　（%）

	高年層	若年層
店に入るときの挨拶	77.5	47.2
客を迎えるときの挨拶	88.3	75.3
レジでの声掛け	74.3	59.2
細かいお金が無いときの断り	78.6	82.8
店を出るときの挨拶	78.6	64.6
客を送るときの挨拶	92.1	87.6

高年層と若年層の結果を全体的にながめると，若年層の方が，高年層よりも挨拶をする割合が低いと言える。ただし，「細かいお金が無いときの断り」だけは，若年層が高年層を上回っている。若年層は礼儀をわきまえず挨拶が苦手と言われていることからすると，意外な結果である。これに関して，「レジでの声掛け」，「細かいお金が無いときの断り」は，ともに相手に働きかけて何かをしてもらうという点で共通性のある場面であるが，若年層においては，後者の方が声を掛ける割合がかなり高くなっている。これは，後者の方が相手への負担が大きいという意識が働くためであろうが，いずれにせよ，高年層とは，声掛けの場面による必要性の捉え方が，ずれていると考えられる。その点で言えば，「店に入るときの挨拶」と「店を出るときの挨拶」を比べると，前者よりも後者の場面で挨拶をする若者が明らかに多い，という結果も興味深い。

「客を迎えるときの挨拶」，「客を送るときの挨拶」は先に述べたような問題があるが，客の世代の違いによって，店の人の対応が異なってくる傾向があるようだ。いずれの場面も，若年層より高年層への挨拶の割合が高くなっている。また，二つの場面を比べると，どちらの世代に対しても，「客を送るときの挨拶」の方が，「客を迎えるときの挨拶」を上回っている。

4.2. 店に入るときの挨拶（表２）

客が店に入るときに，何と言って入っていくかを調べた項目である。

表２．店に入るときの挨拶　（%）

	高年層	若年層
コンニチワ類	71.9	76.7
ゴメンクダサイ類	20.4	11.0
マイド類	2.1	0.6
スイマセン類	1.9	6.9
アツイネ類	1.8	0
ドーモ類	1.5	3.6
クダサイ類	1.4	1.2
オネガイシマス類	0.9	0

コンニチワ類（オハヨー，オハヨーサン，オハヨーゴザイマス，コンニチワ，コンチワ，チワー，コンバンワなど，時間の推移に対応した日常的な出会いの挨拶を表現する形式）が世代に関係なくよく使われているが，若干若年層で好まれる形式のようである。世代差が顕著に現れるのはゴメンクダサイ類（ゴメン，ゴメンクダサイ，ゴメンナサイ，ゴメンヤスなど，相手を訪問したときの挨拶を表現する形式）であり，若年層に比べて高年層での使用率が２倍ほど高い。これらは店のみでなく，一般の家の訪問の際にも使用される形式であり，今後，そちらの傾向との比較が必要である。

謝罪や依頼など適用範囲の広い形式であるスイマセン類（スイマセン，スミマセン，スミマセンガなど）や，汎用的な簡略形式のドーモ類（ドーモ，ドーモッスなど）は，全体としては回答が少ないものの，高年層よりも若年層で好まれる傾向が見られる。また，サムイネ，ヨクフルネ，イーテ

ンキデスネなどの天候の挨拶は，アツイネ類として一括されているが，これらの形式は若年層では全く使われない[3]。

4.3. 客を迎えるときの挨拶（表3）

店に入ってくる客に対して，店の人は何と言って声を掛けるか，という項目である。

最も高い使用率を示す形式は，予想どおり，イラッシャイ類（イラッシャイ，イラッシャイマセ，オイデヤスなど，相手を迎えるときの挨拶を表現する形式）である。ただし，一般的な挨拶の形式であるコンニチワ類も，意外に多く使われている。また，わずかではあるが，相手の様子について尋ねたり，言及したりする形式をまとめたイソガシーカ類（イソガシーデスカ，ゲンキデスカ，キョーワヤスミデスカ，イマカエリカ，キョーワハヤイネ，オソナッタネ，オカエリナサイ，オツカレサマなど）が使われている点は注目される[4]。

表3．客を迎えるときの挨拶　(%)

	高年層	若年層
イラッシャイ類	73.9	78.9
コンニチワ類	12.0	14.4
マイド類	5.7	3.4
イソガシーカ類	3.2	2.3
アリガトー類	2.8	1.5
ドーモ類	1.9	3.0

4.4. レジでの声掛け（表4）

客が購入する品物をレジへ持っていったとき，店の人に対して何と言うか，という項目である。

汎用的な依頼形式であるオネガイシマス類（オネガイネ，オネガイシマス，タノムヨ，タノンマス，ヨロシクなど）が全体的によく使われているが，若年層の方がやや高い使用率を示す。次いで多いのは，購入の意図を表現するクダサイ類（クレ，クダサイ，クレンネ，クンナイ，ケレジャ，チョーダイなど）であり，これは世代差が見られない。

表4．レジでの声掛け　(%)

	高年層	若年層
オネガイシマス類	64.3	70.9
クダサイ類	15.7	14.3
イクラ類	2.7	0.7
ケーサンシテ類	2.6	0.5
モライマス類	2.6	0.7
イーシナガアッタ類	0.9	0
マケテクレ類	0.7	0

それ以外の形式は，使用自体が少ないが，金額を尋ねるイクラ類（イクラニナリマスカ，イクラデスカ，オイクラデス，イクラ，ナンボ，ナンボカエなど）やケーサンシテ類（ケーサンシテ，ケーサンシテクダサイ，ケーサンオネガイシマス，レジオネガイシマス，カンジョーシテ，カンジョーシテクダサイ，カンジョーオネガイシマスなど，精算を依頼する形式）が，若年層よりも高年層で使われる傾向が見られる。また，マケテクレ類（マケテクダサイ，マケナイカ，マケトケヨ，ベンキョーシテ，ヤスクシテ，タカイナなど）のような商品を値切る形式や，イーシナガアッタ類（イーモノガアッテヨカッタ，コレヨイワナ，アタラシーワネ，オイシソーネなど）のような商品の価値に言及する形式は，若年層では使われない。

4.5. 細かいお金が無いときの断り（表5）

少額の買物をしたにもかかわらず，一万円札しかなく，それを出す場合，客はどのような言葉を添えるか，という項目である。

ここまで見てきた場面においても，いくつかの形式を，その機能により代表的な形式のもとにまとめて扱った。「～類」のように表示したのはそのためである。ただし，この場面では回答形式のバラエティが極めて多いため，機能の点からさらに大きくまとめることにし，次のように四つの型に分類した。

＜謝罪＞型：一万円札使用という行為に対する謝罪の気持ちを表現する形式
スイマセン，ゴメンナサイ，ワルイネ，モーシワケナイなど。

＜理由＞型：一万円札使用という行為に至った理由，事態を説明する形式
コマカイノガナイノデ（ーケド），コゼニガナクテ，イチマンエンシカナイノデ，オーキイノシカナイノデ，オーキインデスケドなど。

＜依頼＞型：一万円札での購入を依頼する形式
イチマンエンサツデオネガイシマス，コレカラトッテクダサイ，コレデオネガイ，オツリオネガイシマス，クズシテクレなど。

＜確認＞型：一万円札使用が可能であるかどうかを確かめる形式
イチマンエンサツデモイーカ，イチマンエンサツデオネガイデキルカ，オーキイノデモイーイ，コレデイーカ，カマワナイカ，ダイジョーブカ，オツリガアルカなど。

表５から明らかなように，＜謝罪＞型と＜理由＞型が全体的によく使われていることがわかる。世代的には，これらは高年層の方がやや使用率が高い。一方，＜確認＞型の形式は若年層の方が使用率が高い。＜依頼＞型についてはほとんど世代差が見られない。

表５．細かいお金が無いときの断り（%）

	高年層	若年層
＜謝罪＞型	66.1	63.9
＜理由＞型	64.6	58.5
＜依頼＞型	22.4	22.0
＜確認＞型	11.6	17.8

以上の四つの型の中で，一万円札を使うことを直接表現しているのは＜依頼＞型である。＜確認＞型は一万円札使用についての相手の承諾を求める形式と言えるが，一万円札を使うという行為に直結する点で，＜依頼＞型に準ずるものである。これらに対して，＜謝罪＞型は，一万円札使用という行為に対する自分の気持ちを表現したものであり，＜理由＞型は，一万円札を使わざるをえない背景の説明である。＜依頼＞型と＜確認＞型とが，一万円札使用という行為にとって一次的な情報を伝えるものだとすれば，＜謝罪＞型と＜理由＞型は，それに付随する二次的な情報を表現するものと位置づけることができる。

一次的な情報の表現：＜依頼＞型，＜確認＞型

二次的な情報の表現：＜謝罪＞型，＜理由＞型

このように四つの型を，さらに二分して捉えてみると，世代的には，若年層よりも高年層で，二次的な情報を表現する傾向がやや強いように見受けられる。逆に言えば，高年層よりも若年層の方に，一次的な情報の提示への志向が見られるということになる。

ところで，二次的な情報の表示は，相手への配慮，気遣いということに関わるものであろう。用件の伝達という点に限れば，二次的な情報の表示は，一次的な情報の表示に比べて必要性が薄い。それをわざわざ表現しようとするところに，相手への配慮，気遣いを汲み取ることができる。

そのように見ると，高年層の方が若年層よりも，対人的な配慮を言語形式に表しやすい，と言えるかもしれない。

しかし，一次的な情報の表示に分類した二つの型の中でも，直接的な<依頼>型に対して，許可や可能性を尋ねる<確認>型は，間接的な表現としての性格をもっている。相手への配慮や気遣いという点では，直接的な<依頼>型よりも，間接的な<確認>型の方がその機能は強いであろう。<確認>型が，高年層より若年層で多いことは，この点で若年層の方が，対人的な配慮を表しやすいということにもなる。先の，一次的な情報，二次的な情報の区別と合わせて考えると，結局のところ，高年層と若年層とでは，対人的な配慮を表現するシステムに，違いがあるのではないかということになる。

4.6. 店を出るときの挨拶（表6）

表6．店を出るときの挨拶　(%)

	高年層	若年層
アリガトー類	53.0	45.0
ドーモ類	30.4	38.8
オセワサマ類	12.7	5.0
サヨーナラ類	6.2	4.1
ジャー類	4.3	11.1
マタネ類	4.2	7.2

買物が済んでレジから離れるとき，あるいは店を出るとき，客が店の人に何と声を掛けるかを調べた項目である。

売り手ではなく，買い手である客の言葉としてアリガトー類（アリガトー，アリガトーゴザイマス，アリガトーサン，アリガトネ，オーキニ，オッキニ，ダンダンなど，一般的なお礼の形式）の使用率が高い点は特徴的である。このアリガトー類は，世代的には高年層の方が高い使用率を示す。比較的丁寧な形式と考えられるオセワサマ類（オセワサマデシタ，オセワサマ，オセワカケマシタ，オジャマシマシタ，オテスーカケマシタ，スミマセンデシタなど，相手に負担をかけたことに対するお礼の形式）も，高年層での使用が多い。

ドーモ類やジャー類（ジャー，ジャーネ，ソレジャ，デワ，ソシタラなど，区切りをつけて新たな行動に転じるきっかけを示す形式）は若年層の方が使用率が高く，こうした簡便な形式が若者に好まれる傾向が見られる。特に若年層ではドーモ類とアリガトー類の使用率が接近している[5]。

4.7. 客を送るときの挨拶（表7）

表7．客を送るときの挨拶　(%)

	高年層	若年層
アリガトー類	87.3	87.3
マタキテネ類	12.0	9.2
ドーモ類	2.6	4.4
キオツケテ類	1.5	0.2
サヨーナラ類	0.9	1.1

店を離れる客に対して，店の人は何と声を掛けるか，という項目である。

まず，アリガトー類の使用率が圧倒的に高いことがわかる。この場面の挨拶は，定型化の度合いが非常に高いと言える。

これに対して，店への再来を促すマタキテネ類（マタキテネ，マタオイデクダサイ，マタイラシテクダサイ，マタヨッテクダサイ，マタタノミマス，マタヨロシクオネガイシマス，マタドーゾなど）の使用率が意外と低い。お客の帰路の安全を気遣うキオツケテ類（キオツケテ，キオツケテカエッテネなど）やサヨーナラ類（サヨーナラ，サヨナラ，サイナラ，バイバイ，シツレーシマス，オヤスミナサイなど，日常的な別れの挨拶を表現する形式）が現れる点は，行きつけの店という状況設定との関連が考えられる[6]。

4.8. 世代差のまとめ

以上，見てきたところを整理すれば，次のようになる。

(1) 挨拶をするか否かという点に関しては，全体的に見ると，若年層の方が，高年層よりも挨拶をする割合が低かった。ただし，注目すべきは，高年層はどの場面でもよく挨拶をするのに対して，若年層では挨拶の有無が場面によって異なる傾向が認められるという点である。このことは，高年層と若年層では，挨拶行動の基準がずれている可能性を示唆する。また，高年層よりも若年層の方が，挨拶行動の必要性を，場面ごとに細かく判断しているとも考えられる。

(2)「細かいお金が無いときの断り」では，若年層に比べて高年層の方が，＜依頼＞型や＜確認＞型などの，一万円札を出すという一次的な情報を伝える形式よりも，そのような行為に対する感情を表す＜謝罪＞型や，そのような行為に至った事情を説明する＜理由＞型など，二次的な情報を伝える形式を用いやすい傾向がある。また，このような形式の選択は，対人的な配慮を表すものとも考えられ，したがって，若年層よりも高年層の方が，これらの形式で店の人へ気遣いを表現していると言える。一方，若年層では，高年層に比べて＜確認＞型の割合が高く，これは，直接的な＜依頼型＞に対して，間接的な表現で店の人に対する配慮を示しているものと理解される。このように，高年層と若年層とでは，対人的な配慮を表現する方法が異なっている可能性がある。

(3) (2)で挙げた，二次的な情報の表示が高年層の方でやや好まれる，という点に関して言えば，「店に入るときの挨拶」の天候についての形式や，「レジでの声掛け」における商品を誉める形式などが，高年層にわずかながらも現れたのは，同種の傾向に属するものかもしれない。また，「レジでの声掛け」における金額を尋ねる形式や，値切りの形式の使用なども合わせて考えると，高年層の方が若年層よりも，買物における言語行動の種類が豊富で，かつ複雑であると言えそうである。

(4)「店に入るときの挨拶」「店を出るときの挨拶」のドーモ類，「店を出るときの挨拶」のジャー類など，簡略な形式が若者に好まれる傾向が見られる。また，「店に入るときの挨拶」のスイマセン類は，謝罪や依頼など使用範囲の広い形式である。すなわち，一つの形式に，場面に依存した複数の意味合いをもたせることになり，これも挨拶言葉の簡略化の一種と言えよう。この点は，ドーモ類についても同様である。このように，若年層は高年層に比較して，より簡略な挨拶行動を志向する傾向が強いようである。上記(2)で指摘した一次的・二次的情報の提示に見られる世代差，上記(3)で述べた言語行動の種類の世代差なども，この点に結びつけて考えることができる。

5．地域差について

まず，挨拶の有無についての地域差を問題にし，次いで，各場面ごとに用いられる形式を検討していく。調査の概要の箇所で述べたように，ここでは，高年層の結果に限って分析する。

5.1. 挨拶の有無

挨拶をするかしないかについては，今回の調査では，どの場面でも顕著な地域差は見られなかった。顕著な地域差が見られないというのは，日本を大きく区分するような大局的な地域としての傾向が，十分つかめないということである。ただし，細かく，都道府県ごとに見ると，違いは現れる。

例えば，「店に入るときの挨拶」では，挨拶をする人の割合の上位５県と下位５県を示せば次のようになる。

上位：滋賀（91.4%），岐阜（91.3%），岩手（89.5%），茨城・山梨（89.2%）

下位：香川（62.5%），栃木（63.9%），宮城（64.7%），熊本（67.2%），長野・長崎（67.7%）

このように，挨拶をする人の割合が高い県と，低い県とでは，最大で30%近くの開きがある。したがって，地域としての違いがあることは確かである。しかし，全国的に見ると，上記のように特徴のある県はとびとびに現れ，その地理的な分布には一定のまとまりが見出しにくい。このことは，挨拶の有無については，従来，東西対立とか周圏分布といった，他の言語分野で見られたような大局的な分布とは異なった，さらに細かな枠組みで，その地域差を把握する必要があることを示唆する。

他の場面についても同様に，上位５県と下位５県を掲げる。

「客を迎えるときの挨拶」

上位：山梨（100%），岐阜（100%），千葉（97.1%），岡山・鳥取（96.8%）

下位：沖縄（70.0%），兵庫（73.5%），香川（75.0%），大分（76.7%），長野（77.4%）

「レジでの声掛け」

上位：島根（91.7%），群馬（89.7%），山梨（89.2%），岐阜（87.0%），岩手（85.0%）

下位：青森（59.5%），徳島（60.9%），栃木（62.9%），奈良（64.3%），宮城（64.7%）

「細かいお金が無いときの断り」

上位：愛知（92.7%），岩手（90.0%），和歌山（88.0%），島根（87.5%），新潟（87.1%）

下位：青森（58.5%），北海道（65.3%），富山（66.7%），宮城・長野（67.7%）

「店を出るときの挨拶」

上位：岩手（95.2%），滋賀・宮崎（94.4%），三重（93.2%），福井（89.5%）

下位：東京（58.5%），栃木・香川（60.0%），沖縄（63.2%），熊本（69.2%）

「客を送るときの挨拶」

上位：岐阜・和歌山・徳島・鳥取（100%），三重（97.7%）

下位：沖縄（80.0%），長崎（81.3%），香川（83.3%），熊本（84.6%），富山（85.2%）

全体的に見ると，頻出している都道府県のあることがわかる。３場面以上に現れる都道府県で見ると，上位５県では，岩手，山梨，岐阜がそれであり，下位５県では，宮城，栃木，長野，香川，熊本，沖縄がそれである。これらの県は，今回のデータからは，買物の際，挨拶をよく行う県とそうでない県として理解することができる。

ところで，都道府県を越えたレベルで大きな地域差が見えてこないと述べたが，「細かいお金が

無いときの断り」については，それらしきものが見えている。この場面では，上に示したように，挨拶をする割合が上位の都道府県は全国に散らばっているが，下位の地域にはある程度まとまりが認められる。上記の５県を含めて60％台までの地域を地方別に挙げれば，次のようになる。

北海道・東北：北海道（65.3%），青森（58.5%），秋田（68.8%），宮城（67.7%）

中部：長野（67.7%），富山（66.7%）

九州・沖縄：大分（69.0%），鹿児島（69.0%），沖縄（68.4%）

日本の東端と西端の地域で，断り行動をとらない人が多く，それに，東西境界地帯の長野と富山が加わったかたちになっている。

国立国語研究所『方言文法全国地図』第１集の30図は，手段・材料を表す格助詞「で」の方言形を求めたものであるが，その調査文は，ここでの場面に対応する「一万円でお願いします」というものであった。この質問に対して，「調査文に相当する表現はない」とか「黙って一万円札を出すのが普通である」という注釈の加えられた地点があった。それは，県別で言えば，青森・宮城・福島の東北地方と沖縄であり，今回の調査で低い値を示した地域とおおまかには重なる。両者の結果から見て，この場面で断り行動をとるか否かには，都道府県のレベルを越えた大きな地域差が存在すると考えてよいだろう。

以下，挨拶行動の際に使用される形式を，場面ごとに見ていく。特徴的な地域差が現れたものについては，地図を示した[7]。

5.2. 店に入るときの挨拶

平均使用率の高いコンニチワ類（71.9%）は全国的によく使われていて，極端な地域差は見られない。ただし，東北北部の青森（46.7%）・秋田（34.5%）・岩手（36.8%）と新潟（48.2%）は，特に使用率の低さが目立っている。

２番目に使用率の高いゴメンクダサイ類には，図１に示したような地域差が認められる。ゴメンクダサイを比較的よく使うのは，東北北部，中部，山陰，九州北部・南部といった地域である。このうち，秋田（41.4%）・岩手（50.0%）は，ゴメンクダサイの使用率がコンニチワを上回っており，新潟（44.4%）もコンニチワと同程度の使用率を示す。

以上の２語形のほかは，使用率がかなり下がるが，低い使用率の中でも地域差の現れるものがある。その一つがマイド類であり，これは近畿中心の分布を示す（図１）。マイドは商人の挨拶と予想していたが，関西では客もマイドと言いながら店に入ることがあるようだ。この結果に対して，マイドを使用するのは商人が客の立場になった場合ではないか，という解釈がありうるが，マイド類を回答した人々の職業は，自営業のほか，会社員，公務員，農業など多岐にわたっており，特に偏りが見られない。一般の人々も，近畿を中心とした地域ではマイドを使用する，と考えるべきであろう。

このほか，ドーモ類，クダサイ類，オネガイシマス類の三つは，使用者がほとんど東日本に偏っているのが特徴的である。また，スイマセン類は関東と近畿にやや使用者が目立ち，アツイネ類は西日本に多いようであるが，それほどはっきりとした傾向はつかめない。

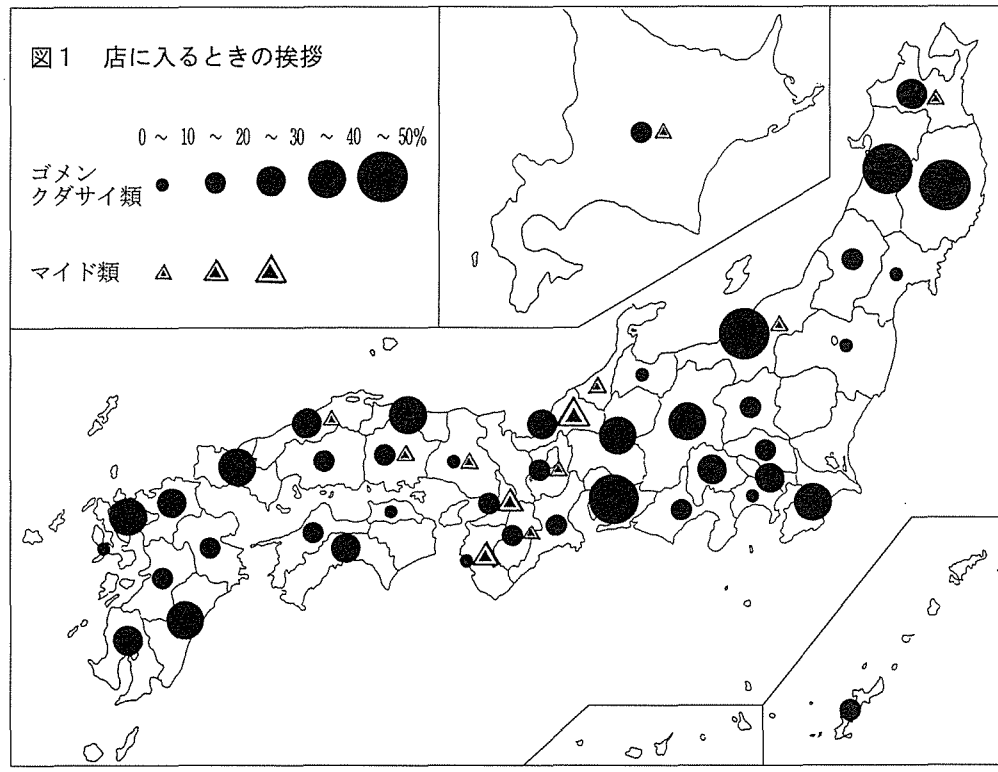


図1　店に入るときの挨拶
0～ 10 ～ 20 ～ 30 ～ 40 ～ 50%
ゴメン
クダサイ類
マイド類

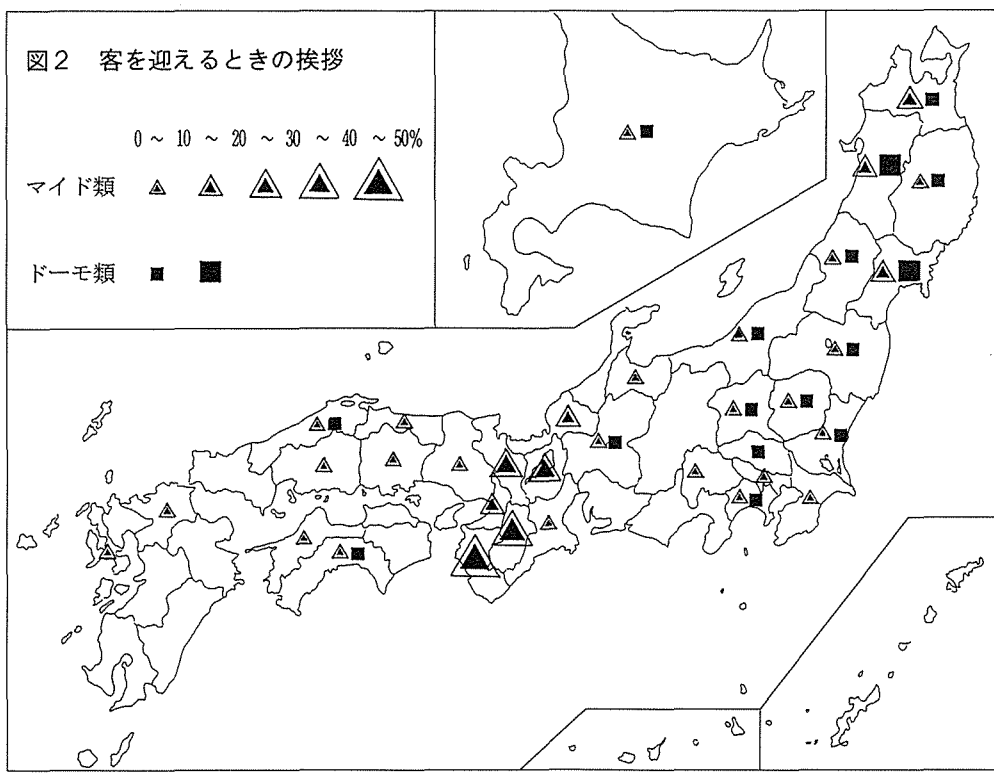


図2　客を迎えるときの挨拶
0～ 10 ～ 20 ～ 30 ～ 40 ～ 50%
マイド類
ドーモ類

5.3. 客を迎えるときの挨拶

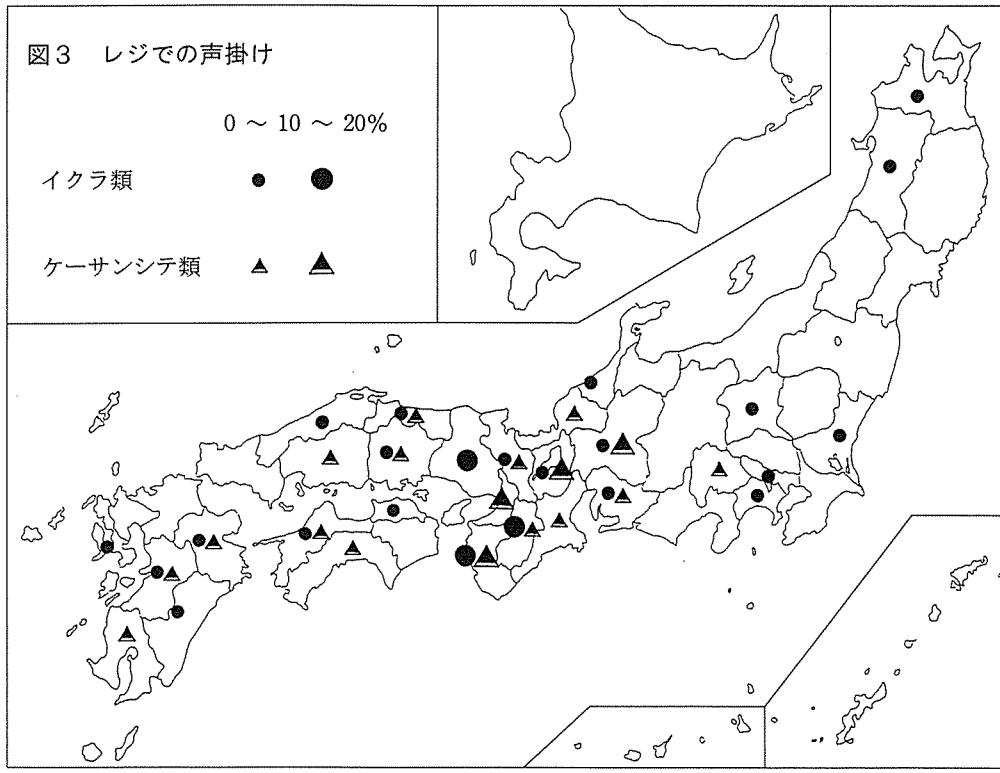
平均使用率の高いイラッシャイ類とコンニチワ類は，全国的にまんべんなく使用されていて，極端な地域差は見られない。また，イソガシーカ類も少数ながら全国から回答があり，特筆すべき地域差は現れていない。これに対して，マイド類，ドーモ類の二つには図２のような地域差が認められる。

まず，マイド類は九州などほとんど回答者のない地域がある一方，近畿では高い使用率を示しており，この地域を特徴づける形式となっている。また，東北北部でも，周囲と比べてやや使用率が高いのがわかる。商人の挨拶言葉として，マイドは全国共通の形式と予想していたので，この結果は意外であった。ただし，この場面のように，店にいて客を迎えるのではなく，いわゆる御用聞きの場面では，さらに広い地域でマイドが使用されている可能性があり，その調査が一つの課題として残った。なお，地図には示さなかったが，アリガトー類もやや近畿での使用率が高くなっている。

もう一つのドーモ類は，図２のように東日本中心の分布を示しており，これは，客が店に入るときにドーモと言う地域とほぼ平行的である。

5.4. レジでの声掛け

最も平均使用率の高いオネガイシマス類（64.3%）は，全国的によく使用されている。ただし，



その中でも使用率の比較的高い地域が，90%台の千葉，80%台の栃木・茨城・神奈川，長野・富山というように，関東および中部に集中しており，一方，低い地域は，30%台の和歌山・高知，40%台の滋賀・奈良，鳥取，沖縄と，近畿を中心とした西日本に偏る点は注意してよい。

この場面で興味深いのは，イクラ類とケーサンシテ類に，図３のように地域差が認められる点である。これらは，数としては少数派の言い方であるが，いずれも西日本，特に近畿地方を中心として使用者が目立っている。この二つの形式は，買った品物の金額を知るための言い方である点が共通しており，近畿地方では，レジに向かったときに，そのような言語行動をとる人が，ほかの地域よりも多いということになる。なお，関東にもわずかながらこれらの言い方が回答されており，近畿とのつながりが興味深い。

金額に関心がある言い方としては，マケテクレ類もその仲間である。主に東海地方に使用者が見られたが，全体的に回答者がほとんどいないので，はっきりしたことは言えない。「値切り」の言語行動については，また別の場面を設定して調査する必要がある。

イーシナガアッタ類は西日本，特に九州で使用者が見られる。品物について何か言及してみせることがスムーズな買物につながる，といった地域があることを予想させる。

その他，クダサイ類と，モライマス類には，特に大きな地域差は現れなかった。

5.5. 細かいお金が無いときの断り

スイマセンなどの＜謝罪＞型の形式と，一万円札シカナイノデなどの＜理由＞型の形式は全国

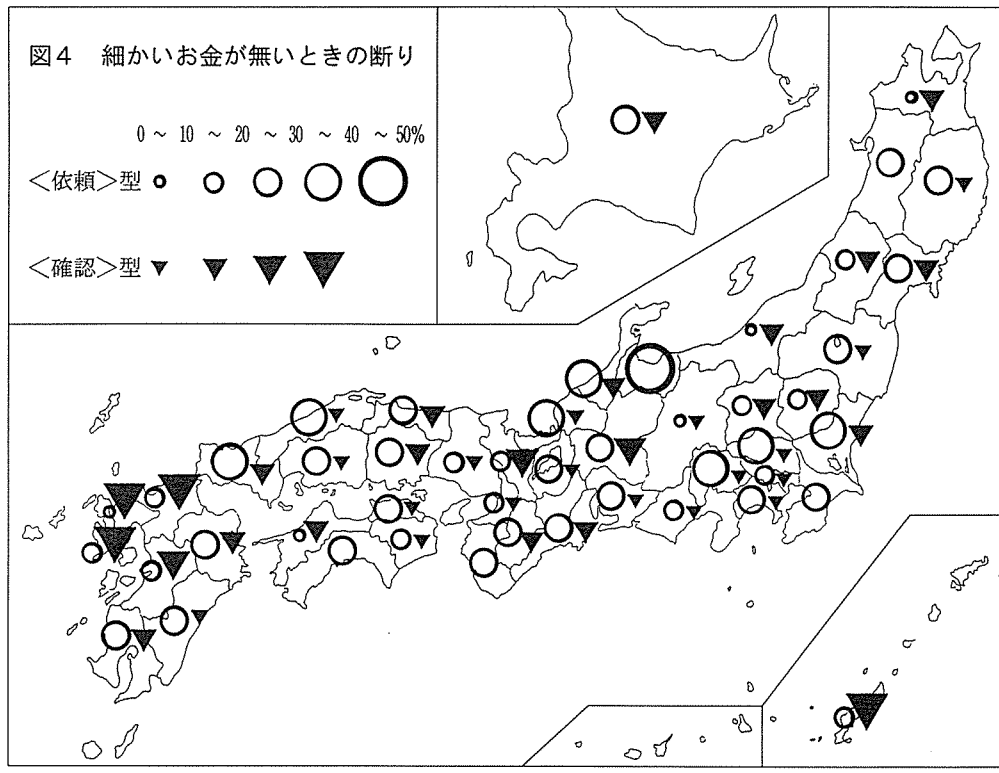


図４　細かいお金が無いときの断り

的に使われている。しかし，都道府県のレベルで見ると顕著な違いが認められる。それぞれの型について，使用率の上位，下位各５位までの都道府県を挙げると，次のようになる。

＜謝罪＞型

上位：千葉（88.9%），東京（85.1%），徳島（82.4%），静岡（79.2%），和歌山（77.3%）

下位：富山（29.4%），埼玉・沖縄（46.2%），秋田（50.0%），山梨・岡山（51.7%）

＜理由＞型

上位：長野（90.5%），秋田（81.8%），兵庫（80.8%），香川（80.0%），静岡（79.2%）

下位：徳島（29.4%），佐賀（36.4%），大阪（45.8%），福井（46.4%），熊本（52.8%）

これによると，＜謝罪＞型，＜理由＞型とも，使用率の上位の地域と下位の地域とでは，最大で60%もの開きがあり，都道府県のレベルでは，これらの型の使用に明らかな違いがあることがわかる。一方，大局的な地域差ははっきりとは見えてこないが，＜謝罪＞型における上位の都道府県で，千葉・東京という地域の連続はやや注目される。また，＜理由＞型は，概して西日本より東日本の方に好まれる傾向がありそうである。

コレデオネガイシマスなどの＜依頼＞型の言い方と，コレデイーデスカなどの＜確認＞型の言い方も全国的に用いられているが，やはり，都道府県ごとに顕著な違いが認められる。ただし，こちらにはある程度まとまった地域差が認められるので，結果を地図のかたちに示した（図４）。これを見ると，まず，＜依頼＞型は，関東，北陸，山陰などに比較的使用率の高い地域が現れているのがわかる。一方，東西境界線のすぐ東側には，使用率が極端に低い地域が存在する。また，＜確認＞型は，九州北部で特によく使われており，沖縄も同様の傾向を示している。

5.6. 店を出るときの挨拶

平均使用率の最も高いアリガトー類に，顕著な地域差が現れている。図５から明らかなように，この言い方が盛んなのは西日本であり，特に近畿から北陸にかけてと長野での使用率が高い。同様の傾向は馬瀬良雄他（1988）でも指摘されており，アリガトー類の地域差は確実に存在すると見てよい。東日本の人間からすると違和感があるが，西日本では，売り手だけでなく，買い手であるお客も，アリガトーとかオーキニという感謝の形式を口にするのが普通と言える。なお，山陰や沖縄でアリガトー類が少ないのは，この形式が近畿を中心に広まり，それがまだ及んでいないことを想像させる。

アリガトー類とは逆の地域差を示すのがドーモ類である。図５のようにドーモ類は東日本に多く，特に東北北部に目立つ言い方である。ドーモ類とアリガトー類とは，分布上，かなりきれいな東西対立をなしている。

次いで平均使用率の高いオセワサマ類にも，図６のように地域差が認められる。一応全国に使用者が見られるものの，とりわけ関東でよく使われていることがわかる。

サヨーナラ類は一般的な別れの挨拶であるが，これが店から出るときという場面で使われるかどうかということになると，地域差が現れるようである。すなわち，図６に見られるように，この言い方は中国・四国で多く回答されており，一方，北関東から東北にかけては回答者がまった

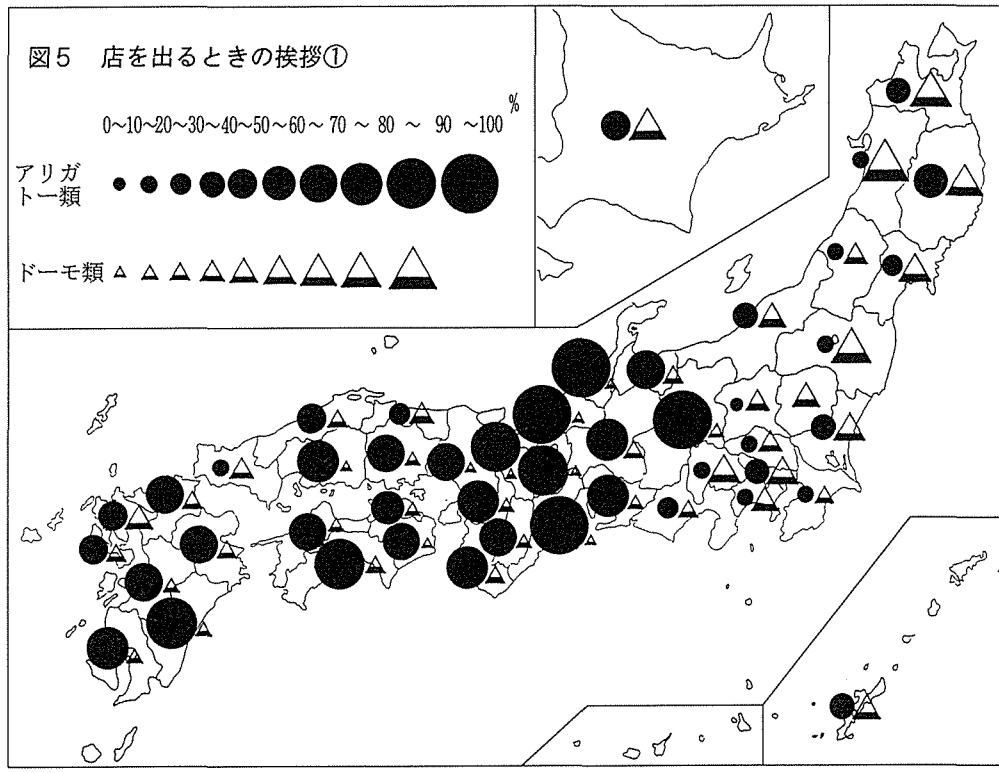


図5　店を出るときの挨拶①

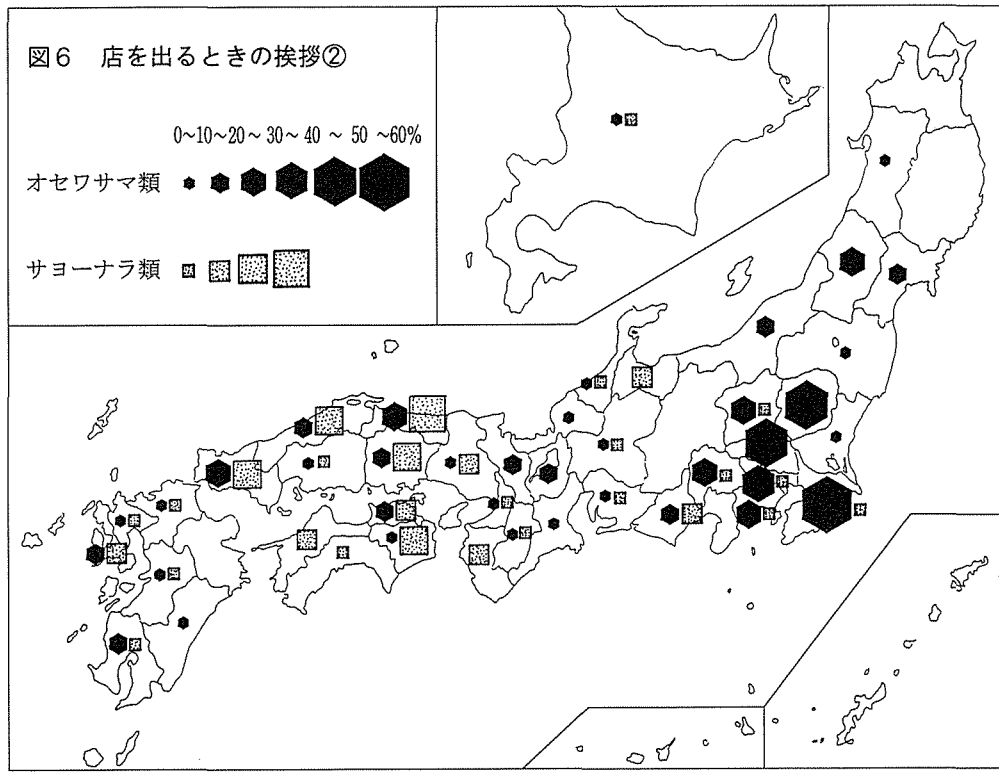


図6　店を出るときの挨拶②

く現れてこなかった。

その他，ジャー類，マタネ類には目立った地域差は見られなかった。

5.7. 客を送るときの挨拶

平均使用率の最も高いアリガトー類（87.3%）は全国的によく使用されていて，ほとんど地域差が見られない。ただし，青森（60.0%）・秋田（53.1%）・岩手（55.0%）といった東北北部の地域の使用率が低いのは特徴的である。

平均使用率は高くないが，ドーモ類，キオツケテ類，サヨーナラ類にも地域差が見られる。まず，ドーモ類は東北に比較的多く現れる。ドーモ類は，これで「店に入るとき」「客を迎えるとき」「店を出るとき」の三つを含めて四つの場面で現れてきたことになるが，いずれも，東日本，とりわけ東北地方に目立っている。東北では，買物における挨拶は，客も店の人も，ともかくドーモの１語で済ませようとする傾向があると言える。

お客の帰路の安全を気遣うキオツケテ類は，ほぼ近畿から東の地域からしか回答が得られておらず，それより西の地方ではほとんど使わない言い方のようである。一方，サヨーナラ類は，中国・四国を中心に回答があり，東日本には少ない。

その他，マタキテネ類には特に顕著な地域差は見られなかった。

5.8. 地域差のまとめ

以上，地域差について見てきたところを整理すれば，次のようになる。

(1) 買物における挨拶行動には，全国的に見て，さまざまな地域差が認められる。まず，次のように，従来他の言語分野で言われてきた，いくつかの分布類型に当てはまる事例が指摘できる。

（a）周圏的分布（東北=九州・沖縄）：「細かいお金が無いときの断り」の挨拶の有無

（b）東西対立的分布

（b-1）東日本中心の分布：「店に入るとき・客を迎えるとき・店を出るとき・客を送るときの挨拶」のドーモ類，「店に入るときの挨拶」のクダサイ類・オネガイシマス類，「客を送るときの挨拶」のキオツケテ類

（b-2）西日本（特に近畿）中心の分布：「レジでの声掛け」のイクラ類・ケーサンシテ類，「店を出るときの挨拶」のアリガトー類

（c）地域別分布

（c-1）関東中心の分布：「店を出るときの挨拶」のオセワサマ類

（c-2）近畿中心の分布：「店に入るとき・客を迎えるときの挨拶」のマイド類

（c-3）中国・四国中心の分布：「店を出るとき・客を送るときの挨拶」のサヨーナラ類

（c-4）九州・沖縄中心の分布：「細かいお金が無いときの断り」の＜確認＞型

（c-5）東北・中部・山陰・九州中心の分布：「店に入るときの挨拶」のゴメンクダサイ類

（c-6）関東・北陸・山陰中心の分布：「細かいお金が無いときの断り」の＜依頼＞型

このような分布類型が，買物の挨拶行動の地域差にも認められるということは，言語行動の分野においても，これまで他の分野で試みられてきたような地理的研究が可能であることを意味する。

(2) 具体的な言葉について言えば，例えば，ゴメンクダサイやアリガトー，ドーモなど，あるいは「細かいお金が無いときの断り」の＜依頼＞型や＜確認＞型など，一見どの地域でも現れてよさそうな形式や型に地域差が現れたのは注目される。沖裕子（1993）が「祝言の挨拶」について指摘したように，これらは，いわゆる「気づかない方言」の一種として理解することができる。

(3) 以上は，地域差が大局的な分布として把握できる場合であるが，そのようなレベルでは一定の傾向を把握しづらいものの，都道府県のレベルでは明らかに違いが指摘できる場合がある。各場面における挨拶自体の有無が，概してそのような性格を示し，挨拶形式としては，「細かいお金が無いときの断り」の＜謝罪＞型や＜理由＞型の形式がそうであった。このことは，挨拶行動においては，(1) のような従来の大局的な分布の把握とは異なった，もっと細かな枠組みでの地域差の検討も，同時に必要であることを意味する。

6．おわりに－今後に向けて

今回の調査はさまざまな課題を抱えているが，今後のために，三つの点を記しておきたい。

(1) 買物言語行動の全体像

今回は買物における挨拶行動の枠をあらかじめ設定して調査を行った。しかし，実際の買物においては，そのとおりの順序で進まないことがあるだろう。また，商品についての質問や値切りの交渉など，挨拶以外のやりとりが間に挿入されてくることも考えられる。これら，定型化して捉えにくい部分を含め，買物における言語行動を，現実のものにより近いかたちで，しかも全体として把握することが必要である。そのためには，アンケート調査の改良，あるいは面接調査や，真田信治（1988）に紹介されているような実際の買物場面の観察，およびそれらの組み合わせなど，方法論的な検討が課題となる。

(2) 世代差と地域差との相関

高年層での地域差が若年層でどうなっているのか，これについては今回は扱うことができなかった。いわゆる方言の衰退傾向から推すならば，挨拶行動の地域差も薄まっていく方向にあると思われるが，中には若年層でもそのまま地域差が保たれていたり，「レジでの声掛け」における声掛けの有無など，若年層でむしろ新たな地域差が形成されつつあるという印象を受けるものがある。若年層の傾向を把握し，世代差と地域差との相関を明らかにすることも今後の課題である。

(3)「地域差」ということ

従来の地域差とは，地理的な隔たりに応じて認められる言葉の違い（いわゆる方言）を指し，それは多くの場合，伝播論的な要因によって生じると考えられてきた。今回の調査で得られた地域差も，多くは従来の地域差の概念で説明できるものと考えられる。しかし，言語行動のレベルの地域差ということになると，国立国語研究所（1997）や杉戸清樹（1997）などが指摘するように，

その地域の社会構造や都市化の程度の違いといった社会的要因にも注目せざるをえない。例えば，商店の形態の違いや人間関係の親疎といったことは，当然，買物の言語行動の違いに影響しそうである。もしそうならば，結果として，都市と農村といったような「社会的地域差」の方が，従来型の「地理的地域差」よりも大きく現れてくる可能性がありうる。今回の調査結果の中でも，例えば，都道府県別のレベルではじめて違いが現れる，といった項目などには，そうした観点への配慮が必要かもしれない。また，調査においても，「社会的地域差」を見越した地点の選定が検討されるべきであろう。旧来の「地理的地域差」と新しい「社会的地域差」との関係，およびそれらと世代差との関連がゆくゆくの目標となるべきである。

注

1　インフォーマントの依頼にあたっては，次の方々の協力を得た。
穴水千枝子，新井小枝子，上野智子，内間直仁，遠藤仁，大橋勝男，小熊均，鏡味明克，柏原卓，加藤和夫，金沢裕之，木川行央，菊地悟，岸江信介，木部暢子，久保田篤，斎藤孝滋，佐藤和之，佐藤貴裕，佐藤稔，沢木幹栄，篠木れい子，柴田昭二，柴田雅生，清水史，下野雅昭，陣内正敬，須賀一好，菅泰夫，添田建治郎，高橋顕志，田代脩，田籠博，道場優，時見隆一，中井精一，中條修，名嘉真三成，二階堂整，橋本博幸，備前徹，日高貢一郎，樋渡登，福島秩子，藤田勝良，松川多美，松崎正浩，松本浩志，三浦一朗，村中淑子，茂呂雄二，吉岡泰夫

2　国立国語研究所言語行動研究部第１研究室（杉戸清樹，尾崎喜光，塚田実知代）では，筆者らを含めた外部の研究者と共同で，敬意表現についての主要地点調査を進行中である。ここでの議論は，その際の検討や配布資料に大いに示唆を受けている。

3　馬瀬良雄他（1988）は，世代別の調査ではないが，大学生（信州大，高知大，高知女子大）に買物の挨拶言葉を調査しており，筆者らの調査と関連する（被調査者の出身地の広がりは不明）。その結果によれば，「店に入るときの挨拶」では，コンニチワ，ゴメンクダサイ，スイマセンの順に回答率が高く，今回の結果と一致が見られる。

4　同上馬瀬良雄他の報告では，「店に入るときの挨拶」は，イラッシャイ類が圧倒的に多い。この点も筆者らの調査と類似傾向を示すが，筆者らの調査では，コンニチワ類もある程度回答されている。

5　同上馬瀬良雄他の報告では，「店を出るときの挨拶」は，アリガトー，ドーモ，ソレジャ（マタ）の順に回答率が高く，筆者らの調査結果と一致する。

6　同上馬瀬良雄他の報告では，「客を送るときの挨拶」は，「感謝表現＋またお願いします」の形式が多いとされており，やはり筆者らの調査結果と同様の傾向を示す。

7　結果は使用率に応じて凡例のとおり記号の大きさで示した。１枚の地図に二つの形式を示したが，それぞれ回答のあった都道府県についてのみ記号を与えた。

参考文献

江端 義夫（1981）「あいさつことばの方言地理学的研究」『広島大学教育学部紀要 第２部』30

江端 義夫（1997）「挨拶言葉の分布と歴史－家族との朝の出会いの挨拶－」『国文学解釈と教材の研究』42－７

沖 裕子（1993a）「談話から見た喜びの表現－結婚のあいさつの地域差より」『日本語学』12－１

沖 裕子（1993b）「談話からみた東の方言／西の方言」『月刊言語』22－9
加藤 正信（1973）「全国方言の敬語概観」『敬語講座6 現代の敬語』明治書院
国立国語研究所（1981）『国立国語研究所報告70-1 大都市の言語生活 分析編』三省堂
国立国語研究所（1984）『国立国語研究所報告80 言語行動における日独比較』三省堂
国立国語研究所（1997）『北海道における共通語化と言語生活の実態（中間報告）』
篠崎 晃一（1996）「家庭におけるあいさつ行動の地域差」『言語学林1995-1996』三省堂
杉戸 清樹（1986）「行動の中の方言」飯豊毅一他編『講座方言学3 方言研究の問題』国書刊行会
杉戸 清樹（1997）「地域社会と言語行動」『国文学解釈と教材の研究』42－7
真田 信治（1981）「あいさつ言葉の地域差」『ことばシリーズ14 あいさつと言葉』文化庁
真田 信治（1985）「あいさつ言葉と方言－地域差と場面差－」『日本語学』4－8
真田 信治（1988）「話しことばの実態－ことばづかいの位相差－」『日本語教師用参考書Ⅱ 話しことばのコミュニケーション』凡人社
徳川 宗賢（1978）「オーキニからオシズカニまで－あいさつことばの地域差－」『日本人の方言』筑摩書房
徳川 宗賢（1985）「ことばづかいの風土性」九学会連合日本の風土調査委員会編『日本の風土』弘文堂（『方言地理学の展開』ひつじ書房，1993に再録）
藤原 与一（1992）『あいさつことばの世界』武蔵野書院
馬瀬 良雄・岡野 ひさの・杁山 あつ子・伊藤 祥子（1988）「言語行動における日本・台湾・マレーシア（マレー系）の比較－大学生の挨拶行動を中心に－」『国語学』155
柳田 国男（1946）『毎日の言葉』創元社

付 記

調査にあたり，インフォーマントの手配にご協力いただいた方々[1]，および多くのインフォーマントの方々に厚く御礼申し上げる。また，データの整理には，荻野綱男氏開発の方言調査分析用パッケージ・プログラムＧＬＡＰＳを利用させていただいた。

なお，本稿は，日本方言研究会第64回研究発表会（1997.5.23 大阪市立大学）において口頭発表した内容を発展させたものである。発表にあたり御教示をいただいた皆さまに厚くお礼申し上げる。

（原稿受理日：1997年7月22日）

篠崎 晃一（しのざき こういち）
東京都立大学人文学部 192-03 八王子市南大沢1-1
shinozaki-kouichi@c. metro-u. ac. jp
小林 隆（こばやし たかし）
東北大学文学部 980-77 仙台市青葉区川内
kobataka@sal. tohoku. ac. jp

Japanese Linguistics 2 (October) 81-101 [Article]

Regional and generational differences in the greeting behavior of shopping

SHINOZAKI Koichi
Tokyo Metropolitan University

KOBAYASHI Takashi
Tohoku University

keywords

linguistic behavior, shopping, greetings, regional differences, generational differences

Although there has been some research into linguistic behavior in the past, it has lagged behind that of other linguistic fields. This paper aims to grasp regional differences in traditional greeting behavior, as well as to investigate the changes in progress in the linguistic behavior modes of younger speakers.

Specifically, we examine the greeting behavior seen in shopping encounters using data from roughly 3200 surveys conducted in all the prefectures of Japan on college students, their parents and their grandparents.

In order to observe greeting behavior during shopping, we set the following six situations: (1) greeting upon entering a shop, (2) greeting used to a customer entering the shop, (3) calling out at the register, (4) responding that there is no small change, (5) greeting upon leaving the shop, and (6) greeting used to a customer leaving the shop. We analyzed (a) whether or not greetings were used, (b) if a greeting was used, then what specifically it was, and (c) what the function of a linguistic feature was.

In our results, we found differing tendencies in the younger and older generations. Furthermore, we were able to reconfirm patterns of regional variation which had been reported in other linguistic fields in the past, and even discovered subtle differences among the different prefectures.