諸外国との比較から見る「物言わぬ日本人」

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-03 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 小長谷, 春奈, 佐藤, まりか, 田中, 千尋, 堀田, 真莉 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/17077

諸外国との比較から見る「物言わぬ日本人」

小長谷　春奈[*a]
佐藤　まりか[*b]
田中　千尋[*c]
堀田　真莉[*d]

＜概要＞

スーパーやショッピングセンターには、「未成年の飲酒は禁止されています」「防犯カメラ作動中」などの様々なステッカーがある。これらは、店が客に対して言いにくいこと（未成年はお酒を買わないでください・万引きをしないでください）を、ステッカーを通して伝えていると考えられる。つまり日本人は、言いたいことを間接的な表現を用いて伝えたり、直接発話せずに伝えたりするのではないだろうか。

本研究ではこの疑問を明らかにするために、日本人と外国人へのアンケート調査を行った。また、ステッカーを貼っている店に対して取材を行った。その結果日本人は、自身が伝えにくいことについて、それをステッカーなどの間接的な表現を用いて伝えているということが明らかになった。そして、ステッカーを読む側も、店側の含意を理解しているということが明らかになった。

＜キーワード＞

ステッカー、含意、文章表現

[*a] E-mail: pinky-white@hotmail.co.jp
[*b] E-mail: philosophy.0801@vesta.ocn.ne.jp
[*c] E-mail: chihiro6022@hotmail.com
[*d] E-mail: horimari@hotmail.co.jp

＜目次＞

1. 研究目的

2. 対象と方法
　2.1 対象の限定
　2.2 調査方法

3. 結果と考察
　3.1 ステッカーの分類
　3.2 日本人学生に対するアンケート調査
　　3.2.1 調査概要
　　3.2.2 調査結果
　3.3 ステッカーを貼る側への聞き取り調査
　3.4 言語学的分析
　　3.4.1 グライスの協調の原則
　　3.4.2 コンテクスト情報の特定
　3.5 ステッカーとサービス論
　3.6 留学生に対するアンケート調査
　　3.6.1 調査概要
　　3.6.2 調査結果

4. 結論

文献

資料
　日本人学生版アンケート用紙
　留学生版アンケート用紙
　ステッカー資料

1. 研究目的

スーパーのお酒売り場に行くと、「未成年の飲酒は禁止されています」という表示をよく見かける。おそらくこの表示は、「（未成年の飲酒は禁止されています。だから）20歳未満の方は買わないで下さい」というメッセージを客に伝えているのだろう。それならば、なぜ直接的な「未成年の酒の購入お断り」という表現ではなく、「未成年の飲酒は禁止されています」といった間接的な表現を用いるのだろうか（疑問 1)。このような表示が見られるのは、お酒売り場に限らない。スーパーやショッピングセンター内には、「防犯カメラ作動中」や「足元注意」といった、様々な種類の表示がある。本研究では、これらの表示をステッカーと呼ぶことにする（後述)。このように店内でステッカーが多く用いられているのはなぜだろうか（疑問 2)。

これらのステッカーに関する二つの疑問から推測すると日本人には、自分の伝えたいことを音声化せずに伝えようとしたり、直接表現せずに相手に察してもらおうとする傾向があるのではないだろうか。私たちはこれを「物言わぬ日本人」仮説と名付けた。本研究ではステッカーという新しい切り口から、この仮説の検証を試みる。

2. 対象と方法

2.1 対象の限定

本研究では、ステッカーを「絵や文字が書かれているもの」で、「長期間一定の場所に貼られているもの」と定義する。そのようなステッカーの例として、車に貼られている「初心者マーク」「赤ちゃんが乗っています」、家に貼られている「セールス・勧誘お断り」「猛犬注意」、そして、店に貼られている「禁煙マーク」「私服警備員巡回中」等の表示が挙げられる。その他、従業員の身に着けている名札やバッジもステッカーといえるだろう（本稿末資料のステッカー2～5を参照)。本節では、本研究でどのようなステッカーを調査対象にしたのかを説明する。

私たちは、調査の対象を「店舗に貼ってあり」かつ「文字が書かれている」ステッカーに限定した。店舗に貼ってあるステッカーに限定した理由は次の2点である。1点は、数多くのステッカーが貼ってあるため、様々な種類のステッカーが容易に収集可能であることだ。もう1点は、従業員と客が直接会話をするという手段があるにも関わらず、ステッカーを使っていることだ。つまり、ステッカーが口頭によるコミュニケーションの代用となっていると考えられるからである。なお、文字が書かれているステッカーに限定した理

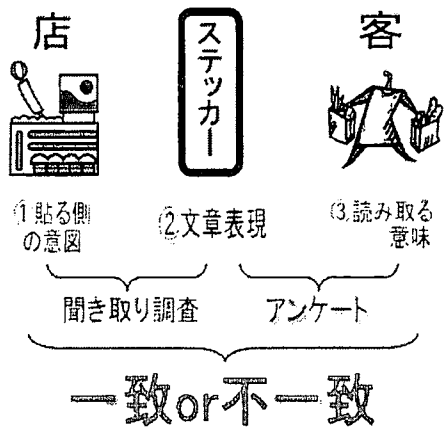
由は、ステッカーの表現の言語学的分析を行うためである。

今回は、石川県内のショッピングセンター、ホームセンター、スーパーなどに貼ってあるステッカーの文字の表現を記録し、これを資料とした。

2.2 調査方法

店舗で「防犯カメラ作動中」というステッカーを目にしたとき、私たちは「万引きをしないで下さい」と警告されているように感じる。なぜそう思うのだろうか。そこで私たちはステッカーの文章には複数の意味が関わっていると考え、下図のように、①貼る側（店）の意図、②文章表現、③読む側（客）の読み取る意味、の三つを想定した。これらは必ずしも一致するとは限らない。そこで、この三つの意味にどのような違いがあるのかを調べることにした。

図１：ステッカーに関わる三つの意味



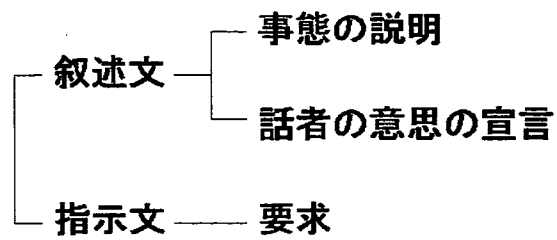
まず、②の分類を行う。次に、②と③が一致するか否かを、記入式アンケートによって調べる。さらに①と②が一致するか否かを従業員への聞き取り調査によって調べる。そしてアンケートと聞き取り調査の結果から、①と③が一致するかしないか、つまり店側の意図が客に伝わっているかどうかを検証する。

3. 結果と考察

3.1 ステッカーの分類

スーパーやショッピングセンターには、様々なステッカーが貼られている。それらの中から本研究の対象となるステッカーを収集し分類した。分類はステッカーの表現の文法形式と、それに通常結びつ

図２：収集したステッカーに見られる文法形式と機能



く機能に注目して行う[1]。

ステッカーの表現をその文法形式により分類すると、大きく叙述文と指示文の二つに分けることができる。さらにステッカーの表現の文法形式が通常結びつく機能の観点から分類すると、叙述文は「事態の説明」と「話者の意思の宣言」に分けられる。また、指示文は、「要求」として使われる。つまり以下の三つのカテゴリーに分類することができる。

表 1：ステッカーの分類

・「**状態**」・・・事態の説明（～している／～しています／～中） 例：「当売り場では温度・鮮度・日付の管理を行って<u>おります</u>」 「禁煙にご協力ありがとうございます。」 ・「**意思**」・・・話者の意思の宣言（～します／～しません） 例：「お客様に快い対応を<u>心がけます</u>」 ・「**要求**」・・・お願い（～して下さい／～しないで下さい） 例：「怪我をするおそれがありますので遊ば<u>ないで下さい</u>」

しかし上記の分類基準に従って分類すると、これに当てはまらないものが出る。例えばショッピングセンターのトイレに貼ってある、「いつもきれいに使っていただいてありがとうございます」というステッカーである。これは、「いつもきれいに使っていただいています」と「ありがとうございます」の二つの文から構成されていると考えられる。このとき、「いつもきれいに使っていただいています」という文は***状態***に分類することができるが、「ありがとうございます」という文はそれだけでは単独で使われてもあいさつ表現にとどまり、感謝の対象が不明である。よって単独では意味をもたない。何に対して感謝をしているのか分からず、どのカテゴリーにも入れることができない。そこで、「ありがとうございます」などの、単独では意味を持たない形式的なあいさつや呼びかけは、「α」として先に述べた三つのカテゴ

---

[1] ひとつの文法形式には、いくつかの機能がある。文法形式が*疑問*の場合でも、その機能は***疑問***、***要求***、***命令***などになる。

A：「時計持っとっけ？」

B：「うん。6 時 45 分やちゃ。」

これは、A の発言が、文法形式上は疑問であるにも関わらず、A が時間を知りたいという***要求***の機能を果たした例である。

リーに付属させることにした。つまり、上記のステッカーは「***状態（事態の説明＋α）***」となる。

3.2 日本人学生に対するアンケート調査

ステッカーの文章表現は、***状態***、***意思***、***要求***の三つのカテゴリーに分類できる。それでは、ステッカーを見る側は、文章をどのように受け取っているのだろうか。今回、そのステッカーに対する意識を調査するために、アンケートを実施した。

3.2.1 調査概要

目的：ステッカーに対する意識調査

対象：金沢大学　経済学部　2～4年生 405名（回収率 75%）

期間：2005年11月7日～18日

問題設定：Q1、Q2はステッカーの文章表現と読み手が読み取る意味に違いがあるかどうかを調べるために設定した。
また、Q3、Q4はステッカーの有無は人の心理や行動に影響するかどうかを調べるために設定した。

3.2.2 調査結果

Q1. トイレに「いつもきれいに使っていただいてありがとうございます」というステッカーが貼られています。これを見てどのように感じますか？

A. ①何も感じない・・・・・・・12%
②「トイレをきれいに使ってください」と言っている・・・・67%
③「きれいなトイレを目指しています」と言っている・・・・11%
④その他[2]・・・・・・・10%

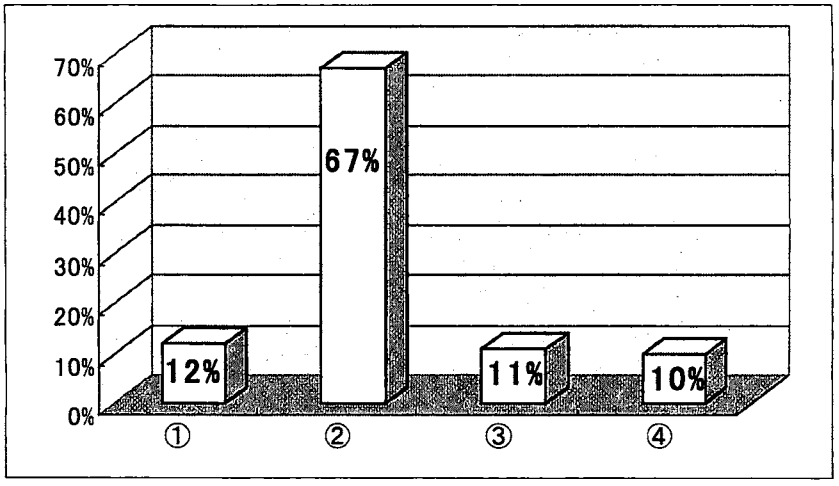
Q2. お酒売り場に「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーが貼られています。これを見てどのように感じますか？

[2] 例えば、「腹が立つ」、「戦略的な感じがする」といった回答があった。

A．①何も感じない　・・・・・・・12%
②「未成年は買わないでください」と言っている・・・・・・・66%
③「未成年には売りません」と言っている　・・・・・・・18%
④その他[3]　・・・・・・・ 4%

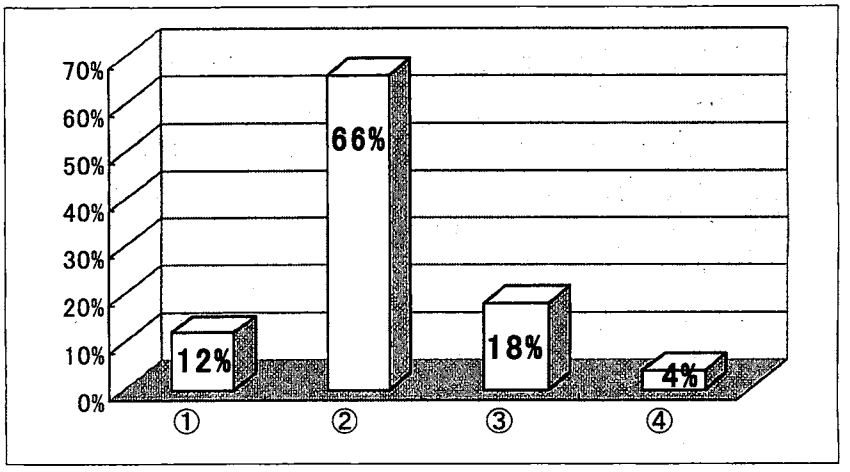
《 Q1、Q2の結果の考察 》
アンケート結果をグラフにすると次の通りになる。

図3：日本人学生対象アンケートのQ1の結果



[3] 例えば、「買ってもよいが飲んではいけない」、「法律で決まっていることを建前で示している」といった回答があった。

図４：日本人学生対象アンケートのＱ２の結果



Ｑ１のステッカーの文章、「（トイレを）いつもきれいに使っていただいてありがとうございます」は前述の分類によると***状態（事態の説明＋α）***の文である。これを、客である読み手の 67%が、「（トイレを）きれいに使ってください」という店側の***要求***として受け取っていることがわかる。

またＱ２ のステッカーの文章、「未成年の飲酒は禁止されています」も、***状態***の文と分類される。しかし、読み手は「未成年は（酒を）買わないでください」という店側の***要求***と理解している。

つまり、ステッカーの文章表現に注目したとき、***状態***に分類された表現が、読み手には貼った側の***要求***として受け取られることがある。

Ｑ４(1). パン屋のレジに並んでいます。レジ係の作業が遅く、なかなか順番がまわってこないとき、どう思いますか？

Ａ．① 何も思わない ・・・・・・・ 8%
② イライラするな、早くしてほしい ・・・・・・・ 56%
③ 仕方ない、気長に待とう ・・・・・・・ 31%
④ その他[4] ・・・・・・・ 5%

[4] 例えば、「買うのをやめよう」、「がんばって」といった回答があった。

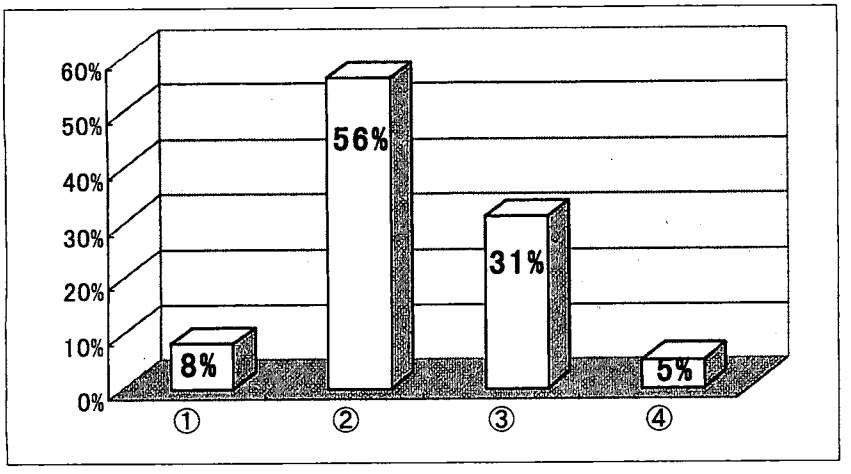
Q4(2). よく見るとレジ係は「研修中」と書かれた名札をしています。あなたはどう思いますか？

A. ① 何も思わない ・・・・・・・ 6%
② イライラするな、早くしてほしい ・・・・・・・10%
③ 仕方ない、気長に待とう ・・・・・・・77%
④ その他[5] ・・・・・・・ 7%

《Q4の結果の考察 》

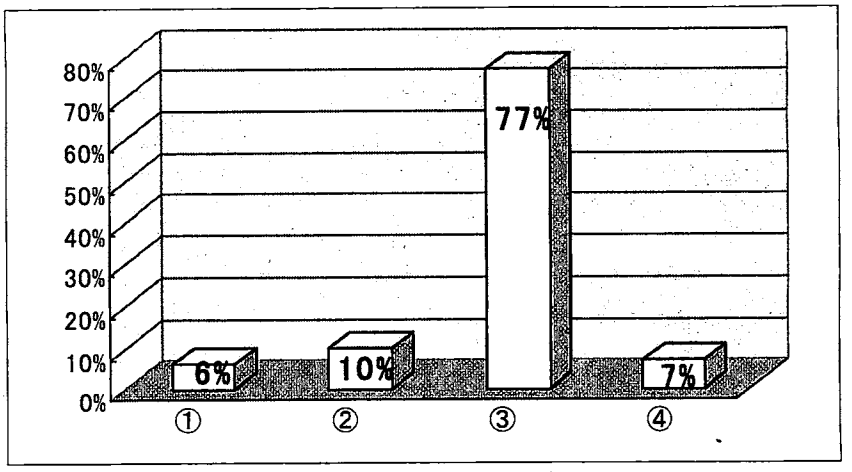
アンケート結果をグラフにすると次の通りになる。

図5：日本人学生対象アンケートのQ4(1)の結果



[5] 例えば、「頑張ってほしい」、「仕方ないと思うがイライラする」といった回答があった。

図６：日本人学生対象アンケートのＱ４(2)の結果



Ｑ４は、パン屋のレジ係の作業が遅く、自分の順番がなかなかまわってこない場面である[6]。その様子を見て「イライラするな、早くしてほしい」と思っていた人の 74%が、レジ係の「研修中」の名札を見て、「仕方ないな」と思い直すという結果が出た。つまり、この場合、ステッカーは人の苛立ちや怒りといった感情を和らげる役割を果たしていると推測できる。よって、ステッカーは、人の心理に影響を与えると考えられる。

3.3 ステッカーを貼る側に対する聞き取り調査

アンケート調査から、ステッカーを見る側の意識が分かった。ステッカーを見る側は、ステッカーの文章表現とは異なる意味を、ステッカーから読み取っているようだ。それでは、ステッカーを貼る側は、どのような意図からステッカーを用いるのだろうか。このことを明らかにするために、ショッピングセンターの従業員に聞き取り調査を行った[7]。

その結果、「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーは、「法律で禁止されているので（酒を）買わないでください」という意図で貼っていることが分かった。また「研修中」というステッカーは、「研修中なので

---

6 アンケート用紙にはＱ３があった。しかし、その設問の仕方が誘導的であることが集計時に判明した。したがって、Ｑ３から得られた結果は、仮説を検証する資料として考慮しないことにした。

7 聞き取り調査には、イオン株式会社の従業員の皆様にご協力をいただいた。厚く御礼申し上げる。

不慣れな作業でも許してください」という意図で貼っているということが分かった。

3.4 言語学的分析

アンケート調査と従業員への聞き取り調査の結果により、ステッカーで直接的な文章表現が使われなくても、貼る側の意図と客の読み取る意味は一致することが明らかになった。これは、ステッカーの文章表現から、含意、すなわち隠れた意味（直接的には表現されていない意味）を読み取ったといえる。なぜ客はステッカーの文章表現から、含意を引き出せるのか。また、どのようにして導き出すのか。この二つの疑問を明らかにするため、言語学的分析を行う。言語学的分析は、グライスの協調の原則とステッカーのコンテクスト情報の特定により行う。

3.4.1 グライスの協調の原則

協調の原則を利用すると「どのようにして含意を探し始めるのか」ということが明らかにできる。小泉（1990）には、グライスの協調の原則が次のようにまとめられている。

表２：グライスの協調の原則

基本原則：コミュニケーションにおいて、話し手と聞き手は互いに協調すべきである 1）質の公理：真実のことを話す 2）量の公理：過不足ない情報を与える 3）関係の公理：関連した事柄を話す 4）様態の公理：簡潔、明瞭に話す

グライスによると、上記の四つの公理が満たされることが、ある情報を伝えるときの最低限のルールだとされている。しかし実際は、この四つの公理が完全に守られることはまずない。この公理のいずれかに反した場合に、基本原則との整合性を図ろうと、含意を読み取ろうとする。例えば次のような会話があったとしよう。

Ａ：「今日一緒に飲みに行かんけぇ？」
Ｂ：「明日は朝から試験あるげんてぇ」

Ｂは一見、Ａからの誘いの発話とは直接関係ないような受け答えをしている。これは関連した事柄を話すという関係の公理に反している。しかし、これを見た大半の人は、Ａは誘いを断られたと思うのではないだろうか。どのようにして私たちは断りの意味を推測しているのか。協調の原則の基本原則により、Ａには「Ｂはコミュニケーション自体を拒否しているわけではない」という前提がある。それならば、Ａは「Ｂは関連していないことを言うはずがない」と考え、何か伝えたいことが他にあるのではないかと、含意を探し出そうとする。そこで、Ｂの発話の「試験がある」という部分に注目すると、試験は事前に勉強しなければならず、飲みに行くと勉強時間が確保できなくなる可能性が考えられる。つまり、飲みに行けない理由だけを述べることで、間接的に誘いを断っていることとなる。

それでは、上記の例をアンケートＱ2「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーに当てはめてみる。未成年の飲酒が法律上禁止されていることは、誰もが知っているはずだ。誰もが知っている情報をあえて表示しているということは、情報が過剰な状態をつくっている。つまり、過不足ない情報を与えるというグライスの量の公理を満たしていない。その意味では一見逸脱したコミュニケーションのようだが、コミュニケーションを続行する意図はあるように見える。とすると、客はそれ以外に何か意味があるのではないかと推測し、含意を探し始める推論過程に入るのだ。

3.4.2 コンテクスト情報の特定

コンテクスト情報を特定し、「なぜ適当な意味を導き出せるのか」を明らかにする。コンテクスト情報とは、その言語が使われている場所やそれに関わる人の情報のことである。「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーがお酒売り場に貼られているときのコンテクスト情報は、①物を売買する場所、②お酒が置かれている場所、③年齢を問わず誰でも立ち入ることができる場所であることだ。ここで、お酒コーナーにおいて、このステッカーが誰に対してメッセージを送っているのかについて注目する。お酒コーナーは、ショッピングセンターの一部にあることから年齢制限なく立ち入ることができる場所である。20 歳以上の人は、法律で飲酒が認められているので、メッセージの対象ではない。したがって、メッセージの対象は未成年者だといえる。また、メッセージの内容に注目すると、ステッカーは飲酒が禁止されているという情報を示している。しかし、貼られている場面が物を売買する場所であることから、飲酒の前提であるお酒の入手を禁止していると考えられる。つまり、このステッカーには「未成年者に対して飲酒の前提

であるお酒の購入を禁止する」という店の意図が隠されていることがわかる。

3.5 ステッカーとサービス論

「なぜ店はステッカーという手段を用いて客に意図を伝えようとするのか」について考える。日本では「お客様は神様」というサービスの考え方がある。お客様あっての商売なので、店は客よりも社会的に下位の立場と考えられる。店側は上位にある客に対して要求などを直接には言いにくいが、伝えなければならない場合もある。例えば、未成年者にお酒を買わせないために、「未成年者の飲酒は禁止されています」というステッカーを用いている。このように、客に対して言いにくいことを伝える時に、ステッカーを用いることで客との社会的上下関係を維持しようとしているのだろう。ステッカーを使うことで直接言うことを回避できる。さらに間接的な表現にすることで客の指示されているという気持ちを回避することができる。ステッカーという間接的な手段を使うことで、「言いにくい」という気持ちと「伝えなければならない」という気持ちの葛藤を解消しているといえる。

3.6 留学生に対するアンケート調査

金沢大学の学生を対象に行った調査により、日本人はステッカーの文章が間接的な表現であっても、貼る側の意図を正しく読み取ることが出来ることが分かった。しかし、それが日本人に特有であるとは証明されていない。そこで、他言語を母語とする人々のステッカーに対する意識と比較する。他言語の人々のコミュニケーション行動が、日本人のコミュニケーション行動（言いたいことを間接的な表現を用いて伝えたり、直接発話せずに伝えること）と異なると示されれば、「物言わぬ日本人」仮説は立証できる。本来は、世界各国を対象に調査を行わなければならないのだが、現時点ではそのような大規模な調査の実施は難しい。そこで、本研究では対象を金沢大学の留学生に限定しアンケート調査を実施する。留学生には様々な国の出身者がいるため、他国との比較のために調査対象に設定することは有効だと考える。留学生へのアンケートは、日本人学生を対象に行ったアンケートと基本的には同じ内容のものを使用する。

3.6.1 調査概要

目的：ステッカーに対する意識調査

対象：金沢大学　留学生　51名（回収率54%）

期間：2006年6月21日～7月21日

問題設定：Q1、Q2 については、ステッカーの文章表現と読み手が読み取る意味に違いがあるかどうかを調べるために設定した。
また、Q3 については、ステッカーの有無は人の心理や行動に影響を与えるかどうかを調べるため設定した[8]。

設問の言語：日本語中級・上級クラスは日本語。
日本語初級クラスは英語。
※日本語初級クラスを対象に行ったアンケートは、回収率が低かったため、集計は行わない。

3.6.2 調査結果

Q1. トイレに「いつもきれいに使っていただいてありがとうございます」というステッカーが貼られています。これを見てどのように感じますか？

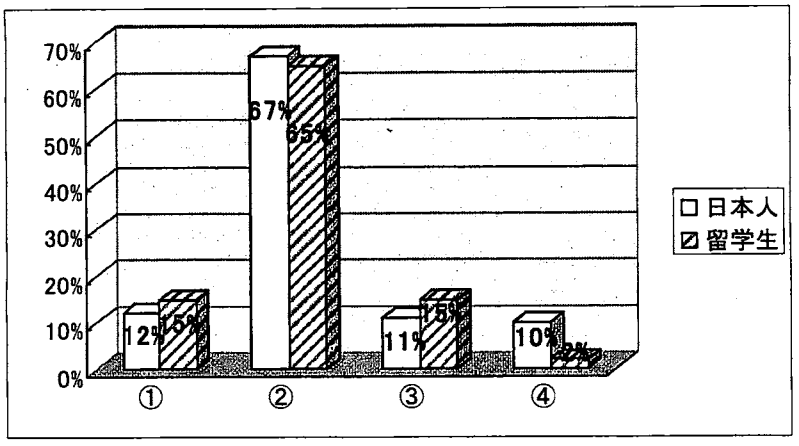
表 3：Q1 のアンケート結果（日本人学生と留学生で比較）

	日本人学生	留学生
①何も感じない	12%	15%
②「きれいにつかってください」	67%	65%
③「きれいなトイレを目指しています」	11%	15%
④その他[9]	10%	2%

[8] Q3 は日本人学生版アンケートで設問が誘導的である事が判明したため、留学生版では削除した。よって、日本人学生に行ったQ4 と、留学生に行ったQ3 が対応する。

[9] 例えば、「悪い感じだ。わたしたちは知らないと思われている」という回答があった。

図 7：Q1 のアンケート結果（日本人学生と留学生で比較）



Q1 の質問は、ショッピングセンターのトイレに入った時の状況を想像し、回答してもらった。トイレの壁面に「いつもきれいに使っていただいてありがとうございます」というステッカーが貼ってあった場合、その文章の意味をどう捉えるかという質問に対して、最も多かった回答は②の「トイレをきれいに使ってください、と言っているように感じる」だった。この回答の割合が日本人学生も留学生も約 70%を占めていた。

このように、日本人学生と留学生の回答結果はほぼ同じであった。そのため、この質問に関しての具体的な考察は省くことにする。

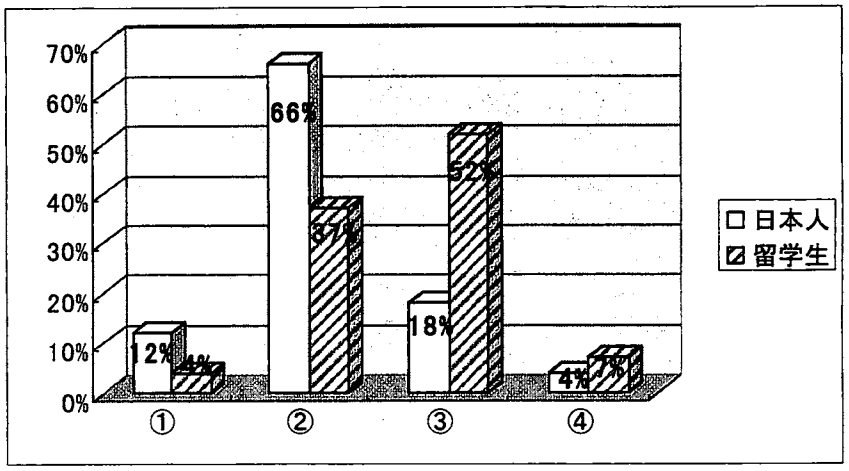
Q2. お酒売り場に「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーが貼られています。これを見てどのように感じますか？

表 4：Q2 のアンケート結果（日本人学生と留学生で比較）

	日本人学生	留学生
①何も感じない	12%	4%
②「未成年は買わないでください」	66%	37%
③「未成年には売りません」	18%	52%
④その他[10]	4%	7%

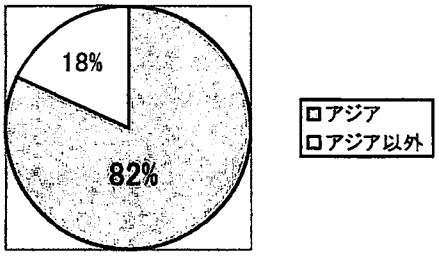
10 例えば、「禁止されているけど皆飲んでいる」という回答があった。

図 8：Q2のアンケート結果(日本人学生と留学生で比較)



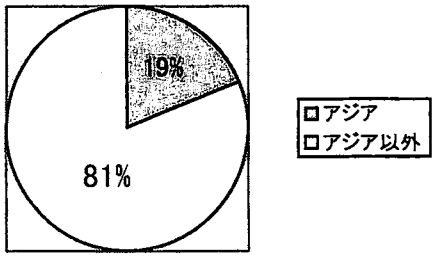
Q2の留学生のアンケート結果を見ると、37%の人が②「未成年は買わないでください」を選択し、52%の人が③「未成年には売りません」を選択した。日本人学生は、66%の人が②「未成年は買わないでください」を選択し18%の人が③「未成年には売りません」を選択した。留学生も日本人学生も、8～9 割の人が②と③を選択したが、選択した人数の比が逆転している。日本の学生が②「未成年は買わないでください」を多く選択したのに対して、留学生は③「未成年には売りません」を多く選択した。つまり、日本人と違って留学生には「未成年の飲酒は禁止されています」という***状態***の文を、「未成年には売りません」という店側の***意思***として受け取った人が多い。なぜアンケート結果はこのようになったのだろうか。

図 9：アンケートQ2で
選択肢の②を選んだ留学生



アジア：ベトナム、台湾、中国、インドネシア、韓国、タイ
アジア以外：トルコ、ブラジル

図 10：アンケートQ2で選択肢③を選んだ留学生



アジア：タイ、中国、韓国、バングラデシュ

アジア以外：コロンビア、イギリス、アメリカ、ポーランド、オーストラリア、ドイツ、アイルランド、フィンランド、フランス

私たちは、まず、②と③を選択した留学生の国籍に注目した。留学生の回答結果を国別に分析するにあたって、対象とした留学生のうちアジア出身者が 29 名、その他の国を出身とする学生が 17 名と、その数に差がある事に気付いた。これによる影響を考慮し、アジア以外の国を出身とする学生の回答数を 1.7 倍し、比較する二つがほぼ同数であるものとして計算を行った。すると、②「未成年は買わないでください」を選択した留学生の 82%がアジアの人だということがわかった。具体的に国名を挙げると、中国(台湾含む)、ベトナム、インドネシア、韓国、タイである。③「未成年には売りません」を選択した人の 81%がアジア以外の人であるという結果になった。アジア以外の国は、イギリス、アイルランド、ドイツ、ポーランド、フィンランド、フランスなどのヨーロッパ諸国や、コロンビア、アメリカなどである。このように、回答者の出身国が、選択に影響していると考えられる。もしそうだとすれば、アジアとそれ以外の国のそれぞれのコミュニケーション行動に注目すると理由がわかりそうである。

「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーは、店側の主張ではなく、法律を文字化したものである。では、店側はこの法律をどのようにして守りたいのだろうか。それは、店と未成年の客の間でお酒の売買をしないことである。つまり、「未成年がお酒を買わないこと」でこの法律を守るか、「店が未成年にお酒を売らないこと」で法律を守るかで分かれる。アジアの人は、前者の方法によって店が法律を守ろうとしているという理解から②「未成年は買わないでください」を選択したと考えられる。また、アジア以外の人は後者の方法によって店が法律を守ろうとしているという考えから③「未成年には売りません」を選択したと考えられる。それぞれ、なぜそのような理解をしたのだろうか。

アジアの人と、それ以外の国の人で選択に違いが出たのは、コミュニケーション行動の違いにあると考えられる。例えば、ある夫婦の妻が朝、天気予報で午後から雨が降りそうだと聞いたとする。そして夫が傘を持たずに家を出ようとしているとする。傘を持たずに家を出たならば、その夫は雨に降られてしまう可能性がある。そのとき、日本をはじめとするアジアの人々は、家を出ようとする夫に「傘を持っていったら？」などと「傘を持っていく」という相手の行動に即して注意を促すだろう。反対に、アジア以外の国では、家を出て行こうとする夫に、「私だったら雨が降りそうだし、傘を持っていくなぁ。」という風に、あくまでも自分の意見として言う。そして、傘を持って行くも行かないも、その人の判断に委ねるのである。もしアジア以外の国で、妻が夫に「傘を持っていったら？」などと言ったならば、夫は自身の行動に口を出されたということで不愉快に思う。アジア以外の国では、相手の行動に関して口出しすることはよしとされないからだ。以上の、国によるコミュニケーション行動の違いから、「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーを通して、店側が主張していることは何かという理解の違いが生まれると考えられる。アジア以外の人は、話し相手から自分の行動を指図されることは好まないため、店側は自身の行動についてのみ主張すると考え、③の「未成年には売りません」を選択したのだろう。またアジアでは、目的を果たすためであれば、相手の行動について口にすることも許されるため、②の「未成年は買わないでください」を選択したと考えられる。

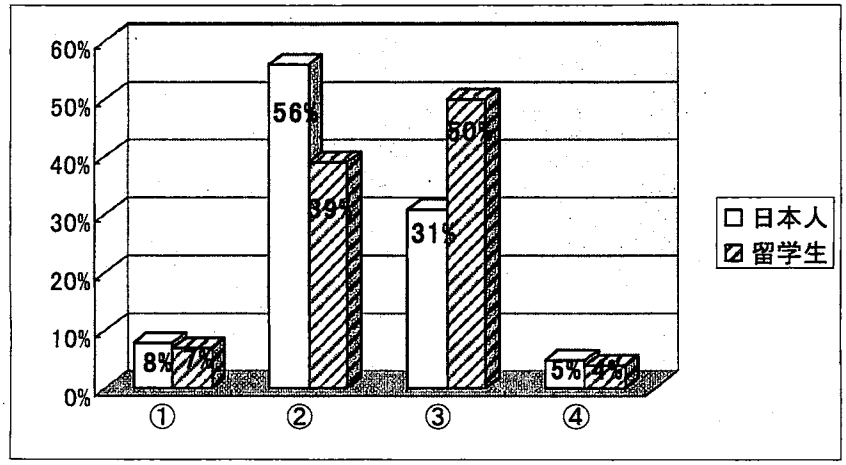
Q3 (1). パン屋のレジに並んでいます。レジ係の作業が遅く、なかなか順番がまわってこないとき、どう思いますか？

表 5：Q3(1)のアンケート結果(日本人学生と留学生で比較)

	日本人学生	留学生
①何も思わない	8%	7%
②イライラする、早くしてほしい	56%	39%
③仕方ない、気長に待とう	31%	50%
④その他[11]	5%	4%

[11] 例えば、「用事あるときは早くしてほしい」という回答があった。

図 11：Q3(1)のアンケート結果(日本人学生と留学生で比較)

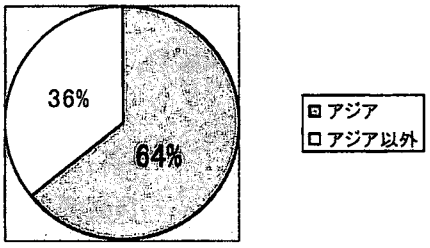


≪Q3(1)の結果の考察≫

Q3は、パン屋でなかなかレジの順番がまわってこない場面である。留学生にアンケートを実施した結果、回答は②「イライラするな、早くしてほしい」と③「仕方ない、のんびり待とう」に集中した（89%）。②と③を選択した人数の割合をみると、ほぼ4：5である。①「何も感じない」と④「その他」は少数意見であるため、ここでは考慮しないものとする。

ここで、日本人学生の結果と比較する。日本人学生においても②と③に回答が集中した（87%）。しかし、その比重は留学生と異なり、②と③を選択した人数の割合は5：4である。このように日本人学生と留学生では、回答が②と③に集中する点では同じだが、その割合が逆転するという結果になった。なぜこのような結果となったのだろうか。

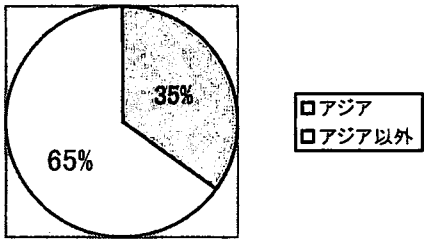
図 12：アンケートQ3(1)で
選択肢②を選んだ留学生



アジア：モンゴル、ベトナム、中国、インドネシア、韓国、タイ

アジア以外：トルコ、ブラジル、アイルランド、アメリカ、イギリス

図 13：アンケートQ3(2)で
選択肢③を選んだ留学生



アジア：台湾、中国、韓国

アジア以外：コロンビア、イギリス、アメリカ、ポーランド、ドイツ、オーストラリア、フランス、インドネシア、アイルランド、フィンランド

そこで私たちは、Q2と同様に留学生の国籍に注目して、結果を分析した。上図はその結果をグラフにしたものである。留学生で②を選んだ人の 64%がアジア出身であるのに対し、③を選んだ人は 65%がアジア以外の出身であるという結果になった。また、アジアの一国である日本の学生も、②を多く選択していることから、アジアとアジア以外の地域では回答の傾向が異なることが明らかとなった。このような傾向の背景には、各地域で時間に対する異なる感覚があると考えられる。アジア、アジア以外の地域の先進国を取り上げて考察する。

アジア、とりわけ日本は、時間に厳しい文化である。例えば、日常生活における待ち時間を考えてみよう。日本の都市部では、電車は通勤時間帯には3分間隔で運行しており、ほとんど遅れることはない。1分遅れただけでも遅延とみなされるほど、待ち時間の短さが重視されている。また韓国でも、

電車は 3〜6 分間隔で運行しており、待ち時間は短い[12]。このように電車やバスに「待たなくても乗れる」といった環境が整っている。さらに、日本のレジでの待ち時間を見ると、長くても 3 分程度である。それは、混んでくると他の店員もレジ係をし、混雑を緩和させるためである。このように「待ち時間が少ない」、「待たなくてもよい」ということが一つのサービスになっているため、アジアの人は待たされるとイライラしてしまうのだろう。

一方、アジア以外の地域はどうだろうか。ドイツを例に挙げると、都市部でも電車の待ち時間は 5〜10 分程度であり、日本と比べると長い。また、スーパーのレジにおいて、待つことは当然のこととされている。店員にはそれぞれ決められた係があり、自分の役割を超えての仕事はしない。つまり、レジがどんなに混んでいようとも、待つしかないのだ。このように、日常生活で「待つ」ことは当たり前のことであるため、レジでなかなか順番がまわってこなくても「仕方ない」と思うのであろう。以上のような違いが、Q3 の選択に影響を及ぼしていると考えられる。

Q3(2). よく見るとレジ係は「研修中」と書かれた名札をしています。あなたはどう思いますか？

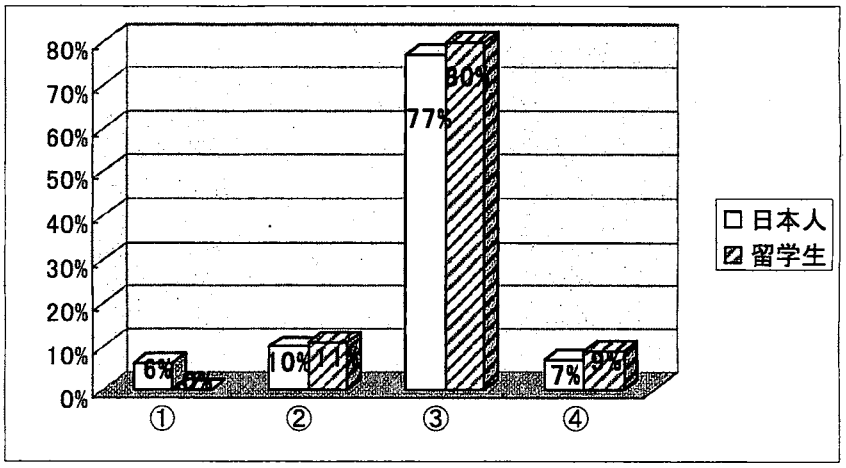
表 6：Q3(2)のアンケート結果(日本人学生と留学生で比較)

	日本人学生	留学生
①何も思わない	6%	0%
②イライラする、早くしてほしい	10%	11%
③仕方ない、気長に待とう	77%	80%
④その他[13]	7%	9%

12 ランゲージ・ロングライフ教育総合サポート
http://www.hellolets.jp/chokotto200505_1.html

13 例えば、「やっぱり研修中だね」、「depends whether I am in a hurry or not.」という回答があった。

図 14：Q3(2)のアンケート結果(日本人学生と留学生で比較)



次にQ3 の(2)は、パン売り場のレジが混んでいたとき、レジ係のネームプレートに「研修中」というステッカーがついていたらどう思うかという質問である。これに対し、日本人学生と留学生のどちらも約 80%の人が「研修中なら仕方ないな」と感じていた。

日本人学生と留学生の回答結果がほぼ同じであったため、Q1 と同様に、この質問に関しての具体的な考察は省くことにする。

4. 結論

日本人学生対象のアンケート結果と、従業員への聞き取り調査の結果から、店側の意図と客が読み取る意味は一致していることが分かった。例えば、「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーは、その文章表現では***状態***を表す。しかし、店は「未成年者は酒を買わないで下さい」という***要求***を意図しており、実際に客も店からの***要求***として受け取っている。つまり、ステッカーの文章が貼り手の意図を直接表していない間接的な表現であっても、貼る側の意図は読み手に正しく伝わっていることが明らかになった。

客が店側の意図を正しく読み取れた理由は、協調の原則とコンテクスト情報により説明できる。グライスの協調の原則の公理に反すると、何か含意があるのではないかと予測し、その含意を探す過程に入る。その際、コンテクスト情報が重要な役割を演じる。そして適合する意味を推測し行動するのだ。

一方、店は客に対して言いにくいことを伝える時に、ステッカーという間接的な手段を用いることで、客との上下関係を維持しようとしていると考えられる。

また、「物言わぬ」のは日本人に特有であるのかを証明するため、留学生

にアンケートを実施した。その結果、留学生の回答と日本人学生の回答には違いがみられた。前述のように日本人学生は、「未成年の飲酒は禁止されています」というステッカーを「買わないでください」という***要求***として受け取った。しかし、留学生、特にアジア以外が出身地の留学生は「未成年には売りません」という店側の***意思***として受け取った。読み手の受け取り方がどちらであっても、「未成年に酒を買わせない」というステッカーの効果は変わらない。しかし、重要な点は、店側の意図と客の読み取る意味が一致するかという点である。聞き取り調査で明らかになったように、店側は「未成年の人は買わないでください」という***要求***を意図している。留学生の多くが、このステッカーを店側の***意思***として受け取ったことから、留学生には店側の***要求***の意図は正しく伝わらなかったといえる。

これらの結果から、言いたいことを文字化し、間接的な表現を用いる「物言わぬ日本人」仮説は、本稿が対象とした一部のステッカーについて検証されたと言える。

文献

・小泉 保(1998)『言外の言語学　日本語語用論』三省堂 pp. 167-168.

・ジェニー・トマス(1998)『語用論入門－話し手と聞き手の相互交渉が生み出す意味－』田中 典子他訳　研究社出版.

資料

日本人学生版アンケート用紙

社会言語学ゼミ　アンケート調査

平成 17 年度学長奨励研究「ステッカーから見る『物言わぬ日本人』」における調査の一環として実施するものです。ご協力お願いします。

経済学部社会言語学演習　3 回生
小長谷春奈・佐藤まりか・田中千尋・堀田真莉

個人情報の取り扱いについて
データは、全体的傾向を推測するために使用します。個人データを公表することは決してありません。

☆あなたの性別（男・女）　　あなたの年齢（　　）歳
※留学生の方は出身国名をお願いします。（　　）

状況：あなたは近所のショッピングセンターに買い物にきました。

Q1. トイレに入ると、右のようなステッカーが貼ってあります。あなたは、どのように感じますか？

いつもきれいに
使っていただいて
ありがとうございます

A. ① 何も感じない
② 「トイレをきれいに使って下さい」と言っている
③ 「きれいなトイレを目指しています」と言っている
④ その他（　　）

Q2. あなたはお酒コーナーにいます。
右のようなステッカーを見て、どのように感じますか？

未成年の飲酒は

禁止されています

A．① 何も感じない
②「未成年は買わないで下さい」と言っている
③「未成年には売りません」と言っている
④ その他（　　）

Q3．(1) あなたは、欲しい商品を探していますが、見つけられません。
そのとき、どうしますか？

A．① 店員に尋ねる
② 諦める
③ 引き続き自分で探す
④ その他　（　　）

上の問いで、③，④を選択した人のみ、(2)，(3) にお答えください。

(2) その選択肢を選んだ理由は、何ですか？

A．① 店員に声をかけづらいから
② 自分で見つけたいから
③ その他（　　）

(3) 探し続けましたが、やはり見つかりません。
そのとき、「お探し物は お気軽に店員にお尋ねください」と書かれたステッカーが貼られていました。あなたはどうしますか？

A．① 店員に尋ねる
② 諦める
③ 引き続き自分で探す
④ その他　（　　）

Q4．(1) あなたはパンを買おうとレジに並んでいます。レジは1つしかありません。
レジ係の作業が遅く、なかなか順番が回ってこないとき、どう思いますか？

A．① 何も思わない
② イライラするな。早くしてほしい
③ 仕方ない。気長に待とう
④ その他（　　）

(2) しかしよく見ると、そのレジ係は「研修中」と書かれた名札をしています。それを見てあなたはどう思いますか？

A．① 何も思わない
② 研修中なんて関係ない。早くしてほしい
③ 研修中なら遅くても仕方ないな。
④ その他（　　）

ご協力ありがとうございました。

留学生版アンケート用紙

Sociolinguistics Seminar Survey

With the support of the 2005 scholarship that promotes research, we want to know to what extent stickers and posters reflect Japanese people's tendency to avoid speaking directly in doing life.

Your private information ad data will not be used or distributed for any other purposes than to analyze general trends in the survey.

Sociolinguistics Seminar in the Faculty of Economics,
4th year students
Haruna KONAGAYA, Marika SATO, Chihiro TANAKA, and Mari HORITA

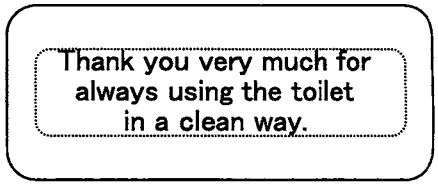
Sex : Male / Female

Age : years

Nationality :

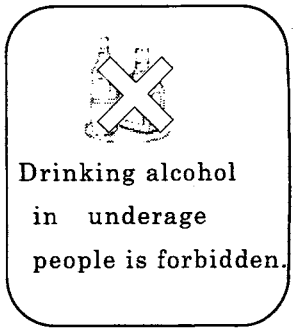
Situation : You usually go shopping in your neighborhood.

Q1. When you go to the toilet in a supermarket, you see a sticker in the right part on the wall. When you see it, how do you feel ?



A. ① I don't feel anything.
② It says: "Please use the toilet in a clean way."
③ It says: "It is supposed to be used in a proper way."
④ Others…

Q2. You are in the alcohol section at a supermarket.
You see a sticker in the right part on the wall.
When you see it, how do you feel ?



A. ① I don't feel anything.
② It says: "You can't buy hard drinks."
③ It says: "We don't sell alcohol to underage people."
④ Others…

Q3. (1) You want to buy bread and then is a queue at the cashier.
There is only one cashier operating. The service is slow and it will take a lot of time until it is your turn.
What do you think about it ?

A. ① I don't care.
② I get impatient and I want that it gets faster.
③ You can't do anything about it, so just relax while you are waiting.
④ Others…

(2) When you look closer at the person at the cashdesk, you notice that this person has an ID card that lets people know that she/he is on training.
When you see it, how do you feel ?

A. ① I don't care.
② It doesn't matter if she/he is on training, I wish it could be faster.
③ She/He is a trainee, so there is no way.
④ Others…

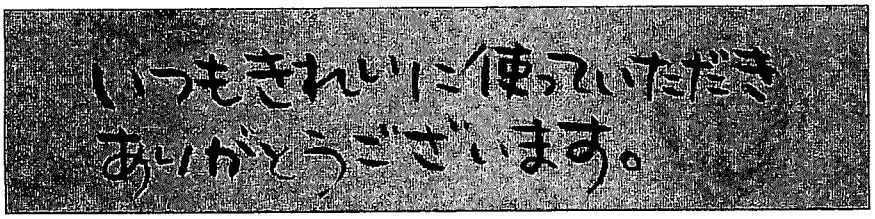
☆ Thank you for your cooperation!!!☆

資料

ステッカー資料

ステッカー1:「レジ袋不要カード」

ステッカー2:「防犯カメラ設置案内」



ステッカー3:「客への礼文」

ステッカー4:「未成年者飲酒禁止の確認」

ステッカー5:「従業員研修中の案内」