

【研究ノート】

「おかま」と客の会話から見る 接客言語ストラテジーに関する一考察

中田 梓音

総合研究大学院大学 文化科学研究科 比較文化学専攻

本研究は、酒場におけるコミュニケーション研究の一環として、調査・分析したものである。筆者はこれまで、スナックでの接客者と客との会話を収集し、会話分析を行ってきた。

このような接客業では、単に飲食物を提供するだけでなくたばこに火をつける、会話をして楽しませる、客のカラオケの歌に対して手拍子をする、など、客をもてなすサービスが行われており、それが飲食代金のみ居酒屋などの酒場と比較して支払いが高額になる要因の一つである。

スナックでの接客者と客の関係は女性接客者—男性客というケースが多いが、ここではそれから逸脱する事例として、男性として生まれながら女性として生きることを選択した、いわゆる「おかま」が接客者の立場で、一般のスナックで期待される「楽しませるサービス」をいかにマネジメントしているかを、言語ストラテジーに注目し、店内での会話を分析したものである。

言語ストラテジーとは相手（ここでは客）との効果的なコミュニケーションによって関係を良好にするために言語が果たす役割である。例えば、相手によって敬語の度合いを調節することも、その場を和ませるために冗談をいうことも言語ストラテジーに含まれる。

この会話分析によって見られた言語ストラテジーを、女性接客者においてみられたものとの共通点および差異に参照しつつ、客を楽しませる言語表現の特徴について考察する。

ここで、本論でキーワードとなる「おかま」という言葉に触れておく。広辞苑によれば「おかまとは「尻（しり）の異名。転じて、男色。また、その相手」となっている。「おかま」は一般には蔑みの意を含むため、現在では、生物学上男性として生まれ女性として生活や仕事をしている人々を「ニューハーフ」と呼ぶことが広く浸透している。また、性同一性障害者を男女総括して「トランスジェンダー」と総称されることも多い。しかし「ニューハーフ」、「トランスジェンダー」は、別の意を含意するため本論の対象とするスナックとのかかわりではあまり用いられることはない。ここでは、一般的に差別性を持ち、当事者には自虐的に用いられることがあることに留意しつつ、元来もっとも認知されているフォークターム「おかま」を用いることにする。

キーワード：「おかま」、スナック、接客言語ストラテジー、ポライトネス

1. はじめに	3.2 事例
2. 調査対象店の概要	(a) ほめ
2.1 「おかま」スナックAの概要	(b) 自己卑下
2.2 調査方法と調査対象者	(c) 「おかま」というジェンダーの強調
3. 分析	4. まとめと考察
3.1 分析方法	

1. はじめに

日本各地の歓楽街には必ず酒場があり、多種多様な遊興飲食店が存在する。そのなかでもスナックという深夜酒類提供飲食店¹⁾は一種独特な酒場と言える。肌を露出して性的なアピールを売りにするクラブ・キャバクラとは違い、飲食メインの居酒屋・バーなどともまた違う、来客との対面会話が接客サービスの中心となる酒場である。

そのような場で実際にどのような会話が行われているのかに興味を持ち、2008年から参与観察と非参与観察をおりませ、女性接客者と男性客とのやりとりに焦点を当てて調査を続けてきたが、今回、生物学上男性として生まれながら、女性性を表出しつつ接客するいわゆる「おかま」（以降「おかま」）が経営する店に調査依頼を申し出てデータ収集した。

酒場における先行研究では、ホステスクラブのホステスに関して、川畑（1995）が参与観察により「クラブ・ホステス」の調査をおこない、店の仕組みやホステスとしての仕事内容を分析したものがあつた。またホステスの「女らしさ」が商品化されることから女性へのさまざまな抑圧の存在も明らかにした。そしてこの研究をふまえて川畑は、ホステスの「媚態」と性暴力との関わりについても言及している（川畑 2001）。また、松田（2003）も銀座のホステスクラブでの参与観察を行っており、店を「社会的空間の〈舞台〉」（松田 2003: 79）として、営業の構造、人間関係、サービスなどの分析をおこなっている。さらに、自身がスナックを経営しながら、そこ

に集う客のコミュニケーションを観察記述した高田（1988）、新宿のホモバー（ここでは男性または元男性のみ入店可能なバー）の営業や接客²⁾、教育などを、主に接客者へのインタビューで調査した石田（2001、2004）などが挙げられる。

以上、いずれも社会学的な視点からの分析であり、客と接客者の会話自体を言語学的観点から分析したものではない。また、学術的な先行研究の少ないホモバー領域において、本論が扱おうとするような、いわゆる「観光バー」（石田 2001: 69）（ここでは、恋愛目的ではなく、男女問わず興味本位でも入店できるバー）を分析したものは見当たらない。

筆者はこれまで女性接客者と客とのコミュニケーションにおける会話のやり取りを言語ストラテジーという観点から分析してきたが、本論においても会話における言語ストラテジーに特に注目したい。会話を重視する理由は、上述したとおり、スナックが会話を主なサービスに据えている³⁾ことにある。

一般に接客業では客との良好な関係を築くことでリピーターを作り、接客者のサービスで他店との差別化を図らなければ店の利益に結びつかない。スナックの場合、通常の酒代にサービス代が上乗せされた料金でも、客側からは妥当だと思わせるような言語コミュニケーション能力（相手の立場を考えながら会話の場面に応じた言語行動ができる能力）と客への配慮、つまり、接客者には、客に楽しいと思わせる会話能力が求められることになる。これは既に筆者の「客と接客者の会話分析」（女性接客者と男性客版）

において、接客者が「接客時のレポート・トーク」(中田 2011: 362)によって客の気分をよくさせる対価として代金を受け取っている意識があることが明らかにされている。今回の調査対象となる「おかま」スナックAは、「ホモバー」の中の「観光バー」の一種と分類し、そこでも同様に、会話を楽しませるということが集客、接客のベースにあるという仮定のもとで、いかなる言語ストラテジーが用いられているかを明らかにする。

2. 調査対象店の概要

2.1 「おかま」スナックAの概要

今回のデータ収集地は京都市内のスナックAで、これまでの女性接客者のデータとは異なり、自称「おかま」という接客者のデータである。ここはホモ専門の店とは異なり、女性も入店可能な、通常のスナックと変わらない形態である。接客者は女性の服装と女性の言葉で接客をするが、同性愛・異性愛はここでは特に重要な問題ではない。

入店後のシステムは、焼酎やウイスキーなどのボトルをキープ(店に預ける状態)し、セット料金(席代、簡単なおつまみ代、サービス代、ミネラルウォーター代含む)によって対面で水割りを作ってもらいながら会話をして過ごすというものである。サービス内容は女性接客者の店と同様に、水割りを作る、対面で会話をする、たばこに火をつける、おしぼりの交換をするなどである。

2.2 調査方法と調査対象者

もともとスナックAの客である男性客と同伴という形をとり、筆者と男性客で、計3回訪れ、それぞれ2時間程度ICレコーダーで会話を録音した。録音日時は2012年9月13日、9月22日、10月6日、全て22時～0時の間である。

混雑時は接客者が各テーブルをまわるため、筆者と男性客2人のみの会話は除き、接客者が参加した会話合計の会話時間は1時間41分9秒である。

スナックAにはママ1人、女性接客者1人(いずれも「おかま」)、チーフ(男性)の3人が基本的に店内にいる。ママと接客者はともに50代、大阪出身で、ママがお店を開店する際に知人を通して知り合ったのが接客者Yである。付き合いは13年ほどになる。チーフは大学生のアルバイトで、皿洗いなどの雑用をして基本的には接客をしない形をとる。同伴の男性客Eは、50代後半、店に通いだして5、6年ほどである。

客層は、家族連れ、会社員、男女の恋人同士など幅広く、男女比は半々である(2012年9月13日ママMへのインタビューによる⁴⁾)。

録音に並行し、会話中に見られた行動に関しては、その場での観察メモ、会話後のインフォーマルなインタビュー、および調査後の観察ノートを分析データとした。

録音・調査許可に関しては、事前に男性客を通して店側に依頼をしてもらい、一回目の来店時に改めて録音と調査の目的について説明した後、固有名詞は伏せるという条件で許可された。

ただし、この時点では分析項目が未定であったため、具体的な目的は伝えず、会話の内容についても特に指示はしなかった。

3. 分析

3.1 分析方法

録音したデータを全て文字化し、この文字資料および観察ノートにより、会話分析を行う。

店内では、「客が主役」であり、その主役とにかくに喜んでもらうかが、ホモバーの接客である(石田 2001: 67)というように、接客時のコミュニケーションにおいて、会話を商品とする接客では客を喜ばせようと配慮した発話が多数あらわれると仮定し、そのような発話のあらわれた部分の分析を言語ストラテジーの事例として示しながら特徴をとらえていく。

ところで、この言語ストラテジーにはポライトネス⁵⁾の概念(ブラウン・レビンソン: 1987)が不可欠である。ポライトネス・ストラテジー

には、ポジティブ・ポライトネスとネガティブ・ポライトネスがあり、ポジティブ・ポライトネスとは、人間のポジティブ・フェイス（理解されたい、賞賛されたい、好かれたい）に訴えるものである。反対にネガティブ・フェイス（邪魔されたくない、立ち入れたくない、立場を軽視されたくない）に訴えるものがネガティブ・ポライトネスである。

客のポジティブ・フェイスに訴える発話を「喜ばせる」または「楽しませる」言語ストラテジーと定義し、背景や構造とともに会話中にどのように出現するかを分析する。また、これまで見てきた女性接客者との比較をもって、「おかま」接客者の言語ストラテジーの特徴を明らかにする。

ただし、本研究の場面は客と接客者という関係の中でのコミュニケーションであり、友人同士で交わされる会話のような日常会話とは言い難い部分もあるが、接客者として日々客を接客する日常性という意味で、ほぼ無意識あるいは慣習としてあらわれる「接客言語ストラテジー」としてとらえていくことにする。

本文中のトランスクリプトの記号は会話分析の転記法⁶⁾に基づく。行番号は省略、会話中の人物・地名等は全て仮名とし、頭文字使用に関して、ママはM、もう1人の接客者はY、男性客はE、筆者はSとする。

3.2 事例

全体の会話分析を行った結果、特徴的であると考えられる事例を以下に挙げる。

ただし、前述したように、すべて男性客と男性客に同伴した筆者が、接客者2人と合計4人で会話したものであり、男性客のみあるいは女性客のみの1対1の会話の場合とは異なる可能性もある。

(a) ほめ

ほめるというストラテジーについては、接客業において一般的に見られる行為であり、これまで見てきたスナックでの女性接客者と同様に、

客をほめる発話は多数あらわれた。

そのうちのひとつが、女性客の実際的美醜に関わらず発せられる「かわいい」という言語表現の多用である。これは外見だけではなく、女性としての発話や行動、持ち物が対象となっていることも多い。

特に初対面である1回目の来店時には、滞在時間2時間中21回発話され、10分に1.75回「かわいい」という発話があらわれる計算になる。

以下は、Eの指導する野球チームの話をしており、その野球チームの業績を知っていたかとYがSにたずね、Sが知らなかったと答えた場面である。

事例①「かわいい」

Y：へ：：知ってた？Sちゃん＝

S：＝あたし知らなかったんです：：1年ぶりに
会って初めて、＝

Y：＝ああ、そっか[そっか

S： [は：：い

M： [hh一年ぶりで、

Y：Sちゃんかわ[いhh

M： [かわいい[ね：：

E： [かわいいやろ：：？

((MとYに)) 飲みいや＝

M：＝あ、いただきます(.) じゃ、あたしコーラで

E：コーラで((Mの言い方を真似して)) うん

なんの脈絡もなくYがSを「かわいい」という発話をし、それに対してママMも「かわいいね」と続け、Eまでもが「かわいいやろ」とあいづちのような形で連鎖している。「かわいい女の子」と評価して認めることで女性客のポジティブ・ポライトネスに働きかけて喜ばせる効果がある。

もちろんこれは常連である男性客Eの手前、連れの女性客をほめることで結果的に男性客の評価をあげるため、男性客のポジティブ・ポライトネスにも働きかけることにもなる。前述した

とおおり、Aのような「観光バー」には、女性客が少なくない。加えて、恋愛目的で通う客はほほえないため、色気での接客は必要ない。ただし、ボトルをキープしている常連客には男性客が多く、興味本位の女性を同伴する機会が多いため、そのような女性客をまず心地よくさせる配慮であると考えられる。

続いて以下の事例は、Sの携帯電話のカバー（ビールの模様）に着目し、反応する場面である。

事例②「女の子だからかわいい」

- Y：あ：：すご：：い
 M：おビールが好きやから？
 S：好きなんです
 Y：[そんなに、
 M：[かわいいわ：：<「好きなんです」>って
 おかしいよ、ホンマに：：もhhh
 Y：え（.）これはなに？ 아이폰？でたね：：
 ファイブ、
 M：あんたよう知ってんなあ=
 Y：=いや今日テレビでず：：とやってたよ
 ねえ=
 S：=長いやつ。
 Y：あたしもそれにしようかしら：：
 M：かわい：：(0.4) ↑ こういうのでかわいいね：：
 Y：°かわいい°
 M：なんか変なのぎゃんってつけてるよりも、
 なんかこれ話題にもなるし=
 Y：=でもこれ、女の子やからかわいいのよ：：
 M：あ、そうやろねhhhhh
 Y：あたしがもしこれしてたら、そんなに食べて
 食べたいの？って
 M：お腹すいたん？言われんねやろhhh

これは、女性客Sの持ち物である携帯のカバーを「女の子がやるからかわいい」とほめることで、かわいいものを持っていると評価すると同時に、「自分がやったら違う」と、女性としての性そのものを評価している。

2012年6月に別の店の「おかま」接客者Iに接触する機会があった。ここも「観光バー」に分類される店であり、当時店内に女性客が多かったため女性客への接客の仕方をインタビューしたときがあった。「女性客と張り合ってもなんの得もない」と言われたことが印象的であった。特に興味本位で来店する女性客には「最初から女性としての「負け」を認めてあげる」ことで、まず警戒心をとき、ほめることで不快感を抱く隙を与えない。「無駄な敵を作らず味方につけるのが一番」（「」内は「おかま」接客者Iのインタビュー発話）だという。

これは、女性客を喜ばせることで結果的には「また、あそこに行きたい」と思わせるリピーターを作る＝男性客を同伴する＝「店の営業として勝つ」ことになると推測される。

(b) 自己卑下

(a) で見られた「すごい」「かわいい」など相手を直接ほめるものに対して、自分を下げて相手を上げる方法も多く見られた。事例②の後半で見られた「自分がやったらかわいくない」という表現もこれに入る。

このような自己卑下は、多くはないものの一般スナックの女性接客者にも見られる表現である。

リーチの語用論の中にある「謙遜の原則」(1987: 197) にも見られるように、自分を下げれば相手が上がる、いわゆるシーソーゲーム⁷⁾のような機能はポライトネスの一種であり、相手の心理的負担を減らすことで、結果的に相手の体面を維持し、優越感を与える⁸⁾機能を持つと考えられる。

以下の事例③は、テーブルの上の変わった形の水差しを見て、Sが興味を持つ場面である。

事例③「息するだけで」

S：こ-これって、み-水？（(テーブル上の水差し)）

Y: これ水。
 S: (hh) これ ((ポンプ)) 押したらでるんですか?
 Y: これ押すと。
 E: これ昔のやつや。
 Y: そう昔はやったのよ: : > だけどこっちのほうが、ほこりが入らへんから=
 M: = うちらほらよう [バタバタするから。
 S: [ああ: : : :
 Y: > そうそうくあたしらこう息してるだけでここほこりたつからねhh
 S: hhhh
 M: hhh 清潔感あるやんか (.) このほうがね=

通常の水差しは、上が広くあいていることが多いが、ここの水差しはポンプの蓋がついており、ホコリが入らないようになっているという。Yが「あたしら息するだけでホコリがたつ」といい、自らを「ホコリをたてる原因」として下げている。

以下の事例④と⑤は、MとYの身体的特徴（体格の良さ）で自分側を下げる発話である。

④は「おかま」が嫌いだったEの長男が来店したときのエピソードである。

事例④「これ以上顔が」

Y: でも ((Eの)) 長男ほら、ねえ?
 M: う: ん
 Y: 初めあかんかったやろ? おかまが、
 E: あhhhhhhh まあまあ=
 M: = 確かあかんかったはずや
 Y: だってマ (h) ママ (h)、¥ ママいったときなぐるぞっ [て (……) ¥
 E: [hhhhhhh
 M: このへんにおれへんかった? ((座り位置の話))
 (0.4)
 Y: えっとね、ここいましたあた [し
 M: [ね、そう [いう

Y: [で、
 ママが、
 M: あ、ちゃう、2回目こっちやって [ん
 Y: [冗談 [で
 M: [で、
 1回目殴るぞいわれてん
 Y: 冗談でママが行ったら、¥ 殴るぞ近寄ったらっ hてh ¥
 E: hhhhhh
 M: でも2回目の時はもう、ましになってたのよ=
 Y: = 2回目はねもう [な
 M: [だいぶ] ましになってたっていわれたけど、最初もう真剣に (言っ) はって=
 Y: = おかまがあかんかってんて [: :
 E: [hhhhhhh
 M: ¥ 殴られたらこれ以上顔おおきなってもあかんしね ¥
 E: [hhhhhhh
 S: [hhhhhhh

「おかま」が嫌いなEの長男から、「近寄ったら殴る」と言われたMは、「殴られてこれ以上顔が大きくなったら困る」として、自ら外見の欠点をさらけだし笑いをとっている。

⑤は、携帯電話をスマートフォンに変えるかどうか悩むYとMの会話である。

事例⑤「ちっさく見える」

Y: でもいいよね: : あたしもやっぱり今ちよつと悩んでるもん=
 M: = あんた使えんの? =
 Y: = ちゃ、使いこなせへんと思うんやけど、調べもんがすきやから (0.4) それやったらこれがいいなあとと思う (0.2) アイパッドでもいいんだけどね: : 携帯はこっちでいいから (.) ただアイパッドは↑でかいから、みせ]

M: [あ ん た] あんたが持ったらちっさく見えるんじゃない?
 Y: そうそ[う、ちょうどこれぐらいに見える、
 ㍷どうよそれは㍷
 S: [hhhhh
 E: [hhhhh
 M: hhhhhh

「アイパッドはサイズが大きいから」というYに、「あんたが持ったら小さく見える」ということで、「体が大きい」とし、Yもその外見的特徴を「そうそう」と返し笑いをとっている。

(c) 「おかま」というジェンダーの強調

「ニューハーフ」や「おかま」に対する差別と偏見はここ最近薄れてきたとは言え、日常的に接する機会はやはり少ない。生まれて初めて、という人も多いためであろうし、そのような人びとにとっては、女性でも男性でもない新たな性に接する緊張や、自分と相手との立ち位置を探る必要がある。

ここでは、女性として生きる“元男性”であるということそれ自体を自ら提示する言語表現に着目する。これらは、客が接客者をどのような性で、どのような人物として接すればいいかを方向づける配慮表現とも考えられる。

以下は、EがSを紹介するときに「産婦人科の先生になる」とYに冗談を言い、信じたYがMにSを紹介する場面である。

事例⑥「ホルモン注射」

Y: [>なんか<産婦人科の先生になるんだって
 S: hhhhhh
 E: いや、うそやうそやそれはうそやで、[もっと、
 Y: [あ、
 うそなん?も: : : :
 E: 今、大学院でやって、博士号とりよんねん=

S: =あの、博士課程はほんとですけど
 Y: あ、そこはほんと[なん
 M: [hhhhhh
 S: [産婦人科hはhhh
 E: 産婦人科はうそやでhhh
 Y: (いや) 産婦人科やったらね、ホルモン注射
 打ち行こうかな思って
 E: hhhhhh
 S: hhhhhh
 M: あhはhhh (.) ほんまやね。
 Y: そうですよ: :

Eの嘘を利用し、「ホルモン注射を打つ」という冗談で笑いをとっている。通常の女性であれば注射での女性ホルモンを必要としないため、女性になりたい「おかま」であることを示している。

事例⑦「あたしらおっさん」

E: ((Sが)) 勉強ばかりしとる。
 Y: 勉強ばかりして[んの?
 E: [勉強ばかりしとる。
 Y: あかん、勉強ばかりしてたら、
 S: あ、そっか=
 E: =ちょ - まほんで、ちょ-たまにはな、年
 いったおっさんもええぞ: : ゆうて
 S: いや[hhhh
 Y: [そうそうま、あたしらも年いったおっ
 さんやけどね
 E: hhhhhhh

⑦は、Eが自分のことを「年いったおっさん」と言ったことに対して、「そうそう」と同意し、自分たちのことも「あたしらも年いったおっさん」とし、「おばさん」ではなく「おっさん」という、もともと男性であることを喚起させる発話になっている。

続いての事例⑧は、YがMの不思議な行動のエピソードを語った後の会話である。

事例⑧「天然」

S：天然なんですね

Y：そう、天然＝

M：＝ボケかもしれないねもう。

S：あ、でも天然で好かれますから。

(0.6)

M：天然？なん？

S：>あたしは<違います

M：あほんと？

E：hhhh[h

Y： [でも天然の女よね？

(0.6)

M：天然(.) あhhhhh

S：あ、ああ：[hhhh

Y： [あたしたちは天然のおかまや
もんね

M：そう(.) 普通のおかまでええんちゃう？

Y：ママ天然痘。

M：てhんねhんとうっ hてhえらい重いやつなん
ちゃう[の

Y： [病気病気

M：やだわ：：

Mの性格を「天然」というSに、Mが「天然なん？」と聞かすが、Sは違うという。しかしYは「天然の女でしょ」といい、性格は天然ではないが、女として生まれたという意味での「天然」とする。その上で「あたしたちは天然のおかま」と続けている。このように、女性でも男性でもない「おかま」というジェンダーを会話に多数折り込み、強調することで笑いを誘い、結果的に「楽しませる」会話となっている。

4. まとめと考察

これまで、8つの事例を挙げて記述した。事例①・事例②は、女性客に対してのほめる表現であると考えられる「かわいい」「女の子だからかわいい」という配慮表現、事例③～⑤は、自己の身体的特徴を卑下・けなすことによって自然

と相手を上げることになる配慮表現、事例⑥～事例⑧は自分たちが、「ホルモン注射打ちに行く」、「あたしはおっさん」、「あたしは天然のおかま」という表現により、生物学上男性として生まれ、女性として生きるそのあいまいなジェンダーの立場を相手に知らせることで心理的負担を減らす配慮表現と見ることができる。

(a) ほめ、という配慮表現はこれまでの女性接客者にも見られる。スナックやバー、あるいはクラブには男性客が女性を同伴して行くことも珍しくない。同性同士に色気営業は通用しないし、また厳しく評価される可能性も高いため、「○○さん、きれい」「娘さんかわいい」といった先手をうち、攻撃されないように自分の身を守る戦略は多々用いられる。

スナックAは「おかま」スナックであり、接客者(M・Y)と客(S)は完璧に同性とは言えないが、外見は女性であり、一般の男性を恋愛対象としていることでは同性意識はあると見ていだろう。前述した「おかま」接客者Iのインタビューにもあったように、女性客Sに対しての配慮表現であると同時に「同性(と見られる)接客者」としての自己を守る戦略とも言える。

同様に、(b)の自己卑下も、多くはないものの、女性接客者にも見られる表現である。相手に言われるよりも先に自分の欠点に言及することで、傷つくことを回避し、自分のネガティブ・フェイスを維持する戦略であると同時に、客に優越感を感じさせ、相手をあげることになるポジティブ・フェイスに働きかける戦略とも見ることができる。

「あたしアホやし」や「酒癖が悪い」などがそれにあたる。ただし、女性接客者には、外見的な自己卑下はまれであり、性格や失敗談などの自己卑下が多い⁹⁾。

また、自己卑下の効果としては少々異なり、男性客に同意や笑いを期待するよりも「そんなことはない」という修復の言葉が期待される

ことが多い¹⁰⁾ (女性接客者 A インタビュー (2010/10/26) より)。

以上の (a) と (b) は、女性接客者にも見られる言語ストラテジーとして事例を見てきた。(c) は、「おかま」というジェンダーを強調するもので、「おかま」でない女性接客者にはそもそも不可能ではあるが、自己のジェンダーを強調するという意味では女性接客者に見られなかったものである。

しかしながら、事例⑥～⑧の「おかま」のジェンダーを強調した言語表現に関して、客に対する配慮表現とも述べた。

「おかま」とはいったいどのようなものなのか、といった興味本位の客に、改めて説明する義務もないが、会話の断片に挿入することで、「おかま」というある意味センシティブである意味タブーであろう性の問題に関して、客がどの程度言及することができるかを提示している。

極端に言えば、「あたしはおっさん」というのであれば例えばこちらが「おっさん」と呼びかける冗談も受け入れられると考えられる。つまり「おかま」スナックに来るということは、ある種の好奇心とともに緊張感をもつのが普通、そこに先に踏み込み普通では触れられないタブーを口にすることで、相手の緊張感をやわらげまた満足感をあたえる。(あるいはまた限界をしめす) という特殊な配慮表現ではないかと思われる。

このような観点から見ると、これまで見てきた事例から、「おかま」接客者も女性接客者と同様に客に配慮するポライトネス・ストラテジーに基づいた接客言語ストラテジーによるもてなしをしていることがわかる。

しかし一方で、「おかま」というジェンダーの関連する事例に関しては、聞かれないうちに自らの許容範囲内での自己開示をすることで客に質問させる機会を与えず、自分の好まない質問をされることを回避するストラテジー¹¹⁾にも見える。これは、他人にそこまで立ち入られたく

ないという欲求、接客者側のネガティブ・フェイイスに基づくものととらえることもできる。この意味では「おかま」である「自己を守る」言語ストラテジーと定義できる可能性もあるが、それにはジェンダー、心理学などの観点からの十分な議論が必要であるため、現時点では、客に「おかま」との接し方を提示する特殊な配慮表現および客を笑わせる接客言語表現としてとらえ、言語ストラテジーの中でどのような位置づけになるかは今後の課題とする。

今回の調査場面と調査対象者は限定的であり、スナック A が「おかま」スナックの典型、というためには引き続き量的・質的調査が必要ではあるが、今回の言語ストラテジーに関する一考察をもって、「おかま」接客者の接客会話の特徴を一定程度描き出すことができたといえよう。

謝辞

あつかましい申し出にもかかわらず、このような貴重なデータ収集にご協力いただいた方々に記して感謝したい。特に、世間では特別視されがちな立場でありながら、私的な会話の録音に同意されたことは本研究のためとはいえ頭が下がる思いである。改めてここに謝意を表する。

注

- 1) 深夜0時以降酒類を客に提供する飲食店を指す。風俗業と兼ねることができないため、通常、接待 (客の横に座る、ダンスを踊るなど) のない「スナック」や「バー」などが、このような名目で地域の公安局に届け出をしている「風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律」(<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S23/S23HO122.html>) (電子政府の総合窓口イーガブ: 総務省) 参照のこと。
- 2) 石田 (2001: 63-67) では、新宿のホモバー (来店客がゲイ男性がメインとなるバー) に従事する店長や従業員に対する聞き取り調査をもとに、「客を立てる」「客に満足感を与える」という接客の実践が描かれている。
- 3) 調査対象店のスナックのママへのインタビューによる。「1人のお客さんも多いから、しゃべりたいから、相手しないと。お酒とかこんな (マ

マさんの手料理おつまみ)はコンビニで勝手に買えるけど、しゃべる相手は買えへんやん」「大事よ、会話は。うちみたいなんはそれでお客さん、男も女も関係ない、来てくれる。癒されるゆうて。」(2011/08/29録音)

4) どんなお客さんが多いのか、という質問に対しての答え、「家族連れとか会社の飲み会、女の人も多いわよ、半々くらいかしらね。」(2012/09/01録音)

5) ポライトネス理論に関しては一般的な言語感覚と研究者の定義にずれがあるという事実からいまだ議論中であり、日本語に関しては配慮に関するさまざまな用語が使用されてきており、(たとえば配慮表現、待遇表現など)その間の違いは十分に議論されていないのが現状である。しかしながら我々の日々の生活で、対人コミュニケーションを円滑に進めるために言語ストラテジーとして有効に機能しているのがポジティブ・ポライトネスであると言われている。

6) [オーヴァーラップの開始位置
] オーヴァーラップの終了位置
= 末尾に等号を付した発話と冒頭に等号を付した発話とのあいだに、感知可能な間隙が全くない。

(数字) その秒数の間隙がある。

() その位置にごくわずかの感知可能な間隙(おおむね0.1秒前後)がある。

「文字」 発話者が誰かの発話や思念を直接話法で引用していると見せる部分。

: 直前の音が引き延ばされている。コロンの数は、引き延ばしの相対的長さを示す。

- 直前の語や発話が中断されている。

. 直前部分が下降調の抑揚で発話されている。

? 直前部分が上昇調の抑揚で発話されている。

, 直前部分が継続を示す抑揚で発話されている。

↑↓ 直後の部分で急激な抑揚の上昇や下降がある。

文字下線部分は強調されて発話されている。

°文字° この記号で囲まれた部分が弱められて発話されている。

hh 呼気音を示す。

文(h)字(h) 呼気音が言葉に重ねられている場合には、発話の途中に(h)を挿入する。

≡文字≡ 笑いながら発話されている。

<文字> 前後に比べてゆっくりと発話されている。

>文字< 前後に比べて速く発話されている。

(文字) 聞き取りに確信が持てない部分。

(……) まったく聞き取れない発話。

((文字)) 転記者によるさまざまな種類の注釈・説明は、すべて二重丸括弧で囲って示す。

詳細は「トランスクリプションのための記(<http://www.meijigakuin.ac.jp/~aug/transsym.htm>)」を参照のこと。

7) 「シーソーゲーム」という表現は雑談の構造分析において、相手より下のエピソードを話そうとすると自然に相手が上がることから名付けられている(大浜 1995: 212)

8) 「客と接客者の会話分析」(中田 2011: 360)

9) 女性接客者Kと男性客Eとの会話例より一部抜粋。Kが酔っ払ったときの失敗談である。

(前略)

女性接客者K(以下K): なに食べたか覚えてない(笑い)サイテーでしょ?

男性客E(以下E): 味あわんと食べたん?

K: 味あわんと食べました

(中略)

K: やばいです、もう。最近ね、たち悪いんですよ、あだし酔っばらったら。泣くか怒るかなんかしてるんで。

E: それはたぶんなにかあんねやろな。不満があるんちゃうか?

K: もうね、怖いです自分が。

(以下略)

このあと、男性客が「いいやん、わかりやすくて」と慰めて終結している。(中田 2011: 358-359)

10) 女性接客者Kへのフォローアップインタビューより

「なんか、自分の悪口とかは、笑って欲しいものあるけど、ちょっとそんなことないよみたいな、ほしい。そうだね、とか言われても、おい、とか思うし。」(2010/10/26録音)

11) 「危険な話題を回避する」ストラテジー(三牧 1999)には「話題を変える」「気をそらす」などがあるが、「相手に言われる前に答える」方法で、それ以上の追求を避けようとすることも回避するストラテジーであると考えられる。

参考文献

石田 仁

2001 「接客・舞台・ママ・ミセコ: 商空間と

- しての〈ホモバー〉」『Sociology Today』12: 56-71。
- 2004 「ジェンダーとセクシュアリティの真空圏—新宿二丁目ホモバーにおける商的相互行為実践—」『社会学科』14: 81-98。
- 川畑智子
1995 「素人ホステスのアイデンティティ形成の過程とその意味」『社会学論考』16: 27-60。
2001 「戦略としての『媚態』とそのパラドックス」『社会学論考』22: 59-79。
- 串田秀也
2006 『相互行為秩序と会話分析「話し手」と「共-成員性」をめぐる参加の組織化』世界思想社。
- 松田さおり
2003 「銀座ホステスクラブの世界—女性たちとサービスの民俗誌的記述を中心として—」『生活学論叢』8: 78-90。
2003 「ホステスの仕事の習得と仲間集団に関する一考察」『ジェンダー研究』6: 17-28。
2007 「ホステスクラブで表現される中高年男性のセクシュアリティに関する一考察」『家族研究年報』32: 51-64。
- 三橋順子
2003 「日本トランスジェンダー略史(1)-(3)」米沢泉美編『トランスジェンダリズム宣言：性別の自己決定権と多様な性の肯定』96-129頁、社会批評社。
- 三牧陽子
1999 「初対面会話における話題選択ストラテジー—大学生会話の分析—」『日本語教育』103: 49-58。
- 中田梓音
2011 「客と接客者の会話分析」、『言語と言語教育をめぐる』(立命館大学大学院言語教育情報研究科院生論文集) 4: 337-367。
- 大浜るい子
1995 「談話分析 雑談はいかに構成されるか」『広島大学教育学部紀要』44: 207-217。
- 高田公理
1983 『酒場の社会学』PHP研究所。
- 宇田川妙子
2005 「性をゆさぶる—トランスジェンダー」田中雅一・中谷文美編『ジェンダーで学ぶ人類学』230-250頁、世界思想社。
- 山本信幸
2006 『新装開店「キャバクラ」の経済学』インデックスコミュニケーションズ。
- 山岡政紀
2004 「日本語における配慮表現の現状」『日本語日本文学』14: 17-39。

英語文献

- Brown, P. and S. C. Levinson.
1987 *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hymes, D.
1972 “Models of the interaction of language and social life”. In John Gumperz and Dell Hymes (eds.) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*, 35-71. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Leech, G.
1983 *Principles of pragmatics*. London: Longman. (池上嘉彦・河上誓作訳1987『語用論』紀伊国屋書店。)

A Study on the Accommodating Linguistic Strategies Observed in Conversations between “Okama” Hostesses and Customers

NAKATA Shion

The Graduate University of Advanced Studies,
School of Cultural and Social Studies,
Department of Comparative Studies

The aim of this study is to analyze the linguistic strategies of so called “Okama” hostesses working at Japanese snack bars. “Okama” are people who are considered biologically born as male but who live (and/or work) as female. Data was collected from recordings of conversations between “Okama” hostesses and customers at the bar. The analysis is based on transcriptions of the recorded conversations and follow-up interviews collected from the participants of the conversations. The results of the analysis revealed some strategies adopted in the conversations. At first, the “Okama” complimented the customers, especially the female customers. Second, they belittled themselves for making customers feel good (to keep their positive face). These politeness strategies are common to female hostesses. The most characteristic aspect of “Okama” hostesses’ conversations was to deliberately mention of their original sex. It is not clear enough to call it a linguistic strategy yet, but it is possible to show how “Okama” hostesses entertain the customers who are not homosexual. Further research is needed to clarify “Okama” hostesses’ linguistic strategies by classification of language expressions.

Key words: “Okama”, Japanese snack bar, Language strategy of service, Politeness