

〈研究ノート〉

## 接客場面における敬語の使用 —社会言語学の観点から—

羽 鳥 美有紀

### 【要旨】

現代の日本において、接客業で使われる敬語は、単なる礼儀や形式にとどまらず、人と人との関係性やその場の雰囲気や左右する重要な役割を果たしている。接客業に従事する非日本語母語話者にとって、敬語の習得は大きな課題でもありその過程には多くの困難を抱えている。

そこで、本研究では文化審議会答申の「敬語の指針」に基づき、接客現場における敬語の使用実態を社会言語学の観点から明らかにすることを目的に調査を行った。分析の結果、使用されている敬語の形式は数種類の定型表現に集中しており、複雑で多様な敬語は実際の現場ではあまり使われていないことが明らかとなった。今後、さらに研究を深化させ、接客業に従事する非日本語母語話者の敬語習得に対する教育や教材開発において貢献していきたいと考える。

キーワード：敬語、接客場面、社会言語学、敬語の指針、相互尊重、自己表現

### 1. 研究の背景と目的

接客業における言葉遣いは、人と人とのコミュニケーションを円滑にし、よい人間関係を築いていくために欠かせないものである。その中でも、敬意表現は単に意思や感情を伝えるだけではなく、相手の人格や社会的立場、さらにはその場の状況に対して配慮し、話し手自身の気持ちや関係性の在り方を示す重要な役割を担っている。

現在、グローバル化の影響もあり、接客業に従事する外国人も年々増加傾向にある。財団法人海外技術者研修協会（2007）によると、外国人留学生を雇用している企業の要望として、在学中に日本語運用能力を高めてほしいということが述べられており、特に敬語などの待遇表現のニーズにも言及している。同時に、留学生も就職後に日本語能力上の課題、特に敬語などの相手との関係、状況、場面に応じた使い分けを困難に感じていると述べている。このように、接客業に就く非日本語母語話者にとって敬語の習得は大きな課題でもある。

日本語の敬語は、古くから社会的に重要視されてきた歴史がある（滝浦，2013）。そして現代においても「敬語の指針」（平成19年文化審議会答申）において、社会言語学的観点から「相互尊重」や「自己表現」という用語で敬語の本質が語られている。近年、接客業ではマ

ニュアル化された敬語（洞澤ほか，2006）や一部の表現が頻繁に用いられている傾向が見られ、それらが「敬語の指針」で解説されている分類とどれほど一致しているか、または接客場面独自の敬語が存在するのかは十分に検討されていない。

本論文では、「敬語の指針」をもとに接客業で使用されている敬語の実態を分析し、社会言語学の観点からその意味と課題を明らかにすることを目的とする。

## 2. 本研究の枠組み

本研究では、「敬語の指針」（文化審議会答申）を基準に分析を行うため、敬語の形式や具体例について以下にその要点を示す。また、その中には敬語使用の基盤となる「相互尊重」と「自己表現」という二つの重要な視点が明示されており、それらを社会言語学の観点からみた枠組みを述べる。

また、本研究で扱う「敬意表現」とは、「敬語の指針」（平成19年文化審議会答申）で定義づけられている「コミュニケーションにおいて、相互尊重の精神に基づき、相手や場面に配慮して使い分けている言葉遣いを意味する。それらは話し手が相手の人格や立場を尊重し、敬語や敬語以外の様々な表現から適切なものを自己表現として選択するものである」という敬語という言語だけに着目したものではなく、敬語も含む広い概念を意味する。

### 2.1 「敬語の指針」（文化審議会答申）

文化審議会が発表した答申は、敬語をこれまで尊敬語、謙讓語、丁寧語の3分類としていたが、尊敬語、謙讓語Ⅰ、謙讓語Ⅱ、丁寧語、美化語の5つに分類した。以下、その分類を表に示す（表1）。

表1 敬語の分類

3分類	5分類	型	説明
尊敬語	尊敬語	「いらっしゃる・おっしゃる」	相手側又は第三者の行為・ものごと・状態などについてその人物を立てて述べるもの
謙讓語	謙讓語Ⅰ	「伺う・申し上げる」	自分側から相手側又は第三者に向かう行為・物事などについて、その向かう先の人物を立てて述べるもの
	謙讓語Ⅱ（丁重語）	「参る・申す」	自分側の行為・物事などを、話や文章の相手に対して丁重に述べるもの
丁寧語	丁寧語	「です・ます」	話や文章の相手に対して丁寧に述べるもの
	美化語	「お酒・お料理」	ものごとを、美化して述べるもの

（「敬語の指針」（文化審議会答申）を元に筆者が作成）

従来、「尊敬語」と分類されていたものは変わらず「尊敬語」となっている。そして、「謙讓語」は「謙讓語Ⅰ」と「謙讓語Ⅱ（丁寧語）」の2つに分けられた。丁寧語も「丁寧語」と「美化語」の2つに分類された。

本研究では、理解を深めるために細分化された5分類を基準とする。また、上記の分類には、さらに複数の形式が含まれている。本研究では、その形式の使用実態を分析するため、以下にその詳細を具体例とともに表で示す（表2）。

表2 敬語の形式

【尊敬語】

形式の種類	形式	例
動詞の尊敬語 [特定形]		なさる、召し上がる
[一般形]	お（ご）…になる	お読みになる
	…（ら）れる	読まれる、利用される
	…なさる	利用なさる
	ご…なさる	御利用なさる
	お（ご）…だ	お読みだ、御利用だ
	お（ご）…くださる	お読みくださる、ご指導くださる
名詞の尊敬語	お（ご）＋名詞	お名前、御住所
形容詞などの尊敬語	お（ご）＋形容詞	お忙しい、御立派
「名詞＋だ」に相当する 尊敬語	名詞＋でいらっしゃる	先生は努力家でいらっしゃる

【謙讓語Ⅰ】

形式の種類	形式	例
動詞の謙讓語Ⅰ [特定形]		伺う、申し上げる、拝見する
[一般形]	お（ご）…する	お届けする、御案内する
	お（ご）…申し上げる	お届け申し上げる
	…ていただく	読んでいただく、指導していただく
	お（ご）…いただく	お読みいただく、御指導いただく
名詞の謙讓語Ⅰ	お（ご）＋名詞	（先生への）お手紙

## 【謙譲語Ⅱ】

形式の種類	形式	例
動詞の謙譲語Ⅱ [特定形]		参る、申す、いたす、おる、存じる
[一般形]	…いたす	利用いたす
「謙譲語Ⅰ」兼「謙譲語Ⅱ」 の一般形	お（ご）…いたす	お待ちいたす
名詞の謙譲語Ⅱ		愚見、小社、拙著、弊社

## 【丁寧語】

形式の種類	形式	例
文末	…です、…ます	高いです
形容詞の文末	形容詞+ございます	おいしゅうございます

## 【美化語】

形式の種類	形式	例
名詞	お（ご）名詞	お酒、御祝儀
「名詞+する」型の動詞	お（ご）名詞+する	お料理する

（「敬語の指針」（文化審議会答申）を元に筆者が作成）

「敬語の指針」では、尊敬語、謙譲語Ⅰ/Ⅱともに、特定の語彙が変化するものを「特定形」、さまざまな語彙に適用できるものを「一般形」として分類している。

また、上記分類の他、二重敬語と呼ばれる、1つの語に対して同じ種類の敬語を重ねて使われている表現がある。例えば、「お帰りにられる」は、「帰る」を尊敬語にした「お帰りになる」に、さらに「…れる」を加えたものである。このような二重敬語は、適切ではないとされているが、「お見えになる」や「お伺いする」など習慣として定着しているものもあるため、本研究では、二重敬語も比較対象に含める。

## 2.2 社会言語学からみた敬語使用の背景

敬語は、本来人と人とお互いに尊重し合うという気持ちが基盤となっている。

敬語使用の基盤には「相互尊重」と「自己表現」という二つの重要な視点がある。これらは平成19年の文化審議会答申「敬語の指針」でも明確に示され、現代日本語の敬語理解に不可欠な概念である。以前は、社会的地位や身分がはっきりしていたため、敬語もその枠組みに従い、上下関係を明確に示すために使用されていた。しかし現代では、誰もが平等な人格を持つという考え方が広がり、上下関係を表す手段としてではなく、相互尊重を反映したものへと変化してきた。具体的には、相手の状況や場面に配慮し、敬語が使われることで相手との円滑な

人間関係が築かれるということである。このような考え方は、接客業において重要な考え方である。つまり、「相互尊重」とは、年齢や役職などの違いを前提としながらも、一方的ではなく、どちらの立場であってもお互いの状況や考えを理解し配慮しようという姿勢である。年下や部下の立場からも敬意を持つが、年上や上司の立場であっても相手を尊重し、適切に敬語を使うことが現代のコミュニケーションに求められている。

また、敬語は相手への礼儀や社会的ルールに従うだけのものではなく、自分の気持ちや考え方を反映する自己表現の一部として使われるべきものとされている。つまり、どんな人でも同じ敬語を使うという、固定的な使い方ではなく、その時々の人間関係や場の雰囲気に合わせて、自分の判断で最も適切な言葉を選ぶことが大切だということである。沖野谷（2020）は、「…1,000円からお預かりします」の「…から」や、「お釣りになります」の「…になります」など、本来の敬語を逸脱した表現も、相手のことを考えて選択するという自己判断をするのであれば、好印象を与えることもあると述べている。

ただし、自由に言葉を選択するといっても、間違った使い方や過不足は避けなければならない。滝浦（2008）は、過剰すぎる表現を使うことで、逆に疎外感を与えてしまうことがあると述べている。そのため、自分の気持ちを伝えるために「どのような敬語が適切か」、「この敬語を使うことでどのような印象を与えるか」を考えながら使うことが求められる。

このように、敬語は話し手自身の印象形成や関係維持のための自己表現としても活用される。次章では、これらの枠組みを通して、接客場面における敬語の使用実態をどのように調査、分析するのかを述べる。

### 3. 調査概要

#### 3.1 調査対象の教材

本研究の分析対象は、『おもてなしの日本語—心で伝える接客コミュニケーション—基本編』（アスク）である。この教材は、主に接客業に従事する非日本語母語話者を対象とした日本語教材であり、教材内に含まれる会話文は実際の現場に従事する社員が作成、もしくはその業務に従事した経験がある人に会話文を確認してもらったものである。会話の設定場面は、ホテルや空港など、全部で14場面あり、またスタッフと客との関係性や会話のテーマなどが多様であるため、基本的な傾向を把握するのに適していると判断し、今回の分析対象とした。

以下は、会話文の設定場面である。

- 第1課 レストランの受付／ホテルロビーでのあいさつ／ブランドショップの会計後／  
レストランで食事中的お客さまに呼ばれたとき
- 第2課 旅館のロビーでの応対／会社の受付／空港のチェックインカウンター
- 第3課 デパートでの案内／ホテル内施設の案内／ホテル客室までの誘導

第4課 ホテルコンシェルジュの応対

第5課 レストラン入り口での確認／ホテルフロントへの電話問い合わせ

第6課 ホテルロビーでのお客さま対応／レストランでのクレーム対応

第7課 ホテルフロントの受付／ホテルコンシェルジュへの問い合わせ

第8課 デパートの衣服売り場／空港での荷物問い合わせ

このように、同じホテルでもロビーやフロント、案内や誘導など異なる場面となっている。同様に、レストランでも、入り口での対応、クレーム対応などさまざまである。

上記の場面において、スタッフ側の会話文のみを抽出し、分析の対象とした。

### 3.2 分析方法

分析は、次のような手順で行った。まず、すべての会話文からスタッフ側の文のみを抽出し、一文ごとに分けた〔手順1〕。そして、一文ごとの敬語の出現回数を敬語の形式ごとに調べた〔手順2〕。最後に、出現回数のデータをもとに、敬語の使用実態を明らかにした〔手順3〕。

〔手順1〕で抽出した、スタッフ側の会話文は全部で129文あった。〔手順2〕では、表2で示した敬語（形式）の分類に基づき、出現回数から頻度を明らかにしたが、その具体的な方法を以下、2つの例に示す。

例1：こちらで修理をさせていただきますか、修理代を本日お支払いいたします。

①

②

③

上記の例では、一文の中に「敬語の指針」の分類による敬語が3つ含まれている。①は、【謙譲語Ⅰ】の「…いただく」の形式である。②の「お支払いいたす」は、【謙譲語Ⅱ】の「謙譲語Ⅰ」兼「謙譲語Ⅱ」の一般形、③の「ます」は【丁寧語】の文末「…ます」の形式である。

例2：小林さまのお部屋を担当いたします、田中と申します。

①

②

③

④

⑤

上記の例では、敬語が5つ含まれている。①は【尊敬語】の「お（ご）＋名詞」の形式である。②は、【謙譲語Ⅱ】の一般形「…いたす」の形式であり、④は【謙譲語Ⅱ】の特定形〔動詞〕である。③と⑤は、【丁寧語】の文末表現である。

このようにして、一文の中にどのような敬語形式が存在するのか、その出現回数を調査し、分析を行う。

#### 4. 結果と考察

分析の結果、[手順1]で抽出した129文の中に244の敬語が含まれていることが分かった。そのうち、尊敬語は55回、謙譲語Ⅰは32回、謙譲語Ⅱは29回、丁寧語は124回、美化語は4回である。

以下の表は、[手順2]の「敬語の指針」が示す敬語の形式ごとに出現数をまとめたものである(表3)。

表3 接客場面における敬語の出現数

分類	形式の種類	形式	出現数
尊敬語	[特定形] 動詞の尊敬語		4
	[一般形]	お(ご)…になる	4
		…(ら)れる	2
		…なさる	0
		ご…なさる	0
		お(ご)…だ	1
		お(ご)…くださる	14
	名詞の尊敬語	お(ご)+名詞	29
形容詞などの尊敬語	お(ご)+形容詞	1	
	「名詞+だ」に相当する尊敬語	名詞+でいらっしゃる	0
謙譲語Ⅰ	[特定形] 動詞の謙譲語Ⅰ		13
	[一般形]	お(ご)…する	8
		お(ご)…申し上げる	0
		…ていただく	2
		お(ご)…いただく	4
名詞の謙譲語Ⅰ	お(ご)+名詞	5	
謙譲語Ⅱ	[特定形] 動詞の謙譲語Ⅱ		6
	[一般形]	…いたす	11
	「謙譲語Ⅰ」兼「謙譲語Ⅱ」の一般形	お(ご)…いたす	12
	名詞の謙譲語Ⅱ	お(ご)+名詞	0
丁寧語	文末	…です、…ます	124
	形容詞の文末	形容詞+ございます	0
美化語	名詞	お(ご)名詞	4
	「名詞+する」型の動詞	お(ご)名詞+する	0

(「敬語の指針」(文化審議会答申)の分類を元に筆者が作成)

最も多く用いられているのは、【丁寧語】の文末「…です」、「…ます」で124回である。このことから、接客場面において重要なのが「丁寧語」であり、会話のほぼすべてが「…です、…ます」の丁寧表現から成り立っているとと言える。また、この中には「…(で)ございます」

も含まれており、その出現数は45回である。「敬語の指針」（文化審議会答申）によると、「…（で）ございます」は「…です」や「…ます」よりも丁寧さの度合いが高くなる表現であると述べている。このように、客に対する敬意を言語化することで対人関係を円滑にし、顧客満足や信頼の構築を目指している表れであるとも言える。

次いで多いのは、【尊敬語】の名詞の尊敬語「（お（ご）＋名詞）」で29回である。主に、「お名前」や「お電話番号」など、接客場面においてはよく使用する語彙が散見された。また、この形式と同様の形式は謙譲語Ⅰ、謙譲語Ⅱ、美化語にも存在する。この違いは、「敬語の指針」によると、尊敬語の「（お（ご）＋名詞）」は、〈行為者〉や〈所有者〉を立てるもので、「お電話」や「お導き」を例に挙げている。ここで言う「立てる」という意味は、「言葉の上で人物を高く位置付けて述べる」という意味である（「敬語の指針」文化審議会答申）。敬ったり、謙ったりする心情や姿勢を敬語に含めたものではなく、言葉としてその機能に視点を置いた表現である。そして、謙譲語Ⅰは、〈向かう先〉を立てるもので、例としては「（立てる人物への）お手紙」など、謙譲語Ⅱは「弊社」など「愚」「小」「拙」「弊」が頭につき、主に書き言葉で使用されるものである。美化語の「（お（ご）＋名詞）」は、その言葉自体と比較して「お（ご）」をつけることによってその言葉が美化されるものである。今回の調査では、主にお客さまとの会話場面であるため、行為者や所有者が明確に示されているため、尊敬語の「（お（ご）＋名詞）」が多く抽出されたと考えられる。

また、謙譲語Ⅰの一般形「お（ご）…する」や、謙譲語Ⅱの一般形「…いたす」、「謙譲語Ⅰ」兼「謙譲語Ⅱ」の一般形「お（ご）…いたす」も多く出現した。「（ご）確認いたします」や「ご案内いたします」などが見られた。謙譲語は、自分側の動作を表現する際に使用され、サービスを提供する側の謙った姿勢を強調していると言える。

そして、尊敬語に含まれる「お（ご）…ください」や「お（ご）…くださいませ」の形式では、「お待ちください」、「お待ちくださいませ」が突出して多かった。

動詞の特定形に関して言えば、尊敬語よりも謙譲語のほうが多いが、出現する敬語の定型表現は少ない。例えば、尊敬語では4回の出現はすべて「いらっしやいませ」であった。謙譲語では、出現数19のうち、「かしこまりました」が10回と約半数を占めていた。このように、接客業において使用される敬語は、異なる場面や職業でも種類はあまり多くないことが分かった。また、使用される敬語が少数の定型表現に集中しているということは、「お客様」や「スタッフ」という役割に応じて、言語行動が効率化、習慣化されていることを示している。つまり、敬語は個人ごとの感情よりも「社会的慣習」としての機能に重きが置かれていると言える。

その他、【尊敬語】の一般形「…なさる」や「ご…なさる」、【謙譲語Ⅰ】の一般形「お（ご）…申し上げる」などは今回の分析対象とした場面では使用されていない。このことから、接客場面においては複雑な敬語は使わず、相手にとっても分かりやすさを重視して敬語を使用していると言える。

また、今回の分析対象とした教材の会話文には二重敬語や逸脱した敬語は出現していなかった。二重敬語は、習慣として接客場面において定着しているものもあり、逸脱した敬語も相互尊重という社会言語学的視点から見た場合、使用していても好印象にもなるため抽出の対象としていた。しかし、調査した教材は主に非日本語母語話者を対象として作られたものであるため、言語の使用上、一般的には適切ではないとしている二重敬語などは使用していないことが理由であると言える。

これらの分析結果を踏まえ、次章ではまとめと今後の課題を述べる。

## 5. まとめと今後の課題

本研究では、文化審議会答申の「敬語の指針」をもとに、接客場面における敬語の使用実態を明らかにし、社会言語学の視点からの意味や課題を見出すことを目的として調査を行った。第1章では、本研究の背景と目的を述べた。第2章では、本研究の枠組みである「敬語の指針」（文化審議会答申）と、その中で言及している社会言語学的視点である「相互尊重」と「自己表現」についてまとめた。第3章では、調査対象である教材や敬語の抽出方法、分析について述べた。第4章では、分析の結果と考察を述べた。

今回の調査を通して、接客場面において最も多用されている敬語が【丁寧語】（「…です」「…ます」など）であり、その頻度は極めて高いことが確認された。また、「…（で）ございます」のようにより丁寧な表現も多く用いられている点が特徴的である。続いて、【尊敬語】の「お（ご）＋名詞」形式が多く見られ、これは対象となる人物や物への「立てる意識」が言語形式で反映されているためである。【謙譲語】に関しては、「いたす」、「お（ご）…いたす」等が使用され、サービス提供側の謙虚な姿勢を言語化していることが分かった。全体を通して、使用される敬語表現は数種類の定型句に集中しており、複雑で多様な敬語は実際の現場ではあまり使われていないことが明らかとなった。そして、接客場面における敬語の表現は、社会的役割や関係、文化規範、人間関係の構築など社会言語学的観点から多面的に理解でき、単なる言語形式の選択以上の社会的意味を持つ行為であると考えられる。

今後の課題として、接客場面で使用する敬語が定型化・簡略化しやすい現状から、多様な背景や言語能力を持つ客への対応力を高めるために、状況ごとの適切な敬語運用の指導や教材開発が必要であると考えられる。また、今回調査対象となった教材には二重敬語や逸脱表現は抽出されなかったが、実際の現場では習慣的に用いられる場合もあるため、現状を踏まえつつ、具体的な現場ニーズに即した多角的な教材や指導法の体系化、場面に応じた多様な敬意表現習得のための環境づくりが教育上の課題であると言える。

本研究は、接客場面として1つの教材のみを分析対象としたものであるため、結果を一般化することはできない。今後は、教材だけでなく、実際の現場で使用されている敬語も含めてより多くのデータを抽出することで、その傾向が一層はっきりしたものになるだろう。

## 【参考文献】

- 沖野谷美（2020）「敬語が与える印象に関する研究」『東京女子大学言語文化研究（Studies in Language and Culture）』29, pp.68-98.
- 財団法人海外技術者研修協会（2007）「平成18年度 構造変化に対応した雇用システムに関する調査研究 [日本企業における外国人留学生の就業促進に関する調査研究]」 <https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/281883/www.meti.go.jp/press/20070514001/gaikokujinryugakusei-hontai.pdf>（2025年10月30日閲覧）
- 小林作都子（2004）『そのバイト語はやめなさい』日本経済新聞社
- 滝浦真人（2008）『ポライトネス入門』研究社
- 滝浦真人（2013）『日本語は親しさを伝えられるか』岩波書店
- 文化審議会（2007）「敬語の指針」 [https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai\\_6/pdf/keigo\\_tousin.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai_6/pdf/keigo_tousin.pdf)（2025年10月30日閲覧）
- 洞澤伸, 岡江里子（2006）「『バイト敬語』を使う若者たち：話し手の心理と聞き手の印象」『岐阜大学地域科学部研究報告』19, pp.1-31, 岐阜大学地域科学部/大垣ガス株式会社

# Honorific Expressions in the Japanese Service Industry: A Sociolinguistic Analysis

Miyuki Hatori

## Abstract

In contemporary Japan, honorific expressions used in the service industry play a significant role that goes beyond mere politeness or protocol. They actively shape interpersonal relationships and the atmosphere of each interaction. For non-native speakers working in customer service, mastering honorifics presents a considerable challenge that often leads to difficulties in communication. This study, therefore, investigates actual honorific language use in Japanese service workplaces from a sociolinguistic perspective, based on the guidelines issued by the Council of Cultural Affairs. Results show that only a limited number of set honorific forms are employed regularly in practice, and complex or highly varied honorific expressions are rarely found in real customer service interactions. Moving forward, the research aims to deepen understanding and contribute to the development of effective educational programs and materials to support non-native service staff in acquiring appropriate honorific Japanese.

Keywords: Honorific language, Service interaction context, Sociolinguistics,  
Guidelines for Honorific Language, Mutual respect, Self-expression