

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成 25 年 5 月 30 日現在

機関番号：22604

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2008～2012

課題番号：20530350

研究課題名（和文） サービス業におけるアーキテクチャの国際比較に関する研究

研究課題名（英文） Research on International Comparison about Architectures of Service Industry

研究代表者

松尾 隆 (MATSUO TAKASHI)

首都大学東京・社会科学部研究科・准教授

研究者番号：50305489

研究成果の概要（和文）：本研究は、製造業の分析で用いられているアーキテクチャという概念をサービス業に適用することを試みたものである。特に、日系サービス業の海外進出によって、アーキテクチャがどのように変化するか注目した。

研究成果の概要（英文）：This research tried to adopt “architectures” which is used to the analysis of manufacturing, as a key concept for analyzing service industries. Especially, we focus on the change of architecture going with the expansion to overseas markets

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2008年度	1,100,000	330,000	1,430,000
2009年度	600,000	180,000	780,000
2010年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2011年度	400,000	120,000	520,000
2012年度	500,000	150,000	650,000
総計	3,600,000	1,080,000	4,680,000

研究分野：経営学

科研費の分科・細目：3701

キーワード：サービス、国際化、アーキテクチャ、小売、教育

1. 研究開始当初の背景

(1) 実務上の背景

日本のサービス業の海外進出は、製造業と比べて、それほど進んでいなかった。特に、小売業では、日本人の駐在者や観光客を前提とした海外進出モデルが崩れると、撤退する企業も多かった。ところが 2000 年代以降、現地市場を対象とするサービス業の海外進出が急速に進んだ。一方で、欧米企業の海外進出と比べると依然として、そのスピードは遅かった。こうした現象を分析することは経営学の課題の一つであった。

(2) 理論上の背景

上記のような実際の現象を分析する際に、

これまでのサービス活動の分析で使われていた分析ツールは必ずしも十分とは思われなかった。特に、サービスの提供プロセスの特殊性は、その海外進出の可否、スピードに大きな影響を及ぼすと考えられる。そこで、そうしたプロセスを分析するツールを開発することが必要であった。

2. 研究の目的

上記の背景から、以下の点を研究の目的とした。

(1) 分析ツールの開発

サービス業の活動プロセスを分析するためのツールの開発。これは、製造業の分析で

培われたアーキテクチャやプロセス分析の考え方を取り入れることを想定した。ただし、製造業のための分析ツールがそのまま使えるとは限らないので、サービス業を分析するために適当な修正を加える必要がある。そうした分析ツールの改善・開発を行う。

(2) 日系サービス業の海外進出の現状把握

日系サービス業で海外進出を行なっている企業は、大企業、中小企業も含めて数多い。それらが大概として、どの程度、また、どのように海外進出しているのかを把握する。

(3) 特定企業の詳細な調査

特徴的な海外進出企業を選び、その進出経緯および、進出によって作られたサービス提供プロセスを詳細に分析する。(1)で用意された分析ツールを実際に使ってみるとともに、さらにツールの修正を加える。

3. 研究の方法

上記の研究目的に照らして、以下の様な研究方法を採用した。

(1) 文献サーベイ

これまでの研究成果をまとめるとともに、サービス業の提供プロセスを分析できるようなツールを開発するための理論的考察を行う。特に対象としたのは、サービス産業の分析方法についてと、製造業の分析方法についての理論的研究であり、それらを付きあわせることによって、本研究で用いる分析ツールの開発を行った。

(2) 現地滞在型の調査・データ収集

現場観察：本研究の目的に照らして、サービス提供現場の様々な行為がどのように行われているのかを明らかにする必要がある。そのために、実際に現場に赴いて、その行為を観察する。1つの調査サイトに数時間つかい、顧客の行動、サービス提供者の行動、人工物の布置を把握することに努めた。具体的には、写真やビデオ撮影によるデータ収集、顧客への簡単な聴き取り、および、観察者のメモが主な情報収集結果となった。

インタビュー：当事者に、現地の企業概要を確認するとともに、彼らが現地環境をどのように認識しているのか、その認識に基づいて、どのようにサービス提供プロセスを構築しているのか、そうしたプロセスの構築において、本国企業のプロセスはどのように関与しているのかを主たる質問項目に、インタビュー調査を行った。

資料収集：現地でのみ入手可能な資料、たとえば、店舗のパフレット、広告物などは、その企業が市場や顧客に対して、どのようなアプローチをしようとしているのかを示す

客観的な資料となるので、出来る限り包括的に、そうした資料を収集した。

(3) 調査対象企業の選定

調査対象企業は、ある程度、海外進出の実績があり、今後も継続的に拡大する可能性の高い企業を選んだ。結果として、大企業が多くなった。また、業種もある程度の幅をもたせる必要がある。ただし、上記の条件から、小売業および教育業が主たる対象業種となった。

4. 研究成果

(1) 分析ツールとしてのアーキテクチャの開発

これまでのサービス産業におけるサービス提供プロセスの分析は、サービス・エンカウンター分析が主たるもので、必ずしも一連のプロセスを網羅的に分析できるものではなかった。特に、サービスに関わる人工物の存在を取り扱うことが十分ではなかったように思われる。

一方で、製造プロセスの分析では、生産プロセスを、対象物に情報を転写する過程と捉える考え方がある。こうした考え方は人工物を取り扱うのには適当ではあるが、対象が人間となると、その人間の特性を分析に取り込むのが難しくなる。

しかし、歴史的にみれば、Perrowのように、企業が保有する技術体系という視点で見れば、その対象が人間であろうが人工物であろうが、なんらかの共通点を持つという考え方も成り立つ。

そこで、本研究では、サービスを「人に対して情報を転写する」と定義し、一方で、転写される媒体としての人間の特性を考慮するという方向で理論化を進めた。

したがって、理論化の問題は2つに分けることができる。1つは転写のプロセス全体を記述し、その転写の効率や効果に関わる変数を見つけ出すことであり、もうひとつは、人間に対する転写が人工物への転写とどのように違うのかを定式化することである。

前者については、製造業における分析を基本的に活用し、転写のスピード、適時性、品質に関わる要素を見つけ出すことになる。後者については、人間を自己意識を持つ存在と規定する。例えば、ある欲求を持つだけでなく、その欲求を持っていると自己が認識している、あるいは自分が欲求を持っていると他者が認識していると認識している、といった構図がある存在ということである。

一方で、人と物との共通性も高いことがわかった。デネットやANTの議論を踏まえれば、転写を行うということは、人や物が学習をするということの意味しうる。

さて、こうした規定の上で、本研究では、サービスのプロセスを分類するための枠組みを構築した。製造業でしばしば用いられているアーキテクチャという分析ツールを援用する。アーキテクチャ論では、製品の機能、構造、生産プロセスの対応関係をモジュラーとインテグラルに分類する。それらが1対1の関係であればモジュラー、複雑な関係があればインテグラルということになる。

サービスプロセスは、生産プロセスに対応する。機能はサービスの内容（転写される情報）、構造は転写される対象としての人間に対応する。ここで、サービスアーキテクチャの性質は、特に、人間をどのような存在だと仮定してサービスのシステムを組んでいるのかに依存すると考える。例えば、人間をある種のインプットに対してアウトプットを行うシステムだと考えるのであれば、それは1つのシステム全体であるから、その限りであれば、そのアウトプットが人によって異なっていたとしても、関係は単純なものになる。しかし、人間の認知構造の内部を問題にするのであれば、それとインプット（つまり転写内容）との関係が問題になり、それは複雑なものになるだろう。しかし、少なくとも経営学の道具立ての範囲では、そうした認知の内部構造まで踏み込むことはできない。

そこで、そもそも、当該サービスシステムが、人間をインプット→アウトプットシステムとして捉えるのか、自己意識をもった主体として捉えるのかで、モジュラーかインテグラルかの区分を行うことを試みた。

一方で、これも重要なことであるが、サービス提供側にも人間がいるということである。そこで、サービスは、情報の発信側、受信側の双方が、自己意識を持つ人間か、そうでないのかで、分類することができる。

以上から、本研究におけるサービスアーキテクチャ分析では、サービスプロセスにかかわる主体（人間、自然、人工物を問わず）間の相互作用のスピード、タイミング、内容を明らかにすることと、そのサービスプロセスにおいて人間がどのようにモデル化されているのかを明らかにすることになる。

(2) 日系サービス業の海外進出への適用

本研究では、5年間に渡り、中国（香港含む）、タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナムにおける日系サービス業の海外現地法人、店舗を、同地の地元企業、外資系企業のそれと比較していった。

また、これらの企業に対して、進出の経緯、進出当時からのシステムの変化、意図的な変化の場合は、その理由、業績への評価などを現地の幹部社員に尋ねるインタビューを行った。

その中で、いくつかのことがわかった。以

下にそれを列挙する。

- ① 上記のアーキテクチャのインテグラル、モジュラーの分類でいえば、その違いは、業種、母国、企業レベルで存在していたこと。
- ② インテグラルなサービス行為は、モジュラーなシステムの中でも発生しうるが、一部の企業は、それ自体をシステム化していたこと。
- ③ ある種の企業は、インテグラルなサービスを称揚する文化が存在していたこと。しかも、それは本国では忘れられていた、あるいは存在していなかった要素かもしれないこと。
- ④ インテグラルなアーキテクチャの海外移転には、人的な要素が不可欠であるが、現地従業員に長期的には移転可能なこと。
- ⑤ 転写プロセスの効率化を図ると、モジュラーなアーキテクチャに変化しやすいこと
- ⑥ 一方で、転写プロセスを効率化することで、インテグラルなアーキテクチャを維持し、移転可能にしている企業も存在すること。

(3) 本研究の含意

本研究は、サービスアーキテクチャという概念を用いて、日系サービス業の海外進出を分析した。その結果、上記のような発見があったが、この発見は、例えば、なぜ日本のサービス業の中に、欧米企業と較べて海外進出スピードが遅いのかを説明することができる。一方で、戦略的には、海外でどのようなアーキテクチャを選択すべきか、という問題を企業は解決しなければならないという示唆を与える。今回対象とした企業は、概ね母国のアーキテクチャを踏襲する形で、海外進出を図っているが、必ずしもそれが最善とは限らない。

(4) 今後の研究方向

本研究は海外進出を対象としたが、アーキテクチャという概念を改めてサービス業全般に適用してみることは有用だと考えている。一方、実務上では、ラオス、ミャンマー、カンボジアなど、あるいはアフリカなど市場開放が今後進むであろう国々への進出が取り沙汰されている。これらの進出が、どのような形態になるのかを分析することも、国際化研究の流れの中で必要なことだとも思われる。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕(計2件)

- ① 具承桓, 小菅竜介, 松尾隆: "ものづくり概念のサービス業への適用" 一橋ビジネスレビュー 56, 24-41 (2008) (査読なし)
- ② 松尾 隆 「自動車販売業への生産知識の移転」『経営と制度』、第7号、45-56頁、2009年(査読あり)

〔学会発表〕(計4件)

- ① 松尾隆: "日系小売業の中国展開" 東京大学ものづくり経営研究センターサービス研究会. (20091100). 東京大学
- ② 松尾隆: "ANTによるサービス現場の分析" 組織学会. (20100606). 中央大学
- ③ Takashi Matsuo "Capability Accumulation among Suppliers as the Source of Competitive Advantage ", BAI2011 INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND INFORMATION (タイ・バンコク、2011年7月)
- ④ Takashi Matsuo "Network Resources as a Source of Competitive Advantage", ICIMS2011(International Conference on Innovation, Management and Service) (シンガポール)、2011年9月

〔図書〕(計1件)

- ① 生田正治, 米山茂美, 松尾隆, 他: "「こだわり、超える」アジアのグローバル企業" 生産性出版. 239 (2009)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

松尾 隆 (MATSUO TAKASHI)

首都大学東京・社会科学部研究科・准教授

研究者番号: 50305489