

令和 2 年 6 月 4 日現在

機関番号：14301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2017～2019

課題番号：17K03875

研究課題名(和文) 価値創造のための文化構築の探究

研究課題名(英文) Designing culture for creating value in the society

研究代表者

山内 裕 (Yamauchi, Yutaka)

京都大学・経営管理研究部・准教授

研究者番号：50596252

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：価値の源泉として、文化的な要素の存在感が高まっている。機能、価格、見た目のよさ、使いやすさではなく、人々の自己表現に関わる文化的な側面に着目し、新しいデザインの方法論を探求してきた。代表者の従来のサービスにおける価値共創の研究を踏まえて、人々が自己を呈示する緊張感のある関係性が価値につながる仕組みを理論化した。鮎屋、バー、フランスのレストランなどの領域で経験的研究の範囲を広げつつ、文化の価値が変容している場として「工芸」を取り上げ調査した。それらの経験的研究を踏まえて、文化的側面からデザインを遂行することの理論的枠組みを作り、新しい方法論を呈示し、社会に発信するプログラムを構築した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は経営学における価値創造の根幹に切り込むものである。文化的な価値の重要性が高まる中で、経験的、理論的研究はまだほとんどない。本研究は、この分野でエスノメソドロジー・会話分析を利用した経験的分析の方法を確立し、Aランクの国際ジャーナルに採択された。また、国際共同研究のネットワークも拡大している(コペンハーゲンビジネススクール、バーゼル大学)。この研究の成果を実務にも生かすため、文化を構築する価値創造の方法論を整理し、教科書を作成し、セミナーやメディアで情報発信している。同時に、具体的に方法論を展開するプログラムとして、実務家向けにアートシンキングワークショップをデザインした。

研究成果の概要(英文)：Culture is now an important source of value. In addition to functionality, price, aesthetic, and ease of use, how individuals can express themselves needs to be taken into consideration. The PI has explored a new design methodology to this end based on his research on value co-creation in service, where individuals present and negotiate their own selves. This research sought to expand this ongoing research program by studying such services as sushi bars, cocktail bars and restaurants in France as well as crafts, where cultural value is transformed. This empirical research then led to the development of theory on design from the cultural perspective and the proposal of a new design methodology and a workshop to promote this methodology.

研究分野：経営学

キーワード：文化 サービス科学 エスノメソドロジー 価値づけ 工芸

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

事業の価値の源泉として、技術、品質、価格、機能などに加えて、文化的な要素の重要性が増しつつある。例えば、デザインによって洗練されたイメージを表現する商品(アップルやダイソンなど)に限らず、文化的な価値を提供するサービス(江戸前鮎やスターバックス)は、継続して高い付加価値を訴求することができる。近年、技術的な優位性では価値を維持することが難しく、文化的な価値の重要性が増している一方で、価値創造のために文化を構築する方法は、経営学において未だ十分に研究されていない。

これまで代表者は、提供者と客の相互行為のエスノメソドロロジー研究を通して、サービスのやりとりが文化表象のせめぎあいの弁証法であることを明らかにした。例えば、鮎屋の親方は何気無く難しい質問を客に投げ掛けることで、高度な客を前提とした高度な文化を表象する。一方で、客も自分がその高度な文化にふさわしいことを表象していく。それぞれがどういう人であるかという相互主観的な自己表象のせめぎあいによって、価値が構成される。鮎屋は単に伝統を守っているだけではなく、このように反復して文化を表象する実践の中で価値を構築している。

この研究は、文化をデザインする実践を明らかにすることができたが、いくつかの課題が残されていた。ひとつは、鮎屋などを題材において提供者が圧倒的な知識を持ち、客がテストされるという非対称的な関係性であったため、提供者側のデザインに寄った理論となり、本来のサービスという価値を共創するようなデザインを導けていなかった。もうひとつは、提供者と客の間の相互行為を分析するエスノメソドロロジーの強みに偏り、相互行為を越えた水準でのデザインに関しては十分な知見を得ることができていなかった。

2. 研究の目的

上記のような残された課題に応じて、本研究は従来の経験的分析をさらに発展させると同時に、価値創造のために文化を構築する方法論を確立することを目的とする。そのために、下記のような研究を遂行していった。

- (1) 経験的分析においては、より対称的な関係の事例を研究することを目指した。客が能動的に関与していく様子を分析することで、従来の研究を補完する。
- (2) 経験的研究のもうひとつの方向は、相互行為を越えたメソレベルの事象を研究することである。文化を構築する実践のさまざまな側面に焦点をあてる。
- (3) 以上の経験的分析を踏まえて、価値創造のために文化を構築する方法論の開発を目指した。その方法論を社会に展開するために、具体的なプログラムの作成を目標に据えた。

3. 研究の方法

- (1) 鮎屋などの従来の分析を深めつつ、より対称的な関係の事例として、バーとフランスのレストランを取り上げた。バーではあいまいな注文のやりとりが生じ、バーテンダーは客のあいまいな注文に答えるとき、自身も試される。フランスのレストランにおけるワインの注文とテイastingでは、客がワインを吟味するという能動的な役割を演じる。この研究では、従来の研究の発展として、同じようにエスノメソドロロジー・会話分析の方法を用い、相互行為をビデオに記録し分析した。
- (2) 相互行為を越えたメソレベルの研究として、新たにコペンハーゲンビジネススクールのロビン・ホルト教授と共に工芸・クラフトの研究に舵を切った。工芸は組織研究で注目を集めている。従来の鮎屋のサービスも「職人」によるクラフトと位置付けることができるが、そのデザインを多面的に理解するために、陶芸や漆芸など広く工芸を取り上げることにした。京都とコペンハーゲンで22名の工芸家にインタビューを行なった。
- (3) 過去のデザインの事例をひもとき、また文化的表象に関する既存理論を調査し、自らの方法論を組み立てていった。同時に、方法論を実務で生かすために、実務家との議論を重ね、実務家向けプログラムとしてアートシンキングワークショップを開発した。

4. 研究成果

4-1. 相互行為分析

鮎屋における研究では、2015年に *Organization Studies* に発表した論文において、親方が客を試すやりとりを組織ルーチンの文脈で議論した。しかしながら、このやりとりが一方的な力関係によって遂行するように見えるため、研究結果の一般性に疑問を持つ声が聞かれた。そこで本研究では、このようなやりとりの背景にある文脈の構築に焦点をあて、一方的に見えるやりとりも、文脈が構築されることによってはじめて可能となることを示すことを目指して分析を深めていった。その結果は、*Journal of Management Studies* に採択された(Yamauchi & Hiramoto, 2020)。

この研究では、鮎屋において注文を取るというルーチンが相互に認識可能になるために、複雑な参与枠組を利用していることを示した。例えば、親方が客に話しかけると、単に近づいて話しかけることはしない。ガリを皿に置くこと、皿を拭くことで近づいて、話しかける枠組みを構築できた時点で自然と注文を取る。そして、「お飲み物いかがですか」と聞くとすぐに視線を下に移し、カウンターを拭くことや、調理に戻ることで、客に余裕を持って考える時間を作る。このように、結果的に閉じられたように見えるルーチンも、遂行時点では様々な別のルーチンを利用することで、認識可能性を達成していることがわかった。ルー

チンが基本的にはオープンなものであること、そして閉じられているように見せるために、オープンに異質なものを参照する必要があることを議論した。

フランスのレストランにおいては、客がワインを注文し、テイスティングするやりとりをビデオに記録し分析した。未だ論文を投稿できる段階ではないが、分析の方向性は確立した。ワインのテイスティングにおいても複雑な参与枠組みの構築が見られる。テーブルの一人の客がワインをテイスティングするとき、ワインを見るか、そうでなければ中空を見ることで他の客からの相互行為から離脱し、他の客も目を背けるといふ参与枠組を構築する。そしてテイスティングが終了する時点で、他の客もテイスティングをしていた客に視線を戻すことで、参与枠組みの共同的な構築を行う。これは、組織における社会的な過程と、感覚的なものに関する個人的な過程の複雑な絡み合いを示している。従来組織論においては、物質性の相互主観性は問題とされてこなかった。例えば、モノが行動を制限することや、モノにより行動が可能になることが議論されてきた。しかし文化的で感覚的な物質性が問題になるとき、相互行為自体が再構成される。

また、ワインのテイスティング儀礼を実行するとき、単に儀礼を遂行しているのではなく、自分がワインを本当に理解していることを示す手続を分析できる。例えば、自分がワインに驚いたことを示し(眉毛を上げる、首を横に振るなど)、同時にワインを吟味し自分の判断を構成するために何も明示的な行為をせず、3.5秒程度の時間を取るなどが観察される。これは、自分がワインを本当に理解した上で評価していることを示しており、ワインテイスティングのルーチンの遂行は、常にそれから距離を取る実践が必要であることを示唆している。つまり、ルーチン通りに遂行したのではテイスティングしたことにならず、そこからずれることで自分がテイスティングをしていることを示すことができる。

バーの研究では、客とバーテンダーがあいまいなやりとりを通して、注文を達成する様子を分析し、センスメイキングの文脈で論文を書いている。あいまいな状況を作り出すことで、あいまいさにも関わらず行動できること、そしてバーテンダーは客のあいまいな注文に対して、自分の解釈を呈示することによって、プロフェッショナルとしてのアイデンティティを呈示し、サービスの価値づけを行なっていることがわかる。現在ジャーナルに投稿中である。

4-2. 文化構築の分析

まず共同研究者ロビン・ホルト教授と従来の鮎屋などのサービスを踏まえて、工芸に関する論考を執筆した(Holt & Yamauchi, 2018)。工芸・クラフトを題材として22名の多様な工芸家にインタビューをすることで、工芸という場の構成に焦点をあてた研究をしている。特に京都の工芸には、3つの異なる言説が並列して配置されていることがわかった。

ひとつめは、旧来の工芸に関する言説であり、「工房」を中心に、発注に応じて「職人」が分業で作業をするものである。旧来の分業体制自体は解体されたが、陶芸であれば窯元という工房が存在し、そこで決まった商品を生産している。ふたつめは、工芸家が「職人」から「作家」へと変容し、決められた商品ではなく、芸術的な一点物を制作する言説である。旧来の職人の工房が維持できなくなったために、全ての工程をひとりでこなす必要性が生じたこと、それに伴って生産コストが高まり芸術性を持たせた価値の高いものを制作するようになったなどの背景が考えられる。我々の調査では、第三の言説を確認した。これは片仮名の「クラフト」とでも言うべきもので、伝統的な工芸を主にヨーロッパや北米の市場に合わせて作り換え、市場を拡大しようとする動きである。

興味深いのは、この3つの言説が同時に見られるという事実である。特定の工芸家はこのうち1つあるいは2つの言説を実践している場合があるが、一つの窯元で3つすべての取り組みをしているものも多い。このとき、一つの言説は他の二つの言説を暗黙に参照することで価値づけしている。例えば、作家としての名声が工房としての商品の価値を高め、また伝統的な職人概念が海外では価値となっている。この複数の言説の遂行を明らかにし、EGOS 年次大会で共同研究者ロビン・ホルトと発表する予定である。

4-3. 方法論構築

文化の構築に関して、人々の自己呈示と新しい文化のデザインを関連させる新しい方法論を開発した。鮎屋、ワインテイスティング、バーにおいて人々が自己呈示を行うときの緊張感は、ほとんどのサービスにおける価値の構造であることを示した。そのために社会の変化を読み解き、人々のアイデンティティプロジェクトを理解する方法論を提案し、いくつかの企業との協業を通して実践し改良してきた。最終的には、この方法論を実践に適用するために、近年注目を集めるアートシンキングワークショップをデザインし、実践している。

Yamauchi, Y., & Hiramoto, T. (2020). Performative Achievement of Routine Recognizability: An Analysis of Order Taking Routines at Sushi Bars. *Journal of Management Studies*.

Holt, R., & Yamauchi, Y. (2018). Craft, design and nostalgia in modern Japan-The case of sushi. In E. Bell, G. Mangia, S. Taylor, & M. L. Toraldo (Eds.), *The organization of craft: Work identities, meanings and materiality*. Routledge.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計5件（うち査読付論文 5件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 Yamauchi Yutaka, Hiramoto Takeshi	4. 巻 未定
2. 論文標題 Performative Achievement of Routine Recognizability: An Analysis of Order Taking Routines at Sushi Bars	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Management Studies	6. 最初と最後の頁 未定
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1111/joms.12555	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 鉄川弘樹, 山内裕	4. 巻 未定
2. 論文標題 アジャンスマンとしての研究開発マネジメント：太陽光発電技術と細胞検出技術の事例分析	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 組織科学	6. 最初と最後の頁 未定
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 平本毅, 山内裕	4. 巻 未定
2. 論文標題 認識実践の再特定化：透析治療場面のエスノメソドロジー研究	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 組織科学	6. 最初と最後の頁 未定
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 平本毅, 山内裕	4. 巻 21
2. 論文標題 鮎屋の注文場面における「時間」への意味付与の会話分析	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 社会言語科学	6. 最初と最後の頁 286-302
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 平本 毅, 山内 裕	4. 巻 36
2. 論文標題 相互行為としてのクリーニング クリーニング店の接客場面の会話分析	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 日本語学	6. 最初と最後の頁 18-30
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計5件 (うち招待講演 1件 / うち国際学会 4件)

1. 発表者名 Yamauchi, Y., Hiramoto, T., & Sato, N.
2. 発表標題 Reflexive Valuation: An Ethnomethodological Study of Wine Tasting
3. 学会等名 European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Yamauchi, Y. & Hiramoto, T.
2. 発表標題 Organizing in gaze: A video-based comparative study of popular and upscale apparel stores.
3. 学会等名 European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 山内 裕.
2. 発表標題 サービスの相互主観的闘争とデザインへの含意.
3. 学会等名 経営情報学会全国研究発表大会 (招待講演)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Yamauchi, Y. Suzuki, S. & Matsui, T.
2. 発表標題 New Customers for an Old Service: A Case of Sushi in Japan
3. 学会等名 Consumer Culture Theory Conference 2017 (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Yamauchi, Y., & Hjorth, D.
2. 発表標題 Organizing through Intertextuality: A Study of Chef ' s Menu Design
3. 学会等名 the 12th Organization Studies Workshop (国際学会)
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計7件

1. 著者名 酒井 敏、小木曾 哲、山内 裕、那須 耕介、川上 浩司、神川 龍馬、山極 寿一、越前屋 依太	4. 発行年 2019年
2. 出版社 三笠書房	5. 総ページ数 272
3. 書名 京大変人講座	

1. 著者名 Yamauchi, Y.	4. 発行年 2018年
2. 出版社 Springer	5. 総ページ数 pp. 811-837.
3. 書名 Handbook of service science, Volume II (Service as Intersubjective Struggle)	

1. 著者名 Suzuki, S. & Yamauchi, Y.	4. 発行年 2018年
2. 出版社 Sage	5. 総ページ数 pp. 161-174.
3. 書名 SAGE Handbook of Service-Dominant Logic (The Dynamic Context of Service Exchange: Rethinking Service Context from a Performativity Lens)	

1. 著者名 Holt, R., & Yamauchi, Y.	4. 発行年 2018年
2. 出版社 Routledge	5. 総ページ数 pp. 20-40.
3. 書名 The Organization of Craft Work Identities, Meanings and Materiality (Craft, Design and Nostalgia in Modern Japan: The Case of Sushi)	

1. 著者名 山内裕, 平本毅 & 杉万俊夫	4. 発行年 2017年
2. 出版社 共立出版	5. 総ページ数 240
3. 書名 組織・コミュニティデザイン	

1. 著者名 Tutomu Nakano (Yutaka Yamauchi)	4. 発行年 2017年
2. 出版社 Routledge	5. 総ページ数 320
3. 書名 Japanese Management in Evolution (Culture as a new frontier of business: a study of service provider-customer interactions at Sushi Bars in Tokyo)	

1. 著者名 山内 裕、平本 毅、杉万 俊夫	4. 発行年 2017年
2. 出版社 共立出版	5. 総ページ数 248
3. 書名 組織・コミュニティデザイン	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----