

令和 元年 6 月 21 日現在

機関番号：14301

研究種目：国際共同研究加速基金（国際共同研究強化）

研究期間：2016～2018

課題番号：15KK0086

研究課題名（和文）顧客インタラクションのエスノメソドロジー研究（国際共同研究強化）

研究課題名（英文）Ethnomethodological Study of Customer Interactions(Fostering Joint International Research)

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） 6,800,000円

渡航期間： 9ヶ月

研究成果の概要（和文）：フランスのレストランにおいて、サービスにおける顧客と提供者のインタラクションの記録と分析を実施すると共に、近年注目が集まっているサービスデザインやサービス科学との節合を行なった。フランスのレストランにおいてワインテイストの様子などをビデオに記録し、分析した。国内の鮨屋と同様にフランスにおいても、サービスは参与する人々の自己呈示が大きく関わることを示された。サービス科学に関しては、サービス科学の中心的研究者らが領域を包括的にまとめたHandbookに発表した。サービスデザインに関しては、新しいデザイン方法論を提唱し、広いチャンネルを利用して情報発信した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

サービスの従来の理論は、主体としての客が、客体としてのサービスを評価するという主客分離を前提として、顧客満足度やサービス品質の議論を行ってきた。近年価値共創概念により、様々な参加者が協業して価値を作っていく枠組みが提唱、サービスを主客が分離できず相互主観性として捉える必要性が生じた。本研究はサービスの相互行為を分析することで、このことを経験的分析を通じて明らかにすること、それを踏まえて新しい理論を構築する貢献を行った。研究成果は評価の高いジャーナル、研究コミュニティの中心的なハンドブック、実務家向けの広いチャンネルを利用して発表した。

研究成果の概要（英文）：I have analyzed interactions between service providers and customers in one of the classical restaurants in France. I videotaped the whole dinner sessions of 12 tables and analyzed wine ordering and tasting among other things. The analysis revealed how customers and providers present their selves in service encounter by showing their lack of knowledge in wine or demonstrating their extensive knowledge, extending what I have observed in my study of sushi bars in Tokyo. I have also published a paper connecting this research to service science in a handbook that is central within the service science community and presented and promoted my own design methodology to the community of service design.

研究分野：組織論、サービス科学

キーワード：サービスエンカウンター エスノメソドロジー 価値共創 サービスの文化

様式 F-19-2

1. 研究開始当初の背景

(1) 代表者は、様々なサービスにおける提供者と客の相互行為を分析し、サービスの「文化」について理論を探究してきた。これまでエスノメソドロジー・会話分析の考え方に基づいて、日本の鮎屋、ファストフードなどで顧客との相互行為をビデオ撮影して分析し、レストランという文化的なサービスを広範囲に研究してきた。また、文化に着目したサービスデザインの実践と方法論の開発も進めてきた。特に、従来の理論では顧客のニーズを満たし、笑顔やフレンドリーさによって居心地よくし、顧客を満足させることをサービスの目的として定義するが、代表者は上記の分析に基づき、既存のサービス理論の前提そのものを逆転させ、「サービスとは闘いである」というテーゼを主張してきた。つまり、サービスとは客を満足させる活動ではなく、客が自己を獲得し、自らを証明する過程である。

しかしながら、これまでの研究で明らかにされた文化的な側面が、どの程度サービス本来に由来するものであり、どの程度が日本という文化に根差したものなのかは明確ではないという指摘を受けることが多かった。特に、東京の鮎屋で見られるような、緊張感があり、客を試すようなサービスは、他の文化ではそれほど顕著ではないと言われることがあった。この限界を乗り越えるために、異なる国のサービスを比較研究する必要性が高まっていた。

(2) また、代表者はサービス研究を自らの専門領域である組織論の文脈で行ってきたが、近年注目を集めるサービス科学やサービスデザインにおける含意を展開できていなかった。サービス科学はサービスをシステムとして捉える視座を持っているが、顧客とのインタラクションがどのようにシステムの水準の議論に含意を与えることができるのかを議論する余地があった。また、ヨーロッパを中心に活発に議論されているサービスデザインは従来のサービス理論を前提としているが、代表者の研究に基づく新しいサービス理論に基づいたデザイン方法論の可能性を明確に提示する必要があった。

2. 研究の目的

(1) 海外のサービスと国内のサービスの比較研究を行うことで、従来から国内の研究で蓄積してきた知見を拡大し、新しいサービスの理論を提示することを目的とする。具体的には、サービスにおいて世界的に規範となっているフランスのレストランにおけるサービスを調査する。フランスのレストランにおいて、従来東京の鮎屋で行ってきた研究と同様の方法を用いて、データを収集し分析する。同時に、近年世界一(サンペレグリノ世界のベストレストラン 50 にて)と称され注目を集めるデンマークのサービスの分析も行うことで、伝統から最先端までを対象とする。

(2) 同時に、サービスの理論を実践に適用するために、サービスデザインという近年注目を集める領域を調べ、デザイン方法論を構築する。サービスデザインで先行するヨーロッパ、特に北欧の研究者らとの協業を行う。また、サービス科学を提唱しリードする北米の研究者との議論を通して、サービス科学との節合を目指す。

3. 研究の方法

(1) 様々なネットワークを利用して、フランスでの調査を行うサイトを探し、交渉した。結果的に、リヨン郊外のホスピタリティ教育・研究機関であるアンスティチュ・ポール・ボキューズ Institut Paul Bocuse との協業体制を構築し、フランスの古典的なサービスを提供するレストラン(図)において、客と提供者の間の相互行為をビデオに収録し、詳細に分析した。国内の鮎屋やレストランなどで行ってきたエスノメソドロジー・会話分析の方法をそのまま用いた。三脚を利用し2台あるいは3台のビデオカメラを設置した。さらに、各テーブルの上にビデオカメラを上向けに固定し、360度レンズを設置することで、全ての客およびサービススタッフを画面に納めることができた。ビデオカメラに含まれるマイクの他に、テーブルには小型のボイスレコーダーを設置した。このレストランで4日間、夕食の場面を記録した。この部屋には3つのテーブルが設置され、各テーブルは2名から6名のグループを許容できる(合計12テーブル、38名)。同時に、協力を得たフランス出身でシンガポール在住の研究者と一緒に分析を進めた。その他、コペンハーゲンのレストラン業界について、参与観察およびインタビュー調査を行った。



(2) サービスデザインに関して、デンマーク、オランダ、英国の研究者や実務家との議論を通して理解を深め、新しいデザイン方法論を構築した。サービス科学を提唱した IBM アルマーデン研究所やサンノゼ州立大学の研究者との議論を通して、サービス科学の領域における含意を明確にしていった。

4. 研究成果

(1) フランスのレストランでの分析によって、国内の鮎屋と同様にフランスにおいても、サービスは参与する人々の自己呈示が大きく関わることが示された。特に、経験の少ない客は、ワインの注文に対して慣れていない様子を示し、またワインリストを誰が受け取るのかについてその責務を回避しようとする様子などが示された。ワインをテイastingした後、その了承を求められたとき、緊張感が高まりテーブルに笑いが生じることも多々あった。例えば、客が白ワインをグラスで注文し、それをテイastingしたときに、ソムリエが反応を待っているときのやりとりである。

- 22 CLI2 Ben oui il est bon. hahaha
えっと はい とてもいいです. hahaha ((笑い))
- 23 ALL clients Hahahaha (笑い)
- 24 SOM Vous avez vu je vous ai mis de la pression hein?
私がプレッシャーを与えたのを気付いていましたか?
- 25 CLI2 Ouais
ええ

ここでは、テイastingしたワインに対して何らかの適切なコメントをしなければならないこと、そしてそれを行うことが簡単ではなくプレッシャーのかかることであることなどが主題化している。ワインの味がわかり、何か専門的な言葉で表現できるということが規範として共有されており、その規範に対して自分のふるまいが必ずしも合致していないことが示される。

一方で、経験の豊富な客は、そのふるまいを通して、自らの知識や経験を呈示する。ワインテイastingの儀礼を丁寧にこなし、さらにそのワインに対して何らかの留保をつけることが観察された。この客はワインが注がれて、ソムリエがボトルを見せながら待っている中で、25 秒間ワインの香りと色を見て(右図上、人物を特定できないように加工済)、4 秒ほどで味わい、また 13 秒ほど余韻を吟味した後で、首を振りながら(右図下)次のように言う。



- 3 CLI1 Tch oui/ il est agréable
チェ はい いい感じですね
- 4 SOM Comment?
何ですか?
- 5 CLI1 il- il est agréable oui (.) j'aurais peut- un petit peu mieux:
い- いい感じですね はい (.) ちょっと- 少しもっとよかったかもしれません:
si- il est peut être un petit peu jeune encore peut être
もし- これはたぶん、少しまだ若い感じですね たぶん
je sais pas non non /
わかりません やはり /

まずはポジティブな形で「いい感じですね」とコメントするが、明らかに何かを言いたげであることがわかる。ソムリエがそれを理解し、「何ですか?」と引出す。この客は、丁寧に儀礼をこなすことによって自分がワインを吟味できる能力があること、ワインに関して知識とこだわりがあることを示し、また提示されたワインに関して自分ももっといいものを知っているし、期待しているという身振りが見られる。この後、ソムリエは他のものを提案しようとし(「je veux juste que vous me dites honnêtement moi je suis pas là pour: pour vous forcer (正直に言っていた方がいいです。押し付けるためにいるのではありませんから。)」)、また自分のチョイスに対して正当化しようとする(「c'est pour ça que je voulais l'accompagner avec le poisson (5.0) ce coté sans trop avoir de puissance justement (魚料理に合わせていたと思っただけです。まさに強すぎない方向で。)」)。まとめると、客とソムリエの間でワインの価値の交渉を通して、客およびソムリエ自身の知識やスキルの呈示と交渉がなされている。

ここでは一部分のみしか紹介できないが、このような分析を通して、サービスにおいて緊張感が作り上げられ、人々が自己を示し合う実践を記述できる。現在のサービスの理論においては、

サービスの根幹は価値共創(value co-creation)であると捉えられる。つまり、客を含めて、サービスに関与する人々が一緒に価値を作り上げるのであり、価値は一方的に作られるものでも、判断されるものでもない。もしサービスが価値共創であるならば、サービスを対象(object)として捉えることはできなくなる。例えば、主体(subject)が対象の価値を評価しているとしても、その対象であるサービスに主体が絡み取られている以上、主客を分離することはできない。もしサービスの価値が問題となるのであれば、それに絡み取られた主体の価値も問題となる。つまり、それぞれの人がどういう人なのかの問題となる。それぞれの人が自己を呈示すること、あるいはそうせざるをえない。

この結果は、まず学会(EGOS Colloquium 2019)での発表を行い、今後論文に仕上げていくことを目指す。価値づけ研究(valuation studies)やセンスメイキング理論などに貢献する方向で検討している。

(2) サービス科学に関しては、代表者の研究をサービス科学の議論を節合し、論文を執筆した。鮎屋の事例などを用いて、サービス科学の柱の一つであるサービスドミナントロジックに基づき、サービス理論における主客分離の前提を批判した上で、相互主観性の視座を呈示し、サービス科学の議論の再構成を提案している。さらに、サービス科学におけるシステム論的視座も取り込む試みを行っている。この論文が発表された Handbook は、サービス科学の中心的研究者らが領域を包括的にまとめたもので、サービス科学の中心的コミュニティの一角を形成するものである。特に、経営学組織論領域から、あるいは日本の研究コミュニティからの数少ない貢献として重要な成果であると言える。

サービスデザインに関しては、従来のサービスデザインが人間中心設計(Human-Centered Design)を基礎としていることを批判し、人間-脱-中心設計(Human De-centered Design)を提唱した。サービスデザインが学問領域ではなく実務家が中心となって議論しているコミュニティであるため、広い範囲のチャンネルを利用して情報発信した。例えば、Service Design Show というオンラインのビデオチャンネルで、代表者のデザイン理論を説明した。この Show はサービスデザインの中心的な人物が様々な知見を紹介するもので、サービスデザインのコミュニティへの広い情報発信ができたと言える。さらに、MOOC においてサービスデザインの理論を充実させ発信した。国内では、サービスデザインのコミュニティの研究会などにおいて、複数の基調講演を行い、情報発信に努めてきた。

5. 主な発表論文等

(研究代表者は下線)

[雑誌論文] (計 7 件)

- ①平本毅, 山内裕. (採択済). 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, 組織科学.
- ②平本毅, 山内裕. (2018). 鮎屋の注文場面における「時間」への意味付与の会話分析, 社会言語科学, 21(1), 286-302.
- ③平本毅, 山内裕. (2017). 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, 日本語学, 36(4), 18-30.
- ④平本毅 & 山内裕. (2017). サービスエンカウンターにおける店員の「気づき」の会話分析, 質的心理学研究, 16, 79-98.
- ⑤山内裕 & 佐藤那央. (2017). ユーザー〈脱〉中心サービスデザイン, サービスロジー, Vol. 4 No. 1 (10-15).
- ⑥Yamauchi, Y., & Hiramoto, T. (2016). Reflexivity of routines: An ethnomethodological investigation of initial service encounters at sushi bars in Tokyo. *Organization Studies*, 37(10), 1473-1499.
- ⑦山内裕, 佐藤那央. (2016). サービスデザイン再考— 相互主観性からの視座 —. *マーケティングジャーナル*, 35(3), 64-74.

[学会発表] (計 4 件)

- ①Yamauchi, Y., & Hiramoto, T. (2018). Organizing in gaze: A video-based comparative study of popular and upscale apparel stores. *European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium, Tallinn, Estonia*. 2018/07/05.
- ②Yamauchi, Y., Suzuki, S. & Matsui, T. (2017). New Customers for an Old Service: A Case of Sushi in Japan. *Consumer Culture Theory Conference 2017, Anaheim, California*. 07/10/2017
- ③Yamauchi, Y., & Hjorth, D. (2017). Organizing through Intertextuality: A Study of Chef's Menu Design. *The 12th Organization Studies Workshop, Chania, Greece*, 05/18/2017.
- ④Yamauchi, Y. (2016) Service is an Inter-Subjective Struggle: A Study of Sushi Bars in Tokyo, *The Consumer Culture Theory (CCT) Conference 2016, Lille, France*, 7/9/2016.

[図書] (計 11 件)

- ① Yamauchi, Y. (2018). Service as Intersubjective Struggle, In Maglio, P. P., Kieliszewski, C. A., Spohrer, J. C., Lyons, K., Patricio, L. & Sawatani, Y. (Eds.). Handbook of service science, Volume II. New York: Springer, pp. 811-837.
- ② Suzuki, S. & Yamauchi, Y. (2018). The Dynamic Context of Service Exchange: Rethinking Service Context from a Performativity Lens. In Vargo, S. L. & Lusch, R. F. Eds. SAGE Handbook of Service-Dominant Logic, Sage, pp. 161-174.
- ③ 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, The Organization of Craft Work Identities, Meanings and Materiality. Routledge, London, pp. 20-40.
- ④ 山内裕, 平本毅 & 杉万俊夫. (2017). 『組織・コミュニティデザイン』 共立出版.
- ⑤ Yamauchi, Y. (2017). Culture as a new frontier of business: a study of service provider-customer interactions at Sushi Bars in Tokyo, In T. Nakako ed., Japanese Management in Evolution, Routledge, London, pp. 193-210.
- ⑥ 山内裕 & 佐藤那央. (2017). ユーザー〈脱〉中心サービスデザイン, サービスロジー, Vol. 4 No. 1 (10-15).
- ⑦ 平本 毅, 山内裕. (2017). どんない店か、どんない客かー江戸前鮎屋の注文場面の応用会話分析, 水川喜文, 秋谷直矩, 五十嵐素子編『ワークプレーススタディーズ: 働くことのエスノメソッドロジー』ハーベスト社, 35-53.
- ⑧ Yamauchi, Y. (2016). User-De-centeredness in Service Design. In T. Maeno, Y. Sawatani, & T. Hara, Serviceology for Designing the Future (pp. 583-594). Tokyo: Springer.
- ⑨ 山内裕. (2016). サービスデザイン, 石田亨編『デザイン学概論』共立出版, 109-125.
- ⑩ 山内裕, 平本毅, 杉万俊夫, 松井啓之. (2016). 組織・コミュニティのデザイン, 石田亨編『デザイン学概論』共立出版, 77-90.
- ⑪ 平本毅, 山内裕. (2016). 鮎屋のサービス文化と雑談. 村田和代・井出里咲子編『雑談の美学: 言語研究からの再考』ひつじ書房, pp. 73-95.

〔産業財産権〕

○出願状況 (計 件)

名称:
 発明者:
 権利者:
 種類:
 番号:
 出願年:
 国内外の別:

○取得状況 (計 件)

名称:
 発明者:
 権利者:
 種類:
 番号:
 取得年:
 国内外の別:

〔その他〕

①Service Design Show. Great services should be a struggle / Yutaka Yamauchi / Episode #61, 2018/11/1. <https://youtu.be/oIdLZjYhTR0>

②MOOC (edX). Culture of Services: Paradox of Customer Relations.

<https://www.edx.org/course/culture-of-services-paradox-of-customer-relations-0>

6. 研究組織

研究協力者

〔主たる渡航先の主たる海外共同研究者〕

研究協力者氏名: Daniel Hjorth

ローマ字氏名: Daniel Hjorth

所属研究機関名: コペンハーゲンビジネススクール Copenhagen Business School

部局名 : Department of Management, Politics and Philosophy

職名 : 教授

[その他の研究協力者]

研究協力者氏名 : ジュリアン・ケイラ

ローマ字氏名 : Julien Cayla

研究協力者氏名 : アニエス・ジボロー

ローマ字氏名 : Agnès Giboreau

研究協力者氏名 : スティーブン・クワン

ローマ字氏名 : Stephen Kwan

※科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。