

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 8 日現在

機関番号：14301

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2014～2016

課題番号：26870307

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

研究課題名（英文）Ethnomethodological Research on Customer Interactions

研究代表者

山内 裕 (Yamauchi, Yutaka)

京都大学・経営管理大学院・准教授

研究者番号：50596252

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,900,000円

研究成果の概要（和文）：鮎屋、ファストフード、イタリアンレストランなど多様なサービスにおける提供者と客の間のインタラクションを、ビデオに記録し分析するエスノメソドロジー研究を実施した。従来サービスは客の要求を理解し満足させるものであると捉えられるが、サービスとは自己を提示し交渉していく過程と考えるべきであると提案した。特に客と提供者の間の弁証法的な関係に着目し、サービスとは闘争であるというテーゼを掲げ、サービスを基礎から捉え直した。さらに、従来人間中心設計を踏襲してきたサービスデザインに対して、十全の主体の要求を満たすのではなく、特定の主体になっていく主体化の過程をデザインする人間脱中心設計の考え方を示した。

研究成果の概要（英文）：Interactions between service providers and customers were videotaped and analyzed at various services such as traditional sushi bars, fast-food, and Italian restaurants. While prior theories of services have emphasized how customers' requirements are fulfilled and customers are satisfied, the empirical analysis revealed services as the intersubjective process in which involved parties present and negotiate their own selves. Particularly, the research resulted in the thesis "Service is an intersubjective struggle" based on the dialectical process of negating others and proving oneself. Based on this theory, service design, which remains within the human-centered design tradition, is repositioned as the design of intersubjective process of subjectification through which involved parties seek to become certain subjects rather than fulfilling the essentialized subject's requirements proposing the human de-centered design approach.

研究分野：経営学、組織論、サービスマネジメント、デザイン学

キーワード：顧客インタラクション エスノメソドロジー サービス サービスデザイン 組織ルーチン 相互行為

1. 研究開始当初の背景

企業にとって、顧客との直接的なインタラクションは、最も重要な活動の一つである。企業はそこで市場と直接接点を持ち、商品やサービスに対して売り上げを得る。特に、サービスにおいては、顧客がサービスの創出に関与するため、そのインタラクションはさらに複雑となる。近年、価値の創出が企業による製品の提供という一方的なものから、顧客との共同活動の中での「共創」に移る中で、このようなインタラクションを理解することは緊急の課題である。

実際の顧客とのインタラクションそのものはこれまでほとんど経験的に研究されてこなかった。例えば、心理学的な研究ではスクリーンや笑顔の有無、知覚品質などいくつかの変数に還元し、それらの相関を調べる研究が多い。相互行為は主観的な観念や客観的な条件に還元するのではなく、参与者自身の相互主観性として、つまりそれぞれが自らの理解を示し合い社会的な活動を達成する過程として理解しなければならない。

2. 研究の目的

エスノメソドロジーの視座から、実際のサービス現場におけるインタラクションをビデオに記録し、詳細に分析することで、提供者と顧客の間のインタラクションがどのように構成されているのかを経験的に明らかにすることを目的とした。この研究により、サービスという複雑な現象をより精緻に理解するための枠組みを提示することが可能となると期待された。

具体的には、これまでのサービスに関する理論は、概ね人々の主観性(客や提供者などの人が客体としてのサービスをどのように理解するのか)を前提としているが、サービスが価値共創である以上、相互主観性の水準で捉えるエスノメソドロジーの視座が有効であり、それにより既存サービス理論の前提を再検討することが求められた。

また既存のサービスの理論に基づいて議論されている実践のための含意が限定されていた。具体的には、近年重要性が唱えられているサービスデザインの方法論も、主観性の前提に囚われているため、根本的な再検討が求められていた。

3. 研究の方法

主にエスノメソドロジーの方法を用い、サービスにおける提供者と客の間のインタラクションを、ビデオ記録し、やりとりを詳細に書き起こし分析した。この分析には、会話だけではなく、身体的な動作、視線、姿勢などを含む。この方法では、人々の発話の背景にある主観的な意図や考えを特定するのではなく(それは誰にもアクセスできない)、お互いが相手の頭の中を覗くことができないにも関わらず、どのように自らの理解を示し合うことで共同作業を達成するのかという相

互主観的な方法を記述する。サービスという相互主観性を理解するには適した方法であると言える。

またこの分析を踏まえたエビデンスに基づいて、サービスとは何かを再検討することが可能となった。そこからサービスに関する先行理論の再検討を始め、既存の理論が主客を分離した上での主観性の前提に囚われており、相互主観性に着目した新しい理論の構築を行った。

4. 研究成果

まず鮭屋、クリーニング屋、ファストフード、イタリアン、フレンチレストランなどの実際のサービス現場で、顧客インタラクションを経験的に観察、記録、分析することができた。これにより、比較的高級なサービスから、比較的一般的なサービスまで、分析の対象を広げることができた。以下にいくつかの主要な成果を記述する。

(1) 個別のサービスインタラクションの分析: 鮭屋の分析は、代表者の専門領域である組織論の英文トップジャーナルの一つに採択された。この論文では、サービスの理論への貢献を行うための前提を吟味するために、組織ルーチン(organizational routine)に関する理論への貢献を行った。具体的には、近年注目を集めるルーチンの遂行性理論(performative theory of routines)の文脈で、ルーチンが単に固定的なものではなく、都度個別具体的な状況において遂行されるものであるという視座に立ち、かつこの視座をより一歩進める貢献を行った。具体的には、遂行性理論においても、主客分離をした上での人々の理解を明示的(ostensive)側面として実体化する傾向があることを批判し、人々が持つルーチンに対する理解は、ルーチンの遂行の中で人々が理解し、利用すること、つまり遂行的(performative)側面に内在的であることを示した。

これは鮭屋というサービスを相互主観性として捉えることの基礎をなす成果である。というのは、鮭屋においては提供者と客のサービスルーチンに対する理解が食い違うことが前提であるだけでなく、その食い違いを作り出し利用しているからである。鮭屋の職人は多くの客にとっては難しい質問をぶつけることで、客を見極めようとするが、これは客が鮭屋のルーチンを理解できないことが、鮭屋のルーチンにとって内在的事象であるということである。このように理解の食い違いを作り出すことでサービスでの価値が交渉される。つまり客にとって非日常であり、特別なサービスであるという定義となる。これにより、組織ルーチンの理論を更新する必要があることを主張し、組織ルーチンの研究者から一定の評価を受けている。

(2) 独自のサービス理論の構築: 食という分

野において、高級なものから一般的なもので、多様なサービスを比較分析することで、独自のサービス理論の構築を行った。この理論は「サービスとは闘いである」という独創的なテーゼに結晶化し、単著『「闘争」としてのサービス：顧客インタラクションの研究』（中央経済社）の中で詳細に議論した。この理論は、上記の組織ルーチンの分析を踏まえた上で、サービスを相互主観性として捉え直すものである。従来は、主体である客が、客体であるサービスの価値を評価するという枠組みで理論が構築されてきた。客という存在をネットワークに埋め込まれた行為主体性として捉える近年のサービス・ドミナントロジックにおいても、価値は客が現象学的に、つまり主観的に決定するとされている。しかしサービスが客と一緒に価値を作り出す共創であると捉えられる限りにおいて、このように主客を分離した上での主観性の枠組みは限界がある。仮に主体としての客が客体としてのサービスの価値を評価するとしても、客体としてのサービスに主体も含まれている（実際にはこのように主客を分離することから議論をすることはできない）。なぜなら主体もサービスを共に生み出す存在だからである。それならば、客体としてのサービスの価値が問題になるとき、それに絡み取られた主体の価値、つまりその客がどのような人なのかということが問題とならざるを得ない。具体的な例を挙げるとすると、アップスケールなレストランにおいて洗練されたワインを飲みながら、「おいしい」というような月並な言葉で表現することで、その客が洗練されていない粗野な人として自己を提示することになってしまうような事態から見られることである。「おいしい」という主観的な価値は、その次の瞬間にそのような月並な価値判断をする人であるという自己提示を通した相互主観的な価値と絡み合っている。価値共創である限りにおいて、サービスにおいては、客がどのような人なのか必ず主題化する。

サービスを「闘争 struggle」として捉えるのは、この相互主観性を弁証法の闘争概念になぞらえて記述することが有効であるからである。つまりヘーゲルの主人と奴隷の弁証法である。二つの自己意識 (self-consciousness) が出会うと、自己意識は客体について意識を持っているだけでなく、自分についての意識も持っているため、他者からの承認 (recognition) を得ることを目指すことになる。しかし相互主観性の水準では、ある人が承認を得るために他方に自分の力を示そうとすると、相手の力を否定することになってしまう。つまり自分は相手よりも力があるという主張を伴うことになる。しかし相手も同様にそのような否定を行うため、お互いを否定し合う「生死を賭した闘争」の構図が生じる。そして一方がこの闘争を乗り切り自分だけに依存する主人として

現われ、他方がこの主人に依存する奴隷として現われるとき、主人は求めていた承認を奴隷から得ることが可能になる。しかしこの承認は、自らに完全に従属する奴隷からの承認であれば、もはや意味がない。

代表者は、この弁証法をそのままサービスに適用できることを主張している。つまり、提供者が客を満足させようとする、もはや客は満足することができない。なぜなら提供者が客を満足させようとする行為が、相互主観的に提供者の地位を貶め、客に従属した関係性をもたらし、そのように従属した提供者からのサービスは、本来の価値を失うからである。鮭屋において職人がにこりともせず、客に配慮していないようにふるまうことはこの弁証法、つまり闘争の一つの形態であると言える。このようにサービスにおいては、客を否定する契機を必ず含むことになる。

この独自の新しい理論を単著で発表した後、英文での発表に取り組んでいる。例えば、まだ公刊されていないが、サービスサイエンスの中心的な書籍である Handbook of Service Science (Vol 2) で発表する予定であり、すでに脱稿している。

(3) サービスのデザイン方法論の構築：以上のような新しい理論的枠組みを、実践に展開するために、デザイン方法論を組み立てた。サービスデザインは 2010 年ごろからヨーロッパを中心に広がりを見せているが、全て従来の人間中心設計 (human centered design) を基礎的な前提としている。人間中心設計とは、利用者を起点に、利用者の潜在的な要求を満たし、利用者が状況をコントロールできるという力を感じることができるようなデザインを目指す。しかし人間中心設計は、主客を分離した認知科学的枠組みに囚われており、サービスのデザインに適用するには問題が生じる。具体的には、利用者がデザインされた客体を見て判断しているのであり、そのために客体をどうデザインするかの議論に留まり、その利用者がどのような人なのかは問題とはされていない。

そこで、相互主観性に依拠したデザイン方法論として、人間〈脱〉中心設計 (human de-centered design) を提唱した。つまり、デザインの前提として十全の「人間」を措定し、その潜在的な要求を満たすことを目的とするのではない。サービスとは客や提供者が互いを否定する中で、ある主体になろうとする過程 (主体化) であり、サービスデザインとはこの過程をデザインすることが必要である。一つの例は、鮭屋において観察されたように、客に難しい質問を当たり前のように投げかけて、客がどのように対応するのかを見て、客の力を見極めようとするような緊張感のあるデザインである。従来の人間中心設計では、このような客を否定するデザインは考えることができない。しかしサービスが相互主観的な闘争であるなら、このような客を否定

する契機は必然である。このために、まず人間を脱中心化し、どういう人になるのかという主体化の過程をデザインするための方法論を提唱した。

さらにはサービスからさらに対象を広げて、文化をデザインするという側面の議論を開始した。文化を本質化することなく、他者 (other) との関係において自己とその他者を規定する表象 (representation) として文化を捉えることによって、人間〈脱〉中心設計を文化のデザインへと一般化していくことを目指している。この内容を書籍として出版するため、出版社と契約し、すでに脱稿を終えた(日本語で共著)。

(4) 研究成果の社会への発信

上記のような成果を、同時に社会へ広く発信する活動を行っていることも重要な成果であると考え。具体的には、2015年の第一回 TEDxKyotoUniversity で基本的な内容を発信し、また大規模オープンオンライン授業 M00C でも” Culture of Services” として数回にわたり世界中に発信している(数千名の受講者を獲得している)。国内向けには、新聞や雑誌などのインタビュー記事も複数出ている。

これらの情報発信によって、海外の研究者との協業がスムーズに進んだ。国内で収集した分析から広げて、フランス、中国、インドのサービスと国際比較するプロジェクトをシンガポールの南洋理工大学とフランス ESSEC と共同で推進している。またコペンハーゲンビジネススクールとの連携も強め、工芸やデザインに関する共同研究を2件進めている。

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 9 件)

① 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). 査読無
<http://ci.nii.ac.jp/naid/40021075474/>

② 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. 査読有
<http://www.shin-yo-sha.co.jp/mokuroku/books/978-4-7885-1510-9.htm>

③ Yamauchi, 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. 査読有
<https://doi.org/10.1177/0170840616634125>

④ 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. 査読無
https://www.j-mac.or.jp/mj/mj_detail.php?book_id=34

⑤ Yamauchi, Y. (2015). Reflexive Organizing for Knowledge Sharing: An Ethnomethodological Study of Service Technicians. *Journal of Management Studies*, 52(6), 742-765. 査読有
DOI: 10.1111/joms.12136

⑥ 山内裕, 平本毅, 泉博子, 張承姫. (2015). ルーチンの達成における説明可能性: クリーニング店のオプション提案の会話分析. 組織科学, 49(2), 53-65. 査読有
http://doi.org/10.11207/soshikikagaku.49.2_53

⑦ Yamauchi, Y. (2014). User Knowledge Transformation through Design: A Historical Materialism Perspective. *Information and Organization*, 24(4), 270-290. 査読有
<https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2014.1.0.002>

⑧ 平本毅, 山内裕, 北野清晃. (2014). 言語と情報への会話分析によるアプローチ: ハンバーガー店の調査から. 日本情報経営学会誌, 35(1), 19-32. 査読無
<http://ci.nii.ac.jp/naid/110009862968>

⑨ 山内裕, 平本毅. (2014). 闘いとしてのサービス—顧客インタラクションのエスノメソドロジー研究—. 組織学会大会論文集, 3(2), 41-46. 査読無
http://doi.org/10.11207/taaos.3.2_41

[学会発表] (計 12 件)

① 平本毅, 山内裕, & 佐藤那央. 鮎屋の評価場面の会話分析, サービス学会第4回国内大会「神戸大学(神戸市)」, 2016/3/29. 査読有

② 佐藤那央, 山内裕, 平本毅, & 羅媛. サービスの文化的価値共創, サービス学会第4回国内大会「神戸大学(神戸市)」, 2016/3/29. 査読有

③ 山内裕, 平本毅. 組織化における主体と客体の相互反映性—透析治療のエスノメソドロジー—. 組織学会年次大会「大阪大学(豊中市)」, 2015/12/6. 査読有

④ 山内裕. 闘争としてのサービス: デザインへの含意. ヒューマンインタフェース学会 UXSD 研究会, 「同志社大学(京都市)」, 2015/11/26. 招待講演

⑤ 平本 毅, 山内 裕. 医療と日常を架橋する: 透析治療における医療スタッフと患者の会話分析, サービス学会第3回国内大会「金沢歌劇座(金沢市)」, pp. 38-43, 2015/4/9. 査読有

⑥ 平本 毅, 山内 裕. サービスエンカウンターにおける店員の「気づき」: イタリアンレストランの注文場面の会話分析, サービス学会第3回国内大会「金沢歌劇座(金沢市)」, pp. 448-451, 2015/4/9. 査読有

⑦ 佐藤 那央, 山内 裕, 大島 裕明. サービス価値の考察~『食べログ』における高級鮎屋の評価分析~, サービス学会第3回国内大会「金沢歌劇座(金沢市)」, pp. 398-400, 2015/4/9. 査読有

⑧ 増田 央, 山内 裕, 原 良憲. コンテキスト高依存サービス視覚化のための サービスメタモデリング: 江戸前鮎におけるコミュニケーションのメタモデル表現, サービス学会第3回国内大会「金沢歌劇座(金沢市)」, pp. 356-360, 2015/4/9. 査読有

⑨ 佐藤 那央, 山内 裕, 服部 梨紗, 足立 朋也, 辻 邦浩, 荒牧 英治, 須永 剛司, 寺田 知太, 加納 圭, 峠田 充謙. サービスデザインの実践: 人がつながるファストフード, サービス学会第3回国内大会「金沢歌劇座(金沢市)」, pp. 111-113, 2015/4/5. 査読有

⑩ 山内 裕. 闘いとしてのサービスのデザイン. Presented at the Design シンポジウム 2014, 2014/11/12. 「東京大学(東京都)」査読有

⑪ 北野清晃, 山内 裕, 平本 毅, ファストフードにおけるメニュー表を使った注文~エスノメソドロロジー分析~, サービス学会国内大会, 2014/4/29. 「公立はこだて未来大学(函館市)」査読有

⑫ 山内 裕, 日本のサービスについての試論, サービス学会国内大会, 2014/4/29. 「公立はこだて未来大学(函館市)」査読有

[図書] (計 7 件)

① 平本 毅, 山内 裕. (2017). どんな店か、どんな客か--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『ワークプレースタディーズ: 働くことのエスノメソドロロジー』ハーベスト社, 35-53. 査読無

② 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. 査読有

③ 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. 査読無

④ 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. 査読無

⑤ 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. 査読無

⑥ 山内裕. (2015) 『「闘争」としてのサービス-顧客インタラクションの研究』中央経済社. 査読無
ISBN-13: 978-4502137419

⑦ 小林潔司, 原良憲, 山内裕 (編). (2014). 『日本型クリエイティブ・サービスの時代「おもてなし」への科学的接近』日本評論社. 査読無
ISBN-13: 978-4535557994

[産業財産権]

○出願状況 (計 0 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
出願年月日:
国内外の別:

○取得状況 (計 0 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
取得年月日:
国内外の別:

[その他]

<http://www.yamauchi.net>

M00C, Culture of Services: New Perspective on Customer Relations
<https://www.edx.org/course/culture-services-new-perspective-kyotoux-002x-1>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

山内 裕 (YAMAUCHI, Yutaka)
京都大学・大学院経営管理研究部・准教授
研究者番号: 50596252

(2) 研究分担者

(3) 連携研究者

(4) 研究協力者

()