

<博士學位論文要旨>

状況に埋め込まれた学習の視点からの社会規範の変化とイノベーション

—客と店の協働学習が生む新たな価値—

横浜国立大学大学院 環境情報学府 博士課程後期 (2018年12月修了)

會津 律治

Changes in social norms and innovation from an in-situated learning perspective
: New values created by cooperative learning by customers and shops

Ritsuharu AIZU

Yokohama National University/Environment and Information Sciences/Doctor's Programs (December, 2018 completion)

要旨

本研究では、2店のレストラン・マネジメントを対象に調査を行い、客と店という目的の異なる2つの共同体が、互いのコミュニティの境界を意図せずに越境することにより、協働でレストランとしての社会的役割規範を揺るがし、状況に依存した新たな役割規範を創発させた場面を分析した。その結果、店によって既存の規範からの逸脱に誘われた客は、既存のレストランの規範から逸脱し、レストランの客として在るべき規範を超えた行動を表出させることで当該店の規範変更を提案した。これを契機に店の経営者と店長は意思疎通の不利から、レストランとしての在るべき規範を偶発的に越えた。これにより客と店両者の利益交渉とその時の状況への依存が行われ、最終的に店は客の規範変更の提案を許容することで、あるいは拒否後に逆提案を行い客が許容することで、新たな規範が設定された。両者は状況に依存した新たな役割規範を、意図せずに協働で創り出していた。

規範の変更過程は、客による過失・偶発・誤解による規範の逸脱が規範の変更提案となり、店は偶発・否応無し・齟齬の調整をすることで新たな規範の創発となった。新規規範が設定されなかった場合は、客の利用方法と店の利用用途の齟齬の調整をするために否応無しに、すなわち、その時の客と店の状況への依存により客も店も意図せずに規範は変更されるものであることが明らかになった。

本論では、客と店の互いの利益交渉による規範の変更の過程すなわち、イノベーションの推進過程の詳細を明らかにした。こうした新たな社会規範を設定しながら独自のカテゴリーのレストランを創発する過程は、客と店による集合的学習の過程であり、この記述によって、イノベーションが起きる一端が示された。

1. はじめに

本論文では、「生産側」の店と「消費側」の客という目的を異にする2つのコミュニティが当該レストランにおいて協働することで、店の規範に変更を促し、新たな価値が生産・推進される過程を明らかにすることを試みる。

客と店との関係は、経済的なマクロ視点においては生産側と消費側、供給側と需要側という共存共栄の2つのコミュニティを形成している。しかしレストランマネジメントにおけるミクロな視点では提案側と選択側であり、一方の利益が上昇すると、他方の満足が下降するゆえに利益は背反し目的は異なる(會津, 2016)。

サービス業を捨てたフレンチ料理店と、調理を捨てたセルフグリルレストランの開店から現在までを振り返り、調査・分析することで、客と店が協働で既存のレストランにはない新たな社会規範を創発する過程、すなわちイノベーションの過程を検証する。

2. 本論文の問題・先行研究・本研究の目的および研究方法

2-1 問題

Schumpeter(1926)は、「経済による革新は、新しい欲望がまず消費者の間に自発的に表れ、その圧力によって生産機構の方向が変えられるというふうに行われるのではなく、むしろ新しい欲望が生産の側から消費者に教え込まれ、したがってイニシアチブは生産の側にあるというふうにおこなわれるのが常である」と述べた。Schumpeterが言うように経済による革新は、常に生産側から消費側に一方的に新しい欲望を教え込み、消費側も教え込まれるだけであろうか。現実には消費側も消費することで生産側に新たな欲望を提案し、生産側もそれを受容し新たな価値を消費側に再提案することで、生産側と消費側が協働で新たな価値を創発させると考える。

本研究では、レストランであるために主要なモノを捨てた2つの店舗、サービス業からサービスを捨

てたフランス料理レストラン(以下、「F レストラン」)と、料理店から調理を捨てたセルフグリルレストラン(以下、「BBQ 店」)を対象に、レストラン営業という実践の中で、客と店という目的の異なる2つのコミュニティの規範の変化の過程を分析する。

2-2 先行研究

これまでの研究はイノベーションの為に、産業・学校・研究機関・起業家など外部から新たな技術・アイデアを活用した「オープンイノベーション」(Chesbrough, 1997)、母体企業から自発的に飛び出し、創業する行為である「スピノフ・ベンチャー」における研究(長山, 2012)、イノベーションを起こそうとするときの組織のあり方の「イノベーション行動科学」(砂田・井上, 2009)という組織、環境、技術・アイデアの活用方法、管理、組織マネジメントという観点の研究が多数を占めている。また、成功したイノベーションの事後の理論研究および、当事者以外の者による研究が多数であり、当事者による実践内で現在進行中の具体的な事例研究は少ない。

本研究では、レストランの営業という実践の中で、現在進行中の事例を研究することで、イノベーションの生み出される具体的で詳細な過程を記述・分析したいと考える。

2-3 本研究の目的

本研究では、経営者である筆者が経営する2つのレストラン—開店から4年の「F レストラン」と、9年の「BBQ 店」—の営業実態を調査した。店と客という2つのコミュニティの行動を調査・分析し、店と客それぞれの社会規範の変容を記述する。これにより、飲食店のイノベーションが生じる過程、新しい価値(文化)が生産、推進される過程を示すことを目的とする。

2-4 研究方法

本調査は、筆者が経営する新しいコンセプトの2つの飲食店において、新しい価値(文化)が生産、推進される過程を示すことで、イノベーションが生じる過程を明らかにしようとするものである。店側の人間である筆者が、社会規範の逸脱と見なした客の行動に焦点を当て、それに対する客と店のやりとりを記

述することで、両者の社会規範が変容していった過程を考察する。店と客の行動は、参与観察(写真撮影・フィールドノート)と、店長・店員への聞き取り調査(録音・録音・フィールドノート)によって採集した。

3 研究対象

本調査では、筆者が経営するセルフサービスを採用したフランス料理レストラン(以下、「F レストラン」)および、セルフサービスと客自身が調理をするセルフクッキング方式を採用したレストラン(以下、「BBQ 店」)の2店の運営の調査・分析を行った。2店の営業場所は東京都内、最寄りの駅より徒歩圏内の比較的閑静な住宅地である。2店ともに店は、各店長がスタッフを雇用して運営し、経営者である筆者は通常業務の一員としては店に立たず、会社運営・経理業務を行い、スタッフ会議および不定期の打ち合わせによる各店の運営方針の確認・変更に関わっている。

4 研究1 客による(社会)規範の逸脱を店が許容

「F レストラン」および「BBQ 店」における3事例において、4-1「F レストラン」の客による店内における「仮眠」、4-2「F レストラン」の客による店内における「YouTube 視聴」、4-3「BBQ 店」の客による店内における「BGM 聴取」例を調査した。

5 研究2 客による(社会)規範の逸脱を店が拒否、その後の店から客へ逆提案、客の許容

「F レストラン」および「BBQ 店」における2事例において、5-1「F レストラン」における客による「お子様フレンチ」提案、5-2「BBQ 店」における客による店内への「飲食物持込み」例を調査した。

6 研究3 客の欲望を店が拒否

「F レストラン」および「BBQ 店」における1事例、6-1「F レストラン」「BBQ 店」における「飲み放題」例を調査した。

7 結果と考察

7-1 客の社会規範逸脱への店の影響

「F レストラン」「BBQ 店」における客の行動を調査・分析したところ、「F レストラン」事例の仮眠(4-1)や YouTube 視聴(4-2)、カラオケ(4-2)、お子様フレン

チの提案(5-1)といった、一般的なフランス料理レストランの規範から逸脱する客や、「BBQ店」事例の個人BGMの聴取(4-3)、飲食物持込(5-2)といった、一般的なレストランの規範から逸脱する客が散見された。この要因について考察する。

「Fレストラン」「BBQ店」ともに、既存のレストランとはいくぶん異なった方法で運営されていた。「Fレストラン」はセルフサービス、券売機、リーズナブルな価格を採用しており、「BBQ店」はセルフクッキングを採用していた。「Fレストラン」が上記のような独特なシステムを採用しているということは、格式張ったサービスと高級感が売りのフランス料理レストランの規範から逸脱しているということであり、同様に「BBQ店」も料理が売りのレストランの規範から逸脱しているということである。

こういった「Fレストラン」あるいは「BBQ店」の規範に客を従わせることが、客に対する既存のレストランの規範からの逸脱の教示となっている可能性が考えられる。すなわち店が新しい振る舞いを提案し客を誘致し参加させることで、既存レストランにおける振る舞いから逸脱する価値を客に学習させ、新しい振る舞いをすることが魅力あるもの、つまり「Fレストラン」における高級フランス料理をバリュー価格で肩肘はらずに食することができることや、「BBQ店」での自分達で行う調理はイベントとして楽しめることだとする教示を行っていると考えられる。

その結果、客は既存のレストランの規範からの逸脱に至るのだと考えられる。客の仮眠、YouTube視聴、お子様フレンチの提案、個人BGM、飲食物持込といった規範からの逸脱には、客に率先しての店側による従来のレストランにおける規範からの逸脱が少なからず関わっていると考える。

7-2 店の社会規範再考への客の影響

「Fレストラン」「BBQ店」における客と店の行動を調査・分析したところ、客の逸脱によってはじめて店側も自店の規範に直面させられていることが明らかになった。

「Fレストラン」事例の仮眠(4-1)では、ソファーに大の字になって熟睡してしまったカップルを前に、店長と筆者が互いに迷いながら、この店において食後の仮眠があり得ることなのかどうかに直面させられ

ていた。YouTube視聴(4-2)においては、パソコン、プロジェクタのためのコンセント使用という、スタッフと筆者にとって予想外の客の行動に戸惑い、断るべきか迷いながら、動画視聴がこの店の規範としてあり得ることなのかと判断を迫られていた。お子様フレンチ(5-1)では、子供連れ客による子供用メニュー提供の提案に対し、店は子供入店可であるが子供用メニュー無しという自店の規範の齟齬に気づき、店の規範の再考に迫られていた。

「BBQ店」事例のBGM(4-3)では、BGMが流れる店内の自分の席において客が自分のスマホの曲を聴取する行動から、店は自店のBGM選曲の妥当性に戸惑い、客の持ち込んだスマホの音楽をBGMとすることはこの店の規範としてあり得ることだと店長が判断するに至っていた。飲食物持込み(6-2)では、店は初め客の飲食物の持ち込みを断っていたが、繰り返される持ち込みに対して、客による持ち込みを許可する仕組みを考えさせられていた。

7-3 規範の変更過程まとめ

客による社会規範逸脱に対する店の拒否・許容と利益の関係についてまとめる。客による逸脱行為は、店に拒否され新規範が設定されなかった場合と、店に許容され新規範が設定された場合の2通りがあった。前者は店の不利益になる場合であり、後者は当事者にとっては利益になる行為であり、「店」「他の客」のどちらかの利益となり、残る者の不利益とならない場合であることがわかった。すなわち、店の不利益になる規範は避けていたことはもちろん、客の逸脱行動を店が許容することで設定された、他の店では不可能と思われる変わった規範である「Fレストラン」における仮眠(4-1)・YouTube視聴(4-2)・お子様フレンチ(5-1)および「BBQ店」におけるBGM(4-3)・飲食物持込み(5-2)も、店の利益となる規範は採用された。このことから、両店における客の逸脱行動の拒否も許容も、利益の最大化(不利益の最小化)という一般的な店舗経営のルールに則っているということが明らかになった。

規範の変更過程は、客による過失・偶発・誤解による規範の逸脱が規範の変更提案となり、店は偶発・否応無し・齟齬の調整をすることで新たな規範の創発となった。すなわち、その時の客と店の状況への

依存により客も店も意図せずに規範は変更されるものであることが明らかになった。

客による逸脱行為が拒否され、新規規範が設定されなかった場合は、客の利用方法と店の利用用途の齟齬の調整をするために否応無しに、すなわち、その時の客と店の状況への依存により規範が維持されたことが明らかになった。

7-4 社会規範・学習・イノベーション

ここでは、社会規範・学習およびイノベーションの関係についてまとめる。

本調査で明らかになった新たな社会規範の生成過程は以下であった。サービス業からサービスを捨てた「F レストラン」と、料理店から調理を捨てた「BBQ 店」が、客に対して既存の規範からの逸脱を誘致した(7-1)。それにより客は、既存のレストランの規範から逸脱し、「F レストラン」「BBQ 店」の規範の変更提案を行った。店は客の規範からの逸脱によって、自店の規範を再考させられ(7-2)、店は客の規範変更提案を許容あるいは拒否し、逆提案を行い、客が許容することで、新たな規範である「F レストラン」の仮眠(4-1)、動画視聴とカラオケ(4-2)、子供によるフランス料理の消費(5-1)が、「BBQ 店」の客と店のBGM(4-3)、飲食店のスペース利用(5-2)が設定された。これらは、客と店による利益交渉(7-3)とその時の状況への依存の結果創られた新たな規範であった。

客による「客としての規範の逸脱」と、店による「当該店の規範の再考」における互いの利益創発プロセスの結果とその時の状況への依存は、集合的な学習(Lave & Wenger, 1991)の場面であったと考える。この場合の学習者は、店の規範をめぐってその時の状況に依存しながら互いの利益交渉に参加している客と店であり、学習の結果として店の規範を創り変えるに至っていた。

こうして創られた新たな社会規範によって、単にサービス業からサービスを捨てた店、あるいは、料理店から調理を捨てた店という、開店当初、店が提案したコンセプトにとどまらず、店と客の具体的なふるまいを律する社会規範もまた、従来のレストランとは異なるオリジナルの「F レストラン」「BBQ 店」が創られる過程が示された。

7-5 Schumpeter(1926)のイノベーション論再考

経済における革新について Schumpeter(1926)は「新たな欲望が生産の側から消費の側に教え込まれ、イニシアチブは生産の側にあるのが常」とした。

本論で明らかになった新たな社会規範の生成過程は店が客に先立ち新しい振る舞いを提案し客を誘致し参加させることで、既存の振る舞いからの逸脱の価値を客に学習させ、新しい振る舞いを行うことが魅力あるものだとする教示を行っており、その結果、客は既存のレストランの規範からの逸脱に至るのだと考えられた(7-1)。これは、新たな欲望が生産の側から消費者に教え込まれるという Schumpeter の説を限定的に肯定していた。

本論で新たに示されたことは、その後の客と店の互いの利益交渉による規範の変更の過程すなわち、イノベーションの推進過程の詳細を明らかにしたことである。店によって既存の規範からの逸脱に誘われた客は、既存のレストランの規範から逸脱し、当該店の規範変更を提案した。店は客の規範からの逸脱によって、自店の規範を再考させられ、ここで両者の利益交渉とその時の状況への依存が行われ、最終的に店は客の規範変更の提案を許容することで、あるいは拒否後に逆提案を行い客が許容することで、新たな規範が設定された。こうして新たな社会規範を設定しながら独自のカテゴリーのレストランを創発する過程は、客と店による集合的学習の過程であり、この記述によって、イノベーションが起きる一端を記述できたものと考えられる。

引用文献

會津律治 (2016) 「状況に埋め込まれた学習としてのイノベーション」『技術マネジメント研究』第 15 号 pp.27-40.

Chesbrough, H. (2006) Open innovation: Researching a new paradigm. Oxford University. (長尾高広訳『オープンイノベーション: 組織を越えたネットワークが成長を加速する』英治出版, 2008年).

Lave, J. and Wenger, E. (1991) Situated learning: Legitimate peripheral participation. Cambridge University press. (佐伯胖訳『状況に埋め込まれた学習』産業図書,

1993年)

長山宗広 (2012) 『日本のスピンオフ・ベンチャー
創出論：新しい産業集積と実践コミュニティを事例
とする実証研究』同友館.

Schumpeter. J. A, .(1926) Theorie der
wirtschaftlichen entwicklung (塩野谷祐一・中
山伊知郎・東畑精一訳『経済発展の理論』(上) 岩
波書店, 1977年)

砂田薫・井上明人 (2009) 「なぜ、イノベーション行
動なのか」『智場』114号, pp.6-13.