

氏 名 八卷 惠子

学位（専攻分野） 博士（文学）

学位記番号 総研大乙第 192 号

学位授与の日付 平成 21 年 9 月 30 日

学位授与の要件 学位規則第 6 条第 2 項該当

学位論文題目 国際線客室乗務員の接客業務と勤務体制  
—仕事の人類的的研究—

論文審査委員 主 査 准教授 宇田川 妙子  
教授 竹沢 尚一郎  
教授 庄司 博史  
教授 日置 弘一郎（京都大学）  
名誉教授/館長 熊倉 功夫  
（国立民族学博物館/林原美術館）  
教授 近藤 雅樹

## 論文内容の要旨

本論文は、西ヨーロッパ大陸部のナショナルフラッグ・キャリア、H航空を主たるフィールドとし、外国人枠で採用された日本人客室乗務員の機内の接客業務や越境的な勤務体制をめぐる仕事の文化人類学的な記述と分析を行うものである。議論の中心となるのは、サービスを生産者と消費者との貨幣価値による交換関係ではなく、価値の共創（co-creativity/co-creation）の実践としてとらえた点である。

このため筆者は梅棹忠夫の「情報」の概念を採用し、サービスは情報であるという仮説を立てた。本論文ではいわゆる「労働価値」にかわる新たな概念として情報としての「サービス価値」を提示した。

序論では、まずサービスの生産管理は近代化と共に発展し、経済学では「生産と消費」、経営学では効率や品質の「管理」としてとらえられてきた歴史を概観した。サービスを大量生産するために「マクドナルド化（リッツア）」が推進され、それを労働価値説が支えている。しかし「空の移動」や快適、安全、信頼、便利という原価が計れない価値や、目に見えない商品を製造業モデルで価値づけることは困難であり、むしろ古来よりあるもてなしの仕事に連なるものとしてとらえ、社会的な交換とみるのが妥当ではないかと考えた。ポランニーの「社会関係の中にうめこまれた経済」、ボードリヤールの「記号としてのモノの消費」などの先行理論がそのヒントとなった。また梅棹の「お布施の原理」は、「価値は社会的関係の中で規定される」というものである。サービスの提供者とサービスの受け手とのやりとりが、互いに望ましい関係に成り立ったときに、有効なサービスは認識される。これは日本の茶の湯のもてなしの構造とも似ているし、プロシューマーと呼ばれる企業の生産に参加する消費者行動とも共通する点がある。この規範を「サービス・リテラシー」と命名し、共通コードとして採用した。

筆者は、このサービス価値説に基づき、以下、第1部ではモデルの提示、第2部ではそのモデルを検証するために、客室乗務員の接客業務と越境的な勤務の様子を人類学的に分析した。

第1部では、サービス価値モデルと上達の構造モデルの2つを提示した。サービスとは情報であるため、客室乗務員は顧客価値の共創を目指し、乗客にわかるように情報発信を試みる。その情報は印象管理、立居振舞、意思疎通、展示演出、危機対応の5つのカテゴリーに分類できる。これは、日本の人材教育に広く使われている「接客5原則」という心理学モデルを参考にしたモデル化である。しかし接客5原則が企業の生産性を旨とする労働管理のためのモデルであるのに対し、サービス価値モデルは、参与観察によって明らかになった機内サービスの現場における実態から抽出したモデルである。客室乗務員の仕事はたとえて言うと言語学のラングとパロールのようなもので、従業員の仕事や規範はマニュアル化されている側面がある一方で、実際には仕事の実践現場からしか見えてこないものもある。また、客室乗務員はサービス価値モデルの模範的な対応を実践しようとしてとめているが、あくまでも情報認識は客の側にあるので、リテラシーを共有した客にはそれなりの満足や価値が生まれる。

上達の構造モデルとは、乗務員が訓練でサービス価値モデルを知識や技能で叩き込まれた後、さらに上達する人としらない人の違いを説明するためのモデルである。これは質量転

化、否定の否定、対立物の相互浸透といった弁証法で説明ができる。さながら日本の茶道が、「守破離」に則って、最初はひたすら型の練習から始まり最後は型を自由に動けるようになるのと同じ論理である。

第2部は客室乗務員の業務に関して、まず入社のも機付け、採用試験、訓練、そして実際の乗務がどのようなものかについて、サービス価値モデルを用いて検証した。仕事には、ラポール（強制されてする労働）とオペラ（自由な創造的活動）の2つの側面がある。乗務員たちがよく使う業務という言葉は、たいてい強制されているノルマとして認識されている。ただし、マクドナルド化が進んだエコノミークラスのサービスは機能的でシステムティックだが、ビジネスクラスやファーストクラスはサービスコンセプトが異なることを意識して、より創造的な情報発信が求められる。印象管理、立居振舞、意思疎通、展示演出、危機対応といったサービス価値モデルの情報発信の仕方は、訓練後も自己研鑽とリカレント教育で磨きかけられる。客室乗務員はサービスという言葉を用いるとき、同じ言葉を使いながらオペラとラポールを区別しているし、ラングとパロールも認識している。客室乗務員の仕事が上手であると言われる場合の仕事とは、業務やラポールではなく、オペラの側面を指している。

つぎに筆者は、越境的勤務体制の実態について記述するとともに、機内サービスに日本文化が商品化されているH航空のサービスについて、多数の客室乗務員のインフォーマントの語りをとおして分析した。越境的勤務体制に置かれている日本人客室乗務員は、自らの意志で日本との距離を適度にとっており、その距離を好んでいる者が多い。しかし「機内では日本人らしいサービスをするように」と期待されているように「日本人」としてラベル化された立場におかれ、その一方で、「従業員としてH国文化やH航空の企業文化に適応してください」と言われる。「正しい日本人」とはつくられた幻想にすぎない。しかし乗務員たちは、さまざまな葛藤の中、それを仕事役割として引き受け、印象管理、立居振舞、意思疎通、展示演出、危機対応をとおして実践している。

本研究では、サービスはたんなる労働ではないという仮説に立ち、生産や労働に主たる価値をおこうとする労働価値説の検討から議論を始めた。H航空の日本人客室乗務員は、物理的に国際間移動が多いというだけでなく、地縁や企業の規範の縛りから緩やかに身をおき、縛られすぎないネットワークの中で、自分の仕事役割を認識し、その実践にやりがいや生き甲斐を見いだしている。さまざまな仕事を通じた生き方や生き甲斐に関する研究課題は、今後も継続していきたいと考えている。

客がありがたく思う装置やしくみを作ることがサービス設計である。高次のサービスとは、個人の内面に作られる価値であり、相互の関わりによって共創される。近年はプロシューマーと呼ばれる、企業の商品企画や製造のプロセスに関わってくるような、こだわりをもつ消費者が現れ、新商品が生まれている。脱工業化が進む現代、今後はさらに、サービスの提供側と受け手とのやりとりによって創出される価値が重視されていくはずである。本論文は、そうした現代社会における仕事のあり方を考えるための具体的な事例の一つにもなるだろう。

## 博士論文の審査結果の要旨

本論文は、西ヨーロッパのH航空に外国人枠で採用された日本人客室乗務員の国際線業務について、特に機内における接客の場に焦点を当て、文化人類学的な記述と分析を試みたものである。議論の中心をなすのは、接客というサービスを乗務員と乗客の間における情報および価値の交換・折衝をとおして作りだしていく「共創」の営為とみなす視点である。また、外国人枠で雇用される日本人客室乗務員の場合、接客の場だけでなく勤務のあり方全般が越境的な性格を有しているため、そのことが彼女ら・彼らのサービスにおける重要な情報・価値の一つとなっているという観点からも積極的に考察している。なお、学位論文提出者（以下、著者）は、自身も同航空会社で外国人枠の乗務員として勤務した経験をもつ。本論文は、その経験に加えて、あらためて会社側に許可を得て行ったインタビューや参与観察、さらには他の航空会社乗務員にも豊富なインタビュー調査を行い、それらの資料を活用した意欲的な研究である。

本論文の構成は、序論でサービス一般にかんする理論的な考察を展開した後、その序論をもとに国際線における接客サービスのモデル化を試みた第1部（1、2章）と、そのモデルの検証を乗務員の仕事の民族誌的な記述をとおして行った第2部（3、4、5章）、および結論からなる。

序論では、これまでの人類学、経済学、経営学等における先行研究を概観しながら、サービスの仕事が、製造業モデルで議論されてきた労働価値的な尺度よりも、顧客側が感受する経験、情報、価値に大きく依存していると指摘し、サービス価値という概念を提示した。類似の考え方はすでに数多く議論されているが、著者は、サービス業が産業全体の主流になりつつある現代だからこそ、こうしたサービスの特徴に積極的に着目し、実際にサービスの仕事が行われている現場に即した考察を行っていく意義と必要性を強調する。そしてサービス価値とは、その実践を通して提供者と受容者の間で解釈され創出されていくものであるという、共創という視点を導入することの重要性を主張した。

第1部では、この考え方を国際線客室乗務員の接客業務に適用して、具体的なサービス価値モデルの構築を試みた。一つは、乗務員が接客の場で配慮しているサービス価値を、印象管理、立居振舞、意思疎通、展示演出、危機対応の5つに分類してモデル化し、仮説として提示したものであり（1章）、もう一つは、そうしたサービスを実践する乗務員たちの技能上達の構造を説明するためのモデルである（2章）。その際、サービスには、マニュアル化された次元と個々の乗務員による実践の次元があり、両者の相関関係こそが接客におけるサービス価値の具体的な創出や技能上達に影響を与えていると、著者は指摘する。そしてこの二つの次元は、乗務員の仕事意識に即して見直すならば、強制されて行う労働としての「ラポール」と内発的な創造的活動としての「オペラ」という言葉で示される仕事の二側面と関連づけて考察していくことができるとした。

したがって、あらためて乗務員の仕事や仕事意識を具体的に記述しながらモデルの検証を行おうとする第2部では、まず3章で、H航空およびそこでの日本人客室乗務員の位置づけを航空産業全般の歴史とともに概観し、4章で、その仕事内容を、フライト業務の進行と、就職試験、訓練期間、訓練終了後の自己研鑽やリカレント教育という上達の時系列に沿って詳細に描き出した。そして5章では、乗務員たちのインタビューでの語りを用い

て、接客という仕事に対する意識や動機付けを入社動機や職場環境等にも言及しながら分析した。そこからは、客室乗務員の仕事とは、マニュアル化された業務（ラポール）を身体化しながらも、個々に創意工夫（オペラ）を重ねることによってより創造的なサービス価値の発信が求められていること、そしてそれが、彼女ら・彼らの仕事のやりがいにもつながっていることも明らかになった。また、外国人枠の日本人客室乗務員の場合には「日本人であること」がその仕事のサービス価値に深く関与し、葛藤の原因にもなっていると指摘し、その構造について具体的な考察を行った点も興味深い。著者は最後に、こうした客室乗務員の仕事は、現在、労働市場全体で国際移動が増すとともにサービス業の比重が高まっていることを考えると、決して特殊なものではなく、今後の仕事研究全般にとってもモデルケースの一つになると結論で主張している。

以上の内容をもつ本論文は、これまでの仕事に関する人類学の多くが生産労働を議論の中心としてきたのに対して、国際線客室乗務員というサービスの仕事を対象とし、その民族誌的な記述のみならず、サービスの仕事一般が有する特徴に関しても積極的な考察を展開したという点で高く評価できる。本論文が新たに拓いた領域は、人類学のみならず経営学、経済学、社会学などの関連諸学にも刺激を与えるだろうし、それらを学際的に架橋する先駆的な研究の一つとしても位置付けられる。また本論文は、著者自身が乗務員経験をもつという、いわばインサイダー的な位置を積極的に生かして収集した、豊富で得難い資料を含む民族誌になっており、その生き生きした記述は本論文の展開に十分な説得力を持たせている。

ただし問題がないわけではない。サービス価値は提供者と受容者の共創の所産としながらも、本論文の主眼が乗務員の仕事におかれているため、乗務員や航空会社側からの記述が議論の中心を占めている。今後は、乗客側からの記述をさらに充実させて検証していくことが期待される。また、労働価値とサービス価値、ラポールとオペラ等々の二項対立図式を若干安易に適用した箇所が散見されるとともに、他のサービス業との比較という視点も欲しかった。

しかし、これらの問題については著者も今後の課題として十分に認識しており、そのことが、サービス業を対象とする先駆的な人類学的研究としての本論文の意義を損なうものではない。

以上を総合的に判断した結果、審査委員会は本論文を博士の学位に値するものと判断した。