大阪公立大学『季刊経済研究』 ISSN 0387-1789
Vol.42 No.4 Winter 2024 pp.16-46 DOI:10.24544/omu.20240401-003

コンヴァンシオン理論におけるサービス研究

北　川　亘　太

Ⅰ　はじめに
Ⅱ　コンヴァンシオン理論におけるサービスの定義
Ⅲ　社会的相互作用における多元的な価値の（再）調整の実態と可能性
Ⅳ　サービスにおける行為者の社会的構築
Ⅴ　おわりに

摘　　要

本稿では，コンヴァンシオン理論を用いてサービスを分析した研究を紹介し，その特徴と有用性を整理する．第１に，コンヴァンシオン理論は「社会的相互作用」に焦点を当てることにより，サービスに関与する行為者たちの意味の交渉を通じたコンヴァンシオンの生成や妥協，変化を検討することができる．こうした特徴は，経営学や組織学のサービス研究に見られる理論的視点の限界を克服すること，例えば，複数のコンヴァンシオンの共存を把握したり，正当化の秩序から外れた非計算的価値を捉えたりすることができる点で有用である．第２に，コンヴァンシオン理論は，サービス・プロセスを通じて行為者の「社会的構築」を分析できる．この特徴は，介護，教育，コンサルティングなど，受益者の社会的再構築をサービスの目的の一つとしているサービス業の分析に有用である．

Ⅰ　はじめに

経営学，マーケティング，社会学でのサービス研究は，次の傾向によって促され，正当化されている．それは，諸産業のなかの「第三次産業」の比重の高まり，および，とくに情報通信技術（ICT）への莫大な投資をともなう製造業の「サービス化」などによって特徴づけられる「経済のサービス化」である（Delaunay and Gadrey 1992）．

経済のサービス化では，サービスを製品 product の対概念として定義し，分析することよりも，おそらく製品とサービスを同じ一つの観点から統一的に分析することが有効であろう．

［キーワード］コンヴァンシオン理論，社会的相互作用，真正性，アガペーの体制，受益者変容

その理由は以下の３点である．

第１に，製造業とサービス業に関わりなく，製品の一生のうちにその製品に施される経済的活動は，いずれも状態の変化や製品の価値造出 valorization（この場合，社会的自己同一性という地位の創出）が生じているからであり，それらはいずれも「社会的・技術的能力ないし装置」（Gadrey 2000; Callon 2002 et al.: 210）の動員によるものだからである．例えばポスト・フォーディズムの自動車生産では，製品の製造工程 process でも，サービス業と似たように，「緊密な関係」のもとで，直接・間接雇用の労働者や下請業者のサービスによって仕掛品の「状態 state」が次々に「変革され transformed」，かつ，製品の価値造出，すなわち，製品の社会的自己同一性が製造会社のロゴの付与，車体識別番号，車体登録文書などの社会的・技術的装置によって構成されてゆき，「安定化」されるからである（Gadrey 2000: 375; Callon et al. 2002: 200）．修理工のサービスでは，先に述べたようにやはり車の状態は変化するが，その車の社会的自己同一性は上記の装置などで維持される（Gadrey 2000: 375, 379）．

第２に，製品は，生産から流通・販売・使用（消費）・再販・廃棄の「一生 a life」ないし「履歴 career」の多くの時点においてサービスと絡み合っているからである（Gadrey 2000; Callon et al. 2002: 197）．例えば，その車が整備や修理のための修理工に持ち込まれると，修理工の資格，能力，修理工が所有している（あるいは借りている）工具，機械，ガレージ，土地が修理工の社会的・技術的能力としてその車に提供され，車の修理や整備，つまり車の「状態の変化 change of state」が達成される．

第３に，製品の生産・販売・使用，サービスの提供と受益，あるいは，それらの統合的使用のどの場面においても，生産者ないし提供者たち producers と受益者たちのあいだで事物や人の質の規定（格付け qualification）および量化 quantification の政治がみられるからである．それは，人や事物の安定化 stabilization（不活性化 inactivation）や不安定化 destabilization（再活性化 reactivation）をめぐる闘争，統治，動態である（Gadrey 2000; Callon et al. 2002）．生産者や提供者たちは，競争相手の製品やサービスが関与するルーティンに組み込まれた受益者を再活性化し，そのルーティンを揺らがそうとするし，その一方で，自らの製品やサービスの受益者が自らにとって望ましい特定のコンヴァンシオンに依拠してそれらを評価する evaluate ように，受益者とそれをとりまく事物（自らの製品やサービスを含む）を総体として安定化しようとする．反対に，受益者は，ある製品やサービスが関与するルーティンに組み込まれることによって思考を節約し，生活や仕事の実践の予測可能性をそれなりに高めたり安定させたりすることができるし，第一義的には特定の状況において「独自にかつ現象学的に判断」する者として（Lusch and Vargo 2014），常にそれなりの行為主体性をもっており，なんらかのきっかけで反省的になり，ルーティンを揺るがし，自らの実践を反省的に再構成することがある．それゆえ，製品やサービスが用いられる状況では，当事者だけでなく装置やルーティンも関与する「意味の交渉」，言い換えれば，多元的な価値

を参照しながら人や事物を批判したり，正当化したりする余地が，提供者にも受益者にも常に残されている（Schnider 2016）[1)].

このように，少なくとも今日の「サービス経済」では，さらにいえば，おそらくいかなる経済でも（Delaunay and Gadrey 1992; Lusch and Vargo 2014），製品とサービスの二者択一や二項対立に陥ることなく，個別性，意味の曖昧さ，偶然性を程度の差こそあれ常にはらんでいるところである，行為者たち agents の相互行為や行為者と社会的・技術的装置の相互作用の分析，つまり製品やサービスの統合的使用の状況とその統治を分析できる観点が求められている．本稿でみるように，コンヴァンシオン経済学とプラグマティック社会学（economics of convention and pragmatic sociology）の観点」（以下「コンヴァンシオン理論」とよぶ）は，ほとんど理論的枠組みを見直すことなくこの要求に応えることのできるものである．

ところで，サービス研究において「サービス」という語が用いられるとき，その語に含意しようとしているもの，例えば，財とサービスの特定の分類法や経済変化の特定の傾向などに大きな違いがみられることがある．本稿が扱いたい「サービス」を明確にするために，そのことを指摘し，意味づけの揺れを整理しておきたい．こうした意味の揺れは，コンヴァンシオン理論のサービス研究でも，同じ一つの論文，例えば Gadrey（2000）や Schneider（2016）のなかでもみられる．それは 2 つに分けられるだろう [2)].

第 1 に，「財 goods」との対比を含意する「サービス」である．例えば，経済学や経営学でよくみられるサービスの特徴の定義は，財の特徴の否定というかたちでなされる．それは，「無形性」「異質性」「不可分性」「非貯蔵性」であり，頭文字をとって IHIP とまとめられることもある（Gadrey 2000; Lusch and Vargo 2014）．国家統計において製造業とサービス業をより適切に分類するために定義され，用いられる「サービス」の語も，当然ながら，財の対概念としてのサービスを含意している（Delaunay and Gadrey 1992; Gadrey 2000: 386）．Schnider（2016: 7, 12）での「サービス」は，明確に「サービス業」の仕事を表している．その一方で，ややこしいことに，Gadrey（2000: 386）での「サービス」は，この第 1 の意味をもつとともに，次の第 2 の意味をもつものとして読むこともできる．

第 2 に，あらゆる社会の人間の社会経済的行為のほとんど全てに当てはまるであろう，自分と他者の社会的・技術的装置の統合的使用を含意する「サービス」である．それは，上述のような理論上および産業分類上の対概念としての財とサービスの，上位概念としての「サービス」である（Lusch and Vargo 2014; 井上 2021: 4）．Gadrey（2000: 382-384）に出てくる「サービス」の語は，財とサービスの分類化のためにも利用できるが，それらの上位概念とみなすこともできるし，さらにいえば，財とサービスの分類化のためには，「（進化する）共有された」「多かれ少なかれ恣意的なコンヴァンシオン」を必要とすることを含意するものである（Gadrey 2000: 386）．Delaunay and Gadrey（1992）や Schnider（2016: 13）に出てくる「サービス経済 service economy」という語のなかの「サービス」の語は，この第

2の意味である．というのも，経済のサービス化に焦点があてられるのは，経営・政策・消費の関心が，製品という対象から「社会的相互作用」（Gadrey 1994）へと移っていることを示すからである．政策・経営・消費の関心は，いかなる製品が（内在的に）善いものなのか，から，関係者たちagentsの社会的・技術的装置をいかに統合的に使用し（あるいは，いかに他者に使用させ），いかにしてその統合的使用からうまく価値を知覚するか（あるいは，いかに他者に知覚させるか），へと移っている．

本稿で収集・検討した諸論文は，「コンヴァンシオン理論」からの「サービス」研究であるが，それは，上記の第1と第2の両方の意味づけに当てはまるものとする．すなわち，本稿で取り上げるものは，産業分類上の「サービス業」を研究の対象としているものであり，なおかつ，（状況に埋め込まれた相互作用に注目するというコンヴァンシオン理論を採用するならば必然的にそうなるのだが）自他の社会的・技術的装置の統合的使用による価値創造に焦点を当てているものである．かりに第2の意味づけのみに当てはまるものも本稿の検討対象に含めてしまうと，ワインやチーズなど，製品の質の規定とその過程における諸価値の調整を扱うコンヴァンシオン理論の無数の研究も含まれてしまうため，こうした限定は妥当であろう．ただし，本稿で「サービス」という語を断りなく用いている場合，本稿が意図するのは，この第2の意味づけであり，その詳細な定義はGadrey（1994; 2000）を参照しながら次節で示す．

本稿は，次の3つのサービス業についての文献を紹介する．第1に，共同体とその構成員の保全・形成・再生産，そして，彼らの生のまっとうにかかわる業種，すなわち，教育（Hilmqvist 2022）と福祉（O'Keeffe and David 2022; Varman et al. 2022）である．これらの業種は，教育理念のようにサービスに理念がかかわり，諸理念の葛藤や対立が表面化しやすいため，コンヴァンシオン理論を適用しやすい研究対象である．第2に，ゲーム産業（Cocq 2019）に限定されるが，仮想的な共同体を創造するものである．仮想的な共同体の形成と維持は，コンヴァンシオンの形成と安定化の極端な事例extreme caseとして注目に値する．第3に，専門的な知識や技術を提供する業種，すなわち，コンサルティング（北川 2019; Chong and Bourgoin 2020）や法律事務所（Bessy 2022）である．これらは，今日において権力powerをもつ「市場的媒介者」として注目に値する（Bessy and Chauvin 2013）．第4に，観光にかかわる業種，例えば，宿泊業，飲食業である．これらの業種におけるサービスの一部は，「持続可能な観光sustainable tourism」（Lindberg et al. 2019）や「追憶観光tourism of memory」（Clergeau and Dongmo Temgoua 2020）といった論争的な語の調整にかかわることがあったり，「ほんもの」らしいギリシャ民族料理とは何かといった「真正性authenticity」にかかわるものであったりするため（Chatzopoulou et al. 2019），やはりコンヴァンシオン理論を適用しやすい．くわえて，Booking.comやTripadvisorといったオンライン消費者レレビュー・サイト（OCR）など，これらの業種を組織化しようとするプラットフォーム・ビジネスもまた，市場的媒介者の研究対象として注目に値する（Mellet et al.

2014; Balsiger and Jammet 2022).

本稿の構成は次の通りである．次の第 II 節では，主に Gadrey の一連の研究にもとづいてコンヴァンシオン理論でのサービスの定義を紹介し，その定義の特徴や有用性を整理する．

第 III 節では，コンヴァンシオン理論が「社会的相互作用」としてのサービスに着眼する有用性を示す．それは，端的にいうと，研究対象から多元的な価値の（再）調整の実態や可能性を掬い上げることができることである．具体的には，次の 4 点である．1 つに，媒介者を相互行為のなかに位置づけるとその権力を相対化できることである（III-1 項）．2 つに，状況にうめこまれた相互行為での行為者たちの非一貫性や非反省性が諸価値の調整の可能性をもたらしていることを明らかにできたことである（III-2 項）．3 つに，現代的に再構成された真正性が異種混交の社会的相互作用を統合していることを明らかにできたことである（III-3 項）．4 つに，よく知られた Boltanski and Thévenot（1991）の 6 つのシテがふくまれる「正義の体制」に収まりきらないアガペーの価値を掬い上げたことである（III-4 項）．さらに，この節では，価値の複数性のなかの一つでもある価格が，サービスにおいて諸価値とどのように関わっているのかを示唆している研究を紹介する（III-5 項）．

第 IV 節では，コンヴァンシオン理論がサービス・プロセスにおける行為者（提供者と受益者）の「社会的構築」に着眼する利点を示す（IV-1 項）．それによって，まず，コンヴァンシオン理論は，行為者の再構築をともなう統治という政治的・倫理的論点を扱うことができる（IV -2 項）．次に，サービス･プロセスにおける受益者の変容をいかに受益者自身にサービスの価値として認識させるかという論点を扱うことができる（IV -3 項）．

おわりにでは，EC の分析の対象や領域としてのサービスが，コンヴァンシオン理論を育む対象や領域であることを強調して締めくくる．すなわち，研究の対象や領域としてのサービスは，コンヴァンシオン理論の強みを際立たせ，それだけでなく，コンヴァンシオン理論の視野を最大限押し広げることになる芳醇であり要求の大きな対象や領域である．

II　コンヴァンシオン理論におけるサービスの定義

1　先行研究のサービスの定義の限界

サービスをいかに定義すべきか，それは，分析や分類の目的によって変わってくる．統計区分を見直すため，新古典派経済学にサービスを位置づけるため，などいろいろあるが，本稿では，サービスにおける諸価値の対立と調整を捉え，さらに，そこでの装置，権力，不公正，行為主体性を析出するために有用な定義を，ジャン・ギャドレの諸研究から紹介したい．

サービスの定義について，一般的には，先に述べた IHIP や「共同生産」といったサービスの諸特性に注目したものがよくみられ，これらはいずれも財の諸特性と対をなしている．しかし，こうした特性は，「経済のサービス化」という大きな流れにおいて必ずしも妥当なものではなくなっている（デュロネ＆ギャドレ 2000; Gadrey 2000）．例えば，ICT 産業で

は，莫大な投資によって構築・更新される有形の巨大な設備への莫大な投資がみられるため，無形性がICT産業の多くを特徴づけられるわけではないし，しかも，近年では情報の貯蔵storageのサービスがみられるように，非貯蔵性という特性もまたICT産業の多くを特徴づけられるわけではない．その一方で，製造業では，「生産組織全体をふくむ様々なアクターのあいだの直接的な関係の結果として，生産者，下請け業者，消費者のあいだにフォード主義的生産システムよりもはるかに密接な関係が」つくられており，それは「多くの点でサービス関係に類似している」(Gadrey 2000: 373)．このように，財の特性の対概念としてのサービスの定義づけには限界がみられる．

「状態の変化」という観点からサービスを定義したのがHill（1997）であり，彼の業績をギャドレは高く評価している（Gadrey 2000)．Delaunay and Gadrey（1987: 213）によれば，ヒルによる財とサービスの定義は次の通りである．

> 財とは，（1）生産者と消費者から独立して存在する（有形または無形の）実体entity，（2）所有権（私的または公的――ヒルはこの点を指摘していないが，必要だと思われる）を譲渡することができ，したがって所有者が転売できる実体である．
>
> サービスは，（1）実体ではなく，（2）サービスを求める人とサービス提供者の間に関係が存在すること（介入要求）を必要とし，（3）サービスを求める人が所有する実体C（個人，財，物質的システム）に関係する．この実体Cの状態の変化または状態の修正を出力Sとして持つ．この出力に特定の所有権を付与することはできないため，SがCから独立して再販されるという可能性もない．

Gadrey（2000）は，このヒルによる定義について2つの問題点を指摘した．第1に，「実体」は，先に車の社会的アイデンティティの例で述べたように，あらかじめ規定されたものではなく，ある社会的・技術的装置に支えられたコンヴァンシオンによって構成されたものであるという点である．それゆえ，財もまた，生産者，消費者，そして特定の社会的・技術的装置から独立して存在するのではない．そのことは，知的財産権など無形財の評価，安定化，交換において明瞭に確認できる（Bessy 2022)．第2に，「サービス関係」，すなわち，「共同生産」は，あらゆるサービスでみられるわけではない，という点である．Gadrey（2000）は，スーパーマーケットの品ぞろえ豊富な棚の利用といった「セルフサービス」があることをその根拠に挙げた．

なお，本稿の著者にとって，この第2の批判は説得力に欠ける．サービス利用者は，サービス提供者の構築した状況や事物に依拠しながら振舞っている．サービスが，必ずしも特異な関係性のもとでなされているとは限らず，標準化，自動化，不活性化された関係性のもとでなされていることがある，という主張ならば分かる．Gadrey（2000）は，「サービス関係」を特異な関係性とみているが，本稿では，サービス関係には標準化，自動化，不活性化された関係性も含まれ，そうした関係性のなかで，Gadrey（2000）のいうように「共同生

産」という直接的な相互行為の無い場合があるにせよ，提供者の能力や装置と受益者の能力や装置との相互作用による価値の「共同創造」はつねにある，とみなす．これは，次に挙げるGadrey (2000) によるサービスの定義と対立する見方ではないだろう．

2 ギャドレによるサービスの定義とその有用性

Gadrey（1994）は，サービスの定義にかんする上述の問題点を乗り越えうる，コンヴァンシオン理論におけるサービスの「一般的な定義」を示した．Gadrey（2000）によれば，サービスの提供とは，「サービス提供者に属する社会的・技術的能力を一定期間使用する権利」を提供することである．したがって，サービスとは，サービス提供者にとっては，自らに属する社会的・技術的能力，すなわち，サービス提供者の能力や装置をサービスの受け手が一定期間に使用させたり，使用するのを認めることであり，サービスの受け手にとっては，サービス提供者に属する社会的・技術的能力を一定期間使用することであり，使用する権利を得ることである．さらに，Gadrey（1994）によれば，「サービス関係とは，〔上記の〕サービスの提供に関連して行われる〔社会的〕相互作用のことである」．なお，以下では，社会的・技術的能力のことを，Gadrey（2000）がそう含意しているように，そして，Callon et al.（2002）がGadrey（2000）を参照したときにそう明記したように，「社会的・技術的能力および装置」を意味するものとし，能力と装置のいずれもふくむものとして単に「社会的・技術的装置」と書く．

この定義は，コンヴァンシオン理論からのサービスの分析を可能にする．より具体的にみると，以下の2つの有用性をもったものである．1つめに，「サービス関係」という相互作用，より明確にいえば「社会的相互作用」（Gadrey 1994）に着目することによって，当事者たちの秩序や意味の交渉を通じたコンヴァンシオンの生成・安定化・不安定化の動態がサービスに関わっていることを捉えることができる点である（Schnider 2016; Schnider et al. 2022）．諸価値の秩序が特定の状況において交渉されるという見方は，状況には不確実性や曖昧さがつきまとい，それゆえ，行為者が主体性を発揮する余地が多かれ少なかれつねにあることを含意している．それは，一方で，サービスにおける媒介者の「価値づけ権力」（Bessy and Chauvin 2013），他方で，価値を知覚することの受益者の主権（Lusch and Vargo 2014），そして，それらのせめぎあいとしての，どこまでいっても不確定さが残る相互行為，のいずれをも捉えられることを意味している．後で述べるように，サービスという相互行為のなかに媒介者の権力を位置づけると，それは，あくまで相互行為のなかで再生成されるものであるため，それが確定的ではないことやそれから逃れる余地がみえてくる．同様に，サービスという相互行為のなかに受益者の主権を位置づけると，サービスの提供者による受益者の統治，すなわち，提供者が社会的・技術的装置に支えられたコンヴァンシオンを通じて受益者の行為と価値の知覚を安定化させる試みも見えてくる．こうして，Gadrey（2000）の定義は，サービスをめぐる政治を開示することにつながりうる．すなわち，この

定義は，サービスを，提供者と受益者の社会的相互作用における政治として捉え直す道を拓くのである．

Gadrey（2000）の定義がふくむ二つめの有用性は，Gadrey（2000）自身はあまり強調していないが，サービスという社会的相互作用における提供者と受益者の「社会的構築」（Gadrey 1994: 384）を論じることができる点である．サービスにおける行為者の社会的構築の観点は，行為者の社会的構築それ自体を目的の一つとするサービスの仕事，例えば，ケアや教育，そして近年広がっている人類学的な手法を援用したコンサルティングを分析するときに有用である．

3　財とサービス，製品とサービス

サービスを，受益者をとりまく社会的・技術的装置を，提供者の社会的・技術的諸装置をふくみこむように再編しながら価値を創造することであるとするならば，財とサービスを論じる観点を区別する必要はない（デュロネ 2000: 7; Callon et al. 2002; Lusch and Vargo 2014）．それら財・サービスは，いずれも，社会的相互作用における社会的・技術的装置の再編をともなう資源統合による価値共創という前節でいう第 2 の意味での「サービス」プロセスの一部だからである．なお，Lusch and Vargo（2014）はこれを，諸財と複数形のサービス goods and services の上位概念としての「単数形の」サービスと表現した．財とサービスを論じる観点を区別する必要がないどころか，むしろ，財とサービスは社会的・技術的配置のなかで統合的に使用されていることがよくあるため，利用者のもつ財とサービスのセットをコンヴァンシオン理論から統合的に論じることが必要であろう．分かりやすい例でいえば，パソコンやタブレットといった財の使用は，受益者が契約しているインターネット・プロバイダーの接続サービス，ときには公衆用の Wi-Fi サービス，そして，位置情報システムなどとの連携のなかで成り立っている．

このように，経済的活動を，社会的相互作用における社会的・技術的装置の再編をともなう資源統合による価値共創ととらえるならば，「財」の見方もまた変化し，Callon et al.（2002）が述べたように，これを相互行為のなかで構成される「製品」として捉えたほうが適切になる．ここで，Callon et al.（2002）が述べる「財 goods」と「製品 products」の違いを紹介したい．「財」とは，ある欲求を満たすという目的を果たすために質が規定された希少なものである．より詳しく言えば，「その生産と流通が必ず希少な資源の動員をともなうこと，あるいは，それがある行為者 agent から別の行為者へと譲渡可能な財産権に付随しうるものである」．「それに関連する特性がある程度安定していることを意味し，それがなぜ需要されるのか，なぜそのように欲求されているのか，取引されているのかを説明する」．その一方で，製品とは，「その生産，流通，消費の観点からみた経済的財のことである．」製品とは，「一連の動作，すなわち，それを変形させ，異動させ，手を返させ，一連の変容を経て，最終的に，製品を購入する経済主体が有用と判断する形態にする一連の動作からなる」．

それゆえ，「製品 product はプロセス process であるのに対し，財は状態，結果，より正確には，終わりのないプロセスにおけるある瞬間に対応する」(Callon et al.: 197)．したがって，製品は，生産から販売の局面での，生産者による（ときには受益者もいくらか関与する）「形態への投資」をふくみ，そして，受益者によるその使用の局面での，社会的・技術的諸装置（その製品もその一部になる）のなかでの受益者による資源統合をふくむ，プロセスである．したがって，製品は財のこれまでとこれからの「経歴 career」を含意するものである(Callon et al.: 197)．もとより，こうした社会的相互作用における社会的・技術的装置のなかでの資源統合とその解体や再統合をめぐる動態や政治に注目してきたコンヴァンシオン理論は，サービスと製品を分析するときの観点を変える必要はない．本稿は，この立場をとる．

そうはいっても，分類学上の問題は残る．Delaunay and Gadrey (1992) や Gadrey (2000) は，理論上での財とサービスの区別にかかわる分析上の利点や問題点のみならず，国家統計の運用上，製造業とサービス業がどのように区別されてきたか，どのように区別すべきか，という問題にも大きな関心をはらっている．Gadrey（2000: 386）がサービスの定義を示した目的は「コンヴァンシオンの設定に貢献することにより，〔財とサービスのあいだの〕境界地帯の大きさ，および，〔そのあいまいなものをあえて区分するときの〕解決策についての恣意的な性格を軽減することである．財とサービスの概念的な区別は「理念型」を示しているため，新しい経済的現実を考慮して定期的に見直されるのであれば，本質的な科学的ツールとして存続する可能性が高いと思われる」．本稿は，これ以上，分類学上の問題に立ち入らない．

Ⅲ 社会的相互作用における多元的な価値の（再）調整の実態と可能性

1 社会的相互作用のなかの媒介者の権力

コンヴァンシオン理論は，装置やルーティンによって覆い隠されている「市場的媒介者の権力」(Bessy and Chauvin 2013）の解明に力を注いできている．今日の媒介者たちの仕事はサービス業に分類されることが多い．例えば，宿泊業や飲食業に適応を迫るオンライン消費者レビュー（OCR）ビジネスは，評価の民主化ともいえるが，飲食店や宿泊業に，不透明なかたちで縮約される評価のされ方に適応を迫っている（Mellet et al. 2014)．ゲーム業界の企業は，プレイヤー・コミュニティを直接的・間接的に方向づけ，そのコミュニティの「無償労働」から利益を獲得している（Cocq 2019)．法律事務所が顧客企業に特許管理ツールを導入することで，その特許の管理と利益の分配は自動化・ルーティン化され，企業というコモンズからの恣意的な「収用 expropriation」は不可視化されている（Bessy 2022)．私的・公的サービスの境界でも媒介者がみられる．スウェーデンでは自治体に社会人教育サービスの調達の裁量権が与えられており，その制度設計に経済学者や弁護士などの媒介者が参入し，市場的シテや産業的シテにもとづく評価と運営の形態を作り上げ，それら以外の代替的な諸

価値は抑圧される（Holmqvist 2022: 67-68）．

このように，たしかに媒介者は価値づけの権力をもつのではあるが（Bessy and Chauvin 2013），あくまでそれは，特定の状況に埋め込まれた相互作用のなかでの権力である．先に述べたコンヴァンシオン理論のサービスの定義にふくまれる「社会的相互作用」への着目は，権力をサービスという関係性やプロセスのなかに位置づけなおし，相対的に権力をもたない行為者の主体性の余地を発見するために有用である．本項では，それに成功したChong and Bourgoin（2020）とBalsiger and Jammet（2022）を紹介する．

コンサルティングを他の多くのサービスと同様に受益者との価値共創であるとみなすならば，市場媒介者の一つであるコンサルタントもまた，顧客企業に対する評価や提言を，顧客に納得してもらわなければならない．というのも，サービスは，最終的には顧客によって多かれ少なかれ主観的に評価されるからである．市場的媒介者もまた，他のサービスの提供者と同じく，サービスの価値や価格を受益者に正当化しなければならないのである．

コンサルタントの顧客は，自分たちの組織（顧客企業）の読み方readingをすでに知っている．コンサルタントは，顧客にとってなじみのある組織という「同じテクストの異なる読み」を顧客に期待されている（Chong and Bourgoin 2020: 80）．しかし，これが顧客との対立をもたらす点である．顧客には凝り固まった考えがある．コンサルタントが顧客に信頼してもらえなければ，それを克服して顧客に変化をもたらすこともできないどころか，顧客がコンサルティングに満足することもない（Chong and Bourgoin 2020: 80-81）．こうした事態をできるだけ避けるために，サービスのプロセスにおいてコンサルタントがとる手法の一つが「透明性」の方法である．それは，評価の手続きという「内部的作業inner work」を顧客に「可視化する」ことにより，顧客の評価枠組みに影響を及ぼし，コンサルタント自身とその成果物への信頼性を高めるという方法である（Chong and Bourgoin 2020: 89）．例えば，業績評価指標を作成するという政治的闘争をともなうプロジェクトでは，コンサルタントは「定義や仮説，出典を全て書き出し」，「プロセス・マッピング，スコアカード，アクティビティ・リスト，チャート，ダイヤグラムなど，あらゆる種類のもの」を「評価対象の物質的な記録」として残すことで評価の透明性を，ひいては提案の信頼性を高めたという（Chong and Bourgoin 2020: 82）．

Chong and Bourgoin（2020: 82）は，評価の信頼性を高めるためのもう一つの方法として「評価のプロセスから自己〔の痕跡〕を取り除くこと」（distanciation）を挙げた．例えば，コンサルタントは，顧客企業の評価をするときに自らの個性を活かそうとするよりも，自らの属する会社（ファーム）の特徴を反映させようとする．コンサルタントが意識的にそうするだけでなく，彼らが自社に蓄積されているデータ，形式化されている分析手法，そして，パワーポイントの鋳型templateを積極的に用いることで意識せずともそうなっている．

しかし，信頼性を高めるためには，そのように人の痕跡を除去するかたちで「客観性」をつくりだす手法だけでは十分ではない．コンサルタントは，顧客の知識や解釈を取り入れな

がら，顧客企業についての評価の枠組みと提言をつくる．これは，契約時などの一回きりの交渉ではなく，評価と提言をつくってゆくプロセスでのコンサルタントと顧客との断続的な「意味の交渉」である．顧客がコンサルタントを信頼し，そのサービスに満足させるためには「顧客が知識創造に加わっていることを実感させ，顧客の経験や専門知識が最終的な結果に反映されていることを示すことが必要である」（Chong and Bourgoin 2020: 88）．

媒介者の権力を社会的相互作用のなかに位置づけたもう一つの研究を紹介する．Balsiger and Jammet（2022）は，宿泊業の評価・予約プラットフォームの一つ Booking.com による価値づけのアルゴリズムの「寛容さ」，そして，その恣意性と不透明性に由来する権力とそれに対する一部の宿泊業者の創造的適応を明らかにした．Booking.com は，「複数の価値づけの極 valuation poles」を何らかのアルゴリズムで階層的に統合している．その統合の仕方やウェブサイトでの表示の仕方は閲覧者との相互作用で変わるため，Balsiger and Jammet（2022）はこれを複数の価値づけの極の「寛容な」統合と表現した．もちろん，こうした「アルゴリズム的価値づけ」は，閲覧者の選択を左右しうる縮約的な評価であるという点，および，その評価方法が不透明であり，プラットフォームの裁量に委ねられているという点で，権力をもつ．しかも，閲覧者との相互作用によって表示される評価結果も変わるため，宿泊業者や業界団体にとって Booking.com の評価は不確定・不安定であるようにみえる．

Balsiger and Jammet（2022）は，宿泊業者や業界団体が，この不安定性に対して大きく分けて５つの対応をしていることを明らかにした．第 1 に，オンライン消費者レビュー（OCR）を管理する方法の開発である．例えば，宿泊客へのレビューの依頼の仕方の開発，ホテルから宿泊客への特典の付与などである．第 2 に，OCR を利用してホテルを管理する方法の開発である．例えば，ホテルは，複数の OCR サイトの情報を随時追跡し，機械学習によってそれらのレビューを要約する有料のサービス（例えば RealReview）を利用し，宿泊客がどういった肯定的なことや否定的なことを投稿しているかを随時確認し，ホテルの従業員と宿泊客との相互行為を改善する．ホテルの経営者が従業員のサービスを監視し，評価するために OCR を用いることもある．こうしたホテルによる OCR の参照は，商業的な評価に一般人による評価を組み込むことを意味する．第 3 に，定式的な評価への OCR の組み込みである．ある観光業界団体は，複数の OCR サイトの点数を（やはり RealReview のサービスを用いて）集計したものを団体のホテル評価に組み込んだ．こうした第 2・第 3 の対応は，OCR の循環的参照であり，それによって OCR の正当性と権力は強化される．第 4 に，プラットフォームの許容範囲を利用してホテルの「特異性 singularity」を際立たせるという対応である．プラットフォームは異質なホテルを単一の要約された評価にもとづいて並べるという点で特異性を縮減する傾向にある．しかし，一部のホテルは，「特異化の技術」を創り出している．バイカーのためのホテルやアートブティックのようなホテルといった特異性を示すための仕組みは Booking.com には備わっていない．こうしたホテルは，名前を「バイカー・ホテル Y」「アートブティック・ホテル」のように（ときに変更）して，特異性が閲覧者の目にとまる

ように工夫した．第５に，特異性の伝わりやすい自社のサイトなどプラットフォームを回避する仕組みの開発やそちらへの誘導である．

たしかにプラットフォームの権力は上記のような循環的参照などによって強化されるのであるが，Balsiger and Jammet（2022）は，プラットフォーマーの存在感が増していることが，その仕組みを創造的に利用したり，回避したりして，特異性を伝達するための宿泊業者の実践を誘発していることも示唆している．このように，相互行為に注目すると，市場的媒介者の権力を非確定的なものとして相対化し，関係者の行為主体性の余地を発見しうる．

2　社会的相互作用における意味の生成，装置，ルーティン

Lindberg et al.（2019）によれば，既存の観光研究は，「観光業のニーズに特化した」「観光業中心の考え方」と「自然や地域文化の保護に夢中になっている」「資源ベースの考え方」という２つの価値の原理的な対立によって双方が観光の持続可能性という目標に到達できないことを指摘するに終わっているという．その一方で，コンヴァンシオン理論のサービス研究は，特定の状況に埋め込まれた相互作用から分析を出発する．（変化する）状況には，すでに何らかの社会的・技術的装置とルーティンがはたらいている．それが行為者たちの反省性の不活性さをもたらしていたり，相互行為をある方向に誘導したりしていることがある．その一方で，相互行為とはつねに意味（価値や秩序）の交渉をともなう．それが価値や秩序の生成・安定化・不安定化の動態をもたらしている．行為者たちの交渉はプラグマティックである．それは，例えば，ある状況下で自らの主張をあらゆるかたちで正当化する，他者とさしあたり協働しながら自らの思惑をそれなりに実現してゆくといった点でそうなのである．当事者の首尾一貫性が相互作用（例えば発言の正当化や他者との協働）に表れることもあれば，先験的にいくつかの原理的価値を設定しがちな研究者からみると，発言や行為があまり一貫していないようにみえることもある．コンヴァンシオン理論のサービス研究は，こうした，ルーティンや装置が関与しつつ，意味が生成される社会的相互作用に注目するため，自らの観点や説明において大切にしている論理性や首尾一貫性を研究対象にも投影しがちな既存のサービス研究，および，それに援用されている「制度ロジック」とよばれる組織論での制度主義では扱うことの難しい，意味（価値や秩序）の生成や不確定さ，人や集団のなかの両価性，装置やルーティンによる反省的思考の抑制や諸価値の共存をうまく掬い上げることができ，それによって，諸価値の多様な調整方式，将来的に対立が調整される可能性，あるいは，既存の調整方式に挑戦する余地を読者に提示することができる．本項では，まず，先に取り上げたHolmqvist（2022）を，諸価値の調整にかかわるルーティンと行為者の心的能力について手短に紹介し，次に，持続可能な観光をめぐる合意形成の事例を扱ったLindberg et al.（2019）を取り上げ，最後に，サービス研究に援用されることのある「制度ロジック」論に対するコンヴァンシオン理論の有用性を指摘したい．

Holmqvist（2022）は，スウェーデンの自治体による社会人教育（MAE）の制度における

教師がいかに諸価値を調整しているかを明らかにした．教師たちは，複数のコンヴァンシオンを，それらのあいだで妥協させることなく，分離させたまま心的に抱えておくことによって，それらをインタビューでの応答や日々の教育サービスにおいて状況に応じて利用していた．その一方で，Holmqvist（2022）は，マクロ・メゾ・ミクロの制度的状況が教師の省察的・批判的・創造的思考を不活性にしていることで複数のコンヴァンシオンが調整されていことも指摘した．国家の政策や自治体のその運用によって構築された社会人教育の調達制度（マクロ・メゾの状況）に起因する雇用の不安定性から，教師は心理的な余裕をもちにくく，くわえて，落札した運営会社（教師の雇用主）から自治体への報告義務のために増加した書類業務などの日々のルーティンを慌ただしくこなしているため（ミクロの制度的状況），教師には省察的になる余裕があまり残されていない．Holmqvist（2022）は，教師必ずしも省察的になる余裕が残されていない．このことは，マクロ・メゾ・ミクロの状況が，省察的思考がはたらきにくい状態をもたらすことで，政策・自治体・運営会社の諸理念と教師の理念との葛藤を抑圧的に調整しているという「政治」を示唆している．

本項で紹介するもう一つの研究は，ノルウェーのロフォーテン諸島における「持続可能な観光」をめぐる諸価値の対立と調整を描いた Lindberg et al.（2019）である．Lindberg et al.（2019）は，関係者が持続可能な観光を正当化するときの 2 つの競合するコンヴァンシオンを抽出した．1 つは，市場的シテ（市場的秩序）と産業的シテが妥協した「専門的市場体制」である．もう 1 つは，家政的シテと市民的シテが妥協した「福祉体制」である．これら 2 つの「観光体制」は対立した．しかし，ロフォーテン諸島では，観光の大衆化 mass tourism による地域社会と自然環境への悪影響がさかんに報道され，観光の基本計画を策定するための利害関係者の熟議制度においてグリーンのシテと市民的シテが妥協した「活動家体制」が力をもった．すると，専門的市場体制あるいは福祉体制に依拠してきた関係者たちは，それぞれ，この第 3 の観光体制に配慮するように自らの主張の正当化の仕方を変えるようになった．彼らはそれぞれ，こうして，極端に相反せず対話可能であるという意味で「隣接する」諸秩序（シテ）を動員しながら熟議を進め，観光基本計画の合意に至った．報道・世論・政治家の発言などによって新しく生成された活動家体制が諸価値の調整の参照点になったのである．このように，Lindberg et al.（2019）は，関係者たちが，原理主義者のように特定の体制だけに依拠するのではなく，このように変化する諸価値の布置とその時の交渉相手に応じながら，自らの主張を正当化する論拠となりうる価値（理由）を模索的に用いていることを明らかにした．

さらに，Lindberg et al.（2019: 1288）は，利害関係者が「インタビュー中に価値について正反対の序列 order を正当化し，これらの関係者〔集団〕内での議論は一貫していなかった」ことを発見した．こうした行為者の非一貫性や両価性 ambivalence は私たち研究者を混乱させるかもしれないが，このことは「省察的認識の欠如」によって行為者や集団が「正当化の形式を併存させせる能力を持つことを示している」（Lindberg et al. 2019: 1288-1290）．

ところで，先の第 2 項において，コンヴァンシオン理論では，そもそもサービスと事物（さらに限定すれば goods ないし product）を分けて論じる必要性もないし，反対に，そうしてしまうと，現実における諸価値の調整を見落とすことにもなりうると述べた．サービスにおける諸価値の調整にかかわる事物として Lindberg et al.（2019）は空港を挙げた．Lindberg et al.（2019: 1290）は空港を「境界対象」とよぶ．境界対象とは，コンヴァンシオンの境界にある事物であり，それゆえ，人びとがその事物に見出し，期待する価値が一意的ではないものである．ロフォーテンの大規模な新空港のプランは，市場的・産業的秩序に依拠する人からみると，「効率的」移動を実現し，利用者の目的地の観光業により大きな「利益率」をもたらしうる．公民的秩序に依拠する人からみると，居住者の外国旅行がしやすくなり，福利が向上するといえるかもれない．グリーンの秩序に依拠する人からみると，2 つの空港をつくることを避けられる点で環境への負荷が小さいといえるかもしれない．コンヴァンシオン理論では，サービスと事物は意味の交渉によって結びつけられており，諸価値の対立や調整の動態のなかで，それらの結びつきが安定化したり，不安定化したりする．したがって，異質な諸価値が投影されるサービスと事物を統合的に論じる意義の一つは，この境界対象の事例のように，事物が諸価値のかすがいになっていること，なりうること，すなわち，異質な価値をもつ人びとが紛争へと至らずに共生するという実態や可能性を発見できることである（Lindberg et al. 2019: 1290-1291）．もちろん，その一方で，こうした省察的認識を欠いたあいまいな状態は，象徴的な事件の発生などをきっかけに挑戦を受けて（論争が起きて）崩壊する危険性もまた，常にはらんでいる．

以上 2 つの研究をもとに，既存のサービス研究の観点と比べたときの，サービスを分析する際のコンヴァンシオン理論の有用性を検討する．組織論の制度主義では，Thornton and Ocasio（1999）が「制度ロジック」の複数性の観点を提示し，この観点が，ときには制度ロジック論を取り入れたサービス・ドミナント・ロジック（SDL）（Vargo and Lusch 2016）を介して，サービス研究に援用された．制度ロジックとは，「社会的に構築される，個々人が物質性を（再）生産し，時間と空間を組織し，また社会的現実に意味を与える，物質的実践，過程，価値，信念，規則のパターン」（Thornton and Ocasio 1999: 804, 船津 2023: 29 の訳に従った）であり，Thornton et al.（2012）は，マクロの水準での制度フィールドごとに異なる「純粋な」制度ロジックがあると仮定した（船津 2023）．Lindberg et al.（2019）が述べたように，この仮定は，サービスという意味の交渉に先立って安定した価値が規定されているという理論的前提をもたらしている．諸価値の異種混交は組織の水準で生じ，組織ごとに複数の制度ロジックの調整方式が異なるため，組織の水準での価値の不均質さが生じるという．しかし，Lindberg et al.（2019）だけでなく，組織論でも Sauermann and Stephan（2013）や Funatsu and Sugiyama（2017）が指摘するように，まず制度フィールドごとに「純粋な」制度ロジックを仮定するという研究者の仮構が，それらの制度ロジックの対立を過度に際立たせてしまっている．しかし，先に紹介した Holmqvist（2022）や Lindberg et al.（2019）

では，諸価値の異種混交性は，教師や観光業の関係者といった行為者たちの相互行為において常にみられる．くわえて，相互行為における諸価値の異種混交性は，それぞれの価値には，「隣接する」価値があることからももたらさている．これらは，制度ロジック論ではうまく扱えない．

制度ロジック論が，制度フィールド，組織，個人というまとまりや実体 entity を分析単位としている一方で，コンヴァンシオン理論の分析の出発点は，「あいだ」，すなわち，状況に埋め込まれた相互作用 situated interaction である．そこでは，意味が交渉される．すなわち，社会的相互行為に先立っている諸価値を組織や行為者が調整し，異種混交するというよりも，むしろ，その相互行為において価値が生成ないし再構成されるため，論理性や首尾一貫性を大切にする研究者からみると異種混交的にみえるのかもしれない．しかも，状況に埋め込まれた相互行為では，社会的・技術的装置とルーティン（相互行為の一種）も諸価値の調整に関わっている．このように，社会的相互行為に着目することによって，コンヴァンシオン理論のサービス研究は，Holmqvist（2022）や Lindberg et al.（2019）が見逃さなかったように，行為者たちの首尾一貫性や省察的認識の欠如，個人的および集団的な両価性，そして，装置やルーティンが諸価値の調整の余地をつくっていることを捉えることができる．コンヴァンシオン理論のサービス研究は，そうした調整の実態や可能性を質的研究から発見しうるという点で，あるいは，反対に，既存の調整方式への挑戦の可能性を発見しうるという点で，有用なのである．

3　真正性の現代的再構成と異種混交の社会的相互作用の統合

Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）によれば，観光業についての先行研究は，そもそもサービスが成り立つために必要な，提供者と受益者に共有される価値がすでにあることが前提になっているが，サービスを社会的相互行為，とくに意味の交渉と捉えるならば，新しいサービスがつくられ，それがうまく遂行されるためには，関係者の行為を調整する参照枠，つまりそのサービスのコンヴァンシオンもつくられ，安定化されなければならないし，そのサービスがうまく遂行されたと提供者および受益者が感じるには，その前提として，サービスの真贋を判断するための「真正性」の感覚がつくられ，彼らに共有されていなければならない．サービス研究では，「コンヴァンシオンの形成過程」（processus de conventionnalisation, Detchessahar 2003）と真正性の「認証プロセス authentification」を扱ったものはほとんどない．しかし，これまでに事物，とくに財の分析を通じて真正性の議論を豊かにしてきたコンヴァンシオン理論（Hennion 2015; 森崎 2020）は，すでにサービスの真正性を論じるちからを備えており，そうした研究がわずかながらみられる．というのも，真正性は，（研究の焦点となっている）財をふくむ社会的・技術的諸装置を人びとが相互行為のなかで統合的に使用するなかで生成・再生成されているからであり，社会的・技術的諸装置の統合的使用とは，まさしく Gadrey（2000）を参照しながら本章が示した（第 2

の意味での）サービスの定義に当てはまるからである．

真正性や認証プロセスに注目すると，サービスを次のような関心から分析することができる．社会的相互行為のなかで提供者がサービスをどのように正当化（justification）しようとするのか，受益者がそのサービスの真偽をどのように判断（judgement）するのか．Schneider（2016）は，アパレル業の店舗において販売員やレジ係が，サービス・プロセスのなかで構築された来店客との特定の「サービス関係」（Gadrey 1994）――ここでは個人的かつ信頼できる関係性――のもとで，来店客にその服は価値があるものだと確信を与えてあげる最後の一言を発し，服の真正性の感覚が両者に共有される感動的な瞬間を描写している．Chatzopoulou et al.（2019）は，ギリシャ民族料理の提供という「サービス内容」についてギリシャ国内外のレストランを調査し，提供者と受益者の相互行為としての「ホットな認証プロセス」には３つの類型がみられ，それぞれが，「家族志向」「革新志向」「市場志向」のレストランという異なるサービス・コンヴァンシオンを形成・再形成していること，さらに，それぞれの認証プロセスは，特定のサービス関係，Chatzopoulou et al.（2019）の言葉を用いるならば，社会的属性の異なる「内集団」によって遂行されていることを明らかにした．

これら２つの研究は，（家族的・霊感的・市場的シテのかかわる）商業的領域のサービスの現場を分析したものである．その一方で，Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）は，伝統的行事の経済化に注目し，真正性が，家族的・社会的・行政的な相互行為とサービスとの異種混交によって再構成されるという動態を描いた．Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）は，真正性の歴史的再構成という論点を扱ったという点のみならず，コンヴァンシオン理論を多様な社会的相互行為の異種混交化の分析に用いたという点でも独特な研究であるため，以下では丁寧に紹介したい．

Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）は，カメルーンのバミレケス人の祝祭的な葬儀を調査し，その計画・準備・運営のサービス化とそれらを統合するコンヴァンシオンの形成過程を明らかにした．バミレケス人の葬儀は，彼らの出身地であるカメルーン西部にておおよそ３日間行われる．そこに国内外から参列者が集まり，その数は数千人にのぼることもあるという．外国人観光客もまた，「祖先の偉大な名誉のために，イベントの輝きを増す」他者として受け入れられる．葬儀では大規模な人数の移動，宿泊，食事，踊り，その他の儀式，特定の服装などを計画・準備・運営する必要があり，かつ，葬儀のプロトコルを守る必要があるため，葬儀に先立って準備会議が重ねられる．計画・準備・運営，つまり「葬儀の組織化」には，親族や地域の首長だけでなく，今日では，運送業者，宿泊業者，ケータリング業者，イベント運営業者などの参画も不可欠になった．というのも，市場経済や都市生活になじんだ葬儀の参加者が増えるにつれて，都市のサービスに準拠するようなものを参加者に提供しなければならなくなっていったからである．市場化および都市化された人びとは，長距離移動や宿泊，式典，食事での快適さを求める．例えば，遠方で日中に働いている人は，葬儀に参加するために，夜間の長距離移動を求めるし，アメリカでの生活に慣れた子どもは，タロ

イモのソースを掬うために，バミレケスの慣習に反するが，スプーンを求める．大規模な人数の関係者の現代的な期待に応えるように移動や宿泊，食事を組織化するには，それぞれの専門業者の参画が欠かせなくなっていった．式典の企画と運営は，テントや空調，椅子を用意して現代的な快適さの要求を満たしたり，ディスク・ジョッキーなどを手配して現代的なエンターテイメントの期待を満たしたりするために，次第にイベント専門業者に任せられてゆくことになった．こうした市場化が葬儀の組織を変化させているが，それでも葬儀は不可侵のプロトコルを遵守しなければならない．というのも，主催者は，葬儀がプロトコルから逸脱していたという首長，行政担当者，地域住民の批判を受けるわけにはいかないからである．しかし，主催者が伝統的なプロトコルに精通していないこともある．それゆえ，専門業者たちがそのプロトコルが遵守されるように葬儀を組織化する．例えば，ケータリング業者は，食事（生贄の牛の屠殺などをふくむ）は原則的にその場で完結しなければならないというプロトコルを遵守できるようにサービスを（つまり業者自身だけでなく関係者も）組織化する．タロイモのソースがけは，通常，「村の母親たち」に任される．ケータリング業者は，この料理をつくるよう，怪訝な顔をする主催者たちを説得し，彼らがその料理を手伝うことになった．反対に，プロトコルでは食材に必要なはずの豚肉を調達できず山羊肉を代用したケータリング業者は，真正なサービスを提供できなかったことから代金値下げの交渉に応じざるをえなかった．また，西部のどの町にも，プロトコルを熟知した有能な人材が一人はいて，さまざまなサービスや私的な儀式からなる葬儀をプロトコルに適合したかたちで統合的におこなうことが必要な場合には，その人材が，そうした家族的および市場的な諸実践を統合するというサービスを担うという．

こうして，単なる伝統的な社会的相互行為の経済化ではなく，伝統的な社会的相互行為やプロトコルとサービスとの相互作用を通じて葬儀のサービス・コンヴァンシオンが構成されてきた．それは，葬儀をめぐる実に多様な権威的・社会的・経済的・家族的相互行為全体を通じて再確認され，育まれる，民族への「忠誠」という価値であり，葬儀の多様かつ多数の関係者が，相互行為の相手に期待することや自分に果たす義務を規定するものとして共に参照するものである．Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）はこれを「忠誠のコンヴァンシオン」とよぶ．異種混交の関係者が忠誠のコンヴァンシオンを共に参照することによって，多数かつ多様なサービスおよび非経済的相互行為が，現代化された祝祭的葬儀を成功させるための欠かせない要素として位置（意味）づけられ，統合されている．（なお，Petersen and Ren 2015 でも，音楽祭に関連する異種混交の社会的相互作用が，調整された多元的価値によって統合されている）．

葬儀の真偽，つまり「真正性」は，文化的・行政的権威や地域住民によって判断されることになるが，これまでみてきたように，葬儀の今日の真正性は，彼らによってのみ構築され，遂行されるものではない．忠誠のコンヴァンシオンを参照しながら協働する多様かつ多数のサービス業者がその遂行に大きな役割を果たしている点で，これは，伝統的な真正性が単純

に再生産されたものではなく，現代的に再構成された真正性である．Clergeau and Dongmo Temgoua（2020）が面白いのは，その真偽の判断が，異種混交の関係者の異種混交の（権威的，行政的，文化的，経済的）相互作用を一つの祝祭的葬儀にまとめ上げるはたらきをもっている（真正性の判断を通じて諸主体が一つのイベントに統合される）ことである．

4　社会的相互行為における価値体制の移動

コンヴァンシオン理論は，諸価値を捉える広い視野を持っているとはいえ，ほとんどの研究では，考慮する諸価値を，家政，産業，市場，名声，霊感のシテからなる「正義の体制」に，おそらく無自覚に制限している．本項では，サービスの事例の調査と分析においてこの正義の体制の外部にある「平和の体制」の一つ「アガペーの体制」に着目した，数少ない独特な研究を紹介したい．

サービス研究ではここ 10 年で「変革的サービス研究」（transformative service research: TSR）という新しい分野が発展している．これは，「諸個人（消費者や従業員），コミュニティ，生態系といった消費主体の幸福 well-being を高める変化や改善を創造することを中心に据える」サービス研究である（Anderson et al. 2013: 1204）．Varman et al.（2022）は，インド南西部のケララ州の緩和ケア・サービスの諸組織を質的調査したという点では TSR の研究の方針と分野によく当てはまる研究であるが，次の点で極めて独創的である．すなわち，コンヴァンシオン理論を TSR の研究に導入するだけでなく，通常は正義の体制のみを収めがちなコンヴァンシオン理論を拡張し，Boltanski（2012）を参照して「アガペーの体制」を事例の分析枠組みの中に取り入れた点である．正義の体制では，サービスの提供者と受益者との対等性，互恵性，交換性を前提としており，サービスの提供者はその互恵の前提にもとづいて自らの利益を計算している．その一方で，「アガペーの体制では，人は愛の感覚から積極的に協力し，同等性 equivalence や相互行為に関する計算を放棄する」（Varman et al. 2022: 89）．アガペーとは，交換の論理を避ける「無償の贈り物であり，正義の中心にある価値や計算から切り離されたもの」であり，したがって，「正義の代替物」である（Varman et al. 2022: 90）．アガペーは，「欲望を含まず，犠牲的で無欲であり，自由を与える」（Varman et al. 2022: 90）．「アガペーの状態にある人は，物事にしがみついたり期待したりしない」（Boltanski 2012: 114）．それゆえ，アガペーの体制では，主体は，相手がしてくれた善きことや相手にされた不正，自分が相手にした善きことや悪かったことを過去からの帳簿に記録して，例えば，相手を許すことで相手の借りを清算したり，自分が相手に与えることで相手に対して未来にも引き継がれる貸しをつくったりしようとするのではなく，「人生は続けなければならない」という精神で（Boltanski 2012: 115），そういった過去の行為を忘れ去り，「現在」のお互いを受け入れる（Varman et al. 2022: 90）．Varman et al.（2022）は，緩和ケアの諸々のコミュニティの調査が進むにつれて，ボランティアや患者が正義の体制では説明できない，こうした価値体制に「移行 passage」（Boltanski 2012）している場合があるこ

とに気づき, アガペーの体制を分析の枠組みに組み込んだという．Varman et al.（2022）は，アガペーの体制に注目しながら, マーケティングの SDL（その制度論的基盤である制度ロジック論）に依拠する TSR の視野の狭さを批判する．SDL は，サービスを分析するときに，計算高くサービスを交換する諸主体が，相互作用を通じて資源統合するという世界観を前提としている．そのため，SDL は，正義の体制に限定された通常のコンヴァンシオン理論と同様に，相手への期待や計算の「停止」（suspension）（Varman et al. 2022: 101）という実践上の出来事を見逃してしまう．

ここから，Varman et al.（2022）にもとづいて，正義からアガペーへの価値体制の移行の描写をみてみたい．ケララ州における緩和ケアの諸々のコミュニティでは，市民的シテが「中核的 core」シテであり，家族の家政的（家族的）シテ，医療の産業的シテ，営利組織の市場的シテ，一部のボランティアの名声のシテといったその他のシテは「補助的 ancillary」シテの地位にある．市民的シテにもとづくケア・サービスでは，介護士，患者，あるいは，その双方が，期せずしてアガペーの体制への通路をつくりだしてしまうことがみられるという．

著者たちは，ある介護士たちの姿勢，そして，ケア・サービスでみられる現象について次のように描写していた．患者には何も期待せず,「患者が退院して自宅にもどるときのニーズを先読みしている．そして，自分たちが対処できる問題であれば，どんなことでも患者を支援し, 争いや苦痛を緩和し, 調和を生み出す．われわれ〔著者たち〕は, 現地調査において, ビリヤニやサモサを食べたいという死期の迫った患者の願いを，ボランティアが自ら調理して叶えてあげたり，患者の最後の日に，疎遠になっていた家族を結びつけたといった話に頻繁に遭遇した」(Varman et al. 2022: 101)．

ある患者は，事故で寝たきりになり，実家の片隅で 26 年間，社会的に放置されていた．在宅ケアのチームが調査に訪れたときにそれを発見し，患者を社会的孤立から救い出した．患者は次のように述べたという（Varman et al. 2022, p. 103)．

> 「家の中に理解者がいないとダメなんです．そうでなければ, 人生は地獄です．私たちは, 隅っこのほうに寝かされて，腐っていきました．羽のない鳥のように，生きているけれども怖いのです．私たちのような脊髄損傷者にとって，このコミュニティ組織は大きな家族のようなものであり，そして，苦痛の緩和，つまり神の祝福なのです．私たちの 10 人に 9 人は精神的な支援を必要としています．それを理解し, ただ話を聞いてくれる人がいれば, それは私たちにとって体を流れる血液のようなものになるのです．今，私は新しい翼を持った鳥のようです．空を飛べるのです.・・・この組織とそれに従事する仲間たちのおかげで，私たちは大きな変化を遂げることができました.・・・家族から得られるものはありますが，ここではそれ以上のものが得られるのです．家に寝かされて日の目を見ることもない患者さんが，ここから得られるものは新しい人生なのです」.

このように，介護士や患者の全人格的なかかわり，つまり「トータル・ケア」というサービス関係そのものから，あるいは，変容後の患者の新しい生（活）から，サービスの提供者や受益者は，正義の体制には収まりきらない，解放，新しい人生への「新生 born again」，「祝福 blessing」，コミュニティという大家族への「祈り prayer」といったアガペーの価値を感受することになった．このような，Boltanski（2012）での分析を除けばコンヴァンシオン理論のこれまでの事例研究ではほとんど扱えていなかった，サービス・プロセスにおける関係者の変容や価値体制の移行から生じている異質な価値を掬い上げたことは，Varman et al.（2022）の偉大な成果である．なお，正義の体制とアガペーの体制は，緩和ケアのコミュニティにおいて併存しており（Varman et al. 2022: 103），おそらく 2 つの体制は一方通行ではなく，関係者が 2 つの体制を往還することがあるだろう．

5　社会的相互行為における諸価値と価格

コンヴァンシオン理論における価値の複数性には価格もふくまれる．価値とは，人びとや社会的・技術的装置の社会的相互行為によって構成される，つまり分散認知にもとづく「間主観的」なものである（Bessy and Favereau 2003）．この「価値の空間」は，「客観的」な現実としての「価格の空間」とどのように関係しているのか（Favereau 2018）．言い換えれば，「使用価値」は，「交換価値」とどのように関係しているのか．コンヴァンシオン理論においてこの論点を理論的に検討したものは上記の Favereau や Bessy の研究のほかにもいくつかあるが（Boltanski and Esquerre 2016; 2017; 立見・山本 2022），それをサービス研究で明示的に扱ったものはさらに少ない（Cocq 2019; 北川 2019; Bessy 2022）．ただし，いくつかのサービス研究の事例（Schnider 2016; Chong and Bourgoin 2020）から，この論点を読み取ることはできる．

コンサルティングの事例（Chong and Bourgoin 2020）では，契約後，サービスが開始されるとき，すでに支払金額は確定しているはずである．コンサルタントは，協働的なサービス・プロセスに顧客がどれほど価値を見出したとしても追加料金を請求できるわけではない．そうであるならば，なぜサービス提供者は，支払金額の確定後に始まるサービス・プロセスについての価値を，要するに「顧客満足」を，受益者に認識させねばならないのか．

この問いに対するよくある答えは，それは顧客からの再依頼の発生，ブランド・ロイヤルティの向上，口コミの発生につながりうるからである（北川 2019; Chong and Bourgoin 2020）というものである．しかし，Boltanski and Esquerre（2016）は，コンヴァンシオン理論の言語とより接続しやすい仮説的な答えを提示した．すなわち，それは，すでに決定されている価格を正当化するためである，言い換えれば，受益者からの批判を封じ込めるためである．たしかに，Chong and Bourgoin（2020）をみると，コンサルタントは，評価枠組みや提案を顧客といくらか協働的につくることによって提案に対する顧客の批判を未然に防いでいる．Schnider（2016）をみると，販売員のみならず，ときにレジ係さえも，会話の

なかである衣料品の価値を来店客にうまく感じさせることによってその価格の正当化に貢献している．

その一方で，Chong and Bourgoin（2020），北川（2019），Schnider（2016）の事例を細かくみてみると，価値と価格の関係が，価値づけが価格の正当化に貢献するという一方通行の関係ではないことが分かる．それは，価格設定をともなう契約交渉における諸価値・価格・関係性の相互的調整である．

Chong and Bourgoin（2020）および北川（2019）の事例では，コンサルタントは，工程を細かく分解し，個別の工程と個々の価格を関連づけ，個々の価格（ひいてはそれらの合計金額）を正当化するだけでなく，顧客との価格設定のコミュニケーションを通じて，顧客とのサービス関係を調整している．例えば，北川（2019）では，そうした工程と価格の関連づけを通じて，工程や業務の削除ないし追加には相応の金額の変動がともなうことを顧客に理解させ，それによって，コンサルタントは，顧客による「値切り」を防ぎ，かつ，契約後のサービス・プロセスにおいて顧客がコンサルタントを「しもべ servant」としてみて際限なく要求してくることを防いでいる．

Schneider（2016: 154）の事例では，服のお直しの内容と価格の交渉において，お直しの担当者が，顧客と共有しうる認識を動員することによって顧客との関係性を再構築し，価格を正当化していた．その認識とは，彼女が専門的な経歴を積み，かつ，独立した仕事場所を与えられているプロのお直し職人であること，そして，この店舗のなかでは採算や報酬の点である程度独立した立場にあるいわば社内企業家であること，である．担当者は，契約交渉のコミュニケーションを通じて，ある程度自律した専門家に個人的に仕事を依頼する顧客というサービス関係をつくることに成功した．この関係は，顧客の値引きを封じ，提示価格を正当化するための基盤になった．

サービスでは，受益者だけでなく提供者もまた，サービスの受益者から，あるいは，サービスという相互行為そのものから，金銭以外の諸価値を受け取っている．それらをまとめてここでは「報酬」とよぶことにする．

まず，分かりやすい例から入りたい．Schnider（2016）では，来店客と良好なサービス関係を構築したうえ商品の真正性を示すことに成功した販売員は，Schnider のインタビューに答えるなかで満足感を漂わせている．Varman et al.（2022）では，介護士が，患者との相互行為からアガペーの価値を感受することがあった．Cocq（2019）では，ゲーム・プレイヤーが新たな仮想世界の創造に貢献する動機，つまり Cocq（2019）のいう「貢献論理 contributive logic」は，いまあるゲーム・コミュニティで通用する地位や特権，威信を獲得することにある．それは，新しく創造されたゲーム世界でのアバターに与えられる特別な「印」にすぎない場合もある．

こうした，サービスという相互行為から生じている，あるいは，あるコミュニティの相互行為のなかで意味をなす，非金銭的で多様な報酬（諸価値）は，サービスの価格と共に，提

供者 provider を次なるサービスの提供に，あるいは，より品質の高いサービスの提供に，駆り立てる動機となる．しかし，サービス・プロセスにおいて生じる非金銭的報酬が提供者をサービスに駆り立てうるということは，現場でサービスを提供する従業員の雇い主や市場的媒介者が利益を不公正に「収容」することにもつながりうる（Bessy 2022）．すなわち，サービスにおける多様な報酬の生成は，サービスにおける覆い隠された統治や政治の問題とつながりうるのである．Cocq（2019）は，ゲーム・コミュニティの VIP たちが実際には無給の「労働」を提供しており，その一方で，企業は，企業のコミュニティ管理者が媒介者となって，コミュニティによって創造・発展されるゲームの世界から生じる金銭的な利益を収用しているという状況の不公正さを指摘した．以上のような数少ない研究で指摘されている，あるいは，含意されている，サービスにおける諸価値と価格をめぐる統治という政治的・倫理的論点は，コンヴァンシオン理論の諸研究全体でみれば，まだ発生中の論点である．

Ⅳ　サービスにおける行為者の社会的構築

1　標準的な経済学，新制度派経済学，進化的な制度経済学の限界

行為者たちの思考・活動枠組みは，取引に先立って確定されるものではないし，取引のプロセスにおいて不変なものでもない．第 2 節でのサービスの定義，および，第 3 節の事例で示したように，コンヴァンシオン理論は，サービスを行為者たち（提供者と受益者）が協働して意味を生成するプロセスであるとみており，そのことは，そのプロセスにおける行為者の「社会的構築」をともなうことを意味する．例えば，Chong and Bourgoin（2020）では，コンサルタントと顧客は評価枠組みをお互いに再構築している．つまり，彼らの思考がサービス・プロセスにおいて協働で再構築されているのである．Varman et al.（2022）では，ケア・サービスにおいて介護士や患者の価値体制の移動が生じ，つまり，行為者たちが社会的相互行為のなかで再構築され，その体験から彼らはアガペーの価値を引き出している．

行為者の社会的構築に着目すると，2 つの論点を扱うことができるようになる．1 つは，行為者の社会的構築をめぐる「統治」にみられる不公正さという政治的・倫理的論点である．もう 1 つは，サービス・プロセスでの受益者の変容を提供者がいかに受益者に認識させ，評価させるのか，という問題である．これを「行為者変容の価値づけ」の論点とよぶ．受益者にとって，変容前の思考・活動枠組みからなる「自己」も変容後のそれからなる「自己」も，たとえそれらの思考・活動枠組みが断絶していたとしても，意識のうえではどちらも同じ自己である．それゆえ，行為者がサービスを「評価する evaluate」以前に，そもそもサービスの価値となる事象，つまり変容をどのように「認識する recognize」のか，させるのか，という問題が生じる．

行為者の社会的再構築をめぐる統治，および，行為者変容の価値づけという 2 つの論点は，既存の経済理論が扱うことの難しいものである．標準的な経済理論，つまり新古典派経済学

では，価値についての思考枠組み，つまり効用関数は，外生的に与えられている（Chavance 2012: 13, 邦訳 14-15 ページ）．このことは，この経済学が，以下の２つの前提をもっていることを意味する．１つは，サービスを受ける以前に，つまりサービスに先立って，行為者が価値を認識し，かつ，評価する思考枠組みを備えていることである．この前提は，価値を認識させる装置がサービス・プロセスそのものの中でつくられるという事象を経済学の考察の対象外にしている．もう１つの前提は，サービス・プロセスの中で行為者は変容しない，すなわち思考•活動枠組みが変容しない，という前提である．この前提は，行為者がサービス•プロセスそのものの中で再構築されるという事象を経済学の考察の対象外にしている．

同様に O.E. Williamson らの新制度派経済学も，これらの前提をもっている（Williamson 1985; Chavance 2012）．そのため，上述の問いは，やはり新制度派経済学の考察の対象外になる．一見，D.C. North は，選好の変化を制度変化に起因する「インセンティブ構造」の変化としてモデルに内生化しているようにみえる（North 2005）．しかし，結局のところ彼のモデルも，サービスに先立って行為者の選好が制度によって規定されているとみなしている．

これらの問題を考察の対象外にしているとまでは言わないが，現在のところ，進化論的な制度経済学（Veblen 1899; 1914; Hodgson 2004）も，これらの問題をうまく分析できる観点と道具を私たちに提供してくれない．進化論的な制度経済学は，価値についての思考枠組みが制度の進化に応じて変容することを想定する．制度の進化は，財・サービスを含む事物の制度的な価値（より正確にいえば「意味 meaning」）を変容させる．この新たな制度的な価値のもとで諸主体の相互の期待と相互行為が再調整される．というのも，諸主体は，進化する諸制度によって再構成され続けているからである．このように，進化論的な制度経済学は，価値についての思考枠組みの変容を内生的に扱っている．この点では，主体変容を扱うのは不可能ではない．しかし，進化論的な制度経済学では，制度進化に起因する諸主体の変容に，および，諸主体の無数の実践の帰結がひるがえって制度に及ぼす影響に，強い関心が当てられているがゆえに，分析上，「実践 practice」（あるいは「活動 activity」，「行動 action」，「相互行為 interaction」）の次元が閉じられている．それゆえ，進化論的経済学に実践の次元を論じる余地を，本稿の関心でいえばサービス・プロセスにおける行為者の社会的再構築を論じる余地を見出すのは，現在のところ難しい．

2　受益者の再構築をともなう統治

サービスの受益者がどのような「人 human」であるか，それは所与ではなく，その人を取り巻く社会的•技術的装置（例えば言説や政策など）によって生成•安定化されるコンヴァンシオンによって社会的に構築される．かりにその人が，市場からあるサービスを選択し，その選択の責任（そのサービスの質や帰結）を引き受ける人，つまり経済学でいう「合理的経済人」に極めて近しいとしても，それは，言説や政策の影響力によって，かつ，その言説

や政策にもとづいた社会的・技術的装置を使用するサービスを受けるなかで，その人がそのように社会的に再構成された結果なのである．私たちは，すでに構成された人や社会的・技術的装置を当然のものとみなしてしまいがちであるが，コンヴァンシオン理論は，それが構成されるに至ったプロセスを描写し，そして，再構成された人や装置が特定の価値にもとづいている特殊なものであることを明らかにし（つまりその状況を相対化し），その結果，装置に覆い隠されている不公正を浮き上がらせる．O'Keeffe and David（2022）は，こうしたコンヴァンシオン理論を用いてオーストラリアにおける高齢者および障がい者福祉の市場化を論じた典型的で分かりやすい研究である．

オーストラリアでは，2010 年代に，当時の障がい者や高齢者の公的福祉の制度が財政や州間連携，利用者への情報提供などの点で「崩壊」しており，「不公平」であることが問題視された．福祉制度改革では，政府が，民間のケア・サービス提供者たちの情報を集約的に提供し，受益者（障がい者や高齢者）がその情報にもとづいてサービスを選択できるようにすること，つまり，福祉サービスの「消費者」のための「市場」を構築することが目指された．この改革は，選択の権利をもち，選択の結果の責任を引き受ける消費者として人生を送るのは喜ばしいことである，という言説に支えられていた．この言説の影響力から，および，この言説にもつづく「市場」においてサービスを選択・利用するなかで「市民」は「消費者」へと社会的に再構築されていった．

この制度改革では，提供された情報にもとづく選択の効用を「政策的真理」としているにも関わらず，受益者に対して提供者のサービスの質にかんする情報を利用しやすい形式で統合的に提供することはまだ十分にできていない（O'Keeffe and David 2022: 89-90）．そのため，自主的に情報を収集・分析する能力に長けた人，受益者の選択を支援するコーディネーターを活用しやすい経済的・地理的状況にある人，居住地の周りに供給者が多い人などは改革後の制度から，そういった社会的・技術的能力 capability のない人びとよりも大きな恩恵を受けるようになり，制度からの受益の格差が大きくなっているという．しかし，実際には選択を強いられているのであるが，「選択，自立，自律の言説」によってこの不公平は表面化しにくくなっている（O'Keeffe and David 2022: 90）．

3　受益者変容の価値づけ

今日，サービスにおける行為者の変化をより主題的に取り上げ，論じることの重要性や必要性が増しているように思える．というのも，近年，経済的実践における行為者の「変容 transformation」そのものを目的の一つとするサービスが目に付くようになってきたからである．その例として，組織開発のコンサルティング，人材開発のコーチング，ワークショップのファシリテーション，ビジネス・エスノグラフィーが挙げられる（苅宿ほか編 2012; Bushe and Marshak eds. 2015; 中原・中村 2018）．デザイン・ファームのような新興のコンサルティング・ファームのなかには，顧客とのプロジェクトにおける調査・分析・評価を通

じて顧客自身の主観的な気づきや変容を，そして，コンサルタントと顧客双方による共同的な気づきや変容をサービスの価値の一つとして大切にするところもある．なお，ここでいうサービスの提供者や受益者（以下，まとめて行為者とよぶ）の「変容」とは，行為者が，これまで，調査，分析，評価の対象を認識し，評価するうえで前提となっている知識や意味づけを自覚し，変更すること（Wall and Englert 2016），さらに大きくいえば，「現実 reality」についての従前の認識の仕方を自覚し，崩し，再構成することである．

このようなサービスが需要されるようになったマクロの経済社会的な背景の一つとして，Boltanski et Chiapello（2011）のいう「プロジェクトのシテ cité par projets」の隆盛が考えられる．このシテのもとで上位に等級づけられる者，つまり「偉大者」は，新たなプロジェクトを構築できる者，あるいは，そのプロジェクトに招待される者，すなわち，プロジェクトが継起する世界において「雇用される力量 employabilité」をもつ者である．それは，状況の転換に対応できる「適応性」と「多能性」を備えた者である（Boltanski et Chiapello 2011: 182-183, 邦訳 上 173-174 ページ）．人は，変化する状況に適応し続け，かつ，状況にふさわしい能力を発揮し続けるために，すなわちプロジェクトのシテにおいて雇用される力量を開発し続けるために，「自分自身が自分自身の進化の当事者」であらねばならない（Boltanski et Chiapello 2011: 182, 邦訳 上 172 ページ）．自らが進化するために，人は，それを支援する者ないしサービスを需要する．支援する者とは，「統括者，進行役，ひらめきを与える者，エネルギーのまとめ役，生の推進者，意味，自律性の推進者」であり（Boltanski et Chiapello 2011: 187, 邦訳 上 178 ページ），やはりこのシテのもとでは偉大者として扱われ，その支援者のサービスもまた偉大なものとみなされる．

プロジェクトのシテのもとで需要されるこうしたサービスは，受益者の変容をそれ自体の価値に含んでいる．しかし，価値として認識されるべき変容は，受益者自身によって認識されないことがある．サービスの提供者は，受益者に変容を認識させ，サービスの価値として正当化するために，どのような工夫をし，装置を導入しているのか．こうした行為者変容の価値づけという今日的な論点は，行為者の社会的構築をふくむ社会的相互行為というコンヴァンシオン理論のサービスへの観点がそのまま活かせる論点であるが，コンヴァンシオン理論が意識的に注目してこなかったものであり，コンヴァンシオン理論のサービス研究の今後の課題である．北川（2019）は，それを主題にした唯一の研究であるため，ここで紹介したい．

北川（2019）は，コンサルタント（中小零細規模のコンサルティング会社）と顧客（製造業企業）との協働的な商品企画の事例を扱った．協働的な商品企画が主体変容を目標とするサービスの一種である理由は，この協働が，企画される商品の想定されるユーザー，その人をとりまく状況，商品そのものにかんしてプロジェクト・チーム（提供者と受益者からなる）が元々もっていた前提，問い，仮説，つまり集団的ないし個人的な思考枠組みを破壊し，再構築することを目標にしているからである．チームが想定されるユーザーについての思考

枠組みを変容させることが，ユーザーの実態に接近したことを意味する．

プロジェクト・チームは，エスノグラフィーやデプス・インタビューといったユーザー調査，それによって得られた情報の解釈を通じて自分たちの思考枠組み（初期仮説）を更新する．調査・解釈プロセスの途上で出てくる顧客企業の担当者たちの驚きの言葉は，コンサルタントが顧客のもともともっていた思考枠組みをその発言からさかのぼって類推すること，および，その思考枠組みをどのように変えるかを議論することの糸口になる．つまり，驚きが反省の糸口になるのである．コンサルタント，顧客，想定されるユーザーの３者のコミュニケーションからもたらされる発見を通じて，チームは，初期に自分たちがもっていた「大味な」ユーザー像から，より実態に近いユーザー像へと「解像度」を高めていくことができる．解像度を高めていくと，ユーザーの生活実態に「いびつさ」や「ゆがみ」が見えてくる．このとき，そのゆがみを整えるためにはどのような商品がふさわしいかという具体的な問いが生じ，しかも，多くの場合，新仮説（新企画）もそれと同時におぼろげながら浮かんでくる．

コンサルタントは，こうしたサービス・プロセスを通じた受益者の思考枠組みの変容を受益者自身に認識させるために，次の２つの工夫をしていた．

第１に，打ち合わせ・調査・分析が進むごとに，その時点の思考枠組みを言語化し，その都度顧客と共有するという方法である．具体的には，コンサルタントは，顧客企業とのあいだでやりとりされるパワーポイントのテクストを，思考枠組みの変遷を認識させる装置として用いていた．

第２に，提案書で「物語」を提示するという方法である．プロジェクト開始時の思考枠組みと終了時のそれとの差分は，コンサルタントが提案書の中で表現する「物語」によって顧客企業に「価値」として認識される．その物語の筋は以下の通りである．読み手がもっている（であろう）思考枠組みは調査を通じて収集された（主に質的）情報によって変容を迫られる．思考枠組みを変えて初めて，ユーザーをめぐる諸前提と課題をより的確に把握することができ，ひいては，その課題含みのユーザー実態をより良い状態に整えることのできる仮説（商品企画）を思いつくことができる．つまり，変容には価値があった．

このように，コンサルタントは，サービス・プロセスのなかで，行為者変容を認識させる装置（中途経過のパワーポイントや最終提案の物語）をつくり，変容前後の差分を顧客に認識させていた．

なお，北川（2019）は，行為者変容の価値づけという論点を初めて主題にした点で先駆的であるが，この論点を前項で論じた主体変容をめぐる統治の論点とを結びつけていない点で調査や考察が不十分である．というのも，行為者変容をいかなる物語として共有し，価値として認識させるか，という媒介者や教育者の試みには，サービス・プロセスにおいて受益者の認識をコントロールし，さらには，サービス終了後の彼らの思考・行為を方向づけるという統治や政治がからんでくるはずだからである．

V　おわりに

本稿は，コンヴァンシオン理論を用いてサービスを分析した研究を概観した．それによって以下の 4 つの有用性が確認できた．第 1 に，コンヴァンシオン理論が，経営学，組織論，マーケティングといった他分野の観点からのサービス研究では扱うことの難しい諸価値の調整を捉えられていることである．他分野での観点では，サービスという社会的相互行為を成立させる（諸）価値が，サービスに先立って安定的にあることが前提となっている．その結果，他分野の観点での多くのサービス研究では，サービスにおける価値の複数性に由来する論点が見逃されてしまいがちになっている．マーケティングのアプローチ（SDL）や組織論で援用されることのある制度ロジック論は，価値の複数性に注目するが，意味の交渉の地点を出発点とするのではなく，研究者がマクロ・レベルでの「純粋な」制度ロジックを設定するところから出発するため，複数の制度ロジックの葛藤や対立を過度に際立たせてしまう（Funatsu and Sugiyama 2017）．その一方で，コンヴァンシオン理論は，この理論が，何らかのルーティンや社会的・技術的装置がすでにはたらいており，なおかつ，提供者と受益者が意味を交渉するという特定の「状況」にうめこまれた「社会的相互行為」に焦点を当てているため，サービスにおけるプラグマティックな諸価値の調整を捉えることができる．具体的に，コンヴァンシオン理論のサービス研究から確認された調整の余地や仕組みは次の 2 点である．1 つめに，純粋な諸価値は相容れないという制度ロジックの暗黙の前提とは異なり，実際には，サービスの参照点となりうる諸価値は特定の状況での相互行為を通じて社会的に構成されるものであり，Lindberg et al.（2019）の事例が示したように，そのように構成される諸価値はしばしば対話可能である．2 つめに，ある集団や人が反省性を発揮するとは限らないし，したがって，彼らの行為が価値について首尾一貫しているとは限らないため，諸価値が状況に併存しうる．反省性は装置やルーティンによって不活性になっていることがあるし，人や組織がある装置のもとでのルーティンを通じて他者ととりあえず一緒に過ごそう，協働しようとするとき，反省性や首尾一貫性には強い関心が向かないだろう．なお，Boltanski（2012）が「平和の体制」の一つ「ルーティンの体制」では同等性の原理にもとづく反省的認識が抑えられていることを指摘したように，装置やルーティンは，諸価値の調整を可能にしているが，Bessy（2022）や O'Keeffe and David（2022）が強調するように，サービスにおける統治，政治，不公正さの問題を隠蔽しうるものでもある．

第 2 に，権力，装置，ルーティンを社会的相互行為としてのサービスに位置づけることによって，それらから脱したり，利用したり，揺らがせたりする余地がみえる．社会的相互行為において意味，装置，ルーティンは，反省や批判を契機につねに再解釈や再交渉されうるため，サービスが，たとえ装置とルーティンによって安定化されていたとしても，完全にサービスのプロセスと帰結を事前に規定することはできない．そのことは，例えば，宿泊業者がプラットフォームの仕組みを創造的に活用したり，反対に，プラットフォームから離脱した

りするという事例（Balsiger and Jammet 2022），ゲーム企業の管理者がゲーム・コミュニティで創造される価値を収用することに失敗した事例（Cocq 2019）から分かる．

第 3 に，社会的相互行為における当事者たちの社会的構築に注目することにより，コンヴァンシオン理論からのサービス研究は，社会的相互作用において行為者の社会的構築（行為者変容）と価値創造が（場合によっては装置の助けを借りて）同時的に生じていることを明らかにできた．主体変容の価値づけという今日的論点については未だにほとんど研究蓄積が無いにせよ，コンヴァンシオン理論が，その論点を扱う力をもっていることは，コンヴァンシオン理論の今日的な意義を示している．

第 4 に，価値の複数性について広い視野をもっているというコンヴァンシオン理論の特徴を活かし，アガペーの価値など，正義の体制の外の価値で創造されている非計算的な価値を捉えることができた点である．それは，Varman et al.（2022）が描いたように，提供者や行為者の生を支える価値であり，ケア・サービスにおいて見逃すわけにはいかない価値であり，コンヴァンシオン理論が SDL や制度ロジック論よりも価値の視野が広い社会学だからこそ掬い上げることができたものである．反対にいえば，サービスというフィールドが，人びとの生や共同体の保全や充足にかかわる金銭的／非金銭的，家族的，公的サービスが混淆する，重複領域ないし境界領域であることが多いからこそ，それを扱おうとする EC の視野が最大限まで押し広げられるということである．このように，視野の拡張を求めてくるという点で，サービスというフィールドないし研究対象は，コンヴァンシオン理論の観点にとって要求の多い，可能性を引き出す対象である．

（関西大学経済学部）

付　　記

本稿は，JSPS 科研費（基盤研究（C）20K01490，若手研究 JP21K13268）の助成を受けたものである．

注

1）先に受益者は第一義的には評価の主体であると書いたが，受益者には価値づけの行為主体性の余地が常に残されていることを強調するためにそう書いたのであり，もちろん，受益者は提供者の社会的・技術的装置に組み込まれて価値を判断しているため，Bessy and Favereau（2003）のいうようにやはり価値は「間主観的に」構築されるとみるのが妥当だろう．

2）本稿は，「サービス」の意味づけの揺れを発見し，整理するとき，Gadrey（2000）およびマーケティングのサービス・ドミナント・ロジック（SDL）の基本書（Lusch and Vargo 2014）から着想を得ている．

文　　献

井上崇通編著，2021，『サービス・ドミナント・ロジックの核心』同文舘．
北川亘太，2019，「主体の変容を価値づける装置」『季刊経済研究』39（1・2）：33-53.

デュロネ，J-C，2000，「日本語版への序文」J.-C. デュロネ＆ J. ギャドレ『サービス経済学説史』渡辺雅男訳，桜井書店，3-7.

立見淳哉・山本泰三，2022，「価値と価値づけの理論的検討　コンヴァンシオン経済学における展開」『季刊経済研究』40（1-4）：48-66.

中原淳・中村和彦，2018，『組織開発の探究――理論に学び，実践に活かす』ダイヤモンド社.

舟津昌平，2023，『制度複雑性のマネジメント　論理の錯綜と組織の対応』白桃書房.

森崎美穂子，2020，『和菓子 伝統と創造 何に価値の真正性を見出すのか』補訂版，水曜社.

Anderson, L., A. L. Ostrom, C. Corus, R.P. Fisk, A.S. Gallan, M. Giraldo, M. Mende, M. Mulder, S.W. Rayburn, M.S. Rosenbaum, K. Shirahada, and J.D. Williams, 2013, “Transformative Service Research: An Agenda for the Future,” *Journal of Business Research* 66(8): 1203–1210.

Balsiger, P. and T. Jammet, 2022, “What is Digital Valuation Made of? The Integration of Valuation Poles on a Reservation Platform and Its Effects on the Hotel Industry in Switzerland,” *Valuation Studies* 9(1): 47-77.

Bessy, C., 2022, *L’expropriation par le droit. Propriété intellectuelle, valeur et travail*, Paris: EHESS.

Bessy, C. and P.-M. Chauvin, 2013, “The Power of Market Intermediaries: From Information to Valuation Processes,” *Valuation Studies*, 1(1): 83-117.（立見淳哉・須田文明訳「市場的媒介者の権力」『季刊経済研究』38（1・2）：19-50，2018）.

Bessy, C. and O. Favereau, 2003, “Institutions et économie des conventions,” *Cahiers d’économie politique*, 44: 119-164.（山本泰三・須田文明訳「制度とコンヴァンシオン経済学（上・下）」『四天王寺大学紀要』53：451-479，2011，54：567-585，2012）.

Boltanski, L., 2012, *Love and Justice as Competences*, Cambridge: Polity.（『道徳判断のしかた　告発／正義／愛／苦しみと資本主義の精神』文化科学高等研究院出版局，2021．三浦直希訳『偉大さのエコノミーと愛』文化科学高等研究院出版局，2011 を再構成したもの）.

Boltanski, L. and È. Chiapello, 2011, *Le nouvel esprit du capitalism: Postface inédite*, Nouv. éd., Paris: Gallimard.（三浦直希ほか訳『資本主義の新たな精神』上・下，ナカニシヤ出版，2013）.

Boltanski, L. and A. Esquerre, 2016, “L’ énigmatique réalité des prix,” *Sociologie*, 7(1): 41-58.（須田文明・片岡浩二訳「価格についての謎めいた現実」『横浜国立大学教育人間科学部紀要 Ⅲ 社会科学』19：1-25，2017）.

Boltanski, L. and A. Esquerre, 2017, *Enrichissement: une critique de la merchandise*, Paris: Gallimard.

Boltanski, L. and L. Thévenot, 1991, *De la justification, les économies de la grandeur*, Paris: Gallimard.（三浦直希訳『正当化の理論　偉大さのエコノミー』新曜社，2007）.

Bushe, G. R. and R. J. Marshak eds., 2015, *Dialogic Organization Development: The Theory and Practice of Transformational Change*, Oakland: Berrett-Koehler.（中村和彦訳『対話型組織開発――その理論的系譜と実践』英治出版，2018）.

Callon, M., C. Méadel, and V. Rabeharisoa, 2002, “The Economy of Qualities,” *Economy and Society* 31(2): 194–217.

Chatzopoulou, E., M. Gorton, and S. Kuznesof, 2019, “Understanding Authentication Processes and the Role of Conventions: A Consideration of Greek Ethnic Restaurants,” *Annals of Tourism Research* 77: 128-140.

Chavance, B., 2012, *L’économie institutionnelle*, 2e éd., Paris: La Découverte.（宇仁宏幸・中原隆幸・斉藤日出治訳『入門制度経済学』ナカニシヤ出版，2007）.

Cocq, M., 2019, “Capital Communautaire et Travail des Joueurs dans l’Industrie du Jeu Vidéo” [Communitarian capital: Organizing players’ labor in the video game industry], PhD thesis. Thèse de doctorat de l’Université Paris-Saclay préparée à L’Ecole Normale Supérieure de Cachan. École doctorale No. 578 Sciences

de l'Homme et de la Société (SHS), (Retrieved March 1, 2024, https://conventions.hypotheses.org/files/2019/11/Cocq-thesis-2019.pdf).

Chong, P. and A. Bourgoin, 2020, "Communicating Credibility by Expert Service Workers: The Credibility Tactics of Fiction Critics and Management Consultants," *Valuation Studies* 7(1): 65-100.

Clergeau, C. and B. Dongmo Temgoua, 2020, "Une analyse conventionnaliste du tourisme de mémoire", *Téoros* 39(2). (Retrieved March 1, 2024, http://journals.openedition.org/teoros/4588).

Delaunay, J.-C. and J. Gadrey, 1987, *Les enjeux de la société de service*, Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

Delaunay, J.-C. and J. Gadrey, 1992, *Services in economic thought : three centuries of debate*, foreword by Thomas M. Stanback, Jr.; translation by Aart Heesterman Boston : Kluwer Academic Publishers.（渡辺雅男訳『サービス経済学説史』桜井書店，2000）.

Detchessahar, M., 2003, "Pour un relâchement de l'axiomatique conventionnaliste en sciences de gestion. Réflexions à partir d'une étude de cas," in M. Amblard (dir.), *Conventions et management*, Bruxelles: De Boeck Supérieur, 203-230.

Favereau, O., 2018, "Valeur (s), exploitation et économie des conventions," *Cahiers d'Économie Politique* 75: 119-145.

Funatsu, S. and Y. Sugiyama, 2017, "Inherent Logic Multiplicity and Deposition of Institutional Logic: Qualitative Study on Open Innovation," *Kyoto University Graduate School of Economics Discussion Paper Series*, E-17-011, 1-23.

Gadrey, J., 1994, "Les relations de service et l'analyse du travail des agents," *Sociologie du travail* 36(3): 381-389.

Gadrey, J., 2000, "The Characterization of Goods and Services: An Alternative Approach of Goods and Services: An Alternative Approach," *Review of Income and Wealth* 46(3): 369-387.

Hennion A., 2015, "Qu'est-ce qu'un bon vin ?" Ou comment intéresser la sociologie à la valeur des choses…," i3 Working Papers Series, 15-CSI-01.（須田文明・立見淳哉訳「良いワインとは何であろうか？　あるいは，社会学をいかにしてモノの価値へと関心を向けさせるか」『創造都市研究』11（1）：7-22，2015）.

Hill, P., 1997, "On Goods and Services," *The Review of Income and Wealth* 23(4): 315-338.

Hodgson, G. M., 2004, *The Evolution of Institutional Economics: Agency, Structure and Darwinism in American Institutionalism*, London: Routledge.

Holmqvist, D., 2022, *Adult Education at Auction: On Tendering-Based Procurement and Valuation in Swedish Municipal Adult Education*, Linköping: Linköping University Electronic Press.

Lindberg, F., J. Fitchett and D. Martin, 2019, "Investigating Sustainable Tourism Heterogeneity: Competing Orders of Worth among Stakeholders of a Nordic Destination," *Journal of Sustainable Tourism* 27(8): 1277-1294.

Lusch, R. F. and Vargo, S. L., 2014, *Service-dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*, Cambridge: Cambridge University Press.（庄司真人・田口尚史訳『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文舘出版，2016）.

Mellet, K., T. Beauvisage, J.-S. Beuscart, and M. Trespeuch, 2014 "'Democratization' of Markets? Online Consumer Reviews in the Restaurant Industry," *Valuation Studies* 2(1): 5-41.

North, D. C., 2005, *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton: Princeton University Press.（水野孝之ほか訳『ダグラス・ノース制度原論』東洋経済新報社，2016）.

O'Keeffe, P. and C. David, 2022, "Discursive Constructions of Consumer Choice, Performance Measurement

and the Marketisation of Disability Services and Aged Care in Australia," *Australian Journal of Social Issues* 57(4): 938-955.

Petersen, M. K. and C. Ren, 2015, "'Much More than a Song Contest': Exploring Eurovision 2014 as Potlatch," *Valuation Studies* 3(2): 97-118.

Sauermann, H., and P. Stephan, 2013, "Conflicting Logics? A Multidimensional View of Industrial and Academic Science," *Organization Science* 24(3): 889-909.

Schneider, A., 2016, *Handling the Clash between Production & Consumption: A Situated View on Front-line Service Workers' Competencies in Interactive Service*, München: Rainer Hampp Verlag.

Schneider, A., D. Subramanian, J.-B. Suquet, P. Ughetto, 2022, "Situating Service Work in Action: A Review and a Pragmatist Agenda for Analysing Interactive Service Work," *International Journal of Management Reviews* 24(1): 25-50.

Thornton, P. H. and W. Ocasio, 1999, "Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958–1990," *American Journal of Sociology* 105(3): 801-843.

Thornton, P. H., W. Ocasio, and M. Lounsbury, 2012, *The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure and Process*, Oxford: Oxford University Press.

Vargo, S. L. and R. F. Lusch, 2016, "Institutions and Axioms: An Extension and Update of Service-dominant Logic," *Journal of the Academy of Marketing Science* 44: 5-23.

Veblen, T. B., 1899, *The Theory of the Leisure Class: an Economic Study in the Evolution of Institutions*, New York: Macmillan.（高哲男訳『有閑階級の理論』増補新訂版，講談社，2015）.

Veblen, T. B., 1914, *The Instinct of Workmanship and the State of the Industrial Arts*, New York: Macmillan.（松尾博訳『ヴェブレン経済的文明論――職人技本能と産業技術の発展』ミネルヴァ書房，1997）.

Varman, R., D. Vijay, and Per Skålén, 2022, "The Conflicting Conventions of Care: Transformative Service as Justice and Agape," *Journal of Service Research* 25(1): 86-107.

Wall, P. and J. Englert, 2016, "Business Ethnography: Inducing Liminality in Pursuit of Innovation," *Journal of Business Anthropology* Special Issue 2: 58-76.

Williamson, O. E., 1985, *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: Free Press.