

## 接客サービス労働の労働過程

—鈴木和雄氏の諸論稿の検討—

飯 盛 信 男

本誌四二巻六号の拙論「複雑労働還元問題とサービス労働」では、熟練形成に投入された教育などのサービス労働は労働力に対象化されて価値を形成し、その熟練の価値は生産活動に応じて生産物に移転されるという説を唱えた森田成也氏の著作に検討を加えた。そして、本誌四三巻二号の拙論「サービス労働と労働力商品の擬制性」では、森田説の前提を提供した斎藤重雄氏らの「サービス労働・労働力価値形成説」を批判した。斎藤説によれば、サービス労働は人間に対象化されて労働力を生産するのであり、人間はサービス労働の労働対象でありその結果が労働力という生産物である。小論では、サービス論争の新たな流れとして、労務管理・経営労務の分野でサービス労働の独自性を検討している鈴木和雄氏の一連の論稿を検討する。鈴木氏の強調点は、接客労働の三極関係論すなわち接客労働過程では管理者対労働者に顧客が加わった三極関係が展開される、ということである。小論では、接客労働の三極関係論もまた森田説、斎藤説と同じくサービス労働の人間への対象化という誤った理解を前提としていることを明らかにしたうえで、鈴木説の問題点をも指摘する。さらにまた、鈴木氏が経営労務・労務管理の視点から指摘した接客労働の特性の多くは、すでに米国のサービス・マーケティング論分野で説かれていたことをみる。

もくじ

第一節 サービス部門の労働過程特性

(1) 鈴木氏のサービス労働関連の論稿

(2) 鈴木説の三つの構成部分

(3) 鈴木氏の問題意識

第二節 鈴木氏による接客サービス労働論の展開

(1) 三極関係論

(2) 感情労働論

(3) 労働移転論

第三節 鈴木説の問題点

(1) 人間を労働対象・原料とみなす説の誤り

(2) 労働力商品擬制説との不整合

(3) 対人サービス分野は零細自営業が多い

(4) 社会的再生産と階級関係の視点

第四節 サービス・マーケティング論のなかでの議論

(1) サービス・マーケティング・トライアングル

(2) その他サービス・マーケティング論の分析アプローチ

〔追記〕

## 第一節 サービス部門の労働過程特性

### (1) 鈴木氏のサービス労働関連の論稿

鈴木和雄氏のサービス労働論は、物財生産労働とは異なるサービス労働の統制・管理を対象とするが、人間を対象とした人的サービスに限定した労働過程研究となっている。鈴木氏がこれまでに発表されたサービス労働論関係の論文は左記のとおりである。

- ① 感情労働と労務管理、『弘前大学経済研究』二二二号（一九九八年）
- ② 労働過程とジェンダー、感情労働からのアプローチ、『弘前大学人文社会論叢 社会科学編』一号（一九九九年）
- ③ サービス労働の統制（上）、『弘前大学経済研究』二二二号（一九九九年）
- ④ サービス労働の統制（下）、同前、二三号（二〇〇〇年）
- ⑤ 接客労働の統制構造―初期パートにおける労働統制の諸問題（上）、同前、二五号（二〇〇二年）
- ⑥ 接客労働の統制構造（下）、同前、二六号（二〇〇三年）
- ⑦ 接客労働の統制と感情労働論、労働科学研究所『労働の科学』五七卷八号（二〇〇二年）
- ⑧ 労働移転―スーパーマーケットにおける経験、『弘前大学経済研究』二七号（二〇〇四年）
- ⑨ 感情管理とサービス労働の統制、『大原社会問題研究所雑誌』五六六号（二〇〇六年）
- ⑩ 労働移転論が提起するもの、『アソシエ21』一一五号（二〇〇八年）
- ⑪ 接客労働の統制方法、経済理論学会『経済理論』四五卷四号（二〇〇九年）
- ⑫ 接客サービス労働過程論の展望、『唯物論研究』一〇九号（二〇〇九年）
- ⑬ 接客労働の三極関係、『経済理論』四七卷三号（二〇一〇年）

これら13の論稿のうち、③、④、⑤、⑥、⑪、⑫、⑬は、「接客労働の三極関係論」、①、②、⑦、⑨は「感情労働論」、⑧、⑩は「労働移転論」を論じたものである。これら論稿のうち最新の⑫は、この三つの構成部分を概括的にとりまとめたものであり、説得力ある論文となっている。まず、これをみてみよう。

## (2) 鈴木説の三つの構成部分

鈴木氏の論文⑫では、鈴木説の三つの構成部分が次のように簡潔にまとめられている。

### 〈接客労働の三極関係〉について

接客労働 (Interactive Service Work) が製造業などの生産労働と区別される最大の特徴は、労働過程の労働対象が顧客あるいは消費者となる点にある。接客労働者が顧客に対して働きかけるサービスは、労働者と顧客の相互行為 (interaction) の形をとる。そこで労働過程への参加者の関係は、製造業のばあいのように管理者 (雇主)、労働者の二極関係ではなく、顧客が付け加わった管理者、労働者、顧客の三極関係となる (R・ライドナー)。そこで接客労働過程では、管理者、労働者、顧客のそれぞれが、互いに他の二者に対抗して自分の利害を追求するので、複雑な関係が展開される (論文⑫、七四―七五ページ)。

### 〈感情労働論〉について

接客労働に従事する労働者の主体性の分析、接客労働者の統制過程の分析では、アメリカの社会学者A・R・ホックシールドが創造した「感情労働」(emotional labor) の概念が不可欠である。接客労働者は顧客に対し会社の利益につながる良い印象を与えるために感情操作技術を強要されており、工場労働者が肉体を会社のために疎外するのと同じく、接客労働者 (感情労働者) は感情を会社のために疎外する (⑫七六―七七ページ)。

〈労働移転論〉について

賃金労働者が有償労働として行っていた労働が、顧客の側に移転されて、顧客が行う無償労働に転換される過程（セルフ・サービス化）を、N・Y・グレイザーは「労働移転」(work transfer)と呼んだ。労働移転によって低賃金女性労働者の労働が家庭内主婦労働に移転されれば両者の対立が生ずるのであり、その分析にはジェンダー的視点が不可欠となる。労働移転論は、有償労働と無償労働との分割の固定化に対する有力な反論となり、労働概念の再検討を迫るものとなる（⑫七九一八〇ページ）。

### (3) 鈴木氏の問題意識

鈴木和雄氏の専門分野は労働過程論・労働者統制システムであり、氏の研究成果は『労働過程論の展開』（学文社、二〇〇一年）としてまとめられている。本書は、H・ブレイヴァマン『労働と独占資本』（原著、一九七四年）の刊後以後、この著作に対する諸批判を中心に欧米で高まりをみせた労働過程論の展開を、労働者統制システム（労働管理システム）をめぐる議論に焦点をあてて検討したものである（同、五ページ）。本書の巻末では現代の労働者統制システムについて以下のように結論づけられている。

一、現代の大企業職場において一般的な労働者統制形態である官僚制的統制システムは、強制にもとづく統制関係ではなくインセンティブにもとづいて労働者の同意をひきだす統制関係であり、これが協調的労資関係の定着を可能とした（同、一九二ページ、二九四ページ）。二、現代の統制関係は、生産技術の面からの統制ではなく、職場の社会的生産組織による統制に力点を置くものとなっている。ブレイヴァマンを含むマルクス派のこれまでの労働過程研究は、生産技術によって労働の在り方が決定される側面をあまりに強調しすぎてきた。そのために職場組織の構造による統制が軽視されてきた側面がある（同、二九五ページ）。三、現代の統制は、作業方法や作業サイクルの終

了時間といった直接的な肉体的動作やスピードにかかわる側面をこえて、ますます労働者の精神面や心理面、またイデオロギー的側面におよぶ洗練されたものとなっている。生産技術を中心に統制をみていこうとする方法では、精神的・心理的・イデオロギー的統制を統制方法の発展のなかに位置づけることができない(同、二九五ページ、二九六ページ)。

これが『労働過程論の展開』の結論であり以上の結論をふまえて、サービスセクターにおける統制構造の独自性の検討が不可欠であることが強調される。すなわち、「労働過程論を生産技術の側面からのみ考察する方法や、労働者を経済的理由によってのみ動機づけることができると仮定する方法は、統制方法の展開史の観点からはむしろ、テラー的段階にしか達していない理解であるといわざるをえない。さらに、テクノロジーの導入やテクノロジーの革新が困難なセクター、たとえばサービスセクターにおける統制では、精神的、心理的、イデオロギー的側面からの統制が重要になってきているという事実がある。産業構造からみてサービスセクターがますます比重を高めてきているこんにち、このセクターにおける統制関係に注意をはらわない労働過程研究はあきらかに限界をもつものである」(同、二九六ページ)。

## 第二節 鈴木氏による接客サービス労働論の展開

第一節で掲げた鈴木氏の最近の諸論稿では、一九九〇年代以降米国の社会学分野で展開されたサービス労働の特性をめぐる議論が紹介され、この問題についての氏じしんの主張も示されている。その内容を、三つの構成部分に分けて具体的にフォローしてみよう。

## (1) 三極関係論

鈴木氏は論文⑤、⑥で、S・ベンソン『対抗文化—アメリカのデパートにおけるセールスウーマン、管理者、顧客、一八九〇—一九四〇』(二九八六年)<sup>(1)</sup>に依拠して、生成期にある接客サービス労働の統制構造がうみだした諸問題を考察している。ここでは接客労働の三極関係論にもとづいた分析が示されている。

論文③、④は、R・ライドナー『ファーストフード、ファーストトーク』(一九九三年)<sup>(2)</sup>を中心に、接客労働の三極関係を考察したものである。鈴木氏はR・ライドナーが *interactive service work* (直訳すれば相互行為的サービス労働)と呼ぶものに「接客労働」の訳語を当てている。この著作のなかでライドナーは、接客労働では顧客が「労働過程の原料」となり顧客が労働過程で「労働対象」になるのであり、これが接客労働の生産労働と区別される特徴であるとしている(鈴木③三ページ)。

接客労働の労働過程での統制関係は管理者、労働者に顧客が加わった三極構造となり、ここでは労使の利害対立はあいまいとなり、あるいは顧客と労働者との利害対立になるという別の様相が現れる。接客労働では、企業よりの労働者意識と協調的労使関係が形成される可能性が生産職務(二極関係)におけるよりはるかに高いことになる(④五六ページ)と鈴木氏は結論する。他方で鈴木氏は、論文⑪では、接客労働者は接客サービスの重視を理由に管理者の統制に抵抗できるばかりでなく、同じく顧客の立場にたつサービスの充実を訴えることで、消費者団体と連携して抵抗戦線を構築できる、と述べている(⑪八六ページ)。

注(1) S. P. Benson, *Counter Cultures: Saleswomen, Managers, and Customers in American Department Stores, 1890-1940*. University of Illinois Press, 1986.

(2) R. Leidner, *Fast Food, Fast Talk: University of California Press*, 1993.

## (2) 感情労働論

鈴木論文①は、A・R・ホックシールドの先駆的著作『管理される心』(原著、一九八三年)<sup>(3)</sup>にみられる感情労働(Emotional Labor)についての分析を検討している。本書では飛行機添乗員と債権取立人の感情労働が事例とされているが、鈴木氏は本書を、「接客職務における労働者の感情管理をめざす試みを、自覚的に追求した先駆的業績」(①五七ページ)と評価する。鈴木氏によれば、「感情労働の概念は……接客労働に従事する労働者の主体性の分析に不可欠のものとなっている」(②七七ページ)。

また、阿部浩之氏によれば、「対人サービス労働の特性を考究する目的をもって開始された感情労働の議論は、労働者の人格と密着した労働力なる商品がどのような特性をもつか、そして労働力商品が、資本の下でどのように編成され機能していくのかを説明してゆく豊かな可能性を有している。」(経済理論学会『経済理論』四七巻二号「感情労働論」、二〇一〇年、七四ページ)。感情労働論は社会学分野での議論であり、企業内の労働過程、職場を対象とするものであって、社会的再生産のなかでのサービス部門の位置を説明することを課題とするサービス経済論とは次元を異にすると思われるので、小論ではちがいらぬものとする。

注(3) A. R. Hochschild, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. University of California Press, 1983.  
『管理される心―感情が商品になるとき』石川准訳・世界思想社、二〇〇〇年

## (3) 労働移転論

鈴木論文⑧、⑩は、N・Y・グレイザーの著書『女性の有償労働と無償労働』(一九九三年)<sup>(4)</sup>でのスーパーマーケットにおけるセルフ化の事例研究に依拠して、労働移転(work transfer)がはらむ問題を考察している。セルフ化は



たんなる労働コスト削減という一般的理由からばかりでなく、顧客変動への対応からも生じていること、顧客行動の制御困難を店員労働を省くかたちで解決しようとしたものでもあった、ことが説かれている。労働移転は、結果として、失業をめぐる有償労働者間の対立、有償労働者と顧客との対立を女性のジェンダー内対立としてひきおこし、労働の不熟練化、パート化、低賃金化を伴う、ことをみている（論文⑧三二―三二ページ）。

労働移転すなわち対人サービス提供のセルフサービス化傾向については、サービス産業論の分野ではかなり早くから指摘されていた。サービス産業は低生産性であり、サービス価格の上昇率は物財価格よりも大であることを根拠に、イギリスのJ・ガーシュニイは、対人サービスは機器プラスセルフサービス（家庭内労働）で置き替えられてゆく、と予測した（同、『セルフ・サービス経済の到来』（一九七八年）<sup>5)</sup>）。そして、J・ガーシュニイ『現代のサービス経済』（一九八三年）<sup>6)</sup>は、一九七〇年代の西欧諸国では、インフレと不況のなかで、家計におけるサービス消費比率がむしろ低下したことを確認している。

注(4) N. Y. Glazer, *Womens Paid and Unpaid Labor: The Work Transfer in Health Care and Retailing*. Temple University Press, 1993.

(5) J. Gershuny, *After Industrial Society?* London, 1978.

(6) J. Gershuny & I. Miles, *The New Service Economy*. London, 1983. 阿部真也訳『現代のサービス経済』（ミネルヴァ書房、一九八七年）。

### 第三節 鈴木説の問題点

#### (1) 人間を労働対象・原料とみなす説の誤り

N・グレイザーは、接客労働では顧客、ユーザー、クライアントが労働者の労働対象となり、R・ライドナーは、接客労働では人びとが労働過程の原料になる、と言っている。接客労働の労働過程への参加者の関係が、製造業のばあいのように管理者（雇主）と労働者の二極関係ではなく、顧客が付け加わった管理者、労働者、顧客の三極関係になるという主張は、接客労働者がその労働過程においてその顧客と直接向き合い、労働者と顧客の相互行為（interaction）が行われることを根拠としている。このことをグレイザー、ライドナーは、接客労働過程では顧客が労働対象となり原料になる、とみている。そして鈴木氏、じしんもこの主張を受け入れたうえで自説を展開している。鈴木氏は論文⑤の序で明言する。「接客サービス労働の独自性は、製造業などの生産労働のばあいとは異なって、顧客が労働対象となる点にある。このために接客サービス労働の統制構造は、管理者と労働者との二極的統制構造ではなく、この二者に顧客がつけくわった三極的統制構造となる」（論文⑤、一ページ）。

対人サービスの労働過程において顧客が労働対象あるいは原料になるという主張は、サービス労働は人間⇨労働力そのものを生産すると説く斎藤重雄氏らの「サービス労働・労働力価値生産説」と同一のものとなる。本誌四三巻二号の拙論でみたようにこの説によれば、サービス労働は労働力という生産物をつくり出すのであり、そのばあい人間そのものが労働対象（生産物の主要実体すなわち原料）とされる。

だが、労働力は生活資料（物財プラスサービス）の消費によって生産・再生産されるのであり、その価値は生活資料の価値として実在するにすぎない。労働力は生産物ではなく、資本関係のもとで擬制的な商品となるのである。サービス労働がうみだすのはサービス（無形生産物）そのものであり、サービスを購入する人間は消費者であって

労働対象ではない。新たな生産物へ素材・価値両面で移転されるというのが「労働対象」の定義であり、労働が働かせる対象がすべて労働対象ではない。サービス提供においてサービス労働の対象となる人間は、それがうみだすサービス（非有形的生産物）の原料・物質的基体・自然素材すなわち労働対象ではない。労働力は生産物ではないから、サービスを享受する顧客はサービスの労働対象・原料ではない。長田浩『サービス経済論体系』（新評論、一九八九年）はサービス部門の労働過程の詳細な検討を試み、サービス労働が働かせる顧客を「サービス対象」と呼んでいる（同、一章一節）。

『資本論』冒頭商品論では、使用価値は有用労働の結果たる有用効果と自然素材の結合とされていることから、自然素材Ⅱ原料を前提としないサービス提供においては有用効果そのものが使用価値になるとの理解が可能である。これに対し物質的生産は自然を対象とし、自然素材Ⅱ物質的基体Ⅱ生産物の主要材料（実体）Ⅱ原料と有用効果が結合して物質的財貨がうみだされる。（拙著『サービス経済論序説』六章二節、『サービス産業論の課題』八章三節、を参照）。

## （2）労働力商品擬制説との不整合

以上みてきたように、対人サービスの労働過程において顧客が労働対象あるいは原料になるという主張は、労働力を実在の生産物さらに商品とみなすものである。鈴木氏はこの主張を受け入れて氏の接客労働論を展開しているのであるが、このことは、鈴木氏じしんが以前の著作で強調した「労働力商品は擬制的商品である」という主張と矛盾するのではないか。これが、鈴木氏の第一の問題点となる。

鈴木和雄氏は最初の著書『労働力商品の解説』（日本経済評論社、一九九九年）で、労働力は資本・賃労働関係のもとで擬制的商品となるのであって生産物でもないとの立場を明言している。すなわち、「労働力商品を実在的取引対

象とする理解を退けて、これを擬制的商品ととらえる必要がある、……雇用契約の後にも先にも労働力なる実在物は存在しないこと、生産過程に存在するのは資本家から命令を受けとって監督されつつ、これから従属労働を行なうことを予定された労働者しか存在しないことが明白になる、したがって生産過程のなかには価値をもった労働力なる実在物は存在しないことが明確になる」(同、二二九ページ)。

労働力商品擬制説にたつ鈴木氏はさらに、その取引は売買としてではなく、賃貸借としてとらえるべき、とみている。鈴木氏は次のように言う。「労働力の売買が、資本家と労働者との関係を説明するために設定された擬制的な枠組みだとすると、この分析枠組みには当然に無理が現れてこざるをえない。取引過程についてみると、この無理は、人間のうちに存在する労働能力がモノとしての取引形式には収まりきれない、という点に現れてくる。……労働力が労働者の身体から分離しえないために、資本家と労働者とのあいだの取引において、モノにおけるように、あるいは奴隷の売買におけるように、労働者の身体から独立した、労働力に対する〈所有権〉やこの所有権の移転を設定しえない」(同、一二八—一二九ページ)。

鈴木氏のこの著作の結語では、「労働力の売買は、労働力が実際に取引対象となっていないのではなく、資本による生産過程における労働者統制機構によって、労働の売買として実在する労務取引形式が変容させられたものである」とされている。労働力は生産物ではないのであるから、サービスを消費する人間はサービス労働の労働対象ではなく、原料でもない。鈴木氏が依拠する労働力商品擬制説とN・グレイザー、R・ライドナーの「接客労働三極関係論」は両立不可能で相容れないものである。金子ハルオ『サービス論研究』(創風社、一九九八年)は、斎藤重雄氏と同様に「サービス労働・労働力価値生産説」にたち、サービス労働は人間の消費行為を媒介にして労働力に結実化・対象化されるととらえる榎田豊氏の説を、結局は消費⇌労働力価値形成説に帰着すると評し、人間の個人的消費過程を人間が直接に労働力を生産する生産過程ととりちがえている、と批判している(同、第三章五、第六章)。榎田豊

氏の説は、『サービスと労働力の生産』（創風社、二〇〇三年）としてまとめられている。楠田氏のこの著作への書評を私は、本誌三六巻五号（二〇〇四年）に発表している。

### （3） 対人サービス分野は零細自営業が多い

鈴木氏の労働過程論研究は現代の大企業職場での労働者統制、労務管理、労使関係を対象としたものである。だがサービス産業とりわけ対人サービス分野ではむしろ小企業・自営業が主流である。とりわけ理容、美容、クリーニング、民宿、習いごと教室、料理業など生活関連サービスでは零細自営業が主流である。これら業種は資格取得・専門的知識技術の修得をもとに少資本・少人数で開業可能であり、その従業員は独立開業志向が強い。これら零細事業所で雇われて働いている人（接客労働者）の意識は「労働者と自営業主」の境界線上にあり、労使関係論だけでは分析できない。

東京都立労働研究所『第三次産業における雇用および就業構造（その二）』（一九八三年）は、独立開業が多い美容業、タクシーなどを対象に、従業員の特質、労働条件、独立開業への道を調査している。接客労働の分野で大企業が主流であるのは、テーマパーク、大型ホテル、外食チェーン店、ゴルフ場などに限定される（拙著『経済再生とサービス産業』第六章、九大出版会、二〇〇二年、を参照）。生活関連小零細サービス業を分析した木村吾郎『現代日本のサービス業』（新評論、一九八一年）は、その経営改善のためには過当競争状態と低生産性の打破が必要であると説き、具体的には資格取得の厳格化と業界の団体活動強化によるレベルアップを強調している。鈴木氏がいう接客労働・感情労働の改善には、労使関係や三極構造よりも、その主たる担い手である小零細業者の経営改善が必要なのである。そのばあい、生産と消費の同時性という接客労働の特性からして、業者と顧客の相互行為（Interaction）が重要であることはいうまでもない。生活関連サービス業の業界構造を解明した著作としては、国民金融公庫『日本の中

小サービス産業』第四巻(中小企業リサーチセンター、一九八一年)がある。一九九〇年代以降長期不況、産業空洞化のなかサービス産業は開業・起業による雇用吸収の場として期待されることとなった。東京都商工指導所『生活支援サービスビジネスの事業化戦略』(一九九八年)は、ベビシッター、在宅介護、代行サービス、衣服リフォーム、ハウスクリーニング、食材宅配の六業種について事業化戦略を示している。

サービスの特質は生産と消費が時間的・場所的に一致することにある。このためサービス部門の労働過程では、その供給者と消費者が直接向き合い、あるいは消費者じしんが労働過程に参加する。すなわちサービス部門においてはその供給者と消費者との対話、相互行為が労働過程において直接に行われる。これに対し製造業では生産過程と消費過程は分離されており、生産者と消費者が労働過程において直接向き合うことはない。だが消費者の要求の吸収は製造業分野でも実施されていることであり、サービス部門ではそれが労働過程において直接に可能である、ということにすぎない。藤本隆宏編『ものづくり経営学』(二〇〇七年、光文社)第一部第五章「製品開発能力と顧客知識の活用」(安本雅典氏担当)では、顧客知識の流れをものづくりに取り込むことが「より広義のものづくりのマネジメント」として強調されている。

また、鈴木和雄氏は、接客労働の特性から消費者との連携による管理者への抵抗の可能性を説いている(鈴木論文⑩八六ページ)のであるが、このことは接客労働にかぎらず製造業分野でも可能なものである。

#### (4) 社会的再生産と階級関係の視点

以上のとおり本稿で検討を加えた鈴木氏の諸論稿は、労働者統制・労務管理システムにおけるサービス部門の独自性をとらえようとしたものである、といえる。氏の研究は職場・企業のなかでの労使関係に限定されており、経済社会全体のなかでサービス部門・サービスの独自性をとらえるという視点はみられない。今から半世紀前に

は、経済成長・産業構造の変化による精神的労働（頭脳労働）の比重増大を背景に大衆社会論・新中間層理論が登場した。これに対する批判を代表するものは芝田進午『現代の精神的労働』（三一書房、一九六一年、増補版一九六九年）であった。

その課題は、「知的労働者が労働者階級に属するという普遍性を明らかにし、彼らがどのような労働者なのかという特殊性を具体的に分析し、社会的再生産過程や階級関係のなかで位置づけること、さらに彼らの労働の諸形態の特殊性を将来への展望において説明すること」（同、一四ページ）とされていた。同時に発表された芝田進午『人間性と人格の理論』（青木書店、一九六一年）は、マルクスの労働過程論にもとづき、人間性と人格の形成・疎外・解放の一般的過程を歴史的・論理的に追究した古典的著作であった。芝田氏の精神的労働論はマルクスの労働過程論を土台としたものであり、その各論は同氏が責任編集された『教育労働の理論』（青木書店、一九七五年）、『医療労働の理論』（青木書店、一九七六年）、『公務労働の理論』（青木書店、一九七七年）、『芸術的労働の理論』上・下（青木書店、一九八三年、八四年）で具体化されている。

芝田氏が指摘されたように、労働論の研究においては労働過程を土台としつつ、社会的再生産と階級関係の分析視点を貫くべきである。鈴木氏が論じる接客労働の担い手は階級規定からみれば、「労働者と自営業者の境界線」にあり、その分析には労使関係論だけでなく中小企業・マイクロビジネス論の視点も必要であろう。また、サービス産業は異種混成産業であり、社会的再生産におけるその役割は多種多様である。生産と消費の同時性というサービス提供の労働過程の特性から引き出される「三極関係」を手掛りに、直ちに顧客との連携による接客労働者の管理者への抵抗の可能性を説くべきではないであろう。

芝田進午氏の精神的労働論各論では、教育、医療、公務、文化への国民諸要求とそれを担う労働者との連携、すなわち社会的再生産におけるそれぞれの位置づけを踏まえた精神的労働者と国民の連携が強調されている。なお、

社会的再生産の進行にとって必要か不必要かという視点からの区分、すなわち再生産的部門と非再生産的部門の区分を、マルクスは『剰余価値学説史』のなかで節欲を説くA・スミスと浪費の必要を説くマルサスとの対比、前者の積極的評価を通して導き出している。社会的再生産過程から脱落する活動―非再生産的活動を不生産的とする規定は、現代資本主義の腐朽性・浪費性を批判する基準として有効である（拙著『生産的労働と第三次産業』第二章、一九七八年、青木書店を参照）。それに該当する分野では国民と連携した再生産的活動への転換が課題となろう。

#### 第四節 サービス・マーケティング論のなかでの議論

##### (1) サービス・マーケティング・トライアングル

鈴木氏の諸論稿では、一九九〇年代以降にアメリカの社会学分野で展開された生産労働と異なるサービス労働の特殊性をめぐる議論が紹介されて、それをふまえた主張がされている。だが米国ではこの議論はマーケティング論の分野でサービス・マーケティング論として、すでに一九七〇年代から始まっている。一九七〇年代から始まった米国のサービス・マーケティング研究を最初にわが国に紹介したのは、浅井慶三郎・清水滋『サービス業のマーケティング』（同文館、一九八五年）であり、その第一部では、サービスの定義、サービス・マーケティングのフレームワーク、サービス業での要員管理、顧客管理についての議論も紹介されている。さらに浅井慶三郎『サービスのマーケティング管理』（同文館、一九八九年）は、K・ブロウ、C・ラブロック、W・サツサー、R・ジャッド、G・シヨスタックら米国のサービス・マーケティング文献を中心に、サービスの顧客満足・設計、リレーションシップについて述べている。そして浅井慶三郎『サービスとマーケティング』（同文館、二〇〇〇年）は、サービス提供では顧客側もサービスの一部を担当し参加するのであり、たんなる消費者ではないことを強調し、サービス・マーケティング



グはパートナリシップ・マーケティングへと発展してゆくと説く。

社会学の分野でS・ベンソン、R・ライドナーらによって唱えられた「接客労働の三極関係論」は、サービス・マーケティング論では、一九九〇年代にM・ビンター、C・グリヨンルース、P・コトラーなどによって「サービス・マーケティング・トライアングル」として唱えられている。それは、マーケティングは従来、企業と顧客の関係について語られてきたのであるが、物財と異なりサービスの提供では、消費者、サービス提供者、サービス企業の三つが連携してマーケティングが成立するというものである。これについては、白井義男「サービス・マーケティングとマネジメント」(同文館、二〇〇三年)第二章三節で紹介されている。

米国でサービス・マーケティング論の代表的な入門書とされているR. Fisk, S. Grove, Interactive Services Marketing, 2004(小川孔輔訳『サービス・マーケティング入門』法政大学出版局、二〇〇五年)によれば、サービスの基本的な特性は、無形性、同時性、異質性、消滅性である。無形性すなわち物の形をとらぬことから、生産と消費は同時となり瞬時に消滅する。また同質化は困難である。生産と消費の同時性によりサービスの提供者と消費者は直接向き合い双方向的となる。それゆえ、企業、顧客、従業員の三極関係、トライアングルが必然となる。

## (2) その他サービス・マーケティング論の分析アプローチ

R・フィスク『サービス・マーケティング入門』ではサービスの双方向性が強調され、サービスが提供される状況の分析に劇場アプローチを用いている。また、大橋昭一・渡辺朗『サービスと観光の経営学』(同文館、二〇〇一年)によれば、一九八〇年代後半にE・ランギアードらはサービス提供を工場での生産活動になぞらえてとらえるサーバクション論(service+production→servuction)を展開し、九〇年代にS・グループらはサービス活動＝劇場論を展開している。そこでは劇場モデルは医療関係、旅客航空関係、美容関係など顧客との直接的接触度が強いもの

で、最も有効であるとされている。鈴木氏がとりあげた米国の労働社会学分野の文献では、従業員へのエンパワメント、サーバクシオン、サービス・エンカウンター、サービスの劇場アプローチ、真実の瞬間<sup>①</sup>、フロントステージ、バックステージ、待ち行列など、サービス・マーケティング論で用いられる術語<sup>②</sup>がしばしば登場する。しかし、米国のサービス・マーケティング関係の文献のなかに、鈴木氏がとりあげた接客労働を論じた社会学の文献・論文は登場しない。これは学問分野のちがいによるものであろうか。

米国におけるサービス・マーケティング研究を代表する著作としては、Ch. Lovelock, *Principles of Service Marketing and Management*. 1999. 小宮路雅博監訳『サービス・マーケティング原理』(二〇〇二年、白桃書房)があげられる。また欧州でのサービス・マネジメント研究の到達点を示す著作としては、B・ロイ、P・ゲンメル、白井義男監訳『サービス・マネジメント』(ピアソン・エデュケーション、二〇〇四年)があげられる。

注(1) J・カールゾン、堤猶二訳『真実の瞬間』(一九九〇年、ダイヤモンド社)を参照。

(2) 拙論「サービス経済学からサービス・マネジメントへ」、本誌四〇巻三号(二〇〇七年)を参照。

### 〔追記〕

本誌四二巻六号、四三巻二号の拙論でみたように、斎藤重雄氏、森田成也氏は、サービス部門の労働過程では人間が労働対象となり、その結果として労働力が生産される、と主張している。そして本稿でみたように、鈴木和雄氏らによる接客サービス労働三極関係論も、人間が労働対象となることに接客労働の特性を求めている。だが、労働力は生産物ではなく資本関係のもとで擬制的商品になるとみる通説的理解によれば、人間をサービス労働の労働対象とみる説は受け入れ難いものである。こうして、斎藤氏・森田氏・鈴木氏らの新説提唱により、サービス経済

をめぐる論争は、労働過程論次元でも不可避となる。本誌四三卷二号の拙論で指摘したように、サービス経済をめぐる論争は、昭和三〇年代の生産的労働論争から一九七〇年代・八〇年代の価値形成労働論争へと発展したのであったが、サービス提供の労働過程特性の検討は最後まで残された問題であった。

私は、『サービス経済論序説』（九大出版会、一九八五年）で、生産的労働規定についての私見と唯物史観、価値論、再生産論におけるサービス部門の位置を提示したのち、『サービス産業論の課題』第八章（同文館、一九九三年）で、サービス部門の労働過程特性についての見解を物質的生産部門・流通部門との対比において提示した。斎藤・森田・鈴木三氏の新説提唱は、サービス経済論を残された課題である労働過程論の次元でも深めてゆく契機となる。本稿では、この問題についての私見の強調点のみを追記として示しておく。

労働過程を構成する労働対象とは、労働過程の結果としてみだされる生産物の主要実体・素材＝原料あるいは生産物形成に役立つ補助材料のことである（『資本論』第一卷三篇五章、第一節「労働過程」）。サービス提供の対象となる人間そのものが、サービスの主要実体・素材＝原料あるいは補助材料になるということはない。サービスを享受する人間はサービスの消費者であつて、サービス提供の労働対象ではない。資本循環範式  $G-W \cdots P \cdots W-G$  の第一段階 ( $G-W$ ) では、労働力と生産手段（労働対象と労働手段）が購入され、貨幣資本が生産資本に転化するのであるが、サービス提供の対象となる人間が労働対象として購入されるということはない。サービス提供においては、資本循環の第二段階（生産段階）と第三段階（販売段階）が同時となり、その範式は  $G-W \cdots P-G$ （『資本論』二卷一篇一章「貨幣資本の循環」第四節「循環の総体」となる。サービスを享受する人間が登場するのは、その生産＝販売段階（ $\cdots P-G$ ）であり、労働者と顧客の interaction（相互行為、双方向的行為）はこの局面で生ずるのである。

『資本論』一巻一篇二章第二節「商品であらわされる労働の二重の性格」では、使用価値の生産は自然素材（物質的基体）と有用効果（有用労働の結果）の結合とされており、このことから、自然を対象とせず自然素材が存在し

ないサービス提供のばあいには有用効果そのものが使用価値（生産物）になるとの理解が可能になる、と私は考える。サービス部門は非有形的な生産物（有用効果）をうみだすのであり、その労働過程に生産物の自然素材＝原料は存在しない。サービス提供において労働対象として機能するものは補助材料すなわち照明、燃料、動力、精神的生産活動の媒体などである。