

わが国の食文化の代表である京料理・京懐石の研究は手つかずのまま放置されている。この研究には色んな要素が絡んでくる。まず、料理の現場における視点が不可欠である。食材を可食化する料理とは異なり、明確な食べ手に向けた料理作りには、サービス、サービスデザインの概念が適応できると考えたのが、本論文の背景である。そのため「京料理におけるサービスデザイン」の分析を目的・研究課題として取り上げた。

先行研究は、SD ロジックでは、オペラント資源に注視したが、単純化しすぎる分類では、オペラント資源の「贋作」問題には対応できないことを指摘した。グルンルースのサービス論では、顧客指向という一面的な展開であり、サービス提供者に就く人材がいなくなる危惧を抱いた。しかし、彼が一面的になる事情は、北欧社会が抱える非サービス文化に根ざしている、と判断し、2 論から離れた。京料理を論じるには日本型のサービス論の必要を考え、東京にあるフレンチのマネージャーにインタビューを試みた。「主導権を持たないサービスはサービスではない。サービスにはコストがかかっている」の言葉を得た。これにグルンルースのサービス・リカバリー論を合体させたアブダクション・サービス論を新規構築した。サービスデザイン論も、先ずサービスと親和性に富んだデザイン論を5 本選び、1 本に合体させたアブダクション・デザイン論を構築し、先のサービス論と更に合体させアブダクション・サービスデザイン論を構築した。さらに、「うまい」に対する先行研究をした。22 の「うまい」のステュエーションを数えて分析すると、Physical と Mental に 11 同数に分類できた。Mental の「うまい」は「しあわせ」と発する。Physical な味蕾や後鼻腔での受容する味覚では「しあわせ」と言う言葉は出ない。だからこそ「うまい」はサービスである、という結論を導き出した。

京料理には、食材はもとより、食べ手の心理までも料理している実例を挙げ、その仕組みを解明すると、「うまい」というサービスの存在に気付き、それを生み出すことに腐心していた。だから京料理人が目指した世界はサービスデザインだと考える理由だ。その京料理を部品として、京懐石と言うコース料理が誕生する。そのコースの構造は調理法で分割され、各部品にミッションを与えている。コース全体を支配する概念は「水の料理」である。その支配下の部品を<モジュール>という観点で捉え、立体的に、臨機応変に変化が可能な対応力をコースに持たせた。京懐石のサービスデザインという構造研究は、他の分野への応用が可能である。その具体例として3 例をあげた。

補章としては、京料理、京懐石の世界が、どうしてサービス、サービスデザインを駆使する必然があったのか、そして駆使を可能にした背景の食材環境から、律令制、租庸調、東市・西市という強大な二つの市場などを取り上げて、解明した。本論文の論拠である。

そして、本論考は京料理・京懐石にサービス、サービスデザインの概念をかり、新規の顔とも言うべき、味わい方を提示した。音楽や芝居などと同様に、時間の経緯と共に消えていく料理に、抽象的な記憶をサービス、サービスデザインを働かせることで、鮮明にとどめる効果を意図した料理だ、と論じた。京料理は、料理に意図ある物語を組み込み、食べ手に料理の新しい価値を提供した最初の料理ではないだろうか。この見地は本論考の意義である。

今後の課題としては、日本の熟成したサービス文化を背景にした日本型サービス論、日本型サービスデザイン論を構築したい。そして西欧のサービス論と協調することで、ビジネスに限らず、人々が豊かに暮らせるサービス社会の実現を探りたい。