

「サービスの工業化」と外食・中食産業

たなか ひろこ

田 中 浩 子

1950年頃からアメリカでは組織化された飲食店が出現し、日本では1970年ごろからファストフードやファミリーレストランが急成長した。従来の家業としての飲食業とは異なる方法で経営され、この急激な発展を目の当たりにして1970年代末期にマスメディアによって「外食産業」という言葉が作られた。

1990年代に入り外食産業市場は伸び悩み、1997年の29兆円をピークに9年連続で市場は縮小している。一方で中食市場は年々拡大しているが、外食と中食を合わせた市場規模は30兆円で横ばい状態が続いている。

従来の外食・中食産業研究は、チェーン・レストランの仕組みに関する研究と、社会的背景や消費者側の変化など産業化した要因を分析する研究、急速に発達した外食産業の問題点を取り扱ったものが主なものである。そして、産業化に大きな影響を与えたLevittの「サービスの工業化」論の果たした役割については深く研究がなされていない。

そこで、本研究の目的は、「サービスの工業化」論を、その起源となったDruckerに立ちかえり、今日的意味を明らかにした上で、外食・中食産業の発展の条件を探るものである。

第1章では外食・中食産業研究の到達点と課題を明らかにするために、日本における外食・中食産業研究、Levittの「サービスの工業化」論研究の文献レビューを行った。

第2章では、日本における外食・中食産業の約40年の産業史を振り返り、チェーン・レストランのしくみの変化、市場規模の推移、消費の変化、消費者の現状を明らかにした。

第3章ではファミリーレストラン、第4章では居酒屋、第5章では給食、第6章は百貨店の惣菜販売、第7章ではコンビニエンスストアの中食事業についてサービスの工業化の視点から外食・中食産業の事例研究を行った。

第8章では外食・中食産業の5つの事例を踏まえ「サービスの工業化」の今日的意味と外食・中食産業の発展の条件を考察した。「サービスの工業化」の今日的意味とは、第一に仕事を標準化する際には、人間の肉体的・精神的特性を理解して計画すること、第二に計画と執行の完全分離ではなく、限定的ではあるが計画にも労働者が関わっていくことであり、また更なる発展のためには「サービスの工業化」の今日的意味を踏まえて、より標準化を進めることと、外食・中食産業の担い手を増やしていくことが必要と考える。