



## 空の企業文化

海外旅行を想像してみよう。出国審査を終え、搭乗口に向かう。機内はまだいずれの国にも属さない、あいまいな空間のはずだ。しかし不思議なことに、笑顔で迎えてくれる客室乗務員は、その航空会社の本社がある国の民族性を強調する装いをしている。

八巻 恵子やまき けいこ 就実大学准教授



マオリのコルをモチーフとしたワンピース (提供・ニュージーランド航空)

### スイッチ・オン!

制服を着るとスイッチが入る。オフからオンに気持ち切り替わる。エネルギーがチャージされてくるようで背筋がびんとする。制服は舞台衣装のようなものだ。ここから「素」のわたしではない時間が始まる。客室乗務員の制服を着て空港ロビーに出ると、わたしに対する人びとの態度も言葉遣いも変わる。これが制服のマジック。同じ制服の仲間とともに今日も明るく空の旅のアシスタントをつとめる。

### キャビン・アテンダントは和製英語

キャビン・アテンダント(CA)という呼称は和製英語で、世界多くの国ではフライト・アテンダント、キャビン・クルー、スチュワードまたはスチュワードなどの英語が一般的である。運航乗務員であるパイロットとともにクルーとよばれる。

### 伝統的でありつつ企業広告

旅客を運ぶ世界初の商業航空会社は、ドイツのツェッペリン伯爵によって一九〇九年に創設されたDELAG社(Deutsche Luftschiffahrts-Aktiengesellschaft)で、飛行船(airship)が使用された。ship(船)とよぶように、航空機には船舶との共通用語がたくさんある。クルーの制服も起源は海軍の軍服にさかのぼり、紺、茶、黒、緑、白など、保守的なデザイン、帽子の着用といった伝統が今も伝わっている。

### 国際航空運送協会(IATA)に加入している国際線航空会社は世界中に三〇社以上あり、それぞれの制服を採用している。伝統的な色やデザインの流れをくみつつも、企業イメージを担うアイコンとしてファッション性や流行も重視している。制服の着方には詳細な社内規定があり、

着崩してはならない。一方、一九七〇年以降に航空会社の民営化が進んだ時代には、有名ファッションデザイナーたちによる華やかな制服が流行し、奇抜な色彩や目立つデザイン、超ミニスカートの採用など、個性的で主張の強い制服が多くあらわれた。一九九〇年以降は、航空機移動の大衆化に伴い制服もカジュアルになり、デザインを一般公募する航空会社もあらわれた。いずれも企業文化や経営理念、サービスに対する考え方を反映したものである。

サービス経済化とグローバル化を迎えたこんにち、航空会社は、その背景となる民族文化も企業の個性であり経営資源とみなすようになってきた。民族衣装のデザインやモチーフを取り入れた制服は乗客の受けもいい。サロンケバヤの制服で有名なシンガポール航空は、一貫してシンガポールのホスピタリティを強調している。ドバイのエミレーツ航空の客室乗務

員の国籍はさまざまだが、制服のスカarfをイスラム圏の女性をイメージするように頭から顔、首に巻くスタイルで人気がある。香港のキャセイパシフィック航空は、襟の形や色彩にチャイナ服の要素を取り入れられている。ニュージーランド航空は、マオリのコル(マオリ語でシダの新芽を意味し、成長や力のシンボル)をモチーフとした渦巻きのデザインが有名だ。社員にマオリもいるために、タトゥーは身だしなみの会社規定に反するものではなく、利用者に対して少数民族文化の理解を求める旨の文章を世界に向けて公表している。

制服は企業のシンボルであり企業文化を表象する装置でもある。客室乗務員という職種への志望動機として、制服へのあこがれをあげる若者たちは多い。その制服の魅力は、空の文化が作り出したイメージの魅力にはかならないのである。



シルエットもチャイナ服の要素 (提供・キャセイパシフィック航空)



スカarfの巻き方がイスラム圏のイメージ (提供・エミレーツ航空)



自然のなかに意味をもたせたマオリのデザイン (提供・ニュージーランド航空)



サロンケバヤのユニフォーム (提供・シンガポール航空)