

# Special!

異なるジャンルを専門とする  
教員による  
スペシャル対談コンテンツ

# ファッション という枠 を超えて。

『観光』と『ファッション』

「モノ」から「コト」へシフトしている現代。  
ますます注目される、観光とファッション。

一見関わりがないように思われる2つの学科。しかし、互いに「人」を対象にしている点やさまざまな学問を背景にしている点で似ている部分も多いという。小川准教授と申教授が、無限の可能性を秘める観光とファッションのこれからについて探った。

ファッション社会学も観光学も  
人を対象とする学際的な学問分野

**小川**：同じ大学で教鞭をとっていたながら恐縮ですが、私はファッション社会学のことをよく知らなくて…。この機会に教えていただき、私の専門分野である観光学との接点も探っていけたらと思っています。

**申**：先生だけでなく、「ファッション社会学科ってどんな学問ですか?」と質問されることは多いですね。そもそもこの学科は、大学でアカデミックにファッションを学ぶ

ためにつくられた世界初の学科です。人の生活で欠かせないのが「衣・食・住」そして「遊」だと言われますが、現在私たちは、モノがなくて着るものがないという時代に生きているわけではありません。自分が好きなもの、自分に似合うもの、さらには自分をよりよく見せるために衣服やアクセサリーなどを身につけています。こうした人の心理や社会背景だけでなく、長い歴史の中で変わらない原理原則についての知識も取り入れながらファッションを学び、さらにはそれらをビジネスにも応用・展開していくように考えるのがファッション社会学科です。

**小川**：いろいろな学問が融合した学際的な分野だと思いますが、学びの柱としてはどんなものがありますか?

**申**：心理学、社会学、文化人類学、経済学、経営学、歴史などを柱にしていて、基本的には、あるファッション現象を仮説→調査・集計→検証・考察するなど、社会科学の方法論をベースにファッションを学んでいます。それらを応用して学ぶなかで、人間をはじめ、社会、文化、経済などにつ

現代文化学部  
国際文化・観光学科  
**小川 祐一** 准教授

日本航空株式会社にて客室部門を中心にサービス企画、安全管理、客室乗務員の採用・養成に従事。立教大学大学院ビジネスデザイン研究科博士課程前期修了(経営管理学)。2013年より現代文化学部教員。

服装学部  
ファッション社会学科  
**申 恩泳** 教授

文化女子大学大学院家政学研究科(現・文化学園大学大学院生活環境学研究科)博士後期課程修了。人間の「買う、着る、見せる、見られる」などの行為の分析、および相互作用に関する研究をテーマとする。



いて知り、そのうえでマーケティングも、新たなビジネスモデルの立案もできるのです。

**小川**：なるほど。観光学ともいくつか共通点がありますね。まずは双方とも新しい学問であること。観光学はもともとヨーロッパで生まれ、日本では1963年に私立短大に初めて学科が設置されました。その後1990年代に多くの大学に学科・コースが増えていったという経緯を見ると、国内ではまだまだ20年程度の歴史しかないと言えるでしょう。また、研究対象が「人」ということも共通しています。観光学の場合は人



の移動を主として関連分野である宿泊、飲食なども研究対象です。これらを学ぶうえでは心理学や社会学の手法が求められ、多くの企業がビジネスを開拓しているため経済学、経営学の知識も必要とされるなど、学際的な学びという点も似ていると感じます。

## ただ購入するだけでなく 「体験する価値」を重視する時代に

申：最近ビジネスの世界では、モノではなくコト（体験）を売るということが注目されて

Special!  
ファッション  
という枠  
を超えて。



いますが、ファッションや観光の分野は早くからそのような役割を担ってきたと言えるのではないかでしょうか。ファッションの場合、衣服を買うことは単にモノを手に入れるだけでなく、TPOに応じて自分自身をどう演出するかといった、まさにコト（体験）の要素が大きいです。また、観光の場合も、旅する、泊まるなど、すべてが体験型だと言えます。いまやライフスタイル全般がファッションと密接に関連する時代。海外のラグジュアリーファッションブランドは既にホテル産業に参入していますし、ラグジュアリーとは異なるコンセプトで日本のMUJI（無印良品の海外店舗）も最近中国にホテルをつくりましたね。こういうことからも、観光とファッションの関係はますます深くなっていると感じます。

小川：モノからコトに关心が移っているという消費社会の新しいトレンドを先取りして学べるのが、この2つの学科の特徴であり、共通分野でしょうね。

申：そうですね。ファッションを軸にいろいろな学科を開拓しているのが、文化学園大学ならではですね。

## 2020年東京オリンピックは、 ファッション都市・東京を 発信する絶好の機会

小川：この対談を読んでいる高校生の皆さんのが大学生になったときに開催される東京オリンピック。このビッグイベントに向けて、東京ならではの都市の魅力をアピールできたらと思っています。ニューヨーク、パリ、ミラノなど、世界的に有名な都市には、特に観光名所を巡るわけではなくても、その土地の空気を吸いたいから行きたいと思わせる魅力があります。オリンピックをきっかけに、東京もそんな風になっていけたらと思います。

申：渋谷、原宿、表参道、青山などはすでにファッション観光地化し、世界に向けてその好イメージを発信しています。政府もCool Japanを掲げてファッションに力を入れるようになっていますし、ファッション

と観光をセットにして発信できる何かは、きっとあるでしょう。

小川：どちらも「Tokyo」のイメージづくりに貢献できるでしょうね。もうひとつ、いま留学を希望する学生が減っているなど内向きの若者が増えていると言われますが、そうした日本の若者の意識が変わるきっかけになればいいなと思っています。

## 「人」を対象とした学科だから 将来の可能性は無限に広がる

小川：観光は「文化」と密接な繋がりがあります。国際文化・観光学科は、その名称からもわかる通り、観光学だけでなく海外や日本の文化も学び、語学にも力を入れているのが特徴です。また、観光系の学びでは、1年次にホスピタリティとサービスの違いなど観光学の基礎を学修し、これらを活用して2年次以降に企業との産学連携プロジェクトやインターンシップなど、実践的な学びを展開しています。この実践を通じた学びのポイントは、学生に成功体験をしてもらうことです。いろいろな体験をしたい、挑戦をしたい、そして海外に興味があるという高校生に学んでほしい学科だと言えるでしょう。

申：ファッション社会学科では、ファッションをベースにいろいろな学問を学べるので応用力がつくのが特徴です。企業や地域とコラボレーションしたプロジェクト研究も実施しているため、将来社会で役立つ実践力もできます。カリキュラムはファッションを軸にしていますが、ここ数年はファッション業界以外の企業から就職内定をもらう学生も増えていますね。将来の進路は幅広く、まさに可能性は無限大と言っていいほど。ファッションを通じて自分の未来を切り拓きたい、ファッションだけでなく人も大好き。そんな高校生の皆さんを大歓迎します。

# 文化学園大学・短期大学部

服装学部 ファッションクリエイション学科

ファッション社会学科

造形学部 デザイン・造形学科

建築・インテリア学科

現代文化学部 国際文化・経済学科

国際ファッション文化学科

短期大学部 ファッション学科



文化学園大学ホームページ

文化学園大学 入試広報課

TEL 03-3299-2311

〒151-8523 東京都渋谷区代々木3-22-1

「ここにしかない」がある。

<http://bwu.bunka.ac.jp/>