

山口 誠 著

『客室乗務員の誕生「おもてなし」化する日本社会』

The birth of the flight attendant hospitality
called "Omotenashi "deeply rooted in Japanese society

児玉 美由紀

Miyuki Kodama

摘 要

本書は、飲食の提供とともに、機窓案内をするエアガールから始まる日本の客室乗務員の歴史や客室乗務員に求められてきたものの変遷を、時代背景や社会状況など様々な場面から考察している。客室乗務員がどのようにして憧れの職業になっていきおもてなしの達人として世間で評価されるようになったのか、航空会社の盛衰、対価を求めない感情労働が客室乗務員の品格労働に結びつく様相を明らかにするのが本書の主要テーマである。

キーワード 客室乗務員 おもてなし 航空会社 感情労働 品格労働

はじめに

フライト中は様々なサービスを通じて乗客がくつろげる空間を創り出してくれる客室乗務員。安全の対応や快適なサービスを提供するために欠くことのできない知識や技術を磨き、一歩先を進んだ最高のおもてなしを提供するために、気づきの力と感知力を培うことを大切にしている。

日本の航空業界で2大グループといわれる日本航空と全日空は、英国ロンドンに拠点を置く航空業界の格付け機関 SKYTRAX 社より一貫して高品質なサービスが提供できていることやグローバルカスタマーのニーズを踏まえたサービス改善を継続的に行っていることが高く評価され、世界最高評価「5スター」の航空会社に輝いている。

"5つ星レベル"のサービスを体感できる航空会社のみにも与えられる名誉ある称号を与えられた理由のひとつとして、日本航空が実践している「茶道の精神のおもてなし」が挙げられる。茶道の心得を示す標語「和敬清寂」や「利休七則」を実際の乗務現場と照らし合わせ、例えば、機内のドリンクは「夏は涼しく、冬は温かに」といった心配りをし、日本の四季に合わせた色彩の照明でライトアップをすることで、おもてなしの向上を図っているという。

一方、全日空は、サービス品質向上への意識を高め日々の研究や行動の成果を社内共有することを目的に約 8000 人の客室乗務員の中から、毎年「おもてなしの達人」を選出し、「会話力」「接客スキル」「チーム力」「ANA のブランドイメージ」などの視点から審査を行い、日頃の接客スキルを披露して競い合うコンテストを行っている。

本書の「はじめに」で「現在の日本の客室乗務員には高度な『おもてなし』の実践が求められている」（山口 2020 : iv）と述べられているが、日本の各航空会社の客室乗務員はこの様におもてなしのスキルアップを目指し顧客の要望に寄り添いさらにプラスの付加価値のあるサービスを提供できるよう日々訓練に励んでいる。

現在、「おもてなしの達人」として認知されている客室乗務員だが、過去に遡ると、戦前の客室乗務員は決してそうではなくマニュアルを超えた顧客の心に寄り添う「おもてなし」は求められていなかった。また、大量採用をしていた 1970 年代には急増した客室乗務員の接客マナーのレベルの悪化を嘆く新聞報道も頻発していた。筆者は「客室乗務員が『おもてなし』と結合し、その先導者として社会的役割を担うようになる状況は、1980 年代以降に出現した新しいイメージの産物であると考えられる」と主張している（山口 2020 : iv - v）。本書は、2021 年の東京五輪や 2025 年の大阪万博をはじめとする国際イベントの開催をうけて、いつのまにか日本がおもてなし大国になりその伝統文化の先導役を客室乗務員が担うようになったのかを考察した意欲的な著作である。

客室乗務員のおもてなしに対して、先行研究の多くは、「職務経験を通じ段階的なプロセスを経て、察しのスキルを習得すること」（森 2019 : 77）や、「良好な態度形成に必要な接客スキル」（櫻村 2010 : 103）といった客室乗務員の行動と内面の研究等に注目してきた傾向がある。しかしながら、単発的な分析に留まる研究が多く、学術的な発展には至っていない。本書は、個々の客室乗務員の個人的な感情や経験を超えたレベルにある、日本社会の中で時代とともに変遷してきた客室乗務員のイメージを歴史社会学的な手法で分析した研究の成果であり、観光社会学の視点から見事に提示していると評することができる。

本書の構成および内容

本書の構成は、5 章に分けられている。

- 1 章 日本初の「業務」 - エアガールの誕生
- 2 章 雲の上の「責務」 - 着物姿の「客室兵」
- 3 章 低落する「職務」 - ジャンボ時代の混迷
- 4 章 見出された「任務」 - 接客マナーと「自分磨き」
- 5 章 相続される「おもてなし」 - 「CA」の思考

以下、まずは各章の内容を要約しながら著者の論点整理、概観を行う。その後、所見を述べてみたい。

第1章では、日本初の「業務」エアガールの誕生についての道程について記述されていて日本の客室乗務員の原点から、手探りで客室を作り上げていった日本の草創期について紹介している。世界初とされるアメリカの客室乗務員が初飛行した10か月後の1931年の春、日本で初めての客室乗務員が空を飛んだ。「エアガール」と呼ばれる日本初の客室乗務員の業務内容は、カクテルやコーヒーや軽食などを乗客に提供する「飲食給仕」があり、第二に客室の窓から見える眼下の名所や地理を説明する「機窓案内」があったが、後者はアメリカの客室乗務員には見られないサービスであったことを説明している。

エアガール募集の新聞記事を見て採用試験に集まった141人の応募者の中には、銀座某一流カフェの女給、簡易保険局員、松屋松坂屋のショップガール等、さまざまな経歴と年齢の女性たちがわずか3人の募集枠に挑んだという。そうして47倍という狭き門を突破したのは、同月末に高等女学校を卒業する見込みの、いわゆる教育エリート層に属する女学生ばかりだったと述べる。採用決定から3週間後の1931年3月29日に、東京空港輸送社のエアガールたちは東京の羽田から静岡の三保半島を經由して、沼津へ向かう初フライトをしたが乗客第一号として招待されたのは当時の航空事業を管掌していた通信省の小泉次郎大臣、その娘の芳江、秘書官の3人だった。「いれずみ議員」「又さん大臣」などの愛称で人気を集めていた小泉大臣の搭乗は、世間の注目を集め翌朝の新聞紙面にエアガールと一緒に撮った写真とともに掲載され大きなニュースバリューがあったことを明らかにしている。

東京空港輸送社の社長の相羽有は日本初の客室乗務員を「昭和の天女」としてイメージを作り、「高度な教育を受けた高女卒のエリートが歴史や文学の知識をもとに眼下の景色を案内する、健全な空間を提供する」という事を大切にしたいという意向を持っていたため、当時進学率が15%ほどだった高等女学校を卒業した「良家の才媛」を採用し、エアガールにはカクテルやウイスキーなどのアルコールを提供させないという意図があることを説いている。しかし、初飛行から31日後、電車賃だけで月に5円は必要なのに対し17円ほどしか支給されない安月給に悲観したエアガール1人が翌月に、残る2人も1年足らずで辞職をし、こうして日本初の客室乗務員が短命に終わったことが示されている。

それから5年後の1936年に再びエアガールを募集した社長の相羽は、「なるべく身体の軽い明朗女性がほしいのです。もっともあんまりお金にならないからお白粉代かせぎの気持ちでなければお断りです」と、クギを刺し、昭和の天女の待遇を改善することは彼の選抜肢に入っていなかったという。前回の三分の一にも満たなかった応募者40人から選ばれた2人は、エリート女学生ではなく社会経験を有する成人女性で、東京と軽井沢を約50分で結ぶ「エアタクシー」への搭乗だったと説明している。エアタクシーは定期航空便と異なり、乗客の求めに応じて不定期に飛ぶチャーター便の一種であり新しい民間航空

会社だったが、好評を博して事業を拡大し、稼ぎ頭に急成長し3人目のエアガールを採用したと紹介されている。しかし、日本政府が主導した「国策エアガール」の登場により、好評だったエアガールもエアタクシーも3年あまりで消滅したと述べている。

1938年の夏、相羽の東京空港輸送社ではなく、日本航空輸送という別の会社が、エアガールを募集し500人を超える応募者の中から19歳から25歳の女性たち9人を採用したという。同社は1928年に日本政府が設立した特殊法人であり、国内幹線を定期運航し更に福岡から朝鮮半島の蔚山や京城（ソウル）、平壤を経て中国大陸の大連を結ぶ「外地線」の運行を主な業務とする、日本の空を代表するために創設された国策会社だったと記している。政府の肝煎りで誕生した国策の日本航空輸送は、収入の9割を政府の補助金で賄うほどの深刻な赤字経営であり、先進国として体をなすために日本政府が保持し続けた官営エアラインだったと説明している。

1937年の日中戦争をきっかけに、中国大陸へ渡航する文民の官僚、承認、報道関係者などの移動のために軍用機とは別に航空航路の拡大が急務となり、数多くの民間航空会社を吸収して設立された大日本航空はそれまでとは桁違いの航空事業を展開し、1940年には30人あまりのエアガールが大空を飛び交うようになった。この国策会社のエアガールたちは戦時下としては破格の厚待遇を受け、民間のエアガールの3倍から10倍の高給を得ており、機内では乗客たちに飲食を提供し、飛行中の位置とコース、どの位の時間に到着する予定なのかをメモにして乗客に廻しながら説明する機窓案内だったことが述べられている。しかし、1941年9月20日、日中戦争と外交関係の悪化から航空燃料や機材が枯渇し、エアガール一人分の座席も確保できない状況に陥り、昭和の天女と呼ばれたエアガールを廃止したことが記されている。

第2章 雲の上の「責務」 - 着物姿の「客室兵」 では、軍隊式の「訓練された客室兵」と呼ばれるほど組織的に客室乗務員を養成する研修制度あるアメリカの航空会社に対し、それを持たない日本航空の客室乗務員が「着物姿」でサービスをするというオリエンタリズムのまなざしを自ら身にまとい、新しく国際市場に参入し活路を見出していったことが詳述されている。

太平洋戦争の終結を告げた昭和天皇の「玉音放送」から9日後、連合軍は日本上空の飛行行動を禁止する命令を通告し日本の航空機は自国の空を飛行できなかったが、1950年、GHQは日本国内の航空事業を1社に限って許可するという覚書を日本政府に提示したことが述べられている。翌年、1951年1月に、会長の藤山愛一郎が中心となり戦後初の日本の新たな航空会社「日本航空」を立ち上げることに奔走し、翌年1951年8月1日日本航空株式会社が正式に発足し、新生エアガールを募集した。戦後初のエアガール募集は、社員総出で「英語、容姿、態度」の3要素で採点する面接を行い、約1300人の応募者から選ばれたのは15人の英会話が堪能な良家の才媛ばかりであったという。政府や出

資団体などの関係者や報道陣を羽田空港に招き、お披露目と宣伝のための一番機に、エアガール1期生たちは入社わずか1週間足らずで訓練を兼ねて搭乗し、1941年の消滅から10年を経て、日本の空にエアガールが復活したことが記された。

戦前のエアガールと全く異なる「客室」の事例として、占領下の日本航空が自前の機材所有を禁止されていたため、フィリピン航空から借り入れた旅客機に、日の丸を塗装し社名を書き入れたり、国際線への搭乗が豊富なフィリピン航空のベテラン客室乗務員を招き、客室乗務員の実技や心得を講習してもらったことも記述されている。その他にも、救護訓練のために東京慈恵会医科大学へ、給土の基本を学ぶために帝国ホテルへ、機内アナウンスの練習のためにNHKに出向きそれぞれの専門家からの指導を受けるという「借り物」だらけの研修が行われた例が挙げられている。

1954年2月2日、日本航空の念願だった国際定期便の一番機が政府要人の見守るなか21人の乗客を乗せ最終目的地のサンフランシスコに飛び立ったが、女性のスチュワーデス2人と男性のパーサー1人の計3人が搭乗し担当にあたったことが述べられている。日本航空は東海汽船から転職してきた船舶のスチュワード7人を中心とした11人を男性パーサーとして採用し国際線の客室責任者とした。スチュワーデスについては、海外への長期勤務や時差など国内線とは比較できない程、不規則な勤務を恒常的に強いられるため、最初期の客室乗務員から国際線の勤務形態に耐えうる人材を確保することが難しいと考え、国際線の乗務を明示してスチュワーデス4期生を募集し、21人の女性たちを採用したことが紹介されている。

戦前のエアガールと比べて戦後の客室乗務員の廃止した業務として「機窓案内」があると述べられている。具体的には、機窓に富士山が見えた時、乗客が立ち上がって一方の窓に集まることもあり航空機のバランスが取れなくなり危険が増したという理由で、戦前のエアガールの主な任務だった「機窓案内」が国際線で廃止され、やがて国内線でも省略されていったことを説明している。

限られた資源と膨大な赤字に苦しみながらも国際線に就航した日本航空に活路を切り拓いたのは、日本航空社長・柳田誠二郎の妻である洋画家の柳田美代子であった。客室乗務員の国際線の制服として着物風の制服に着替えて「日本趣味」の機内サービスを提供するというアイデアは実用性の乏しさからお蔵入りになったが、「本物の着物」に機内で着替えるという別のかたちで実現に至ったという。飛行中の揺れる機内の中で本物の着物を着たまま乗客の世話するのは難しく、しかも狭いトイレの中で和装の着付けを独りで短時間に終えるという事は困難を極めたが、当時の客室乗務員は着付けの心得があり着物を着慣れた人が多くいたため、この「日本の国花である菊の御紋を身にまとった着物サービス」は日本航空の国際線を象徴する新しい業務として定着し、日本料理の機内食や団扇などの記念品も用意された日本航空の独自性が外資系航空会社と比べ際立っていたことを著者は主張している。

1952年4月に占領期を脱した日本政府は、国際線を担う日本航空とは別に国内線に限定して民間航空会社の免許申請を受け付け、日本航空と競合しない国内ローカル線のうち、大阪より東を「日本ヘリコプター輸送」が、大阪より西を「極東航空」がそれぞれ担当することを条件にこの2社に国内定期便を運航する免許を与えたことを記している。日本ヘリコプター輸送の創設者である美土路昌一は極東航空を吸収し1958年3月に全日本空輸を設立し、国内の主要幹線である東京・大阪と東京・札幌間に定期便を就航し、新機材を導入するなど勢いを加速していったという。

日本航空は1961年に、東京・パリ間を結ぶ欧州線の初就航に合わせ、女性給士の意味を持つ労働者の色が強いアメリカ式のスチュワーデスから欧州で定着しているホステスに改称することで、客室における女性主人としての自覚を促すという意向で、客室乗務員の呼称をスチュワーデスから「ホステス」に変更することを正式に発表したとのことである。だが、バーやキャバレーなどの女給を意味する言葉として定着していたことから現場の客室乗務からは不満が噴出し、わずか5年でスチュワーデに再び戻すことになったと記されている。

1960年代のスチュワーデスは、憧れの職業として徐々に広まっていった。1966年に1年間に4度の重大事故が続発し、「飛行機は危ない」という負のイメージが急速に広まったが、客室乗務員の空の上の仕事に対する愛着、そして同僚が犠牲になっても自らの「責務 (duty)」を遂行する兵士のような覚悟と高い職業意識を持つ「純真さ」が繰り返し報道され、それが客室乗務員の社会的な定型イメージであったことが紹介されている。

第3章 低落する「職務」 - ジャンボ時代の混迷は、日本航空の国際線拡大により桁違いの数の客室乗務員が誕生し、大衆化された人気の職業になっていった経緯やボーイング社のB747の導入により、客室のサービスに乘客から様々な不満が渦巻き始めたことについて述べた章である。

1966年の航空事故の頻発は、日本の航空会社を苦しめたが、一方で、国際的な航空市場は拡大し続け国際線を担っていた日本航空は世界進出を果たす国策が進められ、1967年に日本航空は世界一周線の就航を宣言し大きな目標を達成した。こうした日本航空の明るいニュースは空の憧れを喚起し、観光目的で海外旅行に憧れを抱く日本人が確実に増え続けたことで、日本航空は「ジャルパック」という海外旅行商品に特化したパッケージブランドを開発し新事業に着手しやがて日本の海外旅行の代名詞になったことが取り上げられている。

「ジャルパック」の販売開始からの3年後の1968年7月、日本航空は250人の客室乗務員を募集し全国から6600人もの応募者が集まったという。この頃から日本航空は客室乗務員の採用枠を拡大していき、全日空も競争して増員したため、多数の客室乗務員が続々と誕生する時代に突入していったと述べられている。

このような客室乗務員をめぐる環境の変化にいち早く反応したのが、スチュワーズ予備校と呼ばれるスチュワーズ受験産業だ。美容マナー、接客態度、ことばづかい、英会話、航空総論、日本・世界地理、政治文化などを、元スチュワーズの講師陣から指導されるという「客室乗務員への道」が急速に整備され、依然として競争率は激しいながらも努力すれば内定できるルートであるという事が明らかになり、客室乗務員は数百人単位で毎年採用されるほどに民主化された人気の職業の一つに変化していったことが紹介されている。

1970年の夏、大阪万博に沸く日本の空に出現した「ジャンボ」と呼ばれる大型ジェット旅客機 B747 は日本航空の求めに応じて最大で 500 席ものシートを搭載でき、その座席数を埋めるために、割引運賃を積極的に提供した結果、航空運賃が安くなり飛行機を使った旅行が急速に人気を集めていったようだ。一方で、客室乗務員一人で担当する座席数の多さゆえに余裕なく動き回る姿は、無愛想に見えたり、飲み物や食事の提供を待たされたりと、ジャンボに乗務する客室乗務員の「職務 (Operation)」の「遅さ」に対する低落ぶりについてしばらくの間は批判する声が高まったことを指摘している。職務 (Operation) の質を向上させるための一環として、日本航空は 1970 年 3 月、約 7 億 4000 万を費やして、地上 7 階地下 1 階の「乗員訓練センター」を羽田に設立し、ジャンボの客室を再現した実物大模型が新設され広い客室での機内サービスを学ぶ事が可能になったことを述べている。

ジャンボが就航した 1970 年の採用試験から、受験者の運動能力を実際に測定するテストが加えられた。これに対して、1973 年には「英会話能力」が必須の応募条件から外れ、採用の時点では「英語の素養があれば良い」というレベルまで大幅に緩和されたという。こうした採用条件の緩和の背景には、女性の客室乗務員の深刻な人手不足があり、ジャンボ導入と増便を視野に入れ、1 年間に 1000 人以上の新人を採用せねば、機内サービスの維持ができなかったと説明している。英会話重視から体力重視へ、そして 1000 人の大量採用へと時代は移り変わり、全国から集めた新人たちを「乗員訓練センター」で集中的に訓練し、直ちにジャンボへ送り込むといった採用、教育の現場が大きく様変わりしたことを明らかにしている。

この頃の日本航空は、ボーイング社と協力して藤、橘、松、紅葉の四季をモチーフにした「大和絵風の豪華な壁画」や「シートカバーや壁紙を飾る日本古来の紋様」などを客室中に配し、「空飛ぶ日本館」の演出に努めたり、ファーストクラスでは「つきぢ田村」の指導のもと懐石料理を、エコノミークラスでも「幕ノ内弁当」を新たに開発し、400 人を超える多数の乗客に素早く提供できるように工夫を凝らしたことを述べている。

第 4 章 見出された「任務」 - 接客マナーと「自分磨き」では、「辞めないスチュワーズ」たちの高度な職業意識の変化や自分磨きの達人であることが期待され、スチュワー

デスは「憧れの職業」から「憧れの自分」を手に入れるためのルートへと転換していったことがまとめられている。

1972年には1年間で約30%もの客室乗務員が退職したが、その割合は、5年後の1977年には13%、1979年には9%まで低下し、在籍年数は1980年代初頭には5年を超えたという。1970年代の後半から客室乗務員が長く飛ぶようになった理由として、結婚後も退職を強いらずに勤務できるようになったことや、昇進制度が徐々に改正され客室の責任者であるチーフパーサーを頂点とする役職に、女性の客室乗務員が就けることになったことが挙げられている。この頃から、「辞めないстюワーデス」たちの意識が変化し、いわゆる結婚までの「腰かけ仕事」ではなく仕事に自信と愛着を抱き、自らの言葉で主体的に語り、退職後の人生でも積極的に活かそうとする客室乗務員が多数現れるようになり、このような理由で退職者の減少と在籍年数の延伸という数字に反映されたと言及している。

1976年には客室乗務員の採用基準が大幅に改定され、例えば日本航空の場合、身長157センチ以上体重48キロ以上という条件が削除され「身長、体重のバランスがとれた健康な女性」という表現になり、「反復横跳び」「ジャンプ力」「上体起こし」などの体力検査が実施され、国際線の激務に耐えられる人材の確保に動いたことが紹介されている。体力重視の方向転換が知られるようになり、新卒採用とは別に中途採用の枠を増やし即戦力を求めた日本航空では、警察官や看護師などから転職する社会人も現れはじめこれまでとは比較できない程、多種多様なバックグラウンドを持つ新人たちが訓練センターに集まることになったことを説明している。

日本航空では、優秀な若者を「見つける採用」から「育てる採用」へ方針転換をし、乗員訓練センターでは様々な訓練カリキュラムの開発を試み、全国から採用された多様な訓練生のために長時間の座学と実技講習を通して特訓し、一人前の「日航стюワーデス」に育て上げるために力を注いだ改革について取り上げている。

このように1970年代の後半から1980年代にかけて、客室乗務員のイメージは、もはや少数の「容姿端麗」で「英語堪能」な「良家の才媛」ではなく、年間1000人規模の大量採用の時代を経て大衆化し、体力と健康を重視した「原石」たちになった。すなわち、訓練センターで鍛え上げられ、機内の現場で磨かれた「原石」たちは、一人前の「日航стюワーデスという宝石」として光り輝くことが期待されたと記している。

日本航空は、1985年7月にマナー研修を派遣する専門の子会社「JAL コーディネーションサービス」を設立し、月平均50件の申し込みがあり、1986年の3月4月の新入社員研修シーズンは計150件の予約が殺到し教官役の「日航стюワーデス」が2人派遣されるサービス料金は1日コースで12万円、2日では24万円と高額だったにも関わらず大盛況だったという。この頃の日本航空は、海外の出張や旅行で困らないように日航стюワーデスがマナーを説く指南書『JAL スチュワーデスのトラベルマナー & アドバイス』を出版し、マナーの達人としての日航стюワーデスの宣伝をすることに力を注いでいる。

1980年代以降の客室乗務員たちは、厳しい訓練と国際線の実務で磨かれた接客スキルを身に付けた「マナーの専門家」としてのイメージを獲得していったと山口は主張する。

日本航空の客室乗務員が退職したあとに、「元日航スチュワーデス」を肩書にし、「マナーの専門家」として起業し、現職や元職の客室乗務員が講師をするマナー研修を提供する会社は急速に増えていった。「感性の訓練」を思考のベースとし、礼儀作法だけでなく、気づくことを重ねていくことで「自分磨き」に勤しみ、「内面から自分を磨いていく」ことの価値と魅力が講師から伝授されたことを本書では紹介している。

第5章 相続される「おもてなし」 - 「CA」の思考では、全日空が客室乗務員の名称を、ジェンダー（性差）を固定化する女性名詞である「スチュワーデス」からジェンダー（性差）を限定しない「キャビンアテンダント（CA）」に変更した出来事や、アルバイトスチュワーデス問題、「おもてなし」という品格労働について説明している。

1988年1月、全日空は、「本格的に国際線進出を目指すにあたり、ふさわしいもの」（『朝日新聞』 1988年1月17日版、本書より再引用）を検討した結果、客室乗務員の名称をスチュワーデスからキャビンアテンダント（CA）に変更した。日本の客室乗務員の歴史を先導してきた日本航空は1996年までスチュワーデスという呼称を使い続けていたが、全日空の方が8年も先に世界の標準から遅れた「スチュワーデス」という呼称を変更したことは注目すべき点だと山口は言及している。この頃から、全日空が日本航空の先を行く数々の試みが功を奏し、両社の関係が大きく変化していったことを述べている。

全日空は1971年から国際線の運航はしていたが日本航空との競合を避けるため不定期且つ近距離のチャーター便に限って政府の認可を受ける「二番手」の航空会社だった。日本航空が1987年に完全民営化され、日本航空が国際線と国内幹線を、全日空が国内幹線とローカル線を、東亜国内航空が国内ローカル線をそれぞれ担う「45・47体制」を政府が見直したことがきっかけで、全日空は1986年3月の東京・グアム線を皮切りに、アメリカのロサンゼルスやワシントンDCなどへ国際線の定期便を続々と就航するようになり、日本航空と肩を並べる「2大エアライン」として新たな日本の航空市場が整備されたことを説明している。

この章で特に注目すべき点は、バブル景気が崩壊し「就職氷河期」という流行語が日本中を覆った1994年、日本航空の子会社である日本アジア航空が、時給制の客室乗務員を新規募集したことだ。契約期間は最長で3年間、時給は1300円で学生のアルバイト並の待遇という新制度を導入し、日本の客室乗務員の労働環境が激変したことを述べている。それまでの客室乗務員とは外見は同じだが、労働環境がまったく異なる「アルバイトスチュワーデス」が年々増加し、20世紀末には客室乗務員は、もはや「憧れの職業」とは言い難くなったことを論じている。

また、山口は、アメリカの社会学者であるA・R・ホックシールドが提唱した概念で、

仕事をするうえで常に自分の感情をコントロールすることが求められ、我慢したり明るく振る舞うことで自らの感情を酷使する「感情労働」について取り上げている。日本の客室乗務員の歴史に焦点を当て、欧米の客室乗務員とは異なる水準の「日本のおもてなし」独特の論理について述べている。

山口は、2000年代に日本社会に浸透した「CA」について、歴代の客室乗務員が生み出した伝統と遺産の相続人であることを示し、全日空の現役CAたちが極意を説く書籍『キャビンアテンダントのおもてなし』に注目し、おもてなしには「気づき」や「感性の訓練」や「自分を豊かに大きくしてくれる仕事」などその従事者の人格に深く関与する言説が結びついてきたことを指摘する。その事例として山口は、「おもてなしはお客様のためだけではなく、自分自身の人格を磨き育てることもつながるため、その能力を探求することはお金の為、人の為、他人の為ではなく自分の為に喜んで行い、自分を豊かにするために有益である」といった考え方を挙げている（山口 2020：214）。日本のおもてなしを自任するCAたちは、自身の品格を磨くために、対価を求めない無償の自発的な奉仕を行っており、「美しい日本の私」の品格こそが労働資源となっている、と結んでいる。

おわりに

本書の著者である山口は、現代の観光現象を社会学的な理論により分析してゆく立場の研究者であり、現在は教壇（獨協大学外国語学部）に立っている。本書の「はじめに」の中で、「学術的に通観されることのなかった日本の客室乗務員の歴史を分析の縦系として、その時々々の新聞や雑誌の記事、テレビ番組、広告などに描かれたメディア言説を分析の横系として用いることで、時代とともに変遷してきた日本の客室乗務員のイメージを復元し、その社会的意味を観光社会学の視角から考察する」と著者が述べているように（山口 2020：vi）、これまで日本の客室乗務員の歴史やイメージを観光社会学の視点で体系立ててまとめた書籍は少なかった。本書は、1931年から現在までの約90年に亘り独特の変遷を遂げている日本の客室乗務員の歴史を解き明かし、広範囲で複合的な「客室乗務員の世界」を鮮やかに描き出すことに成功したといえよう。

各章では、多くの事例が取り上げられていることから、読者の興味に応じてニーズに合った箇所から読み進めることができる。また、筆者はエアガール、エアホステス、スチュワーデスの呼称を3つに分けて当時の時代背景とオーバーラップさせた役割を論じており、大変読みごたえがある。しかしながら、2013年に全日空、2015年に日本航空が約20年続いたアルバイトスチュワーデス制度を解消した後の「正社員採用の客室乗務員」の活躍ぶりや、人材育成を強化し早期育成を図っている点を詳述していないことが本書の弱点であるといえる。全ての客室乗務員を正社員採用にして以降、アルバイトスチュワーデスでは制約上できなかった、機内マネジメントや組織運営といった「責任のある役職」を若年層に

任せキャリア形成を強化し、定着率が安定してきた経緯等の言及があるとさらに意義深くなったのではないかと感じた。

また、本書では「日本における客室乗務員は『自分磨き』を究極の目標にしている」と紹介されている（山口 2020：179）。確かに、様々な海外の渡航先に滞在できるライフスタイルに照準をあて、雑誌などのメディアで報じられる客室乗務員の姿は「自分志向」のように見受けられることも十分に頷ける。しかし、実際は、乗客の尊い命を預かり、機体のトラブル発生時や、乗客が身の危険にさらされるような突発的な事件の際などに保安要員としての側面を持つ客室乗務員の仕事を「自分磨きを究極の目標にしている」ことと同列に論じることは躊躇が残る。

以上、本書の内容を紹介してきたが、これから客室乗務員を目指す者はもちろん、海外からの日本への旅行者の接遇に関わる関係者、国際交流や、外国語学習に関心がある方にとっては、一読の価値がある書籍である。

引用文献

- (1) 櫻村妙子 2010年 「キャビンアテンダントのサービスクオリティに関する研究 - 社会心理学的視点によるキャビンアテンダントと乗客とのインタラクションに着目して」『東洋大学大学院国際地域学研究所紀要』第47巻、103-120頁
- (2) 森京華 2019年 「職務経験を通じた察しのスキル学習プロセスに関する事例研究：航空会社の客室乗務員に着目して」『同志社政策科学研究』第21巻第1号、77-92頁

(書誌情報：『客室乗務員の誕生「おもてなし」化する日本社会』 山口 誠 著 岩波書店 2020年2月発行 252p ISBNコード：9784004318255)