

関口 英里

SEKIGUCHI Eri

准教授

【現在の専門分野】

メディア文化論、日米における消費文化研究、メディア教育

【現在の研究テーマ】

文化装置の分析を通じた現代消費社会とメディアに関する研究、
メディアを活用した教育の実践に基づく研究（eコマース等）

【学 位】修士（言語文化学）（大阪大学）、M.A. in American Studies（アメリカ・ペンシルバニア州立大学）、
博士（言語文化学）（大阪大学）

【所属学会】アメリカ学会、日本比較文化学会、日本教育工学会、言語文化学会、日本レジャー・レクリエーション学会

■ 主要研究実績

(著書) 現代日本の消費空間 文化の仕掛けを読み解く 世界思想社	2004年
シュンボンオン (共著) 朝日出版社	2006年
言語と文化の饗宴 (共著) 英宝社	2006年
東京オリンピックの社会経済史—大衆消費社会の誕生 (共著) 日本経済評論社	2009年
(論文) 日米のテーマパークにおけるハロウィン・イベントの展開 比較文化研究	2008年
文化装置としての百貨店—現代日本における祝祭イベントと消費文化をめぐる展開 比較文化研究	2009年
都市型大規模イベントとメディアをめぐる仕掛け レジャーレクリエーション研究	2010年
消費文化の仕掛けづくりを通じた人的交流と地域活性化の試み レジャーレクリエーション研究	2011年
産学連携プロジェクトにおけるイベント・プロデュースの実践 レジャーレクリエーション研究	2012年

■ 学内外研究費による主要研究活動歴

同志社女子大学 研究助成金（個人研究）	2003、2004、2005、2006、2007年
同志社女子大学 在外研究助成（海外出張費補助）	2008、2010年
[1960～1970年代日本のメディアイベントと都市の文化装置をめぐる消費文化の展開]（口頭発表）立命館大学人文科学研究所／国際言語文化研究所／サントリー文化財団ヴァナキュラー文化研究会	2010年

■ 主要な担当授業科目

[大学院] 情報文化特論Ⅳ
[大 学] eコマース研究、情報メディア演習、都市メディア論、情報メディア 応用演習など

文化の仕掛けを読み解く視点を養い、電子商取引（eコマース）を体験的に学ぶ仮想企業の経営を指導する

日本には、さまざまな分野で数多くのアメリカ文化が取り入れられています。社会的・商業的に、国民の一大行事となっているクリスマスもその一つです。しかし一方で、クリスマスと同じ外来祝祭でありながら、ハロウィンのようになかなか日本に定着しない文化もあります。その違いはどこにあるのか、ひいては、日本はアメリカの文化をどのように自国の文化として再構築しているのか、日本特有の現代文化や消費文化を通して探求しています。また、テーマパーク以外にも、動物園や万博、五輪など、多様な文化装置の分析を行っています。

こうした研究に関連して、ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社の「ディズニー・ハロウィン キックオフ会議」に招かれ、「文化装置と

しての祝祭：ハロウィンをめぐる日本の消費文化的背景」と題した講演も行いました。

インターネット上での電子商取引や 広報活動を体験するイベントに出展

仮想ネットビジネスの実践を行う「eコマース研究」や、ゼミ「情報メディア演習」の授業では実存企業との産学連携を行い、マーケティング、商品企画、販売に至るプロセスを指導。これまでに楽天㈱、(株)岩田良、TNCブライダルサービス㈱とのコラボレーションにより、雑貨品からウェディングプランまで、学生アイデアの商品化ならびにネット販売の実績を挙げ、メディアにも多数取り上げられています。「eコマース研究」では、アントレプレナーシップ開発センター主催の全国大会

「バーチャルカンパニートレードフェア」に毎年参加し、「指導者賞」、「優秀賞」、「学生賞」など、専門家の審査に基づき、各種の賞を受賞しました。

BOOK

