



Title	観光ホスピタリティ認知概念の構築
Author(s)	岡本, 健
Citation	HOSPITALITY, 17, 131-139
Issue Date	2010-03-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/47298
Type	article (author version)
File Information	HOSPITALITY17.pdf



[Instructions for use](#)

観光ホスピタリティ認知概念の構築

Construction of Tourism Hospitality Cognition Model

北海道大学国際広報メディア・観光学院 岡本 健

OKAMOTO Takeshi

キーワード 観光旅行者、観光ホスピタリティ認知、旅行行動

1. 目的と背景

本稿の目的は以下の2点である。

1点目は、ホスピタリティ認知概念⁽¹⁾について、修正および精緻化を行うことである。

2点目は、精緻化したホスピタリティ認知概念を用いて、観光旅行におけるホスピタリティ認知を分析する際の枠組みを構築することである。

このような目的を設定するに至った背景は以下のとおりである。

近年、我が国では様々な場面で、観光振興が重要視されている。それは、平成19年1月に観光立国推進基本法が施行され、平成20年10月1日に観光庁が設立されるなど、国策の方向性に表れているとともに、観光やホスピタリティ、地域振興などに関するカリキュラムを持つ高等教育機関が増加していることにも、表れていると言えよう。地域の疲弊、定住人口減少の解決策として、交流人口を増加させる観光が有効であるにとらえ、積極的に観光振興に取り組む自治体も多い。

一方、交通インフラの整備や情報通信技術の進展などの影響で、旅行者の中には、これまでの旅行会社利用中心の旅行行動だけでなく、自分自身で旅行をデザインして楽しむ人々が出てきている⁽²⁾。

このような状況では、旅行者が旅行の様々な段階で、どのような感覚を得るのか、他者とどのようなコミュニケーションを取り、そこから何をgetするのか、といったことが大きな問題となってくる。

例えば、産業的な視点では、旅館やホテルに対する満足度や旅客のリピーター化の条件などが問題となり、地域振興の視点では、地域住民と旅行者が直接関わることによる双方への影響、旅行者が何度もその地域を訪れるようになる条件や、その地域を好むようになる条件などが問題となるだろう。

そうした問題について考察するためには、科学的な手法で事象を観測し、そこから得た知見を統合する必要がある。そのためには、研究の概念枠組が必要になる。人がホスピタリティを感じる、ということを経験的に分析するための枠組として「ホスピタリティ認知」概念が提案されている（図-1）

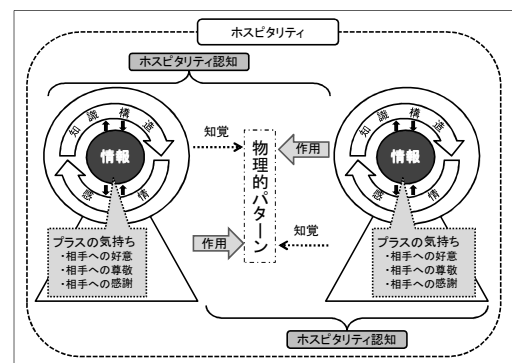


図-1 ホスピタリティ認知概念⁽³⁾

ホスピタリティ認知概念では、「人が他者の作用によって産出された物理的パターンからプラスの気持ちという情報を構築すること」を「ホスピタリティ認知」と名付けており、2者以上でホスピタリティ認知が生じることをホスピタリティと定義している。

確かに、このように整理すると、人と人が出会った場面でのホスピタリティ認知計測に関して、一定の枠組みが構築できているといえる。しかし、観光旅行場面でホスピタリティ認知概念を用いる場合、この研究枠組みには大きく2点の課題があると言えよう。

1 点目の課題は、既往研究でも指摘されているとおりの⁽⁴⁾、それぞれの概念に関して、さらに詳細な記述が必要であることである。

2 点目の課題は、時間の経過と場所の移動の概念の不足である。前述した通り「ホスピタリティ認知概念」は、図-1のように整理できるが、これはある一つの場面に限定されたものである。観光旅行場面において、旅行者の移動や、時間の経過は人と人との相互作用や、それによって生ずるホスピタリティ認知に大きな影響を与えるため、無視することはできない。

2. 方法

本稿の目的を達成するために、以下の2点の方法をとる。1点目は、認知心理学や社会心理学の知見を導入することであり、2点目は、それによって精緻化されたホスピタリティ認知概念に「場所の移動」と「時間の経過」の概念を導入することである。

2.1. ホスピタリティ認知概念の精緻化

ホスピタリティ認知概念は、認知心理学や社会心理学、基礎情報学など、関連分野の知見を整理し、人と人が出会う際に、ホスピタリティがどのように生ずるのかについて研究を行うためのモデルである。これは、ホスピタリティについて科学的な検証を可能にするための概念構築をおこなった点については評価できるが、人と人との出会いの場面を分析する際の包括的な概念とするには、知見の更なる収集と整理が必要である。

特に、人間観や情報観については、一般的に用いられているものと異なる定義もあり、更なる精緻な説明が必要となる。そこで、本稿では、観光旅行の際の人と人との交流や、人間心理を研究していくための基礎的な概念

構築を行うために、ホスピタリティ認知概念のモデルを、社会心理学および認知心理学の知見を中心に整理することによって、さらに精緻化する。

2.2. 時間の経過と場所の移動の概念の導入

ホスピタリティ認知概念には、時間の経過と場所の移動の概念が不足している。ホスピタリティ認知概念では、概念を実際に応用可能なものにするために、「ホスピタリティ場面」を設定しているが、これを観光旅行場面に応用する場合は、時間の経過や場所の移動について考察する必要がある。なぜなら、観光旅行行動は、基本的に場所の移動を伴うものであり、それとともに時間の経過も起こるからである。本稿では、「ホスピタリティ認知概念」に、時間の経過と場所の移動の概念を導入し、観光旅行場面におけるホスピタリティ認知計測のための概念を構築する。

3. 結果

ホスピタリティ認知概念の精緻化による概念の再構築および、「観光ホスピタリティ認知概念」の構築をおこなった結果を示す。

3.1. 「ホスピタリティ認知」の再定義

本稿では、先行研究で示された、「ホスピタリティ認知」概念の定義⁽⁵⁾を用いつつ、その定義を精緻化し、事象を分析する際の分析枠組みとして再定義する。「ホスピタリティ認知」とは、「人が他者の作用によって産出された物理的パターンからプラスの気持ちという情報を構築すること」であり、ホスピタリティ認知の基本構成要素は、人と物理的パターンである。それぞれについて精緻化するとともに、概念同士のつながりについてもさらなる説明を加える。

3.1.1. 物理化学的パターンと「情報」

「物理化学的パターン」は、この世界の中で人間が外部から感覚する可能性のあるものすべてである。ホスピタリティ認知概念では、風景をはじめとする光学的パターンや、話し

声や音楽をはじめとする音響的パターンなどを例にあげ、「物理的パターン」と定義していたが、人に嗅覚や味覚といった感覚を生じさせる物質は、化学的パターンと言ったほうが適しているので、それらをあわせて物理化学的パターンとする。

物理化学的パターンそれ自体は固有の意味を持たない。これは、物理化学的パターンが人に対して意味をもたらさないということの意味しない。人が感覚し、意味や価値を付与すること無しに、何か固定の意味を持った物理的パターンが外界に存在しているわけではない、という意味である。人が、物理化学的パターンを感覚し、認知や感情などによって、意味のある「情報」を構築する。つまり、同様の物理化学的パターンであっても、それを意味づける人が生きる時代、文化や社会、年齢、性格、認知的特性など様々な影響を受けるため、意味は一意に決まらないということである。

「情報」とは、人が物理化学的パターンを感覚し、既存の知識構造や、その時々感情や身体状態などに影響を受けて、意味付けがなされたものを言う。つまり情報は、人の外部に存在するものではなく、人の内部で発生するものであると捉える⁽⁶⁾。

3.1.2. 「感覚」とその範囲

人が物理化学的パターンを感覚器官でとらえることを「感覚」と呼ぶ。ホスピタリティ認知概念ではこれを知覚としていたが、解釈がかかわらない段階であることを考慮し、感覚とする⁽⁷⁾。人間は周囲の物理化学的パターンを感覚し、様々な次元で意味付けや価値づけを行う（認知する）ことで情報を生成し、生命活動をおこなっている。

ただし、人は存在する周囲の物理的パターンすべてを感覚し、処理することはできない。以下の2つの点で限界がある。

1 点目は、感覚器官が働く範囲による限界である。感覚器官はそれぞれに域値を持っており、それ以外の物理化学的パターンは感覚できない。また、物理化学的パターンが存在

しても、人の感覚器官に届かなければ感覚することはできない。光学的パターンを例にとつて言えば、光学的パターンが視野に入らない場合は、感覚することができない。

2 点目は、認知的処理の限界である。物理化学的パターンを感覚していても、それが意識に上るには処理がなされる必要がある。しかし、人間の処理能力には限界がある。人間は外界からの物理化学的パターンを得て、これを処理する際に、様々な限界を示す事が知られている⁽⁸⁾。

このように、感覚は万能ではない。それゆえ、例えば実験的にツアーを行い、そのツアーに参加した旅行者についてホスピタリティ認知的な検討を行うような場合に、実験者側が用意した物理化学的パターンを旅行者が感覚しているのか、感覚していても意識にのぼっているのか、などについては、慎重に検討する必要があることがわかる。

3.1.3. 「作用」

人が外部環境に対して物理化学的パターンを生成することを「作用」とする。それは、声を発する事や、手で押ししたり触れたりする事を指す。さらには、ただそこにいるだけでも、他者に対しては光学的パターンを構築していることになるため、作用をしていると言える。

人は、他者が作用によって作り出した物理的パターンを感覚し、それに意味づけをおこない、情報を生成する。人がおこなった作用は、その人の内面的な状態を推測し得る物理化学的パターンとなるため、人は、他者の作用を観測することで、相手の考えや想い、感情などを推測する。

3.1.4. 「認知」と「感情」

ホスピタリティ認知を生じる人の基本的なメカニズムを整理する。特に「認知」と「感情」の関係性について重点的に整理を行う。

人が物理化学的パターンを感覚し、それらを統合する、既存の知識や経験の蓄積である知識構造と参照するなどして意味付けし、情

報を生成することを認知と呼ぶ。

それゆえ、同一の物理化学的パターンを感覚しても、構築される情報は、人によって異なる。なぜなら、同様の物理化学的パターンを感覚しても、人によってそれを解釈する枠組みを作る経験などが異なっているからである⁽⁹⁾。

人間は、何かを経験し、それを認識する際に、経験などからなる知識構造（スキーマ）を参照すると言われている⁽¹⁰⁾。スキーマは物の見方を規定するものとも言える。ステレオタイプや偏見を生じさせ、それは簡単には変容しないことも報告されている⁽¹¹⁾。しかし、認知的な構えは、生得的で一定不変のものでは必ずしもなく、同じ人でも時間や状況が違えば、同様の物理化学的パターンを得ても、異なる「情報」を構築する。

人間は認知のみで「情報」の構築をおこなっているわけではない。その時々感情の影響も価値判断に大きな影響をおよぼす。特にホスピタリティ認知に関しては、プラスの気持ちという、感情面と密接に関わる事象を扱うため、感情を無視することはできない。

認知と感情は互いに影響を与えあっていると言われている。感情は、冷静な認知方略に対してノイズとして作用するものととらえられてきたが、進化心理学の観点から、「感情」は「認知」的に判断しては間に合わないような危急の自体に「わりこみ」をかけ、迅速な判断をうながす機能を持っていると言う説も出はじめ、近年では、感情をただ単にノイズとするのではなく、認知と感情がどのような関わりを持って適応的に作用しているのかが積極的に研究されている⁽¹²⁾。

現在では、認知が感情の生起とその内容に影響を及ぼす事に関する研究、感情が認知の内容に影響を及ぼす事に関する研究、感情が認知の方法に影響を及ぼす事に関する研究、感情と認知の相互作用に関する研究、に大別する事ができるとされており、認知と感情の関わり方には、様々なモデルや説がある⁽¹³⁾。認知と感情がどのような関係にあるかについては、今後の研究の進展を待たなければ確定

的な事は言えない状況であるが、いずれにしても、認知と感情は完全に独立した二つのシステムでは無く、関連していると言える。

3.1.5. 「プラスの気持ち」とホスピタリティ

「プラスの気持ち」とは、人間が構成する「情報」の一つである。相手に好意を抱いたり、尊敬したり、感謝したりするような、心理的な状態を意味する。「感情」や「認知」に影響を受けて生成され、また、生成された「プラスの気持ち」は、「認知」の枠組みや「感情」の状態を変化させる。

「プラスの気持ち」は、「情報」の一種であるので、物事に対する評価や価値づけに直接関わるものである。ホスピタリティ認知概念では、人が、他者の「作用」によって生成された「物理化学的パターン」を「感覚」し、「認知」と「感情」によって「プラスの気持ち」という「情報」を生成することを「ホスピタリティ認知」とし、それが2者以上の間で生じた状況を「ホスピタリティ」としている。

つまり、「ホスピタリティ」を観測する際には、「プラスの気持ち」の生成をいかにして外部から観測するかが重要になる。「プラスの気持ち」は、アンケートへの好意的なコメント、相手に対するお礼、金銭的報酬、笑顔、相手への援助的行動、ストレス指標の変化など客観的観測が可能な形で表出することが予想される。

「プラスの気持ち」とは逆の「マイナスの気持ち」は、相手に敵意を抱いたり、軽蔑したり、低く評価したりするような気持ちを意味する。マイナスの気持ちは、アンケートへの苦情、相手への苦言、報酬の要求、怒りや不満の表情、マイナスの気持ちを生じさせた相手への攻撃行動、ストレス指標の変化など客観的観測が可能な形で表出することが予想される。

ただし、上記にあげたような行動が外部から観測できたからと言って、それが直接、人間の心理的な状態を示していると即断することはできない。

それと言うのも、人間は、自分自身の状態をいつでも意識下で客観的にとらえることが出来ているわけではないからである。単純接触効果研究で示されているような無意識下における処理⁽¹⁴⁾、誤帰属と呼ばれる自分の状態を本当の原因ではないものによるものだと誤って帰属してしまう性質⁽¹⁵⁾、記憶の変容⁽¹⁶⁾、といった、自分自身でも気付いていないような物事への評価や判断を人間は行うことが分かっている。つまり、肯定的なコメントが質問紙やアンケート用紙に記入されていたからと言って、それはプラスの気持ちが本当に生成されたことを必ずしも保証しない。逆に、否定的なコメントが記入されていたからと言って、プラスの気持ちが生成されなかったと決定することはできない。

上で挙げたような認知的な処理に関するレベルでなくとも、質問紙やアンケート用紙に記入されたコメントから、人が生成した情報を読み取る際には慎重になるべきである。一見観光地に対してクレームのようなコメントを残す旅行者が、観光地の事を本気で親身になって考えている可能性もある。

3.2. 観光ホスピタリティ認知

前節で知見を整理し、再定義したホスピタリティ認知概念に、時間の経過と場所の移動の概念を加え、観光旅行行動時のホスピタリティ認知を計測するための概念を構築する。

3.2.1 時間の経過

整理したホスピタリティ認知概念に「時間の経過」の概念を加える。人間は時間の中を生きている。観光旅行をせずとも時間は経過し、人間は様々に変化する。特に観光旅行は、内的変化を求めて、移動をする行動であるから、時間経過によって旅行者の内的状況は大きく変化すると考えられる。

それゆえ、観光旅行におけるホスピタリティ認知を包括的に扱うためには、時間の経過を概念の中に組み込む必要が有る。ここで、観光旅行における旅行者を扱うための概念枠組を構築する試みで挙げられている「一連の

旅行行動」の概念を導入する。一連の旅行行動とは、旅行中を中心に、その前後を含めた行動のことを指す⁽¹⁷⁾。

3.2.2 場所の移動

ホスピタリティ認知概念に「場所の移動」の概念を導入する。前述したとおり、観光旅行は場所の移動をともなう行動である。

場所の移動は、時間と対応させると、「旅行前」には「出発地」、「旅行中」には「旅行目的地」、「旅行後」には「出発地」がそれぞれ対応する。観光旅行の定義は数多く存在し、それぞれ調査研究の目的に応じて設定されているが、出発地からどこかに移動し、戻って来る、という一連の行動を観光旅行としている場合が多い。本稿では、出発地から旅行目的地に移動し、出発地に帰って来ることを、観光旅行における場所の移動とする。

3.2.3. 観光ホスピタリティ認知概念

これまでに整理した概念を観光ホスピタリティ認知概念として統合すると、図-2のように整理することができる。

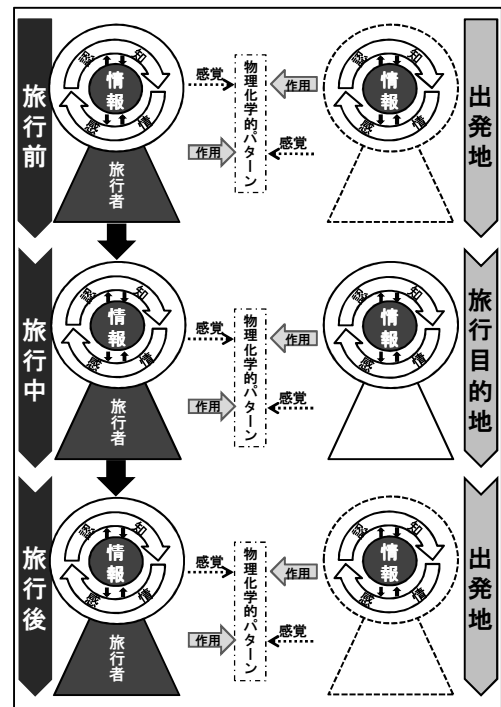


図-2 観光旅行場面におけるホスピタリティ認知概念

本モデルでは、特に立場を規定せずとも、様々な状況に対応する事が出来る。例えば、旅行者同士や地域住民同士、観光関連企業の社員と旅行者、など様々な主体同士のホスピタリティを扱う事が出来る。ただし、本稿では、説明の便宜上、左側の人型が「旅行者」を指し、右側の人型は旅行目的地で会う人を指すこととする。

旅行前には、旅行者は出発地にいる。出発地には、旅行目的で会う人は存在しないため、点線で表現されている。しかし、その場にはいないことは、旅行者に対してホスピタリティ認知を生じさせる可能性が無いことを意味しない。特に、近年情報通信技術の普及によって、旅行目的地に行く前から、様々な通信手段でコミュニケーションを取ることが可能になっている。例えば、旅行目的地で会う人が事前にインターネットなどを通じて、旅行者がプラスの気持ちを生じるような光学的パターンや音響的パターンを送ることは物理的に可能である。情報通信技術に限らず、ダイレクトメールやパンフレット、ガイドブックなどに関しても同様である。

旅行中に、旅行者は旅行目的地にいる。その場では、旅行目的地で会う人と実際に出会い、面と向かってコミュニケーションを取ることにも可能である。ここで、時間の概念を取り入れていることが大きく影響してくる。旅行中に至る前は旅行前であり、出発地から旅行目的地への場所の移動が伴う。これは、旅行者に予期や期待を生じさせることを意味している。時間の概念が無ければその場限りのホスピタリティ認知のみしか扱えないが、このように時間と移動の概念が導入されることによって、旅行者が抱いていた予期や期待と、実際の経験の比較・検討が行われることも扱う事が出来る。

旅行後は、旅行者は出発地に帰って来る。旅行目的地で会う人はまた眼前からはいなくなるが、旅行前にも指摘した通り、目の前にいないからといってホスピタリティ認知を生じさせないとは限らない。インターネットを用いて、旅行目的地で会う人の作用が、

旅行者に感覚されることも、その逆も有り得る。インターネットなどの情報通信技術を用いずとも、手紙のやり取りや、第三者を介在してのコミュニケーションなども有り得る。

4. 考察

3章で示した修正ホスピタリティ認知概念と、それを発展させた観光ホスピタリティ認知概念によって、どのような知見がもたらされたかを整理する。

4.1. 人間中心の観光研究

観光ホスピタリティ認知概念を用いることで、人間中心の観光研究やホスピタリティ研究が可能になる。それというのも、本稿の背景でも示した通り、近年旅行者のニーズが多様化し、企業や自治体に操作されない動きをし始めている。そのような状況では、どのような旅客が、どういった場面で、どのような事物に対してホスピタリティ認知を生じるのか、を調査や実験で明らかにしていく必要が有る。どのような旅客か、という点では、一般的には旅行者属性とされるものであるが、観光ホスピタリティ認知概念では認知や感情の有り方や志向性として表現される。どういった場面で、という点は、観光ホスピタリティ認知概念では、時間としては旅行前、旅行中、旅行後に、場所としては出発地、訪問地、出発地として表現される。どのような事物に対して、という点は、観光ホスピタリティ認知概念では、物理化学的パターンとして表現される。

このように、観光ホスピタリティ認知概念を導入する事で、旅行者の主観を分析の中心に据えた、人間中心の観光研究、ホスピタリティ研究を行う事が出来、また、それらの知見を統合するプラットフォームを準備することができる。

4.2. 旅行者の変化に関する研究

観光旅行は、外部から観測すると、場所の移動や人の置かれた環境の変化が大きな特徴となるが、旅行の目的は、場所の移動や、環

境を変えることのみでは無いだろう。

観光旅行を行う人の主たる目的は、むしろ内部環境の変化である。内部環境の変化を促すために、外部環境を変化させていると考える事ができる。

そうした場合、観光旅行においては、人がどこへ行ったか、何をしたか、という物理的な移動や、表面的な行動のみが重要なのではなく、観光旅行の経験を通して、どのような内的な変化が起こったか、ということも重要になると言えよう。

観光ホスピタリティ認知概念を導入することで、こうした場所の移動や時間の経過によって、旅行者にどのような内的変化が起こるのかについて、検討することが可能になる。

4.3. 研究方法への示唆

観光旅行者や施設利用者の心理的な側面をとらえる際に多く用いられる手法に質問紙調査が挙げられる。観光ホスピタリティ認知概念で説明すると、人が生成した情報を、その人が作用して生成する物理化学的パターン⁽¹⁸⁾を計測することで推測することになる。

しかし、注意せねばならないのは、そのように表出した物理化学的パターンは、本稿で整理したとおり、感覚から情報への処理過程や、情報から作用の段階で、様々な影響を受けていることである。統制を加えた実験環境においても、ムードの変化によってそのパフォーマンスは大きな影響を受けるので、より複雑な現実場面の人間の情報生成および作用は様々な影響を受けていることが考えられる。

旅行者や地元の人々など、観光に関わる人間に関する研究を行う際には、こうした人間の様々な性質を考慮に入れ、質問紙の限界を正確に理解しつつ進める必要がある。また、それ以外の手法を用いる際も、人間の内的過程をおろそかにして行った調査による検討や、解釈は、説得力に欠けると言わざるを得ない。

観光旅行に関する旅行者や地元住民などを対象とした心理学的研究は、実験状況を設定することが難しい点や、実際の観光旅行では様々な事象が起こり、全てを記述することは

ほとんど不可能である点から、上で指摘したような厳密なコントロールは難しいが、研究者はそのことに自覚的であるべきであろう。

5. 今後の課題と展望

本稿では、ホスピタリティ認知概念を再構築し、それを発展させて観光ホスピタリティ認知概念を構築し、そこから得られる観光ホスピタリティ認知研究の方向性を検討した。

とはいえ、認知心理学や社会心理学の知見は数多くあり、さらなる知見の収集と整理が必要になることは言うまでも無い。また、今回構築した概念を用いて、実証研究を行い、データを得、それを元に概念をさらに精緻化する必要がある。

このような旅行の前後を含めた一連の旅行行動における旅行者の心情やその変化を総合的にとらえようとする試みは管見の限り見当たらない。一連の旅行行動全てを扱わずとも、情報収集段階、現地での出会いの段階、旅行終了後の段階、それぞれでの独立した知見を、観光ホスピタリティ認知概念に統合することで、旅行行動全般にわたる、ホスピタリティ認知の生起メカニズムを明らかにすることが期待できる。

また、そうした概念構築がなされていくことで、具体的に人々がどういった状況でどのような人や物に対してホスピタリティ認知を生じるのか、という問題に関して、定量的な検討も可能になっていくことが期待できる。

【補注】

- (1) 参考文献 [9] を参照。
- (2) 参考文献 [1] [10] [15] を参照。
- (3) 参考文献 [9] を参照
- (4) 同上
- (5) 同上
- (6) 参考文献 [7] [8] で示された、意味を重視して情報をとらえなおす試みに着想を得た。
- (7) 参考文献 [4] の p. 1-2 を参照
- (8) 参考文献 [14] の p265 「処理容量」を参照
- (9) 一人の人が、ある場所に存在する場合、そ

の全く同じ場所に、全く同じ時間に他の人が存在することは物理的に不可能である。例えば、生まれてからずっと隣接して生活をしていても、目で見えている景色は微妙に異なるし、身体の状態なども異なる。ゆえに、似た境遇や環境で育っても、経験が全く同様である、ということはありません。

(10) 参考文献 [14] p266 の「スキーマ」、および参考文献 [6] を参照。

(11) 参考文献 [12] を参照。

(12) 参考文献 [3] を参照。

(13) 認知と感情に関する説やモデルの詳細な説明は、参考文献 [13] を参照。

(14) 対象への単純な繰り返し接触が、その事に関して主体は無意識であっても、当該対象への好意度を高めるという現象である単純接触効果についての様々な知見が参考文献 [5] に整理されている。

(15) 参考文献 [14] pp. 200-201 を参照。

(16) 参考文献 [2] では、記憶の変容について関連が深い目撃証言の研究に関して知見が整理されている。

(17) 参考文献 [11] では、「一連の観光行動」としているが、本稿では、より旅行者の視点を重要視するため、「一連の旅行行動」とした。

(18) この場合は、筆記用具で紙に記された文字のことである。

【参考文献】

[1] 石森秀三・山村高淑(2009)：「情報社会における観光革命：文明的に見た観光のグローバルトレンド」『JACIC 情報』, Vol. 94, pp. 5-17.

[2] 巖島行雄(2000)：「目撃証言」『記憶研究の最前線』太田信夫・多鹿秀継(編著), 北大路出版, pp. 171-194.

[3] 北村英哉(2004)：「認知と感情」『認知の社会心理学』大島尚・北村英哉(編著), 北樹出版, pp. 108-130.

[4] 松田隆夫(1995)：『視知覚』培風館

[5] 宮本聡介・太田信夫(2008)：『単純接触効果研究の最前線』北大路書房

[6] 中島義明(1995)：『情報処理の心理学 認知と「基準」』コロナ社

[7] 西垣通(2004)：『基礎情報学』NTT 出版

[8] 西垣通(2008)：『続・基礎情報学』NTT 出版

[9] 岡本健(2009a)：「ホスピタリティ研究における分析枠組みに関する一考察 —ホスピタリティ認知概念を用いた研究方法の提案—」『HOSPITALITY』No. 16, pp. 129-136.

[10] 岡本健(2009b)：「らき☆すた聖地「鷲宮」巡礼と情報化社会」『観光の空間』神田孝治(編), ナカニシヤ出版, pp. 133-144.

[11] 岡本健・山村高淑(2008)：「観光行動中に観光者が得る情報に関する一考察 ～観光現象を分析するための情報理論の構築に向けて～」『第 23 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』pp. 483-484.

[12] 潮村公弘(2004)：「ステレオタイプと偏見」『社会的認知研究のパースペクティブ』岡隆(編), 培風館, pp. 85-100.

[13] 田中知恵(2006)：「感情と認知の主要理論」『感情研究の新展開』北村英哉・木村晴(編), ナカニシヤ出版, pp. 21-42.

[14] 山本眞理子・外山みどり・池上知子・遠藤由美・北村英哉・宮本聡介(2001)：『社会的認知ハンドブック』北大路書房

[15] 山村高淑(2008)：「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究～アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察～」『北海道大学国際広報メディア・観光学ジャーナル』No. 7, pp. 145-164.

Key Word :

Methodology for Hospitality and Tourism Studies, Tourism Psychology, Tourism Hospitality Cognition,

Summary :

This paper has two purposes. One is to refine Hospitality Cognition Model (HCM). Another is to discuss about methodology for Tourism Hospitality Cognition Model (THCM).

This report suggests that through the use of THCM, it will become possible to research Tourists Hospitality Cognition scientifically and to integrate the results obtained by these researches.