

# 大学生の「ホスピタリティ」に対する認識についての調査

## A survey of university students' perception of “hospitality”

安宅 真由美

### 1. はじめに

近年、「ホスピタリティ」という言葉は、特に産業界を中心に使われる頻度が増えており、大学でも観光系の学部を中心に「ホスピタリティ」関連の教育が行われているところが多い。しかし、本来は広範な意味を含有する「ホスピタリティ」を、接客のマナーやビジネスマナーの意味に限定して理解していたり、「おもてなし」や「サービス」などの他の概念と混同し自分が我慢して一方的に相手に尽くすことであると誤解していたりすることが少なくないようである。このことがホスピタリティ産業の現場で働く人々の精神的な疲弊を招く一因となっているのではないかと考え、この問題の解決に向けホスピタリティ教育のあり方を検討する必要性を感じている。そして、そのためにはまずは「ホスピタリティ」が一般にはどのように認識されているか、その実態を把握する必要があると考えた。

そこで、大学生の「ホスピタリティ」に対する認識を把握することを目的に、観光関連やホスピタリティ関連の授業を履修予定の4大学の学生合計140人に、ホスピタリティの認知度、ホスピタリティに対するイメージ、ホスピタリティの適用範囲に関する感覚などについて質問表調査を実施した。本稿はその報告と考察である。ホスピタリティ概念の類型や適用範囲に関する先行研究、および大学生のホスピタリティに対する意識調査の先行研究を概観した上で、本調査の結果について報告しホスピタリティ理解の実情とホスピタリティ教育の今後の課題について考察する。

### 2. ホスピタリティ概念の類型

はじめに、ホスピタリティに対する学生の認識と比較するために、研究者によるホスピタリティの概念規定についての先行研究を概観する。「ホスピタリティ」の定義は、研究者によってさまざまである。例えば、近藤（2007）は「ホスピタリティとは、特定の価値を生産し相手に渡していくというサービス過程における、提供者の、主に「態度」およびその基礎となる「姿勢」の問題である」（近藤，2007：194）と述べて態度や姿勢に注目し、サービス要件を構成する一要素がホスピタリティであると主張する。また、力石（1997）は「物事を心、気持ちで受け止め、心、気持ちから行動すること」（力石，1997：51）と述べ、心の表現方法としての行為の側面に重点を置く。吉原（2014）は、ホスピタリティは「人間が生きることに関係するすべてのものを一気に含有している言葉」という。そして「ホスピタリティという言葉の中には、コミュニケーション、リーダー

シップ、対人関係、表現力、傾聴力、接客、気遣い、心配り、顧客満足、サービス、阿吽の呼吸、礼儀・節度、空気感等々の意味がすべて詰まっている」(吉原, 2014: 前書き) と述べている。

表1：ホスピタリティの概念規定の類型と要約

①精神重視派	<ul style="list-style-type: none"> <li>精神や心を重視する立場、心理的・情緒的な心の交流を重視</li> <li>こころ、感動、共感などがキーワード</li> <li>「共に心を共感し合い、お互いの気持ちを大切にし、思いやりを持つところにホスピタリティが生み出される」</li> </ul>
②行為重視派	<ul style="list-style-type: none"> <li>行為・行動を重視する立場、人間同士の触れ合い行動や行為を重視</li> <li>ホスピタリティは 行為や行動により表現できるものと捉える</li> <li>「無性の行為や創造行為により、お互いの気持ちが伝達し合う時にホスピタリティが生み出される」</li> <li>精神的側面を否定するものではなく、こころや気持ちを形として行為に表すことに重点を置く</li> </ul>
③関係性重視派	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係性や機能を重視する立場</li> <li>社会的関係の中で相互関係を基盤とした共生関係を重視する立場</li> <li>ホスピタリティを成立させるための社会システムや人間関係を重視</li> <li>社会システムの中で信頼関係を成立させるためにはどのような要因が必要であるのかを重要な観点とする</li> </ul>

出所：岸田(2012, 2017)を元に筆者作成

表2：ホスピタリティ事業の対象領域

①最狭義	宿泊・料飲事業
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホテル・レストランなどが対象</li> <li>接客にあたるスタッフなどの表現・表情・立居振舞いが対人関係を中心とした、人間性特化型事業</li> </ul>
②狭義	観光業(旅行・交通・宿泊・料飲・余暇)関連事業
	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者にとって非日常的な体験となる、あらゆる有形・無形な資産</li> <li>旅行、宿泊、飲食、エンターテインメント、レクリエーションなどを含めた観光業を中心とする領域</li> </ul>
③広義	観光・医療・健康・都市行政、教育事業・関連事業
	<ul style="list-style-type: none"> <li>営利・非営利の別なく、人的態度を不可欠な要素としている事業体</li> <li>観光事業、医療・福祉・介護、教育・文化団体・学術研究事業なども包括</li> </ul>
④最広義	人的対応・取引するすべての事業 ホスピタリティを媒体とする事業
	<ul style="list-style-type: none"> <li>人間生命の尊厳、地球にやさしく、人類・自然との共生と思いやりの精神を共通の課題としている、国内外の全ての事業体</li> </ul>

出所：山上(2008)を元に筆者作成

このように、研究者によるホスピタリティの概念規定は多様であるが、岸田（2012）はそれらを精査し、①精神重視派、②行為重視派、③関係性重視派の3つに類型した。表1は岸田によるホスピタリティ概念の3類型とその要約である。

同様に、「ホスピタリティ」が対象となる事業分野についての捉え方もさまざまである。山上（2008）は、ホスピタリティをその事業の対象領域から、表2のとおり4つに分類した。最狭義を宿泊・料飲事業、狭義を観光業（旅行・交通・宿泊・料飲・余暇）関連事業、広義として観光・医療・健康・都市行政、教育事業・関連事業、最広義は人的対応・取引する全ての事業、ホスピタリティを媒体とする事業、と定義した（山上，2008：45）。

### 3. 学生のホスピタリティ認知について

次に大学性を対象としたホスピタリティ関連の意識調査についての先行研究を確認する。徳江（2012）は、2009年に大学観光系学部の「ホスピタリティマネジメント」科目を履修した学生合計125名に、また2012年に「宿泊事業経営論」「観光事業経営論」科目を履修した学生合計118名に、「ホスピタリティ」という言葉から何を連想するかについて、自由回答・複数回答可で調査した。表3は徳江の2つの調査をまとめたものである。2つの結果から徳江（2012）は、若干の順位の変動は観察されるとしながら「いずれも「おもてなし」がもっとも多く連想され、「思いやり」や「サービス」、「ホテル」、「接客」といったキーワードが上位を占めていることがうかがえる」と述べている（徳江，2012：4）。

表3：「ホスピタリティという言葉から何を連想するか」

順位	項目	%	順位	項目	%
1	おもてなし(の心)	70.7	5	接客(業)	15.2
2	サービス(業・精神)	32.5	6	関係(性(マネジメント))・(相互)信頼 (関係)・最適相関関係・対等の関係	7.4
3	思いやり(の心)、親切、心遣い、 気遣い	26.3	7	レストラン・料飲関連	4.5
4	ホテル・宿泊(業)	25.5	8	ディズニー(ランド・リゾート)	3.7
(その他の回答)					
顧客満足・リッツ・カールトン・お客様・観光・人間関係・見返りなし・まごころ・笑顔・ホテルマン・(社会的)不 確実性(を軸とした概念)・新たな価値創出・マネジメント・病院・ブライダル・心・お客様を迎える心得					

出所：徳江（2012:5-6）を元に筆者作成

また、岸田（2017）は、5大学合計1053人への質問表調査の結果を報告している。質問項目は、①「ホスピタリティ」の言葉の意味を知っているか、②「ホスピタリティ」が自分にどの程度あると思うか、③「ホスピタリティ」はどのような場所で求められるか、④「ホスピタリティ」を養う

方法として何が有効だと思うか、⑤これまで「ホスピタリティ」を他の人から受けたことがあるか、⑥「ホスピタリティ」を行動に移すには何が一番必要だと思うか、⑦「ホスピタリティ」を身につけることは自分にとってどのような意味があると思うか（複数回答）の7項目に対する回答を大学別に集計している。その結果のうち、③「ホスピタリティ」はどのような場所で求められていると思うか（選択肢の中から3つまで複数回答可）について、表4のとおり、「宿泊施設」の回答が最も多く52.0%で、次に「観光地」37.8%、「飲食店」37.3%、「医療施設」35.7%であり、以下「地域社会」「職場」「学校」「家庭」「公共の場・施設など」「一般店舗」「役所」と続いたことを報告している。

表4：ホスピタリティが求められている場所（選択肢の中から3つまで複数回答）  
（回答の多いものから表示）

順位	項目	%	順位	項目	%
1	宿泊施設	52.0	8	家庭	15.1
2	観光地	37.8	8	公共の場(道路・公園など)	15.1
3	飲食店	37.3	10	公共施設(図書館など)	10.4
4	医療施設	35.7	11	公共輸送車両内	8.3
5	地域社会	31.6	12	一般店舗	5.6
6	職場	19.5	13	役所	2.5
7	学校	17.3	14	その他	1.2

出所：岸田(2017)を元に筆者作成

#### 4. 調査概要

これらの先行研究を踏まえた上で、下記の通り調査を行った。

##### 1) 調査目的

ホスピタリティの認知度・ホスピタリティの意味に対するイメージ・ホスピタリティの適用範囲に対するイメージなどについて、一般的な認識の実情把握

##### 2) 調査期間

2019年9月～10月

##### 3) 調査対象

「ホスピタリティ」「観光」関連の授業を履修する4大学の学生合計140人

A大学：「ホスピタリティ論」を受講する1～2年生 合計 19人

選択科目

シラバスで「ホスピタリティ」がつく授業は、当該授業と英語表現の授業のみ

## 大学生の「ホスピタリティ」に対する認識についての調査

B大学：「ホスピタリティ・コミュニケーション」を受講する3～4年生 合計 52人

選択科目

他に「ホスピタリティ」をキーワードとする授業は20科目あり、そのうち8科目がホスピタリティ関連を研究するゼミである

C大学：「観光実務演習」を受講する3年生 合計 20人

選択科目

他の授業で「ホスピタリティ」がタイトルに含まれるものは、ホスピタリティ概論・ホスピタリティ演習・ホスピタリティ産業論がある

また観光に関する授業も16科目が開講されている

D大学：「ホスピタリティ・コミュニケーション」を受講する1年生 合計49人

必修科目

他の授業で「ホスピタリティ」がタイトルに含まれるものは、ホスピタリティ論、ホスピタリティ入門、ホスピタリティ概論、ホスピタリティマネジメントなど合計22科目である

### 4) 調査手法

ホスピタリティについて授業を行う前の段階での調査を目的とするため、第一回目の授業開始直後に質問用紙を配布し、10分程度経過したのち回収した。

### 5) 回答数

回答総数は140件で、最も多いのはB大学であり、全体の37.1%を占める。(表5参照)

### 6) 主な質問項目

Q1：「ホスピタリティ」という言葉とその意味を知っていますか（一つだけ選択）

Q2：現時点で、「ホスピタリティ」という言葉のイメージに合う項目はどれですか（複数回答可）

Q3：現時点で、「ホスピタリティ」が求められている事業分野や対象はどれだと考えますか（複数回答可）

表5：大学別回答数

No	大学名	回答数	%
1	A大学	19	13.6
2	B大学	52	37.1
3	C大学	20	14.3
4	D大学	49	35.0
	合計	140	100

## 5. 結果

### 1) 単純集計（表6参照）

#### ①Q1「ホスピタリティ」という言葉とその意味を知っていますか

ホスピタリティという言葉と意味の認知については、全体で回答が多かったのは、Q1-4「意味を知っているが、その意味がホスピタリティの全ての意味かどうか自信がない」(36.4%)とQ1-3「なんとなく意味がイメージできるがそれが正しいかどうかわからない」(34.3%)である。

大学別では、A大学ではQ 1-1「初めて聞いた、またはそれに近い」(10.5%)とQ 1-2「何度か聞いた事はあるが、意味はわからない」(42.1%)の二つの項目が半数以上であり、Q 1-5「自分なりに、自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できると思う」は0.0%である。これに対し、C大学はQ 1-1「初めて聞いた、またはそれに近い」Q 1-2「何度か聞いた事はあるが、意味はわからない」と回答した学生は0.0%で、60.0%の学生がQ 1-4「意味を知っているが、その意味がホスピタリティのすべての意味かどうか自信がない」と回答しており、大学による差異が顕著である。

表 6：大学別単純集計結果 (%)

質問項目	選択肢	総計	A大学	B大学	C大学	D大学
Q1「ホスピタリティ」という言葉とその意味を知っていますか(一つだけ選択)	1.初めて聞いた、またはそれに近い	5.7	10.5	5.8	0.0	6.1
	2.なにか聞いたことはあるが、意味はわからない	12.9	42.1	9.6	0.0	10.2
	3.なんとなく意味がイメージできるが、それが正しいかどうかわからない	34.3	21.1	28.8	25.0	49.0
	4.意味を知っているが、その意味がホスピタリティのすべての意味かどうか自信がない	36.4	26.3	38.5	60.0	28.6
	5.自分なりに、自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できると思う	10.7	0.0	17.3	15.0	6.1
Q2 現時点で「ホスピタリティ」という言葉のイメージに合う項目はどれですか(複数回答可)	1.接客のやり方・マナーなどのことを意味する	81.4	89.5	73.1	80.0	87.8
	2.客に対して、優しくすること	50.0	57.9	50.0	35.0	53.1
	3.生き方全般にわたる概念	15.0	5.3	17.3	10.0	18.4
	4.自分の気持ちを控えたり抑えたりして相手のために尽くすこと	35.7	21.1	40.4	45.0	32.7
	5.接客マニュアルなどに則って、手順などを守ること	15.7	21.1	15.4	10.0	16.3
	6.「おもてなし」とほぼ同じ意味	80.7	63.2	82.7	85.0	83.7
	7.「サービス」とほぼ同じ意味	38.6	63.2	36.5	40.0	30.6
Q3 現時点で、「ホスピタリティ」が求められている事業分野や対象はどれだと考えますか(複数回答可)	1.レストランなどの飲食業	83.6	78.9	76.9	95.0	87.8
	2.ホテルなどの宿泊業	96.4	89.5	98.1	100.0	95.9
	3.コンビニやショップなどの小売業界	61.4	47.4	63.5	55.0	67.3
	4.航空業界・旅行業界	92.9	68.4	94.2	100.0	98.0
	5.ブライダル業界	86.4	68.4	88.5	95.0	87.8
	6.医療	57.9	47.4	55.8	30.0	75.5
	7.介護	62.1	31.6	67.3	40.0	77.6
	8.教育	45.0	31.6	57.7	20.0	46.9
	9.公共サービス・役所	57.1	47.4	59.6	45.0	63.3
	10.これらを利用する客	42.1	47.4	38.5	30.0	49.0

## ② Q 2 現時点で、「ホスピタリティ」という言葉のイメージに合う項目はどれですか

Q 2-1 「接客のやり方・マナーなどのことを意味する」と考える学生は全体で81.4%である。A大学では90%近くの学生がこの項目に回答している。Q 2-2 「客に対して、優しくすること」には全体の50.0%の学生がマークしている。Q 2-5 「接客マニュアルなどに則って、手順などを守ること」は15.7%であり、B,C,D大学ではQ 2 の中で最も低いマーク率である。Q 2-3 「生き方全般にわたる概念」は15.0%で、特にA大学では5.3%と低い。Q 2-6 「おもてなしとほぼ同じ意味」には全体の80.7%の学生がマークしており、一方でQ 2-7 「サービスとほぼ同じ意味」にマークした学生は全体の38.6%であった。この二つの項目に注目すると、B、C、D大学では、Q 2-6 「おもてなしとほぼ同じ意味」が82.7%~85.0%と高くQ 2-7 「サービスとほぼ同じ意味」は30.6%から40.0%と低くその差が明確なのに対し、A大学ではどちらも63.2%で差が見られなかった。

## ③ Q 3 現時点で、「ホスピタリティ」が求められている事業分野や対象はどれだと考えますか

一番高い項目はQ 3-2 「ホテルなどの宿泊業」で、全体で96.4%である。Q 3-4 「航空業界・旅行業界」の92.9%、Q 3-5 「ブライダル業界」の86.4%が続く。Q 3-1 「レストランなどの飲食業」は83.6%である。Q 3-10 「これらを利用する客」については全体で42.1%である。表2の山上の分類に照らし合わせると、最狭義（宿泊飲食業）に該当するQ 3-1 とQ 3-2 はそれぞれ83.6%と96.4%である。狭義として追加される部分（旅行・交通・余暇関連）に該当するQ 3-3, 4, 5 はそれぞれ61.4%, 92.9%, 86.4%である。広義として追加される医療・健康・都市行政・教育関連に該当するQ 3-6, 7, 8, 9 は、それぞれ57.9%, 62.1%, 45.0%, 57.1%であった。

## 2) クロス集計結果

「ホスピタリティ認知度」「ホスピタリティの意味のイメージ」「ホスピタリティの適用範囲に対するイメージ」の3つの項目についてクロス集計を行った。ここで「ホスピタリティ認知度」とはQ 1 「ホスピタリティという言葉とその意味を知っていますか」に該当し、「ホスピタリティの意味のイメージ」とはQ 2 「現時点で、ホスピタリティという言葉のイメージに合う項目はどれですか」、「ホスピタリティの適用範囲に対するイメージ」とはQ 3 「現時点で、ホスピタリティが求められている事業分野や対象はどれだと考えますか」にそれぞれ該当している。

### ① 「ホスピタリティ認知度」と「ホスピタリティの意味のイメージ」（表7参照）

「ホスピタリティの意味のイメージ」の項目のうち、「ホスピタリティ認知度」が上がるとともに数値が上がるものは、Q 2-3 「生き方全般にわたる概念」（0.0%から徐々に20.0%まで上昇）、Q 2-4 「自分の気持ちを控えたり抑えたりして相手のために尽くすこと」（0.0%から徐々に60.0%まで上昇）の2項目であった。反対に認知度が上がると数値が下がるものは、Q 2-1 「接客のやり方・マナーなどのことを意味する」（100.0%から徐々に73.3%まで下降）、Q 2-5 「接客マニュアルなどに則って、手順などを守ること」（50.0%から徐々に0.0%まで下降）、Q 2-7 「サービス

とほぼ同じ意味」(50.0%から徐々に26.7%まで下降)の3点である。Q2-2「客に対して、優しくすること」の項目は、ホスピタリティ認知度による変化は特に認められなかった。

表7：「ホスピタリティ認知度」と「ホスピタリティの意味のイメージ」のクロス集計(%)

		Q1「ホスピタリティ」という言葉とその意味を知っていますか(一つだけ選択)				
		1.初めで聞いた、またはそれに近い	2.なんだか聞いたことはあるが、意味はわからない	3.なんとなく意味がイメージでき、それが正しいかどうかわからない	4.意味を知っているが、その意味がホスピタリティのすべての意味かどうか自信がない	5.自分なりに、自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できると思う
Q2現時点で「ホスピタリティ」という言葉のイメージに合う項目はどれですか(複数回答可)	1.接客のやり方・マナーなどのこと	100.0	88.9	79.2	80.4	73.3
	2.客に対して、優しくすること	37.5	50.0	43.8	56.9	53.3
	3.生き方全般にわたる概念	0.0	5.6	14.6	19.6	20.0
	4.自分の気持ちを控えたり抑えたりして、相手のために尽くすこと	0.0	27.8	27.1	43.1	60.0
	5.接客マニュアルなどに則って、手順などを守ること	50.0	27.8	14.6	11.8	0.0
	6.「おもてなし」とほぼ同じ意味	75.0	55.6	79.2	90.2	86.7
	7.「サービス」とほぼ同じ意味	50.0	44.4	47.4	39.2	26.7

表8：「ホスピタリティ認知度」と「ホスピタリティの適用範囲に対するイメージ」のクロス集計(%)

		Q1「ホスピタリティ」という言葉とその意味を知っていますか(一つだけ選択)				
		1.初めで聞いた、またはそれに近い	2.なんだか聞いたことはあるが、意味はわからない	3.なんとなく意味がイメージでき、それが正しいかどうかわからない	4.意味を知っているが、その意味がホスピタリティのすべての意味かどうか自信がない	5.自分なりに、自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できると思う
Q3現時点で、「ホスピタリティ」が求められている事業分野や対象はどれだと考えますか(複数回答可)	1.レストランなどの飲食業	100.0	61.1	85.4	88.2	80.0
	2.ホテルなどの宿泊業	100.0	83.3	97.9	98.0	100.0
	3.コンビニやショップなどの小売業界	62.5	44.4	50.0	76.5	66.7
	4.航空業界・旅行業界	87.5	77.8	93.8	96.1	100.0
	5.ブライダル業界	62.5	61.1	91.7	92.2	93.3
	6.医療	50.0	33.3	60.4	64.7	66.7
	7.介護	50.0	11.1	68.8	72.5	40.0
	8.教育	25.0	5.6	47.9	60.8	40.0
	9.公共サービス・役所	62.5	16.7	60.4	66.7	53.3
	10.これらを利用する客	12.5	16.7	43.8	51.0	53.3

## ②「ホスピタリティ認知度」と「ホスピタリティの適用範囲に対するイメージ」（表8参照）

「ホスピタリティの適用範囲に対するイメージ」の項目のうち、「ホスピタリティ認知度」との関連性が認められる項目は、Q 3-4「航空業界・旅行業界」（87.5%, 77.8%から100.0%まで上昇）と、Q 3-10「これらを利用する客」（12.5%から徐々に53.3%まで増加）の2項目のみであった。利用する客もホスピタリティが求められるというイメージは、Q 1-1「初めて聞いた」Q 1-2「意味はわからない」では10%台であるのに対し、Q 1-3「意味がイメージできる」と答えた学生は43.8%まで急に上がるのが特徴的である。Q 1-4「意味を知っている」、Q 1-5「説明できる」と答えた学生のうち、半数以上がここにマークしている。

## 6. 考察

単純集計の結果から、大学によりかなり差異がある項目があることがわかった。とりわけQ 1「ホスピタリティという言葉とその意味を知っていますか」に対する回答の偏りは顕著であり、これには対象学生の学部学年、専攻分野、他にホスピタリティ関連の授業をとっているかなどの要因が一定程度影響しているものと思われる。そのため、認知度別のクロス集計を行ったが、ホスピタリティ認知度との関連が明らかな項目とそうでない項目があることが判明した。

「ホスピタリティ認知度」と「ホスピタリティのイメージ」とのクロス集計の結果からは、Q 2-1「接客のやり方やマナー」と捉える傾向は全体に多く、それは認知度が上がると徐々に減少する傾向が見て取れる。比較してQ 2-5「接客マニュアル・手順を守ること」と捉える傾向はとてまもなく、ホスピタリティ認知度の上昇と共に減少しQ 1-5「自分なりに、自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できると思う」で0.0%となっていることから、ホスピタリティは「接客のマナーを含むがマニュアルを守ることでない」と解釈されている傾向があり、それはホスピタリティを理解するとより顕著になると言えそうである。

Q 2-3「生き方全般にわたる概念」についてはとてまもなく低く、Q 1-1で0.0%である。ホスピタリティ認知度とともに徐々に上昇するが、Q 1-5でも20.0%にとどまる。岸田の類型に照らして、Q 2-1を②行為重視派、Q 2-2を①精神重視派、Q 2-3を③関係性重視派と見做するならば、関係性重視派は最も少なく、行為重視派が最も多いという傾向が読みとれる。日本におけるホスピタリティ研究の草分け的存在の一人である服部（2008）は、広義の定義として「人類が生命の尊厳を前提とした、個々の共同体もしくは国家の枠を超えた広い社会における、相互容認、相互理解、相互確立、相互信頼、相互扶助、相互依存、相互創造、相互発展の8つの相互性に基づいた相関関係を築くための原理と、多くの異質な要素が複雑に関係する中で、多元的相関関係を築き相互作用・相互補完・相互連携することで最適な環境を創出し、人間が人間であるゆえの価値観を高めるために、人間同士の関係によるシナジー効果によって生まれる価値により、調和しながら互いに進化し合うこと、またその持続した進化するための原理からなる社会倫理」（服部, 2008: 118）と表現しているが、このような広範な概念をイメージする学生は少ないようである。

また、一般によくホスピタリティと同一視されている「おもてなし」については、服部（2008）は「もてなし」の原義を検証し、教養・性格などによって醸成された態度・身のこなし・人に対する態度・振る舞いかた・接遇などであるとする一方、「もてなし」には社会的な上下関係の中で培われた駆け引きとしての意味が内包されており、このことが「ホスピタリティ＝おもてなし」と訳せない理由だと述べている（服部, 1996: 25）。しかしながら、Q 2-6「おもてなしとほぼ同じ意味」という捉え方は全体で80.7%と高い傾向であり、ホスピタリティ認知度が上がると増える傾向も見てとれる（Q 1-4 で90.2%, Q 1-5 で85.7%）。それに対し、サービスの概念と同一視している学生は全体で38.6%とそれほど多くなく、ホスピタリティ認知度が増すにつれさらに低くなる。つまり、「ホスピタリティ」を「サービス」とは区別して解釈しているが「おもてなし」とは同一視している傾向があり、これはホスピタリティ認知度が上がるとより顕著になると言えそうである。

ホスピタリティの適用範囲についての結果からは、先行研究の報告と同様に、山上による分類の最狭義の事業分野をイメージする学生が最も多く、ついで狭義、広義と減少傾向にあることが見てとれる。ホテルとレストランは研究者の間では宿泊・料飲事業としてまとめられることが多いが、ホテル関連をイメージする学生がとても多い一方で、レストランをイメージする学生は少し減る。ホスピタリティ産業として宿泊業をまず思い浮かべる傾向があることが示唆された。

一方で、Q 3-10「これらを利用する客」にもホスピタリティが求められると考える学生は、ホスピタリティ認知度が増すにつれ回答数が多くなっていることがわかった。これをホスピタリティ概念の中にある「対等生」や「相互性」の理解と考えるならば、ホスピタリティを理解することの成果と捉えられる一方で、「自分の言葉でホスピタリティの意味を説明できる」という程度までホスピタリティを理解している学生でさえ、およそ半数しか「対等生」「相互性」の概念を理解していないという問題が炙り出されたと言えるであろう。

ホスピタリティの定義は、研究者によっても異なるというのが現状であるが、それは、ホスピタリティ概念を現代のビジネスに適用するにあたり、広い意味のどの部分に焦点をあてるかによるためだと考える。したがって、本稿は数ある定義に対してその正否を議論するものではなく、ただ限定的な理解による「ホスピタリティ」の誤解とその弊害を危惧するところである。佐々木と徳江（2009）が「ホスピタリティは単なる「サービス」や「観光」のための学問ではなく、人間に対する精神性そのものに対する学問である」というように、ホスピタリティを包括的にとらえる教育が必要ではないだろうか。それにより、利他を目的に自分の力を活かすという相互性や補完の意味が理解でき、産業界でも対人業務にバーンアウトすることなく活躍し続ける人材が増えることにつながるのではないかと考える。

## 7. まとめ

本稿は、ホスピタリティに対する認識の実情を確認すべく、4大学のホスピタリティ・観光系の授業を履修予定の大学生合計140名に行ったアンケート調査の報告である。結果から、ホスピタリ

## 大学生の「ホスピタリティ」に対する認識についての調査

ティ産業というとはまず宿泊業を思い浮かべる傾向、「ホスピタリティ」を「サービス」とは区別して解釈しているが「おもてなし」とは同一視している傾向、サービスとの同一視はホスピタリティ認知度が上がると減少するが、ホスピタリティを知るほどおもてなしと同じであると考えられる傾向があることがわかった。また、ホスピタリティは「接客のマナーを含むがマニュアルを守ることでない」という解釈が多い傾向、岸田の類型による行為重視派としての解釈が多く関係性重視派は少ない可能性、「対等生」「相互性」の概念が浸透していない可能性が示唆された。先行研究のそれぞれと同様であることがわかった点もあり、またホスピタリティ認知度との関係がある項目とない項目があるという点も新たに発見できたと言える。

本研究の課題は、調査対象数が少ないこと、シラバスの表現の影響や学部や学年・他履修科目による影響、留学経験の有無など外国文化や思想の影響などが加味されていないことなどである。より精密に現状を把握するために、質問項目や選択肢も詳細に検討し、研究の制度を高めることが必要と考える。

本研究の貢献は、学生のホスピタリティに対する認知の意識とホスピタリティに対するイメージ、ホスピタリティの適用範囲に対するイメージの関係を明らかにしたという点である。今後も研究を続け、のホスピタリティ教育のあり方を検討していきたい。

### 参考文献

- 岸田さだ子 (2012) 「ホスピタリティ概念の類型化と現代的意義」『甲南女子大学研究紀要』第48号 文学・文化編, pp. 31-38.
- 岸田さだ子 (2017) 「ホスピタリティ特性と認知度 —大学生を被験者として—」『甲南女子大学研究紀要』第53号 文学・文化編, pp. 17-24.
- 近藤隆雄 (2007) 「サービス・マネジメント入門 (第3版) —ものづくりから価値づくりの視点へ—」生産性出版
- 佐々木茂・徳江順一郎 (2009) 「ホスピタリティ研究の潮流と今後の課題」『産業研究 (高崎経済大学附属研究所紀要)』第44巻第2号, pp. 1-19.
- 力石寛夫 (1997) 「ホスピタリティ サービスの原点」商業界
- 徳江順一郎 (2012) 「ホスピタリティ・マネジメント」同文館出版
- 服部勝人 (2008) 「ホスピタリティ学のすすめ」丸善株式会社
- 山上徹 (2008) 「ホスピタリティ精神の進化 —おもてなし文化の創造にむけて—」法律文化社
- 吉原敬典 (2014) 「ホスピタリティマネジメント 活私利他の理論と事例研究」白桃書房