

高知市が考える「おもてなし」と観光客が求めている「おもてなし」の整合性

～高知県庁、ホテル、旅館から分析～

1200451 篠崎翔汰

高知工科大学経済・マネジメント学群

はじめに

現在、日本の産業界では東京オリンピックを始め、顧客に良い感情経験を与えるサービスや製品のキーワードとして「おもてなし」という言葉が普及している。しかし、「おもてなし」が普及している一方で、おもてなしと同等の意味を持つ「ホスピタリティ」という言葉も存在しており、双方を明確に定義した文献は見当たらなかった。

そこで、私は高知県高知市で、高知県庁、ホテル、旅館における分析から、おもてなしとホスピタリティの違いを明確にし、おもてなしの必要性を明らかにしようと思う。また、高知市と観光客との間でおもてなしに対する整合性を明らかにする事で、おもてなしにおける価値を追求していき、高知県全体に定着させたいと考えている。

高知市で行う理由として、有川浩の小説『県庁おもてなし課』を読んだこと、高知県で生活していくなかで、高知県民の人柄に魅かれたからである。また、高知県庁では全国でも珍しい県庁おもてなし課の存在、高知観光の知識と優れた接客マナー、信頼できる確かな運転技術、質の高いサービスを提供する「おもてなしタクシー」の存在、観光客の満足度の向上に繋げるため、県民による観光客へのおもてなしの気運を高めるための取り組みの一つとして、観光客が利用するトイレにおいて、厳しい条件をクリアしたトイレを募集するなどといった「おもてなしトイレ」の認定などを行っている。このように高知県では独自の取り組みを行っている点に、個人的に非常に感銘を受けたので、高知市を舞台に研究を進めていきたいと思う。

第1章 おもてなしとホスピタリティについて

第1節 おもてなしの定義

「もてなし」は、国語辞典では4つの意味に分類されているが、「人をもてなす」と言ったときに使われるのは、(1) 客を取り扱うこと・待遇(小学館『デジタル大辞泉』)である。その一方で、おもてなしは、「歓待する」という行為以上

の付加価値を期待させる意味で使われることが多い(長尾・梅室, 2012)。長尾・梅室(2012)では、おもてなしを「相手を喜ばせ、満足してもらうために相手の立場に立ち、相手の目的・状況・ニーズに合わせて気配りし、それに基づいて行う直接的または間接的な行為」(同前、129頁)と定義している。

また宮下(2011)は、おもてなしを「日本の伝統文化に根差した『礼儀作法』を基盤に形成されたもの(46頁)」と説明している。サービス提供者一人ひとりが、長い歴史の中で作り上げられた気品ある「所作」(行い、身のこなし)を提供し、魂(心)を入れる営みである(宮下, 2011)。このように、おもてなしは、「歓待」という概念に加えて、「日本の文化や伝統」が密接に関係していることが分かる。具体的には「信頼関係」、「対等性」、「一期一会」、「役割交換」などと言った言葉が考えられる。

第2節 ホスピタリティの定義

ホスピタリティは、おもてなしと同等に客と取り扱うという意味で使われる機会が多い。心のこもったおもてなし・手厚いもてなし・歓待の精神である。(小学館『デジタル大辞泉』)。単なる歓待以上の価値が求められていることが読み取れる。五嶋(2009)は、本来親しい人間関係のなかで使われた言葉であるとしている(五嶋, 2009)。長尾・梅室(2012)は、ホスピタリティを宿泊施設などの、物質面・ハード面重視のものと定義している。ホスピタリティ・マインドは、「互いに存在意義と価値を理解し、認め合い、信頼し、助け合う相互感謝の精神(日本ホスピタリティ推進協会)」や「相互満足しうる対等となるにふさわしい相関関係を築くための人倫(服部, 2006, 27頁)」、佐々木(2009)の人間同士の関係でより高次元の関係性を築くために相互に持つ精神や心構えであるという定義がある。

つまり、ホスピタリティが倫理であり、人間の基本的な考

え方であることが示されている。また、ホスピタリティには物質的（ハード面）、精神的な行為に重きを置いているのに対し、おもてなしには行為の背景にある精神性に重きを置く傾向がある意見もある。これらのようにおもてなしとホスピタリティには、非常に類似点がある反面、様々な意見がある。これらの定義を明確にした文献は見つからなかったため、まずは、高知工科大学の学生などに、おもてなしとホスピタリティの認知度についてアンケート調査する事にした。そして、その上で実際に高知市にあるホテルや旅館、などにヒアリング調査を行い、おもてなしとホスピタリティに関する認識について改めて分析を行った。

第2章 おもてなしとホスピタリティの違い

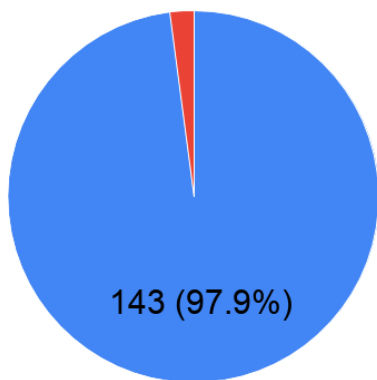
第1節 アンケート調査

このアンケート調査では、高知工科大学を含む学生及び、社会人などにおもてなしとホスピタリティに関する調査を行ったものである。質問内容と回答結果は、その都度記載する。

設問1、あなたは「おもてなし」という言葉を聞いた事がありますか？

設問1（回答結果）

- はい
- いいえ



設問2、「おもてなし」の意味について、あなたが知っている事を教えてください。

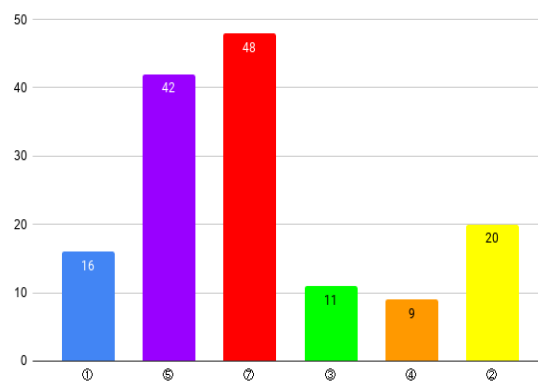
設問2（回答内容）

- ・相手に対してお礼の気持ちを表す。
- ・和の心をもって歓迎する。
- ・来客に対する心のこもったサービス。
- ・相手のことを大切に考えて、丁寧に対応する。
- ・相手に楽しんでもらえるように自分が色々と考えて準備をする。
- ・相手を思いやって、最大限にもてなすこと。

- ・お客さんに対して最高のサービスを提供すること。
- ・訪れた人に対して、良いサービスを提供すること。
- ・相手に敬意をもって接待すること。
- ・誰かを招く時に準備をしてもてなすこと。
- ・相手のことをよく考えている。
- ・相手に対して持て成す、サービスすること。
- ・他人に丁寧な対応をすること。
- ・他の人への思いやりや、誰かをもてなす為にする行為。
- ・感謝の気持ちを込めて振る舞う。
- ・相手を喜ばせるような対応をする。
- ・相手を敬う。
- ・心配り。
- ・相手を思いやること。しかしその見返りは求めない行為。
- ・お客が心地よく過ごせるだけでなく、楽しいなどのより高い満足を得られるようなサービスをすること。

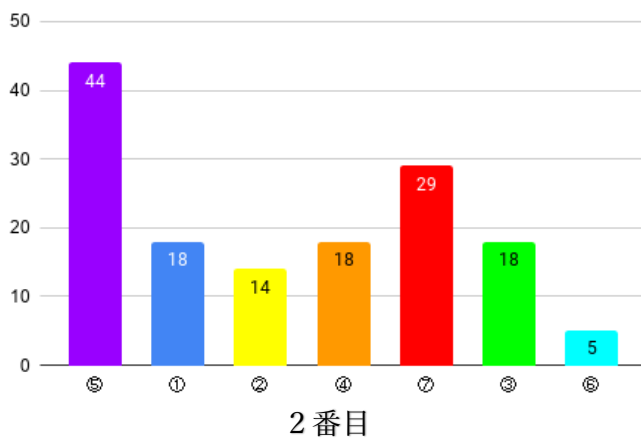
設問3、接客における「おもてなし」で、あなたが観光客に「おもてなし」をするとして、以下の選択肢の中からあなたが必要だと思うキーワードを3つ答えてください。優先順位が高い順に回答欄をお願いします。①距離感、②人的特徴（外交的・内向的、顔・身体・雰囲気・性別など）、③臨機応変の度合い、④知識、⑤話し方（言葉遣い・声量・声の高低など）、⑥失敗に対するフォロー、⑦気遣い・心配り・お世辞

設問3（回答結果）優先順位が1番目

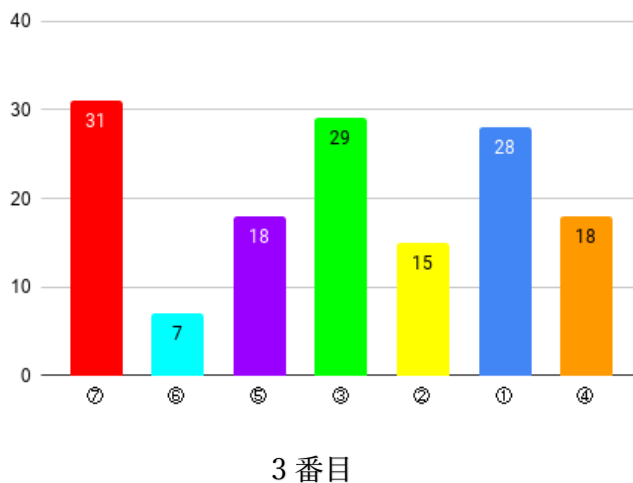


1 番目

設問3 (回答結果) 優先順位が2番目



設問3 (回答結果) 優先順位が3番目



設問4、設問3の問いの中で、優先順位1番の理由を教えてください。

設問4 (回答結果)

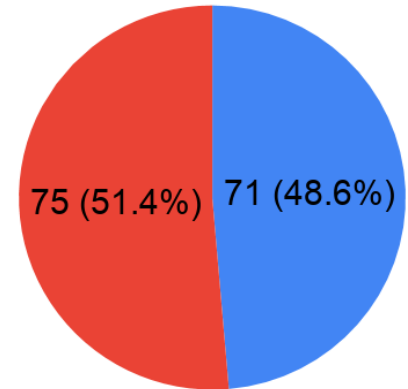
- ・相手を思う気持ちが大切だから。
- ・話し方1つで相手にどう捉えられるかわ変わるから。
- ・いろんな場面に適応できなければいけないから。
- ・距離を縮めるために有効だと思うから。
- ・コミュニケーションをとることが大事だと考えているから。
- ・おもてなしをするにはコミュニケーションが必要なのでその中で一番に言葉遣いなどの話し方を優先することが大切だと思ったからです。
- ・人間関係において最も大事な事柄だから。
- ・気遣いは人に良い印象を与えやすいと思うから。
- ・話し方だけで相手の受け取り方が変わる。
- ・話すことは一番に印象に残ることだと思うから。

・気遣いや気配りをすることで相手の期待以上のものを生み出すことがおもてなしだと言えると思うから。

設問5、高知県には「県庁おもてなし課」があります。この存在を知っていましたか？

設問5 (回答結果)

- はい
- いいえ



設問6、設問5で「はい」と答えた人に質問です。実際に「県庁おもてなし課」が行っている活動について知っている事を教えてください。

設問6 (回答結果) 設問5で、はいと答えた人71人中、知っている11人(約15.5%)、知らない(45人)+未回答(15人)=60人(約84.5%)が知らないと回答。

11人の回答結果

- ・県外や海外の人のために高知に来てもらえる、そして楽しんでもらえるために活動していると思う。
- ・観光客向けの情報提供。
- ・県外から来た観光客の人たちに、高知県の魅力を知って体験してもらうための取り組みをしている。
- ・県外の人をもてなすこととかを考える。
- ・バリアフリーを充実させる。
- ・地域おこし協力隊。
- ・高知県のPR活動など。
- ・高知県の著名人に広報活動の要請をしている。
- ・映画撮影
- ・広報活動
- ・映画

設問7、あなたが高知市を観光するとしたら、企業や行政にどういった「おもてなし」を求めますか？

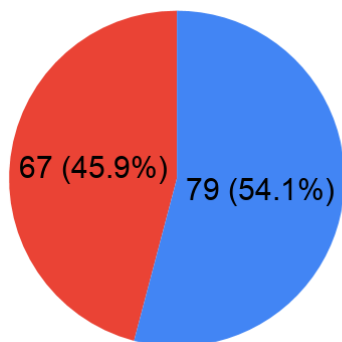
設問7（回答内容）

- ・人の優しさや、温かさ。
- ・人のあたたかさ。
- ・聞いたら優しく答えてくれる。
- ・暖かい迎え入れ。
- ・ようこそ感。
- ・丁寧な説明。
- ・丁寧に高知について教えてくれること。
- ・声量
- ・気持ち
- ・丁寧な対応。
- ・親切
- ・物腰の柔らかい優しさ。高知の人は怖いから。
- ・高知のフレンドリーで明るい県民生を活かしたおもてなし。
- ・手厚いサービス。
- ・交通機関等アクセスに関する部分のリアルタイムの情報が載っているサイト”。
- ・観光地や食べ物を簡単にまとめたリストなどを配布してほしい。
- ・観光スポットのパンフレット配布やツアーの開催。
- ・交通アクセスを良好にしてほしい。
- ・企業や行政がどのような活動を実際に行えているのか。
- ・交通費、移手段のサービス。
- ・Wi-Fi サービス。
- ・もう少し公共の交通網をわかりやすく、図式化して欲しい。
- ・高知県の多い自然を活かした観光。

設問8、あなたは「ホスピタリティ」という言葉を聞いた事がありますか？

設問8（回答結果）

- はい
- いいえ



設問9、「ホスピタリティ」の意味について、あなたの意見を教えてください。

設問9（回答結果）146人中85人（約58.2%）が知らない、初めて聞いたなどと回答。残りの61人もバラバラな意見が多い。

- ・おもてなしとの違いはあまり分からないけどホテルや飲食店で使われているイメージ。
- ・対等な客人に対する接客。
- ・相手の喜びそうな事をする。
- ・相手のために何かをするための考え方。
- ・迎える側としての心得。
- ・医療関係のおもてなし。
- ・癒しのもの。
- ・包容力
- ・病院が関連していることかなと思う。
- ・人に対する心遣い。
- ・接客、人と人の対話。
- ・相互尊重。
- ・対等な客人に対する接客。

設問10、「ホスピタリティ」についてのイメージ、どういった場面で使われるかなど、知っている事があれば、教えてください。分からない場合は、未回答でも構いません。

対象者146名の回答結果が以下である。

設問10（回答結果）36人が回答

- ・海外とのビジネスにおいて。
- ・癒す力。経営者から従業員へ対する何かという認識です。
- ・病院
- ・観光客などをもてなすとき。
- ・介護・支援等
- ・ホテル
- ・医療、介護
- ・ホテル
- ・病院
- ・サービス業。高級ホテルなどの外国人観光客がターゲットの場所。
- ・観光地での気配り。
- ・サービス業をする上で重要なもの。
- ・おもてなしと同義語。

- ・ホテルなどのサービス業。
- ・医療の現場で使われているイメージです。
- ・対価を求めて行うことではない。
- ・おもてなしの言葉のほうがあたたかさや親しみやすさを感じます。
- ・ホスピタリティの方が、ビジネス感が強いです。

以上の事がアンケート調査の質問と回答結果であるが、設問2、設問7、設問9、設問10の意見に関しては、一部だけ記載している。おもてなしに関して聞いた事がある人の割合は143人(97.9%)と、かなり多くの人が聞いた事はあるが、具体的な意味については明確な意見は無かった。

しかし、相手の事を考える、相手の気持ちになって考えるなど、おもてなしには、人間性に関する意見が多い事が分かった。それに対して、ホスピタリティについて聞いた事があると答えた人は79人(54.1%)とおもてなしに比べて低い事が分かる。さらにホスピタリティの意味やイメージについても未回答、知らないなどの意見も多く、おもてなしよりも具体的な意見は少ない事が分かった。

よって、ホスピタリティよりかは、おもてなしへのイメージが強い事が言える。また、観光客に自分自身がおもてなしを提供する事を想定した時、優先順位としては、⑤話し方(言葉遣い・声量・声の高低など)⑦気遣い・気配り・お世辞という意見が非常に多かった。特に⑦に関しては、優先順位1番、2番、3番全ての選択で1位になっている点から、おもてなしには、気遣い・気配り・お世辞といった相手の事を考える気持ち強い事が言える。

設問5では、高知県庁が行っているおもてなし課の存在についてだが、71人(48.6%)が知っていると回答。しかし、おもてなし課が行っている具体的な政策について知っている人は、11人(約15.5%)と非常に少ない結果となった。知っていると答えた人も明確な取り組みについては知らない印象だった。さらに、観光する事を想定として、高知県にどういったおもてなしを求めるかについては、多くの方が交通機関への改善、分かりやすい観光マップの案内、自然・食を生かしたサービスなど、ソフト面よりかはハード面に対する意見が多かった。

しかし、人の温かさ、手厚いおもてなし、優しさなど人に関するソフト面の意見もあった事から、ハード面・ソフト面、

両方の取り組みが必要だと個人的には感じた。それに対して、高知県では高知県庁を始め、ホテル、旅館など様々な企業でもおもてなしを推奨している。また、県庁おもてなし課でも観光マップの案内、おもてなしタクシー、おもてなしトイレなど、独自のハード面に関するサービスを行っている。

しかし、それが多くの人に行きわたっていない所と、観光客を始め多くの市民がおもてなしに対する認識が曖昧なため、明確に高知県でおこなっているおもてなしは正しいとは言えないと私は考える。これらを踏まえた上で、次はおもてなしと同等の意味であり、アンケート調査ではあまり詳しく分析出来なかったホスピタリティについて、ホテル、旅館などにヒアリング調査を行い、深めて行きたいと思う。さらに、アンケート調査と比較して、おもてなしの考え方に違いがあるのかも分析する。

第2節 ヒアリング調査(ホテル、旅館)

高知県では歴史がある城西館、三翠園(旅館)に加え、朝食の美味しいホテル(2019年版)として口コミで人気であるホテル日航高知旭ロイヤルなどにヒアリング調査を行った。

最初の質問としておもてなしとホスピタリティの違いについて聞いた所、3社とも「言葉については聞いた事があるが、具体的な違いについては分からない」と答えた。そもそもホスピタリティとおもてなしの違いについて考えた機会が無く、おもてなしとホスピタリティはマニュアル以上のサービス、お客様が求めている以上の価値を提供するといった認識である事が、調査を通して分かった。

次におもてなしとホスピタリティに含まれる要素についてのイメージを聞いた所、城西館の人は、ホスピタリティは企業全体である程度方向性が決まっているイメージと答えた。それに対してホテル日航高知旭ロイヤルでは、ホスピタリティは専門知識や情報などを含む専門性だという意見があり、旅館やホテルによって考え方の違いが見られた。おもてなしに関しては、ホスピタリティよりかは人との関わりが深い、感謝の思いや気持ちの面など、精神面に対する意見が3社ともあった。また、おもてなしもホスピタリティもお客様が求めている以上の価値を提供する事には違いないが、ハード面でも感謝の思いや気持ちがあれば、おもてなしになるという意見が出た。

つまり、ハード面のモノでも、感謝の思いや気持ちがあっ

た上で、顧客に提供する場合、その思いに顧客自身が感動し、それを提供してくれた従業員に感謝するなどの場合もおもてなしに含むのでは、という考え方である。物質的な価値でもその人の人間性や考え方に満足する場合、ホスピタリティよりかはおもてなしへの考え方になると、個人的には思った。

これらの事からおもてなしに関しては旅館、ホテル問わずある程度のイメージがあるのに対して、ホスピタリティは統一性のある意見は無かった。また、旅館に来られる顧客は、人との関わりを好む人が多い傾向、それに対してホテルでは人との関わりも含めて、ハード面やソフト面のサービスも含む空間も好む方が多い事が、今回の調査で分かった。これらの事から私個人の見解として、おもてなしとホスピタリティは顧客の満足度、満足の仕方によって考え方が変わると言える。マニュアルで通りに行えば、誰でもある程度行う事ができ、顧客にとってもある程度想像できるサービスとは違い、マニュアル以上の価値の提供。

つまり、顧客が求めている以上の価値を提供し、顧客にとって良い意味で期待を裏切るような新のサービスこそが、おもてなしとホスピタリティだと私は考える。具体的には、顧客自身が求めている以上の価値に加え、その人の人間性に魅力を感じる事で発生する付加価値こそが、おもてなしである。おもてなしは企業の中でもその従業員、一人ひとりの選択によって変化する。ホテルに行った際、そのホテルに総合的に満足するのではなく、その従業員一人ひとりに魅力を惹かれた場合はおもてなしだと私は考える。

それに対して、ホスピタリティは顧客自身が、求めている以上の価値に加え、ハード面、ソフト面も含めて、人間性よりかは総合的にその空間に満足する事がホスピタリティだと私は思う。おもてなしもホスピタリティも顧客が求めている以上の価値に応えるのは大前提であり、そこから顧客自身が人間性より満足するか、人間性よりかはそれらを含めた空間（エンターテインメント性）に満足するかによって、おもてなしとホスピタリティは変化するとと言える。

よって、ここではおもてなしとホスピタリティには顧客の感じ方で変化するものとして、人にはそれぞれ価値観が違うので、おもてなしとホスピタリティどちらが、良い価値かは決められないとする。以下の図1、図2は私が考えたおもてなしとホスピタリティの違いについて、まとめたものである。

図1

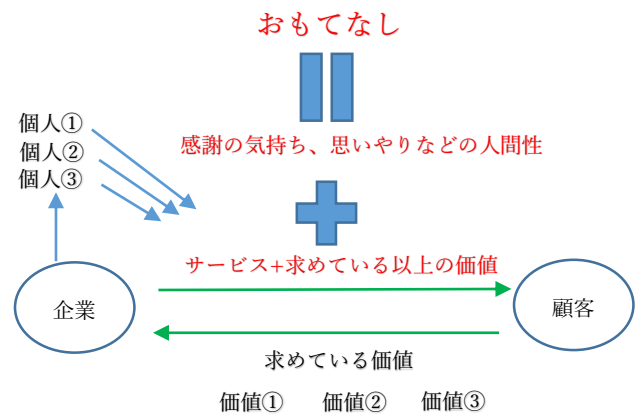


図2

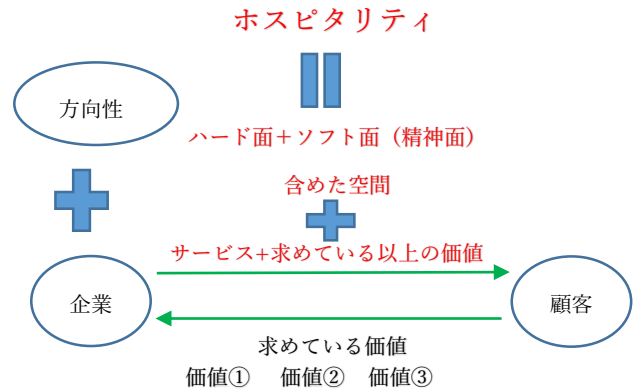


図1、図2よりおもてなしは企業間でも個人個人の選択によって顧客満足（付加価値）は変化する。顧客が求めている事以上の価値を提供し、顧客に感謝の思いや気持ちを加えた接客を行う事で、顧客はその一人ひとりの人間性に付加価値が生じる時が、おもてなしだと私は考える。それに対してホスピタリティは一人ひとりの接客及び、企業全体である程度方向性が決まっており、それに顧客が求めている以上の価値を提供し、ハード面、ソフト面のサービスを得て、顧客が総合的に人間性よりもその空間に満足する事がホスピタリティだとここでは定義する。ここでおもてなしとホスピタリティの考え方を分ける事で、よりよい満足度に繋がると私は思う。

どちらが良いかは、前にも述べた通り顧客の感じ方によって変化するるので、決める事はできないが、空間及び人間性どちらも満足する状況、つまりホスピタリティもおもてなしも感じられるサービスこそが、顧客の付加価値を高める事になると思う。特にホスピタリティには、ある程度方向性が決まっている反面、専門性必要だとヒアリング調査を終えて、感じた。顧客に接客する上でマニュアルがあり、それに加えて

専門的な知識や経験を積み重ねる事で、提供者にも自信が付く。つまり、接客に自身が付くなど自己成長を感じて、その時の状況や環境によってマニュアルには無い臨機応変な接客が可能になる。これらの事は、ヒアリング調査を行った際、ホテル日航高知ロイヤルの管理部の方がおっしゃっていた。ホスピタリティは空間に重きを置くところではしているので、ハード面やソフト面の専門性はおもてなしよりかは必要だと考える。それに対しておもてなしは、感謝の気持ちや思いなど、人間性に重きを置いているので、逆に言えば専門性が無くても発揮できる。以上の事からおもてなしとホスピタリティについて定義したが、おもてなしにおける人間性についてどういった接客が必要になるのかを、ある文献を参考にし、考察して行きたいと思う。

第3章 おもてなしにおける接客

～アンケート調査を通して～

第3章では、大阪大学経済学部の関口ゼミナールの「おもてなし再考、外国人から見た日本的接客サービス」をもとに進めて行く。まずはこの研究の概要についてまとめておく。

近年、外国人観光客が増加している。日本のおもてなしは海外に対して日本の強みとして発信されており、一定の評価があると言える。しかし、人の価値観はそれぞれ違うのに加えて、その人の属する文化によって考え方が変化するので、日本人が外国人全員に適切な接客を提供できている事を示す確実な証拠があるわけではない。そこで、この研究では日本人が海外から一定の評価を受けていると思っている日本の「サービス」、「おもてなし」、「接客」は本当に全ての外国人からの評価が高いのかどうかについて、異文化論研究者 Geert Hofstede が提唱した国民文化次元を用い、外国人の国民性の違いを考慮に入れて検証したものである。具体的には、日本の接客を経験している外国人、および接客サービスを提供する日本人両方に対してアンケート調査を行い、日本の接客の評価が外国人の出身国の国民文化によって異なる事を示すとともに、多くの側面において、外国人による日本の接客サービスの評価は、日本人が思っているほど高くはない事を示めた。その結果を踏まえ、日本において真に外国人に喜ばれる接客を行うためにはどのようにするべきかについて考察したのが、この研究内容である。

この研究に関して、私が注目したことが2点ある。一つ目

は、集団主義か個人主義についてである。ここでは、集団主義を特徴とする社会では、自分の置かれている社会環境と調和を保つ事が、望ましいとされ、そのうち集団にいる者を特別扱いする傾向があると述べられている。

また、個人主義を特徴とする社会では、個人と個人の結びつきは緩やかであり、各個人は自分の利害に応じて行動するため、自分の心の内を語る事が美徳とされる。さらに、個人主義的社会では、すべての顧客は同じ扱いを受けるべきだという考え方がある。すなわち、集団主義社会では職務よりも人間関係が優先されるのに対し、個人主義的社会では人間関係よりも職務が優先される傾向がある。

二つ目に注目した点は、不確実性の回避である。不確実性の回避とは、ある文化の成員が不確実な状況や未知の状況に対して脅威を感じる程度のことである。不確実性の回避の強い文化では、不安や曖昧さに対して敏感であり、そうした不確実な状況は取り除かなければならないと考えられているため、正確さや形式化が求められている。一方、不確実性の回避が弱い文化においては、不安や曖昧さを受け入れ、確実ではないという状況に対しても寛容である。これらの事から、ここでは日本人と外国人にアンケート調査を行い、ある仮説を立てて検証している。

仮説1、日本は集団主義的傾向があるため、心理的距離が近い接客が行われるが、それは個人主義の強い文化の国の人々には好まれない。

ここで心理的距離とは、顧客との距離を埋めようとする日本の接客とする。Hofstede は集団主義社会と個人主義社会の違いについて、人間関係と職務のどちらを優先するかを挙げ、集団主義の社会では職務より人間関係が優先され、個人主義の社会ではその逆である事を明らかにした。また、Hofstede によると日本の集団主義スコアは世界では中間の位置にあると示している。これより、日本は一般的に集団主義的な文化を持つ国だと言える。従って、欧米などの個人的主義の傾向を持つ国と比べると、相対的に集団主義的な文化を持つ日本では人間関係を大切にする接客、すなわち顧客との心理的距離が近い接客が受け入れられるのではないかと考えられる。

それに対して欧米などの個人主義の文化においては、人間関係よりも職務が優先されるため、接客においても余計な会話やサービスを提供されるより、スピーディに必要最低限の対応をしてもらう方が満足度は上がると思われる。この事か

らここでは仮設1を立てて実証している。

次に不確実性の回避についてだが、接客において従業員が商品の知識や情報を多く持っている事は望ましい事である。しかし、それらを顧客にどのくらい提供するかは、文化によって異なると思われる。日本は比較的の不確実性の回避度が強い文化だと言われている。その特徴として、消費者は買い物の際に新しい製品や情報にためらう傾向がある。また、宣伝広告では専門家が良く起用され、商品の効果を直接的に伝えてより説得力のあるアピールの仕方がなされる。これは、不確実性を避ける文化の消費者が慎重に商品を選ぶ傾向がある事を示している。

従って、不確実性の回避度が強い文化における接客では、消費者の慎重な購買行動に合わせて商品知識や情報を細かく説明する事が求められると考えられる。それに対して、アメリカのような相対的に不確実性を受け入れている文化では、新技術を利用したサービスや商品も比較的受け入れやすく、広告宣伝も専門性ではなくユーモアで勝負する事が多い。実際にテレビショッピングでも日本では、専門家が細かく商品の情報や知識を提供する傾向があるのに対して、アメリカとかでは日本よりかはユーモア性が多い印象がある。これは、不確実性の回避度が小さい文化では、購入する前から商品の情報を細かく知っておく必要はなく、直感で購買決定を行う傾向がある事を示している。従って、不確実性を受け入れる文化では、時間をかけて知識を詳細に伝えようとする接客は好まれないと考えられる。以上のようなことから、この論文ではある仮設を立てている。

仮設2、日本は不確実性の回避度が強い文化であるため、接客においては知識を詳細に伝えようとするが、それは曖昧さに寛容な文化の国の人々には好まれない。

また、日本では接客のマニュアル化が積極的になされている。接客のマニュアル化とは、従業員の言葉遣いや接客行動に最低限のルールを設け、実行させる事である。不確実性の回避度の強い文化では、なるべく未知な状況などを避けたい傾向があるため、接客においても日本のような場合、マニュアル化を好む傾向があると考えられる。不確実性の回避度が強い文化では、人々は心情的に法や規則を求める傾向にあり、規則があるというだけで安心できる。よって、接客場面においても形式化されたマニュアルで縛る傾向があると考えられる。それに対して、不確実性の回避度が弱い文化では、フォー

ーマルな規則のあることの方が不快感を高める。このような社会においてはフォーマルな規則が無くとも多くの問題は解決できると考えるため、絶対的に必要な場合にだけ定められるべきだと考えるのである。従って、マニュアル通りに接客を行う文化を嫌うのではないかと予測される。従って、以下の仮設を立てる。

仮設3、日本は不確実性の回避度が強い文化であるため、マニュアル通りの接客を行うが、それは曖昧さに寛容な文化の国の人々には好まれない。

これらは日本人と外国人を対象に行われたものであり、結果として仮設1は、支持された。また、仮設2は不支持、仮設3支持、という結果になった。今回この論文からは、日本人と外国人という視点だったが、私個人としてはより深くターゲットを絞ろうと考えた。そこでこの論文を参考として、日本人の方に旅行など観光する上で、自分自身が集団主義のタイプか、それとも個人主義タイプか、を聞く事で、上記の仮設と違いがあるのかを分析する事にした。また、不確実性の回避度についても旅行をする事を前提として、アンケート調査を行った。

アンケート調査

上記の研究を元に日本人の方にアンケート調査を実施する。旅行をする事を前提としてアンケート調査を行い、それを元に自分なりに仮設を立てて、検証する。

仮設①

旅行や観光をする上で、集団主義的傾向がある日本人にとって、心理的距離が近い接客は受け入れやすいが、個人主義的傾向がある日本人にとっては、好まれない。

仮設②

不確実性の回避度が強い日本人は、接客において知識を詳細に伝えようとするが、不確実性の回避度が小さい人にとっては、好まれない。

仮設③

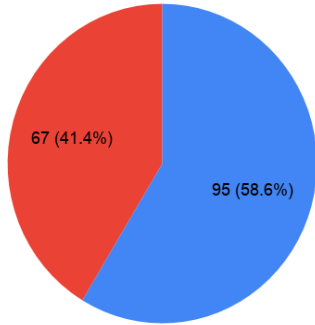
不確実性の回避度が高い日本人は、マニュアル通りの接客を好む傾向に対して、曖昧さに寛容な不確実性の回避度が小さい日本人にとっては、好まれない。

質問内容と回答結果は、その都度記載する。

設問 1、あなたは旅行先で、どちらかと言えば人との繋がりが関係など、人間関係を重視する集団的な活動をするタイプですか？それよりかは、旅行先での観光や目的など、個人的な活動を優先するタイプですか？

設問 1 (回答結果)

- 個人的なタイプ
- 集団的なタイプ

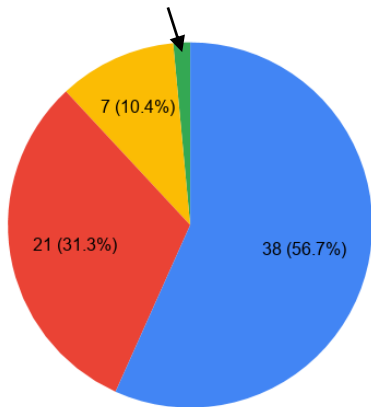


設問 2、設問 1 で集団的なタイプと答えた人に質問です。旅行先で人間関係を大切にしたい接客、顧客との距離を埋めようとする接客に対して不快に感じますか？

設問 2 (回答結果)

1 (1.5%)

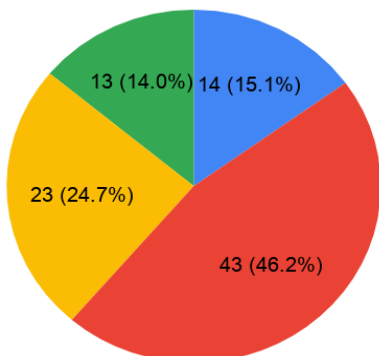
- あまり感じない
- 全く感じない
- 少し感じる
- とても感じる



設問 3、設問 1 で個人的なタイプと答えた人に質問です。旅行先での接客において余計な会話やサービスを提供されるより、スピーディに必要な最低限の対応をしてもらう方が良いと思いますか？

設問 3 (回答結果) 2 人未回答 (93 人)

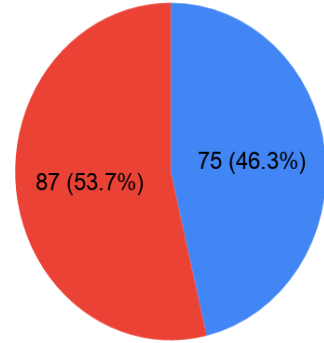
- 全く思わない
- あまり思わない
- 少し思う
- とても思う



設問 4、あなたは不確実な状況、曖昧、未知、予知不可能な状況に不安を感じるタイプであり、なるべくそういった状況を回避したいですか？例、行った事がない場所に対して不安を感じるなど。

設問 4 (回答結果)

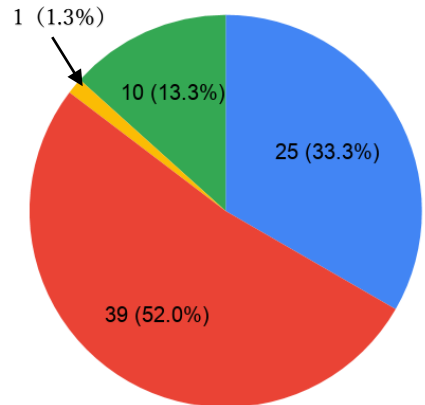
- 回避したい
- 回避しなくても良い



設問 5、設問 4 で「回避したい」と答えた人に質問です。あなたが旅行先で、観光地を巡る際、接客者が観光客の行動に合わせて、情報や知識を細かく説明する事に対して、あなたは不快に感じますか？

設問 5 (回答結果)

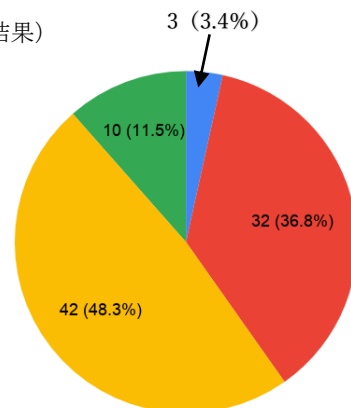
- 全く感じない
- あまり感じない
- とても感じる
- 少し感じる



設問 6、設問 4 で「回避しなくても良い」と答えた人に質問です。あなたが旅行先で、観光地を巡る際、時間をかけて細かく情報や知識を詳細に伝えようとする接客に対して、あなたは好みますか？

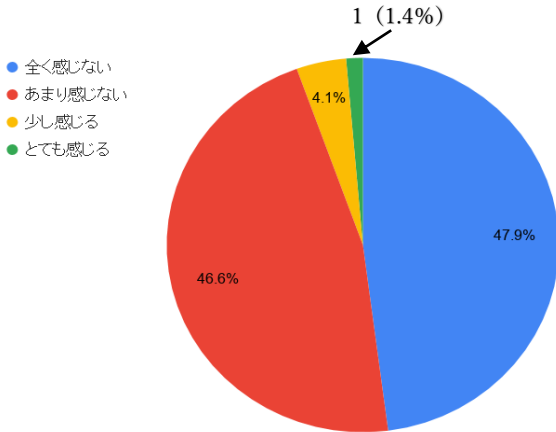
設問 6 (回答結果)

- 全く好まない
- あまり好まない
- 少し好む
- とても好む



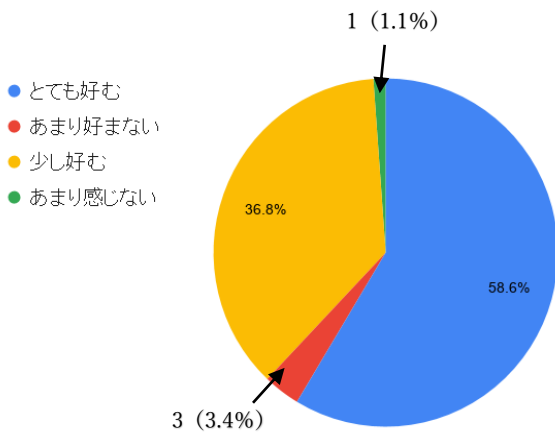
設問7、設問4で「回避したい」と答えた人に質問です。あなたは旅行先で観光する際、接客側が従業員の言葉遣いや接客行動に最低限のルールを設け、誰でも一定のレベルで同じ手順で作業ができる接客のマニュアルに対して、あなたは不快に感じますか？

設問7 (回答結果)



設問8、設問4で「回避しなくても良い」と答えた人に質問です。あなたは旅行先で観光する際、フォーマルな規則であるマニュアル化された接客よりも、規則やルールにあまりとらわれず、臨機応変な接客の方が好みますか？

設問8 (回答結果)



以上が質問内容と回答結果である。

これらのアンケートは162人の回答者に調査した。結果として、仮設①、仮設②は不支持だった。それに対して仮設③は支持された。今回のアンケートからは、旅行や観光をする上で、人との関わりよかは、個人的な目的を優先する個人主義的なタイプの人の方が多いたことが分かった。仮設①で、集团的と答えた人の内、約88%の人は人との関わりを大切に、顧客との距離を埋めようとする接客を好む傾向が

あるのに対して、個人的と答えた人の内、約61.3%の人は余計な会話やサービスよりも必要最低限の情報を伝える接客は、好まない結果が出た。

つまり、個人的なタイプの人でも旅行や観光をする際は、ある程度人との関わりや顧客との距離を埋める接客を求める事が考察される。仮設①としては、不支持でも日本人の中でも比較的、人との関わりを重視した接客は必要だと個人的に感じた。また、仮設②の不確実性の回避度が強い人は、旅行先で、観光地を巡る際、接客者が観光客の行動に合わせて、情報や知識を細かく説明する事に対しては、約85.3%の人は好む事が分かった。しかし、不確実性の回避度が低い人でも59.8%の人は、情報や知識を細かく説明する接客を好む事から、仮設②は支持されなかった。不確実性の回避度が低い、約半数以上の人情報や知識を細かく説明する接客を好む事から、日本人での接客では、ある程度、情報や知識を細かく行う接客が求められると感じた。

仮設③では、不確実性の回避度が強い人約94.5%の人が、マニュアルの接客に対して不快に感じない事が分かった。しかし、不確実性の回避度が低い人にとって、マニュアルの接客よりもその時の状況や環境に合わせて、臨機応変な接客の方が好む事から、仮設③は支持された。仮設①、仮設②に対して、仮設③では、かなりデータが分かれた事から、場合によってはマニュアルの接客、臨機応変な接客を瞬時に使い分ける必要性が、あると感じた。

以上の事から、日本人観光客に向けての接客では、人との関わりを大切にしながら、知識や情報を細かく提供する接客と、マニュアルとマニュアル以上の臨機応変な接客が必要である事が、明確になった。それに加えて、感謝の思いや気持ちであるおもてなしを加える事で、より付加価値の高い接客になると私は考察する。

第4章 高知県庁におけるおもてなしについて

～ヒアリング調査を通して～

今までのおもてなしとホスピタリティの意味や考え方をアンケート調査、ヒアリング調査等を通して自分なりに明確化した上で、実際に高知県庁おもてなし課がおもてなしに対して、どういった考え方があるのかを考察する。まず、県庁おもてなし課が定義している「高知県おもてなしアクションプラン」では、おもてなし3原則を掲げている。

1. 「素顔の高知」で迎えるおもてなし

ありのままの高知で接し、新鮮な出会いのあるおもてなしで迎えます。

2. 食や地域産業と結びつくおもてなし

食や農業・漁業、地域産業など、経済活動と結びついたおもてなしで迎えます。

3. 自信と誇りにあふれたおもてなし

地域の魅力や資源を見つめ直し、県民の自身と誇りに支えられたおもてなしで迎えます。

このように県庁おもてなし課では、これらの3原則を元に様々な活動を行っている。また、高知県ではお遍路さんを迎え、ともに幸せを願う「お接待」が地域文化として根付いている。そこから、高知県ではおもてなしに力を入れるようになったとヒアリング調査を通して、分かった。実際に県庁おもてなし課の人に、おもてなしとホスピタリティの意味、違いについて質問したが、明確な違いや具体的な意味までは明確化出来なかった。しかし、上記で述べたおもてなし3原則では、行政としての改革として掲げているが、具体的なおもてなし本来の考え方に対する意見は無かった。しかし、あったか高知観光条例（平成16年8月6日条例第34号）の目的の第2条では、観光客に潤い、いやし、感動等を与えられるようおもてなしの心を醸成する事と記載されている。これらは、実際に県庁おもてなし課の人から配布されたが、従業員含めておもてなしの定義に関する共通意見は浸透していなかった。

また、ヒアリング調査では、観光客に土佐のこだわりを通じて、感動や共感が生まれる高知のおもてなしを作る事がおもてなしだという意見もあった。それに加えて、高知県おもてなしアクションプランの一つとして、県民一人ひとりが観光客を「おもてなしの心」で迎え、個性豊かな観光を推進する事が大切だという意見もあった。しかし、おもてなしの意味について、県庁含めて、一般の人にもそもそも浸透していない段階で、おもてなしの心は発揮できないと個人的に感じた。また、県庁おもてなし課では、感動や共感を与える事がおもてなしだとしても、最初のアンケート調査でもあったようにおもてなしには人間性に関する意見が多いように、行政と地域には考え方の差があると考察できる。

また、県庁おもてなし課の考え方として、高知県民の人間性を観光客にアピールするよりかは、観光客に感動や驚きを

与え、物質的（ハード面）のサービスにより、満足度を下げないで観光客の価値を上げる考え方に重きを置いている。よって、おもてなしというよりかは、ホスピタリティよりの政策に近いと私は考える。人間性よりかは物質的（ハード面）のサービスを行い、そこに高知県の県民性を活かす考え方がりなので、ホスピタリティに近いと言える。

おわりに

私は、おもてなしには人間性に重きを、ホスピタリティは人間性も含むが、それよりかは顧客が空間に魅力を感じる事だと定義した。さらにそもそもおもてなしとホスピタリティについてもホテル、旅館、一般の人も含めて意見が明確ではない段階で、高知県が掲げている真のおもてなしは発揮できないと思う。さらに、おもてなしとホスピタリティのアンケート調査からも観光する上で、高知県に求めるサービスに対して、実際に高知県では行われているものも多い。しかし、その行われている事を多くの人々に行きわたっていない点からも、観光客と高知県では求めている事と、提供している事にずれ違いが生じている。それがゆえ、高知市が考えている「おもてなし」と観光客がもともとめている「おもてなし」に整合性は無いと言える。

以上の事から、これから必要になってくる事は、私が定義したおもてなしとホスピタリティの違いをホテル、旅館、高知県庁など高知市全体に提案し、観光という基盤をより明確化する必要がある。おもてなしを明確にした上で、これからの観光客に対する取り組みで人間性に重きを置くのか、それとも人間性よりかは物質的（ハード面）のサービスを含む空間に重きを置くのかなど、観光の基盤をさらに深く考える必要がある。

また、企業や行政におもてなしとホスピタリティの違いを浸透させるだけでなく、多くの顧客にも浸透させる事が1番の課題だと私は考える。顧客自身がおもてなしとホスピタリティの違いを明確に考えられる状況になってこそ、真のサービスに繋がると言える。また、日本人観光客には人間性及び知識や情報を細かく行う接客に加え、状況に応じてマニュアルとそれ以上の接客を使い分ける必要がある。さらにそこに感謝の思いや気持ちなど、その人の人間性に魅力を感じる接客が、おもてなしには必要である。

引用文献

長尾 有記, 梅室 博行 (2012) 「おもてなしを構成する要因の体系化と評価ツールの開発」『調査研究, 特集サービス工学、日本経営工学会論文誌』63 巻、

Kim Cheonghwa Wang Ji 辻 真樹 徳力 創一朗 野口 詩織 番野 洋輔 (2017) 「おもてなし再考、～外国人から見た日本的接客サービス～」『大阪大学、経済学部関口ゼミナール』67 巻 1 号

JHA ジェレラル・ディレクター、山本哲士 (2013) 「ホスピタリティとおもてなし Japan hospitality とオリンピック・ホスピタリティの形成へむけて」『JHA : hospitality education、日屋 : hospitality tourism、六大学 : hospitality culture Japan hospitality incubation center : hospitality business』

寺 阪 今日子、稲 葉 祐 之 (2014) 「ホスピタリティとおもてなしサービスの比較分析、～おもてなしの特徴とマネジメント～」『会科学ジャーナル』第 78 号

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, pp

<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/020201/files/2013032100233/300327.pdf> (高知県アクションプラン)

www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/020201/2018050800042.html
(おもてなしトイレ表彰 2017 年高知県庁ホームページ)

<http://www.attaka.or.jp/kanko/taxi.php>

(おもてなしタクシー)

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/020101/files/2009031100190/2009031100190_www_pref_kochi_lg_jp_uploaded_attachment_2091.pdf

(あったか高知観光条例の概要)