

おもてなし研究の展開

——2000年から2024年までの文献レビュー——

相 島 淑 美

要旨

文化・日本文化の領域で、またビジネスや心理学等の様々な領域において、おもてなしは昨今重要度を増している。その一方で、多岐にわたる研究領域を俯瞰的に捉え、体系的におもてなし研究の全体像に迫るレビューは極めて少ない。本論は、おもてなし研究について多面的体系的レビューを試み、2000年から2024年7月（執筆時）までのおもてなし研究の全体像を明らかにする。その結果、コロナ禍以降におもてなしをテーマとする文献数が圧倒的に増えたのみならず、おもてなしを扱うアプローチが多角化し、さらに複数以上の研究領域にまたがるケースが特徴となっていることがわかった。コロナ禍での経験を経て、日本文化＝おもてなしという等式への疑念や、そもそもおもてなしという労働は何なのかという問いも浮上している。今後はおもてなしの場へのAIやVRなどの導入、おもてなしによる顧客満足についての心理学や脳科学からのデータ解析など、おもてなし研究はさらに多角化していくことが予想される。

キーワード：おもてなし、ホスピタリティ、文献レビュー、経験価値

1. はじめに

東京オリンピック招致で一気に話題をさらった「おもてなし」であるが、以来、社会現象となったのみならず、ビジネスの実務はもとより文化・日本文化の領域で、また経営学や心理学等の様々な領域において、その重要度は増すばかりである。ホスピタリティ産業ではいわずもがな、それ以外の事業領域においても、マーケティングの文脈で顧客経験が重視されるなか、おもてなしはより高い顧客満足や経験価値をもたらすものとして扱われている。さらには地方創成や医療・介護の領域にも、おもてなしの有用性が注目されつつある。日本語学・日本文化、あるいは哲学・宗教学・民俗学的な立場からは、長らくおもてなし研究がなされてきたが、単一の学問領域内の研究にとどまらず、複数の学問領域にわたるケースも増えている。

このように、おもてなしはじつに様々な角度から扱われてきた。実際のところ、おもてなしに関する文献は多数にのぼる。相島・佐藤(2024)によれば、大きく3つに分類できる。第1に、ビジネスとしておもてなしをとりあげるアプローチが挙げられる。そのなかでも、まずいわゆるおもてなしにかかわる産業におけるものがある。具体的には、観光や小売、外食、テーマパークでのおもてなしに関する論考あるいは解説書である。固有名詞を挙げるならば、リッツ・カールトン、帝国ホテル、加賀屋、ペニンシュラホテル東京、ホテルインターコンチネンタル東京ベイ、星野リゾート、ノードストローム、三越伊勢丹(日本橋三越)、高島屋(日本橋高島屋)、レクサス販売店、ジョエル・ロブション、がんこフードサービス、ディズニーランド、ユニバーサルスタジオ・ジャパン、JAL、ANA、新幹線などがおもてなしの事例として扱われている。これには、組織レベルでのおもてなしの考え方を説明するパターンもあれば、ホテル支配人、百貨店コンシェルジュなど当該組織で実績を積んだ人物が体験談をもとに自らの信念を含めて語るパターンもある。マネジメント視点から、経営者がおもてなし業界の人材育成・活用や組織作りなどについて知見を述べたり、ドキュメンタリー風に組織改革の経緯をたどったりするパターンもある。

第2のアプローチは日本人・日本文化論の視点からのおもてなしを扱う。このたぐいの書籍では「日本人特有の」おもてなし行為、ふるまいについて多種多様な事例を引いて整理し、著者なりの結論を導き出している。東京オリンピックの開催を機に企画・出版されたものも多い。外国人旅行者や日本に滞在する外国人による日本人論も増えている。以前は日本企業にかかわる欧米の経営のプロや日本の大学で教える教授らが著書となるケースが多かったが、最近では出身国も年齢層も幅広く、より日常的なレベルで日本人のおもてなしを観察するものも目立つ。

第3は、文化の視点からおもてなしに迫るアプローチであるが、このカテゴリーでは茶の湯を軸とした論考が圧倒的多数を占める。利休ら茶人の哲学、わび茶の思想などの理論の本質を文献の精緻な読みから明らかにしようとするアプローチに加え、宗教(とくに禅)との関連も非常に重要である。建築学・工芸学の領域から、茶室や茶道具の研究も進んでいる。

ほかに、「ごちそうで客をもてなす」という意味合いでおもてなしという言葉を用いた家政学的アプローチもある。

以上の分類を手がかりに、より細かく、かつ俯瞰的に研究レビューをおこなうことは、今後おもてなし研究をより前進させるためにも重要であると考えられる。文化や茶道の視点からの研究レビュー(「研究史」のたぐいが多い)、経営学・マーケティングの領域での文献レビューはなされてきた。しかし、上記に述べたような多岐にわたる研究領域を俯瞰

的に捉え、おもてなし研究の全体像を明らかにしようとするレビューは極めて少ない。

多面的なレビューを難しくしている問題のひとつに、研究領域が多岐にわたるうえに、同一領域であっても、おもてなしという言葉の定義が明確になっていない場合が多いという事実がある。研究者や論文によっておもてなしは多様な意味合いで用いられている。「おもてなし」「もてなし」「ホスピタリティ」を同じ意味で用いている場合もあれば、異なる意味で用いている場合もあり、そうした混乱が体系的レビューを困難にしているとも考えられる。

本論の目的は、体系的レビューをおこない、おもてなし研究の全体像を取り結ぶ端緒とすることである。そのため、(狭義の)ジャーナルに記載されているか否かにかかわらず、おもてなしをテーマとする文献を総合的に扱う。

方法としては、検索エンジン Google Scholar により、「おもてなし」「もてなし」「ホスピタリティ」の語で、2000年から2024年7月15日(原稿執筆時)までの文献を検索した。ホスピタリティ産業においてコロナ禍がきわめて大きな影響を与えたことを鑑み、全期間をコロナ禍前と後すなわち2000年から2019年(①)、2020年から2024年(②)の2つに分けて検索をおこなった。

その結果として得られた期間①の検索数は全301件であった。期間②の検索数は2110件であった。いずれも連載は1回を1件と数えている。

ここから、それぞれの検索で得られた文献のアブストラクトをチェックし、あるいは(アブストラクトがない場合は)内容に目を通していった。そこで「おもてなし」という言葉がクリシェとして言及されているのみ(たとえば「おもてなしで知られる～であるが」等)の文献や、料理レシピ等実用書のたぐいを除外した。その結果、期間①では174件が、期間②では308件が残った。残ったこれらの文献について、あらためておもてなしというテーマへのアプローチ方法や内容を調べていくことにした。

2. 2000年から2019年までの期間に発表された文献で扱われているテーマ

期間①に発表された文献は先述のとおり301件である。社会科学系文献の特徴の1つとして挙げられるのは、理論研究、それもおもてなし/ホスピタリティそのものについての概念構築をおこなった文献が多いことである。たとえば安田(2011)、鶴田(2013)、寺阪・稲葉(2014)、岩本・高橋(2015)らはおもてなしとホスピタリティの比較分析を試みている。しかしながら、この時点においても、「おもてなし」と「ホスピタリティ」がそもそも何をさすのか、どのように異なるのか、という点について、文献によって理解にゆれが生じている。

表1 2000年から2019年までの期間で扱われているおもなテーマ一覧

経営学・マーケティング
理論研究——ホスピタリティとおもてなしの比較分析, ホスピタリティとは何か, 概念の意義
価値共創としてのおもてなし, おもてなしと組織市民行動, 感情労働
実務・事例研究——旅館, ホテル, アミューズメントパーク, レストラン, 日本料理店
インターナル・マーケティング, 従業員満足, リーダーシップ,
人的資源管理, 評価方法
「おもてなし経営」企業 「ホスピタリティ志向」型企業
観光——ツーリズム, インバウンド観光戦略とホスピタリティ, ハラル対応
地方創生——まちづくりとおもてなし, 地域事例
医療・介護, 福祉——施設におけるホスピタリティ, 社会福祉におけるホスピタリティマネジメント
工学——おもてなしロボット
教育——大学のプログラムとしてのホスピタリティ
日本文化・日本語学——おもてなしの語義, 茶の湯とおもてなし
心理学——共感性とおもてなし

中村・松本・増田 (2013) は価値共創の視点から「もてなし」にアプローチしている。小林・原・山内 (2014) もおもてなしを日本型価値共創のスタイルとして読み解いた。岸田 (2012) は社会, サービス産業, 観光, 医療現場等に分け, ホスピタリティの意義について考察を試みている。今井 (2016) は「おもてなし」という言葉に潜む「深遠さ」から, ホスピタリティとの違いを探ろうとした。なお, 横田 (2015) は日本文学研究者の立場からおもてなしの語義を明らかにしている。

事例研究では, 加賀屋, 帝国ホテル, リッツ・カールトン, 東京ディズニーランド, 日本料理店等におけるおもてなし/ホスピタリティ実践を記したもので, さらにそれを他企業において応用した記録, あるいは数社におけるおもてなし/ホスピタリティについて比較分析したものが大半である。高野 (2010), 小松田 (2010), 佐藤・Al-alsheikh・平岩 (2014), 犬丸 (2016), 森下 (2017) などがそれである。浦野 (2016) は加賀屋の事例からおもてなしの海外移転について展望と課題を提示している。また, 鈴木 (2015) は小売業の海外戦略において, おもてなしを戦略的に取り扱っている。

経営との関係では, 「おもてなし経営」「ホスピタリティ・マネジメント」という概念として用いられることも多い。星野 (2013) などである。

観光とおもてなし/ホスピタリティ研究も多くみられる。インバウンド観光客に対してどのようにおもてなしを提供するか, というスタンスが目立つ。益山・八木 (2008), 森

下（2019）などである。

観光と地域性（まちづくりを含む）というテーマにおもてなしを絡めた文献もみられる。

それ以外に、期間①では、ホスピタリティ教育の事例報告・研究も多い。永田（2015, 2017）は大学のプログラムとしてのおもてなし教育の展開を振り返り、岩田（2019）はフィールドワークとしての「おもてなし研修」の報告を、深見・川上（2019）はインターンシップでの実践事例を報告している。

以上を表にしたのが表1である。（記載された位置、順と文献数は関係がない）

3. 2020年から2024年までの期間に発表された文献で扱われているテーマ

テーマについて考察する前に、発表された文献の数を比較しておこう。関連性で抽出する以前の数で比較した場合、期間①の検索数は20年間で全301件にとどまったのに対して、期間②は5年半強であるにもかかわらず2110件にのぼる。コロナ禍により「密」や「接触」が忌避されたこと、そのなかでの東京オリンピックの開催、インバウンド観光客の激減は、おもてなし／ホスピタリティそのものの必要性や本質について根底から見直す機運につながったといえるだろう。

期間②で扱われたテーマは多岐にわたる。期間①と同様、おもてなしの概念構築をはかったりホスピタリティとの比較分析をおこなったりする取り組みもあるが、これはコロナ禍により接触型のおもてなしが不可能となり、「そもそも、おもてなしとは何なのか」を再検討する契機となったことも考えられる。

また、サービス・ドミナント・ロジックやリレーションシップ・マーケティング、経験価値マーケティングといったマーケティングのフレームワークを用いておもてなしの本質に迫ろうとする試みも目立っている。相島・佐藤（2020）はビジネス・インプロビゼーションの概念をおもてなしに援用し、ホスピタリティとの差異を明らかにした。

期間①では「どのようにおもてなしを提供するか」という点に重点が置かれていたが、期間②では「おもてなしを感じる」うえで影響を及ぼす要素の研究など、単に提供するだけでなく、おもてなしの効果をより高める方法に注目されている。さらに、狭義のおもてなしでなく、おもてなしの精神・文化をベースにしたマーケティングやマネジメントに拡張する動きも顕著である。

感情労働という視点から取り上げた論文は期間①でも散見されたが、期間②ではより踏み込んで、おもてなしを労働、働き方として取り上げた論文が目についた。おもてなしそのものの概念構築を目的とする論文ではないとしても、こうした論文においては、従来一般に捉えられていたような「顧客を大切にすぐれたサービスを提供する」というおもて

表2 2020年から2024年までの期間で扱われているおもなテーマ一覧

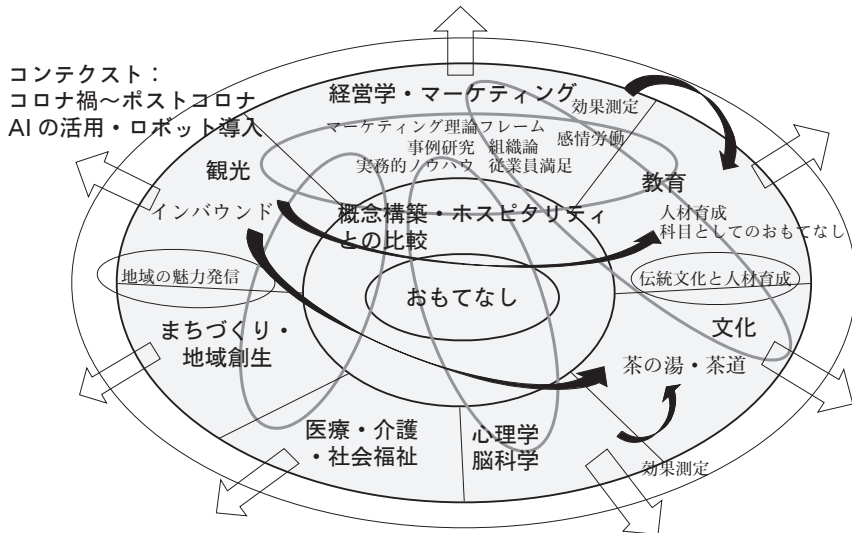
経営学・マーケティング
理論研究——サービス, ホスピタリティ, おもてなしの比較研究,
サービス・ドミナント・ロジックとおもてなし
経験価値マーケティングの方法としてのおもてなし
リレーションシップ・マーケティングとおもてなし
接遇の理論化
経営戦略としてのおもてなし, おもてなし経営
おもてなしマーケティング
実務・事例研究——旅館, ホテル, 寿司店, アミューズメントパーク
日本と海外の比較, 日本旅館の海外進出事例
企業のホスピタリティ戦略
人的資源管理——人材育成, 研修, キャリア形成, リーダーシップ, 女将
働き方——感情労働, 感情労働とジェンダー, 労働としてのおもてなし
宿泊施設で働く外国人従業員への調査
評価・測定——顧客視点でおもてなし要素抽出, 評価
接客行為に関する快不快の要因分析
店舗設計, 省人化とおもてなし デジタルとおもてなしの両立
カスタマーハラスメント
観光——インバウンド, 観光人材育成
インバウンド観光客の口コミ分析
地方創成——まちづくり
従業員満足から始まる地方創成と価値共創
看護, 介護, 医療——受診者へのおもてなし接遇
工学——脳科学, ロボット, DX, 顔認知とおもてなし, 伝統文化とロボット
教育——教科としてのおもてなし, 教え方としてのおもてなし
コミュニケーション(言語)——おもてなしに必要なコミュニケーション力
文化——日本文化とおもてなし, 茶道と臨床心理学, 禅とおもてなし
家政学——おもてなしと空間分析
歴史——史料から明らかになるおもてなし
心理学, 医療——心理学からみたおもてなし
ギャンブル障害治療の可能性
オリンピック・パラリンピック関連——ホストタウン事例, スポーツイベントとおもてなし
コロナ禍——コロナ下の観光とおもてなし, イノベーションの必要性
アフターコロナ観光人材

なしとは別の側面に焦点が当てられ、結果的におもてなしの概念を再検討するという動きにつながる可能性を秘めている。

以上を表にしたのが表2である。(記載された位置、順と文献数は関係がない)

表2全体から、期間②で扱われているテーマは2つ以上の研究領域にまたがっているケースが多いことがわかる。様々な研究領域がどのようにおもてなしというテーマにかかわっているかを示したのが以下の図である。

図-1 おもてなしにかかわる研究領域



(出所：筆者作成)

おもてなし研究においてはまず概念構築や「おもてなしとホスピタリティの比較分析」が中心テーマとなる。これは経営学・マーケティング領域、教育・文化（日本文化論、美学、宗教学、哲学含む）の領域でとくに顕著である。経営学・マーケティング領域では、理論フレームを用いておもてなしの特質を論じるもの、事例研究や実務的方法論の解説が多い。そこでは効果測定や評価が問題となり、人的資源管理や組織論へと展開する。おもてなしを提供する従業員のエンゲージメント向上をはかる議論のほか、感情労働に関する議論も根強い。教育領域では、おもてなし人材育成および大学生に科目としておもてなしを教える方法論などが扱われている。教育と関連して、観光領域ではポストコロナの観光のありかたを模索しつつ、観光人材の育成に関する論考も多い。一方で、この期間はインバウンド需要が冷え込んだこともあり、観光と地域創生・まちづくりを扱う文献も目立った。たとえば、地域の魅力発信に「おもてなし」が活用できないかといったアプローチ等

である。

このほかに、医療・介護、社会福祉の領域で、とくに概念としてのおもてなしが注目されている。

繰り返しになるが、図の楕円で囲った部分は現時点で複数以上の領域がかかわる研究を表わしている。観光、まちづくり、経営・マーケティングはおもてなしという軸で連関している。医療・介護・社会福祉領域の研究はこの点でもかかわってくる。また、教育学の視点も重要度を増している。マーケティングや経営でおもてなしを提供する場面における心理学的・脳科学的アプローチも成果をあげている。

本論では (Google Scholar の検索でヒットしなかったため) 茶の湯にはとくにページを割かなかつたが、当然ながら茶道・茶の湯文献でもおもてなしというテーマはさかんに扱われている。コロナ禍において対面で集うことがなくなった経験を経て、茶の湯のおもてなしの本質をあらためて見直そうという動きもある。

このように、さまざまな領域が重なり合いながらおもてなし研究にかかわっている。その外縁をとりかこむのはコロナ禍・ポストコロナの影響であり、また AI やロボットがあらゆる場面で導入される (であろう) 社会状況である。上記に挙げた学際的研究に、AI やメタバース、VR、ロボットを取り込む動きはすでに始まっている。

4. おもてなし研究の展開

これまで、全期間をコロナ禍前と後すなわち2000年から2019年 (①)、2020年から2024年 (②) の2つに分けておもてなしを取り上げた文献を渉猟し、扱われるテーマについて調べた。その結果、明らかになったことは以下の3点である。

第1に、期間①と期間②の文献数を比較すると、期間①が20年、期間②が5年半強であるにもかかわらず、期間②は期間①の7倍となっている。また、期間②では扱われるテーマや視点多岐にわたっている。

第2に、期間②では、扱うテーマに対して、学際的な取り組みをおこなったケースが多いことがわかった。

第3に、期間①と期間②では、「おもてなし」そのものの見方が異なっている。期間①では総じて、「おもてなし」の価値を所与のものとして受け入れたうえで、おもてなしの価値を (ホスピタリティとの比較等で) 明らかにしようとする取り組み、あるいは、よりよいおもてなしを提供するための方法論などが扱われる傾向があった。期間②では、そもそもおもてなしは (どれほど) 価値のあるものなのか、おもてなしという労働は結局どのようなものなのか、という視点が表面化しつつある。コロナ禍を経て、すでにおもてなし

について無批判ではいられない社会状況が背景にあるといえるだろう。

5. 結 び

本研究では、様々な領域でテーマとされるおもてなしが実際にどのように扱われてきたかを明らかにするため、2000年から2019年（①）、2020年から2024年（②）の2つに分けておもてなしを取り上げた文献を調査した。コロナ禍以降の期間②では文献数が増えたのみならず、おもてなしを扱うアプローチが多角化し、さらに複数以上の研究領域にまたがるものが増えた。コロナ禍での経験を経て、「日本独特のおもてなし」という言説に対する疑念あるいは躊躇が根底に見え隠れする。労働としておもてなしのありかたを問うなど、従来にはなかった視点が顕著となっている。

では、今後おもてなし研究はどのように展開していくのか。経営学・商学、経済学、文化学、社会学、科学（脳科学など）、工学…といっそう学際的な共同研究が進むことが予想される。一例は、岩崎・相島（2024）のメタバースやVR技術を用いたおもてなし研究である。企業の協力を得、VR技術を活用して茶道のおもてなし・マインドフルネス体験をユニバーサルに共有する取り組みであり、次の段階では、その効果を臨床心理学の手法を用いて実験し明らかにしていくことを射程に入れている。こうした取り組みに象徴されるように、おもてなし研究のアプローチはさらに多様に展開していくといえるだろう。

本研究の理論的貢献は、従来十分におこなわれてこなかったおもてなしの体系的文献レビューにより、粗削りながらおもてなし研究の全体像を図示したことである。また、今後のおもてなし研究の展開について1つの可能性を示唆した。

本研究の限界は以下の通りである。検索エンジンとして Google Scholar を用いたが、茶の湯関連の文献が拾えていないなど、完全とはいえない。今後、より網羅的なおもてなし研究マップを作成していきたい。

また、グローバル化でおもてなしが海外で論じられることも多くなか、今回はヒットした英語論文が少なかった。次回以降は英語論文に目配りして体系的文献レビューをおこないたいと考えている。各文献の内容をさらに精査・分析することも必要である。

参 考 文 献

- Aishima, Toshimi (2019), *The Origin and development of the Japanese concept of omotenashi*. (doctoral dissertation of Kwansei Gakuin University)
- Al-alsheikh, A. and Yoshinobu Sato (2015), "Characteristics of the Hospitality, Omotenashi in the Traditional Japanese Inn: A Case Study of Kagaya," *Business & Accounting Review*, 16, December, 123-142.

- Sato, Yoshinobu and Abdulelah Al-Alsheikh (2014), "Comparative Analysis of the Western Hospitality and the Japanese Omotenashi: Case Research of the Hotel Industry," *Business and Accounting Review*, 14 (December), 1-15.
- Sato, Yoshinobu and Mark E. Parry (2015), "The Influence of the Japanese Tea Ceremony on Japanese Restaurant Hospitality," *Journal of Consumer Marketing*, 32(7), 521-29.
- 相島淑美 (2018) 「日本の百貨店におけるおもてなし接客の特徴」『日本マーケティング学会カンファレンス・プロシーディングス』7, 395-408.
- 相島淑美・佐藤善信 (2020) 「おもてなしの視点による日本型ビジネス・インプロビゼーション」『日本マーケティング学会カンファレンス・プロシーディングス』9, 250-258.
- 相島淑美・佐藤善信 (2023) 「ポストコロナの海外観光客向け茶道体験プログラムの展開」『日本商業学会73回全国研究大会報告論集』67-77.
- 相島淑美・佐藤善信 (2024) 『おもてなし研究の新次元——日本型マーケティングの源流』神戸学院大学出版会
- 安藤三郎 (2004) 「地域の再生と観光ビジネス」『四国大学経営情報研究所年報』10, 3-24.
- 今井真貴子 (2016) 「風土に育まれた日本旅館の思いやりに関する研究：ホスピタリティにという言葉が持つ表層性への疑義」同志社大学博士論文
- 犬丸一郎 (2013) 『帝国ホテルの流儀』集英社新書
- 犬丸徹郎 (2016) 『帝国ホテルの考え方——本物のサービスとは何か』講談社
- 岩崎かず子・相島淑美 (2024) 「マインドフルネス体験の海外発信——VR×茶道の可能性」応用心理学会報告
- 岩崎祐子 (2023) 『「三重のおもてなし経営企業」にみる『おもてなし経営』の情報発信——経営理念・トップメッセージのテキストマイニング分析』『四日市大学論集』35(2), 175-186.
- 池内裕実 (2020) 「なぜカスタマーハラスメントは起きるのか——心理的社会的諸要因と具体的な対処法」『情報の科学と技術』70(10), 486-492.
- 岩切朋彦 (2023) 「指宿の宿泊施設で働く外国人従業員へのインタビュー調査」『志学館大学教職センター紀要』8, 56-66.
- 岩田京子 (2019) 「フィールドワーク科目「おもてなし研修」の成果と課題」『中村学園大学短期大学部研究紀要』51, 177-186.
- 岩本英和・高橋謙輔 (2015) 「日本のおもてなしと西洋のホスピタリティの見解に関する一考察」『城西国際大学紀要』23(6), 17-26.
- 浦野寛子 (2015) 「おもてなし概念の構築と海外移転に関する研究」『立正経営論集』52(1), 65-80.
- 浦野寛子 (2016) 「おもてなしの海外移転に関する展望と課題 加賀屋の事例考察から」『立正経営論集』49(1), 55-72.
- 浦野寛子 (2019) 「消費者の購買態度にもとづく『おもてなし』マーケティング」『立正経営論集』52(1), 65-80.
- 大方優子 (2023) 「旅行者エンゲージメントの態度形成に影響を与える要因」『九州産業大学学術レポジトリ』10, 15-27.

- 大津真一・長沢伸也 (2022) 「エクスペリエンス (経験・体験) と経験価値マーケティング再考」『感性工学』20(3), 122-129.
- 小田真弓 (2015) 『加賀屋 笑顔で気働き』日本経済新聞社
- 小沢道紀 (2016) 「ホスピタリティ再考」『立命館経営学』54(4), 177-194.
- 小澤考人 (2020) 「オリンピック開催地の都市再生とその観光的意義——レガシー構想以後の『オリンピックと観光』の地平」『観光学評論』8(1), 85-101.
- 親泊政子・平徹男 (2005) 「インターナル・マーケティングにおけるホスピタリティ教育」『琉球大学経済研究』69, 91-160.
- 勝田英樹 (2021) 「宴会場設備の特徴」『電気設備学会誌』41(8), 462-465.
- 加納和彦 (2022) 「微笑みはスキルか：労働の視点による“おもてなし”に関する一考察」8990. 愛知淑徳大学論集』12, 115-138.
- 金久まひる・阪田真己子 (2022) 「茶道点前動作の美しさ認知に影響する要因」情報処理学会『第84回全国大会講演論文集』889-890.
- 川名幸夫 (2006) 『帝国ホテル 伝統のおもてなし』日本能率協会マネジメントセンター
- 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』48, 31-88.
- 岸田さだ子 (2013) 「観光まちづくりとホスピタリティ」『甲南女子大学研究紀要』49, 47-50.
- 国友隆一 (2008) 『伊勢丹に学ぶおもてなし』日本実業出版社
- 久保薫子 (2020) 「唐津市における茶道の観光活用」『観光学論集』15, 49-54.
- 久村恵子 (2023) 「感情労働化する社会における感情労働の特徴とその効果」『南山経営研究』37(3), 283-305.
- 久村恵子・山口和代・大塚弥生 (2024) 「3つの業種における感情労働に影響を及ぼす要因に関する研究」『南山経営研究』38(3), 355-379.
- 桑名義晴 (2020) 「異文化を超える日本のサービスへ——先進企業事例から」『異文化経営研究』17, 1-20.
- 小池幸子 (2013) 『帝国ホテル流おもてなしの心』朝日文庫
- 児玉桜代里 (2017) 「ホスピタリティ・マネジメントの事例研究 (1) 亀田メディカルセンターと加賀屋旅館の経営管理」『明星大学経営学研究紀要』12, 17-35.
- 小林潔司・原良憲・山内裕 (2014) 『日本型クリエイティブ・サービスの時代 おもてなしへの科学的接近』日本評論社
- 小松田勝 (2010) 「人の心に魔法をかける ディズニーランドの教え」かんき出版
- 佐々木真理子 (2012) 「初等教育における観光教育の現状について」『日本観光学会誌』53, 10-17.
- 佐藤哲哉 (2010) 「ホスピタリティ・ツーリズム企業における従業員満足の趨勢」*Global Management* 創刊号, 28-38.
- 佐藤勝秀 (2022) 「日本文化にみられるホスピタリティとの関連性についての考察」『安田女子大学紀要』50, 103-108.
- 佐藤善信・A. Al-alsheikh・平岩英治 (2014) 「日本型おもてなしの特徴——茶の湯と懐石料理店発展の関係を中心に」『ビジネス&アカウンティング・レビュー』14, 17-37.

- 四方啓暉 (2010) 『リッツカールトン 究極のホスピタリティ』河出書房新社
- 島田由香 (2017) 「ホスピタリティの深層に向けて」『白百合女子大学研究紀要』53, 37-56.
- 白石弘幸 (2021) 「食品工場の組織的ホスピタリティ戦略」金沢大学経済論集42(1), 67-104.
- 鈴木智子 (2015) 「おもてなしで競争優位性を築く海外展開——株式会社ファミリーマート」『マーケティングジャーナル』34(3), 129-144.
- 瀬戸川玲子 (2013) 「おもてなし経営企業に見られる強さと共通項」『開発工学』33(1), 23-28.
- 高野登 (2013) 『リッツ・カールトン 至高のホスピタリティ』角川新書
- 高橋広行 (2022) 「顧客志向のサービスレベルの検討 狩野モデルを用いた分析を通じて」『同志社大学紀要』73(6), 119-136.
- 竹内大真・芳賀麻誉美 (2020) 「接客行為に対する快不快の要因分析 評判と個人特性の影響について」『日本行動計量学会大会抄録集』48(0), 160-161.
- 竹川郁雄 (2020) 「四国遍路における現代のお接待——四国遍路巡拝記におけるお接待の諸相」『愛媛大学紀要四国遍路と世代の巡礼』5, 31-40.
- 田島栄文 (2014) 「高齢者介護施設におけるホスピタリティ概念定義の試み 先行文献より」『神戸医療福祉大学紀要』15(1), 31-36.
- 田村圭吾・松原斎樹・宗田好史・杉本尚子・平本毅 (2022) 「客の満足度の向上を意図した日本料理店の建築・しつらえの実態」『人間・環境学会論集』25(1), 30.
- 近井学・伊藤納奈・水浪田鶴・遠藤博史・氏家弘裕 (2021) 「航空接客場面における「おもてなし」の要素抽出のための顧客視点評価」『人間工学』57(6), 303-309.
- 近井学 (2023) 「接客場面におけるインタラクションのモデル化に向けた研究」『バイオメカニズム学会誌』47(1), 32-38.
- 鶴田雅昭 (2013) 「ホスピタリティとは何か——サービス、『おもてなし』との比較考察」『ATOMI 観光マネジメント学科紀要』3, 51-56.
- 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」『社会科学ジャーナル』78, 85-120.
- 寺田ゆかり (2015) 「観光における地域性とホスピタリティ——奥州・仙台おもてなし集団伊達武将隊を事例として」『東北人類学論壇』14, 62-94.
- 土屋晴仁 (2016) 『ここに日本がある 三越日本橋本店にみるもてなしの文化』IBCパブリッシング
- トンプソン, マルコム (2007) 『日本が教えてくれるホスピタリティの神髄』祥伝社
- 中川伸子 (2011) 「ホスピタリティの起源」『神戸女子短期大学紀要』56, 25-32.
- 中村孝太郎・松本加奈子・増田央 (2013) 「もてなし型価値共創の視点」『年次学術大会講演要旨集』27, 935-938.
- 永石尚子 (2022) 「ホスピタリティ・ツーリズム産業における人的サービス価値への一考察——デジタルとの棲み分けの観点からの検討」『観光研究』34(3), 127-136.
- 永田美江子 (2015) 「平安女学院における観光ホスピタリティ教育の成立史をめぐる研究」『平安女学院大学研究年報』16, 17-33.
- 長尾典子 (2021) 「日本のテーブルコーディネートはいかにして大衆化したか——文献および婦

- 人雑誌に見る基礎的考察』『京都文教短期大学研究紀要』60, 55-64.
- 中根貢 (2013) 『ザ・ホスピタリティ——「おもてなし」「思いやり」から経営へ』産業能率大学出版部
- 中西純夫 (2014) 「東京ディズニーランドにおける接客従業員のキャリア形成と共感・感動労働」『千葉大学人文社会科学部研究プロジェクト報告書』280, 59-80.
- 西尾久美子 (2022) 「価値共創人材の育成と事業システム」科学研究費助成事業研究成果報告書
- 西尾チツル (2020) 「宿泊施設におけるおもてなしサービスの測定」『サービス学会第8回国内大会講演論文集』364-369.
- 西岡由美 (2018) 「おもてなし行動と組織市民行動との弁別性および関係性」『立正経営論集』51 (1), 1-19.
- 西川亮 (2022) 「コロナ禍における居住市内宿泊の実態に関する基礎的研究」『観光研究』34(1), 17-30.
- 西川丈次 (2023) 「コロナで変わるおもてなし」『トラベルジャーナル』7月10日号
- 西田裕己他 (2017) 「おもてなしロボットの生体情報による評価」『情報処理学会シンポジウムシリーズ 2017』865-875.
- 西原里美 (2020) 「ホスピタリティがツーリズム・ディステーションの再構築に及ぼす影響」『大阪学院大学商・経営学論集』45(1/2), 1-30.
- 原良憲 (2014) 「サービス学におけるおもてなし——サービス価値の持続と発展にむけて」『サービスロジー』1(3), 4-11.
- 深見環・川上雄一郎 (2019) 「PBL型インターンシップの研修と実践」『関西ベンチャー学会誌』12, 125-131.
- 藤井貞和 (2018) 「源氏物語のホスピタリティへ」『文化資本研究』279-88.
- 藤本航平 (2021) 「心理臨床を茶の湯に見立てる——心理臨床と茶の湯文化の心理・空間的比較」『京都大学大学院教育研究科紀要』67, 361-371.
- 文化資本学会 (2018) 『文化資本研究1 文化資本とホスピタリティ』文化科学高等研究院出版局
- 星野靖彦 (2013) 「社会福祉サービスにホスピタリティマネジメントを導入する可能性に関する検討」『人間科学研究』34, 97-104.
- 星野靖彦 (2023) 「スピリチュアリティを視野に入れたソーシャルワークに関する検討 ホスピタリティの視点を通して」『日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌』33, 151-160.
- 細井勝 (2006) 『加賀屋の流儀：極上のおもてなしとは』PHP 研究所
- 細井勝 (2010) 『加賀屋のこころ』PHP 研究所
- 松笠裕之 (2021) 「日本のホテル産業における日本人総支配人のリーダーシップ・コンピテンシーに関する研究」九州産業大学『地域共創学会誌』6, 13-46.
- 松岡昌幸 (2023) 「ホスピタリティの性格に関する一考察」『愛知学院大学文学部紀要』52, 81-97.
- 益山代利子・八木雅子 (2008) 「国際観光振興とホスピタリティ：商店街のおもてなしに関する在日外国人の意識調査」『松本大学研究紀要』6(58), 101-106.
- 三木研作他 (2023) 「おもてなしの熟練による表情認知過程の変化」『日本心理学会大会発表論文

- 集』87(0).
- 三越伊勢丹ヒューマン・ソリューションズ (2017)『誰からも信頼される三越伊勢丹の心づかい』
角川書店
- 茂木健一郎 (2014)『加賀屋さんに教わったおもてなし脳』PHP 研究所
- 森越京子 (2023)「アフターコロナに向けた観光ホスピタリティ人材育成のための大学英語教育
再考」『北星学園大学短期大学部北星論集』20, 29-40.
- 森下俊一郎 (2017)「おもてなしを創出する組織的知識経営——和倉温泉加賀屋と黒川温泉の比
較分析」『日本経営診断学会論集』17, 115-121.
- 森下俊一郎 (2020)「サービスおよびホスピタリティとの比較によるおもてなしの概念の再考」九
州産業大学『地域共創学会誌』5, 1-12.
- 森下俊一郎 (2021)「宿泊業における訪日外国人客へのおもてなしとそのマネジメント」『日本経
営診断学会論集』21, 1-6.
- 森下俊一郎 (2023)「訪日外国人観光客の口コミ分析による旅館の魅力と類型化」『日本経営診断
学会論集』23, 69-75.
- 安田彰 (2011)「サービスとホスピタリティ その系譜と構造」『ホスピタリティ・マネジメント』
2(1), 93-106.
- 安田彰 (2012)「もてなし——その系譜と構造——」『ホスピタリティ・マネジメント』, 3(1), 23-
39.
- 安田純子 (2023)「観光学と家政学との接点 家政学からのアプローチ」『総合観光研究』21,
33-44.
- 安田純子 (2024)「おもてなしのこころと家政学——旅の宿の空間分析を例として」『郡山女子大
学紀要』60, 139-147.
- 山内孝幸 (2020)「サービス・マーケティングにおける『サービス』『ホスピタリティ』『おもて
なし』」『阪南論集』56(1), 71-81.
- 横田隆志 (2015)「もてなしの語義——中世の用例を中心として」『銘傳日本語教育』18, 1-8.
- 横山七海 (2023)「女将の文化人類学的研究 宮城県仙台市の温泉旅禍を事例に」『日本文化人
類学会研究大会発表要旨集』5.