

挨拶とお辞儀が観光者に与える影響

佐藤千尋

1. はじめに

近年、国際観光が活発化し、異文化理解の促進や多様なニーズへの対応がより高くなっている。日本の観光業では多くの人々が流入することから、政府は「宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供」を施策に掲げている。この取組みの中でも重視すべきは「人材育成」「多様なニーズへの対応」である。それは観光業の中でも宿泊業は、従事者と観光者が接する時間が長いことから、適切な対人サービスを行い、観光者からの多様なニーズを引き出すことが重要であり、ニーズを満たすためには宿泊施設従事者の行動が重要であると考えられるためである。中でも非言語的行動は、第一印象に影響を与え、観光者満足 (cf. Jung & Yoon, 2011)、再来訪に影響を及ぼす (cf. Gonzalez, Comesana & Brea, 2007)。とりわけ対人サービスにおける挨拶とお辞儀はコミュニケーションのきっかけをつくり (cf. 深田, 1998) 交流を促進させ、観光者満足に影響を及ぼすことから重要である。これらのことから、挨拶とお辞儀は第一印象に影響を与え、挨拶やお辞儀の効用が機能することで観光者満足に影響を及ぼし、再び訪れたいという気持ちを高めることが推測できる。しかし、挨拶とお辞儀を社会心理学的側面から検討した研究は見当たらない。

そこで本研究では、①従事者の挨拶・お辞儀が観光者に与える印象及び効用を明らかにし、②従事者の挨拶・お辞儀の印象及び効用が観光者満足、再来訪に与える影響を検討することを目的とする。

2. 研究 I : インタビュー調査

(1) 目的

宿泊業の対人サービスにおける挨拶とお辞儀が観光者にどのような印象や効用を与えているのかについて明らかにする

(2) 方法

「プロが選ぶ日本のホテル・旅館 100 選」にてサービス評価が高い日本旅館 5 か所を対象とし、インタビュー調査を実施した。質問項目として、各旅館のマネージャーに 8 項目、従事者に 6 項目の回答を求めた。

(3) 結果と考察

従事者の挨拶とお辞儀は対人サービスに欠かせない行動であり、観光者と出会った全ての場面において行うことが重要であることが示された。また挨拶とお辞儀の与える印象では安心感やくつろぎを与える印象、声をかけやすい印象を与えることが観光者に好感を持たれることが明らかになった。加えて挨拶とお辞儀には、歓迎や感謝などの場面や状況ごとの気持ちの表現や観光者との交流促進、観光者に従事者を認識してもらう効用があることが明らかになった。さらに挨拶とお辞儀が観光者満足に影響を及ぼすことが示唆された。

3. 研究Ⅱ：質問紙調査

(1) 目的と仮説

①従事者の挨拶とお辞儀が観光者に与える印象及び効用、②どのような挨拶とお辞儀の印象及び効用が観光者満足、再来訪に影響を与えるのかを明らかにすることを目的とする。

研究Ⅰの結果から、以下の仮説が導き出される。



図 3-1 対人サービスにおける従事者の挨拶・お辞儀の印象及び効用が観光者満足、再来訪に及ぼす影響のプロセスモデル（筆者作成）

(2) 方法

インターネットによる質問紙調査を実施した。対象者は、直近一年以内に旅館に宿泊した 20 歳以上の人を対象とした。有効回答数は 196 名であった。

(3) 質問項目

以下の尺度を用いた。①挨拶・お辞儀の頻度：7 項目、②挨拶・お辞儀の与える印象：16 項目、③挨拶・お辞儀の効用：15 項目、④観光者満足：3 項目、⑤再来訪：4 項目を使用した。

(4) 結果と考察

1) プロセスモデル

因子分析によって得られた各要因の相関に基づき、また同一領域の先行研究からのモデルを参考にして、共分散構造分析を試みた。有意なパスモデルの適合性指標指数は、CFI = .990、AGFI = .891、RMSEA = .074 であり、モデルの適合性は良好であった（図 3-2）。

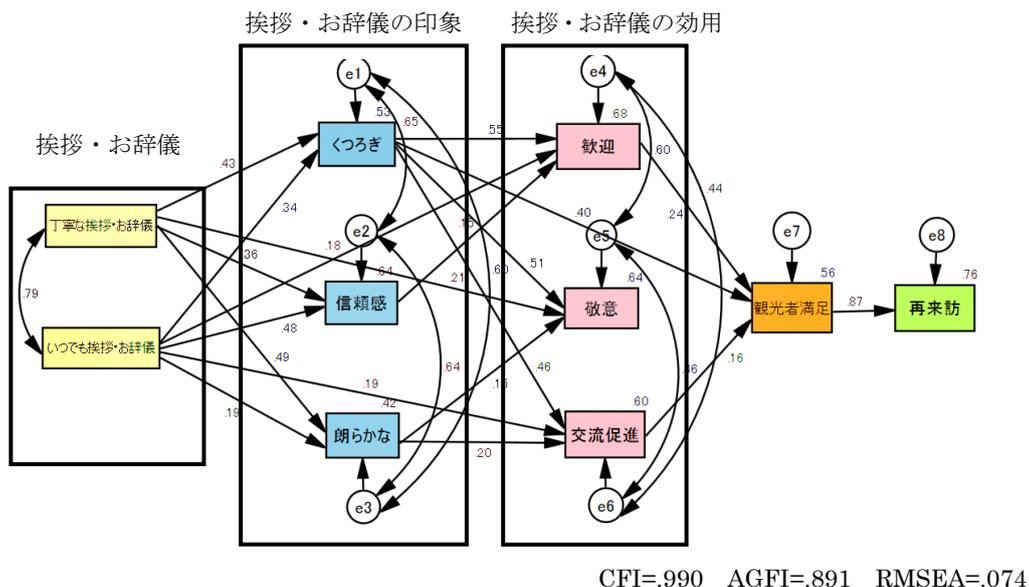


図 3-2 従事者の挨拶・お辞儀の印象及び効用が観光者満足、再来訪に及ぼす影響

2) 結果

仮説1「従事者の挨拶・お辞儀は観光者に良い影響を与えるだろう」は支持された。仮説2「従事者の挨拶・お辞儀の印象は挨拶・お辞儀の効用に影響を及ぼすだろう」は一部支持された。仮説3「従事者の挨拶・お辞儀の効用は観光者満足に影響を及ぼすだろう」は一部支持された。仮説4「観光者満足は再来訪に影響を与えるだろう」は支持された。

3) 考察

本研究の意義は、主に以下の三つをあげることができる。

第一に、挨拶とお辞儀は観光者に肯定的な印象を与え、それが挨拶とお辞儀の効用に影響を及ぼし、その効用によって観光者が満足を感じ、再度その従事者や企業と関わりを持ちたいという気持ちに影響を及ぼすことが明らかになった。この結果は宿泊業における従事者の挨拶とお辞儀の重要性を示している。宿泊業の場合、丁寧にいつも挨拶をすることで、訪れた観光者にくつろぎや信頼感を与え、そのことが歓迎や朗らかさを伝えコミュニケーションのきっかけをつくり、観光者は満足し再度訪れたいと考えることが示唆されている。第二に、挨拶とお辞儀は従事者の第一印象に影響を及ぼし、その結果観光者が従事者に好感を持ち満足することが明らかになった。とりわけ、旅館においては、観光者が癒しやくつろぎを求めて訪れていることから、従事者が観光者に丁寧にいつでも挨拶とお辞儀をすることで温かくくつろげる印象を与え、観光者の気持ちを満たすことで満足感が高まり、再度利用したいという気持ちにさせることが考えられよう。第三に、従事者の挨拶とお辞儀は「いつも行うこと」が重要であり、「いつも行うこと」で歓迎や感謝を伝え、観光者の満足感や再来訪に影響を及ぼすことが明らかになった。この結果は、宿泊業における従業員研修において、挨拶とお辞儀の意義について十分な学習の必要性を示唆している。

これらのことから、従事者が自ら挨拶とお辞儀の意味を理解し、観光者に進んで行うことで訪れた観光者とのコミュニケーションが円滑になり、観光者のニーズに適した対人サービスを行うことが可能となり、その結果、対人サービスの質が上がり、観光者の評価も高くなり、再来訪につながる。また企業の収益も向上し、それは従事者へ還元され、職場の環境などが改善され、従事者の仕事へのモチベーションもあがることが推測できる。このように従事者の挨拶とお辞儀は、宿泊業に好影響をももたらす重要な役割を担っているといえよう。

今後、従事者の挨拶とお辞儀が適切に行われるためには、①人材教育において挨拶とお辞儀の重要性の指導、②挨拶とお辞儀が観光者満足及び再来訪に与える影響について各旅館がその関わりについて明らかにする必要がある、③挨拶とお辞儀に加えて他の非言語的行動の重要性を認識し、④挨拶とお辞儀を日本らしさの表現の一つと捉えることが必要であろう。

4. おわりに

以上のことから、従事者の挨拶とお辞儀が肯定的な印象や歓迎などの気持ちを表現し、コミュニケーションのきっかけをつくり観光者の満足や再び訪れたいという気持ちに影響を及ぼすことが明らかになった。このことから、人材育成において挨拶やお辞儀についての理解を深め、適切に行えるように指導することが必要であろう。それゆえ挨拶・お辞儀

と観光者満足、再来訪の関わりについての検討は、今後も行っていくべき課題の一つであろう。

(主要引用文献)

- 大坊郁夫 1999 あいさつ行動と非言語的コミュニケーション, あいさつことばとコミュニケーション (44) ,pp.28-33.
- Gonzalez, M.E.A., Comesana, L.R., & Brea, J.A.F. 2007 Assessing tourist behavioral intentions through perceived service quality and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 60, 153-160.
- Grandey, A. A., Fisk, G.M., Mattila, Jansen, K.J., & Sideman, L.A. 2005 Is service with a smile enough? Authenticity of positive displays during service encounters. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 96, 38 - 55.
- 深田博己 1998 インターパーソナル・コミュニケーション——対人コミュニケーションの心理学 北大路書房
- 神崎宣武 2016 「おじぎ」の日本文化 角川ソフィア文庫
- Kim, E., & Yoon, D.J. 2012 Why does service with a smile make employee happy? A social interaction model. *Journal of Applied Psychology*, 97(5), 1059-1067.
- 北村伊都子 2016 サービスエンカウンターにおける Duchenne-smile と非 Duchenne-smile が及ぼす印象形成の検討, 梅花女子大学食文化学部紀要, 4 : 1-29.
- 工藤力 1999 しぐさと表情の心理分析 福村出版
- 前田勇・佐々木土師二 (監修) 2006 観光の社会心理学 小口孝司 (編集) 北大路書房
- Patterson, M.L. 1983 *Nonverbal Behavior A Functional Perspective*. Springer-Verlag, New York Inc. 工藤力 (監訳) 1995 非言語コミュニケーションの基礎理論 誠信書房
- 柴田寛・高橋純一・行場次朗 2014 お辞儀の主観的印象と社会的文脈に対する適切さ, 心理学研究第 85 巻 6 号, pp.571-578.
- 鈴木孝夫 1981 「ことば」シリーズ 14 あいさつと言葉 文化庁
- 山口一美 2002 就労場面における自己呈示としての非言語的行動, 立教大学大学院文学研究科心理学専攻博士論文 (未公刊)
- 山口一美 2006 観光業におけるホスピタリティ 前田勇・佐々木土師二 (監修) 小口孝司 (編者) 観光の社会心理学 pp.74-88 北大路書房
- 山口一美 2015 感動経験を創る! ホスピタリティマジメント, 創成社
- 山口一美・小口孝司 1998 サービス産業におけるスマイル研究の展望 産業心理学研究, 11(1).3-13.
- 山口一美・小口孝司 2001 旅館客室係の評価を規定する心理学的要因 —スマイル, アイコンタクト, パーソナリティからの検討—観光研究, 12 9-18.
- 四維栄広, 久場景太郎, 藤田真理奈, 原辰徳, 新井民夫 2010 接客サービスにおける お辞儀と顧客満足との関係性の分析 精密工学会秋季大会学術講演会講演論文集, pp.583-584.