

受賞のことば（論文部門）

寺崎新一郎（立命館大学）

この度は異文化経営学会 2024 年度学会賞（論文部門）に *Mediating role of the country image in enhancing memorable experiences and revisits: an Analysis of US tourists in Japan* をご選出くださり誠にありがとうございます。本論文の筆頭及び責任著者として僭越ながら受賞のことばを述べさせていただきます。まずは、審査委員長の高橋俊一先生を始め、審査に当たられた匿名の先生方、ご推薦いただいた石井裕明先生、会場にて賞状を授与して下さった馬越恵美子会長、そして本研究の共著者である池上重輔先生、原忠之先生に心よりお礼申し上げます。

本論文は私がロンドンに大学院留学していた際に交流のあったサミュエル・ホザニーさん（当時：博士後期課程院生、現：ロンドン大学教授）らが執筆された論文に閃きを得て書かれたものです。そこでは、クルーズ船の乗客イメージと自己イメージとのギャップが旅行満足に及ぼす影響が検討されていました。本論文との出会いは全くの偶然によるもので、懐かしさから軽く読み流そうとしていたところ、池上先生を中心にフレームワーク化されたインバウンド・アウトバウンド・ループ（Inbound-outbound loop、IOL）との接点が見出されました。具体的には、外国人が抱く日本のイメージは訪日前後で変化しうるもので、こうした変化が IOL を導くのではないかと着想した次第です。その後、2022 年にコペンハーゲン・ビジネススクールに滞在していた際、市内のアジア食料品店にてまさに IOL が機能しているさまを目撃し、なるべく早いタイミングで着想を論文化するべく、一気に執筆を進めてきました。

執筆から投稿に至る過程では、調査会社との交渉が難航したり、リジェクトや差し戻しを複数にわたって被るなど、ストレスを感じる場面も多々ありましたが、共著者の激励もあり、ツーリズム研究の老舗学術誌 *Tourism Recreation Research* への掲載に何とか漕ぎつけることができました。本論文にて提示した、修正されたマクロな国家イメージ（Revised Macro Country Image、RMCI）は本研究を通して独自に開発した概念であり、この点がとりわけエディターから評価されました。今後も新しい概念をグローバルに発信していけるよう、研鑽を重ねてまいりたい所存です。学会員の皆様におかれましては、今後ともご指導ご鞭撻のほど宜しくお願い申し上げます。