

[目次]

目次

■研究論文

和歌山県イメージ形成への県産品認知の影響

大津 正和

Determinants of Area Image:

Influence of Local Product Awareness on Wakayama Prefecture's Area Image

Masakazu Otsu

現代レジャー理論の一考察

—ポストモダニティ・レジャー理論を展望して—

大橋 昭一

**A Review of Theories of Leisure in Recent Years from the Viewpoint of Postmodernity
Paradigm**

Shoichi Ohashi

住民による訪問者受け入れ意識の影響要因

—地域ブランド構築の観点から—

竹田 明弘、佐々木 壮太郎、竹林 明

**Factor Influencing the Visitor Acceptance Awareness:
Regional Branding Perspective**

Akihiro Takeda, Sotaro Sasaki, Hajime Takebayashi

地域特産品のブランディングに向けた課題への考察

松谷 真紀

Study to Problems in Branding of Regional Special Products

Maki Matsutani

■研究ノート

キャンプ・マックネア周辺における遊興地の成立と地域社会

—山梨県南都留郡中野村山中地区を事例として—

神田 孝治

Development of a Red-light District and the Local Community:

A Case Study of Yamanaka District Located on the Fringe of Mt.Fuji in Japan

Koji Kanda

INDEX



観光学

Tourism Studies

005

2011.7

INDEX



観光学

Tourism Studies

005

2011.7

■調査報告

地域の活性化とたま駅長

—和歌山電鐵貴志駅へのフィールドワークを通して—

松浪 由佳、田辺 祥子、荻 彩音、東 悦子

Revitalization of a Local Community through the Animal Stationmaster, “Tama”:**Analysis of the Fieldwork at Kishi Station on the Kishigawa Line in Wakayama Prefecture**

Yuka Matsunami, Shoko Tanabe, Ayane Ogi, Etsuko Higashi

■観光フォーラム

スイス探訪

—チューリヒからベルンを経てツェルマットまで—

竹林 明

Petit Récit de Voyage à Suisse:**Zürich, Bern et Zermatt**

Hajime Takebayashi

■翻訳

『茶—利休と今をつなぐ』千宗屋、2010年11月、新潮新書、新潮社:東京

第一章 誤解される茶の湯

竹鼻 圭子

Sen So-oku, Tea—Seeking the Missing Link to Rikyu, 2010, Shinchosha: Tokyo**Chapter 1 Misunderstandings of Chanoyu**

Translated by Keiko Takehana, Proof-read by Angus Hall

■書評

山田良治著『私的空間と公共性』

(日本経済評論社、2010年7月)

高橋 寿一

Yoshiharu Yamada, Private Space and Public Benefit, Tokyo:**Nihonkeizaihyouronsha, 2010.**

Juichi Takahashi

[和歌山大学観光学会規則・投稿規定・執筆要領]

和歌山大学観光学会規則

『観光学』投稿規定

『観光学』執筆要領