

商学部における特色ある学部教育の補助「国内実態調査」 報告書

テーマ	観光地における顧客価値創出と地域連携型サービスの実態～浅草を例に～						
科目名	演習Ⅰ・Ⅱ						
担当教員	酒井 麻衣子						
調査先	浅草						
調査期間	2025年9月10日(水)		～	2025年9月11日(木)			
参加学生数	1年生	名	2年生	名	3年生	11名	4年生 名

調査の趣旨（目的）

ゼミのテーマである「サービス・マーケティングと消費者行動」の視点から、顧客体験と地域連携型サービスを実地で学ぶ。まず、浅草での「謎解き街歩き体験」サービスを通じ、観光資源を活用した体験価値の創出について分析する。また、宿泊先である星野リゾート「OMO3浅草」は、地域密着型の独自アクティビティを展開している。施設・接客・空間演出による顧客体験向上の仕組みや、地域共創型マーケティング戦略について検証する。さらに、観光業におけるインバウンドの影響を明らかにするため、浅草の街のフィールドワークを通じ、顧客の多様性に応じたサービス展開の現状や、オーバーツーリズムといった課題について考察する。

調査結果

浅草は日本を代表する観光地として、インバウンド需要の回復により再び活況を呈しているが、その一方で混雑・騒音・ごみ問題などオーバーツーリズムの影響が深刻化していた。調査では、浅草寺や仲見世通りなどの定番観光地に外国人観光客が集中し、地域住民の生活環境との共生が課題であることが確認された。

こうした状況の中で、星野リゾートOMO3浅草は「街を楽しむホテル」という理念のもと、宿泊と地域体験を結びつける地域共創型の取り組みを展開していた。早朝の「粋めぐり」や「はぎれ革ものづくり」などのアクティビティは、浅草の伝統文化を再発見させるとともに、観光客の分散や地域経済への波及を促していた。参加学生の中には、浅草寺の朝のお経や浮世絵の色合わせ体験を通じて「浅草の本質的な魅力を感じた」と述べる者もあり、サービスを通じて地域文化に「触れ、学び、語る」体験が顧客価値を高めていることが示された。

また、謎解き街歩き体験は、普段立ち寄らない路地や老舗に足を運ぶ中で「観光が発見と交流の場になる」との気づきも得られた。さらに、外国人宿泊者が工芸体験に関心を示す場面から、地域文化の国際的競争力への可能性も見出された。単なる観光では得られない「発見、学び、物語性」を提供し、能動的な参加による顧客体験価値を創出していたと言える。

これらの事例から、観光を「消費」から「体験」へと転換し、地域文化との接点を意識的にデザインすることの重要性が示された。一方で、老舗店舗における多言語対応の遅れや夜間観光の不足など、地域全体での受け入れ体制の整備は今後の課題である。浅草の持続可能な発展には、OMO3のような地域連携型サービスを核に、観光客と住民が共に価値を創出する「共生型観光」への転換が求められる。



謎解き街歩きの様子



アクティビティの様子



スカイツリーの見える夏祭りBBQ会場にて