

国内実態調査報告書

テーマ : ICT とサービス生産性向上、およびアフターコロナと観光業
ゼミ名 : 酒井 麻衣子 ゼミ
調査日 : 2024 年 9 月 12 日 (木) ~ 9 月 13 日 (金)
調査先 : 熱海
授業科目名 : 演習 I
参加学生数 : 14 名 (3 年生)、7 名 (4 年生)

調査の趣旨 (目的)

「消費者の視点からサービス・マーケティングを研究する」というゼミのテーマのもと、ICT とサービス生産性向上、およびアフターコロナと観光業という観点から学びを深める。

具体的には、2023 年 7 月に開業した、楽天が運営する「Rakuten Stay 熱海」に宿泊し、チェックインの無人化、パスワードによる入室など、ICT を活用した次世代の宿泊サービスを体感し、生産性の向上とサービス品質の維持において ICT が果たす役割を検証する。またコロナ禍により打撃を受けた観光地一つである熱海に、アフターコロナの時期に開業していることから、コロナ禍により変化した社会や消費者行動に観光業者としてどのように対応したのかを、サービス・マーケティングの視点から考察する。

調査結果

「Rakuten Stay 熱海」では、無人化チェックインやパスワード管理による入室など、ICT 技術を活用して効率的かつ利便性の高い宿泊サービスが提供されていた。利用者はタブレットを使用して簡単にチェックインを行い、セキュリティ面もパスワードでしっかりと管理されているため、安全性も確保されていた。しかし、従業員との接触がほとんどなく、利用してみると、おもてなしの不足や人の温かみを感じられないといった寂しさを覚える部分もあった。また、無人化によって設備の管理が利用者のマナーに頼る部分が多く、たとえば、異なる文化を持つ外国人利用者が増えた場合、公共の場でのマナーの違いからトラブルが発生する可能性が懸念される。文化の違いから、例えば大浴場の使い方や、施設の利用ルールを理解するための説明やサポートなどが不十分だと感じることがあるかもしれない。改善案として、チェックイン時のタブレット操作を人型ロボットとの対話にするなど、より利用者が使いやすく、分かりやすい ICT を用いることで、より快適な体験を提供できると考えられる。

アフターコロナ対応に関しては、熱海では、コロナ禍の影響で観光客数が一時的に減少したものの、観光業者の工夫により賑わいが戻りつつある。例えば、初島はマリンレジャーやアスレチックなど体験型の観光資源を活用しており、熱海は観光客数を 2020 年の 14 万人から 2023 年には 27 万人まで回復させている。SNS 映えする新店舗や、熱海プリンなどの名産品が人気を集め、老舗と新しい店舗が共存し、観光地としての魅力

を維持している。また、アフターコロナの人手不足から苦肉の策として取られた素泊まりプランが、手頃な価格を求める若者の需要を喚起しており、実態調査の際も若い観光客が多く見られた。しかし、実際に訪れてみると、夜の営業時間を短縮したままの店も多く、総じて宿泊客を惹きつけるための夜間の魅力が不足していた。これを改善するには、夜間イベントの開催などが有効と考えらる。また、メディアへの露出やプロモーション活動を通じ、熱海の多様な魅力を発信し続けることが、観光客を再び呼び戻す鍵であると思われる。



無人チェックイン用タブレット



無人ラウンジ



集合写真