観光施設メディアラボ

公益社団法人国際観光施設協会編



公益社団法人国際観光施設協会　旅館観光地分科会
ジョルダン㈱　戦略企画部 統括部長
岡田 円

連載

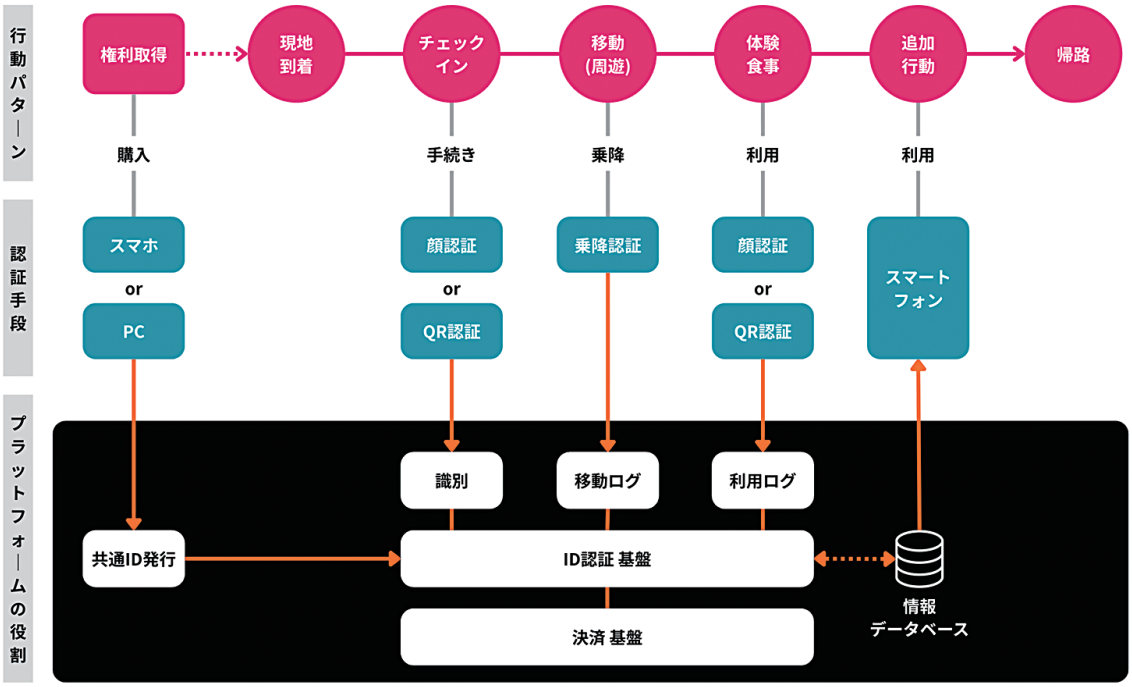
SERIES

観光 DX の次の進化領域

ホテル DX と聞くと、チェックイン機やスマートキー、館内 IoT の導入がまず想起される。しかし、これらはあくまで“宿泊の入口改善”にすぎない。本当に最適化すべきは、チェックインと移動のあいだに存在する「人の行動」であり、そこに宿泊体験の本質がある。宿泊者の行動は、実は一人ひとりの価値観に深く紐づいている。高級ホテルを選ぶ人は、客室の美しさやサービス品質だけでなく、「時間をどう過ごすか」を重視する。移動手段の選択でも、価格ではなく“快適さ”や“手配のスマートさ”を基準にする。ここには「もてなされる自分」「能動的に選べる自分」という感覚があり、それこそが顧客が求める“行動価値”であると考える。

この行動価値を最大化する象徴が「顔パス」の UX だ。スマホを取り出す、アプリを開く、カードを探す——こうしたすべての“稼働コスト”は、顧客の時間を分断し、体験を削ぐ。顔認証ひとつでチェックインでき、決済も移動も体験も連続してつながるなら、宿泊者は余計な思考を挟まず、自分の時間を純粋に楽しめる。ホテルにとってもこれは大きい。摩擦ゼロの時間は滞在価値を引き上げ、ブランド力と客単価向上に直結すると考えられるからだ。

しかし現状、宿泊・交通・地域体験のサービスは完全に分断されている。交通事業者は移動ログを持ち、ホテル



LINKED CITY 行動価値がつながる都市へ

―顔パスで宿泊、移動、体験がシームレスになる未来～移動視点から観光・宿泊 DX を考える

公益社団法人国際観光施設協会　旅館観光地分科会
ジョルダン㈱　戦略企画部 統括部長　**岡田 円**

は宿泊データを持つ。観光事業者は体験の購入データを抱える。だが、これらは互いにつながっていないため、どのプレイヤーも提供価値の“半分、または半分以下”しか発揮できていない。本来、宿泊前後の行動には「どこから来て、どこへ向かい、何を求めているのか」という顧客理解の核心がある。ここをつなぐことこそ、観光 DX の次の進化領域ではないかと考える。

宿泊・交通・体験が一体化する価値

宿泊・交通・体験が一体化すれば、ホテルの価値は“設備”ではなく、“都市の時間を編む力”として再定義されるはずだ。理想を言えば、すべてのサービスポイントで顔パスが実現し、宿泊者の行動が摩擦なく連続する世界。私はこれを、個々の行動を“数珠繋ぎ”に束ねていくことで生まれる「行動軸の UX 最適化（＝連続提供体験）」と捉えている。チェックイン・移動・体験・決済が、ひとつの「線」として途切れずにつながるとき、顧客の時間価値は飛躍的に高まる。

しかし現段階では、顔認証機器をすべてのタッチポイントに導入するには普及フェーズの課題やコストの壁がある。だからこそ、まずは QR や NFC といった既存技術によるアカウント連携で“数珠繋ぎの一歩目”を形にすべきだ。重要なのは技術の形式ではなく、サービス横断を可能にするプラットフォームという土台であり、それを共に育てる“同じ未来を見る仲間”の存在だ。堅実な UX から段階的に積み上げ、顧客の時間価値を最大化する都市体験を共創できる強固なアライアンスこそ、今後の宿泊・交通・地域体験＝「街」が手にすべき最大の資産であり、私たちは、その未来を実現すべく奮闘したいと思う。

