

A person is walking from right to left, carrying a suitcase. In the background, a commercial airplane is flying in the sky. The scene is set in an airport terminal with large windows.

日本の航空会社がリアルタイムCDPを必要とする理由

デジタル時代における 「おもてなし」



目次

日本の航空業界における新たな地平線	3
なぜ航空会社にCDPが必要なのか	4
リアルタイムがもたらす「おもてなし」の力	5

事例紹介

ANA X株式会社	7
アラスカ航空	8
キャセイパシフィック航空	9
アズールブラジル航空	10
日本の航空会社に求められる次のステップ	11
混乱を差別化へ	12





日本の航空業界における新たな地平線

日本において航空会社は、単なる交通インフラとしてではなく、サービス業の代表格として社会に根付いています。信頼、おもてなし、細やかな配慮がブランドの評価を決定づける要素です。日本の航空会社は長年にわたり、この「おもてなし」の精神を体現し、お客様の期待を先回りして応える温かく一貫したサービスを提供してきました。

しかし、国際競争の激化、顧客期待の多様化、運航上の混乱の増加、そしてデジタルネイティブ世代の台頭など、外部環境はかつてないほど厳格さを帯びています。デジタル領域においても「おもてなし」の心を損なうことなく、どう拡張・強化できるかが、日本の航空会社にとっての大きな課題になっています。

その答えとなりうるのが、従来型のマーケティング技術だけではなく、カスタマーデータプラットフォーム（CDP）です。CDPは顧客データを横断的に統合し、リアルタイムかつ人間味のあるパーソナライズを実現するための基盤です。





なぜ航空会社に CDPが必要なのか： 効率を超えて 「おもてなし」へ

空港では、天候や運航上のトラブルは避けられません。遅延や欠航が発生したとき、従来ならスタッフが一人ひとりの状況を理解し、最適な案内や代替策を提供してきました。課題は、この心配りをデジタルでも再現できるかどうかです。

CDPは、その答えを示します。予約情報、マイレージステータスやモール利用頻度といったロイヤルティ活動、アプリ利用状況、運航情報（遅延や欠航など）を統合し、旅客ごとの一元的なプロフィールを構築します。従来のCRMやDMP、データレイクがバッチ処理中心でサイロ化されやすかったのに対し、CDPは「今、この瞬間」を起点にリアルタイムで顧客接点全体をオーケストレーションできるのです。

日本の航空会社にとって、その利点は単なる効率化にとどまりません。大切なのは、サービスの「情緒的な質」を守り抜くことです。例えば遅延時、CDPがあれば画一的な通知ではなく、状況に応じた気配りある対応が可能です。早めの案内で安心感を与え、個別の振替提案で不安を軽減し、ラウンジへの特別アクセスで心に余裕を生むなど、共感と先読みの姿勢を映し出す対応を実現できます。

CDPが果たす主な役割 （日本の航空会社向け）

- **デジタルにおけるおもてなしの拡張：**分断された予約、ロイヤルティ、アプリ、空港システムの情報を一元化し、乗客が常に「認識され、大切に扱われている」と感じられる体験を提供。
- **文化的基準の維持：**国際的な規制や標準に対応しつつ、日本の「サービス第一主義」と「心のこもったおもてなし」を尊重し、その精神を補完する形でテクノロジーを活用する。
- **リアルタイム対応：**遅延やゲート変更など「今、この瞬間」に発生する状況に即応し、迅速かつ的確なリカバリーを実行することで、顧客ロイヤルティを守り、誠意を示す。
- **持続的なコンプライアンス：**国境を越えたデータ管理においても、常に誠実さと透明性を確保し、顧客との信頼関係を揺るぎないものにする。





リアルタイムがもたらす「おもてなし」の力

TealiumのCDPの最大の特徴は、データが発生した瞬間を逃さずに捉え、即座に行動へつなげられることです。これは日本のおもてなしの文脈において、極めて重要な意味を持ちます。例えば、急な座席変更や接続便の遅延、新たなロイヤルティ達成といった状況変化をリアルタイムで把握し、その場で最適な対応を提供できます。

リアルタイムオーケストレーションは、デジタル接点を単なる情報提供の場から、安心・快適・尊重を感じられる瞬間へと変えていきます。テクノロジーは決して前面に出ることなく、静かに裏方で働き、すべてのやり取りがあなたも「言われる前に整えられている」ように自然に感じられる。これこそが、おもてなしの精神をデジタルで再現する力なのです。



事例紹介



ANA X株式会社：施策実行スピードを数倍に高めたANA Xの「おもてなし」デジタルマーケティング

課題

- ・ マスマーケティングからパーソナライズ施策への移行
- ・ 増えすぎた施策を削減し、CDP運用コストを最適化
- ・ データガバナンスの整備

成果

- ・ 施策の見直しによるコストカットの実現
- ・ 開封率・クリック率・コンバージョン率の向上
- ・ 施策の実行スピードを数倍に

解決策／成果

- ・ 一人ひとりの顧客に向けた「おもてなし」施策の実行
- ・ 外部委託していたCDPの実装、検証を内製化
- ・ 試作とデータの棚卸しを行い、Tealiumからのサポートを受けながら、無駄な属性値を省いた

アラスカ航空： タイムリーなパーソナライズが生む安心感

課題

アラスカ航空では、顧客が予約検索中に離脱するケースが多発していました。また、新たなパーソナライズ施策を立ち上げるまでに時間がかかり、スピードが追いつかない状況でした。

解決策

CDPでデータを横断的に統合。施策展開にかかる時間を数か月から数日に短縮しました。さらに、需要シグナルをリアルタイムに捉え、圧力的な表現ではなく安心感を与えるメッセージで離脱率を改善しました。

成果

- ・ 予約過程でお客様が安心感を持ち、離脱が減少。
- ・ お客様の意図に沿った提案により、満足度とコンバージョン率が向上。
- ・ 部門横断で顧客像を共有することで、サービスの一貫性を確保。





キャセイパシフィック航空： デジタル上のおもてなし

課題

キャセイパシフィック航空では、顧客データが分断されており、長年の忠実なお客様であっても一律のオファーしか届けられない状況でした。

解決策

CDP導入により、リアルタイムで顧客プロフィールを統合。アプリ・ウェブ・ECなど複数チャネルで一貫性のあるパーソナライズを実現しました。

成果

- ・ パーソナライズ施策では、汎用的なメッセージに比べてコンバージョン率が53倍、1受信者あたりの収益が16倍に向上。
- ・ ロイヤルカスタマーが「認識されている」と感じ、ブランドへの愛着が強化。
- ・ デジタル接点でもホスピタリティを深めることに成功。

アズールブラジル航空： デジタルを活用してホリデー期間の オンライン／オフライン顧客体験を向上

課題

ホリデー期間は利用者が増加するため、限られたサポートスタッフでは顧客体験が悪化しやすい。航空会社のチェックインカウンターも、繁忙期には長い待ち時間や手続きの遅延が発生し、顧客満足度に影響していた。

解決策

Tealiumで収集・活用したフライトデータをもとに、チェックインリマインダーのメールを自動送信。デジタル体験の自動化により、有限のリソースやオンライン利用増加に対応。

成果

- 空港での待ち時間が平均1時間7分 短縮
- 最も混雑するホリデーシーズンにおけるチェックイン率が20%向上





日本の航空会社に求められる次のステップ

日本の航空会社が「おもてなし」をデジタル時代に継承・進化させるためには、CDPを一気に全社導入するのではなく、段階的で着実なステップが求められます。

パイロット導入：遅延対応や搭乗時のロイヤルティ認識など、価値が高く効果が測定しやすい少数の旅程から開始。短期間で成果を確認し、次の拡張へつなげる。

データ統合：PNR、ロイヤルティ、アプリ、空港システムを一元化し、乗客一人ひとりの全体像を描き出す。分断が解消されて初めて「デジタルでのおもてなし」が成立する。

同意管理：顧客データを「サービスの一部」として尊重。利用目的の明確化、オプトアウトの容易さ、透明性のある運用で、信頼を土台に据える。

部門連携：マーケティング・運航・IT・サービスが横断的に協調。日本的な合意形成文化を活かしながら、部門の壁を越えた共通基盤としてCDPを活用する。

適切なCDPパートナー選定：航空業界での実績、リアルタイム対応力、日本市場への適応力を備えたパートナーを選ぶことが成功の鍵となる。



混乱を差別化へ

混乱そのものは避けられません。差が出るのは、その対応の質です。CDPは、ロイヤルティを守り、困難な瞬間にも安心と誠意を届けることを可能にします。

本質は、CDPは単なるデジタルツールではなく、文化の守り手になるということです。日本の航空会社が大切にしてきた「おもてなし」をデジタル時代に拡張し、パーソナライズを人間的で、先回りする体験として提供できるようにします。日本の航空会社が未来を切り拓くうえで、CDPは単なるツールではなく、次の成長を支える礎となります。活用することで、サービスの卓越性は搭乗口で途切れることなく、地上から空へ、そして次の旅へと続いていきます。日本的なおもてなしを未来につなぐ道は、ここから始まります。





本レポートの発行元



Tealium社は、企業が顧客データをリアルタイムで収集、管理、エンリッチ化し、AIイニシアチブを推進して、瞬間瞬間の顧客体験を向上できるよう支援します。Tealiumには、すぐに使える統合エコシステムが標準装備されています。そのエコシステムが、世界有数のテクノロジー企業のシステムやサービスとの1,300以上の組み込み接続をサポートします。Tealium社が提供する、インテリジェントなAIデータストリーミングを備えたリアルタイムのカスタマーデータプラットフォーム（CDP）、タグマネジメント、APIハブは、データ収集、管理、アクティベーション機能により、企業が業務効率を上げ、顧客体験を向上し、より良い成果を望み出し、グローバルなデータコンプライアンスへの対応を実現します。

詳しくは tealium.com/ja をご覧ください。