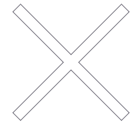


UNISYS



ANA

| 共創ビジネス Case Study |

ANA デジタルコンテンツサービスの展開

全日本空輸株式会社 様

ANA デジタルコンテンツサービスが 空港ラウンジに新たな付加価値を創出

2012年9月10日、大阪国際空港（伊丹空港）のANAラウンジで開始された『ANA デジタルコンテンツサービス』。ラウンジ内のWi-Fi環境を利用して、ニュース、雑誌、オリジナルのコンテンツなどを、お客様自身のパソコン、タブレット端末やスマートフォンなどで楽しめる、航空会社初のサービスです。サービス実現に活用されたのは日本ユニシスの『LoMeS[®]』プラットフォーム。『ANA デジタルコンテンツサービス』のねらいと導入の経緯を、全日本空輸 CS&プロダクト・サービス室 商品戦略部のお二人にうかがいました。

導入の背景

競争激化の中でラウンジの新サービスを検討

全日本空輸様は、創業60周年の2012年に年間旅客数4,400万人を超え、売上規模は国内航空会社中第1位、国内線旅客数シェア50.2%となっています（2012年3月31日現在）。また、2012年 World Airline Awardsにおいて、太平洋路線での最も優秀な航空会社として「The Best Transpacific Airline」を受賞するなど、世界トップクラスの航空会社として成長を続けています。

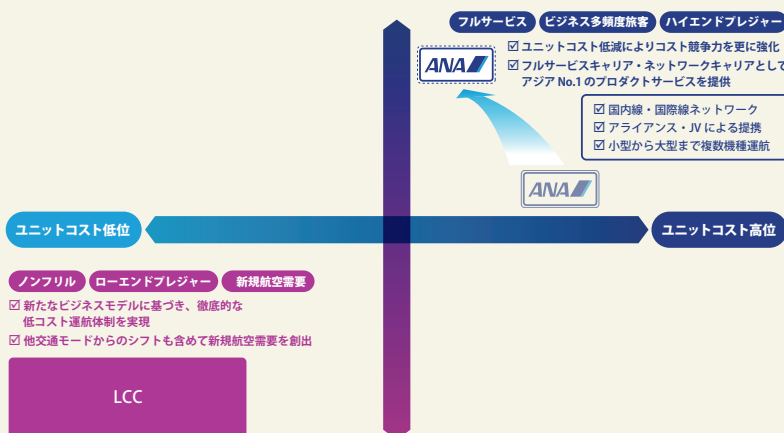
しかし一方で、航空業界はかつてない厳しい競争の時代に入っており、同社様にとっても競争力の強化が重要な経営課題となっています。CS&プロダクト・サービス室 商品戦略部の阿瀬尚行部長はこう語ります。

「国内線ではLCC（格安航空会社）の参入や新幹線の延伸など、また、国際線においてもLCCの拡大などがあって競争環境が大きく変化しています。その中で、フルサービスキャリアのANAとしては、より付加価値の高いサービス提供によって、いかに差別化をはかり競争力を確保していくかが大きな課題となっているのです」

同社様では現在、ユニットコスト低減によるコスト競争力の強化と、アジア・ナンバーワンのプロダクト・サービスの提供を戦略に掲げています。ANA デジタルコンテンツサービスの導入にもそうした背景がありました。「国内線、国際線のネットワーク拡充とともに、空港ラウンジの改修、新設、さらにプレミアムクラスでのサービスの拡充をはかっており、その一環としてラウンジ内でのデジタルコンテンツサービス導入に取り組んだのです。他社とは違う価値あるサービスが大きな差別化になると判断してのことでした」（阿瀬氏）



CS & プロダクト・サービス室
商品戦略部
部長
阿瀬 尚行 氏



SUMMARY

- 1 フルサービスキャリアならではの価値あるサービスで顧客満足度を最大化
- 2 航空業界初のデジタルコンテンツサービスをLoMeSで実現
- 3 短期間プロジェクトでの成功の鍵はパートナーシップ

USER PROFILE



設立 1952年（昭和27年）12月27日

資本金 3187億8900万円

本社所在地

東京都港区東新橋1-5-2 汐留シティセンター

従業員数 14,193名

事業内容

1. 定期航空運送事業
2. 不定期航空運送事業
3. 航空機使用事業
4. その他附帯事業

<http://www.ana.co.jp/ana-info/>

（2012年9月30日現在）

導入の経緯

LoMeS によるデジタルコンテンツサービスを短期導入

「非常にチャレンジングで、ぜひ共に取り組みたいと思いました」。日本ユニシスからの提案を、商品戦略部の二階伸康氏はそう振り返ります。

空港ラウンジにお客様が集中すると雑誌・新聞等の部数が足りなくなることがあるため、二階氏はデジタル化とWi-Fiによるサービスを考えていました。そんな折に、『LoMeS』によるデジタルコンテンツサービスの提案を受けたのです。

LoMeSは、「特定の場所」で、「限られたセグメントの人たち」に、「特別な情報・サービス」を提供するためのプラットフォーム/サービス。二階氏は「まさにこれだ!」と思いました。

「雑誌の部数不足の解決のみならず、ラウンジを利用するお客様だけが、ANAの厳選するコンテンツを、ご自身の端末で楽しめるサービスが実現できます。しかも、業界初のサービスであり大きな差別化になると直感しました」（二階氏）商品戦略部内でもこの提案が高く評価され、2012年6月に導入が決定し、伊丹空港ラウンジでの9月10日サービスインが決まりました。非常に短期間での導入です。

「いちばんの問題はコンテンツが間に合うかどうかでしたが、日本ユニシスや大日本印刷様に動いていただき、サービス開始時までに23種のコンテンツがそろいました」（二階氏）



導入効果と展望

パートナーシップにより新サービスの可能性を追求

伊丹空港におけるANAデジタルコンテンツサービスでは、お客様がパソコン、タブレット端末、スマートフォンなどから無償Wi-Fi経由でポータルサイトにアクセスし、雑誌やニュース、金融情報、ANAの発行誌などを無料で閲覧できます。また、一部はダウンロードができ、機内や到着地で読むことも可能です。ご利用者様からは、「ANAらしいサービスで今後に期待する」という声が聞かれ、各地の空港のラウンジ担当者からも早期の導入を期待する声が上がっています。この伊丹空港でのプロジェクトの成功について、二階氏はこう語ります。

「日本ユニシスとのパートナーシップにより、両者が全てのプロセスで同じ目線で同じ課題に取り組めたことが、短期プロジェクト成功の最大の要因でした」

この新サービスの今後の展開について、二階氏は、将来的な方向性として自身の期待もこめてこう話しています。

「海外空港への展開や、機内サービスとの連携も視野に入れていくことになるでしょうし、LoMeSがお客様のプリトラベル、ポストトラベルの多様なシーンにも広がり、場所と時間をまたいで連携していく展開も考えられます」

そうした今後の展開においては、全日本空輸様と日本ユニシスとのパートナーシップがさらに重要性を増していくこととなります。

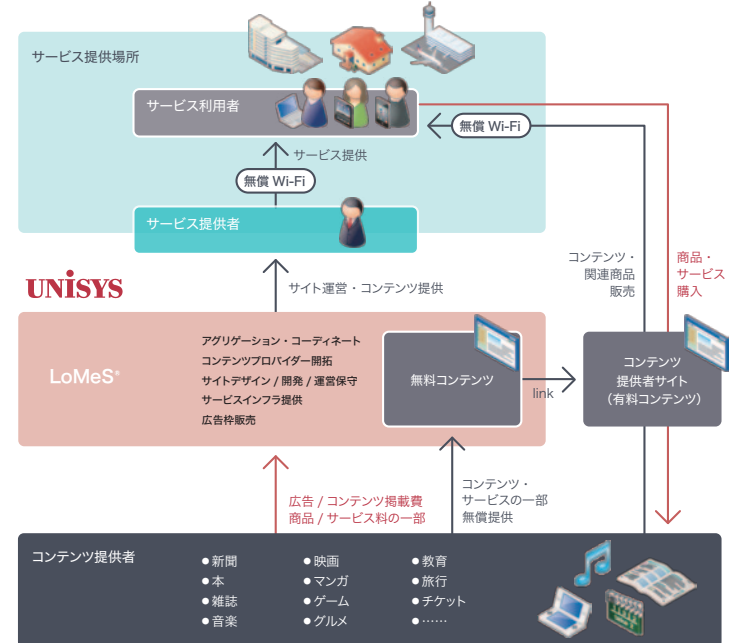
「何に悩んでいるか、何が課題かを常に見ていて、提案をしてくれる力強いパートナーとして信頼しています。さらに関係を深化させて、お客様にとって価値あるサービスを共に考えていきたいと思います」（二階氏）

Service Road Map

2012年9月10日に伊丹空港でサービス提供を開始し、順次、国内の国内線・国際線ラウンジ、さらには海外空港にまで展開を進めます。



Business Scheme



※ LoMeS は、日本ユニシス株式会社の登録商標です。
※その他記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

ANA デジタルコンテンツサービスの利用イメージ

