

## II.アフターコロナ期のサービス・おもてなし

### (1) サービスとおもてなし

ソーシャル・ディスタンス（社会的距離）確保の必要性等、新型コロナウイルスの感染拡大は、これまでのサービスとおもてなしの在り方にも大きな影響を与えています。

感染拡大防止のため各業界団体が作成した業種別ガイドラインは、どこの施設でも統一化されたサービスを提供することにつながり、宿泊施設等での接客方法はコモディティ化（※）が進みました。

「おもてなしの質」は、これまで他施設との差別化の大きな要因の一つとなっていました。それを機能させることが難しくなったとも言え、何をもって差別化に取り組むのかを改めて明確にする必要があります。

※コモディティ化＝類似の商品の機能・品質に差がなくなり、どれを買っても同じという状態になること。汎用品化。

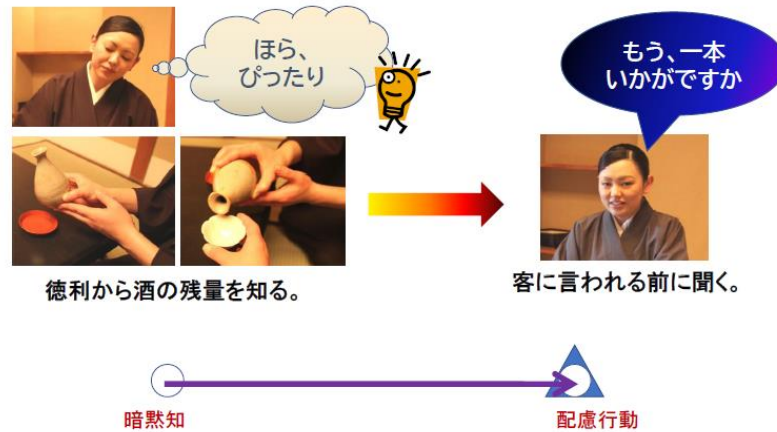
### (2) アフターコロナ期の観光 DX 化

日本人の特徴であるハイコンテクスト文化（空気を読む、配慮する）による配慮行動サービス（暗黙知による行動）が表現しにくくなっていく中で、デジタル技術の活用による観光の DX 化を検討する必要があります。

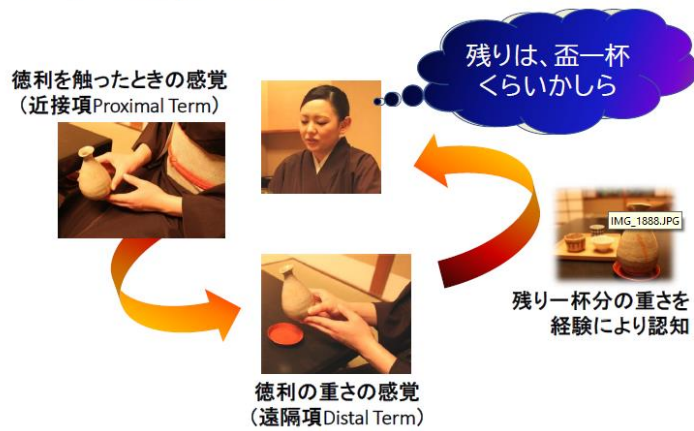
配慮行動サービスの原点には、暗黙知による状況把握がありますが、この部分をデジタル技術により可視化することができれば、どのような状況でも高いおもてなしの質を担保できる可能性があります。

観光のDXというと、予約や受付方法の変更などが注目されがちですが、サービス部門への応用ができれば、サービス・おもてなしのコモディティ化から抜け出すツールになると言えます。

## 暗黙知を内包した配慮行動



## 行為の中の暗黙知



## 暗黙知をデジタル技術で可視化する。



(図表提供：九州国際大学経営ビジネス学部 福島規子教授)