

DXPの「どうするDX」《概要版》

生活関連サービス・娯楽業の「どうするDX」

デジタル技術と生成AIが書き換える「事業前提」と「生存戦略」——
2026年以降の勝者に必要な戦略的要諦を、DXPの独自理論に基づき提示します。

株式会社DXパートナーズ

2026年2月26日





EXECUTIVE SUMMARY

エグゼクティブサマリー

生活関連サービス・娯楽業（スポーツ、理美容、冠婚葬祭等）の経営層は、今、**歴史的な分岐点**に立たされています。デジタル技術と生成AIの進化は、単なる「効率化のツール」を越え、顧客の意思決定プロセスそのものを変容させ、業界のルールを根底から破壊し再定義しています。

本レポートは、最新の調査データと「DXPの4C理論」および「無選択型意思決定理論」に基づき、2026年以降の勝者に必要な戦略的要諦を提示します。

🔍 影響調査サマリー

調査結果ハイライト：影響と技術



葬儀業界のAI置換

itowaの「いとわトーク」が、遺族・親族・参列者ごとに最適な対話を生成AIで提供。初期カウンセリングを代替しています。



理美容の購買行動変容

AI肌・髪質診断が標準化。美容師の主観的提案（成約率18%）を、AIデータ提案（**成約率62%**）が凌駕しています。



スポーツ判定の完全デジタル化

FIFAクラブW杯のコネクティッドボール技術が、審判の主観を排除しリアルタイム判定を自動化しました。

2026年の最前線技術



自律型AIエージェント

日本企業の**40%**が活用開始。配送効率40%向上、応対時間50%削減の成果が報告されています。



デジタル・ツイン・スタジアム

5G・Wi-Fi・AIを統合した「インテリジェント・スタジアム」がファン体験と運営効率を同時に最適化しています。



ハイパー・パーソナライズ

個々の顧客文脈を瞬時に読み取り、画像・動画・メッセージを個別最適化。マスマーケティングを終焉させています。



CHAPTER 1

影響調査：デジタル・生成AIが業界に与えた「激震」の正体

直近1ヶ月で観測された変化は、単なる「利便性の向上」では片付けられません。リソースの置換からビジネスプロセスの根底的変革、そして業界ルールの書き換えへと波及しています。

リソースとヒトの「置換」の現状

ビジネスケイパビリティの根幹を成す「ヒト」のリソースが、AIによって「知覚」と「判断」のレベルで置換され始めています。

1

葬儀業界：初期対応の置換

itowaの「いとわAI」は、遺族の心理状態を属性ごとに理解し対話を最適化。24時間365日、一貫した品質で情報整理と対話体験を提供し、初期段階で人間を完全に置換しています。

2

理美容業界：提案リソースの移転

AI肌・髪質診断が「基礎インフラ」に昇格。数百万件のビッグデータに基づく客観的数値により、提案の主導権はAIへ移転。スタイリストは「伴走者」へと役割変化しています。

3

スポーツ界：判定リソースの代替

アディダスのコネクティッドボールがミリ単位の精度で審判の視覚的判定を代替。データは即座に放送分析へ流し込まれ、解説者の役割すら一部自動化されています。

ビジネスプロセスの「活用」による劇的進化

理美容業界では、AIを「専門性を現金化する増幅装置」として活用する「ハイブリッド・カウンセリングプロセス」が確立されました。

プロセス段階	デジタル・生成AIの役割	人間の役割（付加価値）
施術前診断	タブレットによる水分量・ダメージの数値化	顧客の悩みに対する共感的傾聴
処方箋提示	最適商品をデータ根拠に基づき自動抽出	AIの提示に対するプロとしての解釈
施術後確認	施術前後での数値変化を視覚的に証明	次回来店までのモチベーション管理

- このプロセス変革により、従来の**成約率18%が62%へと跳ね上がる**ファクトが報告されています。「勘」から「データとアルゴリズム」への置換による直接的成果です。

スマートスタジアムでは、来場者の人流データをビーコンでリアルタイム収集し、周辺商業施設と連携してクーポンを即時発行。「観戦」が地域経済を巻き込んだ「回遊・消費体験」へと拡張されています。

デジタルを「前提」としたルール チェンジ

葬儀業界のルール再定義

従来のルール：「死という一時点を儀式として処理すること」

itowaは「メモリータイムの最大化」を事業前提に置き、生成AIで故人との対話体験を擬似的に創出。葬儀社を「儀式的執行者」から「記憶の管理者・プラットフォーム」へと転換させました。

スポーツビジネスのルール転換

従来のルール：「試合日に観客を集める箱」

2026年以降、スタジアムは「地域課題を解決するインフラ」かつ「デジタル接点のハブ」へ。主戦場はフィールド上ではなく、データをいかに地域経済やファンコミュニティへ還流させるかという「データ循環のルール」へ移行しています。



CHAPTER 2

技術調査：2026年初頭、最前線の 「武器」の目録

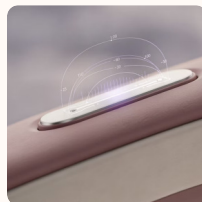
直近1ヶ月の間に、生活関連サービス・娯楽業に甚大な影響を及ぼし始めた最新技術を概観します。



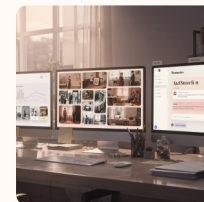
3つの革新的技術



2.1 自律型AIエージェント
UiPathが「2026年はAIエージェント実行の年」と宣言。従来の「質問に答える」AIから、目標を与えられると顧客データ分析・メッセージ生成・SNS投稿まで**自律的に実行**するエージェントへ移行。横浜銀行の対応時間50%削減、ソフトバンクの配達効率40%向上等の成果が出ています。



2.2 コネクティッド・センサー×エッジAI
物理的なモノに組み込まれたセンサーがリアルタイムでデータを生成し、クラウドを介さず即座に判定・分析。Catapult Sports等のウェアラブル技術は、疲労度をリアルタイム監視し交代タイミングを指示する「**AIコーチング**」を実現しています。



2.3 ハイパー・パーソナライズ生成
顧客の行動履歴や感情推論AIによる「その瞬間の気分」に基づき、背景画像・配色・キャッチコピー・動画までリアルタイム生成。結婚式場選びでは、顧客専用の「**理想の式場イメージ動画**」をその場で生成するサービスが登場しています。



CHAPTER 3

ルールモデル分析：新時代の覇者たち

「デジタルを前提」あるいは「生成AIを前提」にした、これからのルールモデルとなる3つのビジネス事例を詳細に分析します。

itowa: 葬儀×生成AIプラットフォーム



ビジネスの核心

葬儀を「故人との決別」ではなく、「関係性の再構築と記憶の定着（メモリータイムの最大化）」のプロセスと捉えています。

4C理論の適用

「いとわAI」を「コア（半完成品）」として位置づけ、遺族・参列者が精神状態に合わせて最適な弔意を引き出す仕組みを構築

ツインターボの回転

事務作業AI自動化（ターボ1）＋参列者同士の思い出共創によるネットワーク効果（ターボ2）を同時稼働

ルールチェンジ

「モノ（祭壇や棺）」を売るビジネスから、故人と遺族の「対話体験」を売るソフトウェア企業への転換を実現

欧州主要プロサッカーリーグ：データ・ソフトウェア企業への変貌

プレミアリーグ、ラ・リーガ等は、もはや興行団体ではなく「データを価値に変えるソフトウェア企業」として振る舞っています。ウェアラブルデバイス、AIビデオ分析、コネクティッドボールを統合し、ピッチ上のあらゆる事象をデータ化・資産化しています。



無選択型意思決定の予兆

AIが「今、あなたが見るべきプレー」を自動提示する世界を創出



資産のデジタル置換

熟練スカウトの「眼」をAIで再現し、世界中からスター発掘を自動化



ブルーオーシャン構築

データ独占とネットワーク効果でD2C配信の高い参入障壁を確立

USJ: テーマパーク×IP体験のデジタル拡張

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、物理的なパーク内という制約を、デジタルによって「空間」と「時間」の両面で拡張しています。ポケモンとの共同プロジェクトでは、IPをデジタル体験の「コア」として活用し、顧客が自身のデバイスで現実を拡張する体験を提供しています。

ツインターボ成長

IoTデバイスで「遊び」をデータ化。帰宅後もアプリでランクやコレクションを確認し再訪意欲を向上

コミュニティ創出

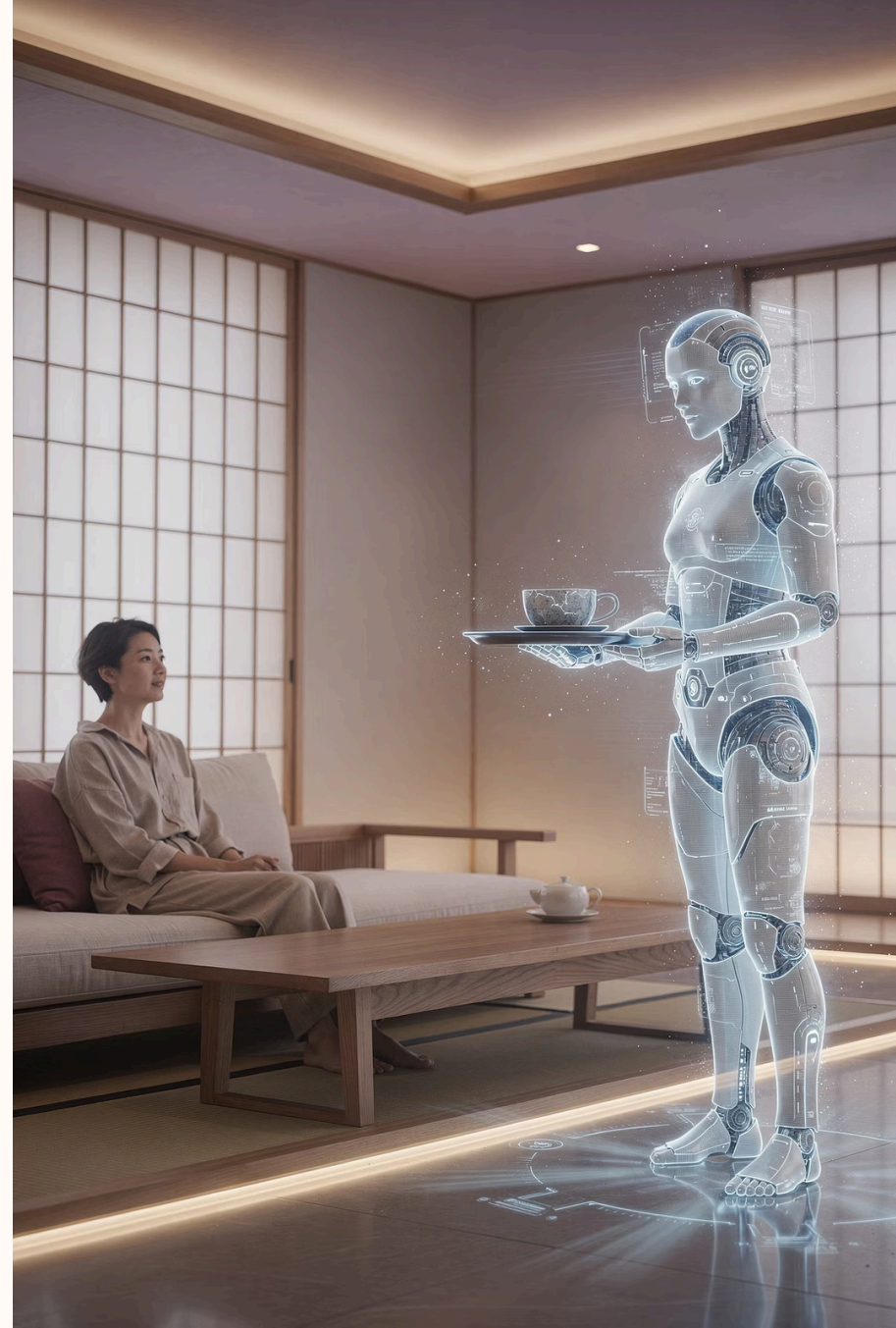
デジタルアプリやSNSと連携し、ファンが主体的に価値を共創する「場」へ進化



CHAPTER 4

将来予測：AIエージェントが支配する「無選択」の世界

最新のデジタル技術および生成AI技術が、業界全体に及ぼす影響を「DXPの理論」を用いて予測します。



リソースとヒトの「置換」の終着点

信頼できる「AIエージェント＝執事」が普及した世界では、顧客は自分でサービスを検索・比較・検討することを止めます。AIが「あなたの髪質と最近の疲労度に基づき、明日の14時に〇〇サロンのヘッドスパを予約しました」と提示し、顧客は**YES/NO**の承認を行うだけになります。

置換されるリソース	アナログ時代の役割	生成AI前提の未来
営業・販売員	顧客を説得し、選択を促す	存在自体が不要。AI執事と企業AIが直接交渉
店舗スタッフ	サービス提供と事務作業の両立	事務・診断は100%AI。ヒトは「共感」と「施術」に特化
経営判断	経験と勘による投資決定	デジタル・ツインによるシミュレーション結果の承認

- ❑ この世界では、マーケティングも広告も、顧客の目に触れる前に「AI執事」によってフィルタリングされるため、従来のビジネスプロセスは完全に機能を失います。

ビジネスプロセスの自律化と「半完成品」への移行

ターボ1: リニアな高速価値創造

生成AIが個々の顧客コンテキストをリアルタイムで読み取り、製品・サービスをオンデマンドでパーソナライズ

ターボ2: ノンリニアな自己増幅

顧客の利用データが自動的にアルゴリズムを強化。使うほど5種類の顧客価値（交換・知覚・使用・体験・共感）が自動増殖

「4C理論」に基づくパラダイムシフト

企業は完成された「製品」ではなく、顧客側のAIエージェントが最適化して最終成果物を生成するための「コア（高品質なデータ、アルゴリズム、ブランド価値の素）」を販売するようになります。



結婚式業界の予測

「場所」を売るのではなく、新郎新婦のAIエージェントが二人の全履歴を基に世界で唯一の式を自動生成するための「ウェディング・エンジン（コア）」をライセンス販売



娯楽業界の予測

テーマパークは物理的アトラクションから、顧客一人ひとりのAIエージェントがパーク内の「冒険」をパーソナライズ生成するための「ナラティブ・コア」を提供する場へ変容



CHAPTER 5

戦略的提言：経営層が今すぐ断行すべき5つの「変革」

以上の分析と予測に基づき、生活関連サービス・娯楽業の経営層に対して、生き残りと成長のための5つの戦略的アクションを提言します。

5つの戦略的アクション

提言1: アナログ前提のIT投資を即時停止

「デジタルを前提」にビジネスモデルをゼロベースで再設計せよ。「お買い物のDX」に留まらず、「真のDX（事業前提のルールチェンジ）」へ舵を切るべきです。

提言2: AI執事に選ばれる「信頼」の構築

広告・販促への投資を止め、顧客のAIエージェントが「この企業は最適」と判断するためのデータフィードと圧倒的な「共感」の醸成に注力せよ。

提言3: 「ソフトウェア企業」への実質的転換

自己定義を「アナログなサービスも提供するソフトウェア企業」へ書き換え、物理リソースをソフトウェアが生み出す価値の「出力装置」として位置づけ直せ。

提言4: 「コア」と「場」の創出

4C理論に基づき、顧客やAIが自動で価値を生成・拡張できる「コア」を磨き、ネットワーク効果が効く「場」を自ら運営し、レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創り出せ。

提言5: ビジネス実験の高速・高頻度化

デジタル技術で実験コストを極小化し、年間数百～数千回の仮説検証を回せ。成功結果を即座にソフトウェアへ反映する「ツインターボ・エンジン」を実装せよ。

結びに：ルールメイカーとして立ち上がれ

本レポートが示す未来は、多くの既存企業にとって**脅威**であると同時に、これまでの限界を突破する**空前のチャンス**でもあります。

技術を「活用」する段階を脱し、技術を「前提」とした**新たなルールメイカー**として立ち上がることを、強く推奨します。

本レポートは株式会社DXパートナーズ（DXP）が独自の方法論で分析・予測したものです。各産業に関する情報はインターネットから自動収集したものであり、一部に不正確な情報を含んでいる可能性があります。

ご質問等ございましたら、[当社HP](#)からお問い合わせください。