

報道関係者各位

2026年3月25日
フォルシア株式会社

観光素材流通のプラットフォーム「value コネクト」始動 ～地域の観光素材を効率的に流通させるインフラ。第1弾として 現地アクティビティの登録・管理機能を日本旅行が導入～

フォルシア株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：屋代浩子、以下「フォルシア」）は、観光素材（体験・アクティビティ・交通・宿泊・飲食等）の供給者と、旅行会社などの販売者をデジタルで接続する新プラットフォーム「value コネクト（バリューコネクト）」の提供を開始したことをお知らせします。

value connect

観光素材流通のプラットフォーム「valueコネクト」始動
～地域の観光素材を効率的に流通させるインフラ。
第1弾として 現地アクティビティの登録・管理機能を日本旅行が導入～

■ 背景：観光流通におけるシステム課題

インバウンド需要の拡大により観光産業は活況を呈する一方、現場では依然としてアナログな業務が残り、業務効率化が求められています。また、事業者間のシステム連携においては、以下のような課題が存在していました。

- **施設側（サプライヤー）の業務負荷**
予約通知における FAX 利用や、複数の管理画面操作など、在庫・予約管理業務の煩雑さが課題となっていました。
- **旅行会社側（セラー・ホールセラー）のシステム投資課題**
地域の魅力的な体験（コト消費）を商品化するにあたり、個々の施設とシステム接続を行うには開発コストや期間がかかり、タイムリーな商品造成のハードルとなっていました。

■ 「value コネクト」とは：観光素材流通の共同利用型インフラ

「value コネクト」は、これらの課題解決を目指す流通プラットフォームです。地域の観光素材を登録する機能と、販売システムと連携する機能を併せ持ち、観光素材を販売チャネルへ流通させることができます。本プラットフォームの活用により、地域の観光素材を、システム連携の負荷を抑えながら旅行会社等の販売チャネルへ展開し、在庫管理を一元化できます。

- **業界標準を目指すマルチテナント型**

常に最新機能へアップデートされる形式を採用。個別開発に比べ、導入スピードとコストメリットを提供します。

- **柔軟な電子クーポン機能**

エンドユーザーは専用アプリのダウンロード不要（ブラウザ対応）。施設側も運用に合わせて認証方法を選択でき、直感的な操作が可能です。

■ 「value コネクト」導入のメリット

1. 【サプライヤー（施設・事業者）】 予約管理の効率化と販路拡大

一般的なOTA（オンライントラベルエージェント）が提供する販売・集客機能にとどまらず、データ流通機能を担う本プラットフォームは現場のデジタル化を支援します。

- **予約在庫の一元管理**

複数の旅行会社からの予約在庫が一元管理されるため、予約状況の把握が容易になり、管理業務の負担を軽減します。

- **システム登録で販路とつながる**

商品を登録することで、本プラットフォームに接続している旅行会社（セラー・ホールセラー）を通じて販売される機会が生まれます。個別にシステム接続を行うことなく、効率的に販路を広げることが可能です。

- **電子クーポンによる業務効率化**

チケット販売に伴う台紙の準備や配布は販売店（セラー・ホールセラー）側が行うため、施設側の事前準備は不要です。現場では、来場者のスマホ画面等を確認して消込をする運用となり、スムーズな入場対応が可能です。認証方式は、スタッフが専用アプリで画面を読み取る「係員読取型」、二次元バーコードを置くだけの「設置型」、画面を見せるだけの「デジタルパス型」の3種類に対応しており、施設の環境に合わせて導入可能です。

2. 【セラー・ホールセラー（旅行会社等）】 開発コストを抑制し、効率的な仕入れを実現

共通のシステム基盤で「在庫の共同利用」を実現し、システム投資と運用負荷を大幅に削減します。

- **システム投資の効率化**

従来、新しい観光素材を取り扱うためには相手先ごとにシステム開発（API連携）が必要でしたが、共通基盤である本プラットフォームを利用することで、個別の接続開発負荷を軽減します。コストを抑えつつ、観光素材を自社の販売サイト等へ展開できます。

- **多様な観光素材の取り扱い**

本基盤を通じて登録された多様な観光素材（体験チケット等）を効率的に管理・仕入れすることが可能となり、商品ラインナップの拡充に寄与します。

■ 導入事例：株式会社日本旅行

株式会社日本旅行（本社：東京都中央区、代表取締役社長：吉田圭吾、以下「日本旅行」）が、本プラットフォームの第1弾となる「着地素材（現地での体験やアクティビティ）」の直接登録・管理機能の導入を決定し、2026年2月5日より商用利用を開始しました。日本旅行では、将来的な着地型観光商品の販売強化に向け、「OTA（オンライントラベルエージェント）との商品差別化」および「仕入れ環境の変化に対応した、柔軟かつ即効性のあるオンライン商品造成システムの再構築」を急務としていました。今回の「valueコネクト」導入により、以下の成果と展望を実現しています。

- **商品造成業務の効率化とラインナップ拡充**

自社在庫素材を一元管理できる新たな造成基盤を構築。これにより、商品造成業務の効率化に加え、多様な形式の着地素材（体験・アクティビティ等）をツアーへの「組込」として販売することが可能となり、商品ラインナップを拡充しました。

- **将来的な販路拡大（外部展開）への布石**

将来的には、valueコネクトの特徴である「データ流通機能」を活かし、自社で造成した商品を外部の多様な販売チャネルへ展開することや、従来の顧客層以外へのアプローチも視野に検討が進められています。

■ 今後の展望：3年で100社の参画へ

今回、業界大手の日本旅行が、本プラットフォームの第1弾である「登録型」の着地素材（体験・アクティビティ等）管理機能を、自社の仕入れ・造成システムとして採用しました。これは観光流通の仕組みを「自社保有（スクラッチ開発）」から「共同利用」へと転換する事例となります。従来のスクラッチ開発は、自社の要望に合わせて構築できる反面、相応の開発期間とコストを要しました。「valueコネクト」は、共通化できる業務基盤を提供することで、この課題解決に貢献します。

「valueコネクト」は現在、第1弾としてシステムに直接情報を入力・管理する「登録型」の「着地素材（体験・アクティビティ等）」に対応しています。今後は、外部システムと連携して在庫を取り込む「結合型」の機能拡充を進めるとともに、取り扱い領域についても現在の「着地素材」に加え、「宿泊」「飲食」等の多様な素材へと段階的に拡大していく予定です。

フォルシアは「value コネクト」を観光産業の新たなインフラと位置づけ、今後3年間で旅行会社、交通事業者（MaaS）、地域DMOなどを含む100社以上の参画を目指します。あらゆる予約がデジタルで完結する「観光DX」を推進してまいります。

※用語解説

- サプライヤー（供給者）
地域の観光施設、アクティビティ主催会社、バス会社など、「サービスそのものを提供する」事業者。
- セラー・ホールセラー（販売者）
旅行会社、OTA（オンライントラベルエージェント）、MaaS事業者など、「商品をパッケージ化したり、消費者に販売したりする」事業者。
- 着地素材
目的地（旅行先）で旅行者が体験・消費するサービスのこと。オプションツアーや体験プログラム、現地の移動手段などを指す。
- 登録型/結合型
本プラットフォームへ事業者が直接情報を入力・登録する方式を「登録型」、外部の予約システムなどとAPI連携等で接続する方式を「結合型」としている。
- 観光素材
美術館・博物館、体験施設（陶芸・ラフティング等）、温泉、エステ・マッサージ、ご当地グルメ・食事券、鉄道・バスチケットなどを指す。