

Q4. どんな種類の生成AIがあるの？

AIモデルの種類	説明
テキスト生成AI	言語モデルを用いて文章を作成。 例: ChatGPT、GPTシリーズ。用途: 文章生成、対話、要約。
画像生成AI	ディープラーニングを用いて新しい画像を生成。 例: DALL-E、MidJourney。用途: アート、デザイン、写真生成。
音声生成AI	音声データを生成。例: GoogleのTacotron、WaveNet。 用途: 音声合成、ボイスクローン技術。
動画生成AI	短い動画クリップやアニメーションを生成。 例: Runway、Synthesia。用途: 映像コンテンツ生成。
音楽生成AI	楽曲やメロディを自動生成。 例: AIVA、OpenAIのJukebox。用途: 音楽制作。

生成AIはアウトプットするコンテンツの種類によって、大まかに分類することができる。テキスト生成AI、画像生成AI、音声生成AI、動画生成AI、音楽生成AIなど、用途ごとに使い分けが可能だ。

Q5. 生成AIを理解するための基礎用語を教えてください！

用語	説明
ニューラルネットワーク	脳の神経回路を模倣したアルゴリズム。AIの学習の基本構造。
ディープラーニング	多層のニューラルネットワークを使ってデータを学習。複雑なパターン認識を可能にする。
生成モデル	新しいデータを生成することを目的としたAIモデル。
トランスフォーマー	シーケンスデータを処理するためのモデル。生成AIの基盤となる技術。
自己回帰モデル	未来の値を過去の値から予測するモデル。GPTシリーズに使われている。
強化学習	試行錯誤を通じて最適な行動を学習する手法。AIエージェントの学習に使用。
逆向き生成ネットワーク (GAN)	二つのネットワーク (生成器と識別器) を競わせて生成データの質を高める技術。
教師あり学習	正解ラベル付きのデータで学習するAIモデル。
教師なし学習	ラベルなしデータでパターンを見つけ出す学習方法。
大規模言語モデル (LLM)	大量のテキストデータを基に学習した自然言語処理モデル。GPTなどがこの一例。

上記はこの日の「ChatGPT」が生成したもので、もう一度同じ質問をすると、異なるリストが表示された。何を優先してリストアップするかについては「揺れ」があるようだ。「基礎用語を50個教えてください」「もっと詳しく教えてください」などと指示することで、さらに多くのキーワードや解説を学ぶことができる。

は世界に影響を与えていくだろう。一方で、総務省が発表した2024年版の『情報通信白書』によると、日本で生成AIを利用したことがある人の割合は9・1%と、中国(56・3%)や米国(46・3%)に比べて低い水準。興味はあるけれど……そんな方もまだ多いだろう。

さて、そもそもAI(人工知能)とは何か。図1の通り、人工知能とは、コンピュータ・プログラムによって人間の知的プロセスを再現する技術全般を指す。その中に、「機械学習」や「深層学習」といった手法・技術があるが、これは人間の「学習」という知的プロセスを再現したもの。昨今、特に注目される生成AIは、これらの「学習」を駆使することで、テキストや音声などの新しいコンテンツを生み出せることが特徴だ。

上記の5つの問いに対する答えは、「ChatGPT」が生成したものだ。人間であれば記述に何分も時間がかかる内容だが、「ChatGPT」はいくつかの指示や質問を入力するだけで数秒〜数十秒で答えを表示。その速さに驚いてしまう。

「ChatGPT」をはじめ無料で利用できる生成AIは多数ある。何事も、習うよりも慣れる。まずは一度体験してみるのをおすすめだ。

ChatGPTに聞いてみた！

生成AI基礎講座-1



生成AIとは、どんなものなのか？ その基礎的な知識を得るために、自然言語生成AIサービスの代表格「ChatGPT」に質問を行ってみた。Q1～Q2のようなシンプルな問いに「#200文字の文章で」や「#表組み形式で」などの条件を付け加えると、数秒〜数十秒程度で下記のようなアウトプットが生成された。いずれもや「AIっぽさ」が残る文章だが、内容に不自然な点はない。

Q1. 生成AIの定義を教えてください！

生成AIとは、大量のデータを基に新しいコンテンツや情報を自動的に生成する人工知能技術のことです。テキスト、画像、音声、動画など、さまざまな形式のコンテンツを作成できます。これにより、自然言語処理や画像認識、創作など幅広い分野で応用されています。生成AIは、特定の指示やデータから創造的なアウトプットを生み出すことが可能で、人間のクリエイティブなプロセスを補完する技術としても注目されています。

Q2. 生成AIが得意なことは？

生成AIが得意なことは、テキストや画像、音声の生成です。例えば、文章の自動生成、チャットボットによる会話、デザインやイラストの作成、音声アシスタントでの自然な音声生成が挙げられます。また、翻訳や要約、プログラムコードの自動生成、データ補完なども得意です。これにより、人間の作業を補完し、効率化や創造性を高めるツールとして幅広く活用されています。

Q3. 生成AIが苦手なことは？

生成AIが苦手なことは、抽象的な推論や倫理的判断、最新情報の提供、感情的共感、創造的なオリジナルアイデアの提供、事実の正確性、言語のニュアンスの理解です。特に哲学的な議論や複雑な感情の扱いが難しく、最新ニュースの提供もリアルタイムでは苦手です。また、完全に新しいアイデアを生み出すのは難しく、誤った情報を生成することもあります。これらの限界を補うためには人間の確認が必要です。



生成AIの進化は観光をどう変えていく!?

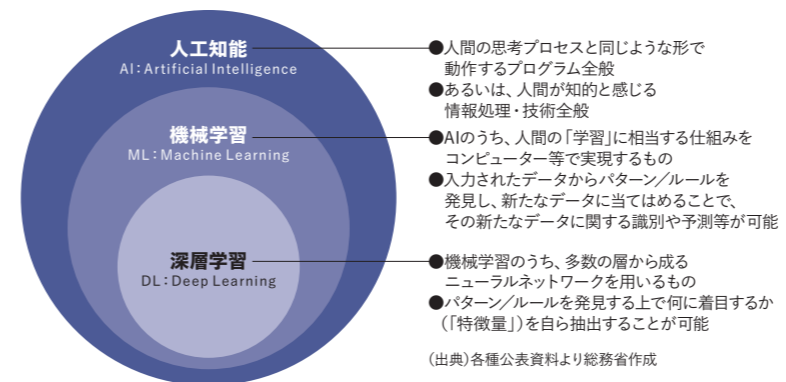
観光 × AI

Artificial Intelligence
アーティフィシャル・インテリジェンス

ChatGPTをはじめとする生成AIの登場により、ますます身近になったAI(人工知能)技術。本特集ではAIを使いこなすために知っておきたい基礎的な知識から観光領域における先進活用事例、さらに「観光×AI」をテーマにした特別対談をご初回。日進月歩のAI技術によって、日本の観光地経営がどう変わっていくのかを考察する。

イラスト/哇原雄治 撮影/佐藤兼永(P22~24)

図1 AI・機械学習・深層学習の関係

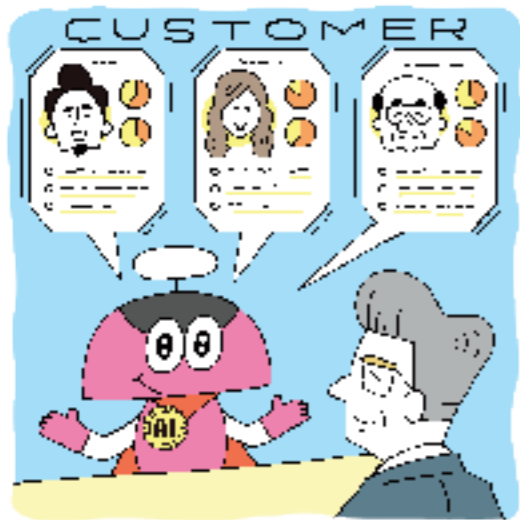


OpenAI社の対話型AIサービス「ChatGPT」がリリースされたのは、2022年11月のこと。以来、2年ほどで同サービスの週間アクティブユーザーは、2億人に達している。また、マイクロソフトやアップル、グーグルが、スマートフォンのPCなどのデバイス上で稼働するオンデバイス生成AIに力を入れるなど、AI技術は日進月歩の勢いで進化。インターネットの普及で私たちの生活や旅のあり方が変わってきたように、今後、AIというツール

Q9. 生成AIは観光地経営にどんなメリットをもたらす?

メリット	説明
観光プロモーションの強化	観光地やアトラクションの魅力を伝えるためのユニークなコンテンツ(画像・動画・テキスト)を自動生成できる。
カスタマイズされた旅行体験	個々の観光客に合わせたパーソナライズされた旅行プランやガイド情報を自動で提供できる。
言語の壁の克服	自動翻訳機能を使って、海外からの観光客に多言語対応の情報を迅速に提供できる。
効率的なカスタマーサポート	AIチャットボットで24時間体制の観光案内やサポートを提供し、観光客の質問に即時対応できる。
観光地のデジタルツインの作成	リアルな3DモデルやバーチャルツアーをAIが生成し、観光地のバーチャル体験を提供する。
訪問者のデータ分析	AIによる訪問者のデータ分析により、訪問者の嗜好や行動を予測し、マーケティングや運営に活用できる。
マーケティングコストの削減	広告やキャンペーンのためのコンテンツを自動生成し、制作コストを削減できる。
新しいアクティビティやイベントの提案	AIが過去のトレンドを基に、新しいイベントやアクティビティのアイデアを生成して観光地に提案する。
効果的な口コミ管理	AIを活用してオンラインレビューやSNSの投稿を自動的にモニタリングし、迅速に対応できる。
サステナビリティの推進	AIが観光地の環境への影響をシミュレーションし、持続可能な運営戦略を提案する。

供給側(観光関連組織)として生成AIを活用する際に注意したいことの一つが、Q7にもある「情報の正確性」や「プライバシー」、「著作権」などの問題だろう。この点は生成AI特有の課題として認識し、人間が検証する必要があるだろう。



そう遠くない未来には、人間の介入なしに自律的に特定の意思決定やタスクを実行する「AIEージェント」も普及すると見られている。そのような局面になると、観光客のAIEージェントが、ユーザーにとって最適な旅プランの計画や予約を行う時代が来ることも予想される。いずれにしても、AIの普及はインターネットの登場と同じように、観光に大きな変化をもたらすはずだ。

Q8. 生成AIは旅行者にどんなメリットをもたらす?

メリット	説明
カスタマイズされた旅行プラン	生成AIは個々の旅行者の好みや予算に応じて、最適な旅行プランを提案します。例えば、興味のある場所、アクティビティ、季節に合わせた旅程を自動作成します。
リアルタイム翻訳とコミュニケーション	AI翻訳ツールを使用することで、旅行先での言語の壁を克服でき、地元の人々とのコミュニケーションがスムーズになります。旅行中の質問や緊急時の連絡にも役立ちます。
パーソナライズされたおすすめ	生成AIは過去の検索履歴や旅行履歴に基づいて、個々の旅行者に合った観光地やレストラン、アクティビティを提案します。旅行中の予期せぬ発見を促進します。
即時の情報提供	AIは目的地の観光スポット、交通手段、気候、治安情報など、リアルタイムで最新情報を提供することで、旅行計画や緊急時の判断をサポートします。
自動翻訳されたガイドブックや記事	AIは旅行先に関するガイドブックや記事を複数の言語に翻訳し、現地情報をすぐに理解できるようにします。これにより、情報へのアクセスがグローバルに容易になります。
仮想アシスタントによるサポート	AIを活用した仮想アシスタントが、旅の最中の問い合わせや予約変更、交通情報の確認などのタスクを24時間サポートします。これにより、スムーズな旅が可能になります。
コスト削減と効率化	AIは予算に合わせた最適なフライト、宿泊施設、交通手段を探し出し、旅行者が時間とお金を節約できるように支援します。
異文化理解の促進	AIは旅行先の文化や習慣、歴史についての情報を提供し、旅行者が訪れる地域の理解を深める助けをします。異文化コミュニケーションもスムーズに行えるようになります。
旅行のシミュレーション	生成AIを用いたVRやAR技術を活用することで、事前に旅行先の仮想体験を行うことができ、現地の雰囲気や観光スポットを事前に確認することが可能になります。
持続可能な旅行の提案	AIはエコフレンドリーな旅行プランや持続可能な交通手段、宿泊施設を推奨することで、環境に優しい旅行の実現をサポートします。

生成AIが需要側(観光客)と供給側(観光関連組織)にもたらすメリットも。たとえば、AIのアルゴリズムは、すでに人気や評判の高い観光地を優先的に推薦する傾向があるため、一定の施設や地域だけに観光客が集中してしまうリスクもある。



習ってコンテンツを生成する。そのため、意図せずに著作権侵害をしてしまうケースもある。プロンプトで情報の出どころを明記させるなどの対策を行いたい。

Q8とQ9は、生成AI利用によるメリットを需要側(観光客)と供給側(観光関連組織)の視点でまとめたものだ。生成AIは、大量のデータを読み込んで分析することが得意なため、膨大な選択肢の中からそれぞれの旅行者/観光客ごとに個別最適化された情報を届けることが可能。ただし、「観光×AI」はまだ発展中の分野であり、現時点においてQ8やQ9のメリットがすべて実現されているわけではない。

Q7. 生成AI活用時に注意すべきポイントは?

注意ポイント	説明
情報の正確性を確認する	生成された情報が正確かどうかを必ず検証する。
偏見や誤解を避ける	生成AIが持つ偏見や誤解を意識し、結果を吟味する。
プライバシーを尊重する	個人情報やプライベートなデータを扱う際に注意を払う。
著作権に注意する	著作権を侵害しないよう、生成されたコンテンツを確認する。
セキュリティを確保する	セキュリティリスクを評価し、適切に対策を講じる。
倫理的な使用を心がける	倫理的に正しい方法でAIを利用し、人々に対して責任を持つ。

生成AIは、多種多様な学習データからコンテンツを生成するため、誤りや偏見、倫理的な問題を含むアウトプットを行うことがある。AIを道具として使い、常に人間が検証・判断することが必要といえるだろう。



前ページでは生成AIを理解するための基礎知識をご紹介したが、ここからは一歩踏み込んで実践編。まず覚えておきたいのが、プロンプトの重要性だ。

プロンプトとは、生成AIが画像や音声などのコンテンツを生成するための指示文のこと。プロンプト一つでコンテンツのアウトプットが変わってくるので、具体的に詳細な指示を心がけよう。生成AIも「あなたは弁護士です」などと役割を与えたり、「小学生でもわかるように」や「〇〇文字以内で」などの条件を明記すると、より精度の高いアウト

プットを導き出すことができる。また、生成AI活用時に生じるリスク(Q7)を把握しておくことも重要だ。その最たる例が、生成AIが事実に基づかない情報を生成すること。この現象はハルシネーション(幻覚)とも呼ばれるが、学習データによってハルシネーションは起こるとされる。一見するともっともらしい回答に見えることもあるため、情報が正確かどうかはユーザーが適切に検証する必要がある。また、生成AIは既存の著作物やネット上にある大量の情報などのデータベースを学

ChatGPTに聞いてみた! 生成AI基礎講座-2

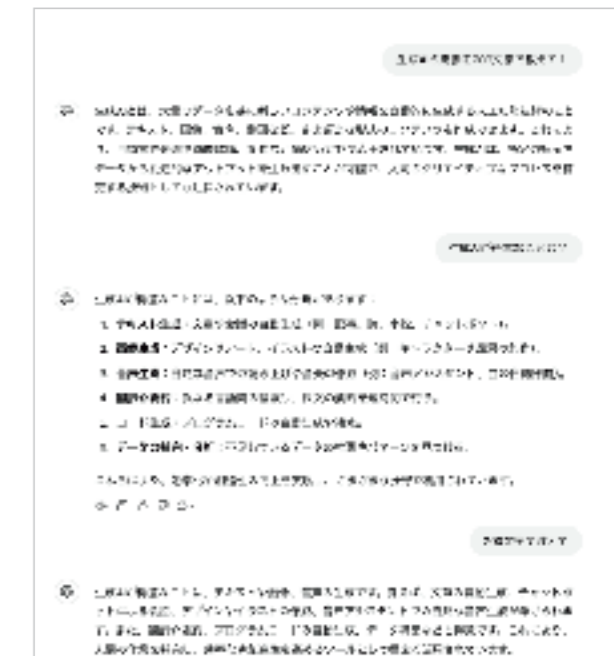


ここからはより実践的な質問を「ChatGPT」に投げかけてみた。それぞれの問いに対する答えでわかりにくい部分などがあつた場合、さらに質問を重ねることでより精度の高い答えを引き出せることも、対話型生成AIサービスならではの利点だ。

Q6. 生成AIの代表的な活用方法とプロンプト例を教えてください!

生成AIの活用パターン	プロンプト例
文章作成・校正	●ビジネスメールの書き方を教えてください ●この文章をもっと丁寧な日本語に書き直してください
学習サポート	●相対性理論を簡単に説明してください ●古代ローマについて5つの重要な事実を教えてください
アイデアのブレインストーミング	●新しいカフェのコンセプトアイデアをいくつか提案してください ●小説のプロット(構成)を考えてください
翻訳・言語学習	●この文章を英語に翻訳してください ●フランス語での基本的な挨拶を教えてください
コード生成・デバッグ	●Pythonでリストの合計を計算するコードを書いてください ●このエラーメッセージの意味を教えてください
日常の質問・雑学	●今日の天気はどうですか? ●日本の面積はどのくらいですか?

生成AI全般について質問したが、主にテキスト生成AIについての項目がリストアップされ、画像や音楽の生成は含まれない回答となった。ちなみに「プロンプトの精度を高めるコツを教えてください」という質問には、「具体的な指示を与える」、「出力のフォーマットを指定する」、「トーンやスタイルを指定する」、「視点や対象を明確にする」というアウトプットがあった。



Chat GPTの使用イメージ

観光×AIの先進活用事例

ここからは、AI技術を取り入れた観光領域の先進事例をご紹介します。
膨大なデータを短時間で処理することのできること。
24時間休息不要で稼働できること、ネットの情報を一瞬で検索し分析できること……。
AIの特性は、環境負荷の低減から旅行者の満足度向上まで、多くの面で生かされている。



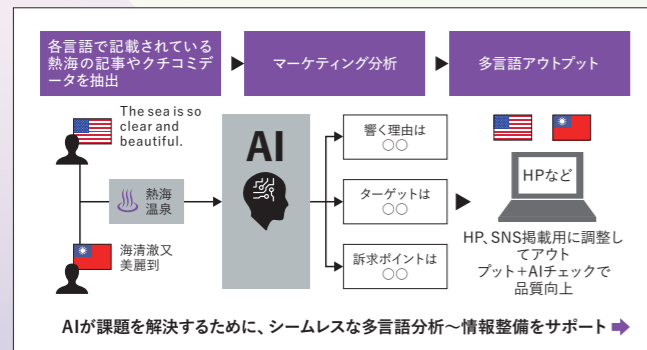
事例 04

AI × インバウンドマーケティング

熱海市×じゃらんリサーチセンター×ブログウォッチャー

AIによるデータ分析と多言語情報発信でインバウンド誘客を推進する

2024年秋に開始した「生成AIを活用した多言語実証実験」は、熱海市を訪れるインバウンド旅行者の増加を目的とする取り組みを推進中。生成AIを活用して日本に対する世界中の口コミデータなどを収集し、地域の人気の理由などを分析。現在ウェブサイト上で掲載している日本語情報などをベースに、ターゲット市場ごとに響く文脈を意識して多言語化と情報整備を一気通貫で行い、その精度と効果を検証する予定だ。「熱海市のような基礎自治体が海外にプロモーションを打つことは、財政的・人力的な負担が非常に大きい。まさに砂漠に水を撒くようなものです。AIを使うことで、より効率的に世界中のデータを収集・分析し、情報発信までできる点に可能性を感じています。すでに成功している国内の他地域の事例を参考にすることも、インバウンド市場において後発である熱海市の強みかもしれません。今後の熱海市のインバウンド戦略の指針を見定める上でも、重要な取り組みだと感じています」と、熱海市観光建設部の立見修司さんは話す。



「生成AIを活用した多言語実証実験」は、観光庁の「観光DXにおける生成AIの適切かつ効果的な活用に関する調査事業」として実施するプロジェクト。熱海市とじゃらんリサーチセンター、位置情報データの収集・活用をワンストップで提供するブログウォッチャー社の協業によって行われている

事例 03

AI × 渋滞回避&旅行効率化

NEXCO中日本・芝浦工業大学

AI渋滞予測×地域観光情報の発信で旅行者にとっての損失を観光促進に変換

1時間後に出発すると2時間の渋滞に巻き込まれるけれど、3時間後に出発すれば渋滞なしで帰れる。そんな時に「それなら、もう一箇所観光してから帰ろう」と考える旅行者は多いはず。芝浦工業大学工学部・楽奕平准教授（モビリティ・インフラ研究室）が開発した「スイスイ旅山梨版」は、リアルタイムな渋滞予測と、地域の観光情報を組み合わせて配信することで、観光需要の分散と促進を図るアプリだ。同アプリで活用されているのが、



「スイスイ旅山梨版」アプリの画面。現在、同アプリによる観光需要の時空間分散を目的とする実証実験が、芝浦工業大学、やまなし観光推進機構、八ヶ岳ツーリズムマネジメント、富士急行、中日本高速道路 八王子支社の5者によって行われている

NEXCO中日本の特設サイト「中央道渋滞減らし隊」で提供する渋滞予測情報。同サイトでは、高速道路ビッグデータ（過去の交通量や渋滞、降水量など）と、当日の渋滞や降水量を組み合わせるAI予測により、4時間先までの中央道（上り線）小仏トンネル付近の渋滞予測情報を1時間毎に配信。刻々と変化する情報をもとにリアルタイムで精度の高い渋滞予測ができることが、AI渋滞予測の特長だという。旅行者にとっての損失である渋滞の時間を観光需要につなげ、地域での消費拡大と渋滞の緩和を目指す……。そんな新たな旅と移動の形を、AI技術が支えている。



NEXCO中日本の特設サイト「中央道渋滞減らし隊」では、AIを用いた渋滞予測情報を配信する

事例 02

AI × 問い合わせ効率化

ザ・プリンス さくらタワー東京

海外からの問い合わせに自動対応 スタッフの負担が軽減される

アメリカや中国、シンガポール、香港などを中心に多くの外国人が訪れるザ・プリンス さくらタワー東京。同ホテルは、リクルートが提供する「トリップAIコンシェルジュ」を活用し、24時間対応でAIがカスタマーの質問に多言語で返答を行っている。「トリップAIコンシェルジュ」に質問が寄せられるのは、ホテル検討時や滞在前の下調べのタイミングが多数だという。「チェックイン・チェックアウトの時間や駐車場、レストランの営業時間などに関する質問が多いです」と、CS推進担当の松浦美帆さん。これまで電話やメールで対応していた業務を代替することで、現場の負担は軽減されている。回答内容は自社が設定した情報をもとにAIが精度高くマッチングしている。「駐車場料金についてご質問いただいた際、駐車場ページへのリンクを表示するよりも、直接〇〇円ですと回答の方がお客様にとって利便性が高い。そのような点を意識して日々ブラッシュアップしています」



ホテルのトップページに「トリップAIコンシェルジュ」のアイコンが表示される。日本語はもちろん、英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字）の問い合わせに24時間対応している

事例 01

AI × 食品廃棄物管理システム

マンダリン オリエンタル ホテル グループ

AI食品廃棄物管理システムの導入でキッチンにおける食品ロスを大幅に低減

全世界で41軒のラグジュアリーホテルやレジデンスを運営するマンダリン オリエンタル ホテル グループ。近年、持続可能な観光に大きく注力する同グループの代表的な取り組みのひとつが、「AIを活用した食品廃棄物管理」だ。同グループでは、2024年から運営施設の全厨房にAIを活用した食品廃棄物管理システム「Winnow」を導入している。同システムは、日々キッチンで廃棄される食品の画像や重量を記録し、その内容をAIによって分析。何がどのくらい廃棄されているのかを「見える化」。シェフをはじめ厨房で働く人たちがその結果を把握することで、より適切な仕入れの量やメニュー構成などを検討できるようになったという。その結果、4つの代表的なホテル（香港、ハイパーク・ロンドン、マイアミ、ジュメイラ・ドバイ）で、年間66トンもの食品廃棄物と、289トンの二酸化炭素排出を削減できると見込まれている。



マンダリン・オリエンタル・ハイパーク・ロンドンのレストラン「ディナー・バイ・ヘストン・ブルメンタール」では、食品の端材などを上手に取り入れたメニューを開発するなど、食品廃棄削減への意識も高まっている

観光×AIは、現在進行形で進化中！ だからこそ、観光地経営の本質を見極める

スマートツーリズムの専門家である國學院大學・小林教授とJRC研究員松本の特別対談。そう話す2人が考える、AI時代の観光地経営の未来とは。

「観光×AI」の現状は
幸いにして、準備期間あり

松本百加里（以下松本） 小林先生は「スマート・ツーリズム」を研究されていて、海外事情にも精通されていて

ですが、「観光×AI」をどう見ているか？

小林裕和教授（以下小林）「観光×AI」は、世界的にもホットな領域。2022年の生成AIの登場によって、その熱が加速した印象です。



國學院大學
観光まちづくり学部 観光まちづくり学科
教授、博士（観光学）
小林裕和
こばやしひろかず
JTBで経営企画や訪日旅行専門会社設立、海外勤務等を経験。退職後に現職に就く。博士（観光学）。「スマート・ディステイネーション」や「スマート・ツーリズム」をテーマとし、デジタル技術を活用した観光や観光地域の研究を行う。

JRC
研究員
松本百加里
まつもとゆかり
主にインバウンドに対する研究を担当。「インバウンド都道府県ポジショニング研究」「地図で読み解くインバウンド地方分散研究」などを手掛け、現在はAIをテーマにしたプロジェクトにも携わる。上級ウェブ解析士。

昨今の海外の観光系学術雑誌や研究発表などを見ると、AIに関するテーマが増えています。世界中の国や地域が同時多発的にさまざまな実証実験をしているような面白い状況になっています。先日は、アイルランドのダブリンがOpenAIと協働とプロジェクトを始めたという報道もありました。ただ、観光領域でAIを完璧な形で社会実装している事例はおそらく一つもないですし、AI技術そのものも、まだまだ発展途上にあります。

松本 たしかに生成AIの進化はあまりに目まぐるしく、2週間前の情報でさえ古く感じるほどのスピード感です。1年後にこの対談をしたなら、全く別の話になりそうな気がします。小林 だからこそ、目の前の技術の変化に振り回されるのではなく、冷静に考える時間を持つことが大切だと思います。AIはハサミと同じで、道具に過ぎない。それを使って何をするのが問われるわけですから。

松本 たとえば、どのようなことを考えておくべきでしょうか。

小林 ひと言で「観光×AI」と言っても、需要側の視点で見ると、供給側の視点で見ると、生成AIの活用方法は異なっています（表7）。同じ供給側であってもホテルやレストランなどの企業と、自治体やDMOなどの機関では取り組むべき内容が違います。どの視点で見て、何が必要なのか。まずは、その点を整理することが必要かもしれません。

松本 供給側の現場を見ていると、ホテルなどの旅行産業では生成AIを用いたコンシェルジュサービスなどが、すでに使われています。一方、DMOなどの組織で生成AIを用いたデータ分析などを行うDMOなどは、あまり多くない印象です。

小林 そうですね。生成AIを使って旅行時の予約や問い合わせなどの利便性を向上させるサービスは、すでに多く開発されていますし、それらを取り入れる企業も多いですね。

生成AIの進化は目まぐるしく、2週間前の情報でさえ古く感じるほどのスピード感です。

松本

一方、観光地経営におけるAI活用の場合、扱う内容がより複雑で、テクノロジーが追いついていない部分もある。企業のように潤沢な開発予算を使えないという側面もあるでしょう。発展途上の分野だと思います。松本 観光地経営の日々の業務にAIが普及するのはいつ頃でしょうか。小林 AIボタンを搭載したPCが発売されたのが今年1月のこと。それが一般ユーザーに普及するまでには、あと2〜3年かかるでしょう。さらに、観光地経営の現場でAIがバリバリ活用されるまでには、もう少し時間がかかると思います。つまり、幸いにしてAI活用に備えるための、準備期間が取れるわけです。

松本 その準備期間を、有効に使う必要がありますね。

小林 そうですね。たとえばDMOのMには2つの意味がありますよね。ひとつは「マーケティング」のMであり、もうひとつが「マネジメント」のM。前者の場合は、生成AIを使った多言語情報発信や旅行者向けの旅行プランの作成やコンシェルジュサービスで、誘客を目指すことが可能でしょう。一方、後者の場合は、観光地域の持続性を守るために、二

AI技術と向き合うときは「これがしたい」という意思こそが大切なのだと思います

小林教授



Column

AIについて これから学ぶなら

AIを活用するための基礎知識や考え方を知るために、2人がおすすめしてくれたのが下記の3冊。「AI技術は進化が速く、状況が目まぐるしく変わる。そのため、多くの書籍では[現時点では]という注釈が添えられています。技術論を細かく紹介する本や[今のAIにはこれができない]と書いてある本よりも、まずは思考の土台となってくれる書籍を選ぶのが良いと思います」(小林教授)。[[1日に世界中で200本の論文が出る]といわれるほど進化するAIテクノロジー。今、世界で何が起きているかを知るなら、[YouTube]のAI関連チャンネルをリサーチするのもおすすめです」(松本)



左/『文系AI人材になる：統計・プログラム知識は不要』（著者：野口竜司/東洋経済新報社）、中/『生成AI導入の教科書』（著者：小澤健祐（おざけん）/ワン・パブリッシング）、右/『生成AIで世界はこう変わる』（著者：今井翔太/SB新書）

ておくことが重要だと思います。小林 ITの世界には「ニーズ・ファースト」という言葉があります。これは、ニーズさえあれば、それを実現するためのプログラムは世界の誰かが絶対に実現する、という考え。事実、インターネットはこの30年間、ニーズ・ファーストで成長し

表7 観光領域におけるChatGPTの活用

需要側	供給側	
	観光産業	観光地・観光組織
情報検索・収集	旅行者向けコンシェルジュ・サービス	地域視点の旅行者向けコンシェルジュ・サービス/チャットボット
パーソナルな日程作成	マーケティング用のコンテンツ（テキスト/写真）の自動生成	地域でのマーケティング用のコンテンツ（テキスト/写真）の自動生成
個人のニーズに合わせた特別なサービス検索	メニュー・エンジニアリングとレシピ開発	地域資源を活用したコンテンツ作成
多様な選択肢を絞る	データ収集・分析	DMPと連携した地域データの収集と分析
更新頻度の高い行程表	観光資源やサプライヤーのリスト化	観光資源や連携組織のリスト化・地域住民との連携
コンテンツの共有	ソーシャルメディアと独自ウェブページ運用	地域でのソーシャルメディアや独自ウェブページ運用

Dwivedi et al(2023)より小林裕和・松本百加里で作成

できました。AI技術においても「これがしたい」という意思こそが大切なのだと思います。

AIの普及が実現する 未来の観光の形とは？

松本 数年後にAI技術が普及すると、日本の観光も大きく変わると思っています。高度にパーソナライズされた旅行プランの提案などは、生成AIにとって得意な分野ですよね。

小林 ボタン一つでさまざまな言語のホームページが生成されるようになるかもしれません。そうなるると、情報発信にかかるコストも工数も大幅に減らすことができますね。AIにはこのように「人の能力を助ける系」の可能性と「人の能力を拡張する系」の可能性があるといわれていますが、特に前者は加速度的に発展していくと思いますね。

松本 旅行者のカスタマイザーにも変わりますよね。現在は、グループなどで検索して表示された観光地や施設を選ぶことが多いと思いますが、その入口がChatGPTなどの生成AIになってくる可能性がある。そうすると、グループのSEO対策だけでなく、ChatGPTがリコメンドする観光地リストに入ることが必要になります。

AIが仕事を代替するからこそ、「人を介してサービスを提供する」価値が上がる時代になる

—— 松本

小林 AIに最適化された情報発信が求められるようになりますね。

松本 頑張っってビジュアルが美しいホームページを作っても、ChatGPTが情報を拾い上げることができなければ意味がない。そんな時代がやってくるかもしれません。

小林 さらにAI技術が進むと、複数のAIを組み合わせて自律的に動く、AIEージェントが旅行の予約までやってくれるようになる可能性もあります。生成AIがサーチした情報をもとに予約専用AIがOTAを探して、予約する……。AIEージェントが動き回ること、そのような予約行動が生まれる。2〜3年では無理だけれど、4〜5年後には実現していると個人的に思います。

松本 人間がやっていたことを、AIEージェントができるようになる、人間の役割が試されますね。

小林 そうですね。同時に「旅行は楽しいもの」という本質に立ち返ることが、ますます重要になると思います。その楽しさは、各地域が本来持っている自然や文化、人との出会いが生み出すものです。そして、今

後はそれらの地域の持続可能性を守る旅をすることも、旅行の楽しさに欠かせない要素になってきます。

松本 AI時代のリスクの一つとして同質化を懸念する声もあります。基本的にAIが生み出すアウトプットは、インターネット上にある情報をもとにしている。AIの確からしい判断に行動を委ねていくと、結局みんなが同じ答えに行き着くという考え方です。これは地域の独自性が失われることにつながりませんか？

小林 だからこそ、地域にもともとある資源を大事にすることが重要になるんです。日本の各地域には、その土地にしかない文化財や自然、地域のストーリーがある。その点をしっかり見つけ直さないといいけない。

松本 少し話題は変わりますが、AIやロボットが人間の仕事を代替するようになるからこそ、「人を介してサービスを提供する」ことの価値が上がると考えています。観光産業はその代表格。日本の観光のサービス業は給料が上がると思います。

小林 今は、地域でごはんを食べると、食堂のスタッフが「いらっしや

行者も出てくると思います。

松本 自動化の時代になると、人間にしかできないことの価値が際立つ。高付加価値化したサービス業は勝ち組になるかもしれません。

小林 同時に「人間にしかできないことは？」「旅の楽しさとは？」という本質的な問いに対して、やはりしっかりと向き合うことが大事ですね。

「観光×AI」の時代に向けて 観光地域がやるべきことは

松本 最後に観光地経営におけるAI活用のシナリオについて、お話ししたいと思います(表8)。まず、直近の1〜2年はAIが普及し始める時期。少しずつAIに慣れながら、未来への準備をするフェーズですね。**小林** そうですね。AIどころかD

「人間にしかできないこととは？」 「旅の楽しさとは？」 本質的な問いが重要になる

—— 小林教授

Xさえままだらない地域も多いと思います。まずは、紙にある情報をどんな形でもいいからデジタルデータにすることが大前提。まだAIは本格的な実装段階ではないので、デジタル化を進めつつ、みんなで考える時間を作ると良いと思います。

松本 3〜5年後は、観光地経営において本格的なAI実装が始まるフェーズですね。ただ、AIがどのように進化するかは未知数の部分も多い。DMOは1年単位で来季の予算を組むことが多いですが、予算をガチガチに決めすぎないほうが自由度が上がると思います。そのためには、

補助金に頼るだけでなく、自主財源を確保することも必要だと思えます。**小林** 5年後以降の未来は、正直予測不能ですが、二酸化炭素や水資源の環境モニタリングなど、より高度な活用が進む可能性はあります。ただ、AIによってDMOの仕事が効率化されていく一方で、地域に合った合意形成を図ったり、ビジョンを持ってプロジェクトを進めたり、沢山の人の思いを肌で感じて意思決定していくことの重要性は変わらない。多くの人が観光地経営の本質と向き合い、素敵な地域が日本各地に生まれる未来を信じています。

表8 観光地経営におけるAI活用シナリオ予測 小林裕和研究室・松本百加里で作成

	1〜2年	3〜5年	〜10年
普及の程度	AI PCやローカルLLMなどにより、AI活用がより身近になり普及し始める	DMOにより本格的な活用が始まる	DMOにより、AIが標準的に活用されている
AIの活用方法	観光地経営の課題に試行される	AI活用事例が増え、活用方法が定番化される	高度な活用が進む
具体的な活用事例	チャットボット	コンテンツの自動生成	AIの進化スピードが速すぎるため予測不能
	観光客の需要予測	ウェブサイト(多言語対応)の自動構築	
	データ収集・分析	データ分析の自動化・シームレスな方針出し(AIが相談役)	AI活用のリスク管理などのため、データガバナンスの担当が必要となる



い」と迎えてくれるのが当たり前。でも、AIやロボットが普及すると、「この食堂は人間が迎えてくれるんだ」という驚きや喜びが生まれる。今は時給1500円の仕事が、時給1万円になるかもしれません。また、AIや機械化による効率化でさまざまなコストが下がるからこそ、女将がもてなしてくれる高級旅館での滞在に、20万円払いたいという旅

担当 研究員より

観光現場で役立つAI活用法を まずは使って探してみよう!

私は最近ChatGPTを活用していて、そのあまりの便利さに手放せなくなっている。たとえば、調査項目のアイデアを出したり、英語の論文を要約して素早く内容を理解したりと、あらゆる場面で役立っている。

ChatGPTには、主に5つの活用パターンがあると感じる。まず、【0→1】のアイデア出しやリサーチで新たな発想を引き出すことができる。次に、【1→10】の文書作成や提案の充実によって、考えを形にしてくれる。また、【10→10+】のチェックや分類作業の支援で精度が高まることも魅力だ。【10→1】の要約や情報抽出では、情報をシンプルに整理するのに便利だし、【10→X】のプログラミングや多言語対応もできるので、多岐にわたるシーンで活用できるのだ。

観光業界でも、生成AIのこうした機能は大きな可能性を秘めている。AIを活用することで、業務の生産性が向上するだけでなく、人が本来力を注ぐべき仕事に集中でき、観光地の経営に新しい価値が生まれるのではないだろうか。今回の記事に興味を持った方は、新しい情報が更新されていると思うので、ChatGPTに下記のプロンプトを入力して聞いてみてほしい。

ChatGPTに聞いてみよう!

- 観光領域で生成AIを活用した最新事例を需要側と供給側に分けて教えて
- 生成AIを活用した観光マーケットは5年後どうなっている?
- 観光領域で生成AIを使いこなすコツは?
- 〇〇エリアの観光の魅力はどこ? (自エリアや他エリアを入れてチェック!)

まずはみんなで生成AIの利用経験を共有し、その便利さや可能性を実感しながら活用を広げていければと思う。



じゃらんリサーチセンター
研究員
松本百加里
まつもと ゆかり