

生成AI活用による 持続可能な インバウンド観光研究

～熱海市における実証実験の成果～

研究員

松本百加里

まつもと ゆかり

とーりまかし別冊

研究年鑑 2025

2024年は、訪日外国人旅行者数は3,600万人を超えて過去最高を記録した。しかしながら、観光業界では慢性的な人手不足が深刻な課題となっており、限られた人員や工数の中で、より効率的かつ持続可能なマーケティングの実践が求められている。本研究では、その課題解決の一助として、生成AIの活用による生産性向上の可能性を探求する。また、豊富なインバウンド誘客実績データがない組織においても、生成AIを用いて複数のデータを組み合わせることで方針を導き出し、地域全体でのデータ活用フローの循環のスタートを目指す。具体的な活用シーンやプロンプト指示例など、現場で実践可能なポイントも記載している。新たな観光データ活用のヒントとなれば幸いである。

第1章 目的

本研究の目的は、自治体・DMOが生産性高くインバウンド推進するために、生成AI活用の可能性を提示することである。最終的には地域全体で持続可能なデータ活用の循環をつくることを目指す。

実証対象と注力条件

対象は市区町村など狭域エリアの自治体・DMOで、これが

ら本格的にインバウンドマーケティングを推進する組織のモデルケースとして、熱海市¹で実証²していく。狭域エリアがインバウンド対応で特に注力すべきことは、旅マエの広域旅程に入るきっかけづくり、旅ナカの周遊促進&満足度向上とし、これらを生産性高く行うことと設定した。

課題と生成AI活用での解決仮説(表1)

「①インバウンド分析のデータ不足 [1][2]」と「②高品質な多言語情報整備不足」の課題に対し、生成AI活用で仮説を整

表1 生成AI活用による課題解決方針と明らかにすること

課題	生成AI活用した課題解決の仮説	明らかにすること		調査手法(活用ツールは図1参照)	
		品質観点	生産性観点		
①インバウンド分析のデータ不足	[1] 誘客起因情報 インバウンド旅行者の誘客実績が少ないため、実績データから統合的に分析がしにくい。特にインバウンド旅行者のリアルな声を把握しにくい。	世界中のデータと掛け合わせて分析することで、差別化ポイントやターゲット設定ができる。	マーケティング方針策定に寄与ができるか。	分析工数は削減できるか。	【A】AIインバウンドマーケティングツールについて ○AI分析結果と定量調査結果の比較/専門家チェック ○熱海市役所へアンケート実施
	[2] 受け入れ整備情報 インバウンド旅行者が旅ナカで問い合わせが多い情報を把握しきれていない。	旅ナカのニーズ(主に観光案内所での把握している情報)を継続的に把握できる。	受け入れ整備すべき情報を継続的に把握できるか。	分析工数は削減できるか。	
②高品質な多言語情報整備不足	日本語観光情報をそのまま多言語にしてもニーズにマッチしにくく、機械翻訳では品質が不十分。タッチポイント(ウェブサイト・Instagram・観光案内所など)にあわせて情報整備できる人材や工数も不足している。	品質高く多言語化し、タッチポイントにあわせて情報調整が効率的にできる。	○多言語結果が自然で違和感がない表現になるか。 ○多言語品質を磨き続けるサイクルはつくれるか。 ○タッチポイント(特に観光案内所)にあわせて活用できるか。	翻訳工数は削減できるか。	【C】AI多言語ツールについて ○多言語3パターン品質に対する人手チェック ○人手チェックとAIダブルチェックとの相関性確認 ○熱海市役所、観光案内所、観光協会へアンケート実施

*1 熱海市は、全旅行者のうちインバウンド誘客率は約5%にとどまり、インバウンドに特化したwebサイトも未構築(日本語サイトに機械翻訳のみ実装)。インバウンド戦略策定の本格始動タイミングにあわせて、生成AIを活用する実証を行った。また、インバウンド推進する目的は、平日の宿泊需要増加と設定。

*2 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」として実施したプロジェクト。熱海市とじゃらんリサーチセンター、位置情報データを提供するプログウォッチャー社の協業によって実行。リクルートとプログウォッチャーで生成AIツールを共同開発。

理。生成AI活用での品質担保の実証、生産性向上、自治体職員の意識変容（今後の活用継続意向）を明らかにする。

目指す成果

インバウンドマーケティング分析や情報整備で活用するための「生成AIプロンプトの書き方例」と「持続可能なデータ活用の循環イメージ例」を提示する。

第2章 方法

生成AIを活用した実行イメージ図1の【A】AIインバウンドマーケティングツール【B】AI分析支援【C】AI多言語ツールの活用に対して、表1の調査手法にそって調査。

第3章 結果

調査【A】AIインバウンドマーケティングツール活用の結果

品質：インバウンドマーケティング方針策定に寄与

図2のように【A】AIツールを活用することで、市場別に熱海市への来訪特徴をクチコミや掲載記事などを組み合わせて分析し、競合エリアとの差別化ポイント、キーメッセージやビジュアル案が提示される³。この【A】AIツールの分析結果と、台湾人・香港人への定量調査の分析結果（主に差別化ポイント、キーメッセージとキービジュアル）がほぼ同じ結果と

なった。さらに、台湾・香港・アメリカ市場へ訪日プロモーションを実施している専門家にヒヤリングしたところ、納得度が高い分析結果という意見を多数得られた。また、【A】AIツールで22市場を分析して一覧化し、他の定量データ⁴と組み合わせることで、全市場共通での訴求コンセプトの特定や市場の優先順位を決めることにも寄与できた。

生産性：マーケティング分析工数は約15分の1に削減

通常の分析業務と生成AIを活用した場合を比較すると、工数は約15分の1に削減された。多言語で書かれた記事やクチコミを収集し、日本語に翻訳・要約することで、瞬時に内容を把握できることもわかった。ただし、生成AIの分析結果にはハルシネーション⁵が発生する可能性があり、対象地域以外の情報が含まれることもあった。そこで、ChatGPT4o⁶に加えて検索が得意なPerplexity⁷を組み合わせることで分析結果に信頼性を提示し確認できるようにし、あいまいな情報は出さないようにプロンプト⁸で調整をした。さらに施策アイデア出しでは、深く推論することが得意なChatGPT¹⁰を使うことでアウトプットの精度を磨き上げた。

調査【B】AI分析支援の結果

品質：頻度高く現場情報を把握できる体制を構築

図3のように【B】AI分析支援として観光案内所で記録しているデータを集めて生成AIでその傾向を分析。メールで送付される箇条書きの文章やエクセルの数値など、フォーマット

が異なるデータでも、プロンプトの指示に従って条件に合わせた要約が可能となり、地域関係者がスムーズに傾向を把握できる体制を構築していった。観光案内所から傾向を要約した状態で頻度高く地域関係者へ共有できる仕組みができるのは効率的でありたいという声もあがった。

生産性：旅ナカデータの分析工数は約4分の1に削減

通常業務で行った場合と生成AIを使った場合を比較すると、工数は約4分の1に削減できた。プロンプトの指示を調整すれば聞きたい内容や最新の変化も瞬時にアウトプットされて確認できることがわかった。

調査【C】AI多言語ツール活用の結果

品質1：自然で違和感がない多言語品質レベルを証明

多言語対応は3パターンで比較し、1つ目は「機械翻訳システムでの翻訳」、2つ目は日本語文章を多言語化する「ChatGPTローカライズ翻訳」、3つ目は日本語文章なしでプロンプト指示する「ChatGPT多言語文章新規作成」。それ

ぞれの多言語文章に対して、ガイド経験があるネイティブの方（英語圏・繁体字圏）が、「誤訳がないか」「流暢な文章か」「矛盾はないか」「対象市場の文化表現や文脈に違和感はないか」「WEBサイトへ掲載できるレベルか」の5段階評価を行った（表2）。WEBサイトへ掲載できるレベルについては「機械翻訳システムの翻訳」が平均2.9（英）/3.0（繁）、「ローカライズ翻訳」は平均4.0（英）/4.4（繁）、「多言語文章新規作成」は平均3.9（英）/4.0（繁）となり、より自然で違和感の少ない文章が生成できることが明らかになった。一方で、評価が低くなる要因として、固有名詞の翻訳精度が影響することもわかった。例えば、熱海のご当地グルメ「だいたいグルメ」のように、日本語でも抽象的で複数の表現が存在する名詞については、AIが適切な翻訳を行うために、日本語との対照表を事前に読み込ませる必要がある。また、プロンプトの指示によって文章のトーンが大きく変わり、「WEBサイトで説明するように簡潔にしてください」と指示すると、やや硬い表現になりやすいが、英語では「カジュアルなトーンで」、繁体字で

図1 生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

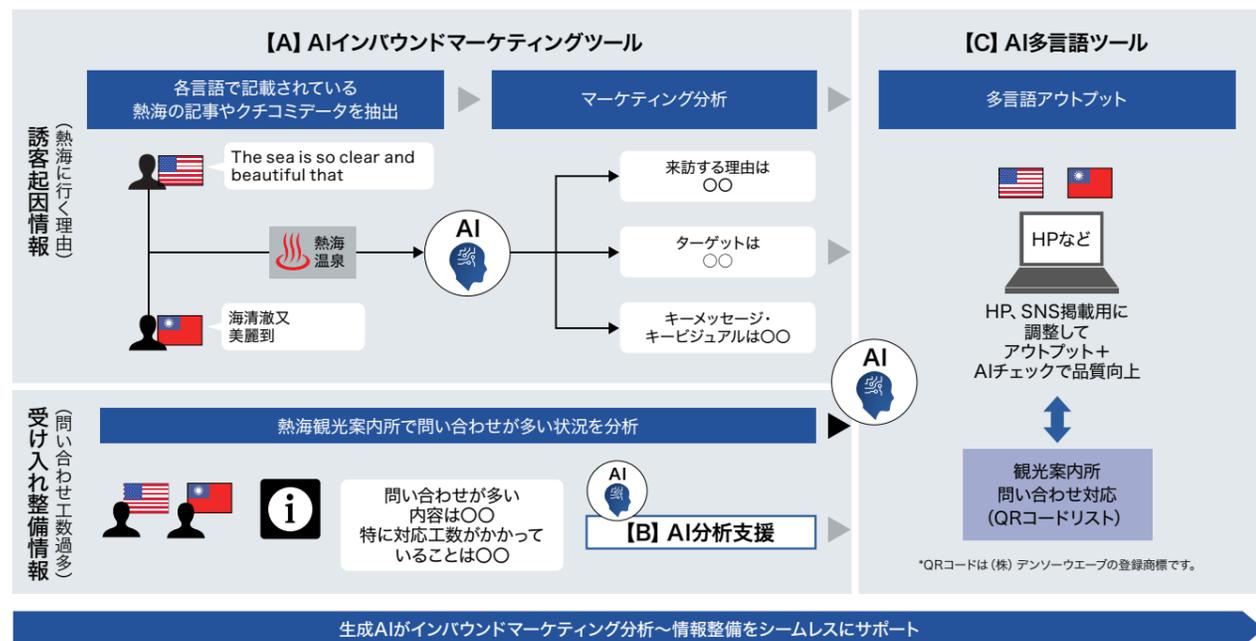


図2 【A】AIインバウンドマーケティングツール画面イメージ

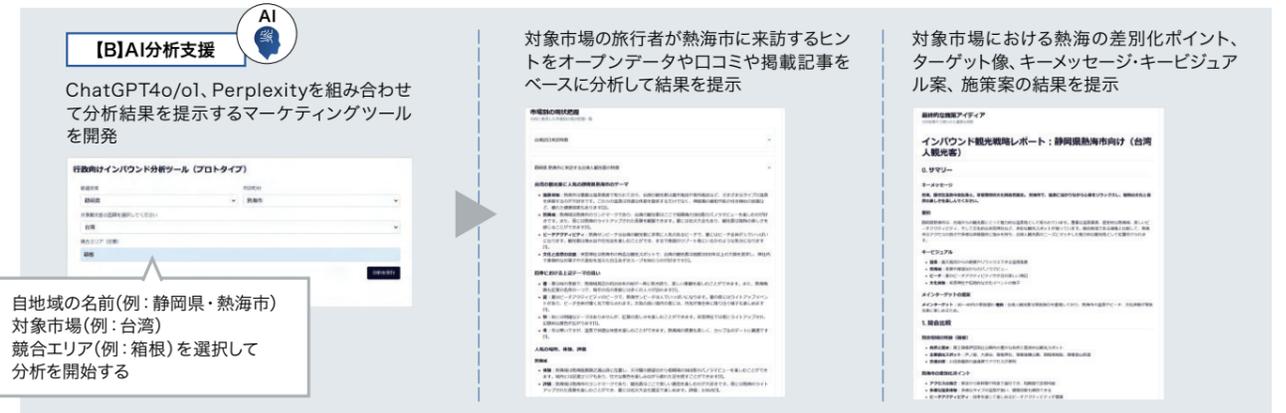


図3 観光案内所の来訪データを生成AIで分析・要約したアウトプットイメージ



*3 収集するデータは、利用者個人が特定できないような形式で収集・管理。
*4 じゃらんインバウンドカルテ、おでかけウォッチャーデジタル観光統計訪日版など
*5 生成AIが事実と異なる情報や存在しないデータをもっともらしく作り出してしまう現象。

*6 ChatGPT4oは、高速かつ自然な会話が特徴で、幅広いタスクに対応。ChatGPT10は、さらに推論能力が強化され、複雑な問題の理解や論理的な回答を得意とする。
*7 Perplexity(パープレキシティ)は、検索で情報を取得することが得意なAIで、リアルタイムの最新情報を素早く取得できるのが特徴
*8 AIに対する指示や質問を入力するためのテキスト

は「PRとして伝えてください」などの指示を加えることで、より自然な文章になることが確認できた。さらに、「多言語文章新規作成」は、多言語文章の品質は高いものの、新規で文章の内容に事実と異なることが記述されることもあった。今後は、より具体的な条件をプロンプトに組み込むとともに、多言語文章を日本語に戻してチェックするプロセスを強化し、

翻訳精度をさらに向上させていく。

品質2：AIチェックを組み合わせることで磨き上げサイクルを構築

今後は、人手によるチェックの負担を軽減しながら、AI主体で翻訳品質を向上させることを目指し、AIが生成した多言語文章をさらにAIでダブルチェックする仕組みの検証を進めている。その結果、ネイティブによる人手チェックとAIが

図4 AI多言語ツールから多言語情報活用フロー



表2 ネイティブチェックによる多言語品質観点での5段階評価平均点

英語 多言語パターン	誤訳はないか	流暢な文章か	矛盾はないか	対象市場で文化表現や文脈に違和感はないか	WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか
機械翻訳システム (n=12)	3.7	3.3	4.3	4.2	2.9
ChatGPT4o ローカライズ翻訳 (n=16)	4.6	4.3	5.0	4.9	4.0
ChatGPT4o 多言語文章新規作成 (n=9)	5.0	4.2	5.0	5.0	3.9

繁体字 多言語パターン	誤訳はないか	流暢な文章か	矛盾はないか	対象市場で文化表現や文脈に違和感はないか	WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか
機械翻訳システム (n=11)	4.3	3.9	4.1	4.1	3.0
ChatGPT4o ローカライズ翻訳 (n=19)	4.8	4.8	4.8	4.7	4.4
ChatGPT4o 多言語文章新規作成 (n=9)	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0

表3 生成AIを活用することでの削減工数試算

活用ツール	主な業務内容	AIを使わない工数	AIを使う工数	削減分
[A] AIインバウンドマーケティングツール活用	市場別の特徴分析、熱海市の口コミや掲載記事の内容確認、オープンデータと掛け合わせて22市場比較分析、ターゲットや訴求コンセプト設定、市場優先順位付け、施策案だし	207時間	14時間	約15分の1
[B] AI分析支援	観光案内所の記録データやメモを読み込み、傾向や施策案だし	90分	20分	約4分の1
[C] AI多言語ツール	地域情報収集、多言語にしてダブルチェック、HPやSNS用にあわせて整形	270分	22分	約12分の1

図5 熱海市関係者へ生成AI活用に関するアンケート結果

熱海市役所インバウンド戦略検討チーム

[A] AIマーケティングツール 継続利用意向

継続したい 100%

非常に継続したい

■非常に継続したい ■継続したい ■どちらでもない ■あまり継続したくない ■継続したくない

役立ったこと

- データのサマリ表示がわかりやすい
- 定性・定量データの集約により作業効率が向上
- 市場動向が整理され、各国市場の比較・分析が瞬時にできる
- 競合地域との比較が容易になり、差別化ポイントを抽出できる
- 口コミデータを活用してニーズを把握できる
- 施策のアイデア出しに活用可能

課題に感じたこと

- 現時点では大きな課題はないが、運用のためのマイナーチェンジが必要
- 定量データはまだ少ないため、分析精度を磨き続けることが必要

今後の活用方向性

- インバウンド戦略の策定
- インバウンド事業全般（会議の翻訳、集計作業など）への応用
- 関係団体や事業者ともデータを共有し、全体の方向性を揃える
- 戦略策定後の施策効果の測定

[C] AI多言語ツール 継続利用意向

継続したい 100%

非常に継続したい

■非常に継続したい ■継続したい ■どちらでもない ■あまり継続したくない ■継続したくない

役立ったこと

- 市場ニーズに合わせた翻訳が可能
- 複数言語を一括で多言語化できる
- AIダブルチェックで翻訳の品質向上が図れる
- ネイティブスピーカーのような自然な言葉の翻訳が可能
- 多言語品質向上のサイクル構築ができる

課題に感じたこと

- 継続的なデータ収集と情報更新の必要性
- 翻訳精度や表現の正確性の向上が必要
- 関係者の活用体制の構築が求められる

今後の活用方向性

- 外国語用WEBサイトやSNSでの情報発信
- 観光案内所や宿泊施設、飲食店での情報整備
- 地域全体でインバウンド誘客に取り組み、情報の一元化を進める
- 市場別に工夫した情報発信を行い、問い合わせや口コミ情報を利用してFAQの事前公開を進める
- 訪日客対応のためのサポート強化

AIを日常業務で活用した意識変化 (n=5)

意識変化 100%

非常に意識変化

■非常に意識変化 ■やや意識変化 ■どちらでもない ■あまり意識変化していない ■まったく意識変化していない

具体的に意識変化したこと

- 情報収集の効率化が向上し、検索エンジンでは整理しにくかった情報をAIが端的に回答してくれるため、調べ物の時間が短縮された
- 業務の効率化が図れ、作業時間の短縮に貢献している。AIの活用が有効であり、今後さらに積極的に使っていきたいと考えている
- 戦略を練る際の良い壁打ち相手となり、考えを整理しやすくなった
- うる覚えの知識について聞くことで、知識の理解を深めることができた
- 文書作成や添削に活用し、多角的な視点が見られることで考えの幅が広がった

AIプロジェクトメンバー写真

熱海市観光協会 WEBサイト・SNS運用担当

Instagramの多言語投稿について

- 熱海市役所と一緒にAIへのプロンプト指示文を決めてスタートしたこともあり、英語と繁体字の文章とハッシュタグをスムーズに出せて、これからも継続して投稿できる
- もっとAIを使ったInstagram投稿スキルを学びたい

熱海観光案内所 所長

問い合わせ対応QRコードリストについて

- 観光案内所で問い合わせが多い内容を優先してWEBサイトで掲載してくれたため現場で活用しやすい。本格運用はこれからだが、このリストを活用することで3~4割は対応工数削減につながると思う

[B] AI分析支援：観光案内所データ分析について

- 観光案内所の来訪者データは、今まで半年~1年に1回程度関係者に共有だったので、分析結果を頻度高く地域関係者に共有できる仕組みはありがたい

プルチェックの一致率は70～80%に達した。相関性⁹⁾の分析では、「誤訳がないか」「矛盾がないか」の一致率が0.70～0.85と比較的高く、翻訳の正確性には一定の信頼性があることが確認された。一方、「流暢さ」の一致率は0.65～0.80と、文章全体の自然さに影響を受ける傾向が見られた。また、「対象市場向けに違和感がないか」は0.40～0.70と、文化的背景や文脈の違いによる影響が大きく、最も差が出やすい項目となった。AIによるダブルチェックを人手チェックのレベルに近づけるためには、文化や文脈に応じた前提条件の設定、トーンの明確な指示、固有名詞のリスト化などの工夫が求められる。今後、こうした改善策を取り入れながら、AI翻訳の精度向上を図っていく。

品質3：WEBサイトやSNSにあわせた多言語表記が可能

プロンプトを活用することで、WEBサイトやInstagramなど、各タッチポイントに最適化した多言語文章の作成が可能となった。特にInstagramでは、絵文字やハッシュタグまで瞬時に生成でき、投稿の完成度を高めるのに役立った。ただし、ChatGPTは文字数の正確なカウントが苦手な傾向があり、「100文字でまとめて」と指示しても、必ずしも指定通りの文字数にならないことがあるため、厳密な文字数制限がある場合は注意が必要だ。最終的な情報整備としては、熱海市のキーメッセージや観光案内所で特に問い合わせが多い情報（富士山が見えるスポット、開花情報、フリーパスなど）を多言語化し、WEBサイトに掲載。さらに、それらの情報をQRコードリストにまとめ、観光案内所で活用できる形に整備した（図4）。生成AIを活用することで、地域ごとのタッチポイントやニーズに応じた柔軟な情報発信が可能となり、観光客へのスムーズな案内にも大きく貢献できるだろう。

生産性：翻訳工数は約12分の1に削減

通常の翻訳依頼と生成AIを活用した場合を比較したところ、工数を約12分の1まで削減できることがわかった。さらに、旅ナカの最新動向に応じて必要な情報を即座に多言語化できるため、観光案内所での問い合わせ対応の負担軽減にも寄与している。

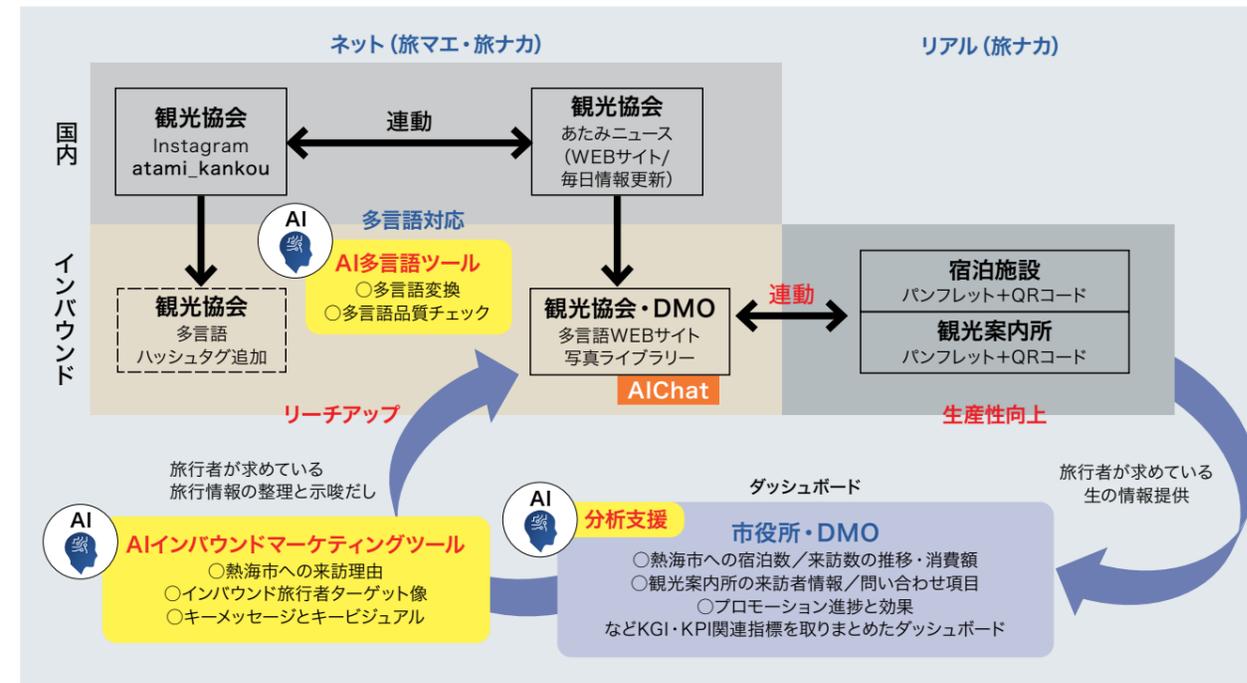
**工数削減は最大15分の1を実現(表3)
特に複数市場データの比較検討と優先順位付けに寄与**

業務内容を細かく分類し、生成AIを活用しない場合の想定時間を算出したうえで、生成AIを活用した場合の時間と比較した。その結果、【A】AIインバウンドマーケティングツールでは、最大で工数を15分の1まで削減できることが判明した。1つの市場の分析時間を短縮することに加えて、インバウンド市場は複数の市場を比較しながら、注力すべき市場やター

表4 生成AIプロンプトの書き方例

例 活用シーン	プロンプト文例
1 自地域に関する情報を集める (例：アメリカ)	あなたは熱海市のインバウンドマーケティング担当者です。市場別にインバウンド戦略検討する材料を探しています。アメリカ人が訪日旅行を計画する際に「どんなキーワードでGoogle検索するか」を現地の言葉で書いてください。その言葉で検索して、熱海に関する記事があればURLとあわせて教えてください。 あなたは熱海市のインバウンドマーケティング担当者です。市場別にインバウンド戦略検討するため、アメリカ人が訪日旅行中に熱海に関する口コミを探しています。英語で書かれた具体的な内容とURL、日本語要約をあわせて教えてください。
2 旅ナカの複数情報を分析する	あなたは熱海市のインバウンド担当者です。熱海市の観光案内所に訪れた外国人の傾向を#にまとめています。どのような国籍の人がどう推移していて、どんな問い合わせや目的地が多いか、その他気づいた点や変化も含めてわかりやすくまとめてください。 #観光案内所市場別来客数(グラフいれる) #観光案内所の問い合わせ内容データ(グラフいれる) #観光案内所の目的別データ(グラフいれる) #観光案内所のメモ(メモ文章いれる)
3 日本語情報をWEBサイトへ掲載するために多言語にする (例：アメリカ)	あなたは熱海市のインバウンドマーケティング担当者です。アメリカの旅行者を熱海へ誘客&満足度をあげるように情報整備をしたいです。熱海で人気の花火大会の情報を#流れの順番で#翻訳対象をカジュアルなトーンで英語にしてください。また、英語の文章ができれば、それを日本語にも戻して記載してください。 #流れ 花火大会の特徴や魅力 2025年開催スケジュール 電車帰りの注意事項(特に強調する) #翻訳対象(熱海日本語サイトの日本語文章をいれる)
4 日本語情報をInstagram掲載用の多言語にする (例：英語・繁体字併記)	あなたは熱海市のInstagram運用担当です。下記#日本語投稿文から、英語、繁体字で投稿文を作ってください。#必ずハッシュタグに含めるもの下に、英語3つと繁体字3つを追加して並べてください。 順番は、日本語の投稿文、英語の投稿文、繁体字の投稿文、ハッシュタグを出してください。 #日本語投稿文(日本語文章をいれる) #必ずハッシュタグに含めるもの (固定で入れているハッシュタグをいれる)

図6 生成AIを活用したインバウンド情報発信の循環全体像(目指す姿)



ゲットを絞り込む必要があるため、市場ごとの分析結果を横断的に比較し、優先順位を決定するプロセスの効率化にも大きく貢献することがわかった。

**熱海市役所インバウンド戦略検討チームのアンケート結果(図5)
生成AI活用の継続意向と意識変容ともに100%**

【A】AIインバウンドマーケティングツール、【C】AI多言語ツールの継続利用意向は、「非常に継続したい」+「継続したい」でどちらも100%となった。AIを日常業務で活用した意識変化についても、「非常に変化した」+「やや変化した」で100%となっている。この実証を開始する前に、生成AIの基礎勉強会を開催して日常業務ですぐ使えるテクニックなども試した。一度活用して便利なイメージがわくと規模を広げた実証実験も推進しやすいようだ。

**生成AI活用にはプロンプトの工夫が肝に
「生成AIプロンプトの書き方例」(表4)**

プロンプトの指示を明確にしなければ、精度の高いアウトプットは出にくい。そこで、本実証で実際に使ったプロンプト例をもとに、3つの要素で整理した。1つ目は「前提条件」で『あなたは熱海のインバウンドマーケティング担当者です。』と役割を与える。2つ目は「目的」で『アメリカの旅行者を熱海へ誘客&満足度をあげるように情報整備をしたいです。』と伝え、3つ目は「要件」として『#翻訳対象をカジュアルなトーンで英語にしてください』と具体的な依頼を出す。さらに

精度をあげるためには、今まで作成した分析結果や多言語の文章例をプロンプトに記載することで、求める品質に近づきやすい。

**データが少なくても生成AIを使って
スモールスタートできる
「持続可能なデータ活用の循環イメージ例」(図6)**

実証結果を踏まえて、熱海市の循環モデル(目指すべき姿)を描いた。ステップとしては、地域全体を俯瞰してどの組織が何のミッションを持って運営しているかを整理。各組織やチームのワークフロー(プロセス)を可視化し、担当者が何を目的として、どのようにデータを取ってそれをどこに使っているかを洗い出した。このフローを基に、目指すべき全体像を設計し、生成AIをどの部分で活用するのか、どの業務は人が担うべきか、それでも対応が難しい場合は新たな開発を導入すべきかなど、分岐しながら検討を進めた。熱海市では、国内旅行者向けの情報をインバウンドニーズに適應させて効率的に活用すること、また「旅ナカ」のリアルな接点での貢献を意識したモデルを構築した。しかし、地域の役割や独自データの蓄積状況によって、スタートラインは異なる。例えば、ターゲットとなる旅行者の行動データや最新の観光資源情報が十分に蓄積されており、分析や情報発信の基盤が整っている地域では、RAG¹⁰⁾を活用することで、大量のデータから最適なマッチングが可能になる。具体的には、地域のWEBサイトにAIチャットを導入することで、必要な情報を検索・抽出し、ターゲットごとにパーソナライズした情報提供ができる。ど

⁹⁾ 相関係数の目安は、0.00～0.20=ほぼ無相関、0.20～0.40=やや弱い相関、0.40～0.60=中程度の相関、0.60～0.80=強い相関、0.80～1.00=非常に強い相関

¹⁰⁾ Retrieval-Augmented Generationの略。大規模言語モデル(LLM)に外部データを検索・参照させて回答精度を向上させる技術。リアルタイム情報や専門知識を反映できるのが特徴。RAGは特定データを活用するため、条件を調整しやすく、誤情報のリスクを抑えられる。

これまで独自データを活用できる状態か、自地域や組織の生産性を上げるためか、旅行者向けのアクション創出まで行いたいか、目的に応じた整理が、今後ますます重要になっていくだろう。

考察

生成AIを使うことで便利なことは？

まず、簡単に多様な条件に対応したアウトプットを得られることである。プロンプトに指示を入力するだけで、複数の依頼条件や期待する結果に応じた回答を生成できるため、非常に便利だ。従来であれば、マクロを組んだりプログラミングを行ったりしなければ、複数の条件を設定して処理することは困難であった。しかし、生成AIを活用することで、その手間を省き、誰でも簡単に複雑なタスクを実行できるようになる。さらに生成AIは、紙のメモや画像、録画/録音データなどいわゆる「非構造化データ」を整形して、分析や処理まで一気通貫でできることも大きな特徴だ。構造化された定量データと定性データを掛け合わせて示唆も出しやすい。図3の【B】AI分析支援のように、観光案内所での箇条書きの文章とエクセルの月別来訪者数をまとめて読み込ませれば、傾向の要約から今後の方針案まで瞬時に確認でき、我々の行動を一気に変えてくれる。そして、複数業務を効率的に行うだけでなく、これからChatGPTto1が台頭することで、複数の要素を組み合わせ「なぜ？」を深掘りし、より人間的な思考に近い形で推論もできるようになる。ただ生成AIは便利だけでなく、個人情報保護や著作権など遵守すべき点もある。観光庁が公開している「観光地・観光産業の生成AIの適切な活用に向けて」は、観光分野において生成AIを活用する際にどのような点に留意すべきかの観点でまとまっているのでぜひチェックしてほしい。

AIエージェント時代^{*11}へ！
私たちに必要なスキルは？

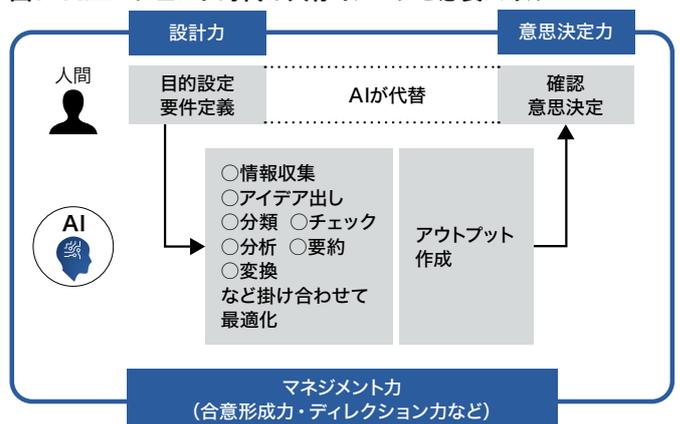
今年は、生成AIがパソコンやスマートフォン、さまざまなアプリに自動搭載され、意識しなくても日常的に触れる機会が増えるだろう。同時に、AIエージェントが本格的に始動するタイミングでもある。図7では、AIエージェントの台頭に伴う共存のイメージを示している。将来的には、業務の中間プロセスがAIに代替され、人が担うべき役割は、導入時の目的設定や要件定義、そしてAIが提供するアウトプットを確認し、最終的な意思決定を下すことにシフトしていく。そのため、求められるスキルも変化する。AIを効果的に活用するに

は、適切な指示を出すための「設計力」、全体の最適化を図る「マネジメント力」、そして結果を適切に判断し決断する「意思決定力」が重要になる。特に「マネジメント力」では、合意形成力やディレクション力が求められる。一方で、AIがスムーズに業務を遂行するためには、各現場での業務記録の蓄積が欠かせない。会話や気づきなど、簡単なメモでもよいので、記録を残す習慣をつけることが求められる。情報さえあれば、生成AIが適切に整理し、活用できる未来が待っている。逆に、地域独自のデータを蓄積せずにいると、AIを活用しても均一的な施策しか生み出せず、地域ならではの個性が失われるリスクがある。これからの時代、AIと共存しながら、その活用の方向性を主体的に考え、地域や組織の強みを生かすことが求められるだろう。

まずは日々の生活や業務で
生成AIを気軽に使ってみよう

生成AIは、日常の相談相手としても優れた存在だ。「この情報の事例とやるべきことを教えて」など、気軽に質問することができる。さらに、テキスト入力だけでなく、音声でもスムーズに会話できるので、まずは気負わずに試してほしい。また、データのセキュリティが気になる場合、AIにデータを学習させない設定が可能で、データ保護とカスタマイズ性を両立したビジネス向けプランなど選択肢も増えてきている。生成AIをうまく活用することで、地域の人々が本来の業務に集中し、その価値を最大限に引き出すことが重要だ。特に観光業界では、「おもてなし」や「サービス」といった人が提供する価値こそが、生成AIには決して代替できない感動を生み出す要素となる。これからの観光業界にとって、AIを活用しながら人ならではの価値をさらに高めることが、より付加価値の高いサービスの提供につながる大きなチャンスとなるだろう。

図7 AIエージェント時代の共存イメージと必要スキル



*11 人工知能(AI)を活用して特定のタスクを自律的に実行するシステム。ユーザーの指示に基づき、情報の検索や整理、対話を通じた意思決定の支援を行う。ブラウザーベースのエージェントでは、複数のWEBサイトをまたいで情報をチェックし、予約などのアクションを実行することも可能である。