

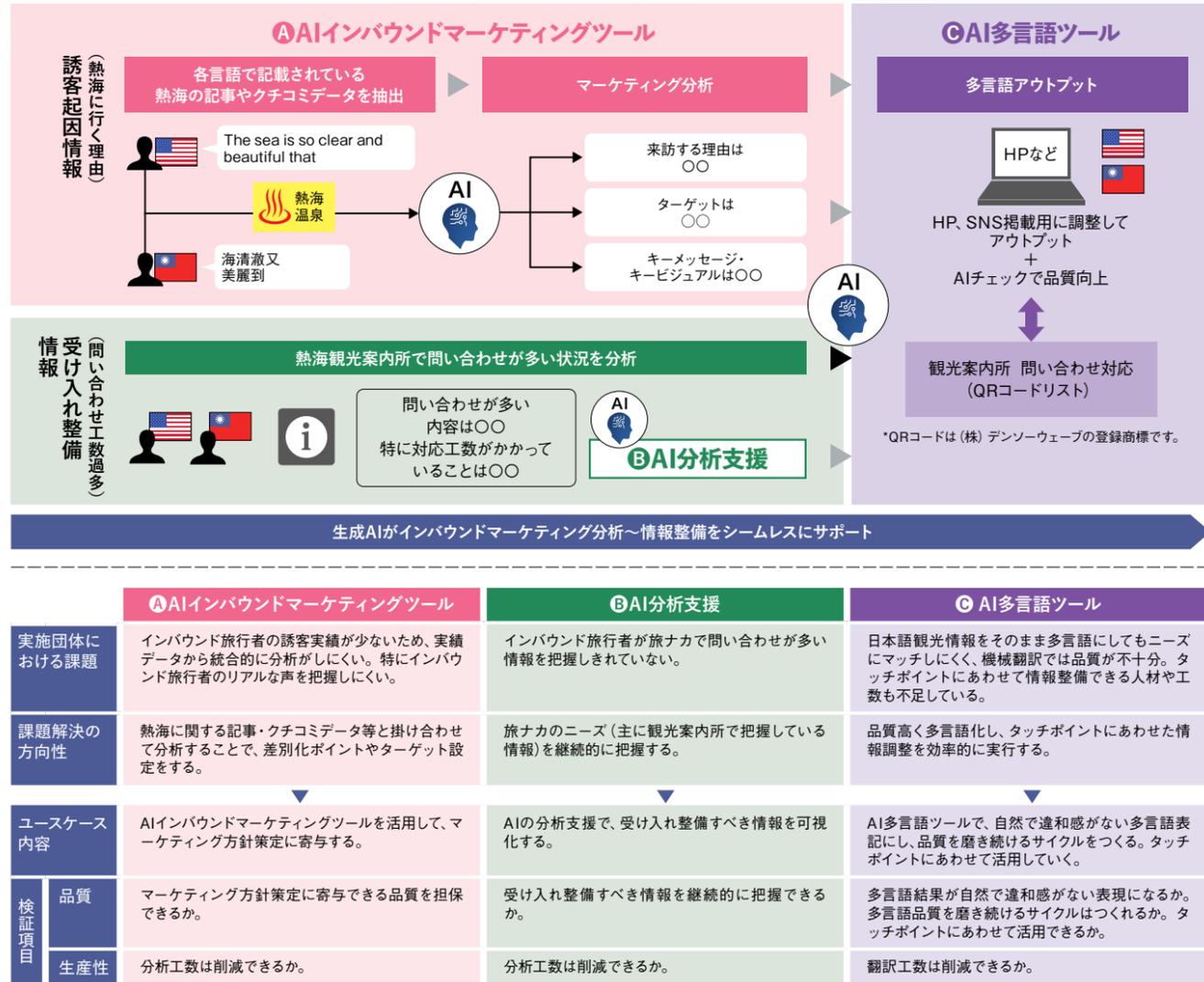


熱海市 × じゃらんリサーチセンター

「生成AI活用による持続可能なインバウンド観光研究」とは

生成AIの活用でインバウンド推進の生産性向上を目指す
同プロジェクトの概要と仕組みをご紹介します。

図1 生成AIによる課題解決方針と検証項目



生成AIの活用で小さな自治体の課題は解決できる!?

「生成AI活用による持続可能なインバウンド観光研究」のフィールドとなった熱海市は、日本を代表する温泉観光地として知られている。一方で、これまで国内旅行者を中心に発展してきたため、延べ宿泊客数全体に占めるインバウンドの割合は約5%にすぎない。今後、インバウンドに注力していくことが望まれるエリアでもある。

熱海市のような狭域エリアの自治体がインバウンド推進を図る際、特に注力したいのが「旅マエの広域旅程に入るきっかけづくり」と、「旅ナカの周遊促進と満足度の向上」だ。限られた人的・予算的リソースでこれらを実現するためには、生成AIの活用により生産性を高めることが一つの解になり得るはずだ。

本研究では図1の通り、熱海市の課題を洗い出し、生成AIを活用した課題解決の仮説立てを実施。さらに、生成AIを用いた3つのユースケースを活用し、その効果を細かに検証した。

次頁からは、それぞれの取り組みの詳細についてご紹介する。

「生成AI活用による持続可能なインバウンド観光研究」より

市場分析工数が1/15に!?

生成AIで回す!

観光戦略の「新・循環」

過去最速で100万人を突破した訪日外国人客。
一方、観光業界では慢性的な人手不足が課題となっている。
本特集では、静岡県熱海市で実施した実証実験の結果をもとに
生成AIを活用した効率的で持続可能なインバウンド戦略を考察する。

イラスト/畦原雄治



本誌2024年12月号の「観光×AI」特集でもご紹介した通り、AI技術を活用することは、これからの観光業界においても大きなテーマの一つとなっている。

旅行者一人ひとりのニーズに合わせて情報発信を行ったり、日々の業務を効率化したり、ビッグデータに基づくマーケティング戦略を立案したり……。AI技術の活用は、より効率的な観光地経営を実現する可能性がある。一方で、情報流出やハルシネーション（AIが事実でない情報をもつとらしく答えてしまう現象）などのリスクもあることから、AIの積極的な活用になかなか踏み切れない自治体やDMO、観光事業者が多い。AI自体が優れた技術であることは論を待たない。しかし、観光地経営において適切に使いこなすための知識やノウハウ、先行事例が十分に蓄積されていないこともまた事実である。

本特集では、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」の一つとして2024年秋〜2025年春に実施した「生成AI活用による持続可能なインバウンド観光研究」の結果をもとに、観光地経営における生成AI活用の知見を紐解いていく。



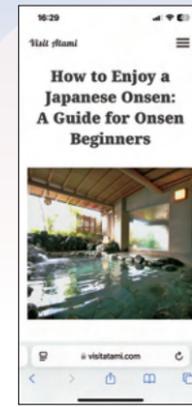
業務を細やかに分類し、生成AI使用时・不使用時の作業工数を比較したことも本研究の特徴。表2の通り、いずれのユースケースでも大幅に作業工数を削減できた。

熱海市のプロジェクトメンバーへのヒアリングでは、「AIインバウンドマーケティングツール」と「AI多言語ツール」の継続利用意向は100%（n=15）という結果。「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」「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」など、生成AI

Use Case A B C

総論

生成AIの活用で、業務の生産性が大幅に向上。プロジェクトメンバーのAIに対する意識も変化した。今後は、さらなるブラッシュアップを続ける予定だ。



本研究では、ガイド経験を持つネイティブの方（英語圏・繁体字圏）の協力のもと、3つのAI翻訳ツールの品質を5段階で評価。その結果をもとにツールを選定した（表1）。

「AI多言語ツール」の活用で浮き彫りとなったのは、プロンプトの指示によって文章のトーンや精度が大きく変わることだ。例えば、「ウェブ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

Use Case C

AI多言語ツール

代表的な3種類のAI翻訳ツールを細かに比較し、より自然な情報発信を行える翻訳ツールを選定。プロンプトを磨き上げながら、情報整備に活用する。

P17 図1 参照



表現になりやすいが、英語では「カジュアルなトーンで」、繁体字では「PRとして伝えてください」など出力言語に合わせた指示を加えることで、より自然な文章になるのだ。同時に、プロンプトをブラッシュアップすることで、ウェブサイトにSNSなどに最適化した多言語文章の作成が可能にもなった。

翻訳依頼した場合と「AI多言語ツール」を活用した場合を比較すると、前者は270分、後者は22分と約12分の1に工数を短縮できた。現在は、AIが生成した多言語情報をAIでダブルチェックする仕組みの構築なども進めている。

表2 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、熱海市のクチ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、施策案出し	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、傾向や施策案出し	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

を業務に取り入れることについてのポジティブな意見が寄せられた。

もちろんAIにはハルシネーションなどの課題があり、常に最適解だけを生成するわけではない。今後はプロンプトなどを磨き上げることにより信頼性の高い結果を導き出すための改善を続けていく予定だ。

表1 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	違和感はないか	対象市場で文化表現や文脈に適合しているか	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
						2.9
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						
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	

観光の現場から④

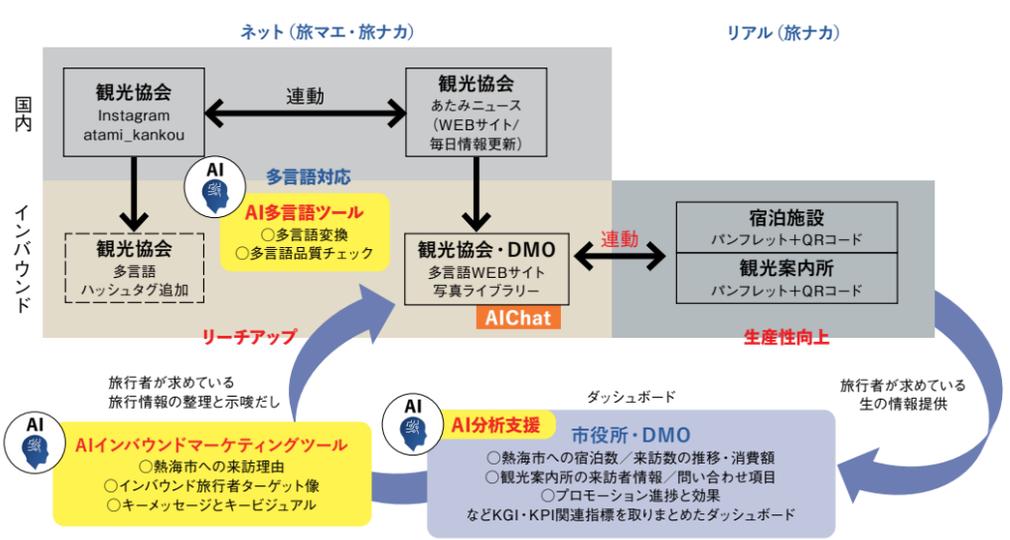
AIツールの活用による新たな循環に期待しています



熱海市観光建設部 部長 立見修司さん

『AIインバウンドマーケティングツール』をもとに方針策定を行い、『AI多言語ツール』で、ターゲット市場に向けた適切な情報を届ける。さらに、来訪者のニーズや熱海の課題を『AI分析支援』によって見える化し、地域に共有。次なる方針策定や情報発信、課題解決に活かす……。そのような新たな循環が生まれると、知見も蓄積され、地域全体としてレベルアップしていけると考えています

図4 生成AIを活用したインバウンド情報発信の循環全体像



観光の現場から③

多言語情報発信は難しくない！フォロワー層にも変化が表れました



熱海市観光協会 サイト・SNS運用担当 深田真弓さん

「Instagramでは、日本語で投稿内容を作成し、『AI多言語ツール』に下記のプロンプトを指示すると瞬時に英語と繁体字に翻訳してくれるので、とても簡単。スピーディーに旬の情報を伝えることができます。ときどき『この翻訳であっているのかな？』と感ずることがあるので、その際は生成AIを使ってダブルチェックしています。多言語情報発信を始めてから、Instagramのフォロワーに、台湾や香港など繁体字圏の方が増えてきたと感じています」

プロンプト例

- あなたは〇〇のInstagram運用担当者です。日本語の投稿文を参考にして英語、繁体字で70文字ずつ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、ハッシュタグの順番で出してください。





担当 研究員より

AIは魔法じゃない 役割を見極めて、人だから導ける 観光の未来をつくっていかう

AIは便利なツールであり、観光業界でも注目を集めているが、まだ万能な魔法の杖ではない。実証実験を通じて明らかになったのは、まず業務フローを可視化し、どのデータを誰が分析し、どのように関係者へ共有しているかを整理する必要があるという点である。何をAIに任せ、何を人間が担うのか、その境界をはっきりさせてこそ真の効果が得られる。AIが得意とするのは、大量のデータ処理やパターンの分析といったルーティン作業である。一方、人間が担うべきは、目的を明確にし、具体的な要件を設定し、複数のステークホルダーとの合意形成を行うなど、俯瞰的な視点を要する工程である。AIが示すプランを最終的に判断し、旅行者の期待を超える付加価値を創造するのは、人間の豊かな発想力と地域の未来を切り拓こうとするビジョンにほかならない。

また、個人情報や地域のデータを扱う場合には、プライバシー保護やセキュリティ対策も欠かせない。こうしたリスク管理を踏まえながら、最初から大規模に導入するのではなく、小さなトライアルを重ねてノウハウを蓄積し、現場のチームや関係者との相互理解を深めることが重要なポイントになる。実際に運用する中で課題や新たな可能性を見つけ出し、必要に応じて修正を加える柔軟性も大切だ。AIがルーティンを肩代わりすることで、人はより創造的かつ戦略的な業務に専念できる。そうしてこそ、観光地ならではの魅力を新たに発見し、ほかでは味わえない体験を提供する余地も広がる。『人間の専門性やホスピタリティとAIの分析力が融合する』この共創体制こそが、観光業界の明日を切り拓く鍵となっていく。そして、今後も進化を続けるAIと、人間の知恵と情熱が互いに補完し合うことで、地域を彩る観光の未来はさらに豊かになっていくだろう。私たち一人ひとりがAIを活用しながら、トライ&エラーを繰り返すチャレンジ精神が大きく寄与するはずだ。



じゃらんリサーチセンター
研究員
松本百加里
まつもと ひかり

本研究や「地図で読み解くインバウンド地方分散研究」など、インバウンドやDXに関する研究を担当。上級WEB解析士。

生成AI活用のリスクについて きちんと把握したうえで活用する

ハルシネーションによる誤った情報発信やデータ流出などのリスクから、生成AIの活用に二の足を踏んでいる自治体やDMOもあるだろう。

もちろん、これらのリスクへの対策は必要不可欠だが、現在はAIにデータを学習させない設定なども可能だ。さらに、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の選択肢も増えてきている。

観光庁が今年2月に発表した『観光地・観光産業の生成AIの適切な活用に向けて』では、個人情報保護、著作権保護、ハルシネーション、バイアスなどの観点からの対策がまとめられている。適切な活用に向けたチェックリストなども記載されているので確認しておこう。



生成AIを活用した 自地域の「新・循環」を考える

インバウンドに限らず、観光というマーケットは常に変化している。AI技術を活用すれば、旅行者のニーズをタイムリーに捉え、それに合わせた情報整備を瞬時に行うことができる。そのようなAIの特性を最大限に活かすためには、旅行者のニーズを捉える→情報発信する→課題を整理→改善する→旅行者のニーズを捉える……。生成AIを組み込むことで、これまでにない持続可能なサイクルを作っていくことが大切だ。

P21図4では熱海市の例を紹介しているが、循環の形は地域によっても異なる。自地域にどのような「新・循環」が生まれ得るのか。その点を設計することも、生成AIを活用したインバウンド戦略策定の大きなポイントとなるだろう。

観光 × AI

研究結果から見えてきた 地域が「今」取るべきアクション

「生成AI活用による持続可能なインバウンド観光研究」ではインバウンド推進を加速させるさまざまなヒントを発見した。ここからは、全国の観光地域(特に狭域エリアの自治体やDMO)が今、取り組むべき4つのアクションをご紹介します。



AIは物事の“装飾”が得意 だからこそ骨格を見極める

今回の研究を通じて印象的だった言葉がある。それが「AIは“装飾”が得意。だからこそ、骨格を見極めることが大切」という、熱海市役所・立見さんのひと言だ。たしかにAIは驚くほどのスピードで情報を収集・整理し、文章を生成できる。また、グラフの作成や見栄えのよいプレゼン資料の作成もお手の物だ。ただし、生成AIを適切に使いこなすためには、目標を見定め、全体を設計し、マネジメントしていくことが必要。つまり、人間によるプロジェクトの骨格づくりこそが、すべての土台になるのだ。

プロンプト例を参考に まずは生成AIを使ってみる

日進月歩の勢いで進化するAI技術。その流れに乗り遅れないためにも、まずは生成AIを使ってみて、その特性や便利さなどを実感してみる事が大切だろう。

例えば下記のプロンプト例は、今回のプロジェクトで使用したものだ。このプロンプトをアレンジして「ChatGPT」やマイクロソフト社のAIアシスタント「Copilot」などに入力するだけで、瞬時にある程度精度の高い回答が生成されるはずだ。

もちろん、インバウンド推進業務以外にも生成AIが役立つシーンは多い。「〇〇について調べて」「このニュースを簡潔に要約して」など、日々の業務でも良きアシスタントとして活躍してくれる。何事も習うより、慣れる。まずは気軽に試すところから始めてほしい。



活用シーン	プロンプト文例
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。
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書いた熱海に関するクチ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。 #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)