

対象エリア：ひがし北海道

実施団体名：お宿 欣喜湯 別邸忍冬（すいかずら）、ひがし北海道自然美への道DMO、NTTコミュニケーションズ

ユースケース名：

- ①DMO×PMSデータ分析
- ②英語でのフロント案内業務の平準化
- ③正社員スタッフにおける繰り返し業務の効率化

対象エリア：ひがし北海道 | 実施団体名：欣喜湯 別邸忍冬（すいかずら）
ユースケース名：DMO×PMSデータ分析、英語でのフロント案内業務の平準化、
正社員スタッフにおける繰り返し業務の効率化

②観光産業の生産性向上

③観光地経営の高度化



■お宿 欣喜湯 別邸忍冬（すいかずら）

- ・硫黄山のふもとを泉源とする湯量豊富なかけ流しの温泉と、道東の海の幸・山の幸を活かしたお料理を楽しめる人気の旅館。
- ・客室数73室、スタッフ数58名（2023年実績）
- ・創業70年の歴史ある建物で、硫黄山の麓にある火山性の日本特有の泉質の源泉100%のお湯が自慢の「お宿 欣喜湯」も同社にて運営。

実施団体の現状

- ひがし北海道エリアは季節によって観光需要の変動が大きいエリアのため、需要変動に応じた働き手の確保が課題となっている。
- 需要変動に対し、常にスタッフ人数を対応させることは難しいため、既存スタッフの生産性向上がポイントとなる。
- また、業務ノウハウ・稼働が特定のスタッフに集中している傾向があり業務の平準化が課題となっている。
- 他にも、地域DMO保有のデータを用いて、ターゲットの旅行者を把握する等のマーケティング高度化も検討しているが適用できるユースケースを模索している状況。

実施団体のありたい姿

- 宿自体の生産性向上・業務の平準化を実現するのみならず、北海道・弟子屈町並びにひがし北海道が一体となって観光DXを推進し、生産性向上及び観光地経営の高度化が求められており、地域の横展開を見据えた取り組みが重要と考えている。
- 当施設がDMOデータを活用したマーケティング高度化の地域のモデルとなり生成AI等を用いた経営の高度化や生産性向上の生産性向上に資する取り組みを推進したいと考えている。

目的

- ①宿泊施設の稼働率を上げていくためにもスタッフ自らがDX・データ活用を通じて生産性向上・平準化の観点で業務を見直す機会を創出。
- ②加えて、IT リテラシーにばらつきのある地域の課題解決方法を深掘りしつつ、地域DMOデータ活用のモデルケースを創出する。

課題の背景



冬季の流氷シーズン等、季節によって大きく需要が変動するため、人員の確保に難しい部分がある状況

また、昨今はインバウンド顧客が増加しており、宿泊時の多言語対応やニーズ把握を実施する必要がある

発生している課題

課題①

需要変動に対し、常にスタッフ人数を対応させることは難しいため、既存スタッフの生産性をどのように上げるか？

課題②

業務ノウハウ・稼働が特定のスタッフに集中している傾向があり、どのように業務の平準化を実現するか？

課題③

地域DMO保有のデータを用いて、ターゲットの旅行者を把握する等のマーケティング高度化も検討しているが適用できるユースケースを模索している状況。

生成AIを用いた課題の解決策

社員スタッフにおける繰り返し業務（フロント/レストラン/掃除対応の月次シフト作成など）の効率化

多言語でのフロント案内業務の平準化

DMO×PMSデータ分析を用いた、売上目標の達成に向けた販売戦略・施策立案

欣喜湯 別邸忍冬様のご要望と生成AIの技術特性を考慮し、テーマを選定

実証における体制図

実証フィールド
(生成AIツール**利用者・データ提供者**)

お宿 欣喜湯 別邸忍冬（すいかずら）

生成AIツールの開発に向けた実務内容とデータの提供

生成AIツールの現場実証

ひがし北海道自然美への道DMO

生成AIツールの開発に向けたデータ提供

開発に向けた実務観点でのアドバイス

伴走事業者
(生成AIツール**開発者**)

NTTコミュニケーションズ

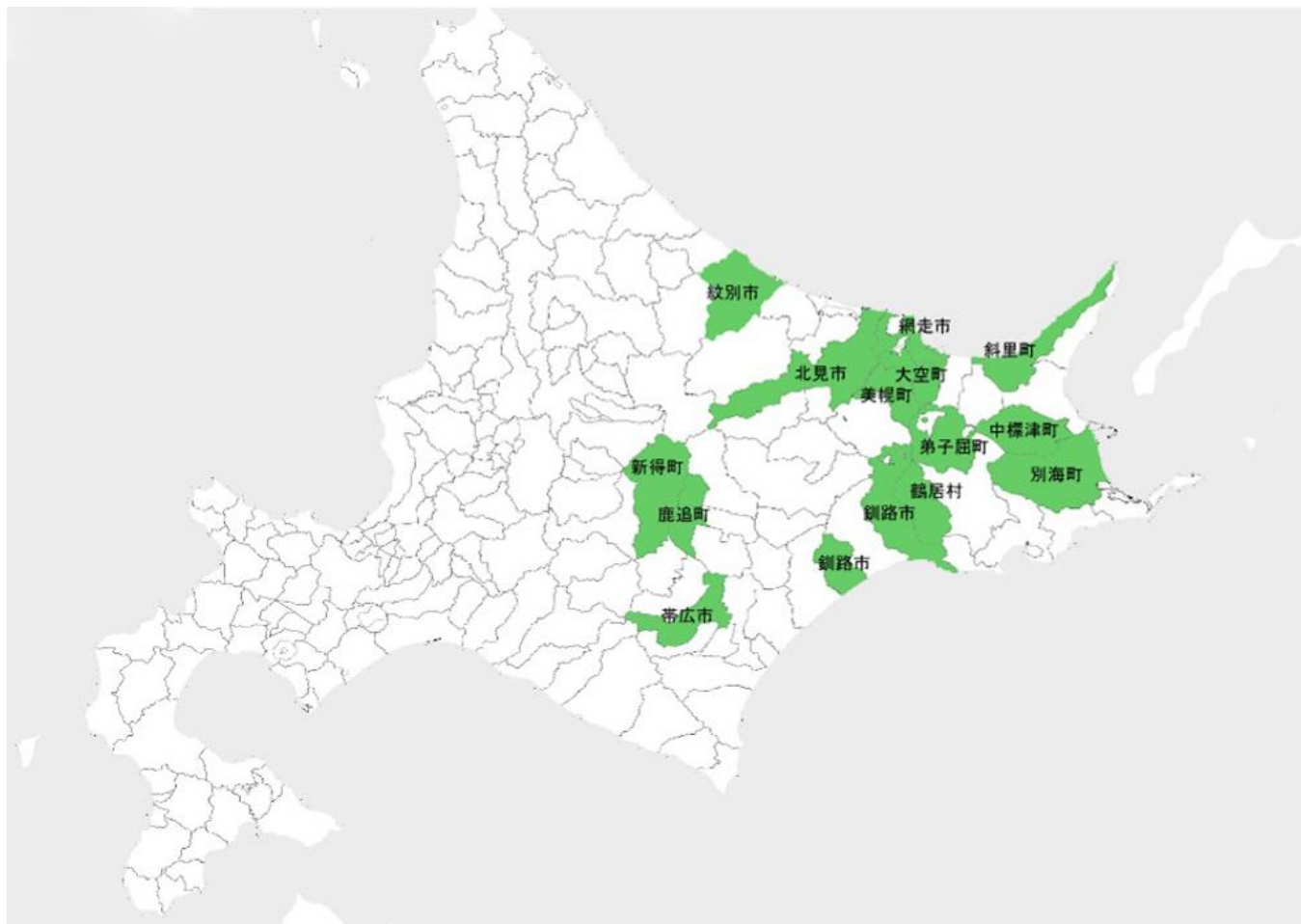
生成AIツールの開発、提供

生成AI活用ของアドバイス、自作プロンプトの修正支援



ひがし北海道自然美への道DMO様ご紹介とお持ちの課題感

マネジメントエリア



取り組み概要

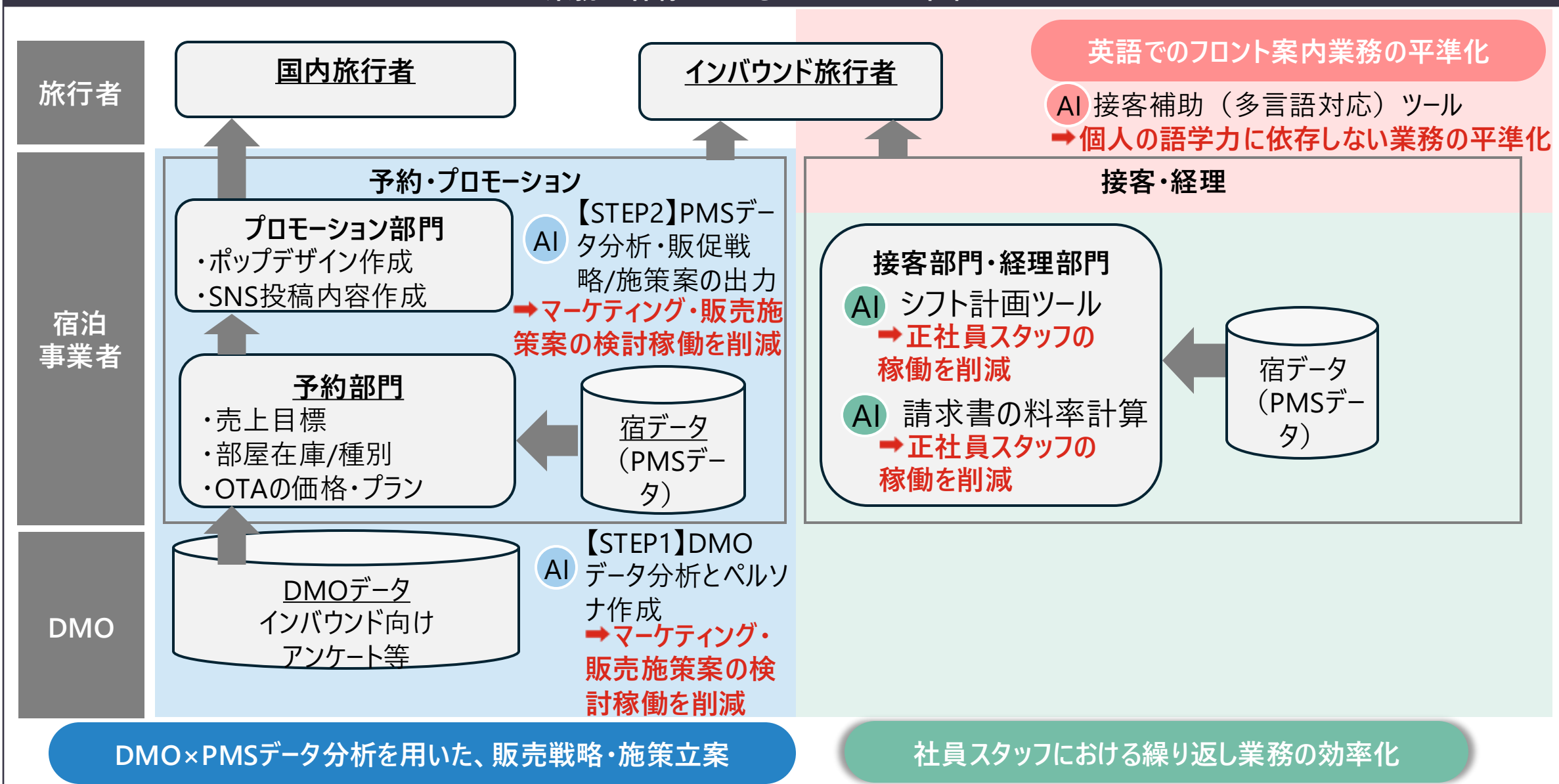
- 当該地域は冬期観光の個人旅行活性化のために前身団体から数えて、約20年前から期間限定で2次交通を運行している。
- 訪日外国人旅行者をターゲットした観光インフラの整備、自治体や航空会社と連携した誘客プロモーションを実施。
- 来訪者を知るための対面やWEB調査を実施。

課題

データの収集・加工・分析を通じて、インバウンドニーズのターゲットの旅行者を把握する等のマーケティング高度化も検討しているがマネジメントエリア内の宿に適用できるユースケースを模索している状況。

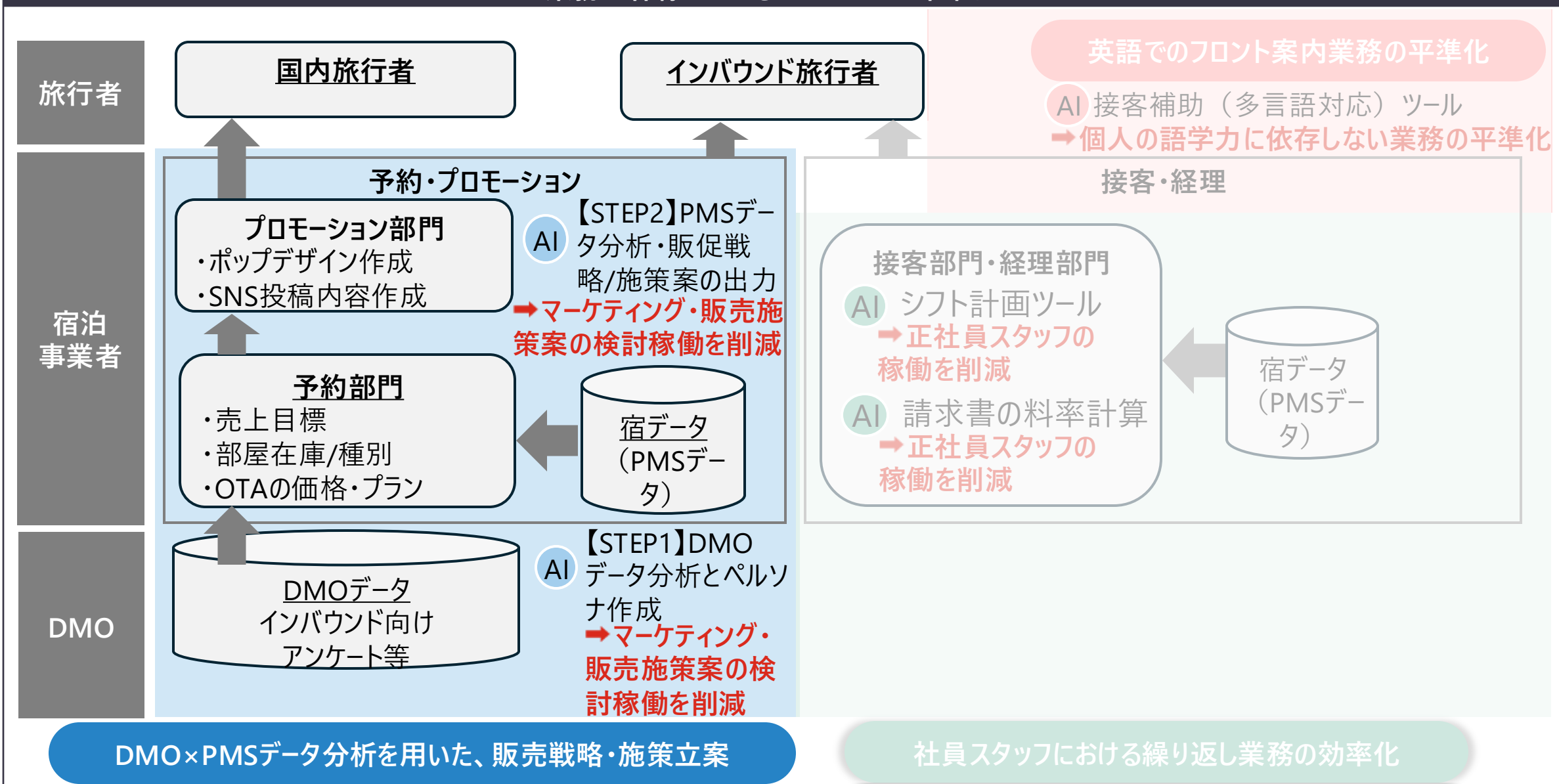
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

業務全体像におけるユースケースの位置づけ



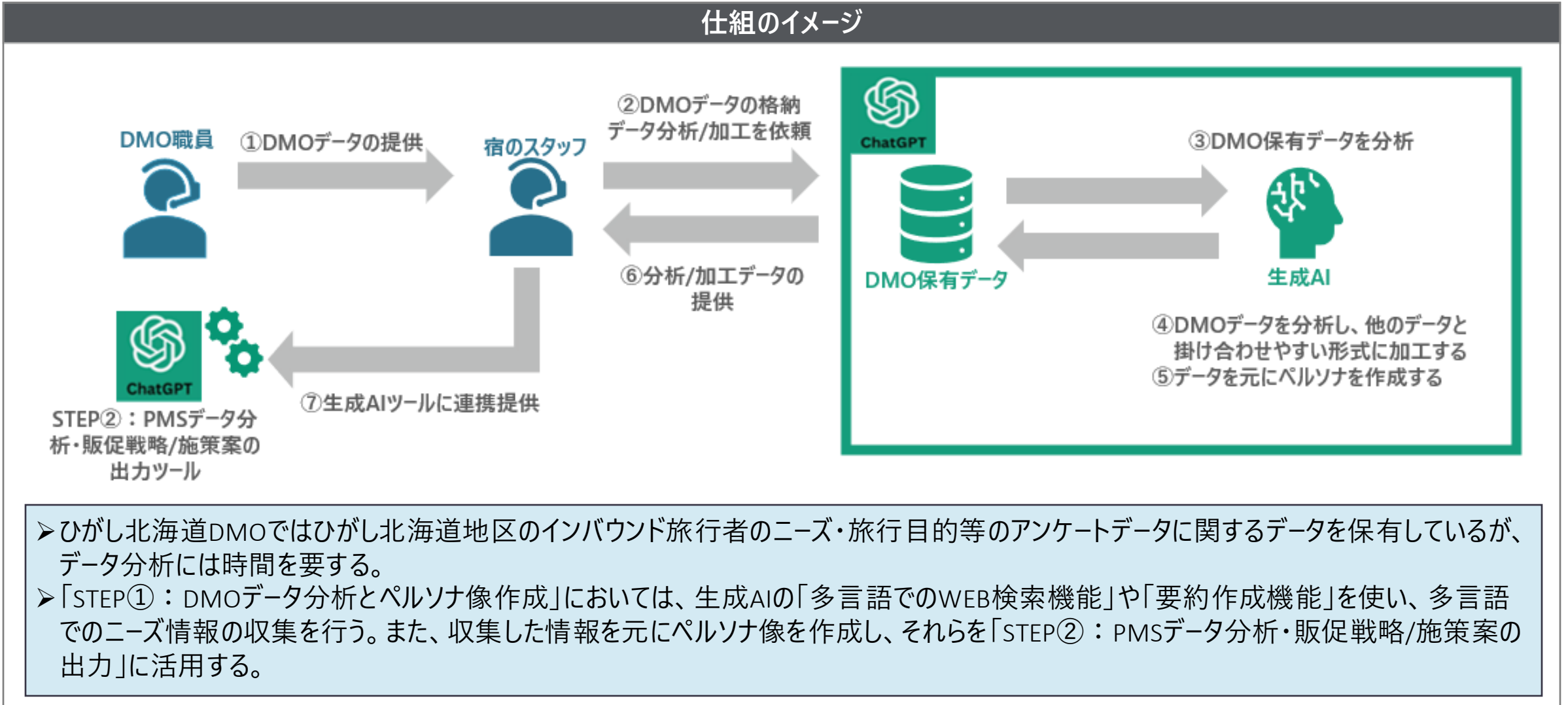
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

業務全体像におけるユースケースの位置づけ



活用した生成AIの概要・仕組 | DMO・PMSデータ分析（STEP①：DMOデータ分析とペルソナ像作成）

■生成AI活用の仕組



学習データと入出力結果 | DMO・PMSデータ分析（STEP①：DMOデータ分析とペルソナ像作成）

■準備・開発時の学習データとデータ処理

参照内容（読み込ませる情報）

DMO保有データ	➤対面調査で実施したインバウンド旅行者のニーズ・旅行目的等のアンケートデータ
欣喜湯 別邸忍冬様の宿特性・魅力	➤WEB検索にてHPから読み込み

■導入・検証時の入出力

質問内容（ユーザー入力が入力するプロンプト例）

●ユーザー入力



「開始する」ボタンを押下するだけで自動処理開始

●プロンプト(システム)

ニーズ分析・ペルソナ作成

【インバウンドニーズをふまえたプラン提案】

- ・「XXX.xlsx」はひがし北海道地域のニーズデータです。
- ・海外の口コミサイトを「XXX」のキーワードでWEB検索し、インバウンド旅行者から地域がどのように認知されているかを分析してください。

欲しい情報を引き出すための入力上の工夫・ルール等

➤インバウンドデータだけではなく、宿の基礎情報をWEB検索で読み込ませることにより、なるべく欣喜湯 別邸忍冬様の実情に沿ったプラン提案を出力できるようプロンプトを工夫。

回答結果

✅ ニーズ分析

インバウンド旅行者は以下のニーズを持っています：

- ・ 温泉体験: 強酸性の硫黄泉である川湯温泉の独特な泉質を楽しみたい。
- ・ 自然観光: 屈斜路湖や硫黄山などの自然景観を訪れたい。
- ・ 文化体験: 地元の食文化や伝統的なイベントに参加したい。
- ・ 快適な宿泊: 清潔で快適な宿泊施設を求める。
- ・ 情報アクセス: 多言語対応の情報提供や案内を希望。

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声）

- DMOデータを確認し、そこから着想を得るには時間がかかるため、すぐにドラフトが出力される点は良い
- 一方で分析前のデータ加工に手間がかかる点やDMOデータをリアルタイムに連携/取り込みができない点には課題がある

学習データと入出力結果 | DMO・PMSデータ分析（STEP①：DMOデータ分析とペルソナ像作成）

回答結果

✓ インバウンド旅行者のペルソナ

- 年齢・性別: 30代～50代の男女
- 国籍: 主にアジア圏（中国、台湾、韓国）
- 旅行目的:
 - 自然景観の鑑賞
 - 温泉体験
 - 地元文化の体験
- 旅行スタイル:
 - 家族や友人とのグループ旅行
 - 個人旅行

✓ ニーズ分析

インバウンド旅行者は以下のニーズを持っています:

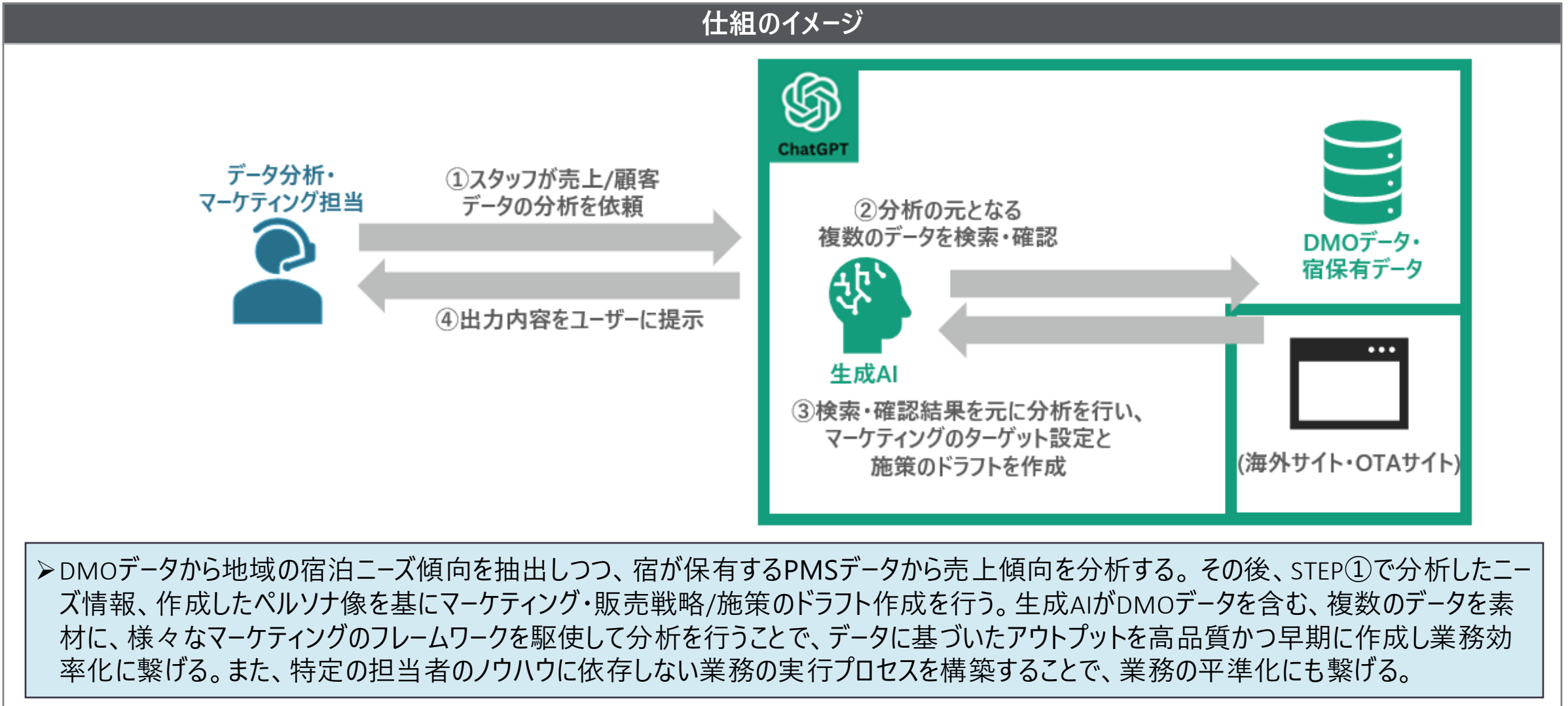
- 温泉体験: 強酸性の硫黄泉である川湯温泉の独特な泉質を楽しみたい。
- 自然観光: 屈斜路湖や硫黄山などの自然景観を訪れたい。
- 文化体験: 地元の食文化や伝統的なイベントに参加したい。
- 快適な宿泊: 清潔で快適な宿泊施設を求める。
- 情報アクセス: 多言語対応の情報提供や案内を希望。

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）【再掲】

- 複数のDMOデータを確認し、そこから着想を得るには時間がかかるため、「インバウンド旅行者のペルソナ像やニーズ分析」に関するドラフトがすぐに出力される点は良い。一定の基準でペルソナを作成できることも良いため、複数地域でのペルソナ像作成、比較を行っていききたい。
- 一方で分析前のデータ加工に手間がかかる点やDMOデータをリアルタイムに連携/取り込みができない点には課題があると考え、アンケートデータ等の元データ量を増やしていきたい。

活用した生成AIの概要・仕組 | DMO・PMSデータ分析 (STEP②: PMSデータ分析・販促戦略/施策案の出力)

■生成AI活用の仕組



学習データと入出力結果 | DMO・PMSデータ分析（STEP②）：PMSデータ分析・販促戦略/施策案の出力

■準備・開発時の学習データとデータ処理

参照内容（読み込ませる情報）

DMOデータ	➤ DMOが保有する外国人訪問客のアンケートデータ
宿データ	➤ 宿のPMSデータ・分析時のポイント

■導入・検証時の入出力

質問内容（ユーザー入力が入力するプロンプト例）

●ユーザー入力

売上目標の達成に向けた「データ集計・分析」

「開始する」ボタンを押下
するだけで自動処理開始

開始する！

●プロンプト(システム)

一般的なマーケティングフレームワーク
を指定することでプロンプトを簡略化

- ・WEB検索を行い、観光系宿泊業の最新のトレンドとなっているマーケティング戦略を理解してください。
- ・<グループA>の売上状況を加味した上で、WEB検索も活用しつつ、「PEST分析」、「5フォース分析」、「3C分析」、「STP分析」、「4P」のフレームワークを用いつつ分析を売上向上施策の検討に向けた分析を行ってください。

欲しい情報を引き出すための入力上の工夫・ルール等

- 押下するだけで処理を開始できるボタンを配置することで、ユーザーのスキルに依存せず分析が実施可能になった。
- 普段担当者が行っている分析内容（発信地分析・昨年度対比等）に準じる出力で、ユーザーの利便性を高めた。

回答結果

✅ プラン別の価格戦略案

プラン名	内容	価格（1泊2食付き）	特典
早割プラン	30日前までの予約で割引		ウェルカムドリンク
連泊プラン	2泊以上の連泊で割引		地元特産品プレゼント
平日限定プラン	月～木限定で割引		レイトチェックアウト
ファミリープラン	家族連れ向け特典付き		子供半額
カップルプラン	カップル向け特典付き		ディナー時ワンドリンクサービス

✅ AIDMAの考え方で施策を整理

1. Attention（注意）：SNS広告や旅行サイトでのバナー広告を活用し、認知度を高める。
2. Interest（興味）：公式サイトやブログで施設の魅力や周辺観光情報を発信し、興味を引く。
3. Desire（欲求）：期間限定プランや特典を提供し、宿泊意欲を高める。
4. Memory（記憶）：メールマガジンやSNSで定期的に情報を発信し、記憶に残す。
5. Action（行動）：予約サイトや公式サイトでの予約を促進するため、簡単な予約プロセスを提供する。

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声）
出力される分析結果やマーケティング案は、実際に施策を検討する際の選択肢の一つになり得る品質。根拠が明確で実用的なものであり、特に分析における網羅性の観点で評価できる。

学習データと入出力結果 | DMO・PMSデータ分析（STEP②：PMSデータ分析・販促戦略/施策案の出力）

回答結果

①目標数値に対する売上状況の概要把握

STEP2：2月・3月・4月の予算達成状況の分析

月	売上実績	売上目標	目標との差分
2月	13,000,000円	12,000,000円	約+8%(目標数値を達成)
3月	10,000,000円	10,000,000円	0%(目標数値を達成)
4月	9,000,000円	10,000,000円	-10%(やや未達)

出力数値はイメージ

PMSデータを分析し、月ごとの過去売上実績と目標、
目標との差分を出力

②売上状況の詳細把握

STEP3-1：目標数値と実績の比較・分析（グループA）_日別の売上状況と団体予約傾向

✅ 売上が低い日（2月）

売上が低かった上位5日は以下の通りです：

- 2/5(売上XXX円)
- 2/8(売上XXX円)
- 2/13(売上XXX円)
- 2/11(売上XXX円)
- 2/23(売上XXX円)

✅ 発信地別の売上比較（2024年 vs 2025年）

発信地ごとの増減率を計算し、表にまとめました。

このデータから、どのエリアの送客が増減しているかを分析し、ターゲットエリアを見極めることができます。

2024年と2025年の発信地別の売上集計において、大きく差分のある箇所は以下
・北海道内において2025年の売上がXX%向上しており、特にXXプランが増加
・国内のXX地域の売上は前年度に比べてXX%減っている。XXプランが低下。
・海外からの集客においてはXX国が2024年度に比べてXX%増加している。

普段担当者が行っている分析内容に準じる形で
詳細を出力することで実用性を向上

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）

- PMSデータ分析結果について、予算達成状況に加え、普段担当者が行っている分析内容に準じる形（発信地分析・昨年度対比等）で売り上げの詳細分析が出力されている。
- 現在はユーザーがPMSシステムからデータを取得し、生成AIに投入する必要がある。PMSデータは毎月更新されるため、PMSシステムとのデータ連携の仕組みが必要。

回答結果

③地区へのインバウンド宿泊傾向と宿への宿泊傾向の分析

STEP3-2：目標数値と実績の比較・分析（グループA）_DMOデータによるインバウンド傾向分析

✔ 売上データの外国別発信地TOP5（2024年4月～9月）

売上データに基づき、外国発信地別の売上上位5か国を表にまとめました。

👉 詳細は表をご確認ください。

✔ 宿泊者数と売上のギャップ分析

釧路地区の外国人宿泊者数TOP5と、実際の売上発信地TOP5を比較し、宿泊者数と売上のギャップを分析しました。

👉 詳細は表をご確認ください。

🧐 ビジネスチャンスの考察



DMOデータを分析し、インバウンド旅行客の傾向と国ごとのビジネスチャンスの考察を出力

④売上向上に向けた宿泊プラン案の検討

STEP4-1：具体施策の検討（グループA）_既存のノウハウを用いた施策立案

✔ 競合他社との価格比較

以下の競合施設と「お宿欣喜湯 別邸 忍冬」の代表的な宿泊プランを比較しました。

施設名	代表的な宿泊プラン	料金（1泊2食付き）	予約サイト

※料金は一例であり、詳細は各予約サイトをご確認ください。

✔ プラン別の価格戦略案

プラン名	内容	価格（1泊2食付き）	特典

✔ AIDMAの考え方で施策を整理

1. Attention（注意）：SNS広告や旅行サイトでのバナー広告を活用し、認知度を高める。

競合他社との比較やプラン別の価格戦略等を考慮し、宿泊プラン案を検討

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）

➤ DMOデータの分析だけでなく、それに基づくビジネスチャンスの考察を出力。競合他社比較等、普段担当者が行っている分析内容に準じた分析結果も出力することで実用的な内容となっている。一方で、データ分析時にデータの誤りや欠損を認識せず、後続処理や最終的なアウトプットの出力までエラーを出すことなく完了してしまう場合があった。分析業務に慣れていない担当者が扱う場合、分析結果の違和感に気づくことができないため、本ツールを安全に使用できる人員が限られてしまう可能性がある点は考慮しないといけない。

回答結果

⑤PEST分析等のフレームワークを活用した分析と施策立案

✔ PEST分析

• 政治的要因（Political）：

[Redacted]

• 経済的要因（Economic）：

[Redacted]

• 社会的要因（Social）：

[Redacted]

• 技術的要因（Technological）：

[Redacted] 進化。

✔ 売上向上施策の提案

施策	難易度	想定効果
[Redacted]	中	高
	中	中
	高	高
	中	中
	低	中

PEST分析等の既存マーケティングフレームワークを
組み合わせて売上向上施策を分析

⑥DMOデータから作成したペルソナ像を用いた宿泊プラン検討

✔ 『お宿欣喜湯 別邸 忍冬』のインバウンド向け旅行プラン提案

これらのニーズを踏まえ、『お宿欣喜湯 別邸 忍冬』では以下のインバウンド向け旅行プランを企画することを提案します：

1. [Redacted]
2. [Redacted]
3. [Redacted]
4. [Redacted]
5. [Redacted]

これらのプランを通じて、インバウンド旅行者の多様なニーズに応えることができ、『お宿欣喜湯 別邸 忍冬』の魅力をさらに高めることが期待できます。

STEP①で作成したペルソナ像を活用し、宿泊プランを複数出力

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）

- 一般的なマーケティングフレームワークを生成AIのプロンプトに記載することにより、処理が明確かつシンプルになり、多角的な分析を精度高く実行できる可能性が高まった。
- PMSデータだけでなく、STEP①にて作成したペルソナ像を参考に宿泊プランを検討することにより、現状のインバウンド旅行客のニーズを細かく反映した宿泊プランが出力される可能性を感じる。

検証結果（結果を踏まえた考察） | DMO・PMSデータ分析

検証目的・課題

本ユースケースでは「DMOデータと宿のデータ連携による売上向上に向けたデータ分析と効率的なマーケティング施策の立案業務が、データ活用人材・時間の不足により、十分に実施できていない」という課題の解決に向けて、「データ分析の補助」と「マーケティング施策案」、「販促物のドラフト作成」に生成AIを活用した。

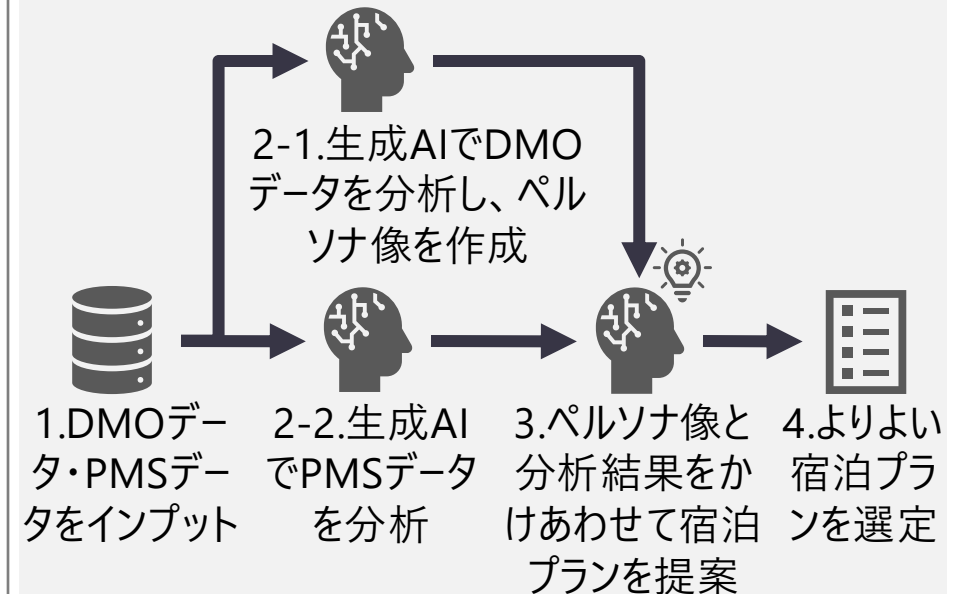
検証結果

- 各個人のノウハウに依存していたデータ分析業務を生成AIにより代替させることで、現在実証中ではあるものの、本来であれば半日以上を要する、マーケティング施策の検討材料としての「PMSデータ集計・データ分析/考察作業」が15分程度に削減された。
- 加えて、他スタッフでも同程度の出力精度が出ることから、業務の平準化にも貢献でき得る。

分析

- ✓ 実務で活用可能なレベルの精度を出すための工夫として、マーケティング分野の複数の既存フレームワークを組み合わせ、様々なデータを多元的に分析させることで、マーケティング分野に特化させた動作を実現したことが挙げられる。フレームワークの名称を用いて生成AIのプロンプトを作成することにより、処理が破綻する確率を下げるができるため、複雑な処理であっても精度高く実行できる可能性が高まる。
- ✓ ヒアリングの結果、「出力結果の精度」に関して現場責任者から今後の実務への活用に向けて「マーケティング施策検討時の選択肢に含めるに値する施策案が出力されるため、十分価値のあるツールである」等ポジティブな反応が得られた。

図：精度向上の要因



検証結果（結果を踏まえた考察） | DMO・PMSデータ分析

実証実施により抽出された課題

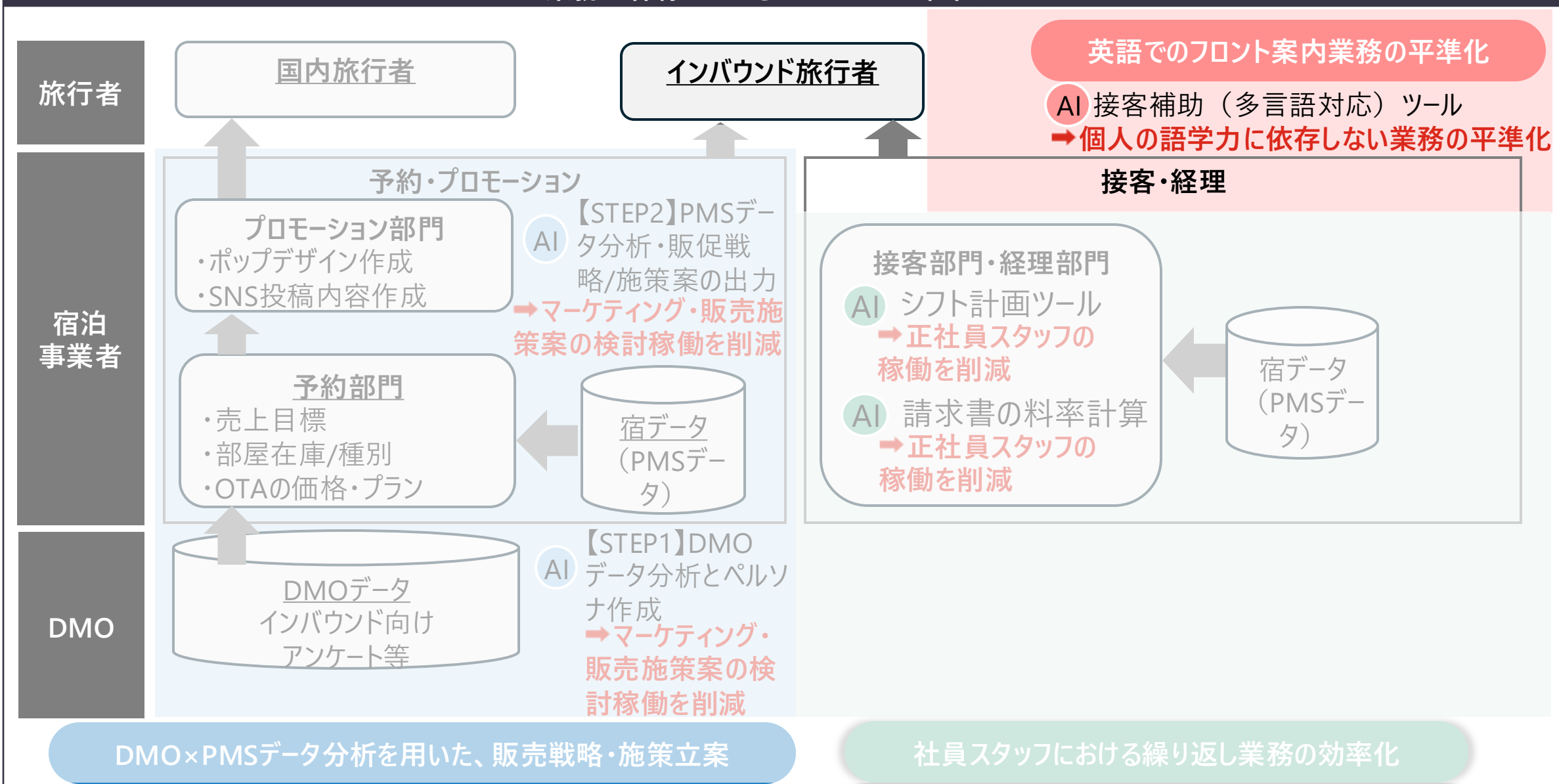
- ✓ マーケティング施策は、ドラフト案が泉質・食事（ビュッフェ）のPR等、限定的なパターンで出力されており宿泊施設で過去行ってきた効果的な施策等も含めた出力結果が必要がある。また、データ分析時、データの誤りや欠損を認識せず、後続処理や最終的なアウトプットの出力までエラーを出すことなく完了してしまう場合があった。分析業務に慣れていない担当者が扱う場合、分析結果の違和感に気づくことができないため、本ツールを安全に使用できる人員が限られてしまう。
- ✓ 利用環境の整備として、DMOデータと宿データの元データが同一のDBに保存しているわけではなく、データも都度手動で更新する必要があるため、最新データを常に使える状態にするためにはデータ連携・DB化とバッチによる自動更新が必要である。

今後に向けての展望

- ✓ マーケティング施策の立案については、過去の施策内容・結果を追加的にインプットすることで更なるパターン数の増加・精度の向上が可能と推察される。また、データ分析におけるインプットデータの不足検知については、既存のプロンプトが破綻しない範囲で、インプットデータのエラー検出をプロンプトに組み込むと共に、過去のデータから大きく外れる分析結果となった場合にアラートを出す設計にすることで解決が可能と考えられる。
- ✓ 使用データの自動更新については、OpenAI社のAPI連携機能を利用し、外部サービスと連携することで、実現が可能と考える。
- ✓ 複数地域でのペルソナ像作成・比較に向けてDMOデータ（アンケートデータ等）更なる拡充が必要と考える。

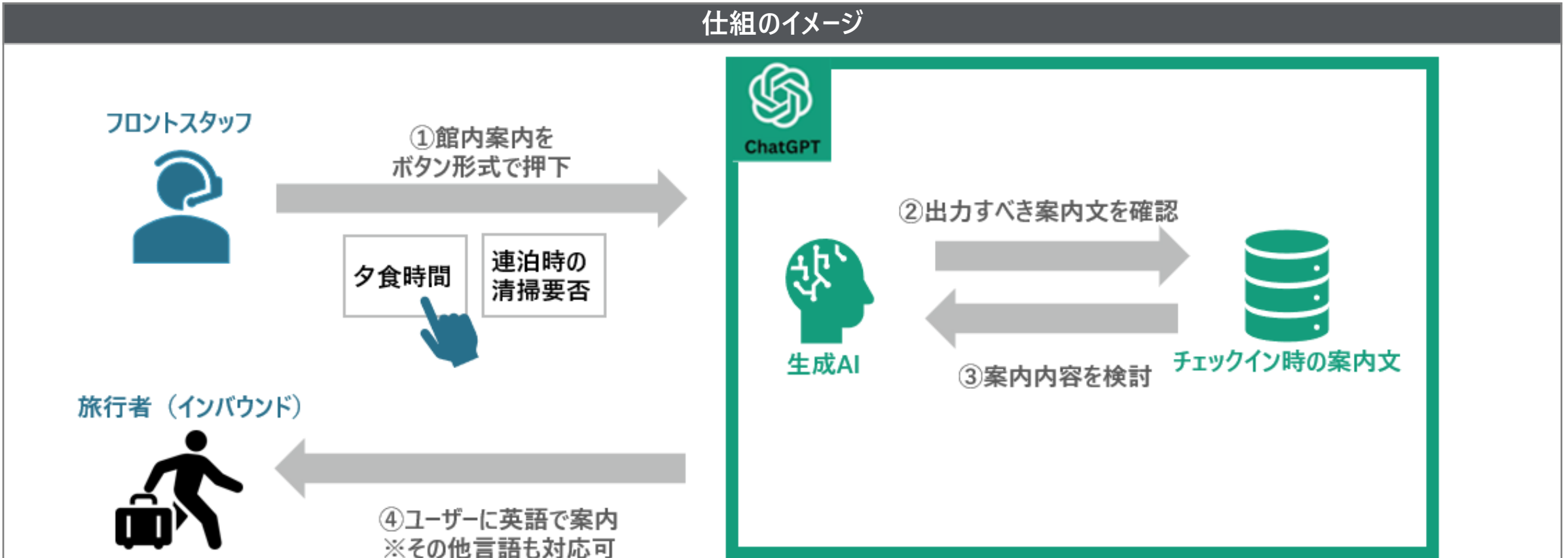
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

業務全体像におけるユースケースの位置づけ



活用した生成AIの概要・仕組 | 多言語でのフロント案内業務の平準化

■生成AI活用の仕組



- ▶ チェックイン時、インバウンド旅行者に対して注意事項の説明や確認を行っているが、スタッフによって英語対応の質にばらつきが発生する。
- ▶ また、現状の機械翻訳ではニュアンスや日本特有の要素、単語の説明への配慮が不足する場合がある。そのため、チェックインにおける「夕食時間」「連泊時の清掃要否」の確認時に生成AIが多言語で説明を行うサポートを実施し、業務の効率化と業務品質の平準化を目指す。

学習データと入出力結果 | 多言語でのフロント案内業務の平準化

■準備・開発時の学習データとデータ処理

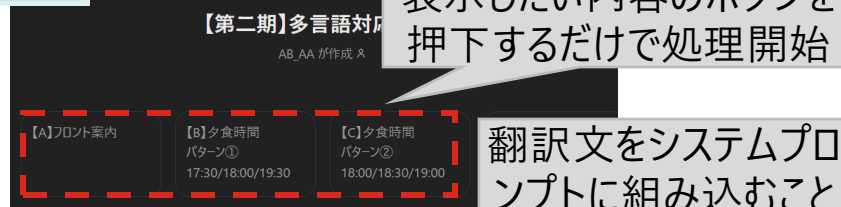
参照内容（読み込ませる情報）

チェックイン時の案内文 ▶「夕食時間（パターン①②）」「連泊の清掃要否」「フロント案内」の案内文をシステムプロンプトに入力

■導入・検証時の入出力

質問内容（ユーザー入力が入力するプロンプト例）

●ユーザー入力



●プロンプト(システム)

STEP1-1

- ・「【B】夕食時間パターン① 17:30/18:00/19:30」と入力された場合は「You can choose dinner time from 17:30/18:00/19:30 ...（省略）」と表示してください。
- ・ユーザーから言語名の入力があった場合、STEP1-2を実行してください。言語名の入力がない場合、言語名を英語に設定してSTEP2-1の処理を実行してください。

欲しい情報を引き出すための入力上の工夫・ルール等

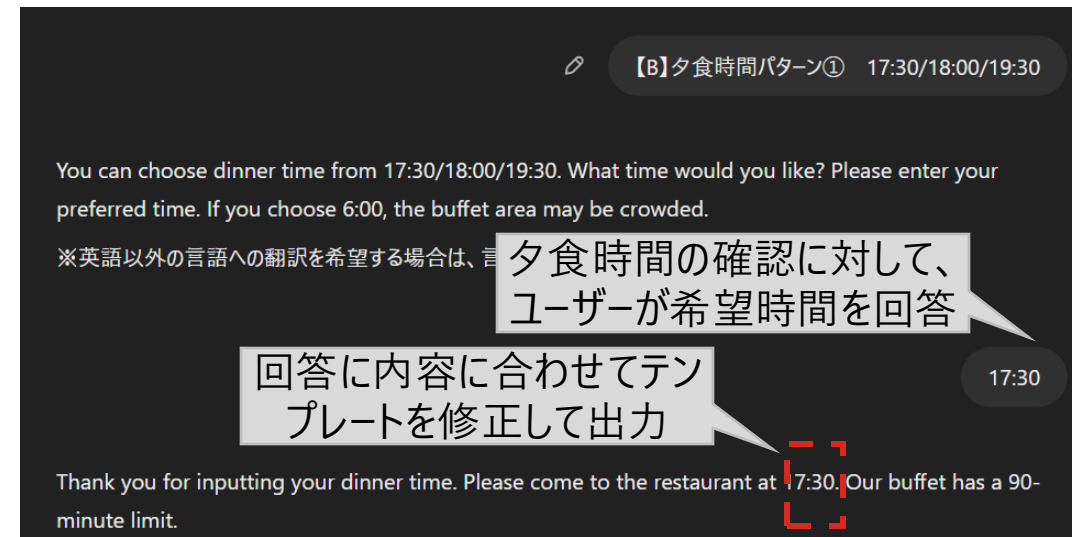
- ▶チェックイン時に定常的に使われる確認事項（夕食時間の確認、連泊時の清掃業務要否確認）をボタン形式で配置し、ボタンを押下するだけで、翻訳された文章が表示されるため、スタッフのスキルレベルによらず誰でも使用可能。

表示したい内容のボタンを押下するだけで処理開始

翻訳文をシステムプロンプトに組み込むことで正確に回答

回答結果

英語での出力結果



回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声）

- ▶英語での文章表示について、精度は問題なく、ユーザー側からの回答（上記出力例の場合は「17:30」）に対する出力も適切であり、システムプロンプトで指定した条件分岐を正確に実行できている。

回答結果

■ 失敗例

You can choose dinner time from 17:30/18:00/19:30. What time would you like? Please enter your preferred time. If you choose 6:00, the buffet area may be crowded.

※英語以外の言語への翻訳を希望する場合は、言語名を入力してください。

英語以外の翻訳したい言語があれば入力 韓国語

저녁 식사 시간은 17:30, 18:00, 19:30 중에서 선택할 수 있습니다. 원하는 시간을 입력해 주세요. 6시를 선택하면 뷔페 지역이 혼잡할 수 있습니다.

指定された言語（韓国語）に翻訳されていない 17:30

Thank you for inputting your dinner time. Please come to the restaurant at 17:30. Our buffet has a 90-minute limit.

システムプロンプトで適切な処理の流れを指定できていないため、韓国語を指定しても英語が出力されている。

■ 成功例

You can choose dinner time from 17:30/18:00/19:30. What time would you like? Please enter your preferred time. If you choose 6:00, the buffet area may be crowded.

※英語以外の言語への翻訳を希望する場合は、言語名を入力してください。

英語以外の翻訳したい言語があれば入力 韓国語

17:30/18:00/19:30 중에서 저녁 식사 시간을 선택할 수 있습니다. 원하는 시간을 입력해 주세요. 6:00을 선택하시면 뷔페 공간이 혼잡할 수 있습니다.

指定された言語（韓国語）に翻訳されている 17:30

입력해 주셔서 감사합니다. 저녁 식사 시간은 17:30입니다. 레스토랑으로 와 주세요. 뷔페 이용 시간은 90분입니다.

ユーザーから言語名の入力があった場合、STEP1-2を実行。言語名の入力がない場合、言語名を英語に設定しSTEP2-1の処理を実行

システムプロンプト上で以下のような指示文を追加し、ステップごとの処理を明確にすることで適切な言語に翻訳。

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）

- システムプロンプトで処理の流れを明確にすることにより、指定された言語に翻訳できるようになっているように思う。
- 英文だけでなく、指定した言語（上記出力例の場合は韓国語）に翻訳できている点が高く、ユーザーの回答（上記出力例の場合は「17:30」）に対する出力も適切であり、システムプロンプトで指定した条件分岐を正確に実行できている。
- 音声での入力があるとより便利だが、現時点でもチェックイン時の利用や他スタッフへの説明時も容易な内容となっている

検証結果（結果を踏まえた考察） | 多言語でのフロント案内業務の平準化

検証目的・課題

本ユースケースでは「スタッフによって多言語対応業務の品質にばらつきがある」「翻訳機での直訳ではなく、より適切かつ伝わりやすい表現で案内したい」という課題の解決に向けて、「**夕食時間の確認・連泊時の清掃有無の確認**」に生成AIを活用した。

検証結果

➤フロントに多言語対応可能なスタッフが不在であっても、英語案内を実施できるため、**業務の平準化が実現可能**。また、事前に翻訳した適切な文章を表示することにより、**全てのスタッフが同じ品質で英語対応を実施**できるようになった。加えて、**英語圏以外の幅広い顧客への対応が可能**になった。

分析

- ✓実証期間中、実際にフロントで2組の中国人旅行者に対してツールを活用した案内を行った。普段多言語対応を行っていないフロント担当者から「**精度・速度ともに問題なく、スムーズにチェックイン対応を行うことができた**。」というコメントが得られ、業務の平準化・対応品質の底上げを実現した。
- ✓またフロント担当者から得た情報によると、全体の6割がインバウンド旅行者という日もあり、欧米の他、中国からの観光客も多い状況である。**英語が堪能なスタッフであっても、英語以外では対応が難しい場合がある。多言語対応の実現により、英語圏以外の幅広い顧客への対応が可能になり、さらなる対応品質向上に寄与することができた。**



✓ツール作成のポイント
「チェックイン時に素早く必要な文章を表示できること」「フロントスタッフ内での展開のしやすさ」のため、ボタンでの選択形式を採用

【B】夕食時間
パターン①
17:30/18:00/19:30

【C】夕食時間
パターン②
18:00/18:30/19:00

検証結果（結果を踏まえた考察） | 多言語でのフロント案内業務の平準化

実証実施により抽出された課題

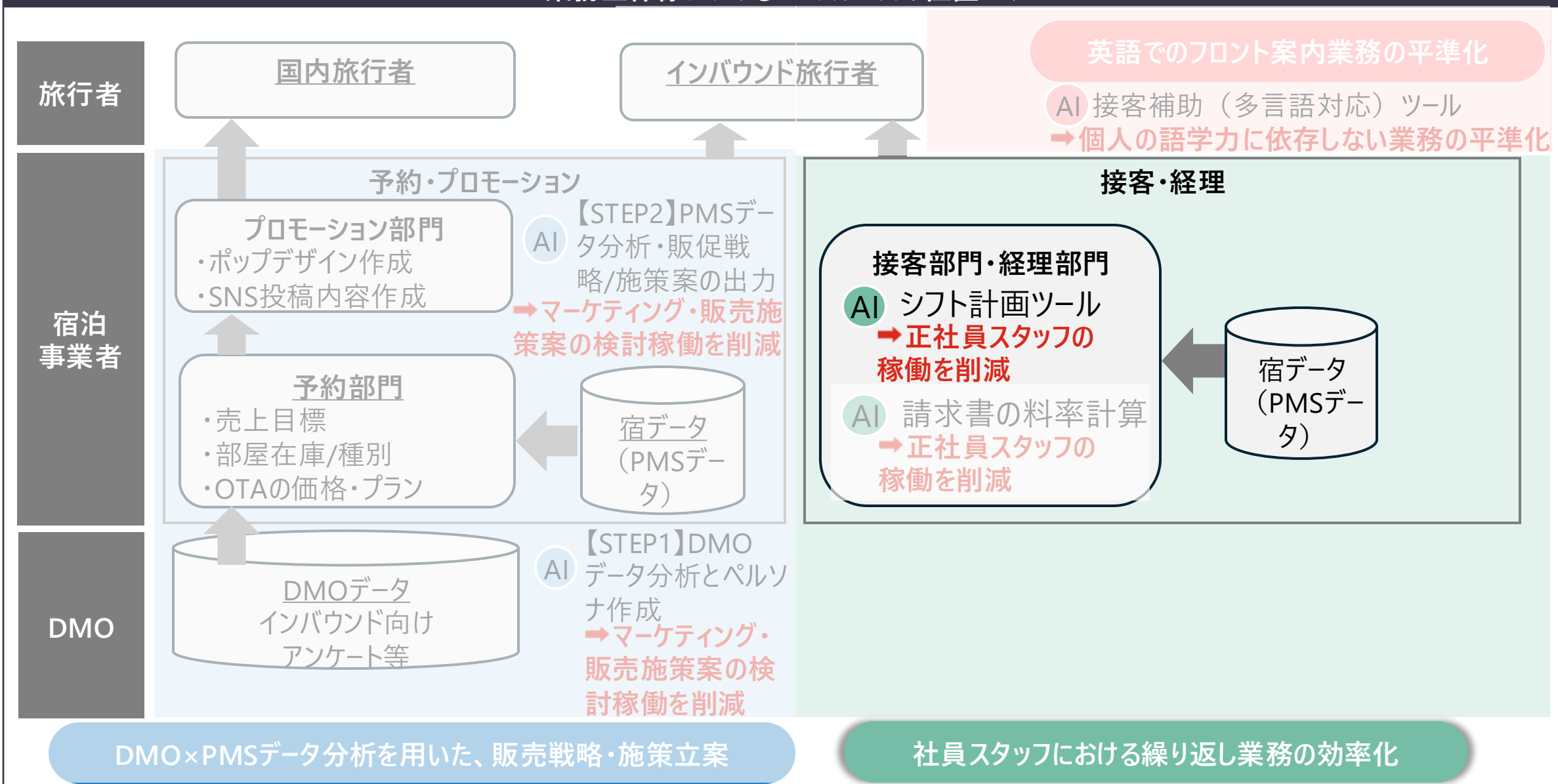
- ✓フロント担当からは「**音声での入力ができると便利**」というコメントがあったが、音声入力は入力者自身が「ChatGPT上で自分が発した音声」が適切に聞き取られ、正しいテキストで入力されたか」を確認することができない問題があるため、導入にあたっては慎重な検討が必要。
- ✓本実証においては「夕食時間（パターン①）」「夕食時間（パターン②）」「連泊の清掃要否」「フロント案内」の4つのボタンを配置している。現在のChatGPTの機能では、1つのチャットボット内で4つまでしか選択ボタンを配置できないという制限があり、**5つ以上のパターンに対応するためにはチャットボット自体の切り替えが必要**である。

今後に向けての展望

- ✓タイピング・音声での入力等も含め、よりフロント担当者にとって使いやすいUIを検討していく必要がある。
- ✓フロント対応の限られた時間の中でチャットボットの切替を行うことは難しいため、より利便性を高めるためにはChatGPT内だけの動作ではなく、OpenAI社のAPIを活用した、専用の表示画面開発が考えられる。
- ✓今回の検証では、チェックイン対応業務の中でも特に「**お客様の回答によって案内内容が変わる内容**」に絞ってチャットボットを作成しており、フロント責任者からは機能として必要十分であるというコメントが得られた。今後は**チェックイン以外のフロント業務（タクシー配車）やレストラン対応などでの活用可能性**がある。

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

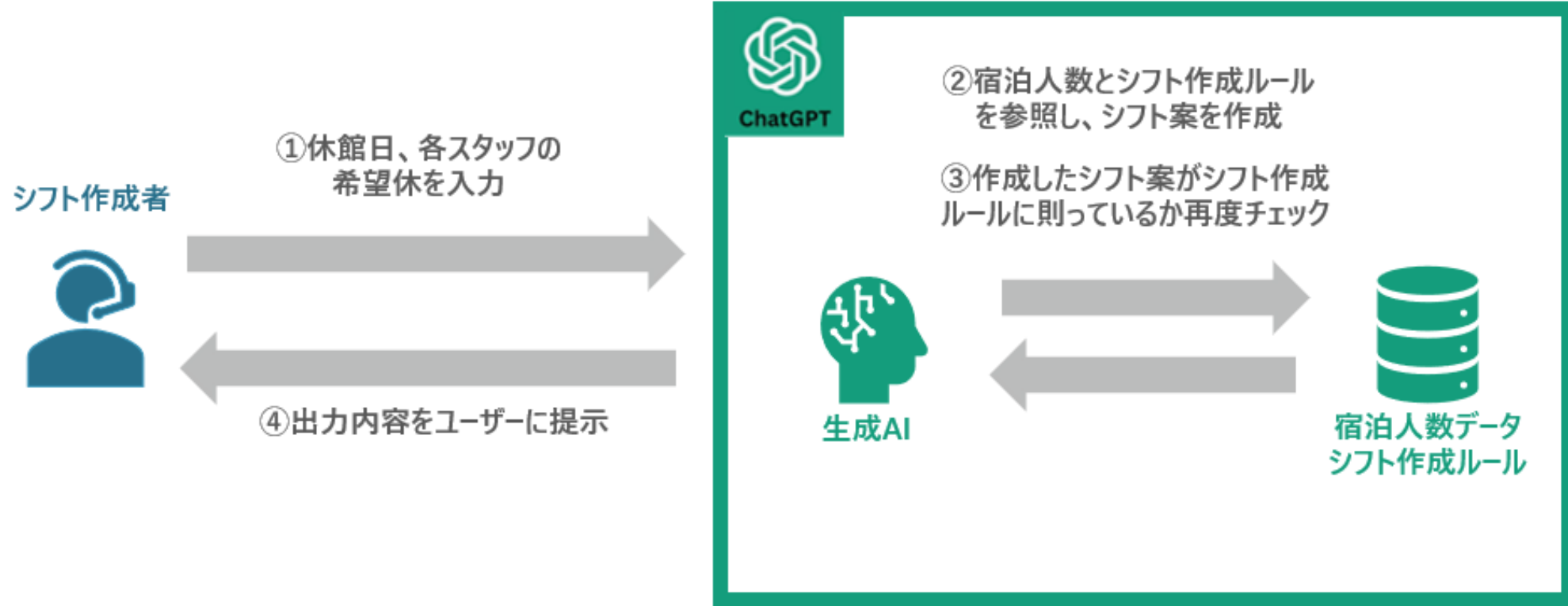
業務全体像におけるユースケースの位置づけ



活用した生成AIの概要・仕組 | シフト作成

■生成AI活用の仕組

仕組のイメージ



➤ スタッフのシフトは休館日・希望休・宿泊人数等の条件に加え、複雑なシフト作成ルールに基づいて作成する必要があり、時間を要している。また、管理者を中心に限られたスタッフで作成していることから負担が大きい業務のひとつであり、効率化が求められている。

学習データと入出力結果 | シフト作成

■ 準備・開発時の学習データとデータ処理

参照内容（読み込ませる情報）

宿泊人数データ	➤ 予約管理ツールから出力した日ごとの宿泊人数データ
---------	----------------------------

■ 導入・検証時の入出力

質問内容（ユーザー入力が入力するプロンプト例）

● ユーザー入力

まずは、【休館日】の情報を入力してください。
例：
・休館日: 26,27
または休館日が無い場合は
・休館日: なし
ご入力をお願いします。

希望休等の条件を入力

30, 31

9秒の間、推論済み
休館日として、30日と31日が設定されました。
次に【希望休】の情報を入力してください。
例：
mathematica
希望休:

必須・推奨に分けてシフト作成ルールを入力

● プロンプト(システム)

【シフト作成ルール】
【必須ルール】
1. 休館日の反映:
○ 休館日には全スタッフを自動的に休みに設定する。
【推奨ルール】
1. 連勤のバランス:
・可能な限り「3勤1休」「4勤1休」のパターンを適用。

欲しい情報を引き出すための入力上の工夫・ルール等

➤ 必ず適用する「必須ルール」と、現実的に可能な範囲で適用する「推奨ルール」に分類し、優先順位を付けた上で処理を実行することで、ルール数が増えた場合でも出力精度・速度を維持。

回答結果

【2025年3月シフト表】

※出勤日は「出勤」、休みの日は「休み」と表示しています。

日付	Aさん	Bさん	Cさん	Dさん	Eさん	Fさん	Gさん	Hさん
3/1	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤
3/2	出勤	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	出勤
3/3	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤
3/4	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	休み	休み
3/5	出勤	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	出勤
3/6	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤
3/7	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤
3/8	出勤	出勤	休み	休み	出勤	出勤	休み	休み
3/9	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤
3/10	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声）

➤ システムプロンプトで設定したシフト作成ルールが適用され、1か月分のシフト案が省略されることなく出力された。

回答結果

■ 失敗例

【2025年3月シフト表】

3/1 (土)	出勤	出勤	休み	出勤	休み	休み	休み	休み	休み	休み
3/2 (日)	休み	休み	出勤	休み	出勤	休み	休み	休み	休み	休み
3/3 (月)	休み	休み	休み	休み	休み	出勤	出勤	出勤	休み	休み
3/4 (火)	休み	休み	休み	出勤	休み	休み	休み	休み	休み	出勤
3/5 (水)	休み	休み	出勤	休み (希望休)	休み	休み	休み	休み	出勤	休み
3/6 (木)	休み	出勤	休み	休み	休み	出勤	休み	出勤	休み	休み
3/7 (金)	出勤	休み	休み	出勤	休み	休み	休み	休み	休み	休み (希望休)

適切なルールが設定できていないため、入力した条件（スタッフの希望休等）と関係のない連休が多発しており、現実的なシフト案になっていない

■ 成功例

【2025年3月シフト表】

※出勤日は「出勤」、休みの日は「休み」と表示しています。

3/1	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤
3/2	出勤	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤
3/3	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤
3/4	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	休み	休み	出勤	休み
3/5	出勤	出勤	休み	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤
3/6	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤
3/7	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	休み	出勤
3/8	出勤	出勤	休み	休み	出勤	出勤	休み	休み	出勤	休み
3/9	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤
3/10	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤
3/11	出勤	出勤	休み	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤	休み
3/12	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	休み	休み	出勤	休み	出勤
3/13	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤	休み	出勤	出勤
3/14	出勤	出勤	休み	休み	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤	出勤

現場スタッフへのヒアリングを行い、「最低出勤日数」等の詳細ルールを追加した結果、「出勤」「休み」のバランスが取れ、現実的なシフト案が出力された

回答結果に対する正確性・品質に係る概観評価（現場の声等）

- 生成AIはプロンプトに記載されたルールを遵守したシフト表を作成するが、逆に記載されていないルールは適用することができず、人がシフトを作成する場合には常識的に考慮できる内容（特定の人々の連勤・連休が続かないようにする、最低でも月に〇日は出勤するようにする等）についても必ずシフト表作成ルールとしてプロンプトに記載する必要だと認識した。
- シフト案の出力結果について、全体の7割程度は完成しており、実務で十分活用可能な範囲であった。

検証結果（結果を踏まえた考察） | シフト作成

検証目的・課題

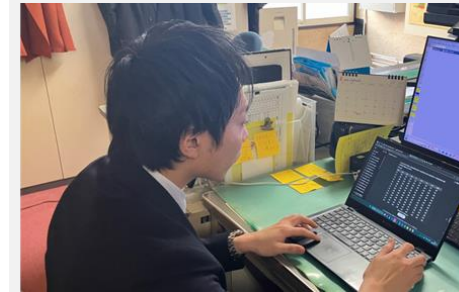
本ユースケースでは「一部のスタッフに集中しているシフト作成業務の稼働削減」という課題の解決に向けて、「**フロント・レストラン・清掃業務の1か月間のシフト作成業務**」に生成AIを活用した。

検証結果

- 当該業務は1名の管理者が1日程度かけて実施していたが、生成AIを活用することで**所要時間を1日程度から半日程度に短縮可能**な見込みであり、業務効率化に繋がると考える。また、本ツールは**他のスタッフへも展開可能であり、業務の平準化の実現**も可能。

分析

- ✓ 現状のシフト作成業務は「①条件を考慮してシフト素案を作成」→「②月ごとの宿の状況やスタッフごとの個別事情に合わせた調整」の2段階の工程を実施しているが、生成AIを活用して①の工程を省略することで、1日かけて実施していた業務を半日程度で実施できるようになる見込み。
- ✓ ヒアリングの結果、「出力結果の精度」に関してシフト作成者から今後の実務への活用に向けて「**出力精度は7割程度であり実務展開可能**」等のポジティブな反応が得られた。
- ✓ 本業務は現在管理者1名のみで実施しているが、**シフト作成の負担が軽減されたことから、経験が少ないスタッフであっても本業務に取り組みやすくなり、業務の平準化に繋がると考える。**



業務での利用イメージ

- ✓ 精度向上のポイント
システムプロンプトの工夫として、必ず適用する「必須ルール」と、現実的に可能な範囲で適用する「推奨ルール」に分類し、優先順位を付けた上で処理を実行することで、ルール数が増えた場合でも出力精度・速度を維持。

検証結果（結果を踏まえた考察） | シフト作成

実証実施により抽出された課題

- ✓精度向上に向けて、宿泊人数のデータのみならず、「食事人数」や「使用部屋数とその内訳（旧館・新館割合）」など、日ごとの必要稼働量と相関する可能性があるデータをインプットする必要がある。
- ✓当初は全スタッフのシフト表を一括で作成する前提であったが、フロント・レストラン・清掃ごとに一部のルールが異なっており、一度に出力させると精度が落ちる懸念があったため、業務ごとに3つのシステムプロンプトを作成した。しかし本来は全スタッフのシフト表が一括で表示される形が理想である。
- ✓「o3-mini」のモデル特性上、インプットデータとしてファイルを添付できないため、宿泊人数等のインプットデータはユーザー側で入力を行う必要がある。

今後に向けての展望

- ✓シフト作成は月に一度必ず実施する業務であり、また必要なインプットデータは都度更新されるものであることから、シフト作成者の負担を軽減し、継続的に利用されるツールにするためには、PMSシステムとの連携が必要。
- ✓作成した複数のシフト管理表をPMSシステムにて一括取り込み・表示させる機能を実現することで利便性が高まる可能性がある。
- ✓本来はPMSシステムからの出力ファイル（CSV）を読み込んで条件化できることが理想であるため、「o3-mini」モデルの改善に期待する。

【参考】本事業内での生成AIの活用に係るリスク対応

ユースケース名： DMO×PMSデータ分析、英語でのフロント案内業務の平準化、正社員スタッフにおける繰り返し業務の効率化

項目	懸念事項 (リスク)	開発・導入フェーズ	実証運営フェーズ	実証終了後フェーズ
権利保護	個人情報保護	- 利用の必要性及び同意の記録を確認 - 学習・参照データのマスキング - 生成AI環境におけるデータ所有権の取扱い確認 - ステークホルダーとNDA契約	- 学習・参照データのマスキング - 利用目的に照らした取扱いを徹底 - オプトアウト（学習に利用されない）設定	- 実証アカウントや端末のログ等を削除 - データの削除または返却に関する手続きを記録
	著作権	- 実証先の著作物を元に使用することを前提とする - 学習・参照データが実証先の所持する情報であることを確認	- 著作物を模倣を指示するプロンプトを避ける - 出典を明記するルールを設定	- 出力結果に既存の著作物と類似・酷似していないかをレビュー - 従前から保有している著作物と実証で生まれた著作物を切り分け、その権利帰属について関係者間で合意

■今回の生成Aの活用実証を通じて

○ひがし北海道DMO

- 複数のDMOデータを確認し、そこから着想を得るには時間がかかるため、「インバウンド旅行者のペルソナ像やニーズ分析」に関するドラフトがすぐに出力される点は良い。一定の基準でペルソナを作成できることは良いため、複数地域でのペルソナ像作成、比較を行っていききたい。
- 一方で分析前のデータ加工に手間がかかる点やDMOデータをリアルタイムに連携/取り込みができない点には課題があると考え、アンケートデータ等の元データ量を増やしていききたい。

○お宿 欣喜湯 別邸忍冬（すいかずら）

- チェックイン対応としての多言語対応やシフト作成など、一部の業務においては現時点での生成AIでも使える可能性は十分にある。
- 一方で実際の実務に浸透させていくためにはデータ連携やバッチ化などのシステム化が必要であると感じるため、生成AIの効果が大きく発揮できる業務を見極めつつ、活用に向けた検討を引き続き行っていくことが必要と感じる