



観光DX推進による地域活性化モデル実証事業 ②生成AI活用モデル

成果報告書

AIエージェントを活用したデータ分析生産性向上プロジェクト
～「地域」「旅行者」「事業者」をつなぐ持続可能なサイクル構築の検証～

熱海生成AI協議会

2026年3月9日

目次

1. はじめに

(1) 地域の魅力・特徴

(2) コンソーシアム

2. 地域が目指す姿・事業概要

3. 実証事業

(1) 全体像

(2) 目標・取組内容

(3) 各取組の詳細

取組1. AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

取組2. AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

取組3. AIレポート作成ツールで最新情報を事業者
に精度高く共有

4. 総括

(1) 実証事業の結果

(2) 事業の考察

5. 実施体制

(1) 体制図

(2) 各メンバーの役割

6. 今後の展望

7. おわりに

1.はじめに

(1) 地域の魅力・特徴

魅力

- 熱海は温泉と美しい海が楽しめる人気の観光地であり、四季折々の自然が織りなす景観が魅力で、季節ごとに開催される花火大会や、新鮮な海の幸を味わえるグルメも豊富で、癒しと贅沢が一度に満喫できる温泉リゾート地です。

特徴

- 観光が基幹産業であり、年間約300万人の宿泊客が訪れている地域です。（消費額：約1,200億円）
- 東京から新幹線で35分の位置にあるため、首都圏からの旅行者が多いです。

取組エリア

熱海市



1.はじめに

(2) コンソーシアム

コンソーシアム名

熱海生成AI協議会

実施主体

■ 代表団体／企業

代表団体：熱海市役所　その他：熱海観光局・株式会社リクルート

■ 活動地域

熱海市

■ 活動概要・経歴

AIエージェント※を活用した持続可能なデータ分析生産性向上プロジェクト
限られた人材の中でもインバウンド数値目標達成に向けたPDCAを「効果的かつ効率的」に回し、「インバウンド業務の工数削減とAIを活用した組織の生産性向上」を達成することを目的に立ち上げました。熱海市専用の「AIダッシュボード・AIエージェント」を準備し、限られた人材や時間の中でも、データを活用した戦略的なインバウンド施策の実行と振り返りを可能にすることを目指して活動しています。

※本実証のAIエージェント定義：

複数の論理ステップを踏み、複数のツールを活用しながら、長時間にわたって自律的に思考・判断できるAI

(本実証ツール例：Google Analytics, Google Search Console, 口コミデータ (SerpAPI経由のGoogle Mapの口コミ) 等のAIエージェントを連携)

2.地域が目指す姿・事業概要

現状及び課題、解決策と目指す姿

熱海は、温泉と美しい海、四季折々の自然景観、海の幸やスイーツ等のグルメといった観光資源を有し、年間約300万人が来訪する地域です。

現在、国内旅行者は順調に推移しているのに対してインバウンド延べ宿泊客数は全体の約5%にとどまり、インバウンドの平日を中心とした宿泊需要を増加させることにより消費拡大を目指しています。

一方で大きく下記2つの課題があります。

- ①データの収集範囲が狭く、体系的に整理・活用しきれていない
- ②現状分析、施策の検討・実施、振り返りを行う工数（人的リソース）が不足

本事業では、令和6年度に熱海市が設定したインバウンドに関するKGI・KPIを達成するため、その数値進捗を継続的にモニタリングし分析できるデータ基盤を整備し、整備したデータ基盤とAIを活用することで、限られた人材でも目標達成に向けたPDCAを「効果的かつ効率的に回せる持続可能な体制づくり」と「業務工数の削減と生産性の向上」を目指していきます。

2.地域が目指す姿・事業概要

事業概要

本事業では、熱海市の抱える「①データの整理・活用」「②人的工数不足」という課題をAIを活用して解決するべく、熱海市専用の「AIダッシュボード・AIエージェント」を準備し、限られた人材や時間の中でも、データを活用した戦略的なインバウンド施策の実行と振り返りを可能にすることを目指します。

実証内容

AIダッシュボード・AIエージェントを活用することでどれだけ業務工数を削減できたかを実証します。

KGI : 総自動化業務件数16件 (計算式: 自動化業務件数×活用人数)

KPI : 業務自動化率32% (計算式: AIで処理した業務件数÷総業務件数)

AIを活用しなかった場合に当事業で実施する一連の業務である、

<1> 分析基盤の整備

<2> データ分析とインサイト抽出

<3> 施策の検討

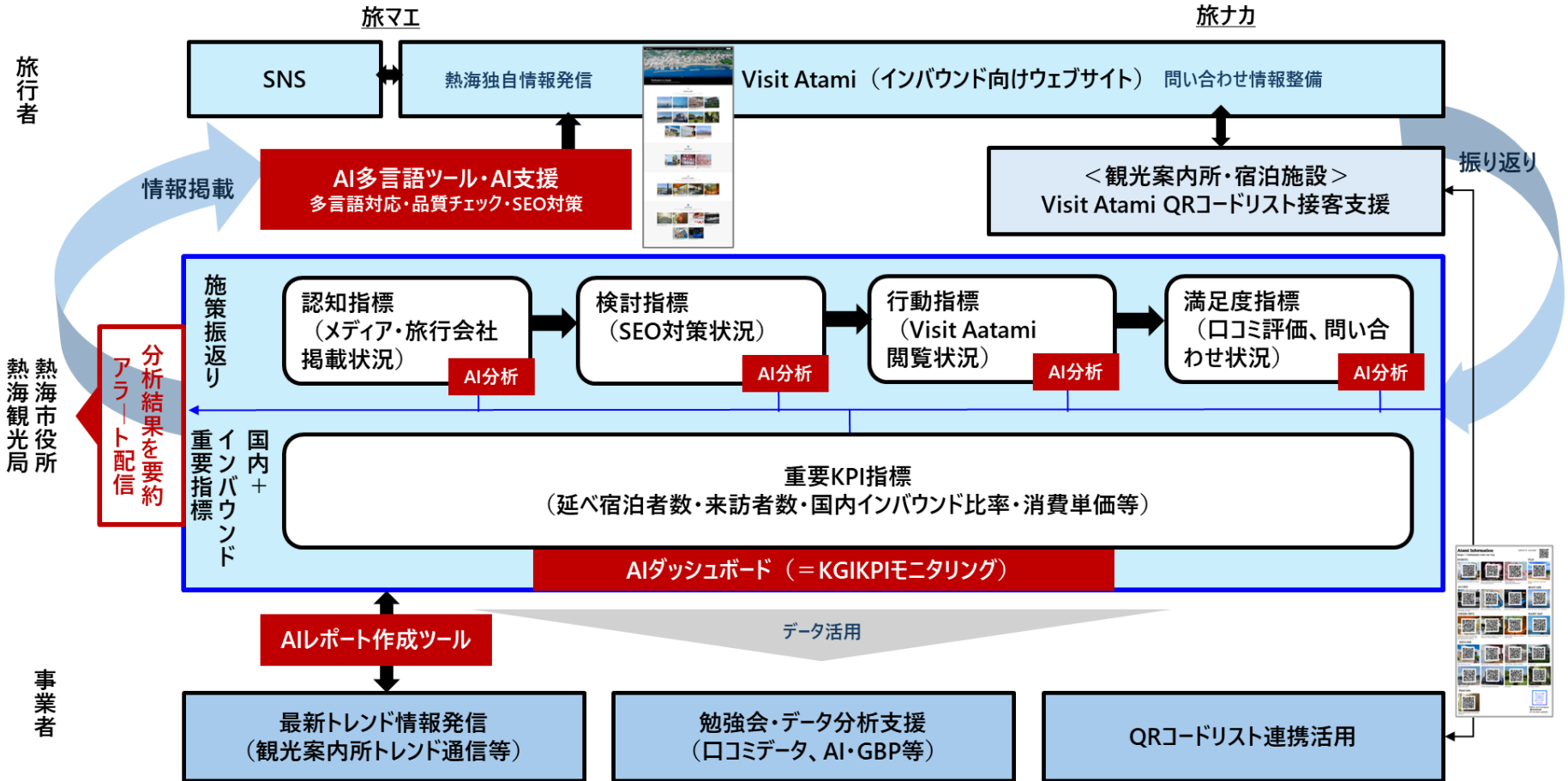
<4> 打ち手の意思決定・施策実施

<5> 施策の効果測定と振り返り

について、タスクベースに分解し、上記計算式にあてはめて評価を行います。

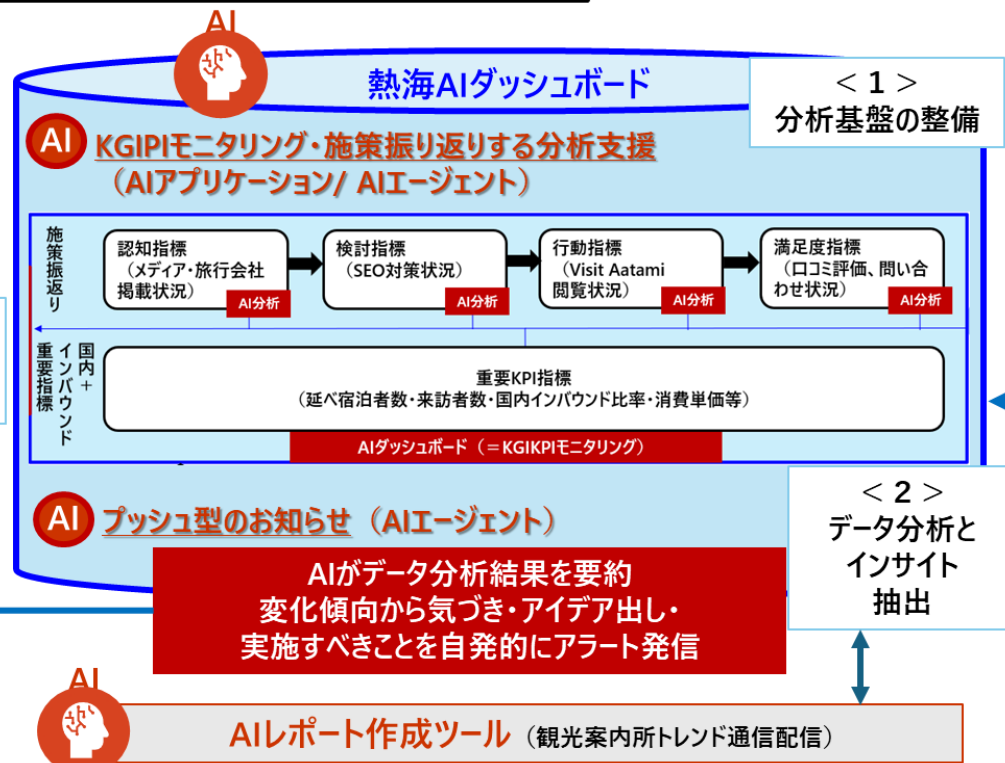
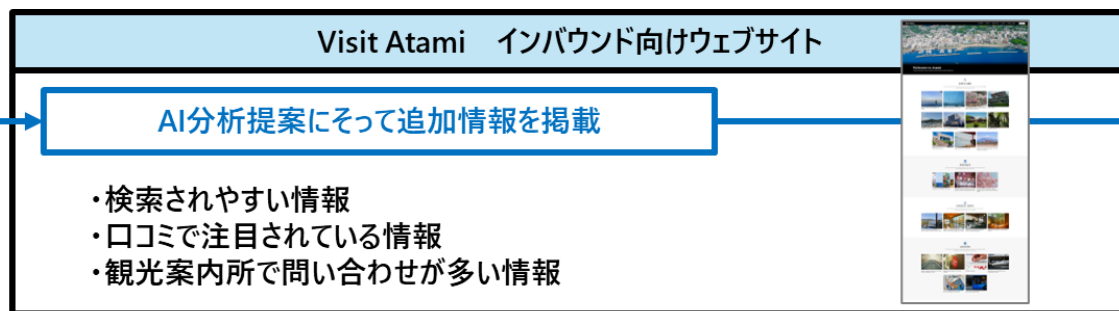
3.実証事業

(1) AIエージェントを活用した循環サイクル全体像（目指すべき姿）



3.実証事業

(1) <1>～<5>の業務サイクル全体像



3.実証事業

(1) AIエージェントを活用したタスク一覧

ステップ	タスク No.	タスク名/詳細	AI活用で自動化に取り組むタスク	自動化インパクト
<1> 分析基盤の整備	1	KGI・KPIの設計		
	2	AIダッシュボードのビジネス要件定義		
	3	AIダッシュボードで利用するサービスの検討		
	4	データ収集項目の検討・取得方法/頻度の検討		
	5	データベースの整理		
	6	分析ダッシュボードの整理		
	8	データベースの活用準備		
	9	分析ダッシュボードの活用準備		
	10	テスト・導入		
	<2> データ分析とインサイト抽出	11	データクレンジング・前処理	
12		データの抽出	○自動抽出	大
13		定量データの分析	○自動分析	大
14		定性データの分析	○テキスト解析・自動分析	大
15		分析結果の要約	○分析結果の要約	大
16		推奨アクション提案	○推奨アクションの具体提案	大
17		レポート作成	○配信手法にあわせたレポート作成	大
18		対象者へ配信	○自動検知・自動配信のモデル整備	大
<3> 施策の検討/意思決定	19	施策候補のアイデア出し	○施策案を自動生成	中
	20	分析結果に基づく課題整理・優先度付け		
	21	論点抽出・会議のファシリテーション・意思決定		
<4> 施策実施	22	施策別の具体的タスク・スケジュール案作成	○タスク・スケジュール案生成	中
	23	(施策実施例①) インバウンドウェブサイトの旅ナカ記事作成	○AI自動翻訳 (前期から実施中)	今期対象外
	24	(施策実施例②) 商談会資料の作成	○AI自動翻訳 (前期から実施中)	今期対象外
<5> 施策の効果測定と振り返り	25	施策後のウェブサイト、アラートメールの数値チェック・振り返り	○数値変化補足	中
	26	事業者へ勉強会・ヒアリング		
	27	まとめレポート作成 & 次サイクルへの提案	○ビジュアルレポート作成	中

本実証のAIエージェントでは、
 <2>の「抽出」～「分析」～「要約」～「提案」～「作成」～「配信」のプロセスの自動化に特に注力
 それを土台として<3>から<5>までの振り返りにつなげていった

3.実証事業

(1) AIエージェントを活用した循環サイクルにおける実証の狙い

AIエージェントでの自動化によって三方よしの価値創造を目指して推進します。AIによる自動化が、単なる工数削減にとどまらず、「地域（市・DMO）」「旅行者」「事業者」の3者にどのような質的变化をもたらしたかを実証しました。

対象	課題	提供価値仮説（AI自動化による変化）
地域（市・DMO）	データの収集、可視化、分析、傾向の読み取り、レポート作成等、それぞれに工数がかかり、施策実行や戦略方針策定に時間をかけにくい	「分析作業」から「検知アラート」へシフト ●データ抽出～分析～要約～アクション提案～レポート作成～アラート配信のプロセスを、AIで自動化するダッシュボードとメール配信機能を整備することで業務工数を削減 ●事業者との対話や勉強会等、人間が本来やるべき業務へリソースをシフトする
旅行者	必要なタイミングで、求めている多言語情報が見つかりにくい	「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へシフト ●AIが検索データや問い合わせ内容を分析し、そのニーズと記事を合致させることで、広告費をかけなくてもインバウンドの閲覧数を増加させる ●特に旅ナカでの利用率を増やして、現地の行動支援ツールとして機能する
事業者（宿泊施設・観光案内所）	日々の接客対応等で分析工数を確保することが難しく、大量の分析データを共有しても現場では活用しにくい	「分析結果」から「支援ツール」へシフト ●データを「分析結果」として渡すのではなく、AIでビジュアルやメッセージを最適化して「最新動向がわかるトレンド通信」や「すぐに使える接客ツール（QRコードリスト）」として渡すことで、現場での活用率を高めながら工数削減に寄与する、勉強会形式での活用の後押しも重要

3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal : 目標達成に向けたPDCAを「効果的かつ効率的に回せる体制づくり」と「業務工数の削減と生産性の向上」

KGI : 総自動化業務件数16件

KPI : 業務自動化率32%

取組	取組概要	頁
<p>取組① 【地域（市・DMO）】 AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築</p>	<p>データ抽出～分析～要約～アクション提案～レポート作成～アラート配信のプロセスをAIエージェントで自動化する「AIダッシュボード」と、メール配信機能「AI検知アラート」を整備します。</p>	<p>P.11</p>
<p>取組② 【旅行者】 AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信</p>	<p>「AIダッシュボード」で検索データや問い合わせ内容を分析し、インバウンドのニーズとマッチさせてAIで多言語化してウェブサイトに掲載します。</p>	<p>P.28</p>
<p>取組③ 【事業者】 AIレポート作成ツールで最新情報を事業者 に精度高く共有</p>	<p>AIで作成した「観光案内所トレンド通信」のレポートや、接客支援となるQRコードリストを事業者に配信して活用を促進します。</p>	<p>P.38</p>

3.実証事業

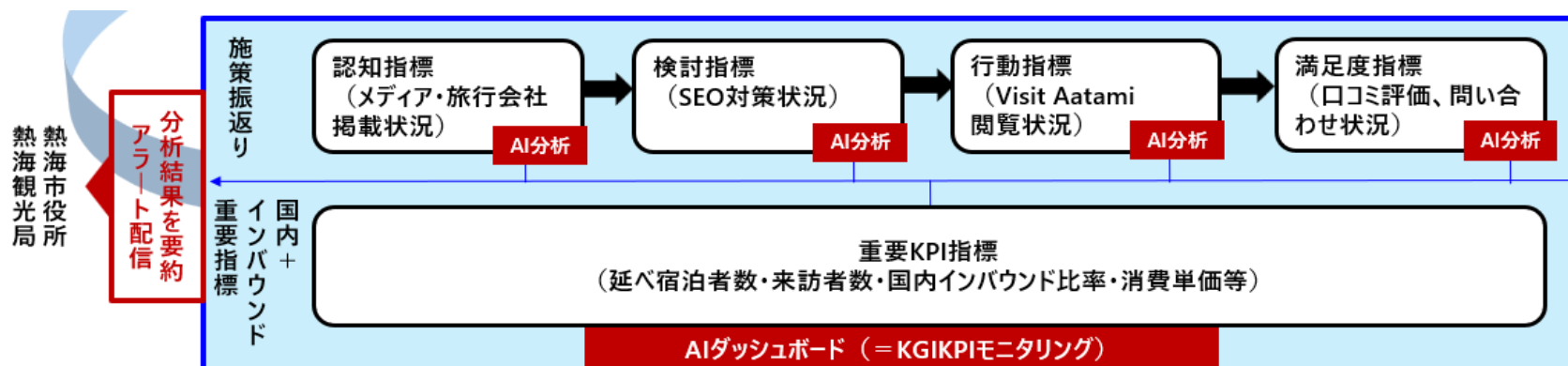
(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ 活用した生成AI概要

項目	内容
利用者	熱海市役所・DMO職員
利用シーン	KGI・KPIのモニタリング・施策振り返りから施策実施へつなぐ
利用モデル・システム	GPT-5.2/5.1 Gemini Pro 選定理由：分析や文章作成の質が高い
インプットデータ	KGI・KPI指標に直結するデータ
インターフェース	Looker Studio、Outlook、メール配信管理画面（ウェブアプリ）

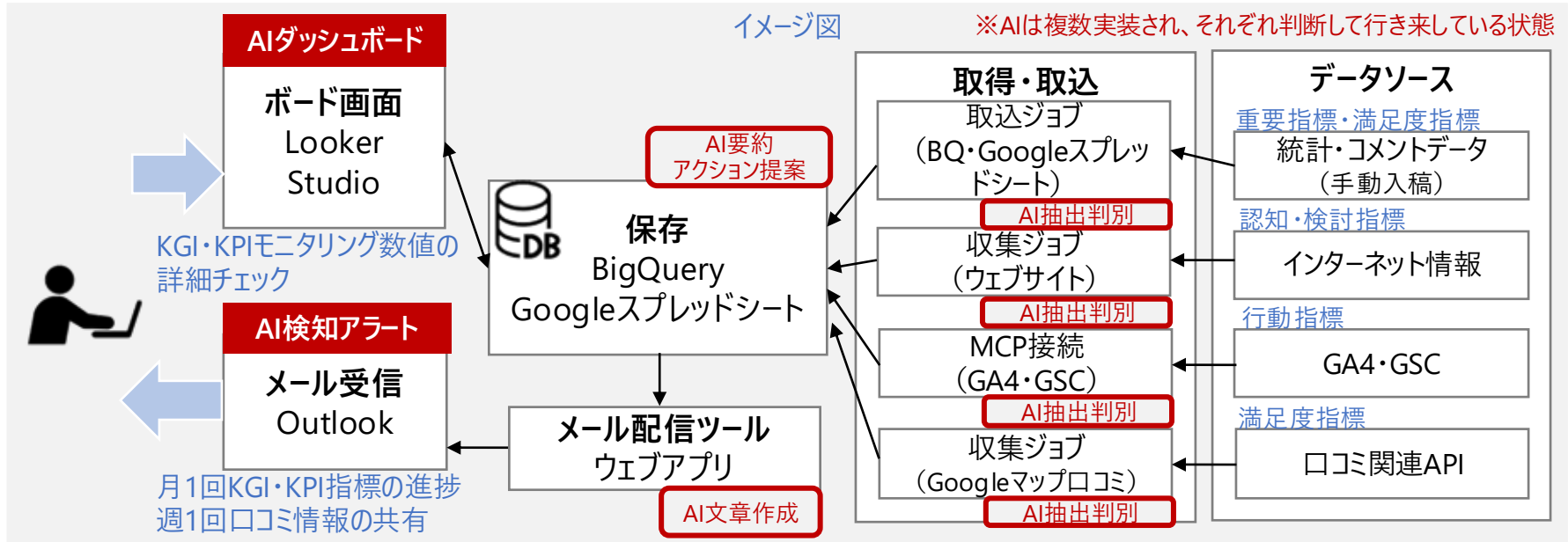
AIダッシュボード＋AI検知アラートの概要（P6全体像の対象箇所抽出）



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIダッシュボード + AI検知アラートの仕組み



解説

熱海市観光戦略に紐づく重要KPI指標・カスタマージャーニーに沿った「認知」「検討」「行動」「満足度」の施策振り返り指標をAIダッシュボードで詳細確認ができます。振り返り指標の画面には、データだけでなく、サマリとおすすめアクションの記載もあり、どのような情報を整備すればよいか等を把握することができます。AI検知アラートは、ダッシュボードに入らなくても週1単位でGoogleマップの口コミを受信、月1回のメールアラートではKGI・KPI指標の進捗状況を把握することが可能です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIエージェントで自動化したタスク詳細一覧と削減工数

指標		重要指標	施策振返り指標						
		KGI・KPI指標	認知指標		検討指標	行動指標		満足度指標	
活用データ		延べ宿泊者数等統計データ	toCメディア掲載情報	toB旅行会社掲載情報	Google検索結果	GA4	GSC	口コミデータ	観光案内所集計データ
要約結果 アウトプットイメージ		指標の数値進捗	主要メディア掲載傾向	旅行会社のツアー造成傾向	注力キーワード上位記事の傾向	ユーザー数・表示回数の推移	SEO対応施策の現状	ジャンル別・言語別の件数と評価点傾向	来館者の推移と国別トレンド
提案内容 アウトプットイメージ		中長期施策	ウェブサイト・SNSで強化すべき特集テーマ	ツアー造成促進のための差別化ポイント	ウェブサイトの新規作成・リライト内容	ウェブサイトの優先改善ページ案	SEO施策の具体案	ネガティブ情報への緊急対応案（注意喚起等）	設備・案内等の受け入れ整備案
AI自動化	抽出		●	●	●	●	●	●	●
	分析	●	●	●	●	●	●	●	●
	要約	●	●	●	●	●	●	●	●
	提案	●	●	●	●	●	●	●	●
	作成	●				●	●	●	●
	配信（アラートメール連携）	●					●	●	●
以前の工数/分（手作業）		240	300	240	360	270	270	450	90
現在の工数/分（AI活用）		35	4	4	4	6	6	6	3
AI導入での削減量		7分の1	75分の1	60分の1	90分の1	45分の1	45分の1	75分の1	30分の1

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIダッシュボード

● Looker Studioでの搭載項目

指標	項目
重要指標	延べ宿泊者数（全体）
	延べ宿泊者数（国内・インバウンド比率・ベンチマーク比較）
	延べ宿泊者数（国内・インバウンド）
	旅行者数（全体）
	旅行者数（国内・インバウンド）
	消費額（ベンチマーク比較）
施策振返り 指標	【認知指標】toC主要メディア掲載データ
	【認知指標】toB旅行会社・商談会データ
	【比較指標】SEO注力キーワード掲載データ
	【検討指標】GA・GSCデータ
	【満足度指標】口コミデータ
	【満足度指標】観光案内所データ

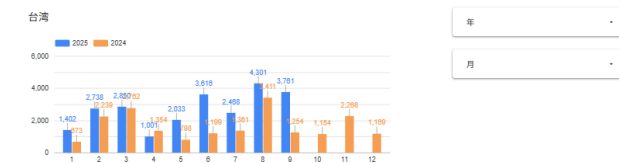
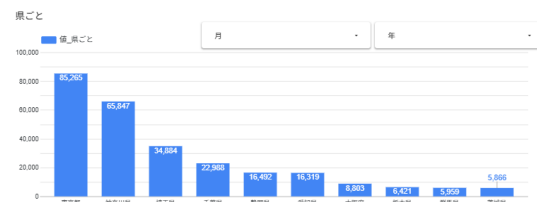
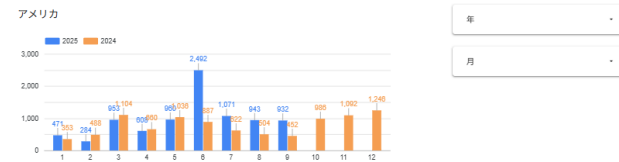
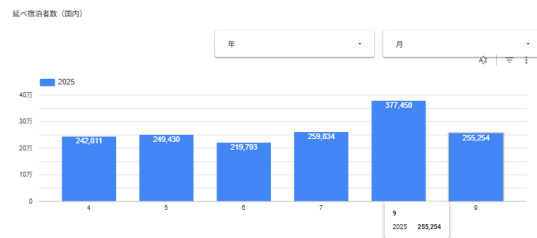
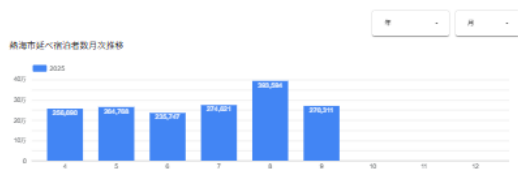
3. 実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIダッシュボード

● Looker Studio画面イメージ



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIダッシュボード

● Looker Studio画面イメージ



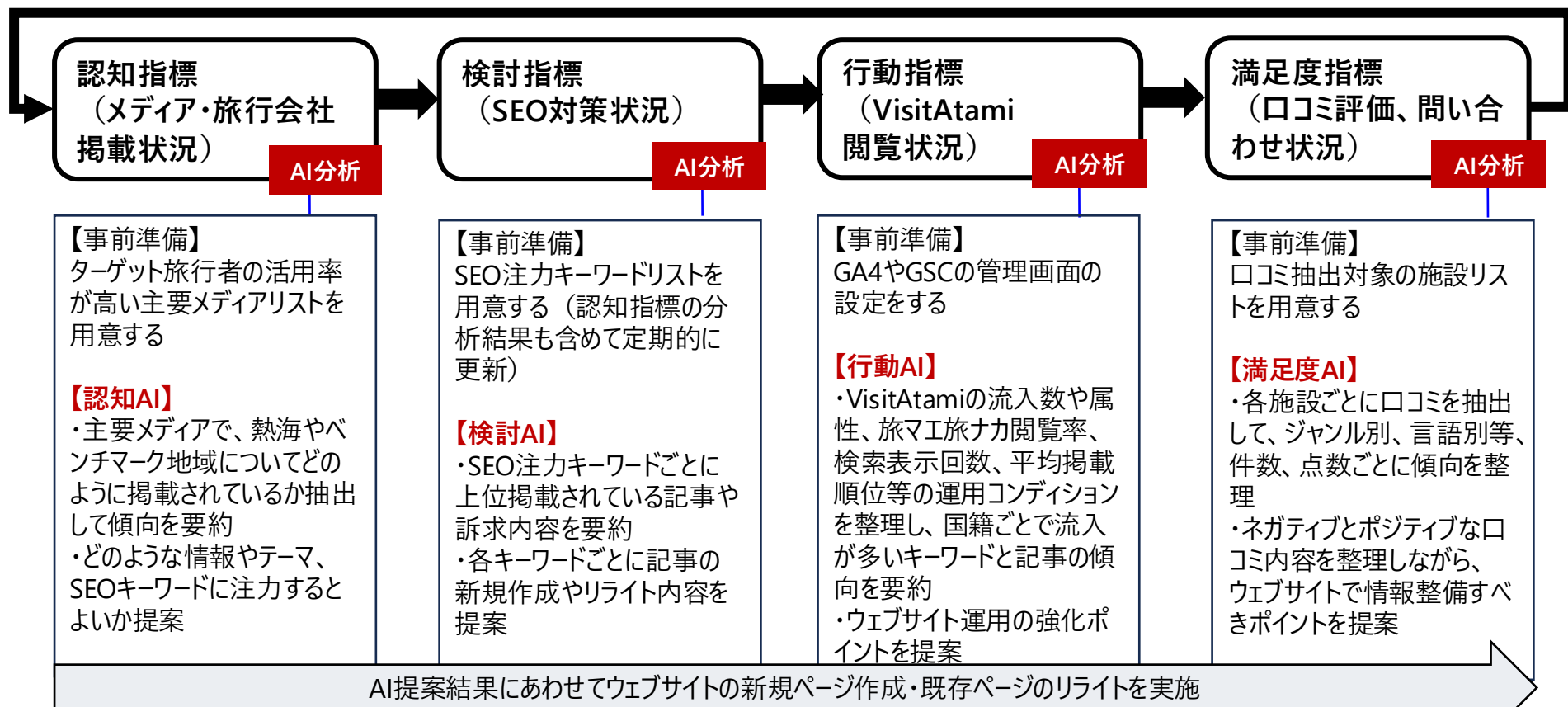
3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AIダッシュボード

- 施策振り返り指標ごとのAI分析とウェブサイト運用の連動イメージ



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラートの配信ルール

アラートメール種類	配信目的・内容
月1回メール (経営視点)	KGI・KPI指標の進捗を把握するため、重要KPI指標とウェブサイト運用の進捗について市役所・DMOへ自動配信
週1回メール (現場視点)	口コミデータをネガティブとポジティブに分けて抽出し、緊急度のレベルを3つにわけて、対応すべき内容案とセットで、市役所・DMOへ自動配信

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラート月1回メール (受信例)

熱海市役所 熱海観光局の皆様

いつもお世話になっております。
2025年9月の観光関連データの進捗について、以下の通りご共有いたします。
*試験のため9月分のデータとなっております。かつ、実際の数字は確認の後にご利用ください。

※単月集計期間: 2025年9月1日~9月30日
※前月比は2025年8月比です
※累計集計期間: 2025年4月1日~9月30日(前年同期比)
※VisitAtami(直近30日): 2025-12-15~2026-01-13(前30日比)

1. 延べ宿泊者数(総数)

【4~9月累計】

総数: 1,935,757 泊(前年同期比 N/A)
国内: 1,811,279 泊(前年同期比 N/A)
インバウンド: 81,158 泊(前年同期比 +0.1%)

【9月単月】

総数: 270,211 泊(前月比 +0.2%)
国内: 255,254 泊(前月比 +0.2%)
インバウンド: 15,057 泊(前月比 +6.7%)
国内/インバウンド比率: 国内 96.1% / インバウンド 3.9%(参考)

【国内居住者構成(上位)】

- 東京都: 95,532 泊(33.5%)
- 神奈川県: 57,758 泊(21.4%)
- 埼玉県: 30,548 泊(11.3%)
- 千葉県: 26,161 泊(9.7%)
- 愛知県: 17,837 泊(6.6%)
- 静岡県: 13,334 泊(4.9%)
- 大阪府: 8,894 泊(3.3%)

2. 来訪者数

【4~9月累計】

総数: 5,222,716 人(前年同期比 N/A)
国内: 5,078,619 人(前年同期比 N/A)
インバウンド: 243,857 人(前年同期比 +1.4%)

【9月単月】

総数: 1,021,859 人(前月比 +1.9%)
国内: 975,688 人(前月比 +2.2%)
インバウンド: 46,171 人(前月比 +4.2%)

【インバウンド国籍(上位)】

- 中国: 18,646 人(構成比: 40.4%)
- 台湾: 7,895 人(構成比: 17.0%)
- 韓国: 3,288 人(構成比: 7.1%)
- 香港: 2,394 人(構成比: 5.2%)
- その他: 2,524 人(構成比: 5.5%)
- アメリカ: 1,709 人(構成比: 3.7%)
- ドイツ: 1,466 人(構成比: 3.2%)

【傾向】

- 9月単月の総数は1,021,859人で、前月比 +1.9%。
- 国内は975,688人で、前月比 +2.2%。
- インバウンドは46,171人で、前月比 +4.2%。
- インバウンド国籍上位は中国(40.4%)、台湾(17.0%)など。

3. インバウンド消費動向

旅行消費単価: 42548 円
宿: 22795 円
飲食費: 8,184 円
娯楽等サービス費: 2,212 円

4. VisitAtami(GA4:直近30日ウオッチ)

※直近30日(前30日比)のウオッチ指標です。

アクティブユーザー(全体): 1,398(前30日比 +9.2%)
アクティブユーザー(国別 Top5):

- Japan: 288
- United States: 168
- Hong Kong: 158
- Taiwan: 154
- Singapore: 115

アクティブユーザー(言語×国 Top10):

- English / Japan: 177
- English / United States: 161
- Chinese / Taiwan: 138
- English / Singapore: 111
- Chinese / Hong Kong: 83
- English / Hong Kong: 74
- English / Australia: 69
- English / Canada: 65
- English / Malaysia: 59
- Japanese / Japan: 48

セッション全体: 2138(前30日比 +6.0%)
セッション参加元 Top5:

- google / organic: 1,738
- direct / phone: 205
- bing / organic: 27
- docs.google.com / referral: 22
- not set: 21

※前30日の母数が小さい場合、前30日比が大きくなる可能性があります。

【傾向】

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラート週1回メール (受信例)

宛先:熱海市役所 熱海観光局の皆様

以下、直近に収集した観光口コミの分析結果を共有いたします。
(データソース:Google マップ/主要観光・宿泊・飲食施設/全言語対応)
対象期間(JST):2025/12/23 0:00:00 ~ 2025/12/30 0:00:00

● Level 1(情報共有)今週の概要
- 全体:239 件 / 平均 4.13

ジャンル別

- ホテル/旅館:156 件 / 平均 4.19
- 飲食店/カフェ/スナック:23 件 / 平均 4.04
- 街並み:18 件 / 平均 4.33
- 観光施設:15 件 / 平均 3.60
- 芸術/文化:7 件 / 平均 3.71
- その他:20 件 / 平均 4.20

言語別

- 日本語:132 件 / 平均 3.96
- テキストなし:73 件 / 平均 4.27
- 英語:13 件 / 平均 4.31

全体ムードは「安定的に高評価」。特にホテル・旅館と街並み系の評価が高く、韓国語・繁体字中国語レビュー。観光施設分野は平均 3.60 とやや課題が見られ、アクセス説明・施設動線に関する指摘が目立ちます。

【代表的な口コミ抜粋】

1. マックス/パリュ熱海店(街並み / 韓国語 / ★5)
「Aeon ATM 이 여러대 있다. 쇼핑하기 좋고 맥주 정말 다양함」
2. 伊豆寒舎(ホテル/旅館 / 韓国語 / ★5)
「조용한 시골마을의 느낌. 바다가 바로 내려다보이는 숙소. 친구류 부들부들 포근했고」
3. 迎賓館(ホテル/旅館 / 韓国語 / ★5)
「영빈관 내부와 정원 티켓이 각각 구매. 여권이 있어야하고 짐검사 있어요」
4. ACAA FOREST(観光施設 / 日本語 / ★4)
「タクシー運転手に“アカオフォレスト”が伝わらず“ホテルニューアカオ跡地”と言うと理解。徒歩行程が高い」
5. Jacket(飲食店 / 英語 / ★5)
「Great curation of clothing. Thanks to Kenmoku for helping us so professionally.」

3. 一部寺社の鑑賞動線に関する不満(来宮神社)

- 指摘内容:「日さまが正面から見えないなど視認性の問題
- 軽量対応案:
・参拝順路の簡易案内ポップ追加
・写真付き案内の SNS 投稿強化

● Level 3(要対応)

今週は該当なし。

今週のポジティブ(広報活用可能)

- 伊豆寒舎(韓国語): 海の眺望や寝具が絶賛
- 迎賓館: 内部・庭園の評価が高く、文化体験として認知上昇
- Jacket(飲食/物販): 接客の質が外国語レビューでも高評価
- マックス/パリュ: 利便性・品揃え評価が訪日客に刺さっている

提案アクション(担当案/期限目安)

- 【高】ACAA FOREST 等のアクセス案内整理(観光局 / 1ヶ月以内)
- 【中】主要観光地の歩行難易度表示導入(観光局 / 3ヶ月以内)
- 【低】寺社の順路案内の軽微改善(各管理者+観光局連絡調整 / 3~6ヶ月)

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラートメール配信管理画面（メール送信）

熱海市観光
メール配信システム

メール送信
レポートメールを送信

AI下書き生成
ロコミ分析レポートを自動生成

ロコミデータ (週間)
直近1週間の集計・分析

ロコミ検索
全期間のロコミデータ検索

送信頻度設定
配信スケジュールを管理

△ 本番環境モード
送信機能は一時的に無効化されています

メール送信

観光ロコミ分析レポートをメールで送信します

送信先メールアドレス
example@email.com, example2@email.com
複数のメールアドレスはカンマ区切りで入力

メールタイトル
メールのタイトルを入力してください

メール本文
メールの本文を入力してください (HTML形式で入力可能)

送信元メールアドレス
onboarding@resend.dev
Resendで認証済みのメールアドレスを使用してください

メールを送信

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラートメール配信管理画面（AI下書き生成）

熱海市観光
メール配信システム

メール送信
レポートメールを送信

AI下書き生成
ロコミ分析レポートを自動生成

ロコミデータ (週間)
直近1週間の集計・分析

ロコミ検索
全期間のローデータ検索

送信頻度設定
配信スケジュールを管理

AI下書き生成

ロコミデータを基にAIがレポートメールを自動生成します

AI実装済み 保存済み

9件のロコミを取得済み
対象期間: 2026/1/5 ~ 2026/1/12

詳細を見る

プロンプト設定

AIへの指示を編集・保存できます **事前にプロンプトを入力する**

保存済み 最終更新: 2025/12/23 15:25:36 保存

あなたは熱海市観光課向けのメール作成の専門家です。以下のフォーマットに従って、観光ロコミ分析結果のメールを作成してください。

【メールフォーマット】

- 宛先：熱海市役所 熱海観光局の皆様
- 冒頭：以下、直近に収集した観光ロコミの分析結果を共有いたします。
(データソース：Googleマップ/主要観光・宿泊・飲食施設/全言語対応)
- Level 1 (情報共有) 今週の概要
以下の統計情報を必ず含めてください：
- 全体ロコミ件数、平均点数
- ジャンルごとのロコミ件数、平均点数 (例：宿泊施設、飲食店、観光施設など)
- 言語ごとのロコミ件数、平均点数 (例：日本語、英語、中国語など)
その他、全体ムード、評価の高い施設・サービス、体験コンテンツの評価、言語動向などを簡潔に記載
- Level 2 (注意喚起/軽量対応の提案)
- 同様の指摘が複数みられる項目について、短期で改善できる対策を記載
- 各項目について「軽量対応案」を含める
- Level 3 (要対応)

プロンプトを修正した後は保存ボタンを押してください。BigQueryから取得した今週のロコミサマリーは、下書き生成時に自動追記されます。

下書きを生成

「下書き生成」を押すと、事前に配信メール内容をチェックでき、修正したい箇所があれば指示を出して更新ができる

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラートメール配信画面（口コミデータ/直近1週間の集計・分析）

直近1週間分の口コミデータの概要を確認できる画面

The screenshot shows a web interface for analyzing review data. On the left is a dark sidebar with navigation options: 熱海市観光 (Atami City Tourism), メール送信 (Email Send), AI下書き生成 (AI Draft Generation), 口コミデータ (週間) (Reviews Data (Weekly)), 口コミ検索 (Review Search), and 送信頻度設定 (Send Frequency Settings). The main content area is titled '口コミデータ' (Review Data) and includes a 'データを更新' (Update Data) button. A summary card shows '最新データ取得済み' (Latest data acquisition complete) for the period 2026/1/8 0:00:00 ~ 2026/1/15 0:00:00, with a '2026/1/8 ~ 2026/1/15' filter. Below this are three summary cards: '総口コミ件数' (Total number of reviews) with a bar chart icon, '平均評価' (Average rating) with a star icon, and 'サンプル抽出' (Sample extraction) showing '120件' (120 items). The main section is divided into two columns: '言語別トップ' (Top by Language) and 'ジャンル別トップ' (Top by Genre). The language table lists: 日本語 (113 items, 4.12), テキストなし (53 items, 4.53), 英語 (14 items, 4.57), 中国語(繁体字) (6 items, 4.67), 中国語(简体字) (1 item, 5.00), and その他 (1 item, 5.00). The genre table lists: ホテル/旅館 (115 items, 4.16), 飲食店/カフェ/スナック (20 items, 4.50), アクティビティ (11 items, 4.36), 芸術/文化 (10 items, 4.70), 寺社 (9 items, 4.56), and その他 (23 items, 4.52). At the bottom, a 'レビュー抜粋 (ランダム40件)' (Review Excerpt (Random 40 items)) section shows a sample review for 'ゲストハウス恵' (Guest House En) with a 4-star rating, dated 2026/1/10. The review text describes a stay in a guest house, mentioning the location, cost, and amenities like a hot spring and breakfast.

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ AI検知アラートメール配信画面（口コミ検索/全期間のローデータ検索）

全期間のローデータを検索ができてローデータをダウンロードできる画面

口コミデータ検索
指定した期間・条件で口コミのローデータを検索・閲覧できます。

期間 (開始) 2026/01/07 期間 (終了) 2026/01/14 キーワード 店舗名や本文... 並び替え 日付 (新しい順)

検索

検索結果: 215 件 (表示: 1~100 件目 / 100件ずつ)

CSVダウンロード 最大5000件

ローデータをCSVダウンロードができる

日付	店舗名	評価	口コミ内容	言語	ジャンル
2026/1/13 8:50:56				日本語	ホテル/旅館
2026/1/13 6:38:05				日本語	アクティビティ
2026/1/13 6:19:27				テキストなし	ホテル/旅館
2026/1/13 5:36:22				テキストなし	交通
2026/1/13 1:08:45				日本語	観光施設
2026/1/12 22:43:06				テキストなし	アクティビティ

期間やキーワードで検索可能

ローデータをCSVダウンロードができる

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

関係者のみ閲覧・活用するデータベース、AIダッシュボードとして運用しています。外部へ共有する場合は、AI検知アラートメール管理画面で事前に配信内容をチェックし、配信内容のデータを精査することができます。今後は事業者が求める情報と連動しながら、順次配信対象を増やしていく予定です。

生成内容の信頼性確保

- ・AIダッシュボードのデータベースとなるローデータはGoogleスプレッドシートと連携しているため、関係者はいつでも詳細データを確認することができ、自らいつでも更新が可能です。（万が一更新に間違いがあっても履歴をたどって戻すことも可能です。）
- ・サマリやおすすめアクションのAIプロンプト指示も確認して都度更新が可能です。
- ・AI検知アラートメールの配信内容は、下書きチェックができるので配信内容を事前に調整することができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ まとめ

取組前 (before)

KGI・KPI指標・施策
振り返り指標は、各
管理画面やデータの
抽出をアナログで行っ
ており、分散したデー
タを都度整理・分析
をしていたため、工数
がかかっていました。

取組結果 (after)

●データ抽出～分析～要約～アクション提案～レポート作成～アラート配
信のプロセスを自動化するAIダッシュボードとメール配信機能を整備すること
で業務工数を**最大90分の1**に削減。観光施策の実行に集中しやすい体制
の構築につながりました。
●観光協会、旅館組合、交通事業者、商業施設等と連携した地域との
対話や、実施策の取組や効果を発表する場に工数をシフトできました。

取組結果の分析

・要因分析：目指すべき全体像を描き、KGI・KPI指標にそって具体的な振り返り指標を設計し、それぞ
れ必要なデータや分析、アウトプットイメージを明確にしてからAIエージェントで実装してプッシュ型にしました。

・残課題：プロンプトの指示を増やしすぎると処理しきれず、狙い通りの回答や文字数にならない場合が
あります。モデルを変更するか、今後は「Skill*」の導入も検討していく予定です。

*プロンプトを毎回長く書かなくても、特定の役割・処理を安定して実行させるために定義された“機能単位（半固定プロンプト）”

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIダッシュボードとAI検知アラートにより効率的なPDCAサイクルを構築

■ 工夫した点・注力した点

1. 統計データと振り返りデータの並走

観光戦略に紐づく観光データをウォッチすることは大切ですが、高速にPDCAをまわすためには実施策に紐づく振り返り指標を把握する必要があります。振り返り指標を中心にAIエージェントで自動化を行い、ウェブサイト運用と連動していきました。

2. プッシュ型でのアラートメール配信

旅行者の満足度に直結するようなネガティブな口コミは、レベル別に分類してアラートメールですぐ検知できるような仕組みにしました。プッシュ型にすることで、数値のコンディションを効率的に把握でき、気になる点があればAIダッシュボードで確認するという流れができました。

(例えば、アラートメール内に施設・サービス等に対する評価の高いコメントがあった場合、具体的な口コミを確認し、ウェブサイトの記事に反映しました。)

3. データで気になる点があればローデータまで確認できる仕組み

Googleスプレッドシートにローデータを集約したため（AIダッシュボードからローデータダウンロードも可能）、詳細数値を即座に確認することができ、それを踏まえてプロンプト等の調整も可能な体制にしました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 活用した生成AI概要

項目	内容
利用者	熱海市役所・DMO職員・外部パートナー
利用シーン	AI分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信
利用モデル・システム	GPT-5.1/Claude Opus 4.5 選定理由：多言語の文章を流暢に生成可能
インプットデータ	分析：AIダッシュボードの認知・検討・行動・満足度指標 多言語生成：上記分析結果と注力SEOキーワード、固有名詞対象リスト
インターフェース	多言語生成：ブラウザ上で使えるAI多言語ツール（ウェブアプリ）

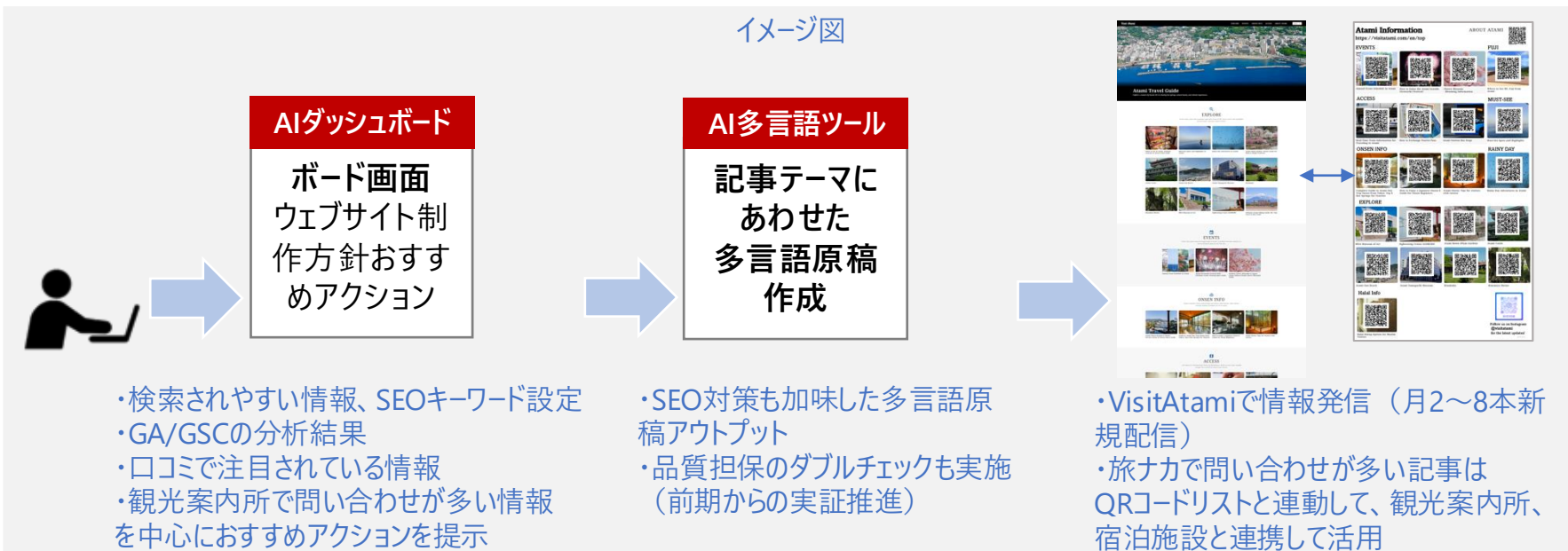
AIダッシュボード分析結果からAI多言語ツールへの概要（P6全体像の対象箇所抽出）



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 分析結果からAI多言語ツールでウェブサイト制作のステップ



解説

AIダッシュボードから旅行者のニーズを明らかにして（SEO注力キーワードで整備すべき内容、口コミや観光案内所の問い合わせから受け入れ整備として対応すべき情報が何か等）、AIおすすめアクションにそって情報整備の優先順位をつけました。AI多言語ツールで、SEOキーワードにそった多言語原稿をアウトプットしてAIダブルチェックを行うことで、多言語品質を高めてスピーディにウェブサイト情報掲載ができました。加えて、旅ナカで問い合わせが多い情報を中心に、QRコードリストも事業者と連携して活用しています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 制作した記事内容（一部） ※メインターゲットのアメリカ（英語）・台湾（繁体字）で作成

花火大会年間スケジュール

熱海梅園季節イベント

年間イベントカレンダー

宿泊施設（タワーポリシーガイド）

おすすめ飲食情報

This article provides a comprehensive guide to the Atami Fireworks Festival 2026. It features a main image of fireworks exploding over the sea. Below the title, there is a detailed schedule table with columns for Date, Time, and Location. The table lists various fireworks events throughout the year, such as 'Atami Fireworks Festival' on July 2nd and 'Atami Fireworks Festival' on July 3rd. The article also includes sections for 'Best Viewing Spots' and 'How to Get There & Tickets'.

This article serves as a visitor guide for the Atami Plum Garden. It includes a main image showing people walking through a field of blooming pink plum trees. The article provides 'Basic Information About Atami Plum Garden', including its location and hours. It also features a section titled 'The History of Atami Plum Garden' with an image of a person sitting on a bench under a tree. A map is included to show the garden's location relative to the city of Atami.

This article presents an 'Annual Event Schedule in Atami'. It features a main image with a collage of local scenery. The article lists various events throughout the year, such as 'Atami Fireworks Festival' and 'Atami Plum Garden'. It includes a section for 'How to Get There & Tickets' and a 'Spring (March-May)' section with an image of a traditional festival float.

This article is a policy guide for visitors to Atami Onsen Ryokan and Hotels. It features a main image of a ryokan building overlooking the sea. The article includes a map of Atami showing the locations of various onsen and hotels. It provides detailed information on 'Private Onsen & Tattoo Policy', including a table with columns for 'Onsen Name', 'Address', 'Phone Number', and 'Website'. The article also includes sections for 'Walking Distance from Atami Station' and 'Accessibility by Sea or Car from Atami Station'.

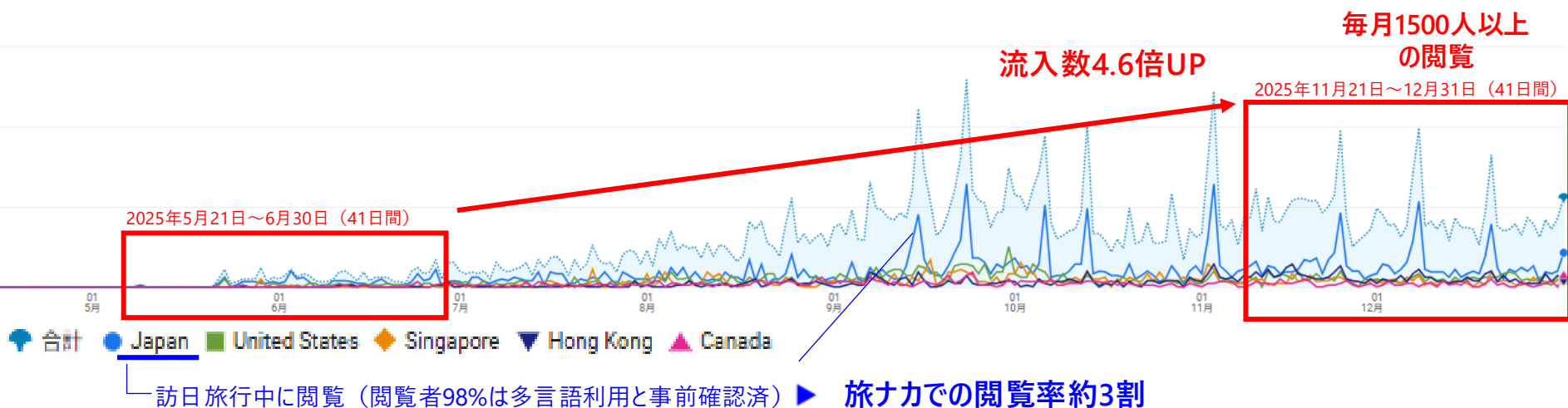
This article is a food guide for Atami, featuring a main image of a seafood market stall. The article includes a section titled '1. "Traditional Delights": More Than Just Sushi' with an image of a bowl of ramen. It also features a section titled '2. Aki no Sake: "Aki no Sake" Street Food' with an image of a street food stall. The article provides a list of recommended restaurants and food items, including a table with columns for 'Restaurant Name', 'Address', 'Phone Number', and 'Website'.

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ VisitAtamiへの流入数（GA4分析）



解説

- ・ウェブサイトを正式に5月に立ち上げて～半年弱で、流入数4.6倍まで増加しました。広告費用はかけずに、毎月アクティブユーザー1500人以上のインバウンドが閲覧するウェブサイト成長しています。
- ・旅ナカでの問い合わせ情報を中心に受け入れ情報整備を強化したことで、旅ナカでの閲覧率は約3割を維持し、訪日中にも活用されています。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ VisitAtamiのGoogle検索表示回数（GSC分析）



解説

- ・Googleでの検索表示回数は、立ち上げ当初と比べて15.3倍に大幅UPしました。毎日5000以上の検索表示露出を維持するようになっています。
- ・Googleの平均掲載順位も42.6位から6.3位へ大幅UPし、特に花火大会、温泉、ツアー、熱海梅園、桜に関連するキーワードでの流入が増加しています。

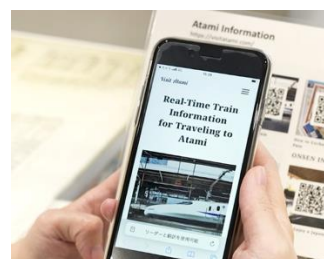
3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 記事と連動したQRコードリストの活用



観光案内所



宿泊施設



宿のフロントでQRコードリストを設置
事業者を集めたAI活用勉強会にて、
前期のAI実証実験の共有とともに約50施設へ
QRコードリストを配布して活用を推進中

ウェブサイトの記事と連動したQRコードリストを
事業者へ配布して連携して活用

観光案内所でQRコードリストで補足しながら
説明することで接客工数を約3割削減

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

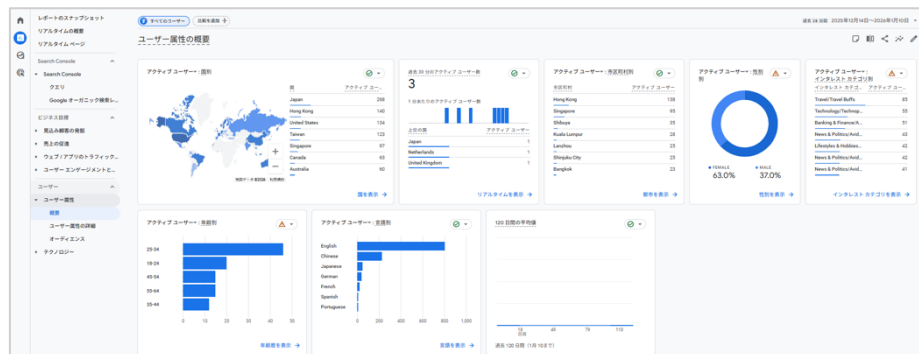
■ 応用編：GA4分析画面からペルソナイメージ具体化

インプットデータ

GA4のユーザー属性画面

入力|Geminiに画面キャプチャを読み込ませてペルソナ分析

GA4のユーザー属性画面をキャプチャ添付して、「VisitAtamiへ流入しているペルソナ像をまとめて」と指示してペルソナ像のイメージを詳細化



分析からのペルソナイメージ（例）

- ・主に英語・中国語を使用
- ・25～34歳の女性を中心。仕事や学業で来日している在住インバウンド、または初訪日～再訪日層の個人旅行者
- ・東京・大阪等の大都市に滞在、または香港・シンガポール・台湾等から訪日前に情報収集中
- ・旅ナカでは渋谷や新宿で熱海の情報を調べている
- ・温泉や海、街歩き等「日本らしいリラックス体験」を求め、東京近郊でアクセスの良い熱海に関心
- ・旅行好きでITリテラシーが高く、SNS・検索・地図アプリを使って自分で旅程を組むタイプ

プロンプト等の工夫・ルール等

GA4のデータからターゲット像をより詳細にイメージしたい場合、GA4管理画面をキャプチャをし、どのような属性のユーザーがVisitAtamiへ流入しているのかを定期的に分析しています。キャプチャを貼るだけで、手軽にターゲットペルソナ像を検討することが可能です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

多言語にした記事や写真は、市・DMOとのチェックを経て、必要なものは事業者に事前に確認するフローで運用します。AIで多言語化した情報は必ず人のチェックを入れて、ウェブサイトに掲載するステップに進むルールにしています。

生成内容の信頼性確保

・多言語にした記事の情報は、定期的にネイティブチェックにかけて修正対応しています。指摘があった箇所は、注意事項や固有名詞リストとしてAI多言語ツールに登録して学習するフローを徹底しています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ まとめ

取組前 (before)

最低限の基本情報を、ウェブサイトが多言語で掲載するにとどまっていた。

取組結果 (after)

●AIダッシュボードの分析結果をベースにすることで、旅ナカで問い合わせが多い情報に加えて、旅マエに備えて熱海市の差別化しやすいテーマ設定や、SEO注力キーワードに関する優先順位をつけることができ、計画的に新しい情報を頻度高く掲載することができました。(月2～8本新規配信)

●広告費ゼロで月間1500人以上のインバウンド流入を獲得しました。表示回数は4.6倍UP、検索表示回数は15.3倍UPしました。平均掲載順位は42.6位から6.3位までUPしました。

●旅ナカ利用率約3割を維持し、現地での行動支援ツールとして機能しています。

●インバウンド旅行者数は前年対比で約1.3倍UPしました。ターゲットとしているアメリカは約2.2倍、台湾は2.0倍UPしています。 (2024年4-11月/2025年4-11月)

取組結果の分析

・要因分析：旅行者のニーズにそって、SEO注力キーワードの進捗をAIダッシュボードで確認できます。競合掲載内容に対して、熱海はどのようなディスクリプションとタイトル、記事にすればよいか具体化しながら、注力キーワードにそった記事を一気通貫で作成 + QRコードリスト化を行いました。

・残課題：記事に適した写真や地域独自情報を収集するには、依然としてアナログ対応が必須のため、この点も含めた効率的な業務フローの整備をさらに進めたいと考えています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AIダッシュボード分析～AI多言語ツールで旅行者が求める情報をスピーディに発信

■ 工夫した点・注力した点

1. 地域独自情報が求められる旅ナカの情報整備に最も注力

問い合わせが多い情報を毎月把握することで、ツアーの受け入れレベルが一覧化されている温泉施設情報や、年間イベントカレンダー、桜の見どころ・開花情報、二次交通情報等の地域でなければまとめられない独自情報を整理・集約し、情報発信の土台をつくりました。

2. SEO注力キーワードに合わせてダイレクトに多言語記事作成

AIダッシュボードのおすすめアクションをベースに、SEO注力キーワードにあわせて、SEO対策としてタイトル、ディスクリプション、記事のデータ構造化設定、段落設定、内部リンク設定等を行いました。SEO対策だけでなく、今後のAEO対策も意識して整備しています。

3. 前期の実証実験で整備したAI多言語ツールと連動して施策実行サイクルへ

AI多言語ツールで、多言語品質のダブルチェックや固有名詞リストの登録をしながら多言語品質も高めるサイクルを構築しています。

3.実証事業

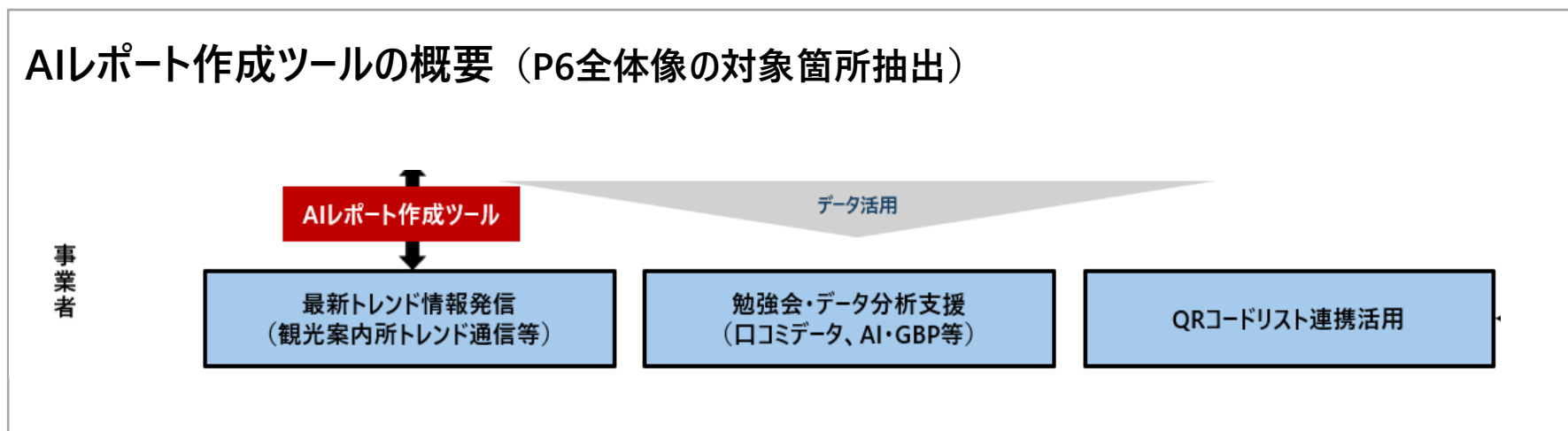
(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ 活用した生成AI概要

項目	内容
利用者	熱海市役所・DMO職員
利用シーン	事業者に共有する「熱海観光案内所トレンド通信」レポート作成
利用モデル・システム	GPT-5.2/5.1 選定理由：分析の質も高く高速でレポート生成可能
入力データ	観光案内所の来館者データ
インターフェース	ブラウザ上で使えるAIレポート作成ツール（ウェブアプリ）

AIレポート作成ツールの概要（P6全体像の対象箇所抽出）



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ AIレポート作成ツールの仕組み

イメージ図



解説

観光案内所のデータを入力して「レポート作成」ボタンを押すだけで、観光案内所の最新動向レポートが作成されます。「どんな国籍や属性の方が来館したか」「どんな問い合わせが多いか」「どんな目的で熱海や施設に来訪しているか」「熱海以外の地域はどこを周遊しているか」「観光案内所の方が実際に接客した上での気づき」等がグラフとともに表出され、気になる文章があればそのまま修正することも可能です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

AIレポート作成ツールのステップ

以前

①観光案内所の来館データを取得 ②各シートごとに分析 ③各シートごとにグラフ化 ④分析して施策をまとめる ⑤レポートを作成

現在

①観光案内所の来館データをGoogleスプレッドシートと連携

「レポート作成」ボタンを押すだけでレポート自動作成

当初90分かかっていた業務を3分に短縮し、30分の1に工数削減
このレポート結果も参考に新規記事をウェブサイトに掲載 + QRコードリストに情報を追加



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ AIレポート作成ツール

● UI/UX

～熱海観光案内所トレンド通信 2025年12月～

関係者の皆様へ

いつも大変お世話になっております。熱海市観光経済課です。観光案内所と連携し、2025年12月の訪問傾向やお問い合わせ内容を取りまとめた。今度も月1回のペースで配信してまいりますので、ご活用ください。お気づきの点がございましたら、ご意見をお寄せください。

※本通信は観光案内所のデータをAIにて自動レポート化しております。

1. 外国人来客数の動向

2019年は月あたりおおよそ300～450名程度で推移し、3月の64名と大きく落ち込んだ一方、8月は452名と期間内でも高い水準でした。2022年は年間を通じて20～52名程度と低水準で、2019年と比べて大きく減少しています。2023年は1～3月に280～353名まで回復したものの、4月は43名まで再び落ち込み、その後は年後半に向けて持ち直して11～12月は各256名となりました。2024年は過年で高水準となり、2月の798名をピークに、多くの月が400名前後で安定して推移しています。2025年は（データがある）4～12月で309～499名の範囲で推移し、4月の499名が期間内の最大となりました。2024年ほどの突出は少ないものの、2023年や2022年よりは明確に多い水準が続いています。

グラフ：観光案内所の外国人来客数推移

2. 国別来客数のトレンド

2025年12月は18か国の来客がありました。香港が最多（73人）で高水準を保っています。台湾（42人）と米国（37人）が続き、上位3地域が全体を支えています。一方、中国は24人と前月（98人）から大きく減少しました。マレーシアは11人へ増加し、韓国は12人へ減少するなど、国ごとの動きには6つの変化が見られます。

グラフ：国別来客数

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ AIレポート作成ツール（管理画面）



「プロンプト編集」ボタンを押す

現在登録しているプロンプトが確認でき、プロンプトの変更が直接可能。プロンプトのアウトプットレビューも同じ画面上で事前チェックが可能



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ 生成AIの入出力

出力結果（熱海観光案内所トレンド通信アウトプットレポート）

～熱海観光案内所トレンド通信 2025年12月～

関係者の皆様へ
いつも大変お世話になっております。熱海観光経済課です。
観光案内所と連携し、2025年12月の訪問傾向やお問い合わせ内容を取りまとめました。
今後6月1回のペースで配信してまいりますので、ご活用ください。
お気づきの点がございましたら、ご意見をお寄せください。
※本通信は観光案内所のデータをAIにて自動レポート化しております。

1. 外国人来客数の動向
2019年は年間を通じておおむね300～450名台で推移し、8月（452名）を中心に比較的稳定した来船が見られます。
2022年は年間を通じて20～50名台と、2019年と比べて大きく落ち込んでいます。
2023年に入ると、1～3月は280～353名と一時的に2019年に近い水準まで回復するものの、4～10月は40～130名台と再び低水準が続き、11・12月に256名まで戻ると、月ごとのばらつきが大きい状況です。
2024年は1月以降安定して高水準が続き、2月（798名）をピークに、概ね400～490名台で推移しています。2019年と比べても多くの月で上回っており、外国人来客数が大きく回復・拡大している様子が見えます。
2025年は4月以降のデータでは、4月（499名）を起点に、夏にかけてやや減少しつつも300～430名台で推移しており、2024年後半と同程度か、月によってはやや少ない水準です。全体としては、2019年を明確に上回る水準で安定しているといえます。

グラフ：観光案内所の外国人来客数推移

2. 国別来客者のトランプ
2025年12月は19か国・地域から来船がありました。最多は香港で、次いで台湾、米国、中国の順となり、特に香港は高い水準を保っています。一方で、中国は年初から比べると落ちた水準となっている。イタリヤ、インド、スペイン、ポーランド、ドイツからの来船は見られず、欧州の一部では減少がみられます。アジアでは香港・台湾・韓国・マレーシア・フィリピン・タイからの来船が続いており、引き続きアジア圏が全体を支える構図となっています。

グラフ：国別来客者数

3. 主な問い合わせ内容
2025年12月の問い合わせ状況を見ると、「市内観光」に関する問い合わせが引き続き最も多い状況です。11月と比べると全体の件数はやや減少しており、とくに「市外観光」や「市内観光」で減少が見られます。一方で、「ラスカ」や「宿泊施設（主に旅館）」、「飲食店・土産店」への問い合わせは、11月と同程度かやや増加しており、買い物や宿泊とあわせて利用ニーズがうかがえます。全体として、特定分野に偏重しやすくなること、比較的確率のよくなる傾向となっています。

グラフ：問い合わせ内容カテゴリ別件数

4. 観光目的スポット・アクティビティ
市内では、MOA美術館、熱海城、米宮神社、十国峠、ロープウェイなど定番の観光スポットが通年で安定した関心を集めています。直近12月は、MOA美術館（15件）、十国峠（9件）、米宮神社（9件）、熱海城（12件）のほか、「マップ、目的無し」（16件）、「その他パス」（16件）が上位に入り、目的地を絞らない散策志向と、市内問題をバスを活用した移動が定着している様子が見えます。イベント関連では、2月の花イベント（218件）や夏期・秋期の花火大会（8月44件、11月16件）など、開催月に問い合わせが大きく伸び、その後は落ちる季節要因が明確です。サンビーチは夏（8月14件）にピークを過ぎつつ、その前後の月も一定の件数があり、通年での海辺散策ニーズが続いているとみられます。

5. 観光案内所の所感まとめ
【観光客層の変化】
2025年12月は「19か国から311名」と、前月より全体数は落ち着いた月でした。なかでも特徴的だったのが、中国からの観光客の大幅減少（前月比-75.5%）です。一方で、香港・台湾などのアジア圏は引き続き多く、「依然アジアが半数以上を占める」状況が続いています。

増加が見られたのは香港、米国、オーストラリアで、10月以降シンガポールが増加傾向。減少は韓国、カナダ、欧州各国で、とくに中国は激減しました。

グループ構成については、中国、欧州は1名での来店率が高め。他は2名～4名となっています。

【問い合わせ内容と傾向】
問い合わせが多かった観光地は、MOA美術館、熱海城、熱海御園（紅葉まつり）、十国峠、米宮神社、ロープウェイ、サンビーチの順。

イベントでは、「熱海海上花火大会（12件）熱海御園紅葉まつり（10件）」と、花火と紅葉まつりがほぼ同等の関心度で、冬の花火を楽しみたい方と、晩秋～初冬の紅葉を求めている方が同時に混在しているのが特徴的でした。

出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

観光案内所にも作成したレポートを都度確認して推進しています。AIレポート作成ツールの内容について、現場でも納得感があると好評で、観光協会、旅館組合、交通事業者、商業施設が集まる定例会でも活用が進んでいます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

観光案内所からデータを収集し、Googleスプレッドシートに連携しています。個人情報等を含むデータは活用していません。

生成内容の信頼性確保

- ・元データは管理画面から直接確認できる仕様にし、プロンプトも直接修正できる仕組みにしました。
- ・レポート配信の文言に、「※本通信は観光案内所のデータをAIにて自動レポート化しております。」と記載して配信しています。
- ・元データを収集している観光案内所担当者のチェックを通してから、レポートを配信するフローにすることで、内容の整合性を確保しています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ まとめ

取組前 (before)

観光案内所から取得したデータをレポート化するにあたり、テキストの作成とエクセルのグラフ化を別々に行っていたため、最終的な統合作業に特に工数がかかっていました。

取組結果 (after)

- レポート作成ボタンを押すだけで、テキストとグラフが一体化したレポート「観光案内所トレンド通信」が瞬時に作成され、**30分の1に業務工数が削減**されました。
- 「観光案内所トレンド通信」は国籍ごとのニーズと受け入れ動向がわかると好評で、地域主要6組織（観光協会、旅館組合、交通事業者、商業施設、市役所、観光局）が参加する定例会で活用しています。
- QRコードリストは50社以上に配布**しており、観光案内所では**接客工数約3割削減**に寄与しています。
- 「AI活用勉強会」の**満足度は98%**です。（宿泊施設・飲食店等 54名参加）

取組結果の分析

- ・要因分析：データを「分析結果」として渡すのではなく、事業者が活用できるツールとして、示唆も含めたレポートやQRコードリストの形式で整備しました。
- ・残課題：QRコードリスト更新時の効率的な配布方法について検討する必要があります。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ AIレポート作成ツールで最新情報を事業者に精度高く共有

■ 工夫した点・注力した点

1. キャッシュ導入でスピード高速化 & 一期一会をなくす

AIでレポートを生成すると文章が都度更新されてしまうため、一度出力したレポートを特定の箇所だけ修正できないことが課題でした。それを解決するため、キャッシュを残す仕組みを導入し、時間が経過した後も一度出力したレポートをそのまま修正できるようにしました。（リセットボタンを押せば新規レポートの作成も可能です。）

2. テキストとグラフをミックスしたレポートを瞬時に生成

レポートの各パートごとに役割分担を行いAIに指示を出す設計にしています。事前に準備して出力するパーツと、AIが生成するパーツをそれぞれ分け、一つずつ指示を出す仕様です（グラフに必要なグラフの配列だけ出力する指示）。問題を切り分けてそれぞれ独立させることで、テキストとグラフをミックスしたレポート作成が可能になりました。

3. 管理画面で直接プロンプト修正とローデータチェックができるUI

AIツールを整備すると、現場でプロンプトを修正しにくくなるため、アウトプットするツールだけでなく、管理画面で直接ローデータをチェックしながらプロンプトの修正を行えるUIにしました。

4.総括

(1) 実証事業の結果

KGI・KPIの進捗結果

KGI：項目：総自動化業務件数 最終値22件

KPI：項目：タスク自動化率 最終値40%

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	最終値
KGI	実績値	-	-	10件	15件	17件	22件	-	22件
	目標値	-	-	8件	10件	14件	16件	-	16件
	進捗率(%)	-	-	50%	93%	106%	138%	-	138%
KPI	実績値	-	-	20%	32%	36%	40%	-	40%
	目標値	-	-	16%	20%	28%	32%	-	32%
	進捗率(%)	-	-	50%	100%	112%	125%	-	125%

KGI・KPIの進捗結果の分析

・P8のタスク一覧の<2>のデータ分析とインサイト抽出に特に注力し、AIエージェントで自動化したことで目標数値を達成することができました。

4.総括

(1) 実証事業の結果 (KGI達成22件の内訳)

赤枠の11タスク×2名 = 22件 を自動化

ステップ	タスク No.	タスク名/詳細	AI活用で自動化に取り組むタスク	自動化インパクト
<1> 分析基盤の整備	1	KGI・KPIの設計		
	2	AIダッシュボードのビジネス要件定義		
	3	AIダッシュボードで利用するサービスの検討		
	4	データ収集項目の検討・取得方法/頻度の検討		
	5	データベースの整理		
	6	分析ダッシュボードの整理		
	8	データベースの活用準備		
	9	分析ダッシュボードの活用準備		
	10	テスト・導入		
	<2> データ分析とインサイト抽出	11	データクレンジング・前処理	
12		データの抽出	○自動抽出	大
13		定量データの分析	○自動分析	大
14		定性データの分析	○テキスト解析・自動分析	大
15		分析結果の要約	○分析結果の要約	大
16		推奨アクション提案	○推奨アクションの具体提案	大
17		レポート作成	○配信手法にあわせたレポート作成	大
18		対象者へ配信	○自動検知・自動配信のモデル整備	大
<3> 施策の検討/意思決定	19	施策候補のアイデア出し	○施策案を自動生成	中
	20	分析結果に基づく課題整理・優先度付け		
	21	論点抽出・会議のファシリテーション・意思決定		
<4> 施策実施	22	施策別の具体的タスク・スケジュール案作成	○タスク・スケジュール案生成	中
	23	(施策実施例①) インバウンドウェブサイトの旅ナカ記事作成	○AI自動翻訳 (前期から実施中)	今期対象外
	24	(施策実施例②) 商談会資料の作成	○AI自動翻訳 (前期から実施中)	今期対象外
<5> 施策の効果測定と振り返り	25	施策後のウェブサイト、アラートメールの数値チェック・振り返り	○数値変化補足	中
	26	事業者へ勉強会・ヒアリング		
	27	まとめレポート作成 & 次サイクルへの提案	○ビジュアルレポート作成	中

4.総括

(1) 実証事業の結果

実証事業を通じて得られた成果

対象	取組前	取組後 (▶ AI自動化による仮説を実証)	▶ 実証成果
地域 (市・DMO)	データの収集、可視化、分析、傾向の読み取り、レポート作成等、それぞれに工数がかかり、施策実行や戦略方針策定に時間をかけにくい	「分析作業」から「検知アラート」へシフト ●データ抽出～分析～要約～アクション提案～レポート作成～アラート配信のプロセスを自動化するAIダッシュボードとメール配信機能を整備することで業務工数を削減 ●事業者との対話や勉強会等、人間が本来やるべき業務へリソースをシフトする	●業務工数を最大90分の1（手動で360分かかる作業を4分へ）に削減、観光施策実行に集中しやすい体制を構築 ●観光協会、旅館組合、交通事業者、商業施設等と連携を強化できた
旅行者	必要なタイミングで、求めている多言語情報が見つかりにくい	「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へシフト ●AIが検索データや問い合わせ内容を分析し、そのニーズと記事を合致させることで、広告費をかけなくてもインバウンドの閲覧数を増加させる ●特に旅ナカでの利用率を増やして、現地の行動支援ツールとして機能する	●広告費ゼロで月間1500人以上のインバウンド流入を獲得、表示回数4.6倍UP、 検索表示回数15.3倍UP ●旅ナカ利用率約3割を維持、QRコードリストと連携して支援ツールとして機能 ●熱海へのインバウンド旅行者数は前年対比で約1.3倍UP（ターゲットとしている アメリカは約2.2倍、台湾は2.0倍UP ）
事業者 (宿泊施設・観光案内所)	日々の接客対応等で分析工数を確保することが難しく、大量の分析データを共有しても現場では活用しにくい	「分析結果」から「支援ツール」へシフト ●データを「分析結果」として渡すのではなく、AIでビジュアルやメッセージを最適化して「最新動向がわかるトレンド通信」や「すぐに使える接客ツール（QRコードリスト）」として渡すことで、現場での活用率を高めながら工数削減に寄与する、勉強会形式で活用の後押しも重要	●「観光案内所トレンド通信」を地域主要6組織が参加する定例会で活用。国籍ごとのニーズと受け入れ動向がわかると好評 ●QRコードリストは 50社以上に配布 、観光案内所では 接客工数約3割削減 に寄与 ●「AI活用勉強会」の 満足度98% （宿泊施設飲食店等54名参加）

4.総括

(2) 事業の考察

成果

①【地域（市・DMO）】「分析作業」から「検知アラート」へのシフト

●事業の全取組を通じて得られた成果

本事業の取組により、データ収集・分析・レポート作成等にかかる業務工数を最大で90分の1まで削減（手動で360分かかる作業を4分へ）することができました。これにより、観光施策の検討や実行に集中しやすい体制を構築することができました。また、観光協会、旅館組合、交通事業者、商業施設等の関係者との情報共有が円滑になり、**地域内連携の強化**につながりました。

●成果の要因

従来の「分析結果を作成すること自体」を目的とした業務から脱却し、**施策判断に直結する「検知・要約・提案」に重点を置いた設計へ転換**したことが、成果につながった要因です。

データ抽出から分析、要約、レポート作成、アラート配信までを一体的に自動化したことで、必要な際に情報をキャッチしやすくなりました。

●プロセス

取組初期においては、各指標のデータ取得の定義や、その他「何を検知すべきか」「どの指標が意思決定に必要か」について、要件整理に苦勞しました。

この課題に対しては、「次にどのような行動を取るための情報か」という問いを起点に検知項目を絞り込み、関係者間で合意形成を行いました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

②【旅行者】「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へのシフト

●事業の全取組を通じて得られた成果

本取組により、広告費をかけることなく月間1,500人以上のインバウンド旅行者の流入を獲得しました。あわせて、情報の表示回数は**4.6倍**、検索表示回数は**15.3倍**に増加しました。また、QRコードリスト等と連携することで、旅ナカにおける情報利用率は**約3割を維持**し、熱海へのインバウンド旅行者数は前年比で**約1.3倍**となりました。特にターゲット市場である**アメリカは約2.2倍**、**台湾は約2.0倍**と高い伸びを示しました。

●成果の要因

単なる多言語翻訳ではなく、検索データや問い合わせ内容を分析し、**旅行者のニーズを起点とした情報設計**へ転換したことが、自然流入の増加につながりました。旅行者のカスタマージャーニー指標にそって分析できる構造を整えたことで、検索評価の向上と、現地行動への接続の両立が実現しました。

●プロセス

検索キーワードや問い合わせ内容を基に、旅行者のニーズを整理し、優先度の高いテーマから段階的に情報を整備しました。また、現地情報の変化に対応するため、更新しやすい運用ルールを整備し、QRコード等の現地接点から得られる反応を改善に反映させました。その結果、検索面での評価向上と、旅ナカでの実利用の双方に効果をもたらしました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

③【事業者（宿泊施設・観光案内所）】「分析結果」から「支援ツール」へのシフト

●事業の全取組を通じて得られた成果

「観光案内所トレンド通信」は、地域の主要6組織が参加する定例会において活用され、国籍別ニーズや受入動向を把握できる点が高く評価されました。また、QRコードリストは**50社以上に配布**され、観光案内所においては**接客工数を約3割削減**する効果が確認されました。あわせて実施した「AI活用勉強会」では、**満足度98%**（54名参加）という高い評価を得ました。

●成果の要因

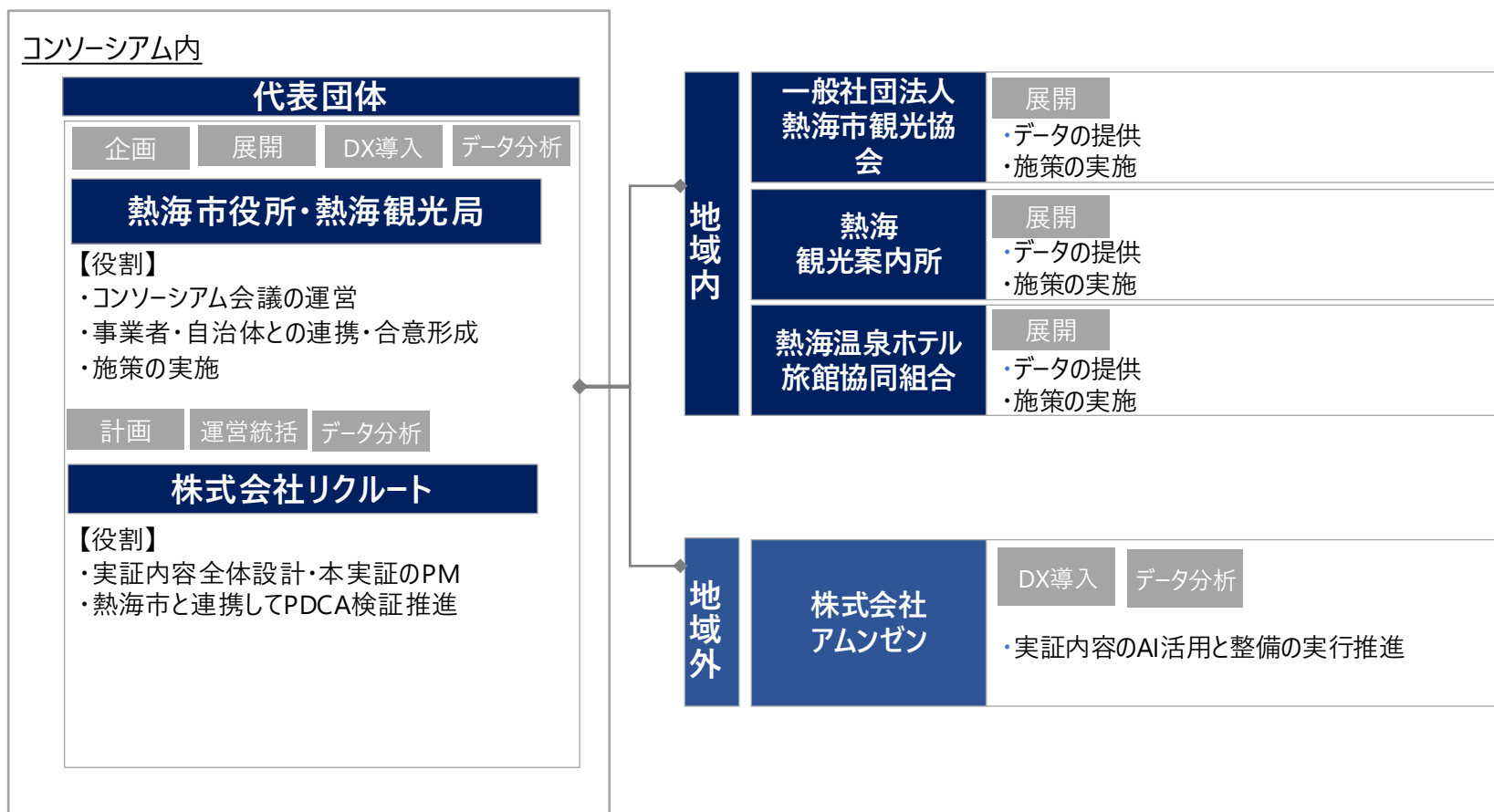
分析結果をそのまま提供するのではなく、現場ですぐに使える形（**トレンド通信、接客ツール**）に変換したことが、活用促進と効果創出につながりました。さらに、定例会や勉強会を通じて活用方法を共有したことで、ツールが現場に定着しました。

●プロセス

現場は日々の接客業務で多忙であり、従来の詳細な分析資料は活用されにくい状況にありました。この課題に対し、会議用の「トレンド通信」と、現場用の「QRコードリスト」を使い分けることで、利用場面に応じた情報提供を行いました。また、定期的に各関係者との会話を通じて共通の指標や視点を共有し、組織間の認識差を埋める工夫を行いました。

5.実施体制

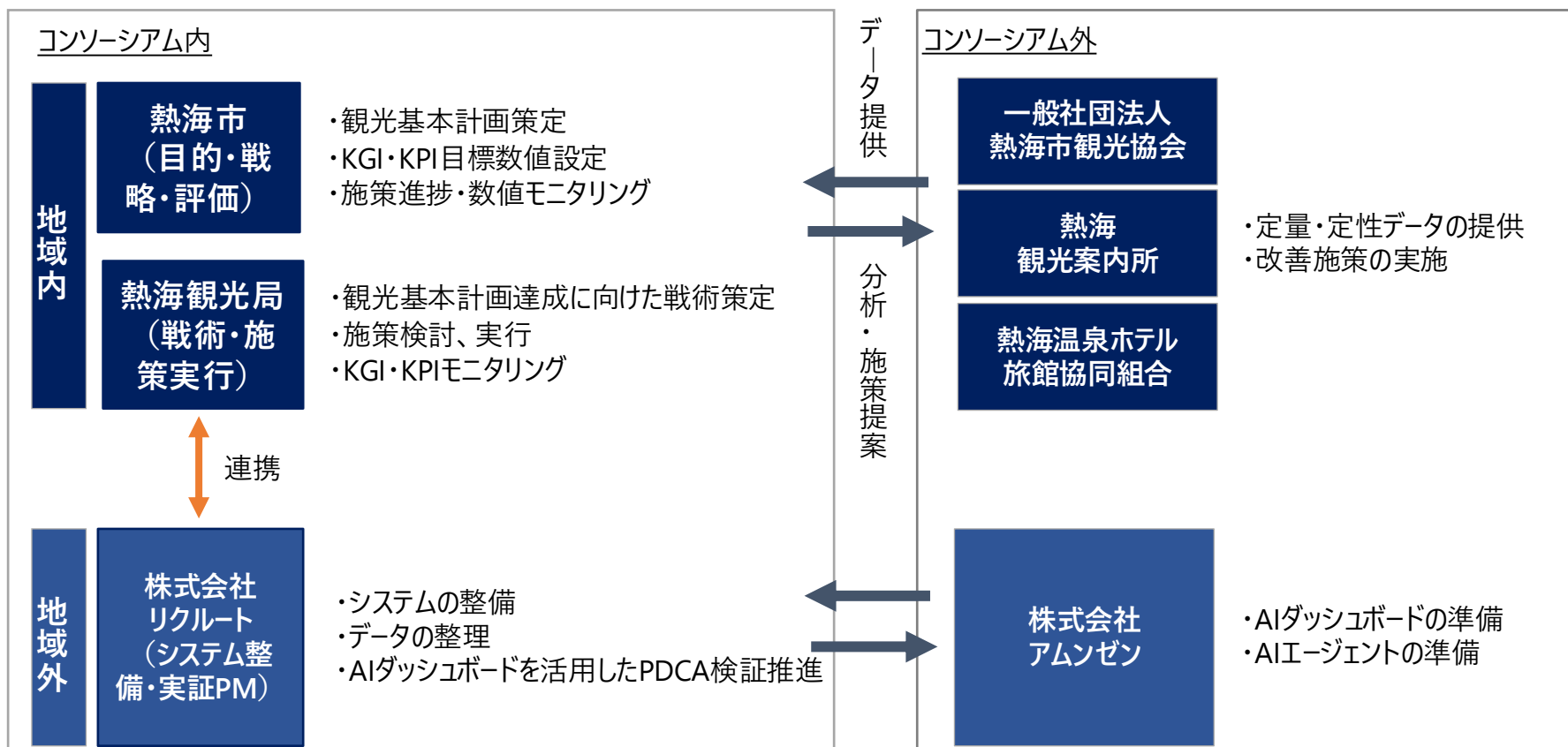
(1)体制図



5.実施体制

(2) 各メンバーの役割

市が「目的・戦略・評価」を担い、観光局が「戦術設計・施策実行」を担当、リクルートはそれらの実現可能性を高めるため「システム整備・実証PM」の役割をもって事業を推進しました。事業者からのデータ提供にあたっては、市・観光局が接点となり収集し、リクルートとアムンゼンでデータ活用に向けたシステムを整備しました。データ基盤から得られた課題を踏まえて施策を検討し、地域へ還元する流れで事業を進めました。



6. 今後の展望

取組の展開・拡大方針

現在熱海市の観光戦略策定中のため、最新方針にそった重要KPI指標をAIダッシュボードに追加予定です。（平準化指標・高付加価値化指標等）また、その指標達成にむけAIダッシュボードを基盤としたPDCAサイクルを効率的かつ効果的に回していくための「地域の連携体制」も同時に整えていく予定です。

システム等の運用体制

AIダッシュボードと各AIツールの運用保守・AIツールやモデルにあわせたバージョンアップを継続できる運用体制で推進予定です。また、最低限の予算で継続的にAIダッシュボードを運営するための体制を整えていきます。

取組継続のための財源確保方針

引き続き安定した財源の確保が見込める「宿泊税」を活用していく予定です。AIダッシュボードのブラッシュアップ、事業者や旅行者に向けてニーズの高い情報発信等、価値を感じてもらえるための活動も並行して実施予定です。

データ収集・分析・活用体制

P6全体像（目指すべき姿）にあわせてAIダッシュボードを起点に引き続き地域全体が連動しながら活用を推進していきます。また、データ活用の機運を高めるべく事業者に向けた勉強会も実施予定です。

7.おわりに

AI活用のポイント：持続可能なサイクルを作る3つのコツ

1. 観光統計データと施策振り返りデータは「並行して詳細化」する

持続可能なサイクルを効果的 & 高速にまわすためには、市場の動き（統計）と自組織の打ち手（施策）の両方の解像度を上げることが、PDCAをまわしやすくする鍵となります。

2. 一気にAIを導入せず、業務を「細かく分解」してトライアンドエラーを繰り返す

連鎖的な業務フローをAIエージェントで一気に作るのは難易度が高いです。業務を一つ一つ丁寧に分解し、AIの出力をどう次につなぐか検証を繰り返すことが、精度を高める近道になります。

3. データはそのまま渡さず、「要約してプッシュ型」で共有すると活用促進しやすい

大量のデータはそのままでは解釈が難しいです。要約文と示唆をまとめた「アラートメール」や、現場コメントや傾向の変化を着目させるレポート形式でプッシュ配信を行うことで、地域全体の活用を促すことができます。