



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

インバウンド向け飲食・体験代理予約AIの開発

箱根温泉生成AI推進コンソーシアム

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レコメンド機能の整備

取組2.AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

取組3.宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

取組4.得られたデータの飲食店・事業者への展開

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

箱根は単なる温泉地にとどまらず、雄大な自然、歴史ある神社仏閣、数多くの美術館、そして多彩なアクティビティが共存する複合リゾートです。食や文化を含め、訪れるたびに新しい発見があり、多様な目的を持つ旅行者を飽きさせない奥深さが最大の魅力です。

特徴

- ・圧倒的な集客力:年間旅行者数 約2,000万人(うち宿泊客約450万人)を誇る日本有数の観光地です。
- ・多様な観光資源:温泉・自然・歴史・美術館・アクティビティが地域内に集積しています。
- ・都心からの好アクセス:首都圏からの交通利便性が高く、日帰りから滞在型まで幅広い需要に対応します。

取組エリア

箱根温泉



1.はじめに

(2) コンソーシアム

コンソーシアム名

箱根温泉生成AI推進コンソーシアム

実施主体

■ 代表団体／企業

箱根DMO（一般財団法人箱根町観光協会）

■ 活動地域

箱根温泉

■ 活動概要・経歴

年間約2,000万人の旅行者が訪れる大規模な観光地において、当観光協会は、複数の観光協会、旅館ホテル、飲食土産物店、大規模な美術館博物館、交通事業者等、400以上の事業者が会員となっています。

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

- ・箱根地域ではインバウンドの旅行者数も近年増加傾向であり、それに伴い宿外での夕食需要が高まっています。
- ・一方で、宿による事前の飲食店情報の発信不足や、予約システムの整備不足が原因となり、夕食難民やコンビニ等で済ませてしまうインバウンドが増加しています。
- ・本事業では、夕食のAIレコメンドと予約のワンストップ化に取り組むことで、旅行者の満足度向上と地域内消費の拡大を図ります。
- ・また、得られたデータを地域内飲食店や事業者へ展開し、メニュー開発、営業日、シフトの検討等に活用することで、地域全体の観光価値向上を目指します。

2.地域が目指す姿・事業概要

事業概要

本事業では、箱根地域において、インバウンド向けに生成AIを活用した飲食店のレコメンドおよび代理予約機能を提供します。

多言語対応していない予約サイトにおいても、生成AIが多言語対応チャットボットを通じて施設のレコメンドを行い、代理で予約をすることで、旅行者の利便性向上を図ります。

これにより、地域内の飲食店利用者数の拡大を図るとともに、得られたデータを事業者に展開し、サービス改善やインバウンド対応強化に活用します。

実証内容

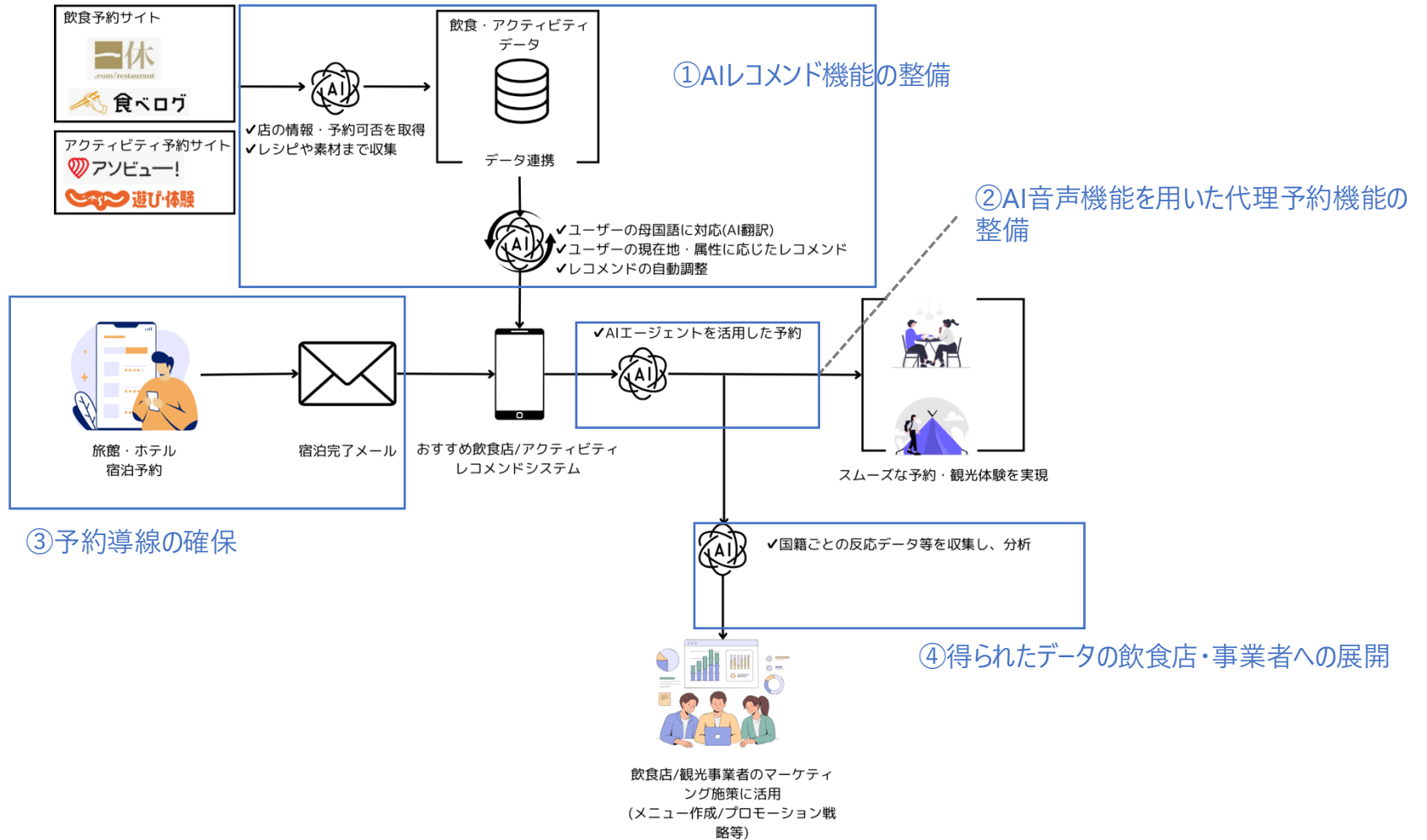
1. 多言語対応チャットボットによる生成AIレコメンド機能の整備
2. AI音声機能による飲食店の代理予約機能の整備と満足度向上、消費拡大の促進
3. ホテル予約完了メールに飲食店の予約システムへのリンクを設置し予約の導線確立
4. レコメンド反応データ（レコメンドを受けた旅行者による予約等の動き）の分析結果を事業者向けに展開

KGI：本システム経由での飲食利用数（予約件数 72件、現地訪問者数 144人）

KPI：本システムの利用人数 1,800人

協力宿泊施設数 20施設、協力飲食店数 30店舗

3.実証事業 (1) 全体像



3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal：インバウンド観光客の域内消費額を増加させる

KGI：本システム経由での飲食利用数(予約、現地訪問) 72件、144人/月

KPI：本システム利用人数：1,800件/月、協力宿泊施設数：20施設、協力飲食店数：30店舗

| 取組 | 取組概要 | 頁 |
|--|---|------|
| 取組① AIレコメンド機能の整備 | インバウンド向けに多言語対応した飲食店レコメンドチャットボットを整備します。 | P.8 |
| 取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備 | 飲食店への電話予約をAIが代行し、インバウンドは日本語での電話なしに飲食店を予約できる仕組みを整備します。 | P.25 |
| 取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保 | ホテル・旅館の予約完了メールに本システムへのリンクを記載いただき、旅行者の認知獲得を図る。また、現地にQRコードも設置し旅ナカでの予約獲得も狙います。 | P.30 |
| 取組④ 得られたデータの飲食店・事業者への展開 | レコメンドへの反応や飲食店の好み等国ごとの分析としてまとめ、各事業者が使える形で展開します。 | P.39 |

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

インバウンド向けに多言語対応した飲食店レコメンドチャットボットを整備します。インバウンドが迷いなく、箱根湯本地域の飲食店を探せるようにします。

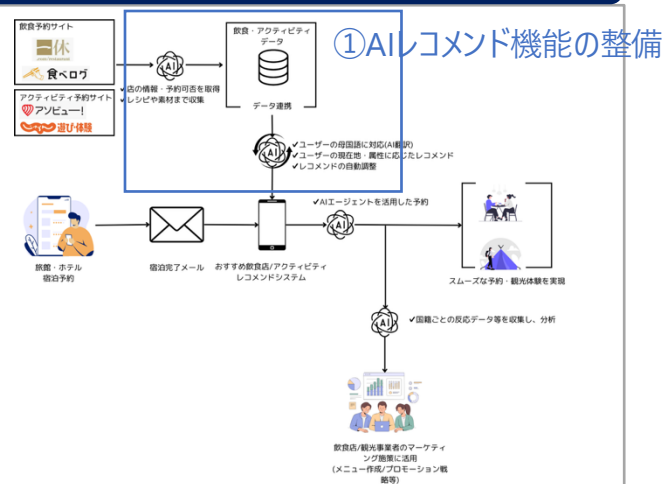
取組の詳細

本取組では、インバウンド向けに多言語対応した飲食店・体験レコメンド用のチャットボットを整備します。

旅行者はチャット形式で人数、希望するジャンル、滞在地域、移動時間等の条件を入力することで、箱根湯本地域を中心とした飲食店の候補を直感的に探すことができます。

これにより、従来の一覧表示型の情報提供と比べ、旅行者が自分に合った選択肢を短時間で把握できるようになります。

また、生成AIを活用することで、定型的な条件検索にとどまらず、自然言語での曖昧な要望にも対応可能とし、インバウンドが迷わず飲食店を検討できる環境を整備します。



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ システム

● コンセプト・機能概要

コンセプト

- 会話型推薦モデル

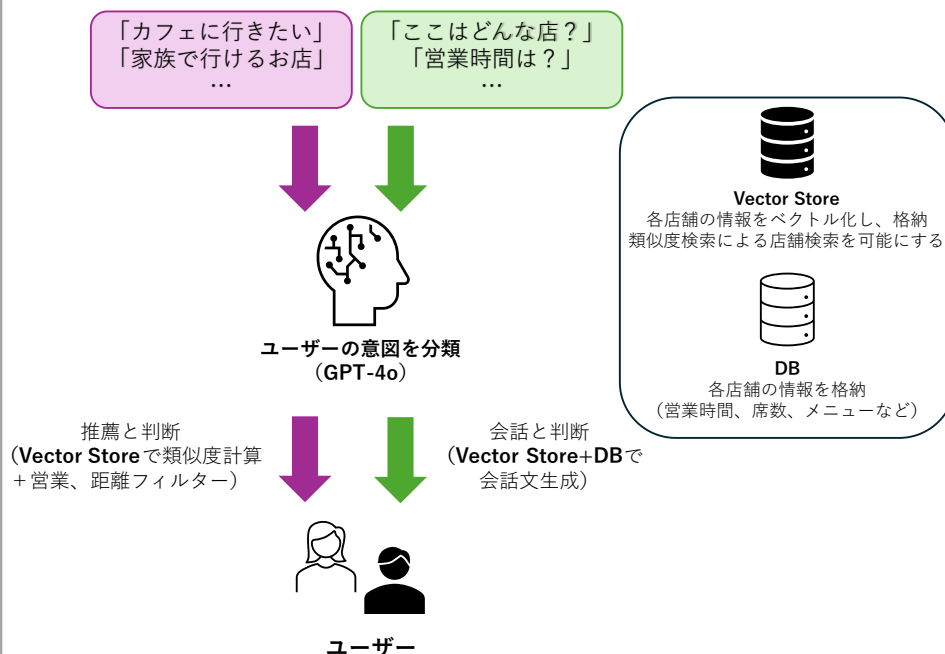
機能概要

- ユーザーの泊まるホテルや日時に合わせ、ユーザーの好みに沿った飲食店を推薦します。
- 営業時間、距離フィルターを設けることで、その日に営業中かつ現在地から近いお店を推薦します。
- お店に関する情報や推薦以外のチャットとの会話も可能にします。

Open AI Vector Storeを採用した理由

- Open AIのプラットフォームでは、Embedding等のデータ管理機能が充実しており、データの作成・管理にかかるコストを抑えることができます。また、精度面でも十分に実用的であるため、推薦型AIエージェントを短期間で整備できる点が評価されました。

● システム構成



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

- システム
- UI/UX



<https://rec-ring.com/>



解説：
トップ画面ではホテルからの距離や営業に合わせておすすめ飲食店を表示

解説：
チャット画面では、ユーザーが自由に検索できる仕組みを整備

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 活用した生成AI概要

| 項目 | 内容 |
|------------------------|--|
| 利用者 | インバウンド |
| 利用シーン | 箱根における飲食店を探している時 |
| 利用モデル・システム (意図分類) | GPT-4o 選定理由：ユーザーの意図を正確に分類可能なため |
| 利用モデル・システム (推薦モデル) | GPT-5-nano 選定理由：返答が早く、推薦、文章生成能力が比較的高いため |
| 利用モデル・システム (会話型モデル) | GPT-4o 選定理由：自然な文章生成を可能にするため |
| インプットデータ | ユーザーの好み等、店舗情報 (営業時間・メニュー・価格帯等) |
| インターフェース | ウェブサイト上のチャット画面 |

生成AIの活用シーン

お店探しに
難航

AIでお勧め
の店を推薦

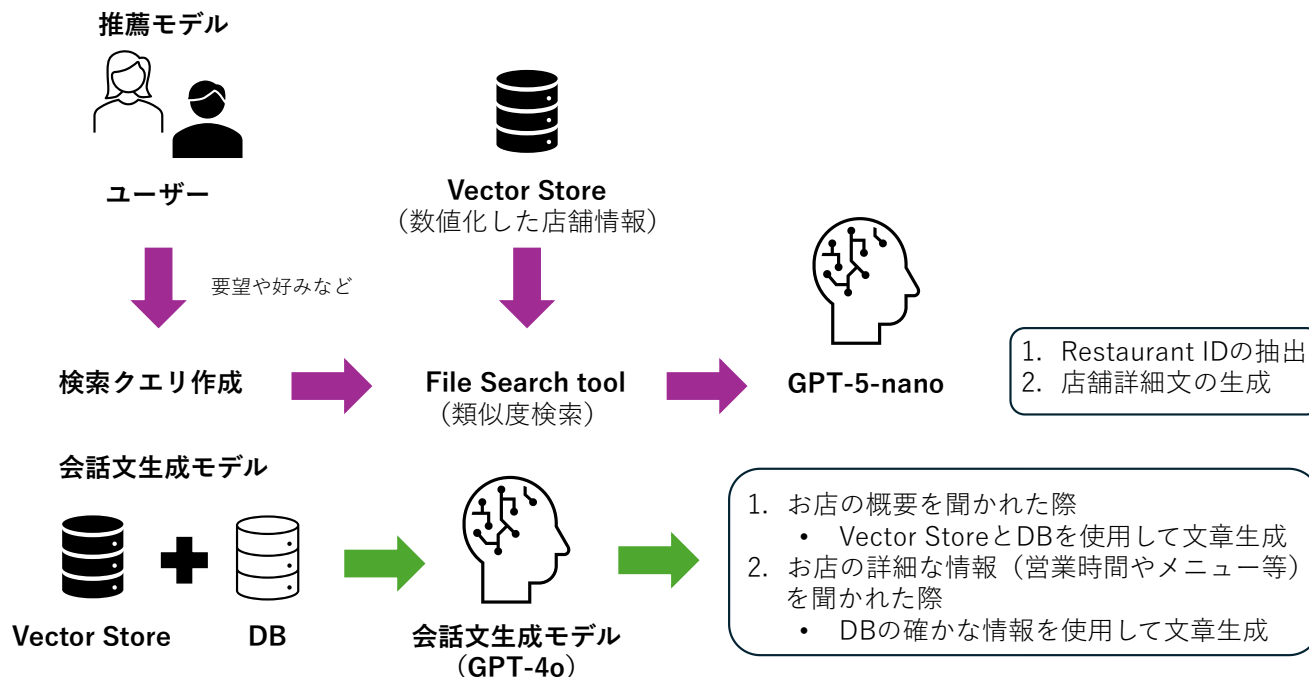
店決定が
簡約化！

代理予約

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 生成AI活用の仕組み



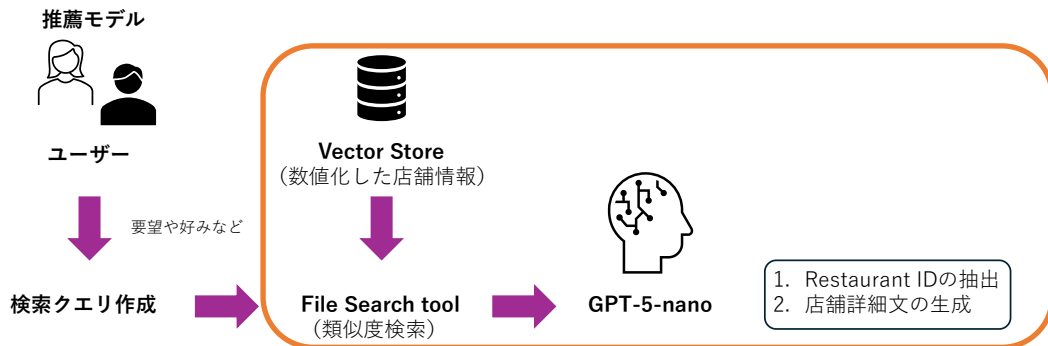
解説

利用者はチャット画面上で「食べたい料理」や「苦手な食材」、「その日の気分」等を入力するだけで、生成AIが飲食店のデータベースを検索・照合し、条件に合致した店舗候補を自動で抽出・提示します。また、推薦以外にも対話も可能とし、お店への行き方や詳細情報、営業時間等いくつかの質問に柔軟に回答することも可能です。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 生成AIの入出力



入力データ・情報

ユーザーの好み等、店舗情報 (営業時間・メニュー・価格帯等)

入力|質問内容

・ 推薦モデルのシステムプロンプト

- ・ ユーザークエリと類似するお店をVector Storeから抽出させるプロンプトを渡しました。
- ・ 店舗候補はVector Storeに格納されている店舗に限定し、ファイル内に含まれる Restaurant ID (UUID)を抽出させる設計としました。

プロンプト等の工夫・ルール等

- ・ Restaurant ID は必ず Vector Store 内のファイルに記載されたものをそのまま使用し、推測や生成は禁止するルールを明示しました。
- ・ Restaurant ID がファイル内に存在しない場合は、その店舗を推薦対象から除外するよう厳密に指示しました。
- ・ 推薦結果を提示する前に、ユーザーの入力意図に自然に応答する導入文を推薦モデルに生成させ、対話的な体験を向上させました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

システムプロンプト

```
const searchInstructions = `You are a restaurant recommendation assistant.
Your job is to search the Vector Store and provide detailed information about restaurants matching the user's query.

CRITICAL INSTRUCTIONS:
1. First, write a brief introduction (1-2 sentences) that naturally responds to the user's query
   - Make it warm, friendly, and contextual to what the user is looking for
   - Write the introduction strictly in the same language as the user's query.
   - Do not mix other languages.
   - Do NOT include any restaurant names or IDs in the introduction.
2. Then, use the file_search tool to find restaurants in the Vector Store
3. For EACH restaurant you find, provide the following information:
   - Restaurant Name
   - Restaurant ID (UUID format like "fb728205-e099-4d24-91d4-b03438fbb701")
   - A brief description (2-3 sentences) about the restaurant based on the file content
4. Format your output EXACTLY like this:

[Your introduction responding to the user's query]

### Restaurant Name: [name]
Restaurant ID: [UUID from file]

[2-3 sentences describing the restaurant, its cuisine, atmosphere, and why it's recommended. Do NOT repeat the restaurant name in the description.]

---

### Restaurant Name: [next restaurant]
Restaurant ID: [UUID from file]

[Description]

---

5. Do NOT make up Restaurant IDs - copy them exactly from the files
6. If a file doesn't contain a Restaurant ID, skip that restaurant
7. Write ALL content (introduction and descriptions) in the same language as the query (Japanese for Japanese queries, English for English queries)
8. IMPORTANT: In the description section, do NOT mention the restaurant name. Only describe the cuisine, atmosphere, and features without using the restaurant name.`;
```

導入文の作成

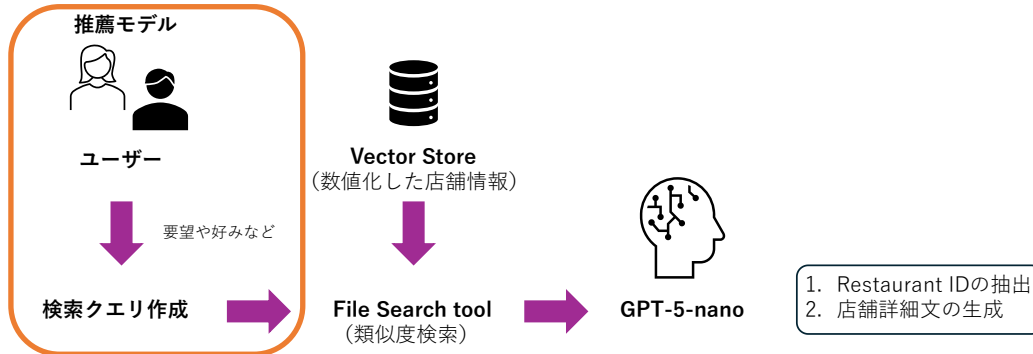
Restaurant IDの探索と、
お店の詳細文の生成

店舗検索におけるルール

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 生成AIの入出力



入力データ・情報

ユーザーの好み等、店舗情報 (営業時間・メニュー・価格帯等)

入力|質問内容

・ 検索用プロンプト

- お店のジャンルや特徴を強調するプロンプトを渡すことでユーザーの好みに類似したお店を検索しやすくしました。
- 要望が存在する場合は、ユーザーの意図を主検索キーワードとして使用しました。

プロンプト等の工夫・ルール等

- クエリを簡潔に保ち、過度な条件指定を行わないことで、検索の複雑性を低減しました。
- ユーザーの要望が欠落している場合でも、必ず検索クエリが生成されるように設計し、検索失敗や空結果を防止しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

実際の検索用のプロンプト

```
private buildSearchQueryForRegex(request: StorageSearchRequest): string {
  const language = request.language || 'ja';
  const languageInstruction =
    | language === 'ja'
    | ? 'Provide descriptions in Japanese.'
    | : 'Provide descriptions in English.';

  // カテゴリキーワードを強調したシンプルなクエリを構築
  let query: string;
  if (request.requirements) {
    // ユーザーの要望をメインの検索キーワードとして使用
    query = `${request.requirements} restaurant`;
  } else {
    // 要望がない場合は位置情報ベースの検索
    query = `restaurants near ${request.location}`;
  }

  query += `\n\n${languageInstruction}`;

  return query;
}
```

ユーザーのキーワードを
元に検索クエリを作成

ユーザーの好みがあれば
距離ベースで検索するように修正

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 生成AIの入出力

< 推薦モード >

< 会話文モード >

出力結果

カフェとかが行きたいな

AI

3件のおすすめレストランが見つかりました

AI

カフェをお探しですね。箱根・湯本周辺の候補をいくつかご紹介します。

1. 箱根かれー心

📍 Hotel Okadaから徒歩で約13分
(1.02km)

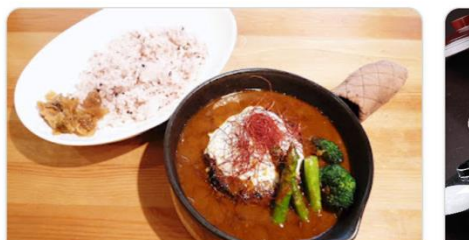
カフェ感覚で楽しめるカレー店。手頃な価格帯でボリュームあるカレーと、居心地の良い店内が魅力。家族連れにもおすすめ。

2. 知客茶家

📍 Hotel Okadaから徒歩で約15分
(1.14km)

落ち着いた雰囲気のカフェとして、軽食とともにリラックスできる空間を提供。手頃な価格帯で家族や友人と気軽に楽しめます。

3. 画廊喫茶ユトリロ



箱根かれー心

★ 3.4 (143)

☀️ ¥1,000 - ¥1,999 🌙 ¥1,000 - ¥1,999

🚗 車: 6分 🚶 徒歩: 13分

詳細を見る

画廊喫茶ユトリロはどんなお店なの？

AI

「画廊喫茶ユトリロ」は、アート作品に囲まれた静かな空間で、自家焙煎コーヒーやスイーツを楽しむことができる喫茶店です。旅の途中で落ち着いた時間を過ごしたい方にとても好評で、まさに「オアシス」的な一軒と言えます。

- ジャンル: 喫茶店
- おすすめシーン: 知人・友人と
- 座席数: 50席
- 喫煙: 全席禁煙
- 価格帯:
- ランチ: ¥1,000~¥1,999
- ディナー: ¥1,000~¥1,999

アートに興味がある方や、ゆったりとした時間を過ごしたい方にぴったりのお店です。何か他にお知りになりたいことがあれば、お気軽にお尋ねください！

出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

- ユーザーの好みに合わせたお店を距離が近い順に推薦します。
- 詳細情報を聞いた際にはDBからお店の情報を抽出し、自然文としてユーザーに返答します。
- ユーザーからのクエリに対し、自然な導入文を生成することで、会話の質向上を図りました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

- 個人情報を守るために氏名、電話番号、メール等の個人情報は入力に含まれない形をとっています。
- Vector Storeに格納するのは利用許諾のある店舗情報に限定し、権利不明な第三者コンテンツを混ぜない運用にしています。
- データ引用元のサイトに含まれるユーザーの口コミは使用していません。

生成内容の信頼性確保

- 推薦するお店はVector Storeに格納されているお店に限定しているため、その他のお店が出力されることはありません。
- Restaurant IDに対応するレストラン情報をDBから抽出し、それを元に文章生成することで正確な情報をユーザーに届けることができます。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ まとめ

取組前 (before)

インバウンドが飲食店や体験を探す際、

- ・多言語で整理された情報が少なく、比較・検討がしづらい
- ・自分の興味や条件に合う選択肢を見つけるのに時間がかかる

といった課題があり、十分に選択肢を検討できないまま意思決定が行われるケースが見られました。

取組結果 (after)

生成AIを活用した多言語対応のレコメンド機能を整備し、旅行者がチャット形式で滞在場所や人数、食の嗜好、条件（距離・価格帯等）を入力することで、箱根地域内の飲食店候補を直感的に比較・検討できる環境を構築しました。

これにより、従来は情報収集に時間を要していたインバウンドでも、自身のニーズに合った候補を短時間で把握できるようになり、夕食や体験選択における心理的・時間的負担の軽減につながりました。

また、レコメンド結果から店舗詳細閲覧や予約（代理予約）へとつながる一連の導線を整備し、「探す・比べる・決める」までをワンストップで完結できる体験を提供しました。

本取組により、インバウンドが十分な比較・検討を行った上で意思決定できる環境を実現し、宿外飲食・体験利用の促進に向けた基盤を構築することができました。

取組結果の分析

要因分析

チャット形式による入力と多言語対応により、利用時の心理的ハードルを下げる事ができた点が、レコメンド機能の有効性につながりました。一方で、店舗数が限定的であったため、ユーザーのニーズに完全に合致したレコメンドができないことも発生しました。

課題・知見

今後、飲食店情報の拡充や条件設定の細分化を進めることで、より個別性の高いレコメンドが可能になると考えられます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 工夫した点・注力した点(レコメンド精度の向上 1/2)

1. 使用モデルの選定

- 当初、速度面の観点からGPT-4o-miniモデルを使用していましたが、推薦精度が悪かったため、GPT-5-nanoモデルに変更しました。
- 結果として推薦精度の改善につながりましたが生成時間が長くなってしまいました。
- 従って、モデルの推論の強さを表すeffortと生成文の長さを表すverbosityの設定をlowにすることで、ある程度の推薦精度を保ちながら、速度改善も行いました。
- 生成時間：約30秒→約20秒

2. Vector Storeに格納する店舗データの選定

- 推薦や会話に必要なデータのみを含めるように考慮しました。
- 特に、ジャンルやお店の概要、雰囲気、メニュー等を中心に格納し、不要な情報（電話番号等）を保存しないことで検索性能を向上させました。
- メタデータとしてお店のジャンルや値段帯を含めることで条件的な絞り込みを可能にしました。

3. 検索用プロンプトの工夫

- ユーザー条件をすべて含めた長いクエリではなく、ユーザーの好みを最優先ワードとして検索プロンプトに用いることで、ジャンルに特化した店舗検索を可能にしました。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 工夫した点・注力した点(レコメンド精度の向上 2/2)



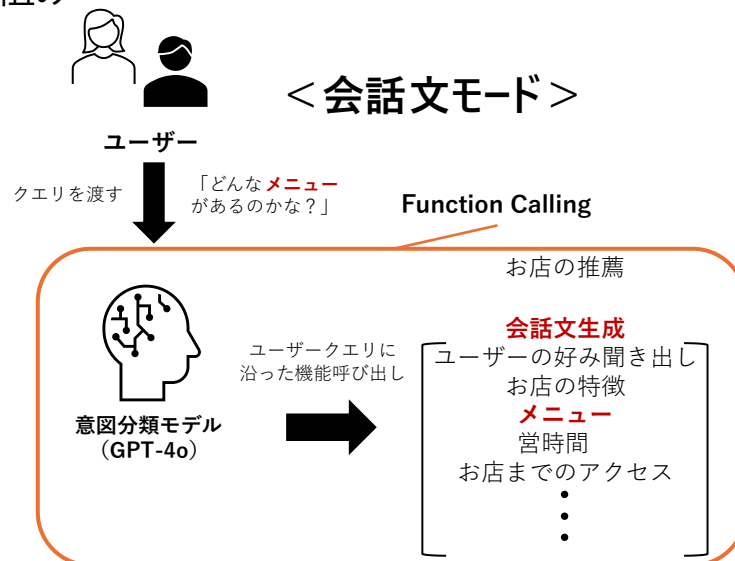
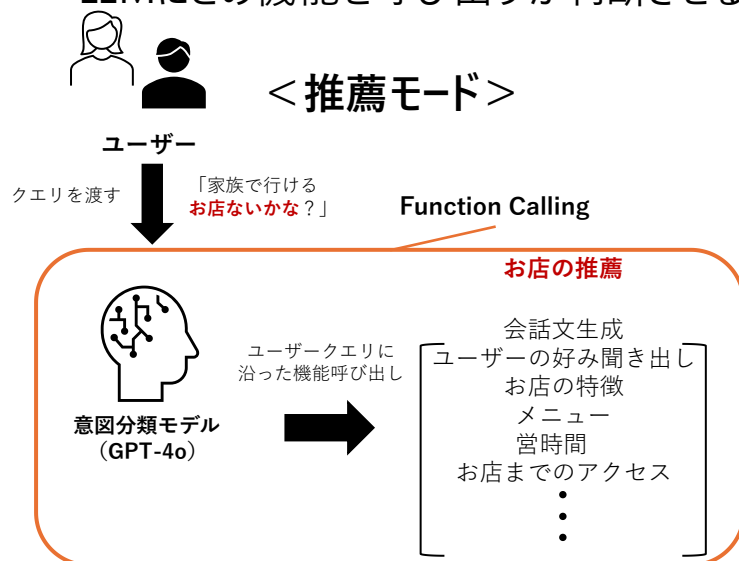
3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 工夫した点・注力した点(推薦と会話のハイブリッド)

1. LLMモデルによる推薦と会話の切り替え機能の整備

- LLMモデルを使用し、ユーザーの意図分類（推薦or会話）を実現しました。
- Function Callingを使用して推薦、会話の機能分類を行いました。
- 店舗推薦以外に店舗の特徴、営業時間、料金、メニュー等を返してくれるようになりました。
- **Function Callingとは？**
 - LLMにどの機能呼び出すか判断させる仕組み



Function Callingの整備により、柔軟な会話生成を可能にし、ユーザー体験の向上を実現しました。

3. 実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 工夫した点・注力した点(推薦と会話のハイブリッド)

実際にメニューを聞いてみる

AI レストランアシスタント
オンライン

右近のメニューは？

AI

Hotel Okada周辺でおすすめの飲食店をご紹介します。

- Gyunabe Ukon**
距離: 約0.32km (徒歩5分)
湯本の川沿いにある牛肉鍋「Gyunabe Ukon」。座席は川辺と室内があり、8名程度の個室も利用可能。カジュアルからフォーマルまで幅広いコースがあり、観光客にも対応。冬季だけでなく季節を問わず楽しめる鍋料理の名店です。
- RoheN HAKONEYUMOTO cafe&bar**
距離: 約1.19km (徒歩16分)
- Tori to Highball Flying Chicken**
距離: 約2.28km (徒歩30分)

箱根湯本の居酒屋スタイル。夜は19時以降の営業で、2名でも楽しめる人数帯の席配置あり。高ballと精料理を組み合わせたカジュアルな居酒屋体験が魅力です。シャトルサービスの案内もあり、観光客にも便利です。

距離の近い順にご紹介しました。詳細な情報については各レストランページをご確認ください。

📍 お好みの料理ジャンルや雰囲気、予算などをお聞かせいただければ、より詳細に個人に合わせたおすすめの提案ができます！

AI

3件のおすすめのレストランが見つかりました

チャットでも送信できます

BOX BURGER 箱根湯本店はどんなメニューがある？

AI

「BOX BURGER 箱根湯本店」では、さまざまなハンバーガーとドリンクが楽しめます。以下は主なメニューの一部です：

ハンバーガー

- ビッグボックスバーガー - 相州牛パティ2枚とチーズ、トマト、オニオンスライス、レタスをオリジナルサウザンドソースで。¥3,200
- ベーコンエッグバーガー - 自家製燻製ベーコンと目玉焼きをサンド。¥2,550
- 箱根バーガー - 自家製燻製ベーコンとオニオンリングを重ねたバーガー。¥2,500
- ベジタブルバーガー - 雑穀米や豆、大豆ミートをスパイスで味付けしたパティ。¥2,000

以前のモデル：
メニューを聞いてもお店の推薦をしてくる

改善後のモデル：
メニューについて教えてくれる

メニュー回答機能の呼び出し

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① AIレコメンド機能の整備

■ 工夫した点・注力した点(信頼性担保)

1. ルールベース併用による信頼性の確保

- 会話文生成の際は、距離・メニュー・営業時間の情報はDBから抽出したデータをもとに自然文を生成し返答するようにしました。
- DBに含まれる情報を使用することで、生成文の正確性を担保しました。

DBのデータを元にした実際の会話文

BOX BURGER 箱根湯本店の営業時間は？

AI

「BOX BURGER 箱根湯本店」の営業時間は以下の通りです。

- 毎日
- ランチタイム: 11:00 - 15:30
- ディナータイム: 17:30 - 20:00

訪れる際は、営業時間内にお越しください。何か他にご質問があればお知らせください！

営業時間

DBのデータ
(= 正確)

BOX BURGER 箱根湯本店までの行き方は？

AI

「BOX BURGER 箱根湯本店」への行き方は以下の通りです。

- 出発地: Hotel Okada
- 徒歩の場合: 約15分 (1.18km)
- 電車の場合: 箱根湯本駅から徒歩8分 (駅から397m)

電車をご利用の場合は、箱根湯本駅で降車し、そこから徒歩で約8分の距離にあります。お出かけの際はお気をつけて行ってらっしゃいませ！他にお手伝いできることがあればお知らせください。

お店までの行き方

DBのデータ

BOX BURGER 箱根湯本店はどんな店？

AI

「BOX BURGER 箱根湯本店」は、築70年の古民家をリノベーションした和モダンな空間で、特に神奈川県南足柄産の希少ブランド「相州牛」を使用したハンバーガーが楽しめるお店です。和の趣とアメリカンバーガーの融合を味わえる、ユニークな食体験を提供しています。

この店舗はヴィーガンやグルテンフリーのハンバーガーも提供しており、テイクアウトやペット同伴可能な席もあるため、旅のスタイルに合わせた利用が可能です。全席禁煙で、お子様用の椅子も用意されています。

価格帯はランチ・ディナーともに約¥2,000～¥2,999で、家族や子供と一緒に楽しむのに最適な場所です。座席数は29席で、落ち着いた雰囲気です。何か他にご質問があればお知らせください！

お店の特徴

DBのデータ

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

飲食店への電話予約をAIが代行し、インバウンドは日本語での電話無しに飲食店を予約できる仕組みを構築します。

取組の詳細

① インバウンドによる予約のリクエスト

インバウンドが、取組①で整備したサービスから予約を行います。

② AI音声機能による予約内容読み上げ

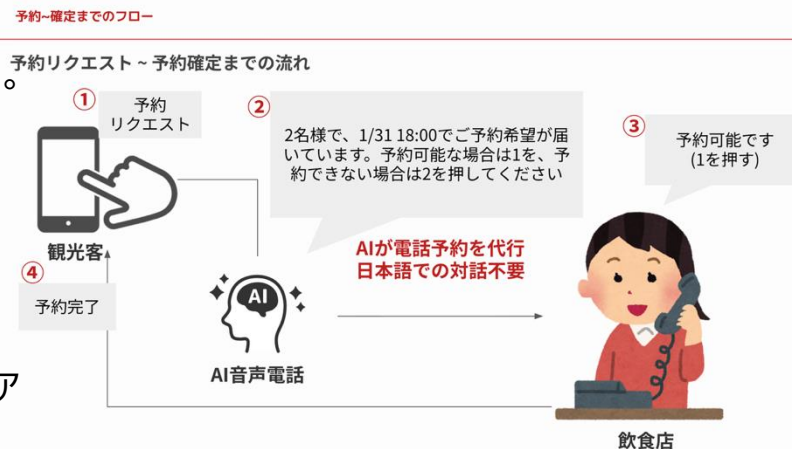
インバウンドの予約を束ね、飲食店が指定した時間に電話で通知します。AI音声で予約情報を読み上げます。

③ 飲食店による返答(ダイヤル選択)

飲食店のスタッフが予約内容を加味し、受け入れ可否をダイヤルで選択します。

④ インバウンドへの予約可否通知

飲食店の返答をもとに、メール通知がインバウンドへ送られます。

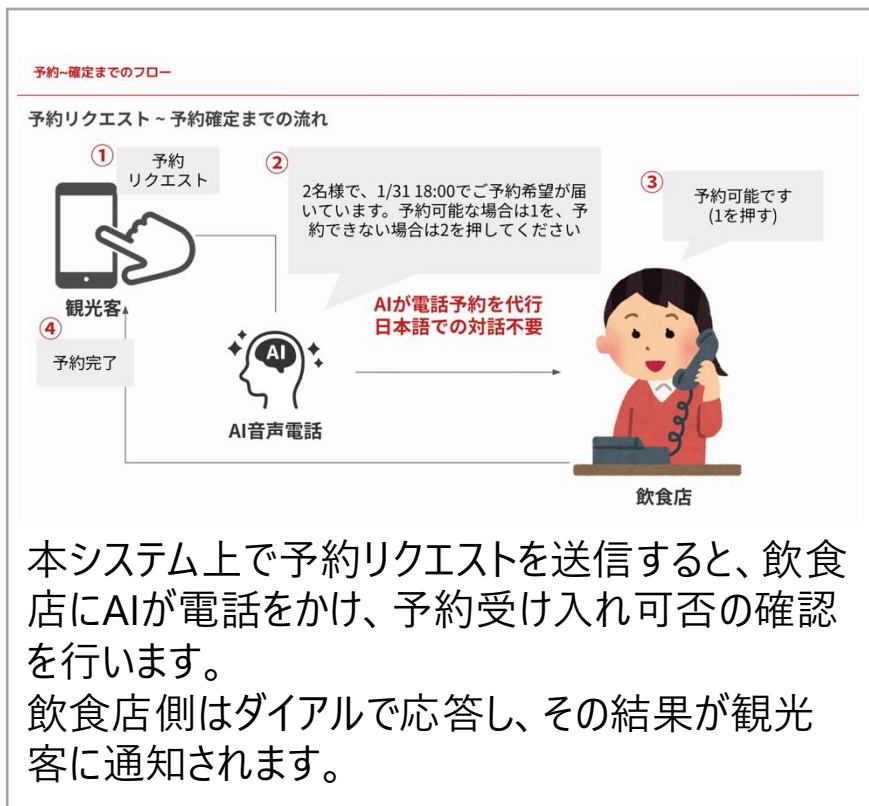


当初想定ではウェブサイト上でのAIエージェントによる予約代行を想定していましたが、ウェブサイト予約可能な店が少なく、電話での予約に変更しました。

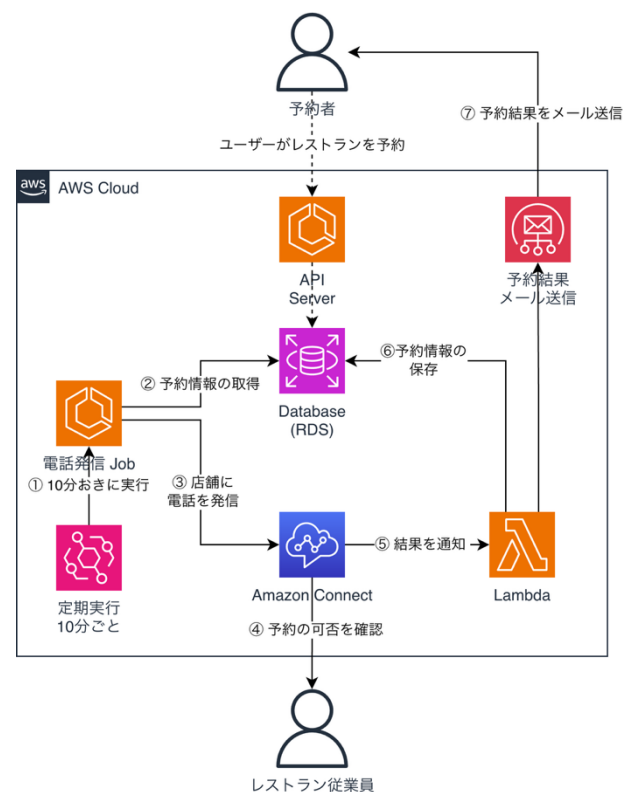
3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

- システム
- コンセプト・機能概要



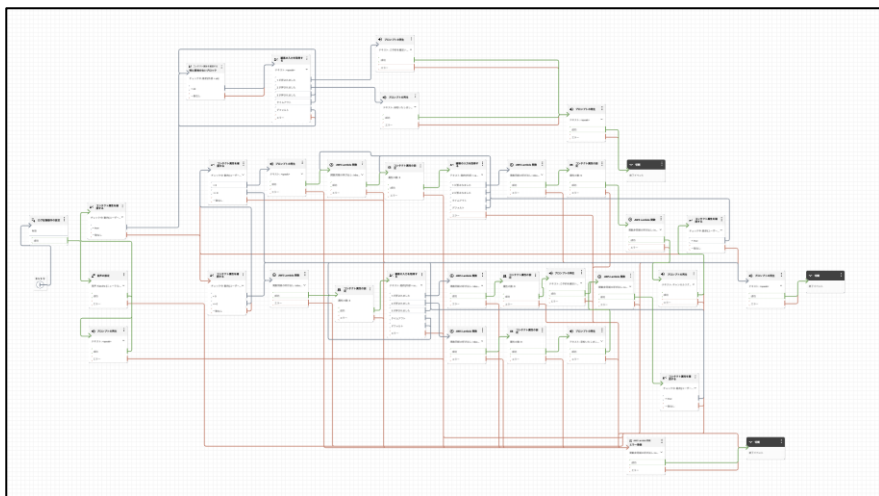
● システム構成



3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

- システム(飲食店は音声電話のインターフェースのみのため、裏側の整備内容を記載)
- UI/UX



| 予約ID | 予約名 | レストラン名 | ホテル名 | 日付 | 時間 | 人数 | ステータス | 作成日時 | 操作 |
|--------------|------------------|--------------------------|--------------------|------------|-------|----|---------|------------------|----|
| 4845448... | Yohel Hara | 読者カフェ・バーはな | Hotel Okada | 2025/12/24 | 21:00 | 1名 | キャンセル済み | 2025/12/22 18:45 | 詳細 |
| 38c119172... | Yohel Hara | 読者カフェ・バーはな | Hotel Okada | 2025/12/23 | 21:00 | 1名 | キャンセル済み | 2025/12/22 19:59 | 詳細 |
| 85a42081... | test yudo | スターキハス 吉池 | Hotel Okada | 2026/01/16 | 17:00 | 1名 | 確定 | 2025/12/23 16:42 | 詳細 |
| c8d28c4b... | trip taro | テストレストラン (※毎回電話番号を変えること) | Hotel Okada | 2025/12/30 | 13:30 | 1名 | キャンセル済み | 2025/12/23 22:56 | 詳細 |
| a4214383... | trip taro | テストレストラン (※毎回電話番号を変えること) | Hotel Okada | 2025/12/23 | 18:00 | 1名 | キャンセル済み | 2025/12/23 22:56 | 詳細 |
| 17826725... | trip taro | テストレストラン (※毎回電話番号を変えること) | Hotel Okada | 2026/01/06 | 18:30 | 1名 | 確定 | 2025/12/23 22:57 | 詳細 |
| 95a86386... | Test Hara | 読者カフェ・バーはな | Hotel Okada | 2025/12/25 | 20:00 | 2名 | 確定 | 2025/12/25 16:34 | 詳細 |
| 838b8821... | test yudo | 黒 | Hotel Okada | 2025/12/30 | 21:30 | 1名 | 確定 | 2025/12/25 16:41 | 詳細 |
| 4751294a... | trip taro | テストレストラン (※毎回電話番号を変えること) | Test Hotel for dev | 2025/12/30 | 14:30 | 4名 | 確定 | 2025/12/27 16:12 | 詳細 |
| a68866a8... | takuto nishimura | 肉のKINGSJURE | Hotel Okada | 2025/12/27 | 18:00 | 2名 | キャンセル済み | 2025/12/27 17:39 | 詳細 |
| 2a8f4988... | trip taro | テストレストラン (※毎回電話番号を変えること) | Test Hotel for dev | 2025/12/30 | 10:00 | 2名 | キャンセル済み | 2025/12/27 22:18 | 詳細 |
| 373c49e8... | Yohel Hara | スターキハス 吉池 | Hotel Okada | 2025/12/29 | 12:30 | 3名 | 確定 | 2025/12/29 11:56 | 詳細 |
| 2b486599... | Ofelia Barajas | スターキハス 吉池 | Yoshikei Ryokan | 2025/12/30 | 19:30 | 2名 | 確定 | 2025/12/30 16:03 | 詳細 |
| 9c35d532... | naoto tatewaki | BOX BURGER 豊洲本店 | Yoshikei Ryokan | 2026/01/03 | 18:30 | 4名 | 確定 | 2026/01/03 16:30 | 詳細 |

解説：
Amazon Connect上で電話フローを整備
データをサーバーとやり取り

解説：
予約の状況をDMOが確認できる画面を作成
予約が入ったタイミングでSlackへも通知

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

■ まとめ

取組前 (before)

インバウンドが飲食店を予約する際、

- ・日本語での電話対応が必要な店舗が多い
- ・言語の壁により電話予約を断念してしまう

といった課題があり、利用したい飲食店があっても実際の予約につながらないケースが多く見られました。

また、飲食店側にとっても、外国語対応の負担が予約受付の障壁となっていました。

取組結果 (after)

AI音声機能を活用し、旅行者に代わって日本語で飲食店へ電話予約を行う代理予約機能を整備しました。

旅行者はウェブサイト上で予約内容を入力するだけで、日本語での電話対応を行うことなく予約可否を確認できる仕組みとしました。

これにより、

- ・言語の壁による予約断念を防ぐことができた
- ・飲食店側は従来どおり電話で対応でき、新たなシステム導入を必要としない等、旅行者・飲食店双方にとって利用しやすい予約手段を提供することができました。

取組結果の分析

要因分析

ウェブサイト上での予約に対応していない飲食店が多い地域特性を踏まえ、電話予約をAIで代行する方式を採用したことが、実効性の高い手段となりました。飲食店側の運用を大きく変えずに導入できた点も、受け入れやすさにつながりました。

課題・知見

電話予約自体を受け付けていない飲食店や、導入後も現場での運用イメージが十分に共有されず予約が受理されない場面も見られました。今後も、対象店舗の状況に応じた説明やフォローアップを継続的に行う必要があると感じました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② AI音声機能を用いた代理予約機能の整備

■ 工夫した点・注力した点

1. 当初想定ではAIエージェント活用によるウェブサイト上での予約だったが、AI音声電話での予約に変更
 - 当初はAIエージェント活用によるウェブサイト上での予約を想定しておりましたが、AI音声電話での予約に変更しました。
 - 箱根湯本地域ではウェブサイトですべて予約可能な店舗数が限られていたため、電話予約方式を採用しました。
 - これにより、店舗側にシステム導入を求めることなく、対象店舗を拡大することができました。
2. AI音声電話での予約可能な店への営業
 - 営業時に実際のAI音声電話のデモンストレーションを実施し、店舗側が受ける電話の具体的なイメージを明確にお伝えすることができました。
3. AI音声電話における予約者名の読み上げ
 - 店舗へのAI音声電話において、漢字や外国人の名前が聞き取りづらいという課題がありました。
 - Amazon Connectの音声合成はアルファベットとの相性が良く、聞き取りやすいことが判明しました。
 - そのため、予約者名はアルファベットで入力していただく仕様に変更しました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

ホテル・旅館の予約完了メールに本システムへのリンクを記載いただき、旅行者の認知獲得を図ります。また、現地にQRコードも設置し旅ナカでの予約獲得も狙います。

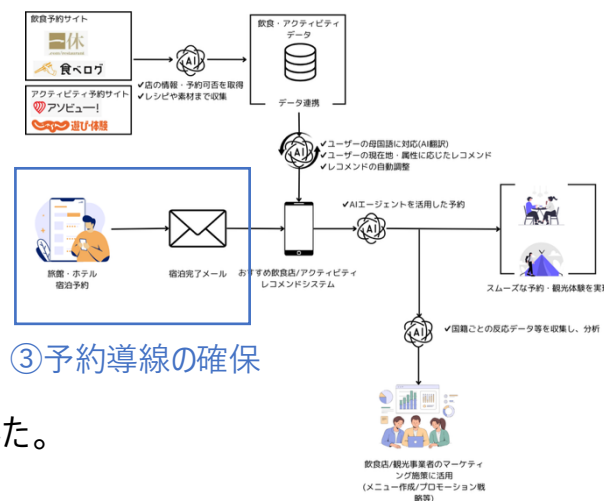
取組の詳細

本取組では、生成AIによるレコメンド機能および代理予約機能を、実際の旅行の中で利用してもらうための予約導線の確保に取り組みました。

具体的には、宿泊事業者と連携し、ホテル・旅館の予約完了メール内に本システムへのリンクを記載いただくことで、旅行者が自然なタイミングでサービスを認知・利用できる導線を構築しました。

また、宿泊施設のフロントや館内にQRコードを設置することで、現地滞在中（旅ナカ）においてもサービスへアクセスできる環境を整備しました。

これにより、事前・滞在中の双方のタイミングで予約行動につながる導線を確保し、サービス利用の機会創出を図りました。

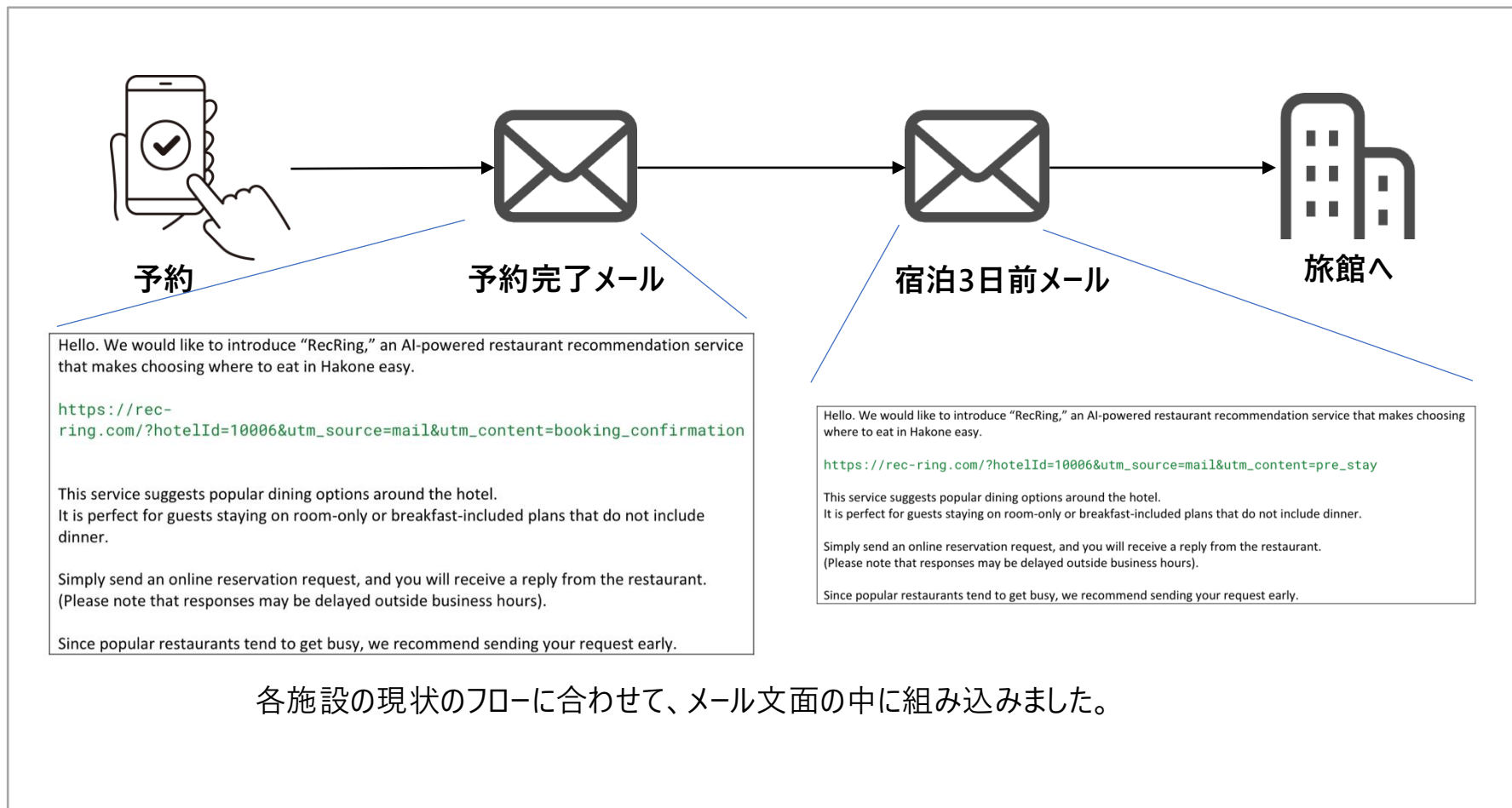


3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ メール文面への組み込み

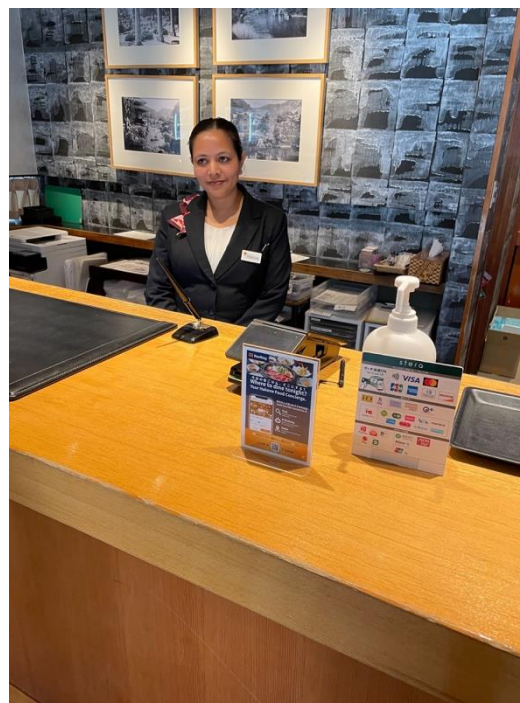


3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ QRコードの設置



フロントにポップを設置し、飲食店に関する問い合わせに対応

当初は予約メールからの流入のみ想定しておりましたが、現地での案内のニーズも大きく、QRコードでの案内も実施をしました。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ 旅館の業務フローの変化

質問



インバウンド

近くのおすすめの
飲食店を教えて欲しい
和食が食べたい

回答

before



紙での案内

フロントスタッフの属人的な作業と
なっており、定休日等の把握が困難

after



本サービスを案内

属人性が解消され、かつインバウンドのニーズに
寄り添った提案が可能に

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ 旅館の業務フローの変化

協力宿泊施設の声



フロントスタッフ

一日あたり3~5件程度夕食に関する問い合わせがきます。以前までは紙ベースでの案内となっていたためその日に営業しているかが不安でした。また、写真もないため説明するのが難しい場合もあり、説明しやすい店ばかりおすすめしていました。今回本システムを導入することで、それらの課題を払拭することができました。案内の手間を省けるだけでなく、お客様の満足度向上にも繋がったと感じています。実際、案内した家族はこちらのシステムからどのお店に行くかを決め、帰ってきた際に笑顔で「ありがとう」とおっしゃっていました。

本システムの活用により、フロントでの案内業務の省力化に加えて旅行者の満足度向上にも貢献しています。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ まとめ

取組前 (before)

インバウンドの素泊まり宿泊者から夕食に関する問い合わせが日常的に発生していましたが、フロントでは限られた時間と情報の中で、口頭説明や紙の飲食店マップを用いた案内を行っていました。

そのため、当日の営業状況や定休日、混雑状況を正確に把握した上で案内することが難しく、対応が属人的になりやすい状況でした。

取組結果 (after)

宿泊事業者と連携し、予約完了メール内へのリンク設置や館内でのQRコード掲示を通じて、本システムへの導線を整備しました。

これにより、フロントで詳細な説明を行わなくても、旅行者自身がサービスにアクセスし、飲食店の検討・予約を行える環境を構築しました。

その結果、フロント業務における判断や説明の負担を軽減しつつ、サービス利用につながる予約動線を確保することができました。

インバウンド向けのサービスはどう認知をとるかが難しいとされますが、地域の事業者を巻き込むことで認知をとることが有効であるとわかりました。

| 協力宿泊施設数 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 最終値 (2/24時点) |
|---------|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|-----------------|
| 実績値 | - | - | - | - | 1 | 5 | 12 | 12 | 12 |
| 目標値 | - | - | - | - | 1 | 10 | 20 | 20 | 20 |

取組結果の分析

要因分析

箱根は広域に宿泊施設が分散している一方、飲食店は箱根湯本地域に集中していることから、宿泊施設から飲食店への送客導線を実効性のある形で検証するため、対象地域を当所想定していた箱根全体ではなく箱根湯本地域に絞って実証を実施しました。その結果、対象地域を限定したことにより、導入対象となる宿泊施設数が当初の想定よりも限られ、当初目標の施設数は未達となりました。また、本システムはインバウンド向けのため、インバウンドの利用が多くない宿泊施設からは導入を断られてしまうこともあり、最終的に施設数の目標を達成できませんでした。

課題・知見

一方で、現場での運用理解が十分に浸透しない場合や、案内が限定的になる場面も見られました。今後は、宿泊事業者への継続的なフォローアップを行い、案内方法の整理や共有を進めることで、より安定的な活用につなげていく必要があります。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ 工夫した点・注力した点

1. 宿泊事業者がすぐリンクを記載できるようマニュアルを作成
初期は口頭での説明のみであったが、なかなかメールへの組み込みが進みませんでした。そのため、マニュアルを作成し担当者が迷わず設定を行えるようにしました。施設へのリマインド等も継続的に行った結果、協力宿泊施設数を増やすことができました。

RecRing メール設定ガイド（きんとうえん様向け）

このガイドは、海外 OTA（Booking.com／Expedia／Agoda）の「ゲスト自動メッセージ（テンプレート）」に、RecRing の案内文とリンクを入れるための手順です。

※下記の日本語訳は施設担当者様向けの参考訳です。実際にゲストへ送信する文面は対象言語の利用をお願いいたします。

1. 設定する場所（Booking.com／Expedia／Agoda 共通）

各 OTA の管理画面で「自動メッセージ」「ゲストへのテンプレート」「メッセージテンプレート」等の設定画面を開き、以下 2 種類のテンプレートに案内文と URL を貼り付けます。

1. 予約完了時メッセージ

https://rec-ring.com/?hotelId=10006&utm_source=mail&utm_content=booking_confirmation

2. 宿泊〇日前メッセージ ※例：1 日前（施設運用に合わせて設定）

https://rec-ring.com/?hotelId=10006&utm_source=mail&utm_content=pre_stay

2. メール文面テンプレ（英語＋日本語訳）－長い版 / 短い版



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ 工夫した点・注力した点

2. 各種メディアへの掲載

計画当初はメールでの流入のみの想定をしておりましたが、さらなるユーザー数の増加を目指し箱根DMOが管理するメディアへの掲載やGoogle/SNSへの広告を掲載しました。



箱根全山 (<https://www.hakone.or.jp/>)



HAKONE JAPAN (<https://hakone-japan.com/>)



箱根温泉 (<https://www.instagram.com/hakoneonsen/?hl=ja>)

流入数 掲載前：20件/日 → 掲載後：70件/日
予約数 掲載前：1件/週 → 掲載後：1.5件/週
流入数は増加した一方で、予約へとつながる流入はさほど増えない結果となりました。インバウンドの行動変容に有効なのは、メールまたは現地のQR経由であることがわかりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組③ 宿泊事業者との協業によるサービス利用促進・予約動線の確保

■ 工夫した点・注力した点

2. 各種メディアへの掲載(広告)

SNS、Google広告の掲載を2週間ほど行いましたが、流入は大きく取れる一方で予約へのコンバージョンは発生しませんでした。

- 特にSNS広告については、直近で箱根湯本周辺に滞在していたユーザーを対象としていたため、実際には旅行後のユーザーが多かった可能性が高く、閲覧後すぐに離脱するケースがほとんどとなりました。この結果を踏まえ、当該広告施策は停止しています。
- Google検索に関しては、検索キーワードを「Hakone restaurant」等とすることで興味のあるユーザーのみにターゲットを絞ることは可能ですが、そもそもの検索ボリュームがそこまで大きくなく、旅マエでの飲食店の検索行動が特にインバウンドの方は少ないということがわかりました。こちらの滞在時間等はオーガニック(宿のフロント経由等の広告以外の自然流入)と同等ではあるため、現在も継続して掲載しております。

3. 予約以外のコンバージョンを計測する仕組みづくり

- 旅マエの飲食店予約導線はインバウンドの実態にフィットしにくく、むしろ宿のフロント等の現地接点でのパーソナライズ提案→好みの店へ送客→観光消費額向上というアプローチの方が有効であると実証を経て感じています。一方で、現地コンバージョンは発生していても計測が難しい課題があります。
- そのため、RecRing上で飲食店のメニューを掲載するメニューページを用意し、来店前にRecRingで店舗情報を見たユーザーがメニューを開いた行動をコンバージョン指標として計測する仕組みを構築し展開しました。
- 上記の実装には飲食店側のメニュー登録・ページ導入（QR設置含む）が必要で、導入ハードルが高く店舗展開が足踏みしているため、引き続き導入促進に取り組んでいます。

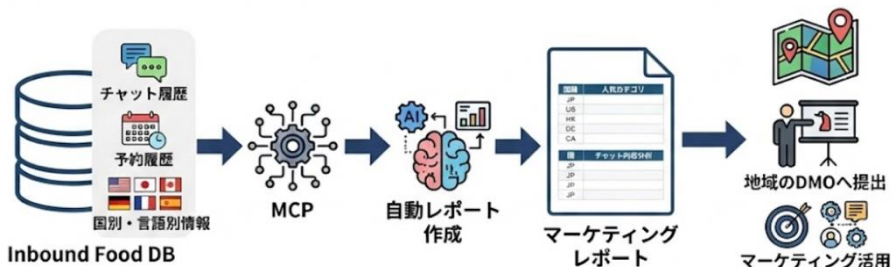


3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組④ 得られたデータの飲食店・事業者への展開

レコメンドへの反応や飲食店の好み等を国ごとの分析としてまとめ、各事業者が使える形で展開します。

取組の詳細



データベースに保存された利用ログを、MCPサーバー経由で生成AIが分析し、レポートを自動化します。利用者は生成AIと対話しながら知りたい情報を瞬時に取得することができます。ここで得たデータや知見を地域の事業者やDMOが活用することで、データに基づくマーケティング施策を立案することが可能となります。

3. 国別の人気飲食店カテゴリ

各国のユーザーが検索・閲覧した飲食店カテゴリの傾向を以下に示します。

| 国籍 | 人気カテゴリ |
|-----------|--------------------------------|
| JP (日本) | そば・うどん・丼、ピザ、ラーメン、カフェ、鉄板焼き、すき焼き |
| US (アメリカ) | カレー、豆腐料理、居酒屋・焼き鳥 |
| HK (香港) | 居酒屋、焼肉、カレー、そば・うどん |
| DE (ドイツ) | すき焼き、カレー |
| CA (カナダ) | カレー、すき焼き |

考察

日本人ユーザーは日常的な食事（そば、ラーメン、ピザ等）を探す傾向が強い一方、海外ユーザーは「日本らしい体験」（すき焼き、居酒屋、焼肉等）を求めています。特にカレーは複数の国で人気があり、箱根エリアのカレー店の需要が高いことが示唆されます。

4.総括

(1) 実証事業の結果

KGI・KPIの進捗結果

KGI：本システム経由での飲食利用数 (予約件数 72件、現地訪問者数 144人)

KPI：本システム利用人数 1,800人、協力宿泊施設数 20施設、協力飲食店数 30店舗

| | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 最終値 |
|-----|------------------|----|----|----|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| KGI | 実績値(予約件数/現地訪問者数) | - | - | - | - | - | 2/4 | 6/32 | 11/38 | 11/38 |
| | 目標値 | - | - | - | 10/20 | 30/60 | 40/80 | 72/144 | 72/144 | 72/144 |
| | 進捗率(%) | -% | -% | -% | -% | -% | 5% | 8% | 15% | 15% |
| KPI | 実績値(システム利用人数) | - | - | - | - | - | 300 | 924 | 2071 | 2071 |
| | 目標値 | - | - | - | 300 | 800 | 1200 | 1800 | 1800 | 1800 |
| | 進捗率(%) | -% | -% | -% | 0% | 12.5% | 25% | 51% | 115% | 115% |
| | 施設数(宿泊施設数/飲食店数) | - | - | - | - | 1/5 | 5/20 | 12/31 | 12/31 | 12/31 |
| | 目標値 | - | - | - | - | 1/5 | 10/20 | 20/30 | 20/30 | 20/30 |

KGI・KPIの進捗結果の分析

〈内部要因〉

- ウェブサイト上で予約可能な飲食店数が想定より少なく、AI音声電話予約へと切り替えたためシステム整備の工数が増加し、リリースが遅延しました。
- AI音声電話予約では飲食店への許可取りも必要になり、営業工数も追加で必要になり、リリースが遅延しました。

〈外部要因〉

- 飲食店への予約の許可取りを進める中で、そもそも予約を受け付けていない飲食店が想定より多く、施設数の確保が当初想定より少なくなりました。システム経由で予約可能な施設数は7店舗、予約不可でシステムに掲載のみを行っている施設数は24店舗となりました。
- 1月は箱根地域が閑散期となるため、想定よりインバウンドの人数を確保できないという現象も発生しました。

4.総括

(1) 実証事業の結果

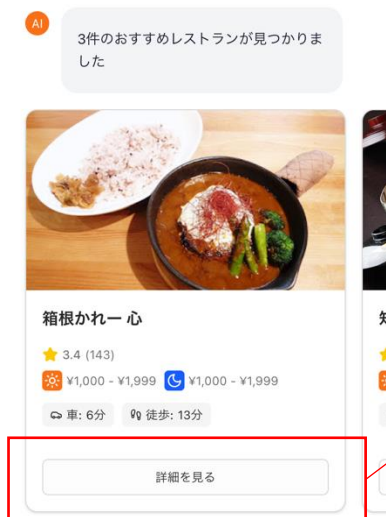
KGI・KPIの進捗結果(補足)

本検証を進める中で、インバウンドが飲食店を事前に予約する行動自体がそもそも少ないことが判明しました。そのため、本システムを利用したことで行動変容が起こったかを「レストラン詳細画面に遷移した数」で擬似的に計測しました。

KGI・KPIの進捗結果の分析

実証期間中における、レコメンド後のレストラン詳細閲覧数は166件でした。仮にこのうち半数が実際に飲食店へ訪れたと仮定した場合、83件の予約に相当します。(KGI：72件)

半数が訪れたかは不明ですが、協力宿泊施設へのヒアリング時の反応(※P.34参照)を踏まえると、十分現実的であると考えられます。



このボタンをクリックした件数=166件

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

取組前 (before)

インバウンドの宿外飲食に関する情報取得・予約の課題

- ・箱根地域ではインバウンドの増加に伴い、宿泊施設外での夕食や体験に対するニーズが高まっていました。
- ・一方で、多くの飲食店や体験施設では、日本語対応のみ・電話予約中心・ウェブサイト予約未対応といった状況が一般的であり、インバウンドにとっては店舗情報の取得や予約のハードルが高い状態でした。

宿泊施設フロント業務における対応負荷の課題

- ・宿泊施設のフロントでは、夕食や体験に関する問い合わせが日常的に発生しており、その対応はスタッフ個人の知識や経験に依存する属人的なものとなっていました。
- ・十分な選択肢を提示できないケースも多く、業務負荷の増大や対応品質のばらつきが課題となっていました。

取組後 (after)

生成AIを活用した情報提供・代理予約導線の構築

- ・インバウンドが自身の条件や嗜好に応じて店舗や体験を選択できる仕組みを整備しました。
- ・あわせて、ウェブサイト上で予約未対応の店舗にも対応するため、AIエージェントによる電話代理予約機能を整備し、予約可否に関わらず情報提供や来店誘導を含めた一連の導線を構築しました。
- ・一方で、予約可能な飲食店の数が想定よりも少なかったためユーザーの予約行動が限定的という課題も発生しました。今後は飲食店への導入拡大への取り組みも推進します。
- ・また、インバウンドが事前に飲食店を予約するという行動が想定より少なく、旅マエよりも旅ナカでの訴求が有効であることがわかりました。

フロント業務を補完するデジタル仕組みの有効性確認

- ・宿泊施設の導線上から生成AIによるレコメンドおよび代理予約機能を提供することで、スタッフ個人の知識や経験に依存しない情報提供・案内が可能となりました。
- ・これにより、案内内容や対応品質の平準化が図られ、担当者に左右されない持続的な運用モデルを構築できることを確認しました。
- ・一部の宿泊施設および飲食店と連携した実運用を通じて、スタッフの対応負荷軽減や案内品質の均質化につながる実用的なモデルであることを確認しました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

地域を巻き込んだ泊食分離への対応

① 生成AIによる多言語レコメンドは、インバウンドの意思決定を大きく支援する

- ・本実証を通じて、生成AIを活用した多言語対応の飲食レコメンドは、インバウンドにとって利便性の高い手段であることが確認されました。
- ・特に、チャット型UIを通じて自身の条件や嗜好を自然な形で伝えられる点は、従来の検索型サービスや一覧表示型の予約手段と比べて、旅行者の意思決定を円滑にする効果があると考えられます。

② 地域の予約文化・業務実態に適応した設計が、生成AI活用の成否を左右する

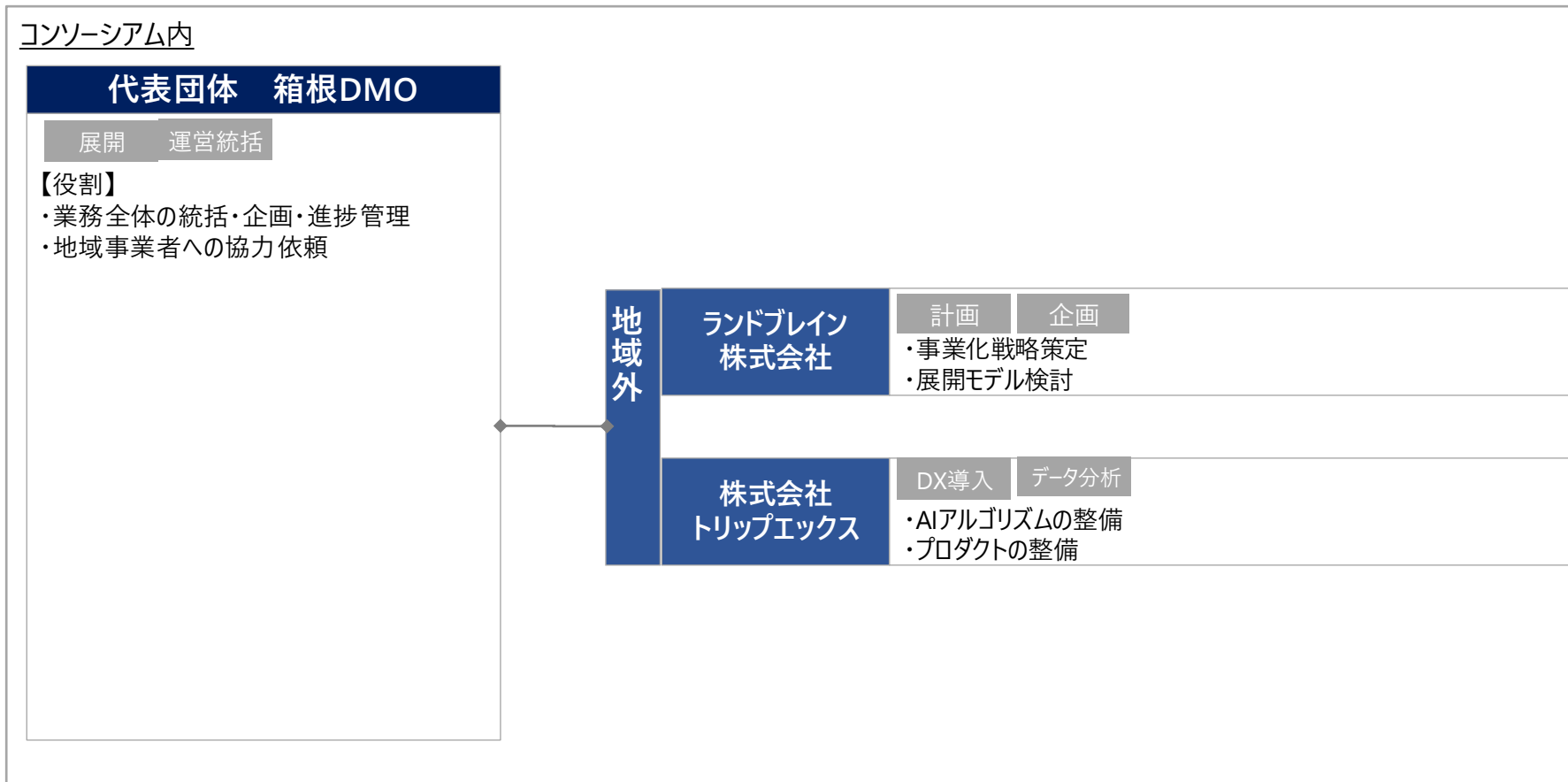
- ・一方で、実運用においては、地域の飲食店における予約文化や業務実態を十分に踏まえることが不可欠であることが明らかとなりました。
- ・ウェブサイト上での予約未対応の店舗が多い中で、電話予約を前提としたAIエージェントの活用は、現実的かつ実装可能性の高いアプローチであり、生成AIを現場に適応させるためには、技術起点ではなく地域特性起点での設計が重要であることが示唆されました。

③ 安心して選べる体験価値が泊食分離を後押しする

- ・本実証では、予約件数の創出に加え、「安心して選択できる」「探す手間が軽減される」といった体験価値そのものが、インバウンドおよび宿泊施設双方にとって大きな意義を持つことが確認されました。
- ・これらの価値は、宿泊施設のフロント業務負荷の軽減や案内品質の均質化にも寄与し、泊食分離を進めたい宿泊施設にとって有効な支援策となる可能性を示しています。

5.実施体制

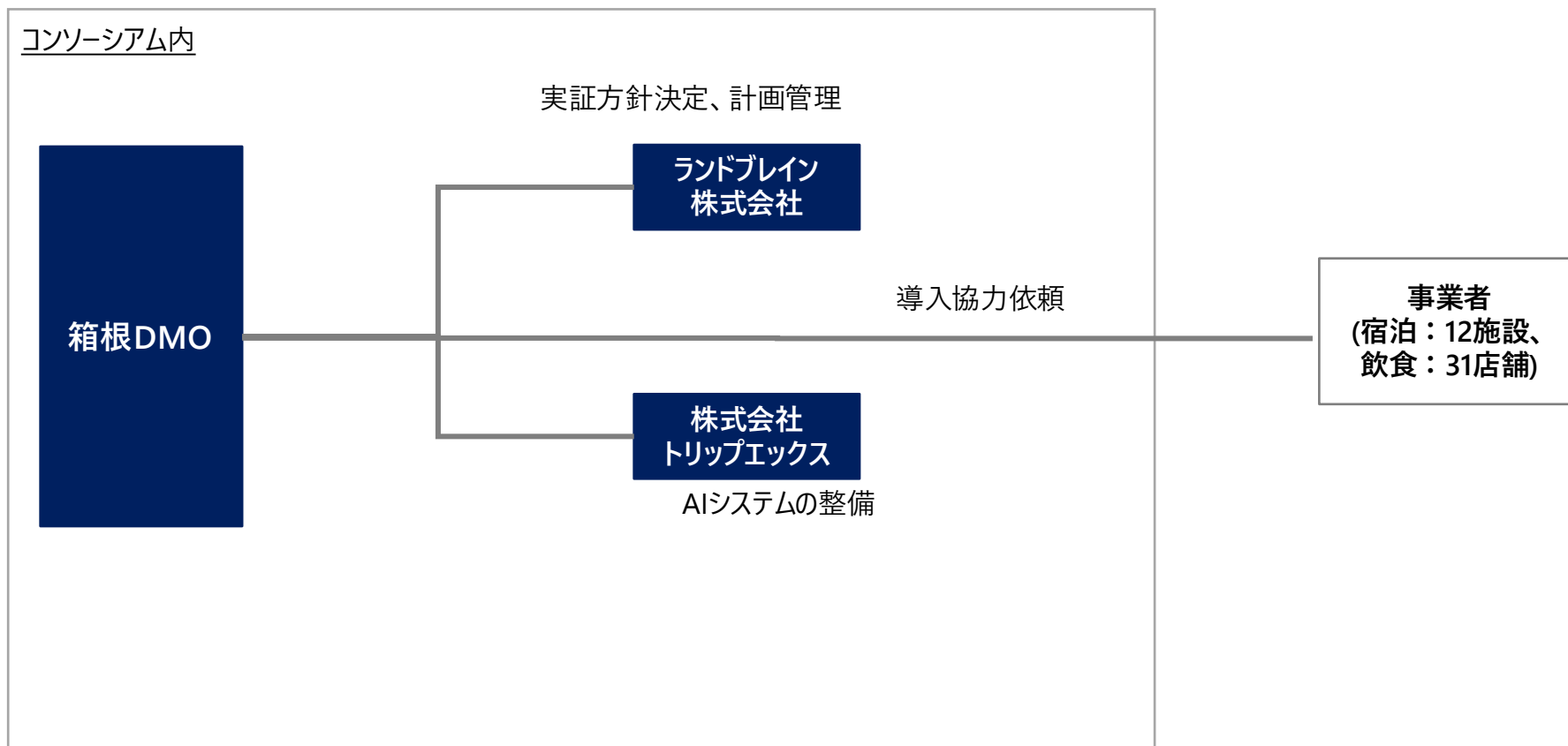
(1) 体制図



5.実施体制

(2) 各メンバーの役割

箱根DMOが全体の統括および地域事業者との調整を担い、ランドブレイン株式会社は実証計画の策定・進行管理を担います。株式会社トリップエックスは、生成AIを活用したレコメンド・代理予約システムの整備および改善を担当します。導入協力を依頼する地域事業者に対しては、DMOを窓口とすることで説明内容や条件を統一し、理解負担を軽減する設計としています。



6. 今後の展望

取組の展開・拡大方針

2026年度：本実証で整備したインバウンド向けAI代理予約システムの、さらなるユーザー数増加・利便性向上に向け協力宿泊事業者の募集やシステムのアップデートを随時実施します。予約手数料等で事業が継続的に回る仕組みを構築します。ユーザー数や送客実績を積み上げることで参画へのメリットを訴求し、現状予約を受け付けていない飲食店への導入を加速させていきます。

2027年度以降：箱根で得られた運用知見を整理し、関係者と共有しながら、必要に応じて他地域での活用可能性も検討します。

システム等の運用体制

運用管理者：箱根DMO（全体の運営方針策定・契約管理・トラブル時の責任窓口）

運用責任者：トリップエクス社（AIソリューションの整備・継続的なアップデート）

運用方法詳細：箱根における運用は箱根DMOが事業主体となり、トリップエクス社による継続的なシステム運用・アップデートを行います。

取組継続のための財源確保方針

広告掲載収入：システム内で地域店舗や体験の有料掲載枠を設け、送客対価を得ます。

データ活用料：需要傾向レポート等を地域事業者・自治体向けに提供します。

データ収集・分析・活用体制

データの収集・分析はトリップエクス社が担い、今後の継続的な精度向上に努めます。参画事業者の増加に伴い活用可能なデータも増加するため、定期的に箱根DMOを中心にデータ活用を行う場を設けます。

7.おわりに

本実証事業では、生成AIを活用した飲食・体験レコメンドおよび代理予約の仕組みを、観光地の実情に即した形で検証しました。当初は箱根エリア全体の宿泊施設との連携を想定していましたが、実証範囲を箱根湯本エリアに絞り、当初目標の施設数や予約件数には届かなかったものの、地域の運用実態を踏まえた観光DXモデルの方向性を示すことができました。

本事業は、インバウンドのみならず、宿泊施設、飲食店といった複数のステークホルダーが関与する実証であったため、システムそのものの完成度に加えて、いかに各事業者を導入・活用してもらうかが実証の重要な論点となりました。単に旅行者目線で利便性の高いシステムを整備するだけでは、地域全体の課題解決にはつながらず、事業者の業務実態や負担感を踏まえた設計や、段階的な導入プロセスが不可欠であることを改めて認識しました。

実証を通じて、生成AIを活用した仕組みは、旅行者の利便性向上にとどまらず、宿泊施設のフロント業務の補完や、飲食店のインバウンド対応負荷の軽減といった側面でも効果を発揮し得ることが確認されました。今後は、本実証で得られた知見をもとに、事業者を巻き込みながら運用を定着させる仕組みづくりを進めるとともに、他地域への展開を視野に入れた持続的な取組へと発展させていくことが期待されます。