



観光DX推進による地域活性化モデル実証事業 生成AI活用モデル

成果報告書

生成AIを活用した宿泊施設マーケティングDX推進事業
(大歩危峡温泉郷モデル)

大歩危峡AIプランメーカー推進協議会
2026年1月16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. 顧客層に応じた宿泊プランの生成
 - 取組2. 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成
4. 総括
 - (1) 実証事業の結果
 - (2) 事業の考察
4. 実施体制
 - (1) 体制図
 - (2) 各メンバーの役割
5. 今後の展望
6. おわりに

1.はじめに

(1) 地域の魅力・特徴

魅力

大歩危峡温泉郷は、自然豊かな観光地です。吉野川の激流が長い年月をかけて削り出した、彫刻のような巨岩とエメラルドグリーンの清流に囲まれた渓谷美とラフティングで知られています。

特徴

- ・年間36万人の旅行客が来訪する地域。
- ・ひの字渓谷、祖谷のかずら橋といった観光資源があります。
- ・秘境感や妖怪伝説がインバウンドに人気です。

取組エリア

大歩危地域



1.はじめに

(2) コンソーシアム

コンソーシアム名

大歩危峡AIプランメーカー推進協議会

実施主体

- 代表団体／企業

大歩危峡観光遊船有限会社

- 活動地域

大歩危地域

- 活動概要・経歴

2025年3月に、宿泊施設に生成AIを活用し、地域の誘客促進および収益最大化を実現することを目的として結成しました。

宿AIプランメーカー事業を通じて、宿泊施設のマーケティングDX推進のため活動しています。

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

大歩危峡地域は、祖谷のかずら橋やひの字溪谷、妖怪伝説といった観光資源を有し、年間36万人が来訪する地域です。

従来、国内宿泊業界ではOTA経由のオンライン集客が一般化し、手数料を支払うことで簡単に集客ができるようになった一方、自社のマーケティング施策は各施設担当者の勘や経験に頼りがちで、統一的・戦略的な宿泊プラン策定や広告制作ができていませんでした。また、マーケティング業務は属人化しており、新規宿泊プラン企画や多言語対応にも時間・費用がかかってしまうという課題がありました。

本事業を通じて、マーケティングのノウハウを持っていない従業員が効果的なマーケティング施策を実施できる仕組みを構築し、持続的で競争力のある観光地経営の実現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

PMS、OTA、SNS、口コミデータを分析し、生成AIが宿泊プランや多言語LP、広告クリエイティブを自動生成します。また、SNS広告等とのAPI連携により、広告配信及び配信の効果測定を高速で行い、生成AIを活用した宿泊マーケティングの自動化に取り組みます。まずは1つの宿泊事業者で実証を行い生成AI活用の手順を確立し、その後地域内の複数の宿泊事業者で活用を進めることで、地域全体での業務効率化及び集客力強化を図ります。

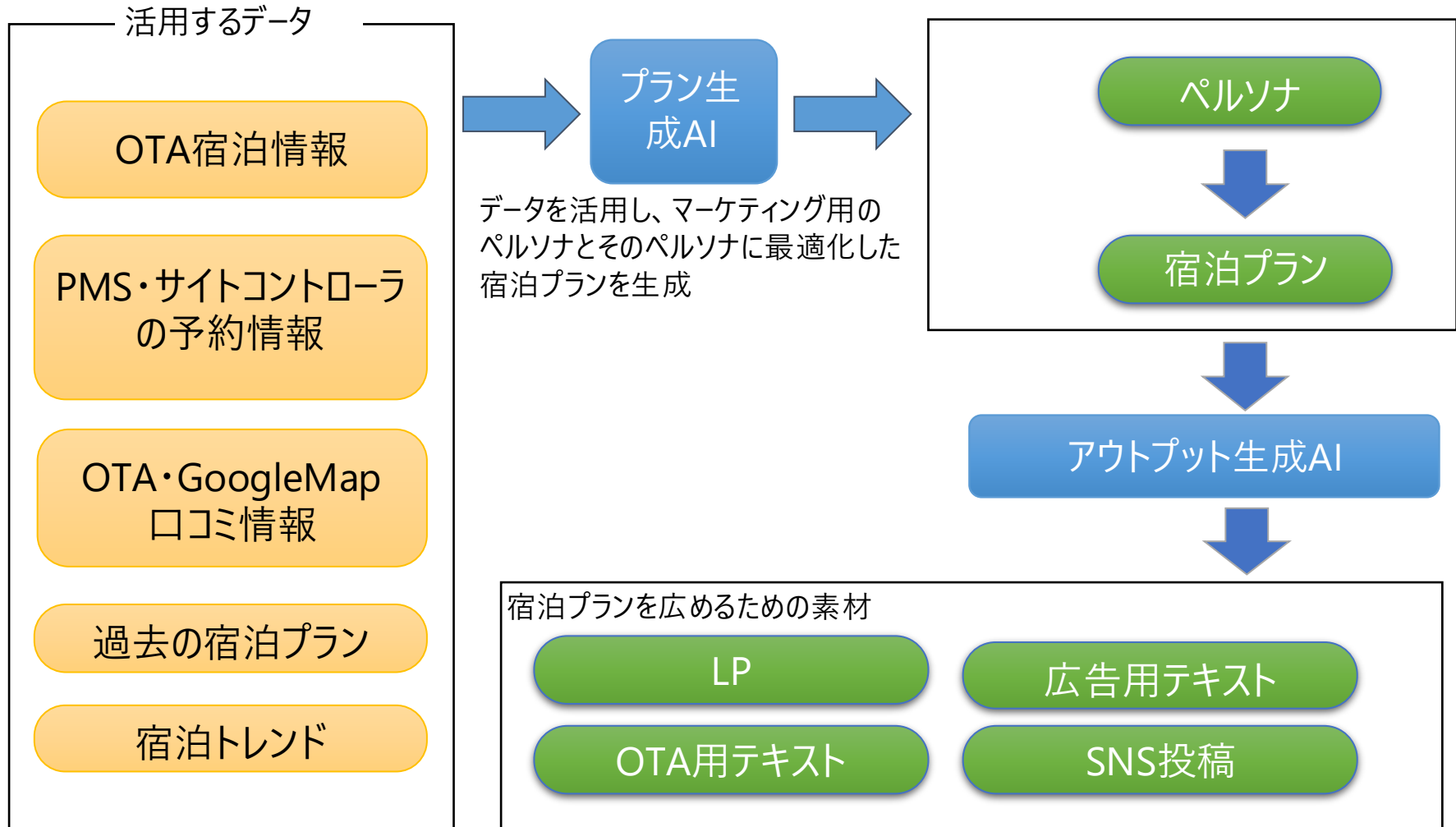
実証内容

顧客層や季節に応じた宿泊プランの自動生成を通じた、予約率の向上と業務負荷の軽減を達成します。多言語対応LP、広告クリエイティブの自動生成による集客の強化SNS広告等とのAPI連携による広告配信や効果測定を通じた、業務の効率化及び高度化していきます。

3.実証事業 (1) 全体像

宿泊データ・過去データのインプット

生成AIを活用した施策の実施



3.実証事業

(2) 目標・取組内容

目標

Goal：生成AIで宿泊マーケティングDXモデルを確立

KGI：検証期間の予約件数 + 168件(前年度同月比)

KPI：検証期間のLP流入件数3360件

取組	取組概要	頁
取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成	過去の予約データの分析をし、そこで得られたインサイトをもとにペルソナを作成します。そのペルソナをターゲットにして、生成AIで宿泊プランを作成します。	P.9
取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成	取組①で生成した宿泊プランを売り出していくためのLPや広告を自動生成し、作った宿泊プランを発信する業務の効率化を図ります。	P.39

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

取組概要：生成AIを活用し、宿泊施設の予約データや口コミ情報をもとに、顧客層や季節ごとに最適な宿泊プランを自動生成し、予約率の向上と業務負荷の軽減を同時に図ります。

取組の詳細

内容：

宿泊施設の予約データ（PMS・OTA）や口コミ情報を分析し、生成AIが顧客属性（ファミリー、カップル、インバウンド等）ごとに最適な宿泊プランを自動生成。これにより、属人的な企画作業から脱却し、需要と季節性に応じた販売戦略を高速に実施可能とします。

ターゲット：

インバウンド、国内のファミリー層、カップル層

活用技術：

- ・自然言語処理による口コミ分析・顧客セグメンテーション
- ・宿泊プラン内容の構成自動化（価格帯・食事・特典等）

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ システム

● コンセプト・機能概要

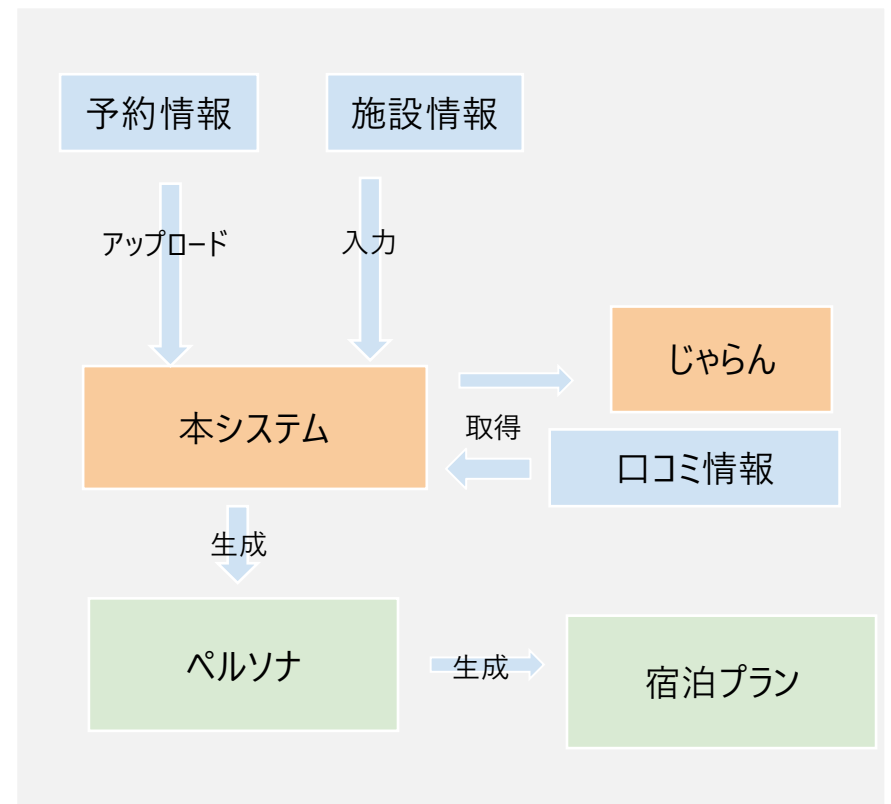
【コンセプト】

会話するように宿泊プランを作るUI・UX

【機能概要】

- 予約データや口コミを使った内部の分析を行い、その内容をもとにペルソナを作成します。
- 生成AIが地域に関する外部の分析を行います。
- ペルソナをもとにオペレーションに負担がかかりにくい宿泊プランの生成をします。

● システム構成



※URL : <https://ai-marketing.poseidon-inc.com/>

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システム
- UI/UX



解説

過去の予約実績CSVのアップロード画面です。
アップロードが完了すると分析が始まります。



解説

予約データの分析結果です。
分析レポート（上）と統計データ（下）があります。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システム
- UI/UX



解説

口コミ収集画面です。
口コミページのURLを保存し、右下のボタンを押すだけで収集と分析をします。



解説

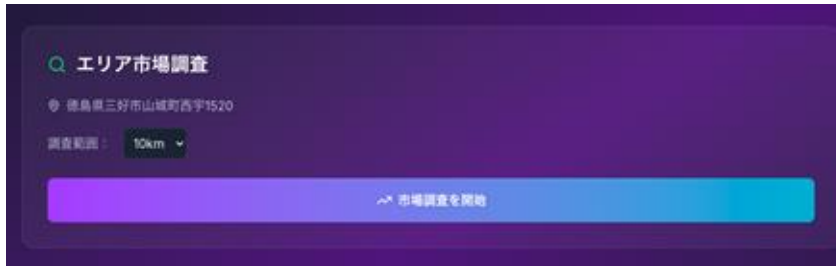
口コミ収集結果です。
好評、不評、期待の3ジャンルごとに整理します。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システム
- UI/UX



解説

市場分析画面です。
施設の住所付近の情報をまとめます。

解説

市場分析の結果画面です。
競合の情報と地域の情報レポートが出力されます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システム
- UI/UX



解説

宿泊プランの生成画面です。ペルソナに応じて宿泊プランが生成されます。生成された宿泊プランの修正は、修正ボタンからチャット形式で指示できます。



解説

既存プランの見せ方を変えるプラン生成方法です。こちらで画像アップロード等で既存の宿泊プランや施設が提供できる価値を登録することで、オペレーションに無理のない宿泊プラン生成ができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システム
- UI/UX



解説

オペレーション作成用のチャットです。
生成した宿泊プランのオペレーションを生成AIに相談することができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ データ活用

1.データの収集

- サイトコントロールの宿泊データ
- PMSの宿泊データ
- じゃらの口コミ

2.データの蓄積

- 過去の宿泊データの統計情報をアプリケーションのDB内に蓄積

3.データの活用

- 予約データ・口コミデータを活用したペルソナの生成

4.活用による効果

- 過去の傾向から、根拠を持って宿泊プランの方向性を決めることができ、従来は最短でも2週間かかっていた宿泊プラン作成が3日で実施できるようになりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

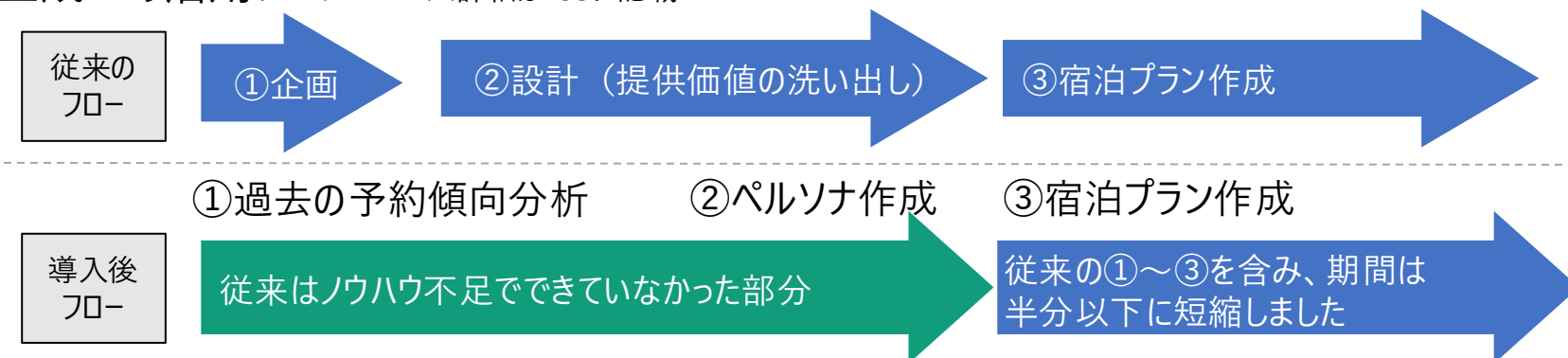
取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 活用した生成AI概要

項目	内容
利用者	宿泊施設従業員
利用シーン	宿泊プランの作成時
利用モデル・システム	Gemini (gemini-2.5-flash,gemini-3-pro-preview) 選定理由：LLMでの検証時に周辺施設の強みと比較した上で差別化された宿泊プランを生成したため。
インプットデータ	予約情報のCSV、じゃらの口コミデータ、分析レポートのテキスト
インターフェース	ウェブアプリケーション

生成AIの活用シーン

※詳細はP35に記載

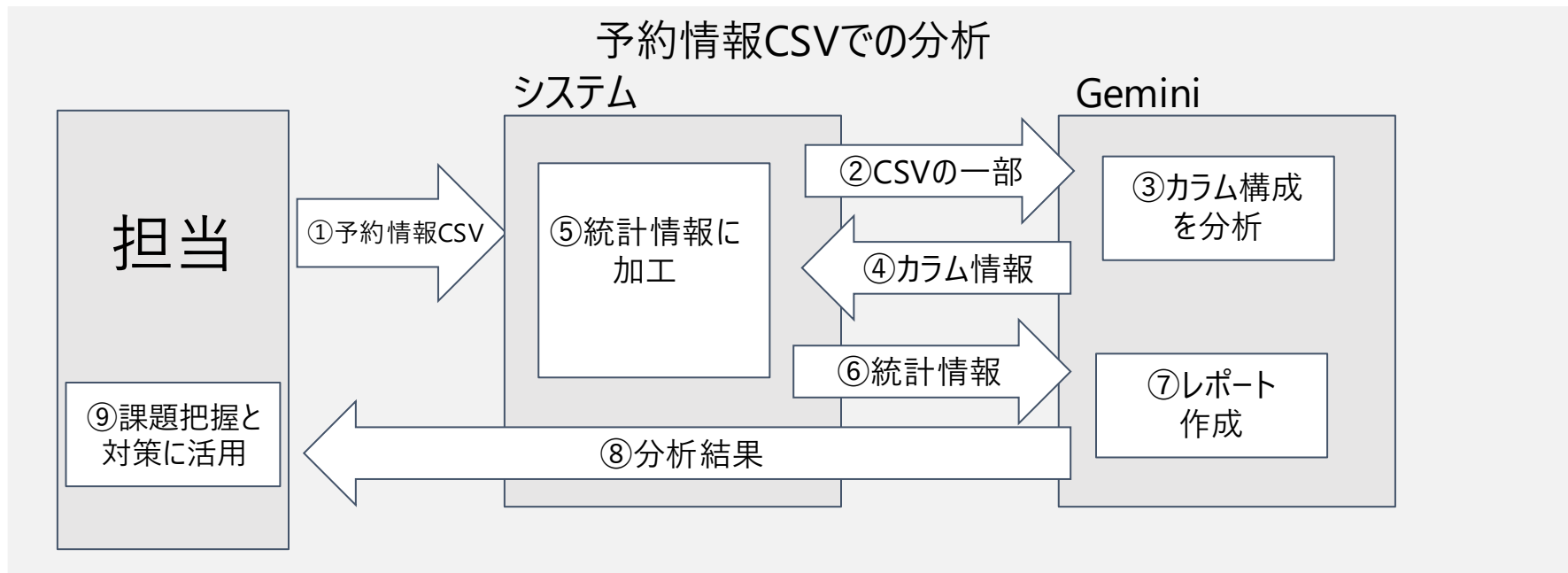


3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

担当はCSVをアップロードするだけで統計分析ができます。統計情報への加工はシステム内で行います。Geminiでカラム構成を分析することで、CSVのフォーマットが異なっても、同じプログラムで処理することができます。これにより生成AIにわたす個人情報量を最小限に抑えて分析を行っています。

この分析結果から、担当者が宿泊までのリードタイムの長さやキャンセル率等に関わる課題の把握ができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

過去の予約情報CSV

入力|質問内容

・あなたは宿泊予約データ分析の専門家です。
提示されたCSVデータから、以下の情報を表すカラム名を特定し、正確なJSON形式で返してください。

・あなたは宿泊施設のマーケティング戦略コンサルタントです。
データ分析結果から実践的なインサイトを導き出し、具体的なアクションプランを提案してください。

プロンプト等の工夫・ルール等

CSVを直接渡すのではなく、分析の仕方を考察させたうえでCSVの統計処理をプログラムで行うことで、LLMが苦手な大きすぎるファイルの分析を可能にしています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

出力結果



1. ターゲット層の特徴

主要ターゲット: 2名での旅行が多く、次いで1名、3名、4名、5名以上と続く。
居住エリア: 関東、近畿、四国からの予約者が多く、特に東京都、千葉県、神奈川県、香川県からの割合が高い。
旅行スタイル: 「にし河原の食材を揃しむ」プランが人気。郷土料理や地元の食材を重視する傾向がある。
価格帯: 1泊あたり平均25,403円と、一定の価格帯のプランを選択する傾向が見られる。

2. 現状の課題

高いキャンセル率: 35.6%と非常に高い。予約から宿泊までのリードタイム(平均612日)が長いことが影響している可能性がある。
特定プランへの偏り: 人気プランに予約が集中しており、他のプランの需要が低い可能性がある。
週末への集中: 土曜日の稼働率が最も高く、平日稼働率の向上が課題。

3. 推奨アクション

1. キャンセル率削減施策:

- リマインダーメールの強化: 予約日、宿泊日の1週間前、3日前などに、宿泊期間の特典や周辺情報、キャンセルポリシーを改めて伝えるメールを送信。
- キャンセルポリシーの明確化と柔軟な対応: キャンセル料の発生条件を分かりやすく提示し、一定期間内の日程変更であればキャンセル料を免除するなどの柔軟な対応を検討。
- 早期予約特典の強化: リードタイムが長い顧客層に対し、早期予約割引や特典(例: 地元特産品プレゼント、レイトチェックアウト無料)を設ける。

2. 平日稼働率向上施策:

- 平日限定プランの作成: 週末とは異なる、平日ならではの体験(例: 地元ガイドによる観光ツアー、早朝の市場見学)を盛り込んだプランを開発し、訴求。
- 近隣エリアへのプロモーション強化: 関東・近畿・四国エリアの顧客に対し、平日の旅行がお得になるような情報発信を強化。
- ビジネス需要の開拓: 近隣企業の会議や研修での利用を促進するため、会議室利用と宿泊をセットにしたプランを開発。

3. プランの多様化と訴求強化:

- 人気プランの派生: 「にし河原の食材」をテーマに、ターゲット層(例: 女性グループ向け、カップル向け)に合わせたアレンジを加えた新プランを開発。
- 「旅先特産品も和み」プランの強化: グルメ志向の顧客層に対し、さらに詳細な情報(産地、部位、調理法など)を提示し、魅力を高める。
- SNSでのビジュアル訴求: 人気プランの食事や施設の魅力、写真や動画で積極的に発信し、潜在顧客の興味を引く。

これらの施策を通じて、キャンセル率の低減、平日稼働率の向上、そしてより多くの顧客層に宿泊施設を選んでいただけるようなマーケティング戦略を展開していきます。

出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

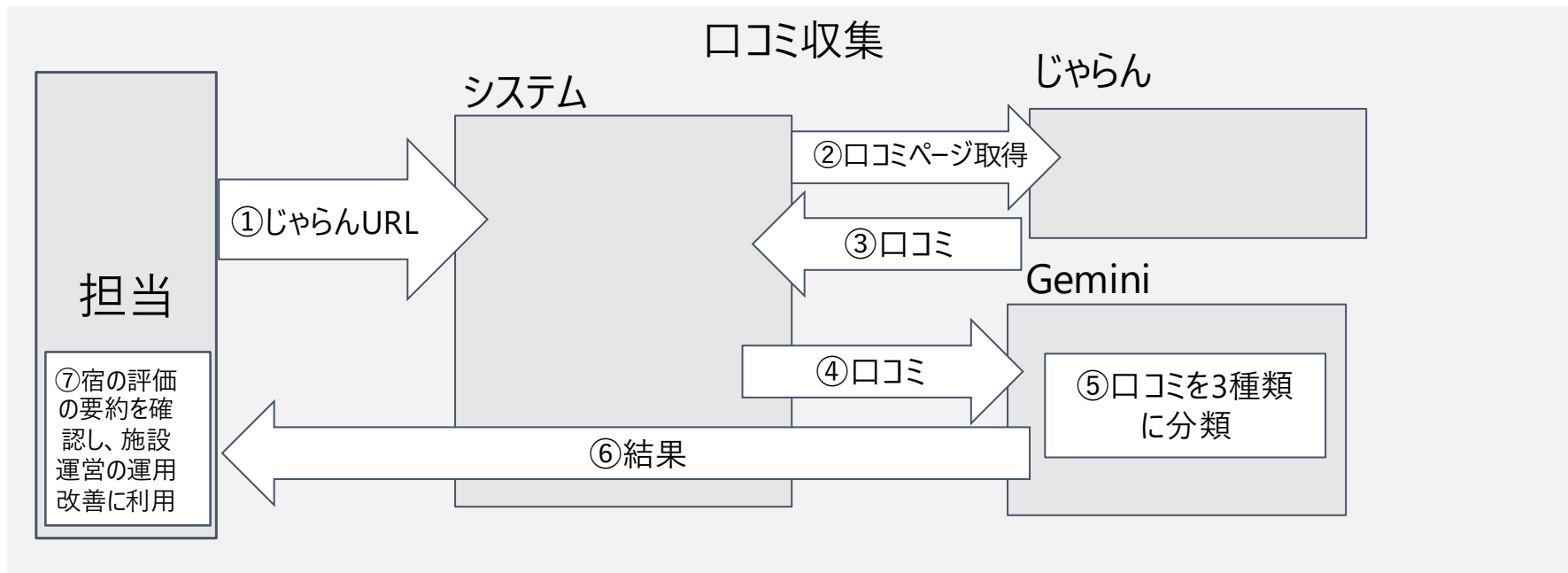
生成AIの苦手な大きなファイルの分析を行うための前処理をLLMの出力で可変にすることで、CSVのフォーマットを揃えるという面倒な作業をユーザーが行うことなく、データの統計処理ができるようになりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

口コミページのURLにアクセスし、そのページの情報全体を取得します。取得したデータから生成AIが口コミの部分を探し、評価・不評・期待の3つに分類し、代表的なメッセージを表示しています。また、口コミ収集をこの方式にすることでじゃらんのページが改修されてもシステム側のアップデートをすることなく運用し続けることが可能です。

これにより大量にある口コミ情報から、重要な情報を瞬時に吸い上げることができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

じゃらんのURL

入力|質問内容

・あなたは宿泊施設の口コミを分析する専門家です。口コミページの内容から、個別の口コミを抽出し、それらを分析してサマリーを作成してください。出力は必ず以下のJSON形式で返してください。他の説明文は不要です。

```
{  "text": "口コミ本文",  "rating": 評価点（数値、取得できない場合はnull）,  "date": "投稿日（取得できない場合はnull）",  "sentiment": "positive" または "negative" または "neutral" }
```

プロンプト等の工夫・ルール等

取得後にプログラムで扱いやすいようにJSON形式で出力することを強く指示しています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

出力結果

□ 口コミ分析結果 分析日時: 2026/1/15 14:53:27

収集した口コミ数: 18件

好評ポイント	不評ポイント	お客様の期待
<ul style="list-style-type: none">最新設備と充実したアメニティ（コーヒーマシン、ダイソン製品、コンセント、延長コード等）郷土料理を中心とした美味しい食事と丁寧な料理の提供スタッフの心からのおもてなしと親切な対応溪谷の景観を楽しめる露天風呂と温泉施設観光地へのアクセスの良さと観光割引券の提供	<ul style="list-style-type: none">朝食時のコーヒーマシン台数不足による待ち時間露天風呂からのダンプ車の音や電車の音が聞こえる複数人での宿泊時に部屋が狭く感じる場合があるエレベーターホール前の部屋の選択肢があるエアコンの冷暖房切替ができない（中間期の快適性に課題）	<ul style="list-style-type: none">清潔感を重視し、最新設備と快適な環境を求めている地元の食材を活かした本格的な郷土料理を体験したいスタッフの細かい心配りと質の高いおもてなしを期待している自然の景観を楽しみながらリラックスしたい観光地へのアクセスと観光情報サポートを求めている

出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

URLからページの情報を取得する際にJina Reader(※)を使用し、HTMLタグのようなノイズになりやすいデータを除外したことで、生成AIの使用量を抑えつつ、正確に読み取って分類することができました。

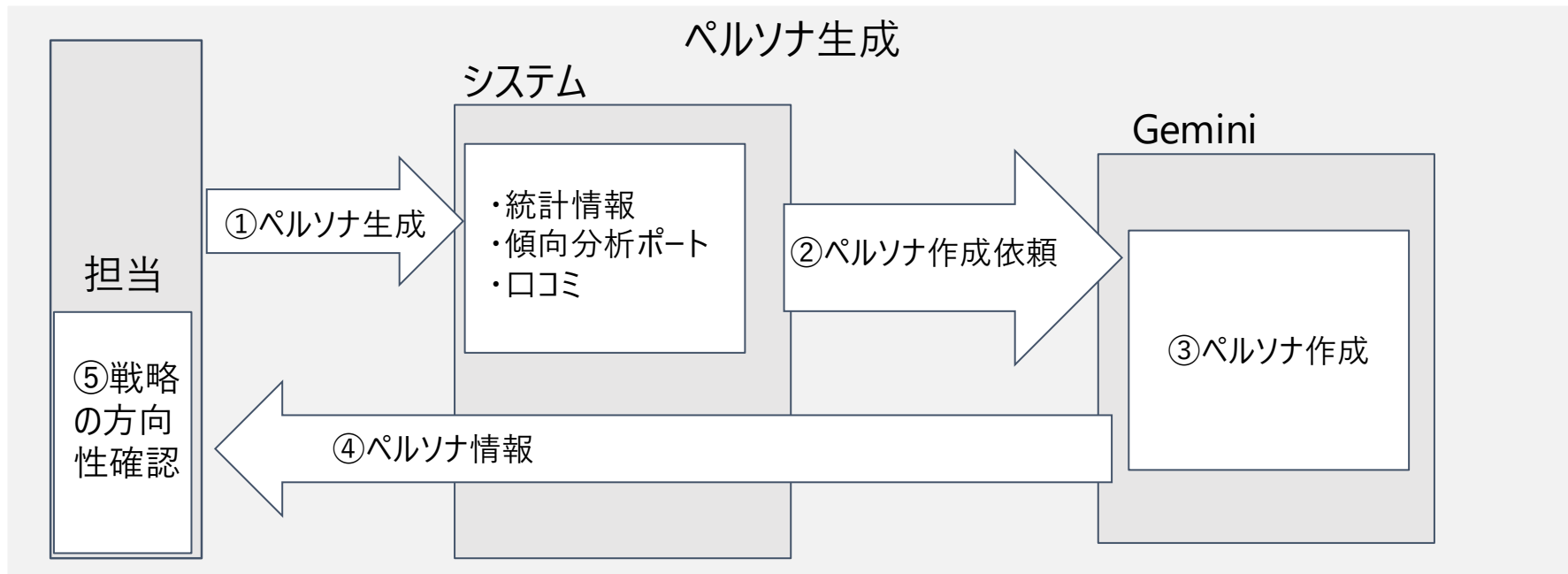
※Jina Reader...ウェブサイトの情報を生成AIが理解しやすい形で取得するためのツール

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

予約情報から作った統計情報・傾向分析レポート・口コミの情報をもとに、効果がでそうなパーソナをGeminiが生成します。トレーサビリティを確保するために、パーソナを作成した根拠とともに具体的なパーソナ像を生成します。担当者はパーソナを使って、マーケティング戦略の方向性を決めることもでき、システムはこれをもとに宿泊プランを作成できます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

統計情報、傾向分析レポート、口コミ分析レポート

入力|質問内容

```
System Prompt
あなたは観光業界のマーケティングエキスパートです。顧客分析データに基づいて、具体的に実用的なペルソナを作成します。

User Prompt
以下の宿泊施設の分析データをもとに、ターゲット顧客のペルソナ(num_persona)人を作成してください。

(analysis_context)

## 出力形式
以下のJSON形式で(num_persona)人分のペルソナを配列として出力してください。
各ペルソナは具体的な、分析データに基づいた現実的な人物像にしてください。

{
  "name": "東京の日本人 (フルネーム)",
  "age_range": "年齢層 (例: 30代後半)",
  "gender": "性別",
  "location": "住んでいる場所 (例: 東京都世田谷区、大阪府大阪市など)",
  "occupation": "職業 (具体的な)",
  "travel_purpose": "旅行の主な目的",
  "interests": "興味すること", "愛用すること", "愛用すること",
  "budget_range": "1泊あたりの予算額 (例: 1万5千〜2万円)",
  "information_source": "情報収集に使うメディア", "情報収集に使うメディア",
  "needs": "旅行施設に求めること", "宿泊施設に求めること", "宿泊施設に求めること",
  "pain_points": "旅行に関する悩み", "旅行に関する悩み",
  "description": "このペルソナの詳細な説明 (100〜150文字程度)。どんな人か、なぜこの宿を希望しているのかを具体的に、",
  "rationality": "このペルソナを作成した根拠、分析データあとの部分 (例: 予約履歴のOOが多い、投稿率がOO、口コミでOOが評価されているなど) からこのペルソナを導き出したかを具体的に
```

プロンプト等の工夫・ルール等

具体的なペルソナを作るだけでなく、そのペルソナを作った根拠まで記載させることで、ユーザーが生成されたペルソナの吟味をできるようにしています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

出力結果



出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

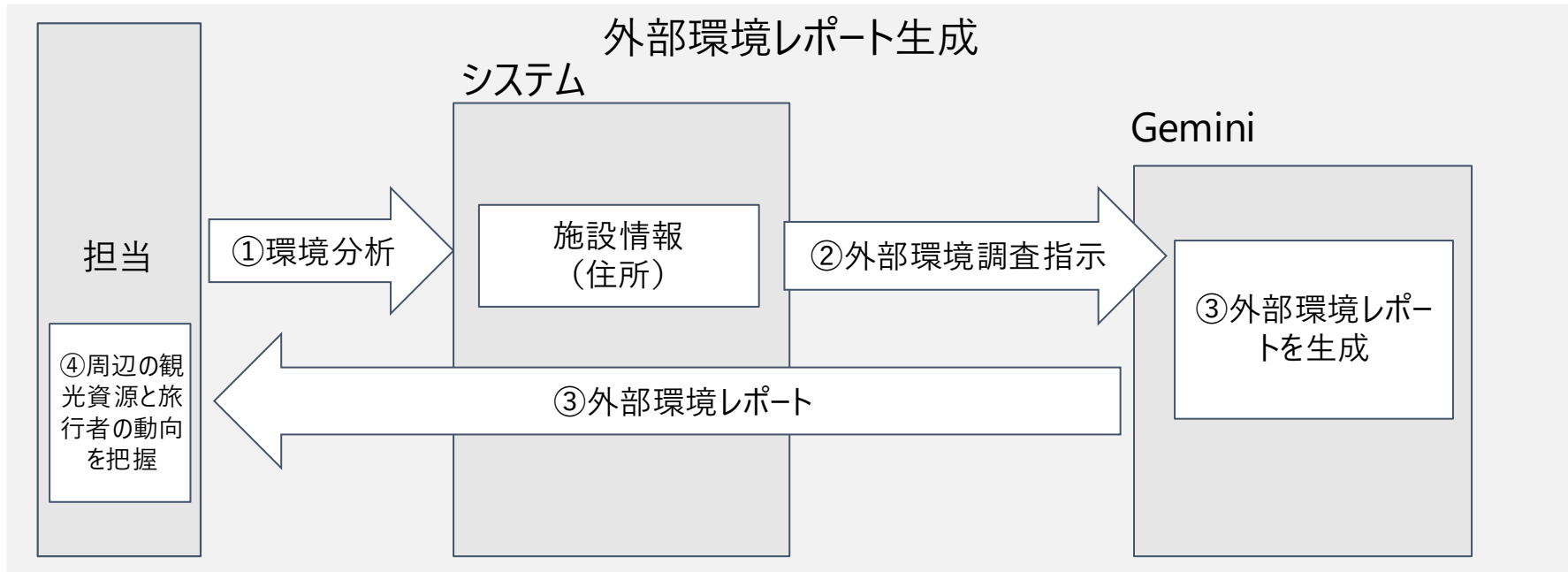
生成されるペルソナについてはマーケティングに使用するのに十分な品質となっています。ただ、統計的に多数のものがベースで生成される確率が極めて高いため、新たな発見をするために、ノイズ要素を入れたものを混ぜるとより活用しやすいものになる可能性があります。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

施設を登録する時に入力した住所情報を使って、その地域の観光資源や競合の情報、地域に関するニュース、宿泊トレンドのような外部環境を収集します。ハルシネーションを減らすためにGrounding(*)を利用。

周辺情報だけでなく、観光トレンドの調査ができます。

※Grounding...生成AIがウェブサイト検索等を行い情報を参照すること

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

住所

入力|質問内容

```
System Prompt
あなたは宿泊業界のマーケットリサーチャーです。最新のWeb情報を活用して正確な分析を行ってください。

User Prompt
{address}周辺(radius_km)km圏内の宿泊施設の競合状況について、最新のWeb情報を調べて分析してください。

以下の項目を含むJSON形式で出力してください：
{
  "area_type": "地域タイプ (観光地/ビジネス街/温泉地など)",
  "estimated_competitors": "推定競合数",
  "price_range": {
    "low": "最低価格帯",
    "average": "平均価格帯",
    "high": "最高価格帯"
  },
  "competitive_factors": ["競合の強み1", "競合の強み2", "競合の強み3"]
}
```

プロンプト等の工夫・ルール等

プロンプトの工夫としては、最新のウェブサイト情報をいれる指示を追加し、APIのGroundingオプションを設定することで、ハルシネーションが少ない出力を作れるように工夫しています。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

出力結果



出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

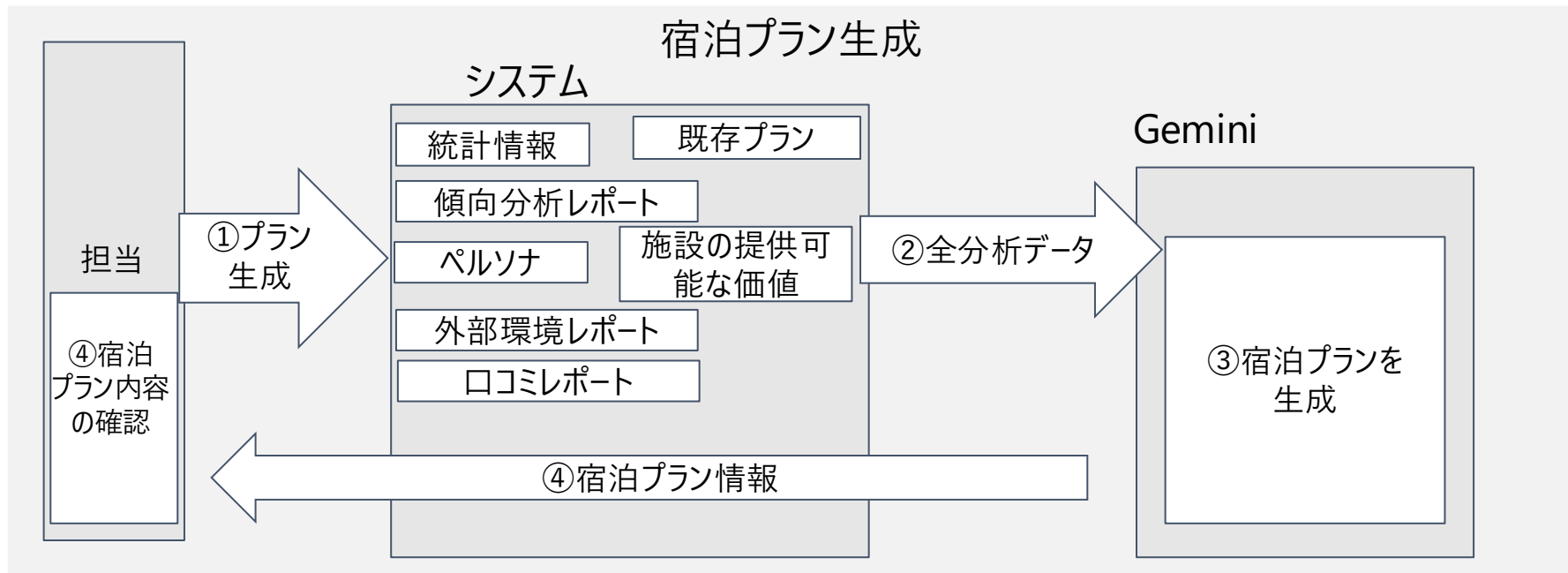
情報についてはウェブサイト検索による証拠集めも行っているため、ハルシネーションが少なく、最新の情報も取得可能になっています。しかし、インプットで入力した収集範囲の距離については緯度経度に関するデータと連携していないため、距離の正確性が劣ったデータが出力されることがあります。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

内部環境と外部環境の分析データをもとにGeminiが宿泊プランを生成します。

宿泊プランはペルソナに合わせて生成され、生成AIへの指示ベースで修正が可能です。

また、オペレーション負荷を減らすために、あらかじめ既存プランや施設の付加価値を登録することで、より無理のない宿泊プランが生成可能です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

統計情報、傾向分析レポート、

入力|質問内容

あなたは宿泊業界の経験豊富なマーケティングストラテジストです。データに基づいた実践的で、すぐに実行可能なマーケティングプランを提案してください。3C分析 (Customer, Competitor, Company) とPEST分析 (Political, Economic, Social, Technological) を活用した戦略的なプランを作成してください。

【単一ペルソナに対する複数プラン戦略】

- 指定されたペルソナに対して、複数の異なる切り口でプランを提案してください
- 同じペルソナでも、訴求ポイントやアプローチ方法によって異なるプランは異なります
- 例えば「忙しいビジネスパーソン」に対しても：
 - ＊ 「短時間で最大限リフレッシュ」という短期訴求
 - ＊ 「贅沢な自分へのご褒美」というプレミアム訴求
 - ＊ 「コスト良く疲れを癒す」というお得感訴求
- など、異なるアプローチが可能です
- ペルソナの悩み (pain_points) それぞれに対応するプランを考えてください
- 価格帯にも幅を持たせ、選択肢を豊富に提供してください

【プラン名の命名ルール】

- プラン名にペルソナの名前 (人名) は絶対に含めないでください
- 「〇〇さん向けプラン」のような名前は禁止です
- 代わりに、体験価値や訴求ポイントを表す魅力的な名前をつけてください
- 例：癒しの温泉リトリート」「お得に満喫プラン」「プレミアムおこもりステイ」など

プロンプト等の工夫・ルール等

ペルソナをベースにした時に、ペルソナの個人名を宿泊プランに混ぜ込んでしまうことが発生したため、抑制するためのネガティブプロンプトも埋め込んでいます。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AIの入出力

出力結果



出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

宿泊プランは、宿の担当者の微修正だけで運営できるクオリティで生成されます。

また、宿泊プランの広告運用を行った際に、LPへの流入数に対して予約ボタンのクリック率が9.3%あり、宿泊プランのLPにおける妥当な数値になっていることから、宿泊プランの内容が実運用に値することが分かりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

大量の個人情報を含むCSVを扱うことから、データを学習利用しないモデルを使用することは前提として、事前にプログラムでマスキング処理をしてからLLMにデータを渡すことで、個人情報の安全性を担保した実装をしています。また、プログラム上でもファイルを保持せず、統計情報のみを保持するようにしております。

生成内容の信頼性確保

・ハルシネーションが発生しやすいタイプの指示については、APIが提供するGroundingの機能を利用することで、正確なデータが使用できるように工夫をして実装をしております。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ まとめ

取組前 (before)

・宿泊プラン作成は担当者の勘と経験で行われており、データに基づいた分析と対策が実施できていませんでした。

・宿泊プランはほぼ変更せずに料理の変更等のマイナーチェンジのみで運用しています。
・宿泊プランを作成する場合のリードタイムは2週間～1ヶ月を要しています。

取組結果 (after)

・予約データから傾向分析と対策を実施し、具体的な数値をもとに内部環境・外部環境の状態を分析できるようになりました。

・従来の約1/3のリードタイムで新規の宿泊プランを作成することが可能になりました。

・従来は、宿泊プランのマイナーチェンジで運用している状況だったものが、ペルソナに基づいて、より具体的な客層を狙った宿泊プラン作成が可能になりました。

取組結果の分析

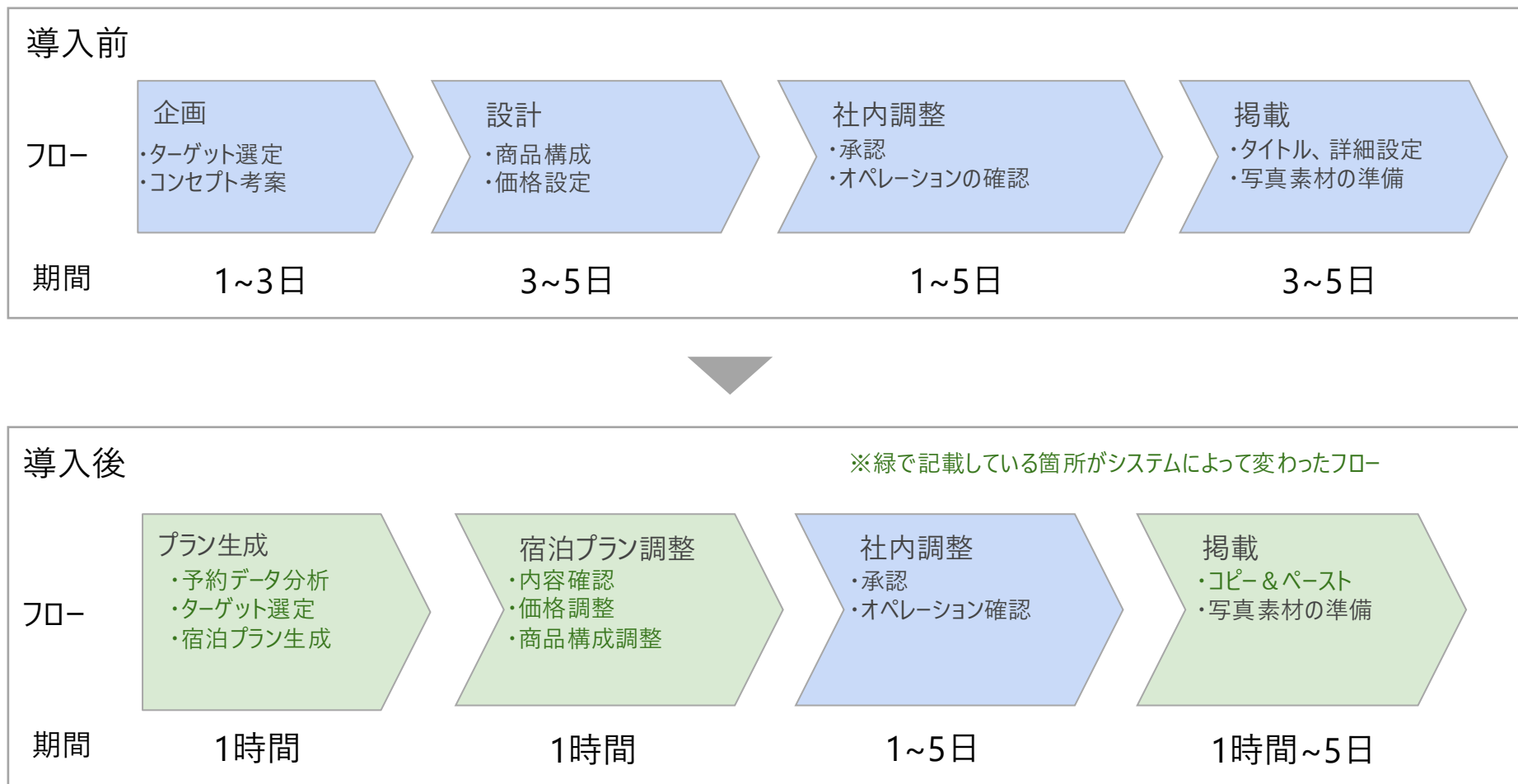
・UI・UXにおいて、CSVのフォーマットを気にしなくていいようにしたことや、分析に必要なプロンプトはシステムに埋め込み、ユーザーはほぼノープロンプトで作業ができる体験にしたことから、従来の作成業務の1/3のスピードで宿泊プランを作ることができるようになりました。課題として、作成した宿泊プランの予約が伸び悩んでおり、予約エンジンまで含めたユーザー体験の設計まで行うことが必要ということが分かりました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 生成AI導入前後の宿泊プラン作成作業と生成ワークフローの比較



3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ AIが生成する宿泊プランの詳細

生成される宿泊プランに含まれる要素

- ・タイトル
- ・ターゲット
- ・価格の根拠
- ・3C分析の結果
- ・コンセプト
- ・価格
- ・パッケージの特典
- ・PEST分析の結果

宿泊プラン作成時のポイント

- ・ペルソナ、3C分析、PEST分析の結果に基づいた特典が設定されます。

従来の人手により作成された宿泊プランと生成AIで作成した宿泊プランの比較

- ・生成AIは、データ分析をベースに宿泊プランを作成するため、汎用的な内容ではなく特定のターゲットにフィットした宿泊プランを生成することができます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

■ 現場利用のために工夫した点

1. 今まで活用できていなかったデータを有効活用

今まで蓄積していたものの活用できなかったデータについて、本実証を通じて活用できるようになることで、感覚ではなくデータでどのような属性の旅行客が来訪していたのかということ进行分析し、宿泊プラン作成に活かすことができるようになりました。

2. ユーザーが直感的に操作できるUI・UX

統計情報を分析するうえでCSVのような専門的なファイルのフォーマットを指定してしまうと、利用のハードルが上がってしまうため、CSVのフォーマットを気にすることなく活用するという体験を提供するために生成AIを活用することができました。

3. できるだけ既存のオペレーションから外れない宿泊プラン内容の生成

生成AIを使って大量に宿泊プランを作ることができるようになっても、現場のオペレーションが追いつかず実際の運用ができないという声がありました。そこで、宿泊プランで提供する価値は大きく変えないものの、プラン自体の見せ方を変えて、パーソナライズした訴求ができる宿泊プランを作れるように機能追加したことで、現場に負担をかけずに特定の層に強くアプローチすることができるようになったと考えています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組① 顧客層に応じた宿泊プランの生成

- システムを現場に浸透させるための工夫

1. 生成AIを利用していることを意識させないUI・UX

生成AIとのチャットという形式の画面は、工夫次第で様々な利用方法ができる一方で、使い方がわからないユーザーのハードルを上げてしまうため、なるべく生成AIと自由にやり取りするという機能を減らし、利用者が迷わない設計になるようにしています。

2. 動画マニュアルの作成

機能の使い方を一から説明する動画を作成し共有することで、使い方がわからない等の理由で利用が止まってしまうケースを減らすように工夫しています。

3. 利用施設ごとに個別のチャットの作成

利用施設ごとに個別でグループチャットを作成することによって、機能の要望や不明点、もしくは問題が発生したときにすぐに相談できる体制を構築しました。また、なるべく温度感が高い状態でシステムを触ってもらうために、質問への回答は当日中に行うことを意識して運用しています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

取組概要：生成AIを活用し、従来は予算やノウハウ不足により試すことができなかった宿泊プランごとのマーケティングを可能にします。

取組の詳細

生成AIにより、宿泊プランやイベント情報をもとに、ターゲットに合わせた多言語LP（日本語・英語・繁体字）および広告バナー・キャッチコピー等のクリエイティブを自動生成。

更に、Google・SNS広告等との連携により、適切なチャンネルで配信・効果測定・改善を高速サイクルで実施します。

ターゲット：

- インバウンド（香港・台湾）
- 国内旅行者（特に子連れ家族・カップル層）

活用技術：

- 多言語対応の生成AI（ChatGPT等）によるコピーライティング
- 画像生成AI・広告出稿プラットフォーム（Google Ads等）との連携

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ システム

● コンセプト・機能概要

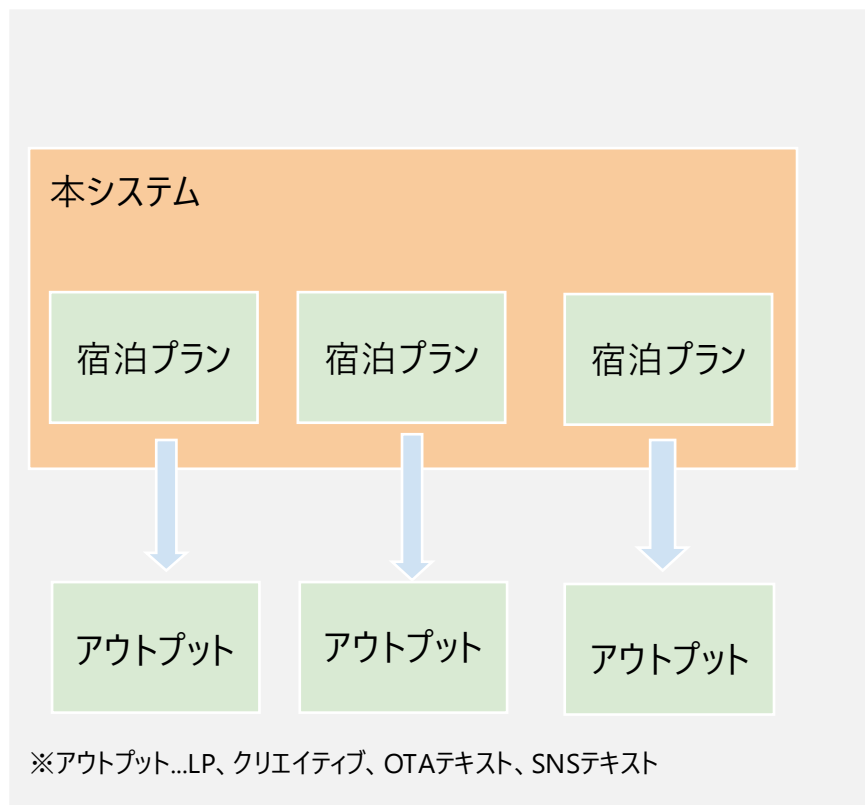
【コンセプト】

宣伝に必要な素材をオールインワンで作成

【機能概要】

- 生成した宿泊プランを告知するためのLPを作成します。
- 生成した宿泊プランを告知するための広告クリエイティブを作成します。
- 併せてOTA掲載用テキストを作成します。
- 生成した宿泊プランを告知するためのSNS用投稿を作成します。

● システム構成



※URL : <https://ai-marketing.poseidon-inc.com/>

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

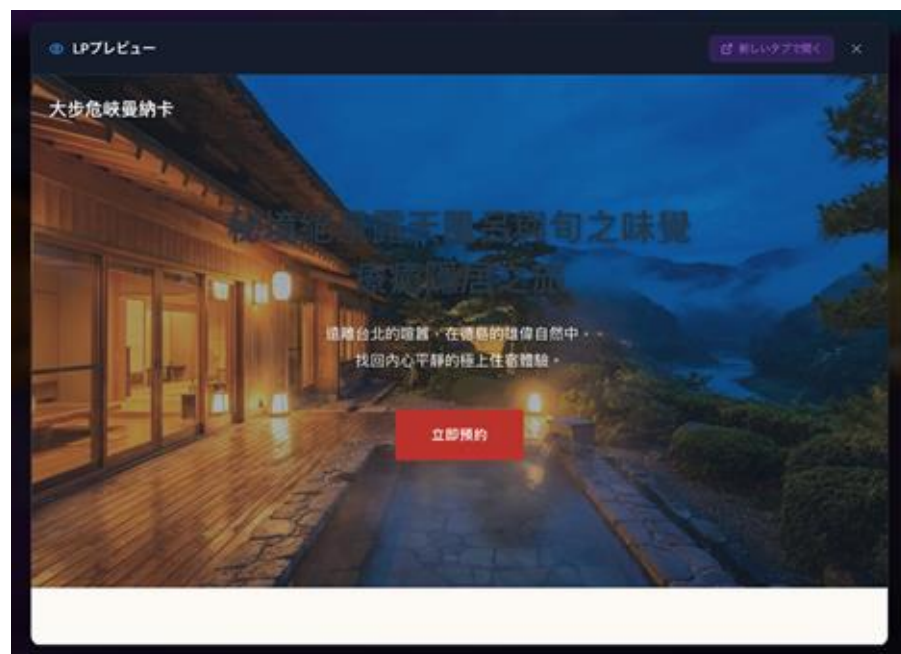
取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

- システム
- UI/UX



解説

LP、広告素材生成用のUIです。必要な生成物にチェックを入れて生成します。



解説

「コンテンツを生成」をクリックするだけでLPが生成され、プレビューを確認することができます。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

- システム
- UI/UX



解説

LPに当て込まれた写真は差し替え可能です。
また、ソースコードも出力されるため、自社のサーバーで公開することができます。



解説

媒体ごとの広告用テキストと画像が出力されます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

- システム
- UI/UX



解説

じゃらんと楽天トラベル向けのOTA掲載用テキストが出力されます。
こちらをコピーしてOTAに貼り付けることで公開することができます。



解説

instagram, facebook, TwitterそれぞれのSNSに発信するためのテキストジェネレータです。
生成されたテキストをコピー＆ペーストしてSNSで投稿できます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 活用した生成AI概要

項目	内容
利用者	宿泊施設従業員
利用シーン	宿泊プランのマーケティング活動
利用モデル・システム	Gemini (gemini-2.5-flash, gemini-3-pro-preview, gemini-3-pro-image) 選定理由：高品質な画像生成と複雑なタスク実行が可能のため。
インプットデータ	宿泊プラン
インターフェース	ウェブアプリケーション

生成AIの活用シーン

①LP制作（外注） ②広告クリエイティブ制作 ③広告運用 ④チューニング

従来は外注でないとできなかった作業が、生成AI活用によりシステム内の操作のみで内製可能になりました。

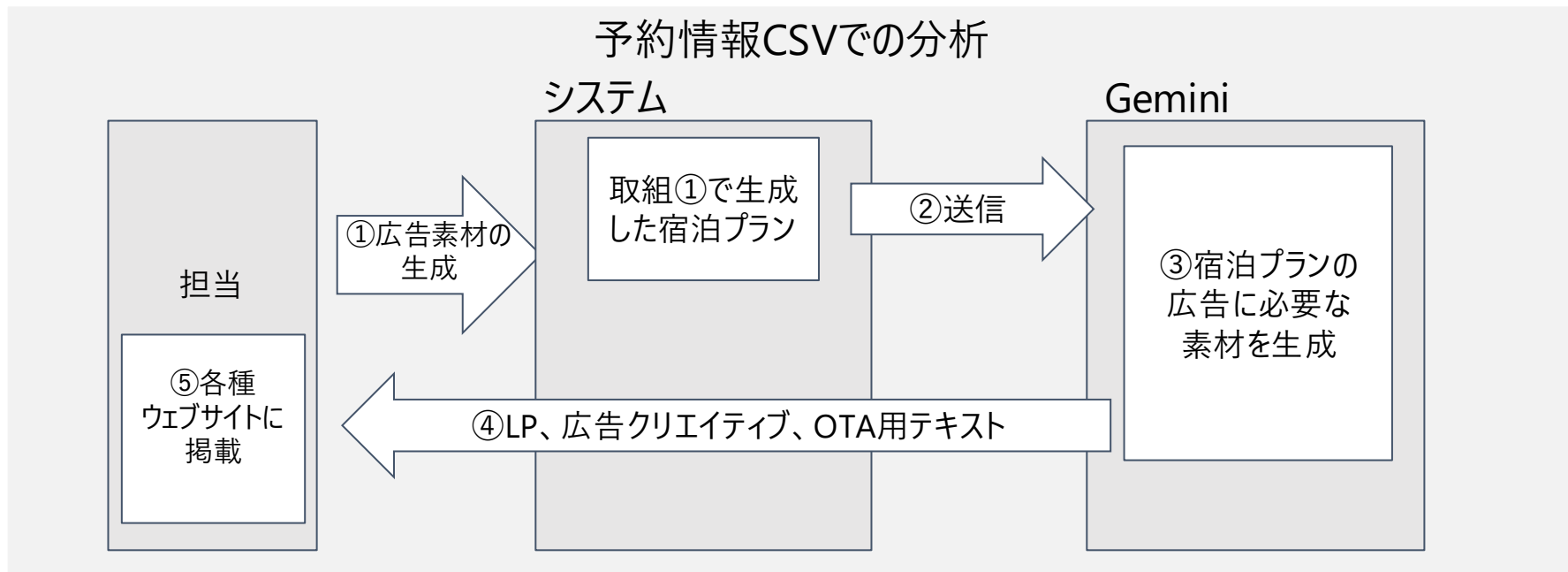
運用については、Google広告やmeta広告等のプラットフォームに出稿します

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 生成AI活用の仕組み



解説

作成済みの宿泊プランの内容をGeminiに送り、そのプランの内容に適したLP・広告テキスト・広告画像・OTA掲載用のテキストを生成します。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

取組①で生成した宿泊プラン

入力|質問内容

```
System Prompt
あなたは宿泊業の経験豊富なコピーライターです。
魅力的で効果的な広告コピーを作成してください。

【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

【プラン情報】
プラン名: {plan_name}
コンセプト: {plan_concept}
ターゲット: {target_audience}
特徴: {benefits}

【指示】
- 4〜6行の長さで構成してください。
- 見出し、本文、CTAを含めてください。
- 必要に応じて、予約ボタンや問い合わせ先を含めてください。
- 予約ボタンは「予約する」または「今すぐ予約」を使用してください。
- 問い合わせ先は「お問い合わせ」または「お問い合わせ先」を使用してください。
- 予約ボタンは「予約する」または「今すぐ予約」を使用してください。
- 問い合わせ先は「お問い合わせ」または「お問い合わせ先」を使用してください。

User Prompt
以下のマーケティングプランに基づいて、複数の広告コピーを作成してください。
【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

【プラン情報】
プラン名: {plan_name}
コンセプト: {plan_concept}
ターゲット: {target_audience}
特徴: {benefits}
```

LP用のプロンプト

```
System Prompt
あなたは宿泊業の経験豊富なコピーライターです。
魅力的で効果的な広告コピーを作成してください。

【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

User Prompt
以下のマーケティングプランに基づいて、複数の広告コピーを作成してください。
【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

【プラン情報】
プラン名: {plan_name}
コンセプト: {plan_concept}
ターゲット: {target_audience}
特徴: {benefits}
```

広告テキスト用のプロンプト

```
System Prompt
あなたは宿泊業の経験豊富なコピーライターです。
魅力的で効果的な広告コピーを作成してください。

【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

【指示】
- 4〜6行の長さで構成してください。
- 見出し、本文、CTAを含めてください。
- 必要に応じて、予約ボタンや問い合わせ先を含めてください。
- 予約ボタンは「予約する」または「今すぐ予約」を使用してください。
- 問い合わせ先は「お問い合わせ」または「お問い合わせ先」を使用してください。
- 予約ボタンは「予約する」または「今すぐ予約」を使用してください。
- 問い合わせ先は「お問い合わせ」または「お問い合わせ先」を使用してください。

User Prompt
以下のマーケティングプランに基づいて、複数の広告コピーを作成してください。
【重要：出力言語】
{language_instruction}
すべての広告コピーを{language_name}で作成してください。

【プラン情報】
プラン名: {plan_name}
コンセプト: {plan_concept}
ターゲット: {target_audience}
特徴: {benefits}
```

OTA用テキストのプロンプト

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 生成AIの入出力

入力データ・情報

取組①で生成した宿泊プラン

入力|質問内容

```
5. 画像生成プロンプト (LP用・広告用)
画像生成プロンプトは、LLMに画像生成を依頼するためのプロンプトです。

LP用画像プロンプト (例: ヒーロー画像)
A stunning, wide-angle photograph of a Japanese ryokan or hotel.
Scene: Beautiful exterior or grand interior entrance/lobby.
Concept: (plan.concept)
Style: High-end hospitality photography, dramatic lighting, cinematic composition.
The image should immediately convey luxury, comfort and Japanese hospitality.

CRITICAL: DO NOT generate any text, letters, words, numbers, logos, watermarks, or typography in t
The image must be purely photographic with no text elements whatsoever.

広告用画像プロンプト (例: ディスプレイ広告)
A visually striking advertisement image for a Japanese hotel/ryokan.
Campaign: (plan.plan_name)
IMPORTANT: Leave clear space on the left or right side for text overlay.
Style: Modern advertising photography, high contrast, eye-catching.
The image should work as a banner ad background.
```

広告画像用のプロンプト

プロンプト等の工夫・ルール等

LPは編集とホスティングがしやすいように単一ファイルが生成されることを指定しており、トンマナを指定することで品質を安定させています。

また、LPは推論能力が高いモデルを、画像はテキストが崩れにくいモデルを使用するというようにモデル選定も工夫しています。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 生成AIの入出力

出力結果



出力結果の正確性・品質に係る評価・改善

LPについてはバリエーションが少ないということと、簡素すぎるという課題が残るものの、公開しても問題ないクオリティで生成されます。広告用の画像については、現実味のある画像は生成されるものの実在する景色ではないため、必要に応じて人の手で差し替えることが必要です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 生成AI活用によるリスク

情報管理の適切化

- ・渡したデータの保存や学習を行わないモデルを使用しました。

生成内容の信頼性確保

- ・存在しない画像を広告で使用することはリスクが高いため、LPに使用された画像は全てアップロードで差し替えることができる体験設計にしました。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ まとめ

取組前 (before)

・LPを作る場合、外注をするしか手段がないため、宿泊プランごとに生成するとコストが見合いませんでした。

・宿泊プラン単位でLPを制作し広告を回すということは、従来であればコストが見合わなかったため過去実績はありません。

取組結果 (after)

・従来であれば、外注で10万円～100万円かかるLPの制作が、数十円から数百円のコストできるようになりました。

・各宿泊プランを広告するための、広告テキスト・画像・OTA掲載用のテキストをボタンをクリックし、3分ほど待つだけで生成できるようになりました。

・ボタンクリックのみで生成できるため、ウェブサイト制作の知識が無い従業員が操作できるようになりました。

取組結果の分析

広告用の各素材について、低コストかつ短納期で作成することが可能なことが分かりました。一方で、生成される成果物のクオリティについては課題がある状態となりました。特に画像については実際に存在しない風景や人物が生成されるため、そのまま運用することは難しく、既存の画像合成する等、生成方法から工夫をする必要があると考えられます。そのため、ゼロから生成するのではなく、画像を複数保存し、その画像を参照して生成するように変更予定です。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組② 多言語対応LP、クリエイティブの自動生成

■ 工夫した点・注力した点

1. LPの画像を差し替える機能

生成したLPを実際に広告で運用することを考えた時に、生成された画像がネックとなり景品表示法に違反したり旅行客のクレームに繋がる可能性があるため、画像の差し替えができるような形式に変更しました。

2. 増えない予約への対処

実際に広告運用した際に、LPへの流入は確保できたものの、そこから予約に繋がらないという課題に直面しました。予約に繋がらない仮説として、「LPで魅力を訴求できていない」、「宿泊プラン自体の魅力が足りていない」、「LPより後の予約体験に問題がある」の3つがありました。

LPについては、より魅力的なものを作るため、システムで生成されたLPの構成だけを流用し、v0を使用しLPの旅行客に魅力が伝わりやすいLPを使用するように変更することで、予約への動線の数値は標準的な宿泊プランの広告運用の数値になりました。

「宿泊プランの魅力」については、別のペルソナ（台湾在住のビジネスマンと近畿地方在住の女性）に対して、切り口の異なる宿泊プランを生成して同様に広告を運用しました。

その結果、台湾向けの宿泊プランは予約に繋がる割合が他のプランよりも少し高くなりました。

このことから宿泊プランによる魅力度の違いはあるものの、大きな差はなく、LPから予約ボタンクリックには繋がっていることから魅力度には問題がないと判断しました。また、ペルソナをターゲットに宿泊プランを作るため、既存の汎用的な宿泊プランよりもターゲットが狭くなり、数を確保するには更に多くの宿泊プランを作成する必要があることが分かりました。「LPより後の予約体験」については、自社で使用している予約システムが問題かを確かめるために、楽天トラベルに遷移するように変更しました。その時点から予約数が伸びたことから、予約サイトのユーザー体験が予約完了の数値に影響していることが分かりました。

しかし、楽天トラベルでもまだ離脱が多く、予約体験も含めて介入しないと、コストに見合った予約数を獲得できないことが分かりました。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組①
顧客層に応じた
宿泊プランの生成

取組②
LPの自動生成

取組③
クリエイティブの
自動生成

【参考】プラン生成～多言語対応LP、クリエイティブの自動生成の一例

1.元となるペルソナ

名前：田中 美咲

年齢：20代後半

性別：女性

居住地：大阪府大阪市中央区

職業：アパレル販売員

旅行目的：友人との女子旅、写真映えする

体験・重視すること：

景観の良い露天風呂、インスタ映えする食事、SNSで話題のスポット

予算帯：1万5千円～2万円

ペルソナをベースにプランが生成されるため、ここで狙っていきたいターゲットのイメージを正確に掴むことが、その後の生成物の品質を高めるために重要です。

情報収集方法：Instagram、楽天トラベル、女子旅向け情報サイト
宿泊施設に求めること：

- ・渓谷の景色が楽しめる露天風呂
- ・見た目も華やかな郷土料理
- ・周辺の観光スポットへのアクセス

悩み・課題：

- ・日常のマナー化
- ・友達に自慢できるような旅行体験を期待しています

備考

大阪在住のアパレル販売員。友人との週末旅行で、非日常感と写真映えを求めています。大歩危峡の美しい渓谷を眺めながら入る露天風呂や、彩り豊かな郷土料理に期待しています。SNSで共有したくなるような体験を求めています。

2.ペルソナを元に取組①で生成した宿泊プラン

プラン名

【美食探求】にし阿波の恵みと名湯！食通を唸らせる渓谷グルメ旅

プラン概要：地域の食材を、料理長が丹精込めて仕上げた郷土料理と極上和牛で堪能する贅沢なプラン。

プラン内容を確認し、プランのコンセプトや価格、提供できる価値が問題ないかを確認します
→その宿ができることは、その宿の従業員しか判断できないため、必ず確認するようにしています。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①
顧客層に応じた
宿泊プランの生成

取組②
LPの自動生成

取組②
クリエイティブの
自動生成

【参考】プラン生成～多言語対応LP、クリエイティブの自動生成の一例

3. 取組②で生成したアウトプット

宿泊プランLP



取組①で生成した宿泊プランを紹介するLPを自動生成します。
プランの情報を入力するだけで、掲載イメージのようなLPが自動で作成されるため、
担当者は、公開してもよい内容なのかをプレビューで確認していただくだけでLP作成作業が完了します。
LPに掲載された画像は差し替えが可能なので、担当者は持っている写真をアップロードすることで、実際の宿が使用できるようなLPを生成することができます。

一般的に、魅力的な画像があることはLPでの直帰率を下げることに繋がるため、
ここで適切なものを選択することが重要になります。

また、AIが選定する画像は、一定確率で文字とのコントラストが低くなり視認性が下がるケースがあるため、
そういった場合も画像を差し替える等、人の手を加える必要があります。

3.実証事業 (3) 各取組の詳細

取組①
顧客層に応じた
宿泊プランの生成

取組②
LPの自動生成

取組②
クリエイティブの
自動生成

【参考】プラン生成～多言語対応LP、クリエイティブの自動生成の一例

4. 取組②で生成したアウトプット

広告コピーとOTA掲載用のテキスト



宿泊プランの広告時に使用できる広告コピーとOTAのテキストを生成します。
広告コピーとOTAのテキストは媒体ごとに生成されます。

いずれも修正する場合は、再生成するか、実際に広告プラットフォームに入力する際に、修正を加えていきます。

3.実証事業

(3) 各取組の詳細

取組①
顧客層に応じた
宿泊プランの生成

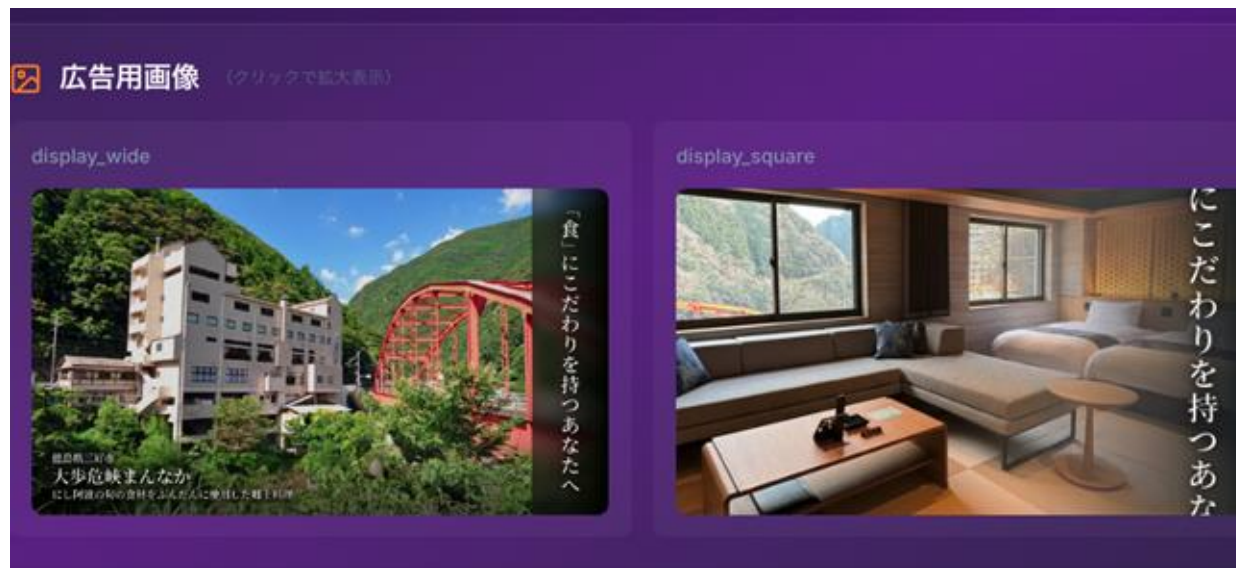
取組②
LPの自動生成

取組②
クリエイティブの
自動生成

【参考】プラン生成～多言語対応LP、クリエイティブの自動生成の一例

4. 取組②で生成したアウトプット

広告用画像



広告用の画像も生成することができます。
こちらは宿の写真とプランのメッセージを合成したものが出力されます。
もし内容を変更したい場合は、再生成をします。

取組②で生成したアウトプットを使うことで、広告やOTA掲載の準備が簡単になります。

4.総括

(1) 実証事業の結果

KGI・KPIの進捗結果

KGI：予約件数168件 最終値29件

KPI：LPへの流入3360件 最終値22,000件

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	最終値
KGI	実績値	-	-	-	-	3件	8件	19件	29件	29件
	目標値	-	-	-	-	83件	125件	168件	168件	168件
	進捗率(%)	-	-	-	-	1.78%	4%	6.54%	17.2%	17.2%
KPI	実績値	-	-	-	-	0件	0件	15,700件	22,000件	22,000件
	目標値	-	-	-	-	1660件	2500件	3,360件	3,360件	3,360件
	進捗率(%)	-	-	-	-	0%	0%	467%	654.7%	654.7%

KGI・KPIの進捗結果の分析

KPIは大幅達成するも、KGIについては未達となりました。

〈内部要因〉

- 生成AI整備や広告アカウントの準備に想定より時間を要し、スケジュールが遅延しました。
- 宿へ説明会が1回のみで、フォローが不足しました。

〈外部要因〉

- LPまでの流入と、LP内の予約ボタンのクリックまでは確保できたものの、予約ページでの離脱が予想よりも多く発生しました。

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)

・宿に蓄積されたデータは活用されず、クリエイティブの制作も行えていませんでした。

・宿泊施設の従業員は、生成AIの活用方法について、お問い合わせの文章作成等、限られた業務での利用しかできないという先入観を持っていました。

取組後 (after)

・データの分析からプランとそのLP作成まで、最短1日で実施できる用になりました。
・一方で生成したプランで予約が発生するためには、分析、プラン内容、LPの品質、LPより後の予約体験まで包括的に改善する必要があることがわかりました。

・実証事業を通じて、文章作成に加え、日常業務の相談相手としての活用や、業務改善・企画検討への活用が定着し、生成AIの活用範囲・使い方の質に変化が生まれました。
・SNS運用（アイデア出しからコンテンツ作成まで）や、事業所内の掲示物作成等、担当者自身が生成AI活用のアイデアを考えられるようになりました。

4.総括

(2) 事業の考察

成果

本システムによりデータに基づいた宿泊プランの作成が高速化されました。

従来は宿泊プランを作成する場合、担当者がその内容を勘や経験から考えて運用してきました。

また、実際にオペレーションに落とし込んで運用する場合、2週間から1ヶ月はかかる業務となります。その作成を宿に蓄積したデータをアップすることで、データにもとづきスピーディに宿泊プランを作成することができるようになりました。

汎用的な生成AIを活用すると、流暢な内容の宿泊プランであれば大量に生成することができますが、問題として現場のオペレーションが追いつかなくなってしまう。そこで、宿が既に提供している価値に目を付け、オペレーションは既存のものを組み合わせるものの、見せ方を変えて宿泊プランを生成するモードと組み合わせることで、運用に無理のない宿泊プランの生成も可能になりました。

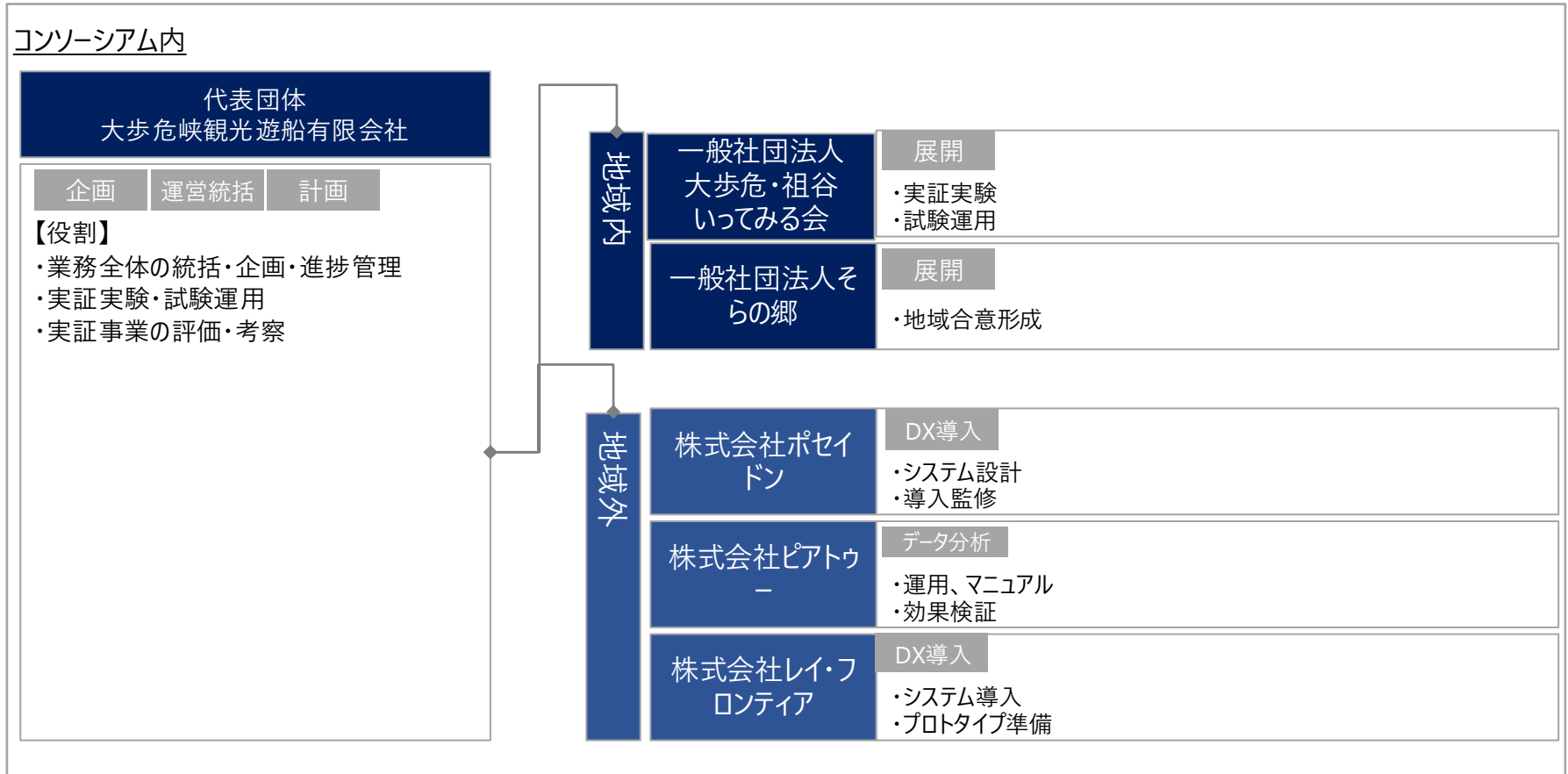
加えて、広告配信では広告の表示から予約画面への送客単価は約150円で、かなり良好な数字となっています。そのため、予約ページでの離脱を減らすことができれば、宿泊施設にとって有効な集客手段になることが期待されます。

ボトルネックとなっている予約ページでの離脱については、予約ページでの人数・日付・部屋の選択と多数のステップが必要なこと、予約したい日付の在庫・具体的な価格を確認したいというユーザー行動の3つの問題があると考えています。

在庫や価格確認という行動目的については解決をするのが構造上不可能な部分になりますが、予約ページで多数のステップがあるという部分については、予約システムとの連携もしくはPMSやサイトコントローラと連携した予約システムまでを包括的に提供することで解決できる領域であり、これを形にすることで宿泊施設が利益を確保しながら集客を行うことができるようになると考えています。

5.実施体制

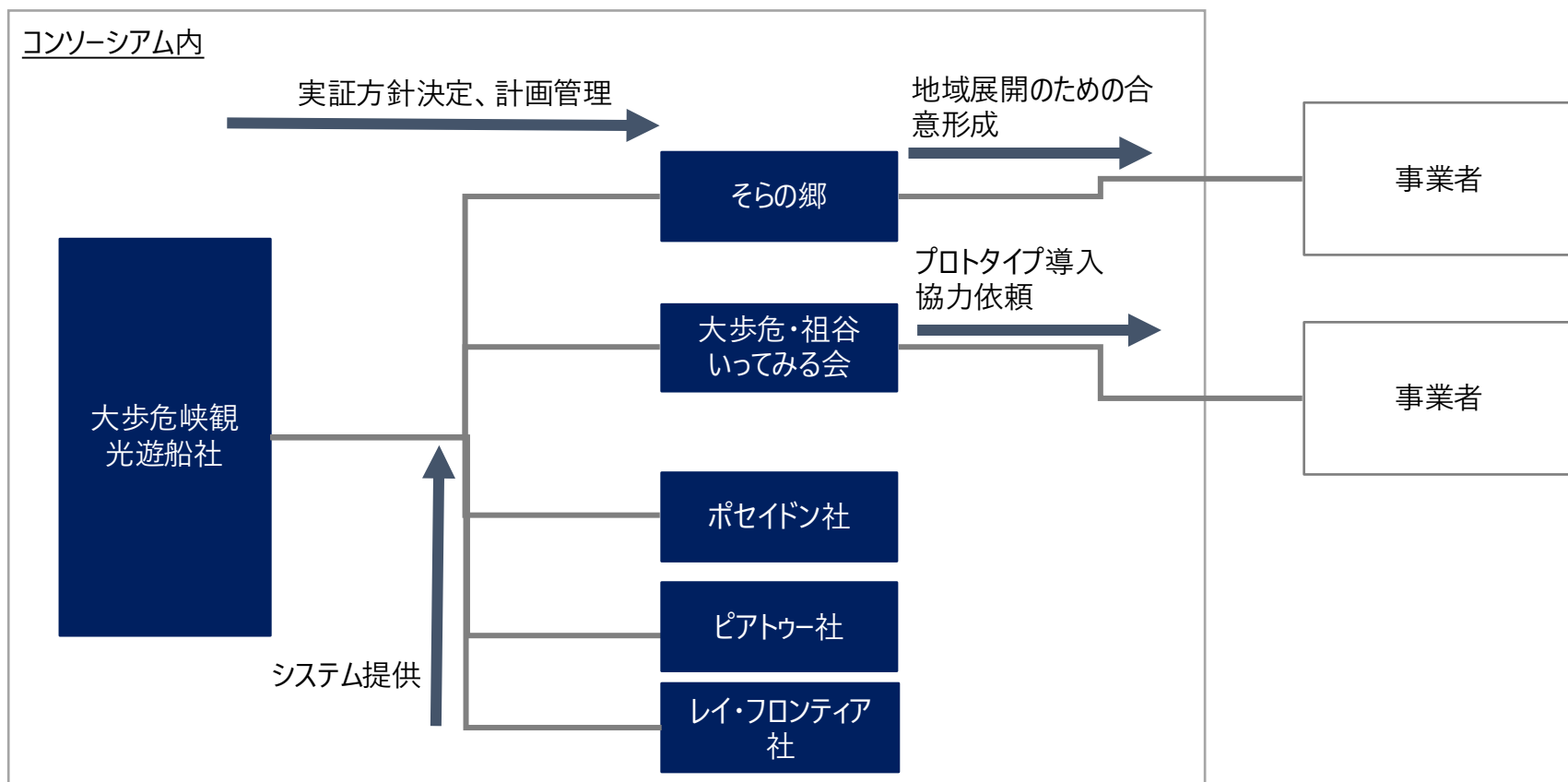
(1) 体制図



5.実施体制

(2) 各メンバーの役割

技術面での生成AIに特化したポセイドン社、システム導入の実績が豊富なレイ・フロンティア社が、観光庁事業を含む地域実証実績のあるピアトゥー社・大歩危地域と組み合わせることで、技術力・現場理解・行政連携の三位一体の推進体制を構築しています。これにより、現場でのニーズを的確に汲み取って、実際の運用ニーズとの乖離を最小限に抑えて、仕組みを構築しています。



6.今後の展望

取組の展開・拡大方針

複数施設への展開（現在地域内の複数施設での利用に限定）を行い、フィードバックを元により使いやすく、安全に利用できるツールとして作り上げていく想定です。

システム等の運用体制

ポセイドン社もしくはレイ・フロンティア社にて本システムを引き続き運用する想定です。

取組継続のための財源確保方針

コンソーシアムの関連企業内での出資、もしくは今回制作したツールをSaaSとして宿泊施設向けに提供し、利用料を頂く形で財源を確保することを考えています。

データ収集・分析・活用体制

活用体制については、まずは導入数を増やし、フィードバックをもとに改善を行う想定です。

7.おわりに

- 生成AIを活用した事業、とりわけSaaS形式でエンドユーザーに使ってもらう事を想定したシステム導入については、個人情報の取り扱いについて真剣に取り組み、きちんと説明できる状態にしておくことの必要性を強く感じました。データを学習に利用されないと明示されたモデルを使用しているサービスでも、エンドユーザーは個人情報の扱いを気にする可能性が高く、いかに個人情報を保護しているかが広く使われるツールになっていくかのポイントになると感じています。
- 生成AIが生み出す成果物は、論理がまとまっていて整っているように見える反面、集客等の文脈で活用する時に、差別化ポイントが生まれにくいという性質も併せ持っていると感じるため、どうすれば魅力的になるかを言語化して、プロンプトに落とし込むことが、生成AIによる成果物を取り扱う上で重要になると感じました。
- 生成AIはモデル自体の進化が早く、数カ月から速い時は数週間スパンで新しいものが登場するため、常にキャッチアップを行い、まずは使ってみるということが大事だと感じました。特に今回は期間中にGeminiの大型アップデートがあり、その導入で成果物の品質が変わるという経験がありました。