

生成AI活用によって持続可能な観光マーケティング を目指した実証実験

2025年10月28日

熱海市役所 観光建設部長 立見修司

じやらんリサーチセンター 研究員 松本百加里



熱海エリアの特徴

- 熱海は、温泉と美しい海が楽しめる観光地。四季折々の自然が織りなす景観が魅力で、季節ごとの花火大会が開催や、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。

熱海市役所

- 熱海市の観光資源の活用やプロモーション、イベントの企画運営を行う部署。地域経済の活性化を目的に、国内外からの観光客誘致や観光関連事業者との連携を推進。

熱海市の延べ宿泊客数の状況

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%にとどまる。インバウンド旅行者の平日中心とした宿泊需要を増加することにより消費額向上を目指していきたい。

| 2024年度実績 | 日本人旅行者 | インバウンド旅行者 | 合計 |
|----------|-----------|-----------|------------|
| 延べ宿泊客数 | 2,911,494 | 153,236 | 3,064,7316 |
| 延べ宿泊客数比率 | 94.9% | 5.1% | |

| | 総客室数 | 稼働率 | 平均収容人数 | 収容可能人数 | 年間稼働日数 (353日想定) | 提供宿泊者数 |
|----|-------|-------|--------|---------|--------------------|-----------|
| 平日 | 7,425 | ↑ 30% | 2.32 | 5167.8 | 253 | 1,307,453 |
| 土日 | 7,425 | 80% | 2.32 | 13780.8 | 120 | 1,653,696 |

※平日の稼働率30%から5%の宿泊者数アップで約20万人を増やすことが可能



熱海エリア

熱海市役所 観光建設部 次長 立見修司
観光経済課 課長 遠藤浩一
観光経済課 特命専門監 山崎竜太郎
観光経済課 室長 高橋邦治

一般財団法人熱海市観光協会 事務局長 稲村誠
サイト・SNS運用担当 深田真弓

熱海観光案内所 所長 京増尚美

熱海温泉ホテル旅館協同組合 専務理事 加藤光良

※熱海観光局
(DMO) も令
和6年7月12日
設立、立ち上げ
メンバーとも連携
して推進



じゃらんリサーチセンター実証チーム

じゃらんリサーチセンター
研究員 松本 百加里
✓ 実証内容全体設計・本実証のプロマネ

じゃらんリサーチセンター
静岡県エリアプロデューサー 武藤 玄弥
✓ 热海市と連携してPDCA検証推進

連携

ブログウォッチャー
経営企画室 室長 曾根尚史
プロダクト企画 米田晃子
データサイエンティスト 前田竜二
✓ データ活用設計・UIUX検討

アムゼン
AIエンジニア/データサイエンティスト
永川 圭介
✓ 実証内容のAI活用と開発の実行推進

現状

- ▶ インバウンド宿泊者数・消費額が少なく、誘客実績データからニーズの分析・把握がしにくい。
- ▶ インバウンド向けに地域の日本語情報をそのまま機械翻訳してもインバウンド旅行者に響く内容になっていない。
- ▶ ニーズに合わせた質の高い複数言語の多言語対応ができる人材が不足している。

ありたい姿

- ▶ インバウンド関連データを掛け合わせながら戦略策定を行い、インバウンド旅行者の延べ宿泊者数を増加させる。
- ▶ 地域の情報をインバウンド旅行者のニーズや旅ナ力の課題に合わせて情報を整備する。
- ▶ 品質を担保しながら、効率的に多言語対応できる体制を構築する。

目的

インバウンド旅行者のニーズを把握し、品質を担保しながら生産性高く多言語情報整備を進める

※インバウンド対応で特に注力すべきことは、旅マエの広域旅程に入るきっかけづくり、旅ナ力の周遊促進 & 満足度向上とし、これらを生産性高く行うことと設定

① AIインバウンドマーケティング

② AI分析支援

③ AI多言語対応

実施団体における課題

インバウンド旅行者の誘客実績が少ないため、実績データから統合的に分析がしにくい。特にインバウンド旅行者のリアルな声を把握しにくい。

課題解決の方向性

熱海に関する記事・口コミデータ等と掛け合わせて分析することで、差別化ポイントやターゲット設定をする。

ユースケース内容

AIインバウンドマーケティングツールを活用して、マーケティング方針策定に寄与する。

品質検証項目

マーケティング方針策定に寄与できる品質を担保できるか。

生産性

分析工数は削減できるか。

インバウンド旅行者が旅ナカで問い合わせが多い情報を把握しきれていない。

旅ナカのニーズ（主に観光案内所での把握している情報）を継続的に把握する。

日本語観光情報をそのまま多言語にしてもニーズにマッチしにくく、機械翻訳では品質が不十分。タッチポイントにあわせて情報整備できる人材や工数も不足している。

品質高く多言語化し、タッチポイントにあわせた情報調整が効率的に実行する。

AIの分析支援で、受け入れ整備すべき情報を可視化する。

AI多言語ツールで、自然で違和感がない多言語表記にし、品質を磨き続けるサイクルをつくる。タッチポイントにあわせて活用していく。

受け入れ整備すべき情報を継続的に把握できるか。

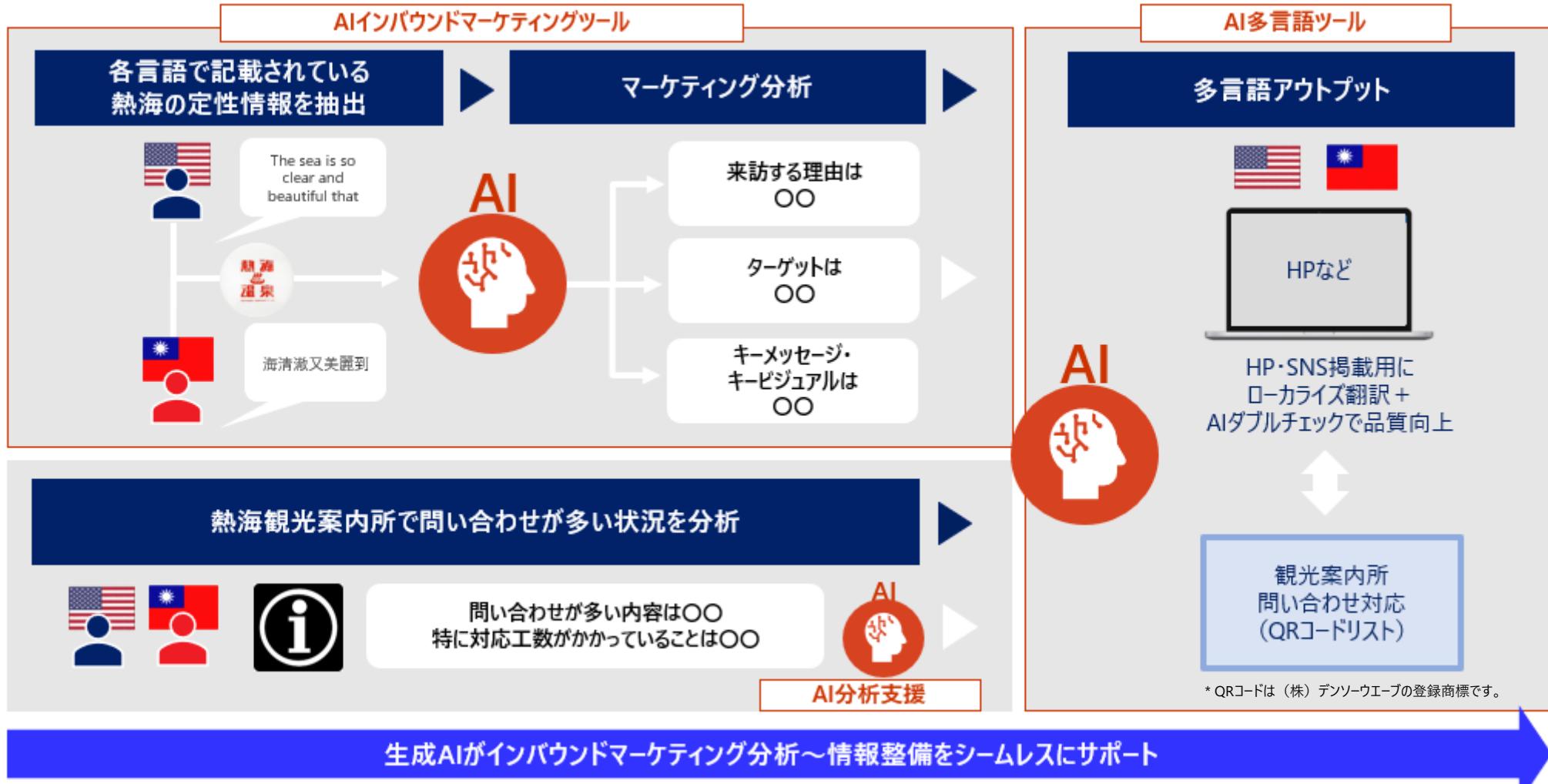
分析工数は削減できるか。

多言語結果が自然で違和感がない表現になるか。多言語品質を磨き続けるサイクルはつくれるか。タッチポイントにあわせて活用できるか。

翻訳工数は削減できるか。

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)

- ・分析に活用できるオープンデータは？
- ・熱海市に特化して分析に使えるデータは？
- ・生成AIで特に強化して分析したいことは？

AIインバウンドマーケティングツール

AI多言語ツール

多言語アウトプット



HPなど

HP・SNS掲載用に
ローカライズ翻訳 +
AIダブルチェックで品質向上



観光案内所
問い合わせ対応
(QRコードリスト)

* QRコードは（株）デンソーウエーブの登録商標です。

受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)

熱海観光案内所で問い合わせが多い状況を分析



問い合わせが多い内容は〇〇
特に対応工数がかかっていることは〇〇



AI分析支援

生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)

AIインバウンドマーケティングツール

- ・分析に活用できるオープンデータは？
- ・熱海市に特化して分析に使えるデータは？
- ・生成AIで特に強化して分析したいことは？

受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)

- ・観光案内所でどのようにデータをまとめているか？
- ・集計はどのようにしているか？
- ・集計結果は誰にどの形式でどの頻度で共有をしているか？
- ・生成AIで特に寄与できることは？

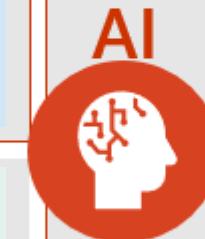
AI多言語ツール

多言語アウトプット



HPなど

HP・SNS掲載用に
ローカライズ翻訳 +
AIダブルチェックで品質向上



観光案内所
問い合わせ対応
(QRコードリスト)

* QRコードは（株）デンソーウエーブの登録商標です。

生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)

AIインバウンドマーケティングツール

AI多言語ツール

- ・分析に活用できるオープンデータは？
- ・熱海市に特化して分析に使えるデータは？
- ・生成AIで特に強化して分析したいことは？

受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)

- ・観光案内所でどのようにデータをまとめているか？
- ・集計はどのようにしているか？
- ・集計結果は誰にどの形式でどの頻度で共有をしているか？
- ・生成AIで特に寄与できることは？

- ・日本語サイトはどんな情報をどの頻度で更新しているか？そのうちの外国人閲覧者は？
- ・SNSはどんな情報をどの頻度で投稿しているか？ハッシュタグは何をついているか？
- ・効果検証はどうしているか？
- ・生成AIで特に寄与できることは？

生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート

業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)

AIインバウンドマーケティングツール

AI多言語ツール

- ・分析に活用できるオープンデータは？
- ・熱海市に特化して分析に使えるデータは？
- ・生成AIで特に強化して分析したいことは？

受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)

- ・観光案内所でどのようにデータをまとめているか？
- ・集計はどのようにしているか？
- ・集計結果は誰にどの形式でどの頻度で共有をしているか？
- ・生成AIで特に寄与できることは？

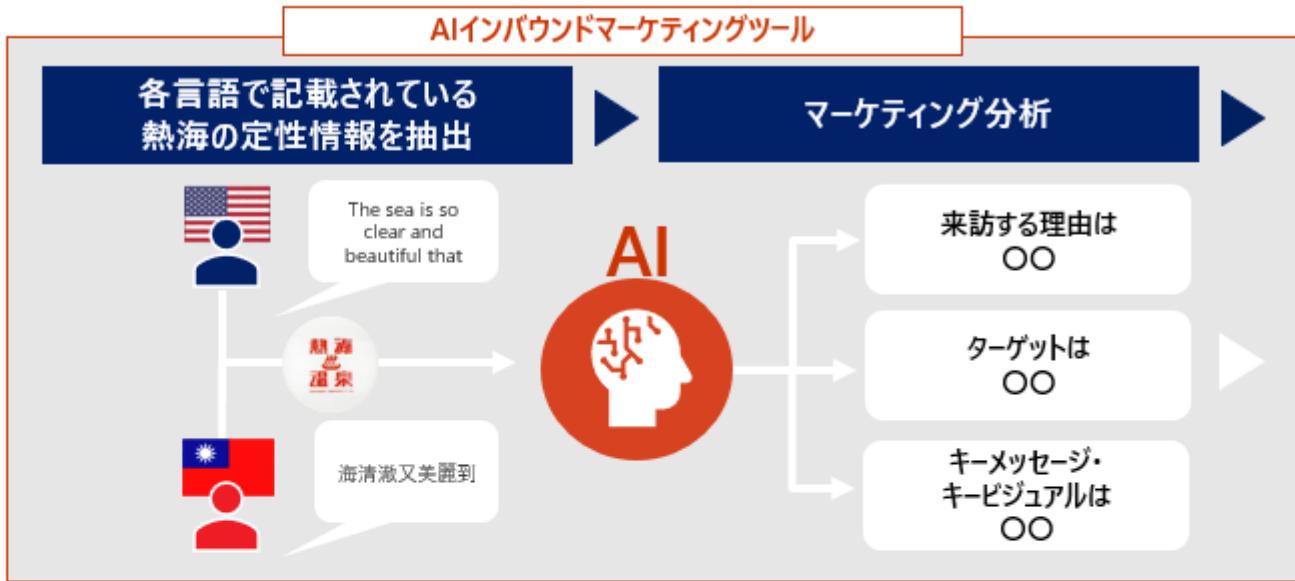
- ・日本語サイトはどんな情報をどの頻度で更新しているか？そのうちの外国人閲覧者は？
- ・SNSはどんな情報をどの頻度で投稿しているか？ハッシュタグは何をついているか？
- ・効果検証はどうしているか？
- ・生成AIで特に寄与できることは？

全体の業務フローを可視化し、誰がどのデータをどのように分析して誰に共有しているか。
人が引き継ぎやるべきこと、AIにやってもらうことを仕分けする。

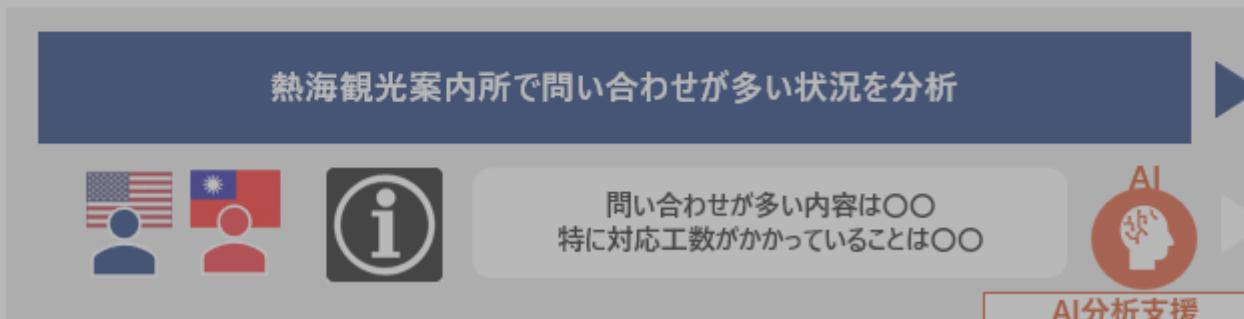
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)



受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)



生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート



■入出力結果

入力

ChatGPT4o/o1、Perplexityを組み合わせて分析結果を提示するマーケティングツールを開発

行政向けインバウンド分析ツール（プロトタイプ）

都道府県

静岡県

市区町村

熱海市

対象観光客の国籍を選択してください

台湾

競合エリア（任意）

箱根

AIは誤った回答をする場合があります。重要な情報についてはご自身でご確認ください

分析を実行

自地域の名前（例：静岡県・熱海市）
対象市場（例：台湾）
競合エリア（例：箱根）
を選択して分析を開始する



■入出力結果

出力結果 1

対象市場旅行者が熱海市に来訪するヒントとして、オープンデータや口コミ、掲載記事をベースに分析して結果を提示

市場別の現状把握
分析に使用した市場別の現状把握一覧

台湾訪日来訪特徴

静岡県 热海市に来訪する台湾人観光客の特徴

台湾の観光客に人気の静岡県热海市のテーマ

- 温泉体験：熱海市は豊富な温泉資源で知られており、台湾の観光客は露天風呂や室内風呂など、さまざまなタイプの温泉を体験するのが好きです。これらの温泉は快適な休息を提供するだけでなく、神経痛の緩和や肌の引き締めの回復など、優れた健康効果もあります[3]。
- 熱海城：熱海城は熱海市のランドマークであり、台湾の観光客はここで相模湾の360度のパノラマビューを楽しむのが好きです。また、夜には熱海のライトアップされた夜景を観賞できます。夏には花火大会もあり、観光客は独特の美しさを感じることができます[1]。
- ビーチアクティビティ：熱海サンビーチは台湾の観光客に非常に人気のあるビーチで、夏にはビーチ全体が人でいっぱいになります。観光客は海水浴や日光浴を楽しむことができ、まるで南国リゾート地にいるかのような気分になります[1]。
- 文化と自然の景観：来宮神社は熱海市の有名な観光スポットで、台湾の観光客は樹齢2000年以上の大木を見学し、神社内で象徴的なお菓子や大麦粉を加えた白玉あずきスープを味わうのが好きです[1]。

四季における上記テーマの違い

- 春：春は桜の季節で、熱海城周辺の約200本の桜が一齊に咲き誇り、美しい景観を楽しむことができます。また、熱海梅園も紅葉の名所の一つで、毎年の花の季節には多くの人々が訪れます[1]。
- 夏：夏はビーチアクティビティのピークで、熱海サンビーチは人でいっぱいになります。夏の夜にはライトアップイベントがあり、ビーチ全体が輝く光で照らされます。天気の良い満月の夜には、月光が海全体に降り注ぐ様子も楽しめます[1]。
- 秋：秋には明確なテーマはありませんが、紅葉の美しさを楽しむことができます。来宮神社では夜にライトアップされ、幻想的な景色が広がります[1]。
- 冬：冬は寒いですが、温泉で快適な休息を楽しむことができます。熱海城の夜景も美しく、カップルのデートに最適です[1]。

人気の場所、体験、評価

熱海城

- 体験：熱海城は熱海風景線の浦山頂に位置し、天守閣の展望台から相模湾の360度のパノラマビューを楽しむことができます。城内には足湯エリアもあり、壮大な景色を楽しみながら疲れた足を癒すことができます[1]。
- 評価：熱海城は熱海市のランドマークであり、観光客はここで美しい景色を楽しむのが好きです。夜には熱海のライトアップされた夜景を楽しむことができ、夏には花火大会も間近で楽しめます。評価：3.55/5[1]。

熱海サンビーチ

- 体験：熱海サンビーチは400メートルにわたるビーチと穏やかな波が南国リゾート地の雰囲気を醸し出しています。夏にはビーチ全体が人でいっぱいになります。熱海は海水浴や日光浴を楽しむのが好きです[1]。

<市場別の現状把握>

〇〇市場来日特徴

熱海市に来訪する〇〇市場客特徴

熱海市の人気スポット（おでかけウォッチャー訪日版より）

熱海市の人気スポットの口コミデータ

JNTO訪日マーケティング戦略からターゲットのペルソナイメージ

現地の言語による代表的な検索結果

〇〇市場が訪日旅行で活用するメディアの掲載記事

競合地域の特徴



■入出力結果

出力結果 2

対象市場における熱海の差別化ポイント、ターゲット像、キーメッセージ・キービジュアル案、施策案の結果を提示

最終的な施策アイデア
分析結果から得られた重要な洞察

インバウンド観光戦略レポート：静岡県熱海市向け（台湾人観光客）

0. サマリー

キーメッセージ

熱海、讓您在溫泉中放鬆身心，享受獨特的文化與自然美景。熱海市で、温泉に浸かりながら心身をリラックスし、独特の文化と自然の美しさを楽しんでください。

要約

静岡県熱海市は、台湾からの観光客にとって魅力的な温泉地として知られています。豊富な温泉資源、歴史的な熱海城、美しいビーチアクティビティ、そして文化的な来宮神社など、多彩な観光スポットが揃っています。競合地域である箱根と比較して、熱海市はアクセスの良さや多様な体験提供に強みを持ち、台湾人観光客のニーズにマッチした魅力的な観光地として位置付けられます。

キービジュアル

- 温泉：露天風呂からの絶景やリラックスできる温泉風景
- 熱海城：夜景や展望台からのパノラマビュー
- ビーチ：夏のビーチアクティビティや夕日の美しい海辺
- 文化体験：来宮神社や伝統的な文化イベントの様子

メインターゲットの提案

メインターゲット：30~40代の家族連れ **理由**：台湾人観光客は家族旅行を重視しており、熱海市の温泉やビーチ、文化体験が家族全員に楽しめるため。

1. 競合比較

競合地域の特徴（箱根）

- 自然と歴史：富士箱根伊豆国立公園内の豊かな自然と歴史的な観光スポット
- 主要観光スポット：芦ノ湖、大涌谷、箱根神社、箱根強羅公園、箱根海賊船、箱根登山鉄道
- 交通の便：小田急電鉄の直通便でアクセスが便利

熱海市の差別化ポイント

- アクセスの良さ：東京から新幹線や特急で直行でき、短期間で訪問可能
- 多様な温泉体験：多様なタイプの温泉が揃い、健康効果も期待できる
- ビーチアクティビティ：四季を通して楽しめるビーチアクティビティが豊富
- 文化と自然の融合：来宮神社などの文化的なスポットと自然景観が調和

＜施策アイデア＞

熱海市インバウンド戦略

「キーメッセージ・キービジュアル・メインターゲット」

競合比較

「競合比較のサマリ・熱海市の差別化ポイント」

ターゲット別サマリ

「ターゲット別の訴求内容」

取り組みアイデア

「コンテンツ造成案」

「ツアー・モデルコース造成案」

「情報整備・発信案」

「受け入れ整備案」



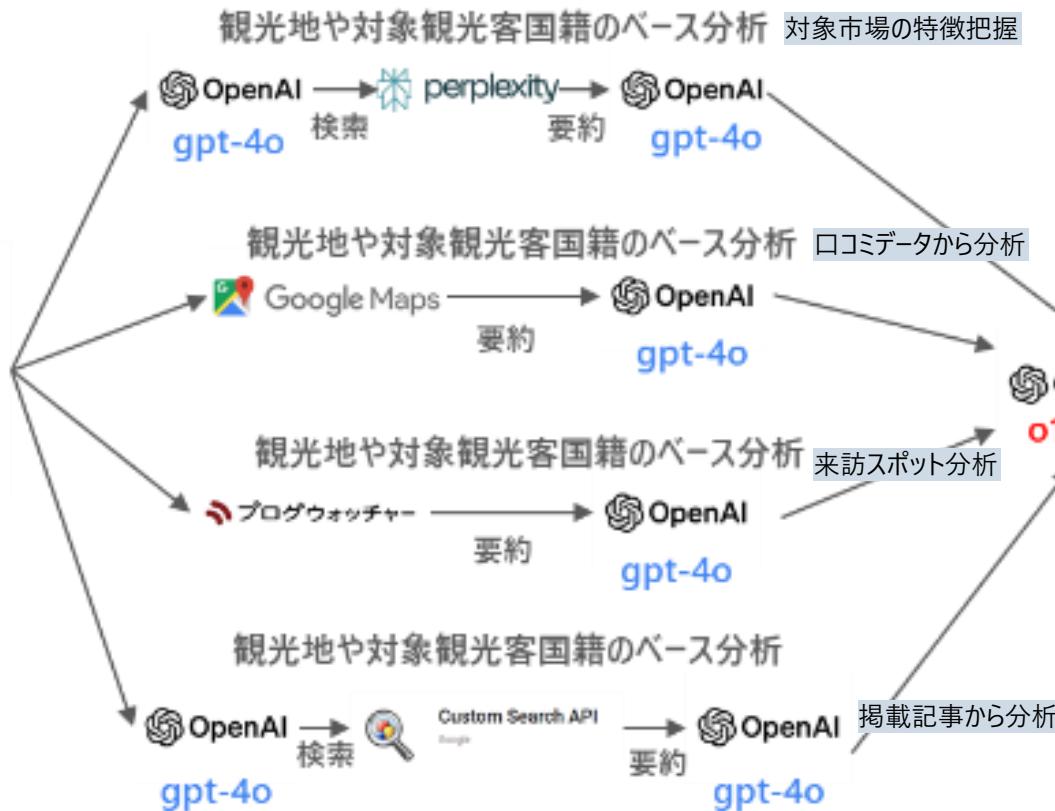
■生成AI活用の仕組

仕組のイメージ

Step1：入力



Step2：AIが手分けして調査



Step3：まとめ





品質観点

- マーケティング方針策定に寄与できる品質を担保できるか。

インバウンドマーケティング方針策定に寄与

- AIツールの分析結果と、台湾人・香港人への定量調査の分析結果（主に差別化ポイント、キーメッセージとキービジュアル）がほぼ同じ結果となる。
- 台湾・香港・アメリカ市場へ訪日プロモーションを実施している専門家にヒヤリングし、納得度が高い分析結果という意見を多数獲得。
- AIツールで22市場分を分析して一覧化し、他の定量データと組み合わせて分析することで、全市場共通での訴求コンセプトの特定や市場の優先順位を決めるにも寄与した。

生産性観点

- 分析工数は削減できるか。

マーケティング分析工数は約15分の1に削減

- 通常の分析業務では約207時間に対して、生成AIを活用した分析業務は約14時間となり、約15分の1の削減となった。
- 多言語で書かれた記事やクチコミを収集し、日本語に翻訳・要約することで、瞬時に内容を把握できることが判明。
- インバウンド市場は複数の市場を比較しながら、注力すべき市場やターゲットを絞り込む必要があるため、市場ごとの分析結果を横断的に比較し、優先順位を決定するプロセスの効率化にも貢献することがわかった。

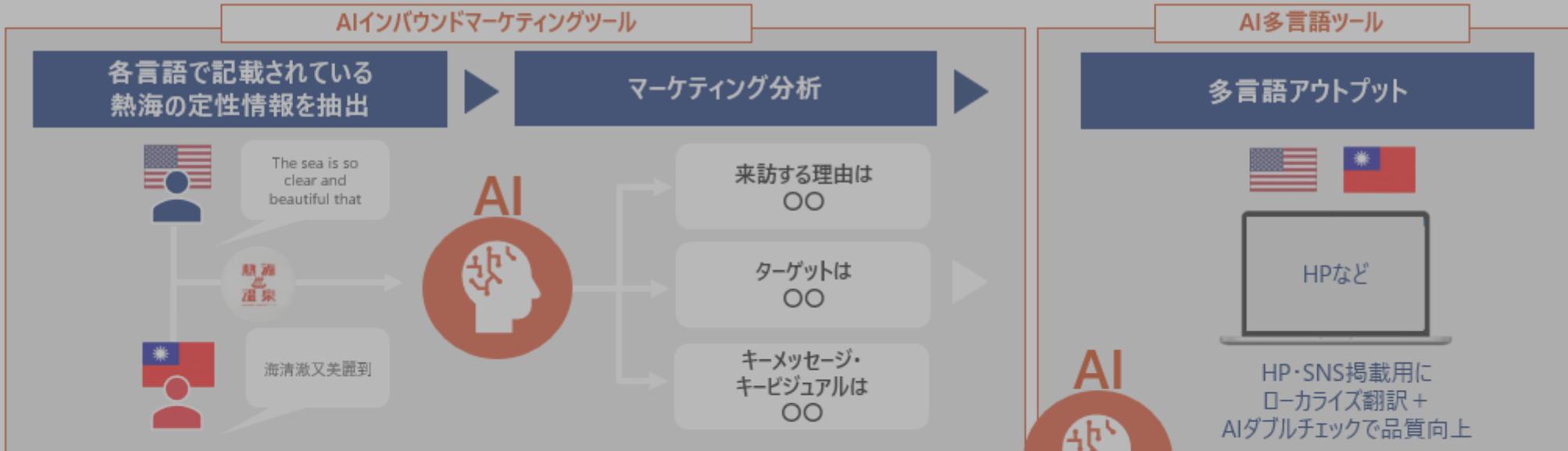
今後の磨き上げポイント

生成AIの分析結果にはハルシネーションが発生する可能性があり、対象地域以外の情報や季節イベントと異なる情報が含まれることもあった。そこで、ChatGPT4oに加えて検索が得意なPerplexityを組み合わせて分析結果に出典元を提示し確認できるようにし、あいまいな情報は出さないようにプロンプトで調整。施策アイデア出しでは、深く推論することが得意なを使うことでアウトプットの精度を磨き上げた。

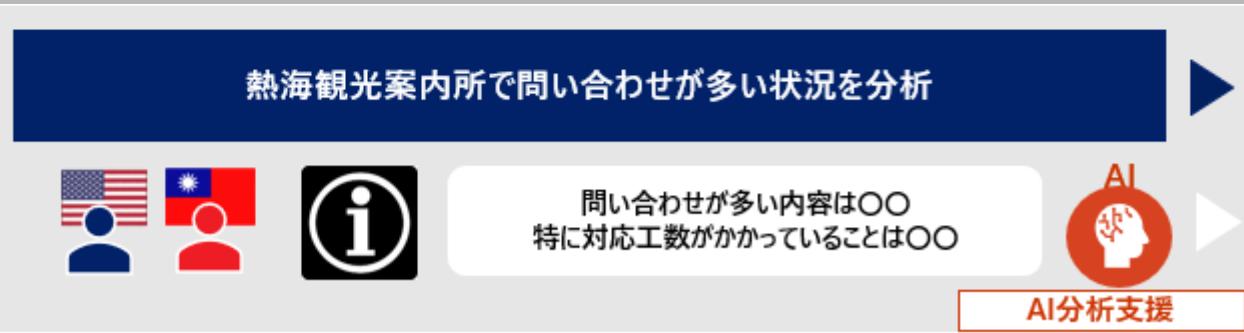
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)



受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)



生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート



■入出力結果

質問内容（ユーザー入力が入力するプロンプト例）

あなたは熱海市のインバウンド担当者です。熱海市の観光案内所に訪れた外国人の傾向を#にまとめています。どのような国籍の人がどう推移していて、どんな問い合わせ目的地が多いか、その他気づいた点や変化も含めてわかりやすくまとめてください。

#観光案内所のメモ（メモ文章れる）

#観光案内所市場別来客数（グラフいれる）

#観光案内所の問い合わせ内容データ（グラフいれる）

#観光案内所の目的別データ（グラフいれる）

回答結果

2024年 热海市観光案内所データ分析レポート

1. 国籍別来客数の推移

• 主要傾向:

- 欧州: フランス、ドイツ、ポーランドからの訪問者が増加。11月にはスウェーデン、ベルギーなどから長期滞在者も確認。
- 東南アジア: シンガポールやタイからの訪問者数が夏以降増加。台湾、香港からは安定的な来訪。
- 中国本土: 9月以降急減（約半減）、減少が顕著。
- 北米: アメリカからの訪問は若干減少傾向で、日本人同行者と訪れるケースが多い。
- 中東: 訪問者が増加傾向。

2. 問い合わせ内容

• 全体傾向:

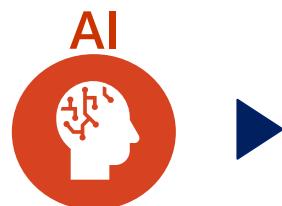
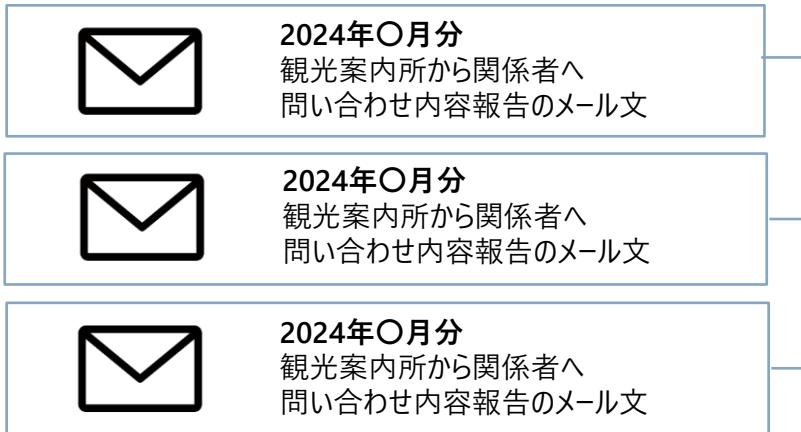
- 市内観光（MOA美術館、熱海城、来宮神社など）が最多。
- 交通関連: JR、伊豆急行、バスに関する質問が多く、特に夏と秋に増加。
- 宿泊施設: 高級ホテルとゲストハウスの利用が二極化。手荷物預かりの要望が多い。
- 特記事項:
 - SIMカードの購入やスマートフォン関連トラブル（日本の電話番号がない場合など）。
 - 貵重品の遺失物相談が秋から急増。
 - 記念スタンプや免税手続きなど観光ギフトの要望も多い。



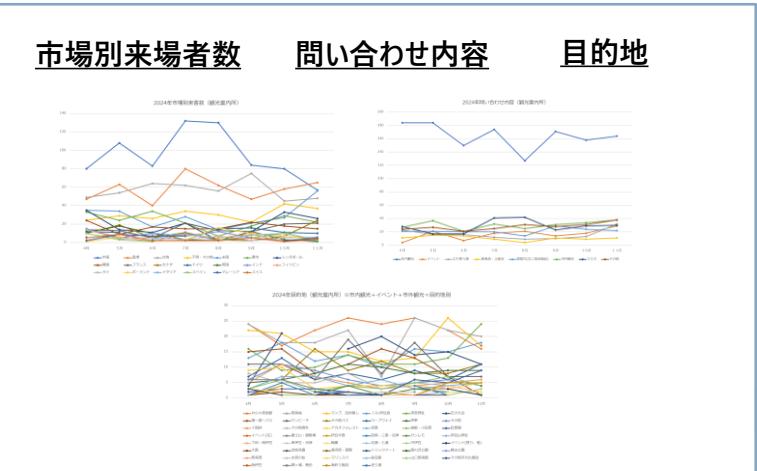
■生成AI活用の仕組

仕組のイメージ

観光案内所での来場者の傾向や問い合わせが多い内容をまとめて読み込ませる



生成AIがその情報を要約して、現状の傾向や変化について表示
(ChatGPT4oで分析)



あなたは熱海市のインバウンド担当者です。熱海市の観光案内所に訪れた外国人の傾向を#にまとめています。どのような国籍の人がどう推移していく、どんな問い合わせや目的地が多いか、その他気づいた点や変化も含めてわかりやすくまとめてください。

#観光案内所市場別来客数
#観光案内所の問い合わせ内容データ
#観光案内所の目的別データ
#観光案内所のメモ

2024年 热海市観光案内所データ分析レポート

1. 国籍別来客数の推移

- 主要傾向:
 - 欧洲: フランス、ドイツ、ポーランドからの訪問者が増加。11月にはスウェーデン、ベルギーなどから長期滞在者も確認。
 - 東南アジア: シンガポールやタイからの訪問者数が夏以降増加。台湾、香港からは安定的な来訪。
 - 中国本土: 9月以降急激（約半減）、減少が顕著。
 - 北米: アメリカからの訪問は若干減少傾向で、日本人同行者と訪れるケースが多い。
 - 中東: 訪問者が増加傾向。

2. 問い合わせ内容

- 全体傾向:
 - 市内観光 (MOA美術館、熱海城、来富神社など) が最多。
 - 交通関連: JR、伊豆急行、バスに関する質問が多く、特に夏と秋に増加。
 - 宿泊施設: 高級ホテルとゲストハウスの利用が二極化。手荷物預かりの要望が多い。
 - 特記事項:
 - SIMカードの購入やスマートフォン関連トラブル（日本の電話番号がない場合など）。
 - 貴重品の遺失物相談が秋から急増。
 - 記念スタンプや免税手続きなど観光ガイドの要望も多い。



品質観点

- 受け入れ整備すべき情報を継続的に把握できるか。

頻度高く現場情報を把握できる体制を構築

- 観光案内所で記録しているデータを集めて生成AIでその傾向を分析。メールで送付される箇条書きの文章やエクセルの数値など、フォーマットが異なるデータでも、プロンプトの指示に従って条件に合わせた要約が可能。
- 観光案内所の対応している状況や来訪数値の変化など要約した状態で頻度高く地域へ共有できる仕組みができるのは効率的でありがたいという声もあがった。（これからダッシュボードに装着予定）

生産性観点

- 分析工数は削減できるか。

旅ナカデータ分析工数は約4分の1に削減

- 通常の分析業務では約90分に対して、生成AIを活用した分析業務は約20分となり、約4分の1の削減となった。
- プロンプトの指示を調整すれば聞きたい内容や最新の変化も瞬時にアウトプットされて確認できることがわかった。

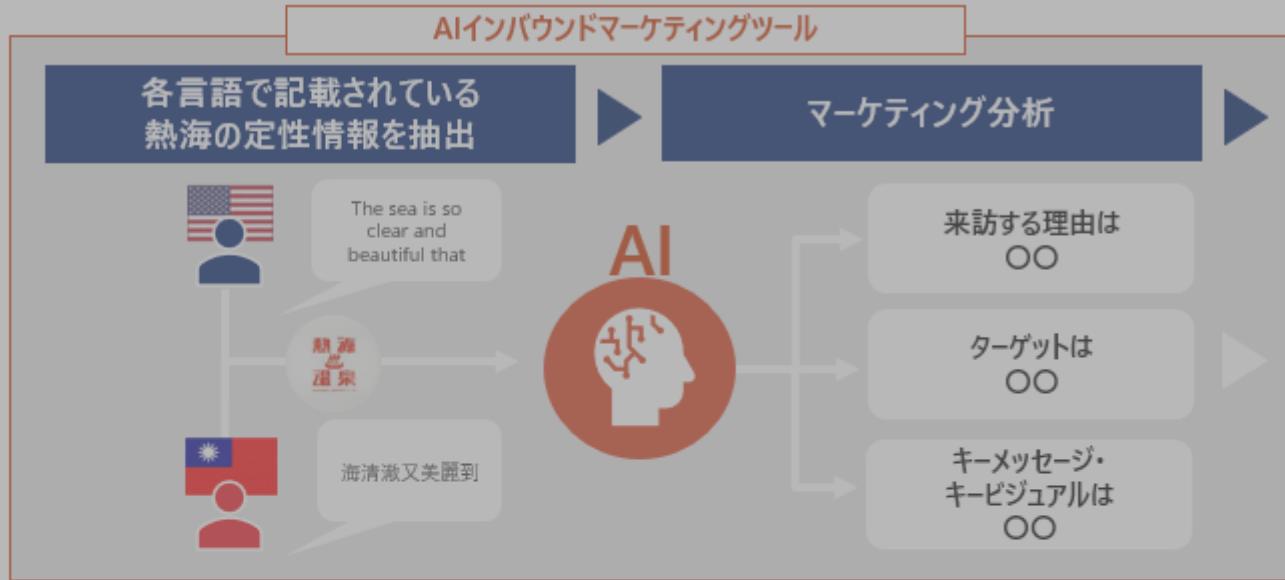
今後の磨き上げポイント

観光案内所のデータをスピーディに分析して傾向をまとめることはできたが、毎月のデータ連携をどこまで自動化して開示できるか活用ルールとフローの整備をしていく。地域関係者にどこまで開示するかを決めて、ダッシュボードとのデータ連携予定。

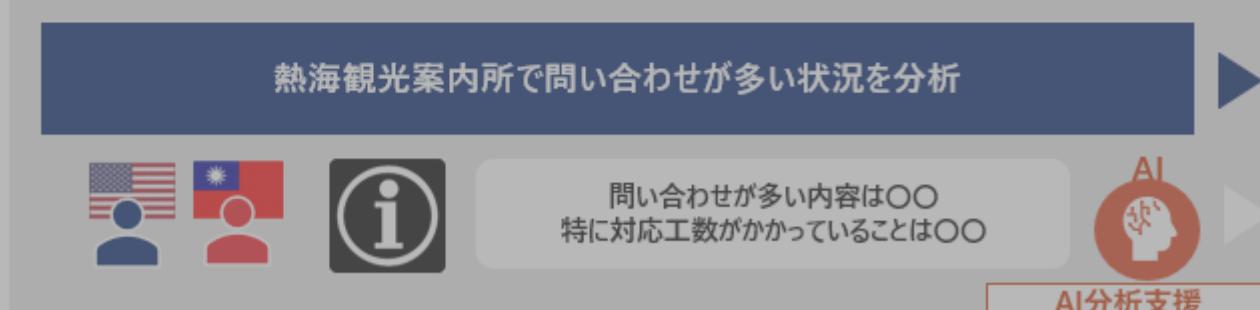
業務全体像におけるユースケースの位置づけ

生成AI×インバウンドマーケティング実行フロー

誘客起因情報
(熱海に行く理由)



受け入れ整備情報
(問い合わせ工数過多)



AI多言語ツール

多言語アウトプット



HPなど

HP・SNS掲載用にローカライズ翻訳 + AIダブルチェックで品質向上

観光案内所問い合わせ対応 (QRコードリスト)

* QRコードは（株）デンソーウエーブの登録商標です。

生成AIがインバウンドマーケティング分析～情報整備をシームレスにサポート



■導入・検証時の入出力

入力（プロンプト例）

あなたは熱海のインバウンドマーケティング担当者です。アメリカの旅行者を熱海に誘客したり満足度をあげるために情報整備をしたいです。熱海で人気の花火大会の情報を#流れの順番でわかりやすくアメリカ人に説明するために、#翻訳対象をカジュアルなトーンで英語にしてください。また、英語の文章ができたら、それを日本語にも戻して記載してください。

#流れ

花火大会の特徴や魅力

2025年開催スケジュール花火が見える場所

帰りの駅が混雑することの注意事項（電車で帰るときの注意事項を強調して具体的に記載して）

楽しみ方のコツ熱海へのアクセス

#翻訳対象

熱海海上花火大会の楽しみ方！

四季を通じて開催している「熱海海上花火大会」の楽しみ方やポイントをご紹介します。

熱海海上花火大会は、1952年（昭和27年）にはじまった歴史ある花火大会。夏だけでなく、年間を通して10回以上も開催している熱海の名物イベントです。

回答結果

How to Enjoy the Atami Fireworks Festival

The Atami Fireworks Festival is a must-see event held multiple times a year, not just in summer but in every season. Since it started in 1952, it has become one of Atami's signature events, with over ten shows annually.

Why Are Atami's Fireworks So Special?

There are two big reasons why Atami's fireworks stand out:

1. The Grand Finale: "Sky Niagara"

Unlike regular fireworks, this finale isn't just a single firework—it's a massive "starmine" that lights up the entire sky in a shimmering silver glow, turning night into day. It's so breathtaking you might even forget to blink.

2. The Perfect Location: Atami Bay

The bay is surrounded by mountains on three sides, creating a "bowl" that amplifies the sound of the fireworks. The echoing booms feel like a live stadium concert. If you watch from a spot near the water, like Sun Beach or Shinsui Park, you'll not only see the fireworks but also feel their vibrations in your body.

The combination of sky-wide fireworks, reflections on the ocean, and the explosive sounds make this an unforgettable experience. And don't worry—it's held even in the rain.

2025 Atami Fireworks Festival Schedule



■Instagram投稿

入力（プロンプト例）

あなたは熱海市のInstagram運用担当です。下記日本語の投稿文から、英語、繁体字で70文字ずつ投稿文を作ってください。
必ずハッシュタグに含めるものの下に、英語3つと繁体字3つを追加して並べてください。
順番は、日本語の投稿文、英語の投稿文、繁体字の投稿文、ハッシュタグを出してください。

日本語投稿文
「熱海ヨーグルト発酵所」
熱海駅前仲見世商店街に12/21グランドオープン

先ほどプレオープン行ってきました！
美味しい・かわいい👉

必ずハッシュタグに含めるもの
#atami #atami_kankou #atami_trip #熱海 #熱海観光 #熱海旅行 #熱海温泉

atami_kankou • フォロー中
熱海仲見世通り

atami_kankou 5週間前
「熱海ヨーグルト発酵所」
熱海駅前仲見世商店街に12/21グランドオープン
先ほどプレオープン行ってきました！
美味しい・かわいい👉

The "Atami Yogurt" will open on December 21 in Atami Nakamise Shopping Street!
Delicious & Soooo cute!!

「熱海優格發酵所」
12月21日在熱海車站仲見世商店街盛大開幕!
美味又可愛👉

#atami
#atami_kankou
#atami_trip
#熱海
#熱海觀光
#熱海旅行
#熱海温泉
#熱海ヨーグルト
#atami_yogurt
#熱海スイーツ
#スイーツ
#ヨーグルト
#仲見世商店街

今まで日本語文のみで投稿していたが、英文と繁体字文とハッシュタグを生成AIでまとめて作成をして投稿

■入出力結果

出力結果 (エクセル一覧表)

ChatGPT4oでローカライズ翻訳と新規文章作成を行ってGoogleスプレッドシートで一覧表にして管理

| 多言語項目 | 日本語翻訳対象 | プロンプト指示 | ★多言語変換結果★ | 日本語戻し結果 | 日本語戻しチェック | | | 人手チェック | | | AIダブルチェック | | | | | |
|-----------|--|--|--|---|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------|--|-------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------|------------------|----------------------|
| | | | | | 誤訳ないか (翻訳が原文の意味を正しく伝えているか) | 流畅な文章か (訳文が自然で読みやすいか) | 矛盾がないか (訳文が原文の意味を一貫性があるか) | アメリカ市場で文化表現や文脈に違和感ないか | ★WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか | 誤訳ないか (翻訳が原文の意味を自然で読みやすいか) | 流畅な文章か (訳文が原文の意味を一貫性があるか) | 矛盾がないか (訳文が原文の意味を自然で読みやすいか) | アメリカ市場で文化表現や文脈に違和感ないか | | | |
| 花火大会・注意事項 | <p>熱海上花火大会の楽しみ方！四季を通じて開催している「熱海上花火大会」の楽しみ方やポイントをご紹介します。</p> <p>熱海上花火大会は、1952年（昭和27年）にはじまった歴史ある花火大会。夏だけでなく、年間を通して10回以上も開催している熱海の名物イベントです。</p> <p>熱海の花火の大きな特徴は2つ。</p> <p>一つはフィナーレ「大空中ナイアガラ」、もう一つは「打上げ会場」です。</p> <p>毎開催フィナーレを飾る「大空中ナイアガラ」は仕掛け花火ではなく、会場全体から打上げるスター・マイン。銀色の花火が夜空を埋め尽くし、真昼のように明るく輝きます。あまりの美しさに瞬きを忘れるほど…感動間違いなしです。</p> <p>また、会場である熱海は花火業者さんも絶賛する、日本一の花火打上会場！</p> <p>三面を山に囲まれた「すり鉢」状の地形のため、海で上げる花火の音が反響し、大きなステンレスのような音響効果があります。親水公園など、海の近くでご覧いただくと、大きな単発や「大空中ナイアガラ」は、体にまで音が伝わってきます。見るだけでなく、体感していただく花火です。</p> <p>夜空に広がる花火や、水面に映る花火、そして、フィナーレを飾る「大空中ナイアガラ」の美しさは、瞬きを忘れるほど。</p> <p>雨天決行！大迫力の「熱海上花火大会」をぜひ体感してください。</p> <p>【2025（令和7）年 热海上花火大会開催日】予定（10/29発表） 春: 2/21（金）→3/23（日）→4/20（日）→4/28（日）</p> | <p>あなたたは熱海のインバウンドマーケティング担当者です。アメリカの旅行者を熱海に誘惑したり満足度をあげるように情報整備をしたいです。熱海で人気の花火大会の情報を#流れの順番でわかりやすくアメリカ人に説明するために、#翻訳対象をカジュアルなトーンで英語にしてください。また、英語の文章ができたら、それを日本語にも戻して記載してください。</p> <p>#流れ</p> <p>花火大会の特徴や魅力</p> <p>2025年開催スケジュール</p> <p>花火が見れる場所</p> <p>帰りの駅が混雑することの注意事項（電車で帰るときの注意事項を強調して具体的に記載して）</p> <p>楽しみ方のコツ</p> <p>熱海へのアクセス</p> <p>#翻訳対象</p> | <p>How to Enjoy the Atami Seaside Fireworks Festival!</p> <p>The Atami Seaside Fireworks Festival is one of Japan's most iconic fireworks displays, held throughout the year. Since its debut in 1952, this event has been a must-see for visitors. The festival takes place over 10 times a year, making it a highlight of Atami's cultural calendar.</p> <p>Highlights of the Fireworks</p> <p>1. The Grand Finale: "Sky Niagara Falls"</p> <p>The finale is an extraordinary starmine display that lights up the entire sky with shimmering silver fireworks. It's breathtaking—so beautiful that you might forget to blink!</p> <p>2. Unique Venue: Atami Bay</p> <p>Atami Bay's natural "bowl" shape, surrounded by mountains, enhances the acoustics, creating a stadium-like experience. The sound of the fireworks echoes across the bay, letting you feel the vibrations of each burst.</p> <p>2025 Fireworks Schedule (Tentative as of October 29, 2024)</p> <ul style="list-style-type: none"> Spring: February 21 (Fri), March 23 (Sun), April 20 (Sun), April 28 (Mon) Summer: July 25 (Fri), August 5 (Tue), August 8 (Fri), August 18 (Mon), August 25 (Mon) Autumn: September 15 (Mon, Holiday), October 13 (Mon, Holiday), November 3 (Mon, Holiday) Winter: December 7 (Sun) | <p>熱海上花火大会の楽しみ方！四季を通じて開催される「熱海上花火大会」。1952年から続くこのイベントは、年間10回以上開催され、熱海を代表する名物です。</p> <p>花火の特徴</p> <p>フィナーレ「大空中ナイアガラ」</p> <p>会場全体から打ち上げられるスター・マインが夜空を銀色に染め上げます。瞬きを忘れるほどの感動体験です！</p> <p>独自な会場：熱海湾</p> <p>三方を山に囲まれた地形が音を反響させ、迫力満点の音響効果を生み出します。見るだけでなく、振動を体感する花火です。</p> <p>【2025年開催スケジュール】（2024年10月29日時点の予定）</p> <p>春: 2月21日（金）、3月23日（日）、4月20日（日）、4月28日（月）</p> <p>夏: 7月25日（金）、8月5日（火）、8月8日（金）、8月18日（月）、8月25日（月）</p> <p>秋: 9月15日（月・祝）、10月13日（月・祝）、11月3日（月・祝）</p> <p>冬: 12月7日（日）</p> <p>時間: 20:20~20:40 (7月・8月は20:15~20:40)</p> <p>会場: 热海湾（雨天決行）</p> <p>おすすめ観覧スポット</p> <p>ホテルや旅館</p> <p>温泉と花火を満喫する贅沢なひとときを。</p> | <p>4、軽微な誤訳があるが、全体の理解に影響はない</p> | <p>4、ほぼ自然だが、軽微な不自然さがある</p> | <p>5、矛盾が全くない</p> | <p>5、違和感が全くない</p> | <p>4、自然で違和感なく掲載可</p> | <p>5、非常に自然で読みやすい</p> | <p>5、矛盾が全くない</p> | <p>5、違和感が全くない</p> | <p>4、自然で違和感なく掲載可</p> | <p>5、非常に自然で読みやすい</p> | <p>5、矛盾が全くない</p> | <p>4、自然で違和感なく掲載可</p> |

日本語文章

プロンプト指示

多言語結果

日本語戻し

ネイティブチェック

AIダブルチェック

■ネイティブチェックによる多言語品質観点での5段階評価平均点

| 【英語】 多言語パターン | 誤訳はないか | 流暢な文章か | 矛盾はないか | 対象市場で文化表現や文脈に違和感ないか | WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか |
|---------------------------|---|--|---|--|---|
| | 5全く誤訳がない 4軽微な誤訳があるが、全体の理解に影響はない 3いくつか誤訳があるが、大きな問題ではない 2誤訳が多く、内容が部分的に不明確 1誤訳が非常に多く、意図が大きく損なわれている | 5非常に自然で読みやすい 4ほぼ自然だが、軽微な不自然さがある 3一部不自然で、改善が必要 2かなり不自然で、読みにくい 1非常に不自然で意味が伝わりづらい | 5矛盾が全くない 4軽微な矛盾があるが、全体には問題ない 3いくつか矛盾があるが、理解は可能 2矛盾が多く、意味が分かりにくい 1一貫性がなく、内容が混乱している | 5違和感が全くない 4ほぼ問題ないが、軽い違和感がある 3一部違和感があるが、大きな問題ではない 2違和感が多く、不適切に感じる部分がある 1大きく不適合で、違和感が目立つ | 5ネイティブ並みで最適掲載可 4自然で違和感なく掲載可 3問題なく掲載可能だが改善余地あり 2不自然さが目立ち掲載には不向き 1意味不明で掲載不可 |
| 機械翻訳システム (n=12) | 3.7 | 3.3 | 4.3 | 4.2 | 2.9 |
| ChatGPT4 oローカライズ翻訳 (n=16) | 4.6 | 4.3 | 5.0 | 4.9 | 4.0 |
| ChatGPT4 o多言語文章新規作成 (n=9) | 5.0 | 4.2 | 5.0 | 5.0 | 3.9 |

| 【繁体字】 多言語パターン | 誤訳はないか | 流暢な文章か | 矛盾はないか | 対象市場で文化表現や文脈に違和感ないか | WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか |
|---------------------------|--------|--------|--------|---------------------|---------------------------------------|
| 機械翻訳システム (n=11) | 4.3 | 3.9 | 4.1 | 4.1 | 3.0 |
| ChatGPT4 oローカライズ翻訳 (n=19) | 4.8 | 4.8 | 4.8 | 4.7 | 4.4 |
| ChatGPT4 o多言語文章新規作成 (n=9) | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 4.0 |



■ネイティブチェックとAIチェックの相関性

一致率・相関性の結果

ネイティブによる人手チェックとAIダブルチェックの一致率70～80%に達する。

<評価軸別の「人手チェック vs. AIダブルチェック」相関係数 * >

- ✓ 誤訳はないか：0.75～0.85 程度
- ✓ 流暢さ：0.65～0.80 程度
- ✓ 矛盾ないか： 0.70～0.80 程度
- ✓ 対象市場で文化表現や文脈に違和感ないか：0.40～0.70 程度
- ✓ WEBサイトに掲載する前提で、人が記載しているような文章に仕上がっているか：0.60～0.75 程度

* 相関係数の目安は、0.00～0.20 = ほぼ無相関、0.20～0.40 = やや弱い相関、0.40～0.60 = 中程度の相関、0.60～0.80 = 強い相関、0.80～1.00 = 非常に強い相関

- 各項目の「誤訳がないか」「矛盾はないか」は人手チェック・AIダブルチェックともに高い一致率を示しやすい
- 「対象市場向けに違和感がないか」は人手チェックとAIダブルチェックで差が出やすく、相関もやや低め
- 「流暢さ」や「WEB掲載可」は文章全体の自然さに左右され、文体やトーンでズレが生じることがある
- AIダブルチェック評価を人手チェック評価に近づけるには、事前に対象市場向け文脈・目的・文体のトーンを明確に提示し、学習・フィードバックを充実させる必要がある。固有名詞のリスト化も有効。



品質観点

- 多言語結果が自然で違和感がない表現になるか。
- 多言語品質を磨き続けるサイクルはつくれるか。
- タッチポイントにあわせて活用できるか。

生産性観点

- 翻訳工数は削減できるか。

自然で違和感がない多言語品質レベルを証明

- WEBサイトへ掲載できるレベルの5段階評価で平均3.9以上を獲得。

AIチェックを組み合わせて磨き上げサイクルを構築

- AI生成の多言語文章に対して、ネイティブによる人手チェックとAIダブルチェックの一致率は70~80%に達した。

WEBサイトやSNSにあわせた多言語表記が可能

- プロンプトを活用することで、WEBサイトやInstagramなど、各タッチポイントに最適化した多言語文章の作成が可能となった。

翻訳工数は約12分の1に削減

- 通常の翻訳業務では約270分に対して、生成AIを活用した分析業務は約22分となり、約12分の1の削減となった。
- 旅ナカの最新動向に応じて必要な情報を即座に多言語化できるため、観光案内所での問い合わせ対応の負担軽減にも寄与。

今後の磨き上げポイント

人手によるチェックの負担を軽減しながら、AI主体で翻訳品質を向上させること仕組みを再構築していく。AIによるダブルチェックを人手チェックのレベルに近づけていくために、文化や文脈に応じた前提条件の設定、トーンの明確な指示、固有名詞のリスト化などの工夫を引き続き行う。



■多言語ツールバージョンアップ

入力

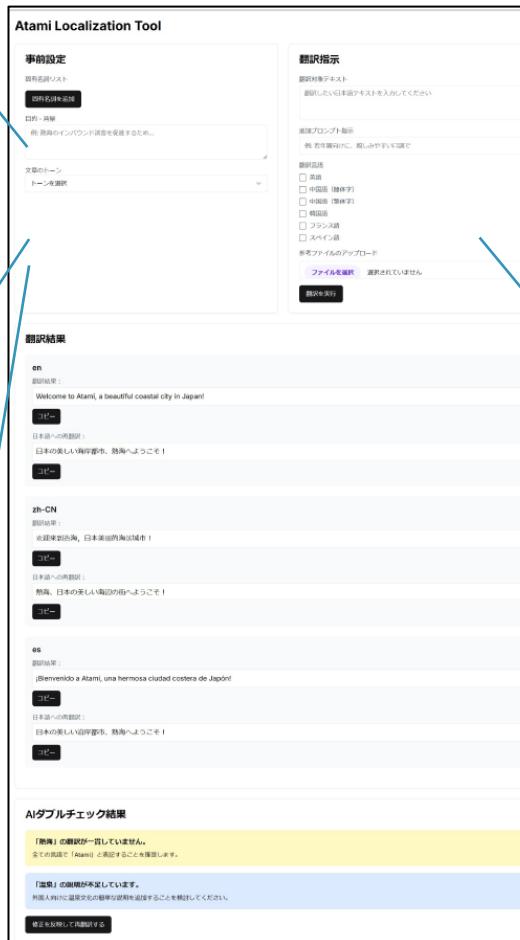
ChatGPT4oでローカライズ翻訳できるツールをバージョンアップ開発（事前に固有名詞など前提条件の設定やAIダブルチェックも可能）

固有名詞の条件追加

前提条件を入力する

- ・インバウンド推進の目的
- ・入力者のミッション
- ・熱海のインバウンド戦略や目的
- ・誰にどう伝えたいか
- ・熱海の差別化ポイント など

文章のトーンを入力する



ローカライズ翻訳する日本語文章

プロンプト指示

翻訳言語指示

多言語文章アウトプット + 確認用日本語戻し文章

AIダブルチェック結果 修正反映指示

■生成AI活用の仕組

仕組のイメージ

Step1：入力

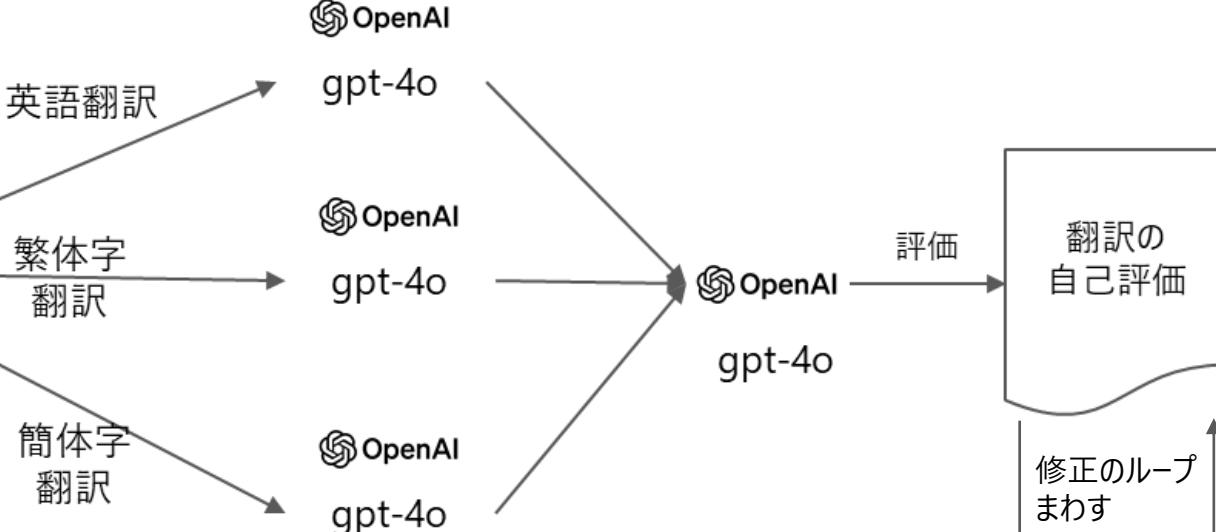


Step2: 参考URL（あれば）取得



インターネット

Step3：AIが手分けして翻訳





ChatGPT4oでローカライズ翻訳/新規文章作成

Atami Localization Tool

事前設定

翻訳リスト
新規登録を追加

翻訳指示
翻訳言語リスト
翻訳したい日本語テキストを入力してください

追加プロンプト表示
例: 在地開拓時に、感じやすい語で

翻訳言語
英語
中国語 (繁体字)
中国語 (简体字)
韓国語
フランス語
ドイツ語
参考ファイルのアップロード
ファイルを選択 (選択されていません)
翻訳を実行

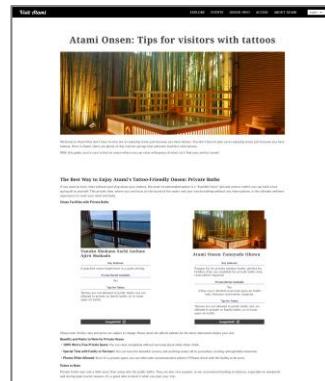
翻訳結果

en
翻訳結果
Welcome to Atami, a beautiful coastal city in Japan!

zh-CN
翻訳結果
歡迎來到熱海，日本美麗的海濱城市！

ATAMI WEBサイト

ローカライズ翻訳した多言語文章をWEBサイトに流しこみ。それぞれのWEBページをQRコードにしてリストを作成



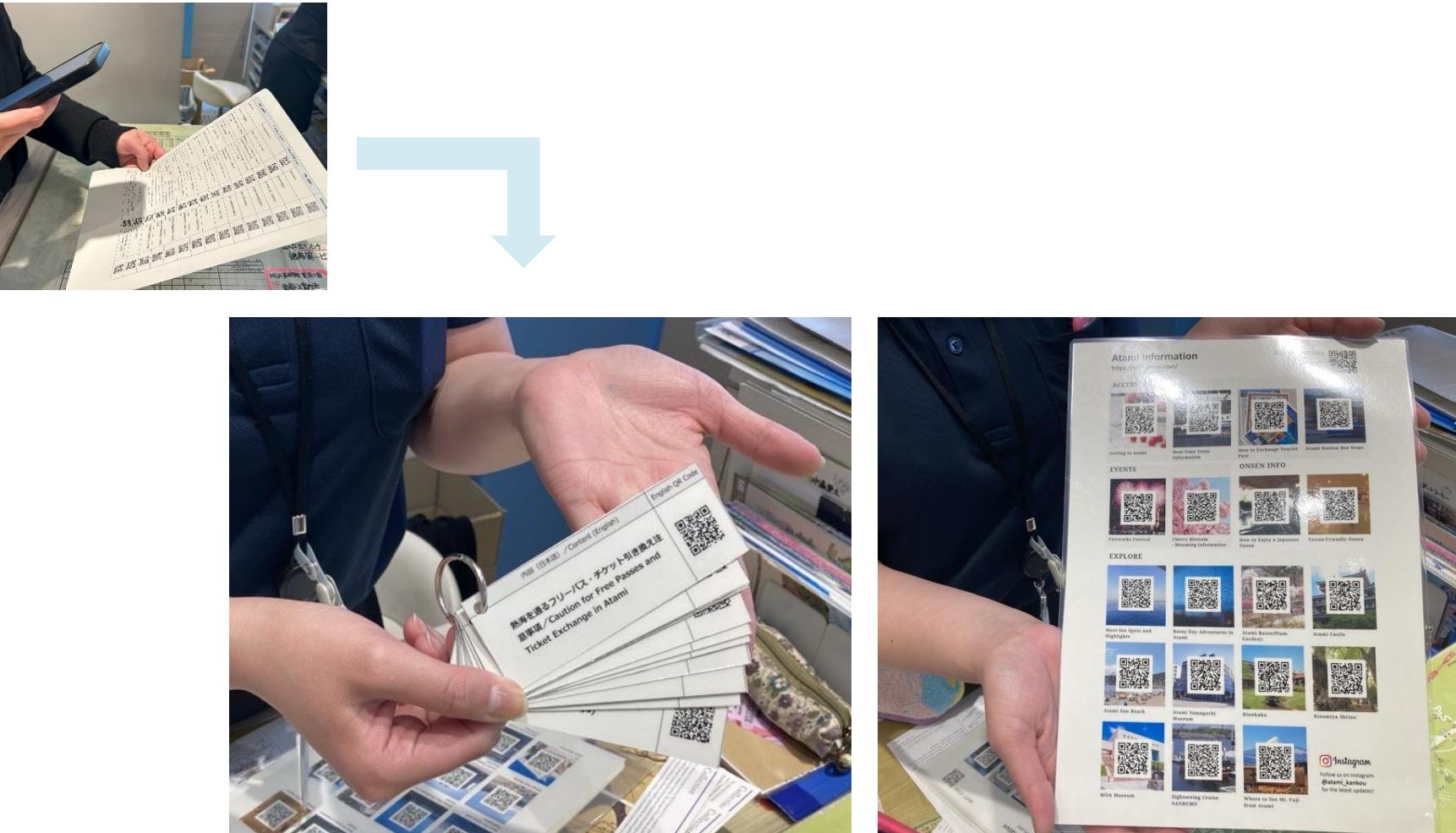
* QRコードは（株）デンソーウエーブの登録商標です。

観光案内所

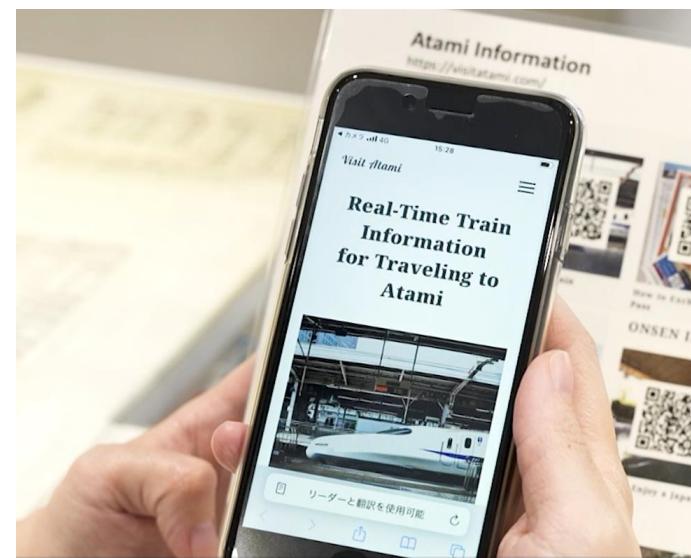
観光案内所で問い合わせ対応の際に、QRコードリストを使って説明することで工数削減に寄与



QRコードリストの形式は複数パターン用意し、テストしながら磨き上げを行う。



接客時にはQRコードリストを活用しながら、説明したいテーマのページを開いて効率的に説明。
接客工数は約3割程度削減見込み。



入力（プロンプト例）

1

あなたは熱海のインバウンドマーケティング担当者です。アメリカの旅行者を熱海に誘客したり満足度をあげるために情報整備をしたいです。熱海で人気の花火大会の情報を#流れの順番でわかりやすくアメリカ人に説明するために、

3

#翻訳対象をカジュアルなトーンで英語にしてください。また、英語の文章ができたら、それを日本語にも戻して記載してください。

4

#流れ

花火大会の特徴や魅力

2025年開催スケジュール花火が見れる場所

帰りの駅が混雑することの注意事項（電車で帰るときの注意事項を強調して具体的に記載して）

楽しみ方のコツ熱海へのアクセス

#翻訳対象

熱海海上花火大会の楽しみ方！

2

1

前提条件

2

目的

3

要件

4

具体的な例や条件

!

データ形式を問わず対応できる

!

多様な条件を加味して柔軟にアウトプットできる

!

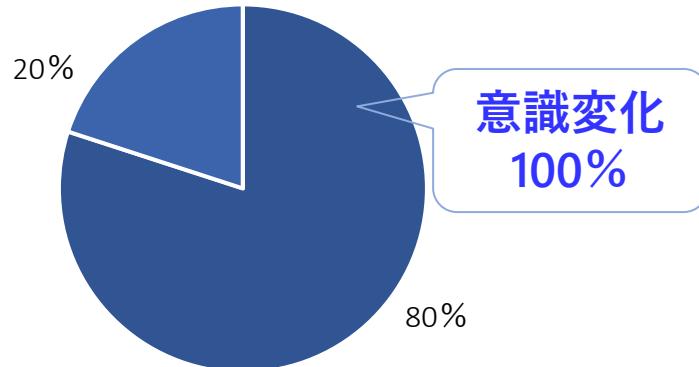
大量の情報を短時間で整理・要約できる

!

「なぜ？」を深掘りし、論理的に推論できる

持続可能なデータ活用モデルの構築をするため、スモールスタートしやすい！

AIを日常業務で活用した意識変化 (n=5)



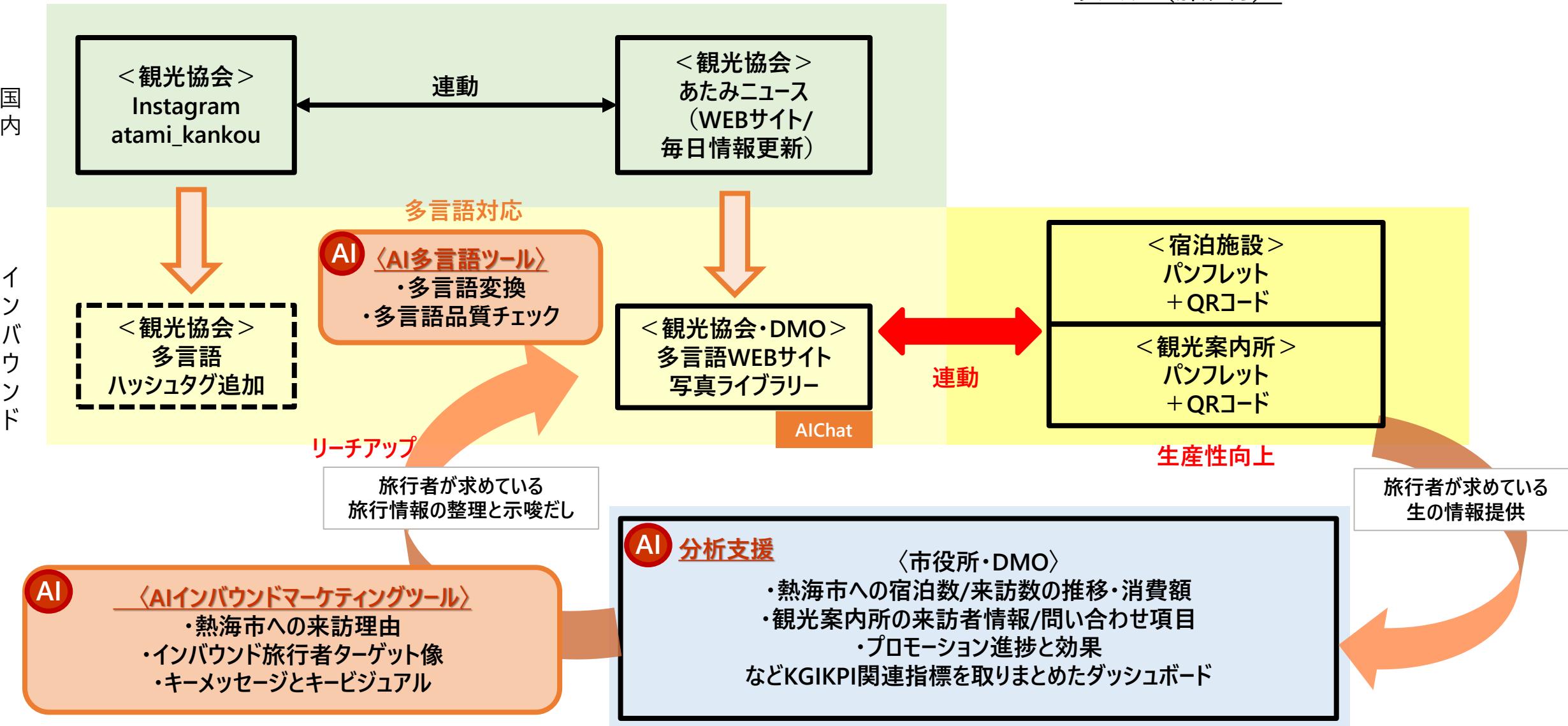
■非常に変化した ■やや変化した ■どちらでもない ■あまり変化していない ■全く変化していない

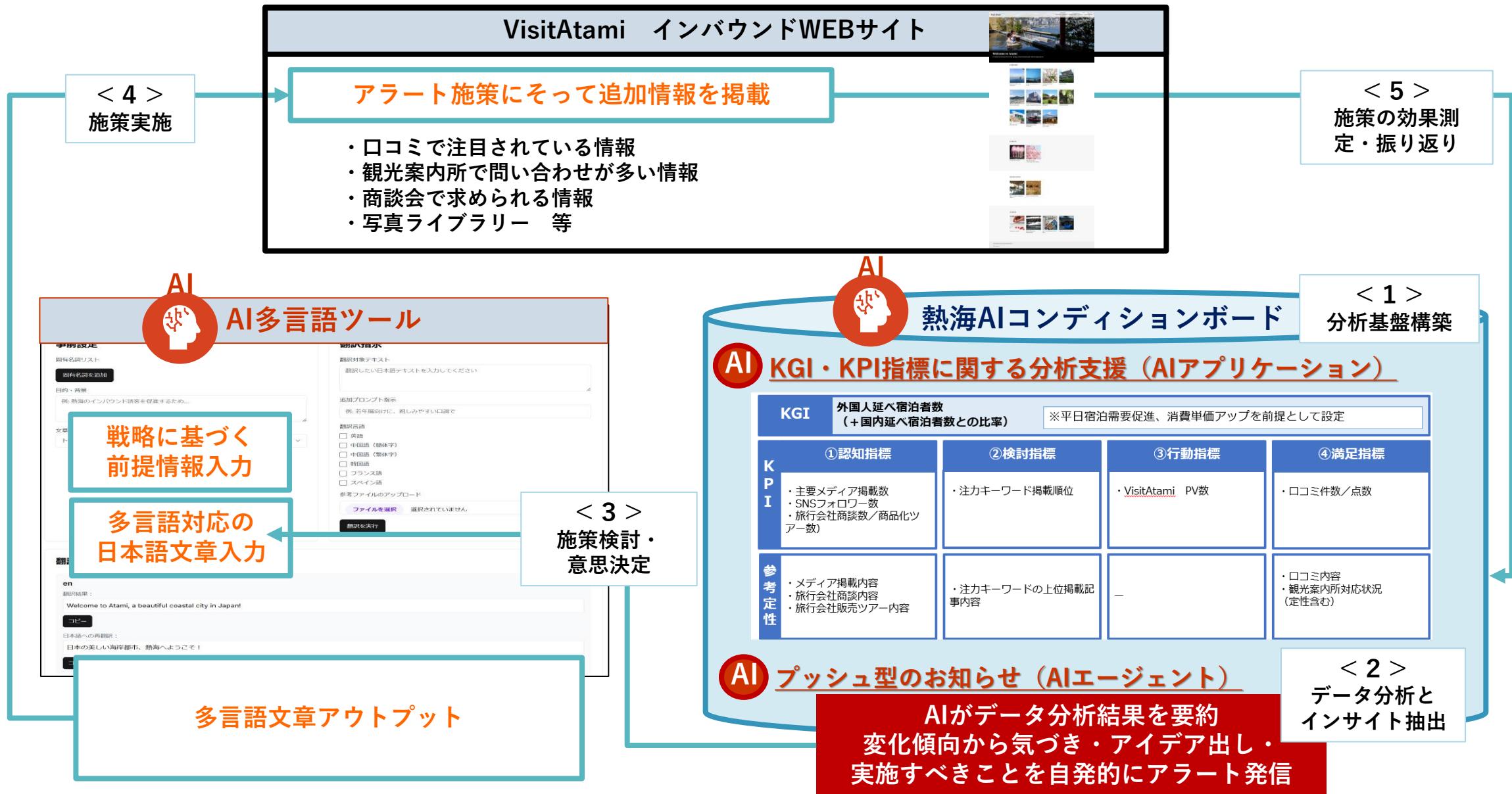
<具体的に変化したこと>

- ・情報収集の効率化が向上し、検索エンジンでは整理しにくかった情報をAIが端的に回答してくれるため、調べ物の時間が圧縮された
- ・業務の効率化が図れ、作業時間の短縮に貢献している。AIの活用が有効であり、今後さらに積極的に使っていきたいと考えている
- ・戦略を練る際の良い壁打ち相手となり、考えを整理しやすくなった
- ・うろ覚えの知識について聞くことで、知識の理解を深めることができた
- ・文書作成や添削に活用し、多角的な視点が得られることで考えの幅が広がった

ネット（旅マエ・旅ナカ）

リアル (旅ナカ)





0→1

新しいアイデア・コンテンツ生成（企画・コピー・画像など）

1→10

具体的な文章・提案の肉付け（SNS投稿、案内文、販促資料）

10→10+

精査・分析（口コミ分類、販売データ分析）

10→1

要約・抽出（レビューやレポートの要点整理）

10→X

翻訳・プログラム系（多言語対応、チャットボット）

熱海AI基礎勉強会：シーン別AI活用案（観光事業者向け）

| 活用シーン | 活用内容 | 該当パターン |
|---------------|-----------------------------------|------------------|
| 企画・アイデア出し | 新しいイベントやキャンペーン、商品企画をAIが提案 | 【0→1】 |
| 販促・広報 | チラシ、SNS投稿、キャンペーン文案を自動生成 | 【1→10】 |
| デザイン・ビジュアル作成 | POPやポスター、商品イメージ、館内イラストを生成 | 【0→1】 |
| 顧客アンケート・口コミ整理 | 長いレビューを要約し、強み・改善点を抽出 | 【10→1】 |
| データ分析・予測 | 売上や来訪者数を分析し、在庫やシフトを最適化 | 【10→10+】 |
| 業務文書作成 | マニュアル、業務報告、研修教材を効率的に作成 | 【1→10】 |
| 会議・日報支援 | 会議メモや日報を要点化し、行動項目に整理 | 【10→1】 |
| 情報収集・リサーチ | 他地域の成功事例やトレンドを調べて要約 | 【0→1】 【10→1】 |
| 多言語対応 | 案内文、商品説明、契約書などを多言語に翻訳 | 【10→X】 |
| 接客サポート | よくある質問（営業時間・場所・サービス内容など）の回答を下書き生成 | 【1→10】 【10→X】 |

- SNS投稿文作成
- ビジュアル生成
- 口コミ分析
- 数値分析
- 困ったときの相談

Instagram投稿文生成

あなたは、熱海観光協会のInstagram運用担当者です。投稿によって閲覧者のいいねやコメント、閲覧時間が増えるように#熱海梅園の説明を参考に文章をアレンジしてください。おすすめのハッシュタグもつけてください。

#熱海梅園の説明

日本で最も早咲きの梅、そして最も遅い紅葉と言われる熱海梅園。梅は樹齢100年を超える古木を含め60品種・469本、紅葉樹は約380本もあり、のんびり散歩をしながら自然美を堪能できる場所です。
1月上旬～3月上旬の梅まつり、5～6月の新緑、11月中旬～12月上旬のもみじまつりと、四季折々で楽しめます。

承知しました！Instagram向けに、「見て行きたくなる」「コメントしたくなる」ようなストーリー性を持たせた投稿文を作成しました。視覚的にイメージできる言葉を多めに入れて、いいねや滞在時間を伸ばせる工夫をしています。

投稿文案

✿ 日本一早咲きの梅 × 日本一遅い紅葉 ✿

四季折々の美しさを楽しめる #熱海梅園。

樹齢100年を超える梅の古木から、色鮮やかな紅葉まで——

一年を通して“自然の移ろい”を体感できる特別な庭園です。

✿ 梅の香りに包まれる1月～3月の梅まつり

✿ 清々しい緑に癒される5～6月の新緑シーズン

✿ ロマンチックに彩られる11月～12月のもみじまつり

散策するだけで、季節の物語に出会える場所。

あなたはどの季節の熱海梅園に行ってみたいですか？ ✨

ぜひコメントで教えてください 😊

おすすめハッシュタグ

shell

□ コードをコピーする

#熱海梅園 #熱海観光 #四季を楽しむ #梅まつり #もみじまつり #梅の名所

#紅葉スポット #日本の美 #温泉街さんぽ #絶景散歩 #熱海旅行 #花のある風景

了解しました！英語版のInstagram投稿文とおすすめハッシュタグを用意しました。海外からの旅行者向けに「四季ごとの魅力」を強調し、エンゲージメントが生まれやすい質問形式にしています。

Instagram Post (English)

✿ The earliest-blooming plum blossoms in Japan, and the latest autumn leaves ✿

Welcome to Atami Plum Garden, a place where nature tells its story through all four seasons.

👉 Over 60 varieties and 469 plum trees, including some over 100 years old.

👉 Around 380 maple trees that create breathtaking autumn colors.

◤ Plum Festival (early Jan – early Mar)

◤ Fresh green season (May – June)

◤ Maple Festival (mid-Nov – early Dec)

Whether you visit for the fragrance of plum blossoms, the refreshing greenery, or the vibrant autumn leaves, Atami Plum Garden is always worth the stroll.

💬 Which season would you love to experience here? Share in the comments!

Recommended Hashtags (English)

less

□ コードをコピーする

#AtamiPlumGarden #VisitAtami #JapanTravel #HiddenJapan #PlumBlossoms #JapaneseGarden
#SeasonalJapan #MapleLeaves #TravelJapan #DiscoverJapan #AtamiTrip #NatureWalk

👉 ご希望なら、アメリカ人旅行者向けによりカジュアルな表現「perfect weekend escape」「just 40 minutes from Tokyo」などアクセスの強調）を加えたバージョンも作れますか？

POP作成

あなたは観光プロモーションが得意なクリエイターです。熱海梅園まつりの宣伝POP画像を作成してください。

#タイトル

・紅葉を楽しもう！熱海梅園もみじまつり

#日程

2025.11/15～12/7

#背景

・赤い橋がかかっていて、紅葉が赤くてきれい

・女性の後ろ姿が小さくあり、橋を渡ろうとしている

・イラスト風の背景

・エモい感じ

・文字はきれないようにPOPの中に入れる

#サイズ

・正方形

画像が作成されました



POP作成

2025.11/15～12/7と日付をすべて入れて作りなおして

画像が作成されました



画像が作成されました



画像が作成されました



✓ 英語版のPOPを作成しました。

テキスト部分は以下のようにアレンジされています：

あなたは熱海市の観光戦略担当です。熱海市の観光スポットでどのような口コミがあるか、GoogleMAPやOTAの口コミから抽出してください。口コミの具体的なURLも出してください。その結果から、今後の方針案も出してください。

思考時間: 46s

了解です。主要スポットの「最近の口コミ傾向（Google MAP/OTA）」をざっと洗い、URL付きで要点を抜き出しました。最後に、そこから引ける方針案もまとめます。（最終更新：2025-09-21）

口コミの抜粋（要点 & URL）

熱海サンビーチ

- よくある声（ポジ）
夜のライトアップが幻想的／駅から近く回遊性が高い。[トリップアドバイザー](#)
- よくある声（ネガ）
繁忙期は混雑・駐車場混み。清掃は概ね好評だが人出次第。[じゃらん](#)
- 口コミURL
Tripadvisor: [トリップアドバイザー](#) · じゃらん: [じゃらん](#)

MOA美術館

- よくある声（ポジ）
建築・眺望・展示の質に満足。館内動線とカフェも評価高め。[トリップアドバイザー](#)
- よくある声（ネガ）
週末のシャトル・エスカレーターが混雑／山手でアクセスが急坂。[じゃらん](#)
- 口コミURL
Tripadvisor: [トリップアドバイザー](#) · じゃらん: [じゃらん](#)

来宮（来宮）神社

- よくある声（ポジ）
御神木（大クス）の“パワースポット性”が強い訴求点。境内の雰囲気・茶寮も好評。[トリップアドバイザー](#)
- よくある声（ネガ）
週末は参拝の列が長い／写真目的の来訪者で静けさが損なわれる時間帯あり。[トリップアドバイザー](#)
- 口コミURL
Tripadvisor (英): [トリップアドバイザー](#) · Tripadvisor (日): [トリップアドバイザー](#) · じゃらん: [じゃらん](#)



口コミから見える「強み／課題」

強み（共通）

- ・ 海×夜景（サンビーチ）、山上の眺望価値（ロープウェイ／城／MOA）で“写真映え”。 トリップアドバイザー +2
- ・ 物語性（來宮神社の大クス、起雲閣の文豪ストーリー）が満足度を押し上げ。 トリップアドバイザー +1

課題（共通）

- ・ 繁忙期の混雑、山手スポットのアクセス難（急坂・バス混雑）。 じゃらん +1
- ・ 季節スポットはタイミング依存が大きく、外すと満足度が下がる。 トリップアドバイザー +1
- ・ ロープウェイ／熱海城は“値頃感・本物感”に議論。 トリップアドバイザー +1

今後の方針案（実務レベル）

1. “眺望×夜”を核にしたナイトコンテンツの強化

- ・ サンビーチのライトアップと連動し、週末の短尺ナイトプログラム（光×音の演出、所要15分）を定時実施。混雑が集中しやすい日没直後の時間分散を狙う。 トリップアドバイザー
- ・ 山上（ロープウェイ山頂／熱海城）で夜景フォトスポットの常設、共通ナイトバス（往復＋展望台ドリンク等）で値頃感を補強。 トリップアドバイザー +1

2. “物語性”的翻訳・可視化（台湾・米国向け）

- ・ 輪宮神社の大クス、起雲閣の文豪滞在を英中（繁体）で短尺ストーリー化（QR解説／公式SNSリール用90秒）。 口コミで刺さっている文脈を来訪前に訴求。 トリップアドバイザー +1

3. アクセス摩擦の解消（“急坂リスクの見える化”）

- ・ MOA・梅園・輪宮へは「楽ルート」を地図で明示（急坂警告/ベビーカー・高齢者向け推奨ルート入り）。観光回遊バスの混雑時間帯揭示と時差来訪の促し。 じゃらん
- ・ Googleマップ案内で細道誘導の指摘があるため、公式で推奨ルートの固定リンクを作り、各施設とOTA説明欄にも掲出。 Yahoo!マップ

4. 季節スポットは“開花/色づきNowcast”で失望回避

- ・ 梅園・紅葉は週2回の実況写真と7日先予測をSNS/サイト/OTA説明に掲出（“見頃指数”）。口コミでのタイミング外しを抑止。 トリップアドバイザー +1

5. 値値の再定義：熱海城エリア

- ・ “史実城”ではなく***“海絶景×体験型アソビ拠点”として明確化。室内アクティビティ＋展望＋ロープウェイをセット割**で価格納得感を形成。 じゃらん +1

POSデータ分析

| 日 | 曜日 | 日付 | | 部門 | | 支店 | | 支店 | | 支店 | | 小計 |
|------|----|---------------------|---------------------|---------|---------|------|------|------|-----|-----|---------|---------|
| | | 購入日 | 購出日 | カード | ドリンク | チャージ | その他1 | その他2 | 支店別 | 支店別 | 支店別 | |
| 01 月 | | 2014/12/01 09:09:33 | 2014/12/01 20:40:30 | ¥93,800 | ¥11,730 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 61 | ¥35,630 | ¥35,630 |
| 02 火 | | 2014/12/01 22:42:37 | 2014/12/02 05:58:37 | ¥25,200 | ¥12,840 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 67 | ¥37,840 | ¥37,840 |
| 03 水 | | 2014/12/02 09:08:49 | 2014/12/03 22:03:29 | ¥17,700 | ¥4,200 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 40 | ¥21,900 | ¥21,900 |
| 04 木 | | 2014/12/03 22:03:48 | 2014/12/04 22:51:06 | ¥22,100 | ¥11,020 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 57 | ¥23,120 | ¥23,120 |
| 05 金 | 深夜 | 2014/12/05 16:51:35 | 2014/12/05 23:09:26 | ¥25,600 | ¥8,480 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 68 | ¥31,980 | ¥31,980 |
| 06 土 | 深夜 | 2014/12/06 09:02:19 | 2014/12/06 21:41:40 | ¥7,600 | ¥7,790 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 80 | ¥35,390 | ¥35,390 |
| 07 日 | 深夜 | 2014/12/06 21:44:27 | 2014/12/07 21:55:07 | ¥30,000 | ¥11,070 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 71 | ¥41,070 | ¥41,070 |
| 08 月 | | 2014/12/08 21:58:17 | 2014/12/08 22:11:17 | ¥40,500 | ¥9,580 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 105 | ¥61,080 | ¥61,080 |
| 09 火 | 金 | 2014/12/09 22:11:30 | 2014/12/10 22:44:44 | ¥98,300 | ¥20,540 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 101 | ¥98,840 | ¥98,840 |
| 10 水 | 金 | 2014/12/09 22:25:27 | 2014/12/10 22:36:15 | ¥45,500 | ¥12,880 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 98 | ¥58,380 | ¥58,380 |
| 11 木 | 金 | 2014/12/10 22:36:23 | 2014/12/11 22:46:28 | ¥45,000 | ¥14,470 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 95 | ¥58,470 | ¥58,470 |
| 12 金 | 深夜 | 2014/12/12 22:48:47 | 2014/12/12 22:58:40 | ¥62,000 | ¥94,020 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 138 | ¥88,020 | ¥88,020 |
| 13 土 | 深夜 | 2014/12/12 22:58:54 | 2014/12/13 23:08:35 | ¥48,600 | ¥25,380 | ¥0 | ¥0 | ¥0 | 1D | 129 | ¥74,860 | ¥74,860 |

曜日と部門ごとに売り上げ金額を計算して、分析結果も出して。

部門別・曜日別売上集計結果

表のデータをもとに、曜日ごとにフード・ドリンクなどの部門別売上を集計しました。

| 曜日 | フード売上 | ドリンク売上 | チャージ | その他 | 小計 |
|-------|---------|----------|------|-----|----------|
| 月 | ¥69,900 | ¥21,130 | ¥0 | ¥0 | ¥91,030 |
| 火 | ¥62,700 | ¥30,020 | ¥0 | ¥0 | ¥94,720 |
| 水 | ¥62,700 | ¥25,420 | ¥0 | ¥0 | ¥88,120 |
| 木 | ¥22,100 | ¥11,020 | ¥0 | ¥0 | ¥33,120 |
| 金 | ¥85,500 | ¥28,980 | ¥0 | ¥0 | ¥118,010 |
| 金(深夜) | ¥27,600 | ¥6,700 | ¥0 | ¥0 | ¥34,300 |
| 土 | ¥98,600 | ¥36,420 | ¥0 | ¥0 | ¥135,320 |
| 日 | ¥49,500 | ¥120,520 | ¥0 | ¥0 | ¥61,320 |

分析結果

1. 曜日別売上の特徴

- 土曜日が最も売上が高い (¥135,320)
フード (¥98,600) とドリンク (¥36,420) の両方で大きな売上を記録しており、週末の需要が集中している。
- 金曜日も高い (¥118,010)
金曜夜の飲食需要が強く、平日の中で突出している。
- 日曜日は特殊パターン
ドリンク (¥120,520) が非常に多く、フードは比較的少ない (¥49,500)。特定イベントや宴会需要が考えられる。
- 木曜日が最も低い (¥33,120)
平日の谷間で集客が弱い傾向。

2. 部門別の傾向

- フード売上は全体的に土・金に集中。
- ドリンク売上は通常はフードに比例して増えるが、日曜日だけ異常に高く、イベント的要因が疑われる。
- チャージ・その他はゼロのため、この期間では主に飲食代のみで構成されている。

3. 改善・戦略的示唆

- 木曜日の集客強化
割引キャンペーンやイベント導入で底上げ余地が大きい。
- 日曜のドリンク需要の分析
定期的なパターンか一度きりのイベントかを確認することで、再現性のある施策に活かせる。
- 週末強化戦略
土曜の需要をさらに取り込むために、予約促進やプレミアムメニュー導入を検討可能。

この集計をグラフ化すると曜日別の売上推移が直感的に分かりやすくなります。

グラフも作成しますか？

プロンプト作成が大変ならまず聞いてみよう！

Instagram投稿文をつくるための、プロンプト指示文を出して

承知しました！

Instagram投稿文をAIで生成する際に使える「プロンプト指示文」の雛形をいくつかご提案します。観光PRや自治体アカウントでの利用を意識していますが、柔軟に調整できます。

1. 基本フォーマット

diff

コードをコピーする

以下の条件に基づいてInstagram投稿文を作成してください。

目的：観光地ooの魅力を伝える

ターゲット：oo（例：台湾からの旅行者、20～30代カップル）

トーン：親しみやすく、わかりやすい。

文字数：150～200字程度。

必ず含める要素：

- 地名（oo市／oo観光スポット）
- 季節感や今の旬の楽しみ方
- ハッシュタグ5～7個
- 絵文字を適度に使用する

2. ストーリーテリング型

diff

コードをコピーする

Instagram投稿文を作成してください。

条件：

- 「訪れる前」「現地での体験」「余韻」の3つの流れで描写する
- 旅行者が思わず共感・シェアしたくなるような感情的な表現を入れる
- 日本語と簡単な英語を混ぜて国際的に伝わる文にする（例：Relaxing hot springs♪）
- 文字数は200字以内



ハルシネーションをおこしにくいプロンプト例

事実確認を求めるコメント

- ・「事実として確認できる範囲のみを答えてください。」
 - ・「信頼できる情報源に基づいて回答し、根拠が不明な場合はその旨を明記してください。」
 - ・「不明な点については、わからないと回答してください。」
-

制約を強調するコメント

- ・「推測は行わず、既知の情報に限定して答えてください。」
 - ・「事実が確認できない部分は記載しないでください。」
 - ・「自信がない情報は曖昧にせず、除外してください。」
-

出力の透明性を求めるコメント

- ・「回答に根拠がある場合は、その理由や出典を示してください。」
 - ・「可能であれば、回答の確実性を低・中・高のように示してください。」
 - ・「回答が不完全な場合は、補足的な調査が必要であると明記してください。」
-

実務的な使い方例

- ・レポート作成時：
「ハルシネーションを避け、信頼できる情報源に基づいて記述してください。不明な点は『調査が必要』と明記してください。」
- ・観光情報まとめ時：
「観光データや統計に基づいた内容のみ記載してください。推測や未確認の情報は除外してください。」

ご清聴ありがとうございました！

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

■本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。

■本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.reruit.co.jp/support/form/>

[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail : jalan_rc@r.reruit.co.jp

■本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、

その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。

また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。