観光DX

実証から実装へ　AIエージェントで回す観光データ活用サイクル

～「地域」「旅行者」「事業者」をつなぐ仕組みを、どうアップデートしたか～

熱海生成AI協議会

一般財団法人 熱海観光局 CEO 上田和佳
株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター 研究員 松本百加里

熱海市の現状

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。

傾向

- 熱海市は観光を基幹産業とする地域であり、2025年度には延べ**約349万泊の宿泊需要**がありました。内訳は、**国内延べ宿泊者数が約333万泊（95.4%）、インバウンド延べ宿泊者数が約16.1万泊（4.6%）**です。
- インバウンド宿泊比率は依然として5%未満にとどまることから、特に平日を中心とした滞在・宿泊需要を取り込むことで、宿泊消費の拡大と地域内消費額の向上を目指します。



課題・実施概要

現状及び課題・解決策

インバウンドマーケティングを推進するにあたり、大きく２つの課題があります。

- **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**
- **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**

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、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、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。

実施概要

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

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、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行う。

※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）

実証プロジェクトの体制

熱海生成AI協議会（コンソーシアム）

代表団体

企画　展開　DX導入　データ分析

熱海市役所・熱海観光局

【役割】
・コンソーシアム会議の運営
・事業者・自治体との連携・合意形成
・施策の実施

計画　運営統括　データ分析

**株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター**

【役割】
・実証内容全体設計・本実証のPM
・熱海市と連携してPDCA検証推進

地域内

一般社団法人熱海市観光協会	展開 ・データの提供 ・施策の実施
熱海観光案内所	展開 ・データの提供 ・施策の実施
熱海温泉ホテル旅館協同組合	展開 ・データの提供 ・施策の実施

地域外

株式会社アムンゼン	DX導入　データ分析 ・実証内容のAI開発推進



観光DX

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）

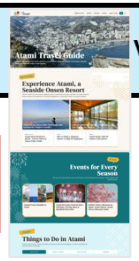
旅マエ

旅ナカ

旅行者

SNS

熱海独自情報発信



Visit Atami（インバウンド向けウェブサイト） 問い合わせ情報整備

情報掲載

AI多言語ツール・AI支援
多言語対応・品質チェック・SEO対策

＜観光案内所・宿泊施設＞
Visit Atami QRコードリスト接客支援

振り返り

熱海市役所
熱海観光局

施策振り返り

認知指標
（メディア・旅行会社掲載状況）
AI分析

検討指標
（SEO対策状況）
AI分析

行動指標
（Visit Aatami閲覧状況）
AI分析

満足度指標
（口コミ評価、問い合わせ状況）
AI分析

分析結果を要約
アラート配信

国内＋インバウンド
重要指標

重要KPI指標
（延べ宿泊者数・来訪者数・国内インバウンド比率・消費単価等）

AIダッシュボード（＝KGIKPIモニタリング）



AIレポート作成ツール

データ活用

事業者

最新トレンド情報発信
（観光案内所トレンド通信等）

勉強会・データ分析支援
（口コミデータ、AI・GBP等）

QRコードリスト連携活用

観光DX

業務フローサイクル全体像

Visit Atami　インバウンド向けウェブサイト



＜4＞
施策実施

AI分析提案にそって追加情報を掲載

・検索されやすい情報
・口コミで注目されている情報
・観光案内所で問い合わせが多い情報

＜5＞
施策の効果測定・振り返り

AI多言語ツール



戦略に基づく前提情報入力

多言語対応の日本語文章入力

多言語文章アウトプット

＜3＞
施策検討・意思決定

熱海AIダッシュボード

＜1＞
分析基盤の整備

KGIPIモニタリング・施策振り返りする分析支援
（AIアプリケーション/ AIエージェント）

施策振り返り

認知指標
（メディア・旅行会社掲載状況）AI分析

検討指標
（SEO対策状況）AI分析

行動指標
（Visit Aatami閲覧状況）AI分析

満足度指標
（口コミ評価、問い合わせ状況）AI分析

国内＋インバウンド重要指標

重要KPI指標
（延べ宿泊者数・来訪者数・国内インバウンド比率・消費単価等）

AIダッシュボード（＝KGIKPIモニタリング）

プッシュ型のお知らせ（AIエージェント）

AIがデータ分析結果を要約
変化傾向から気づき・アイデア出し・
実施すべきことを自発的にアラート発信

＜2＞
データ分析とインサイト抽出

AIレポート作成ツール（観光案内所トレンド通信配信）

観光DX

実証事業の内容

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。

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

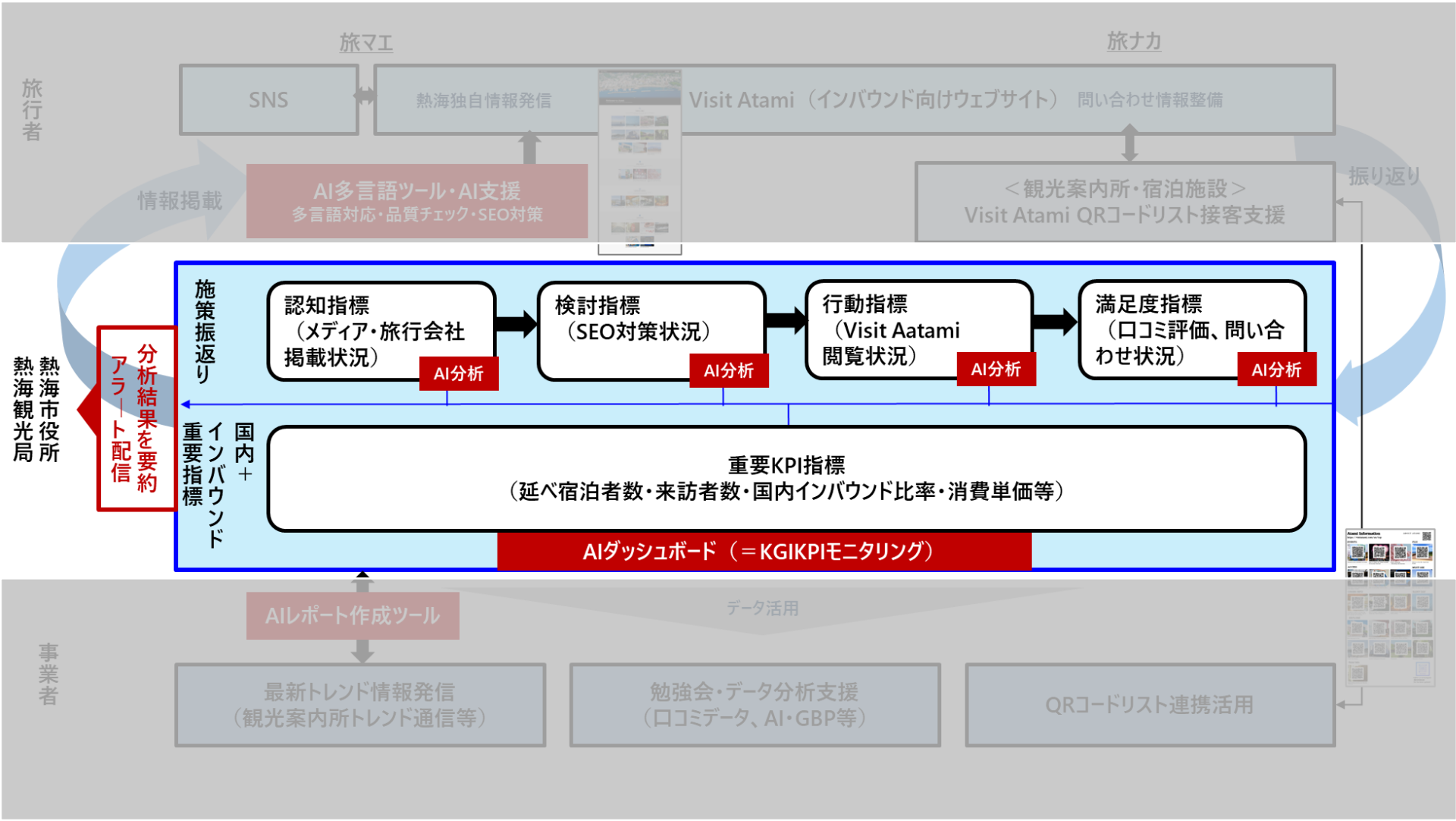
対象	課題	提供価値仮説（AI自動化による変化）
地域（市・DMO）	データの収集、可視化、分析、傾向の読み取り、レポート作成等、それぞれに工数がかかり、施策実行や戦略方針策定に時間をかけにくい	**「分析作業」から「検知アラート」へシフト** ●データ抽出～分析～要約～アクション提案～レポート作成～アラート配信のプロセスを、AIで自動化するダッシュボードとメール配信機能を整備することで業務工数を削減 ●事業者との対話や勉強会等、人間が本来やるべき業務へリソースをシフトする
旅行者	必要なタイミングで、求めている多言語情報が見つかりにくい	**「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へシフト** ●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

AIエージェントを活用した循環サイクルにおける実証成果

対象	課題	提供価値仮説（AI自動化による変化）
地域（市・DMO）		「分析作業」から「検知アラート」へシフト ●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		「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へシフト ●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）		「分析結果」から「支援ツール」へシフト ●「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）

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）



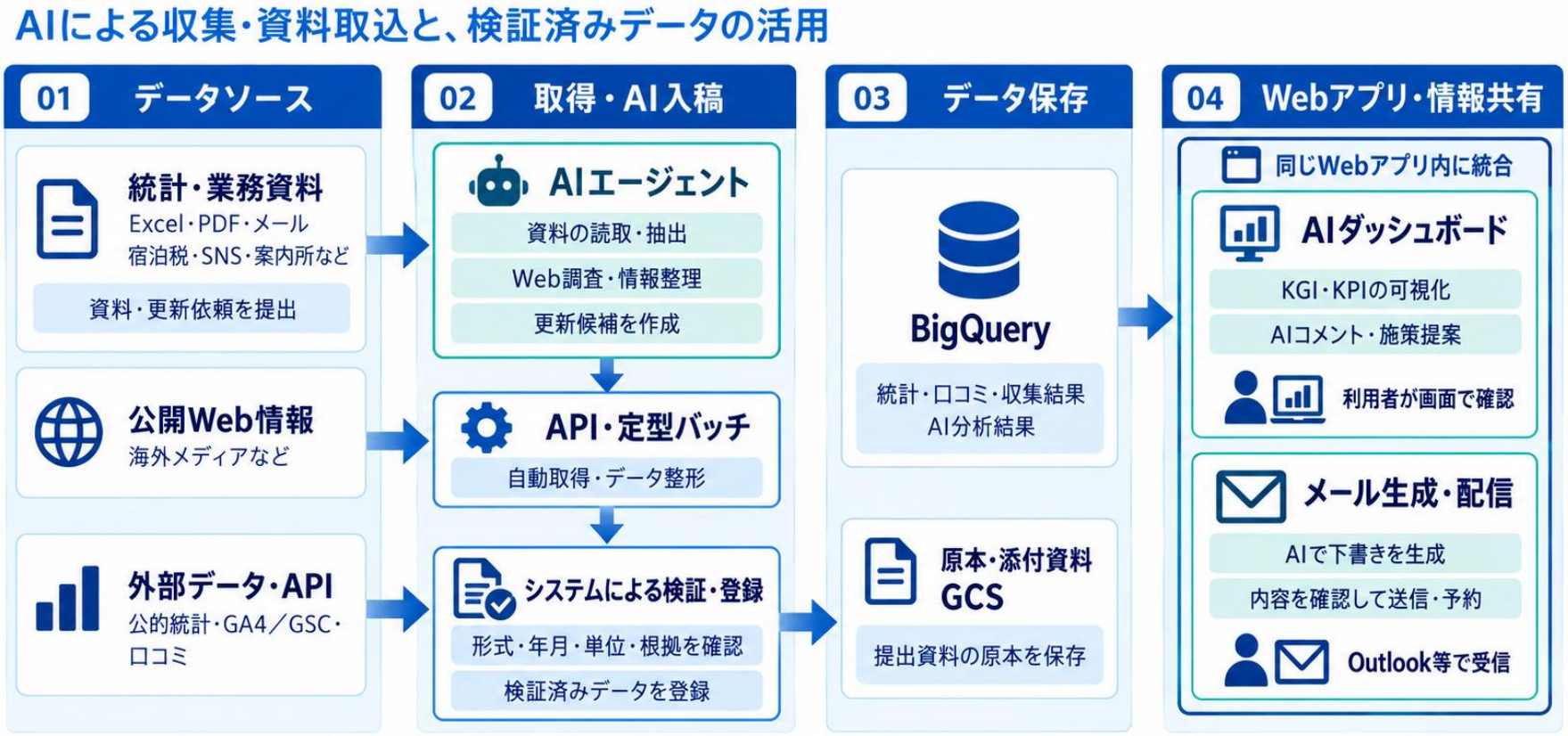
観光DX

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

■ AIダッシュボード＋AI検知アラートの仕組み

2026年度更新



※ AIの抽出結果はシステムで検証して登録し、不明点・不足は確認します。
※ 一部は手動入力。GA4・GSCの期間分析はAPIから直接参照します。

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

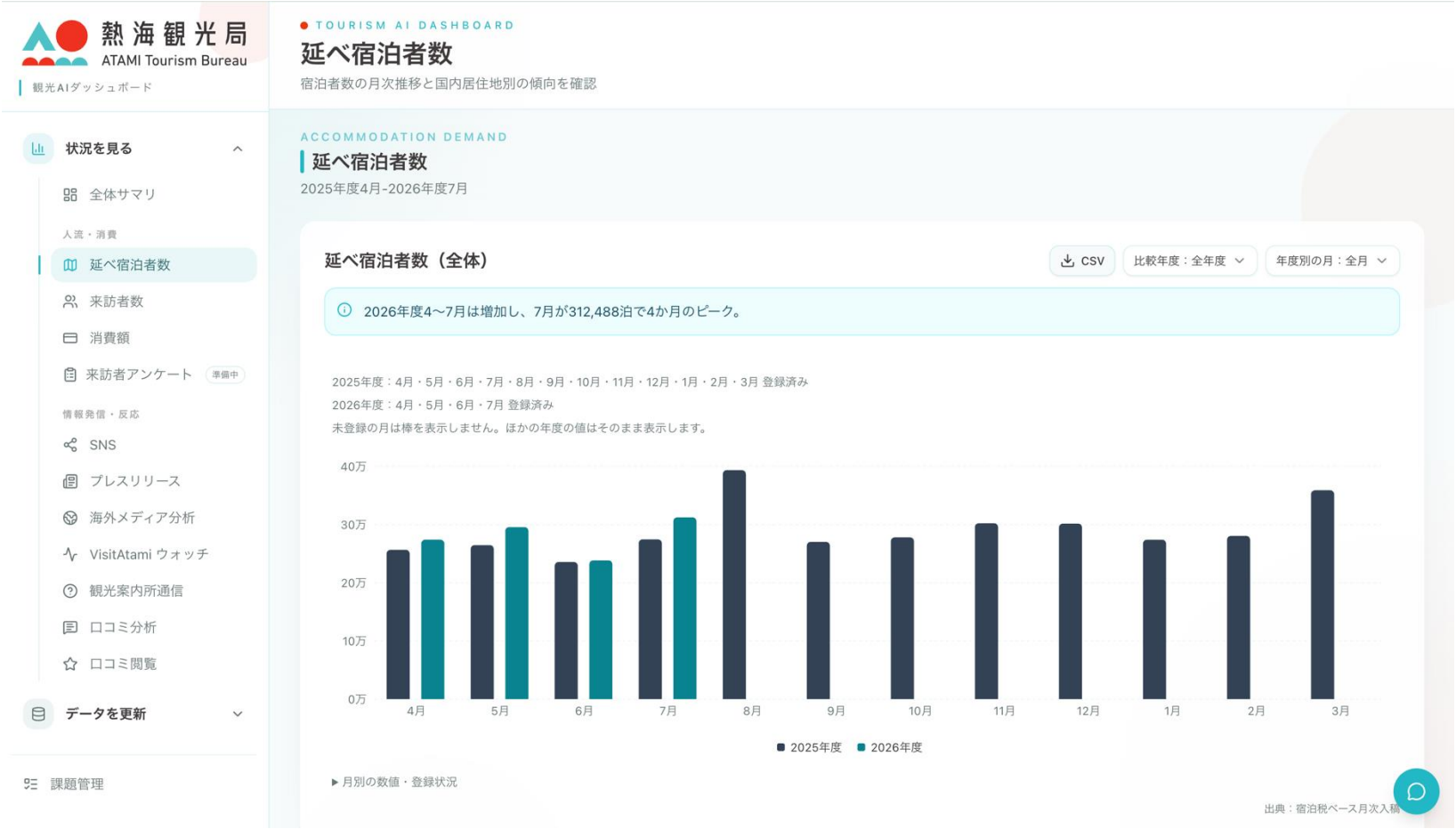
■ AIエージェントで自動化したタスク詳細一覧と削減工数

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**

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

- **AIダッシュボード** 2026年度更新
- **WEBアプリケーション画面イメージ（数値掲載）**

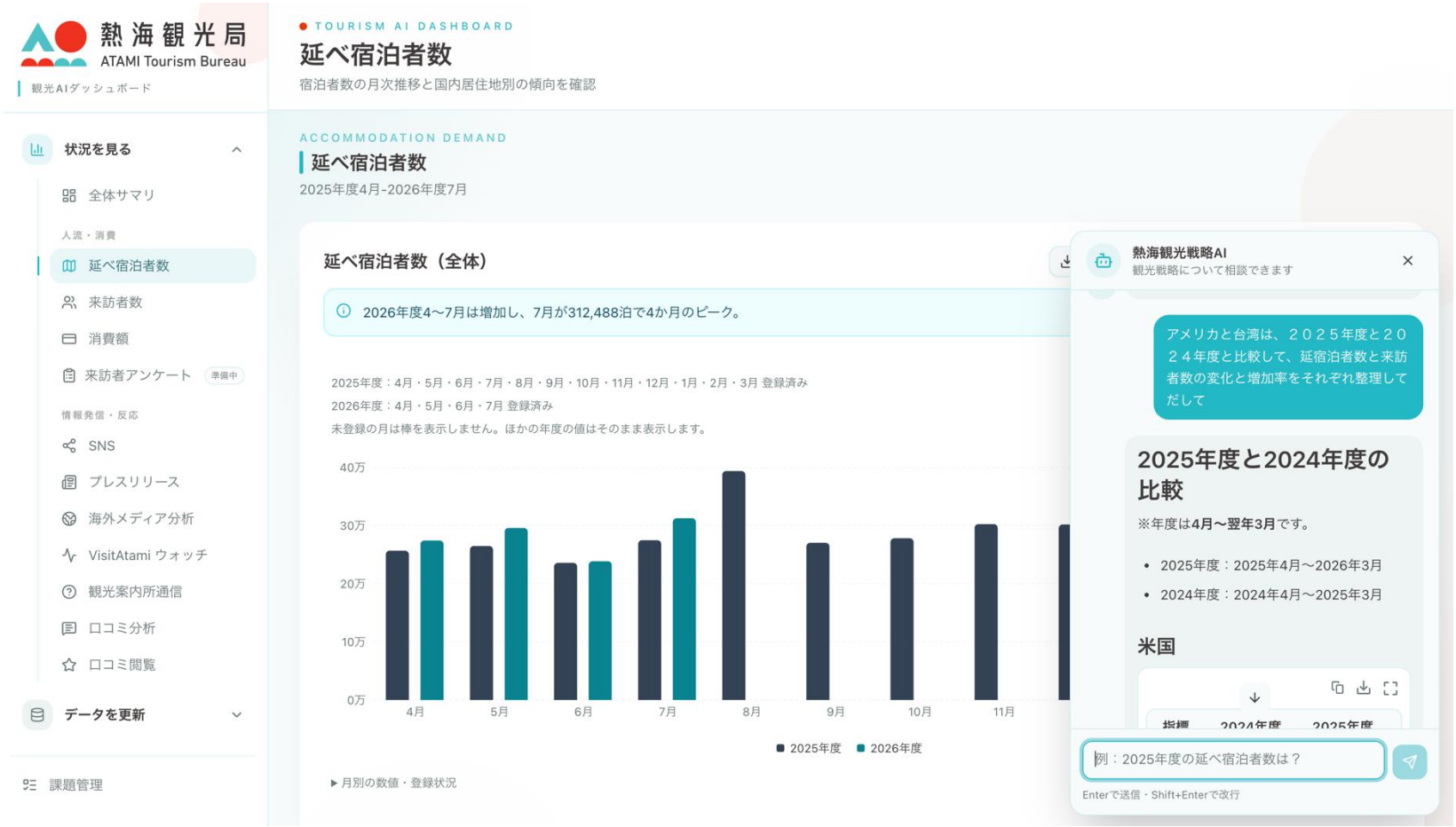


観光DX

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

- **AIダッシュボード** 2026年度更新
- **画面イメージ（AIチャット）**



実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

■ AIダッシュボード　2026年度更新

● 画面イメージ（データ入稿）



実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

■ AIダッシュボード　2026年度更新

● 画面イメージ（施策振返り指標：認知指標）

観光データ分析 / 海外メディア分析

根拠から示唆まで読み進める

海外メディアでの語られ方

対象市場：全市場　対象期間：全期間

熱海を含む国内の観光地がどのように紹介されているかを、根拠記事とともに読み比べます。

市場別に見る、熱海の魅力　2026年9月18日版

▶ 保存版一覧（1件）



米国・英語圏
駅近の宿と温泉の町



台湾・繁体字圏
レトロなプリンと紅葉



タイ語圏
海辺散策と商店街の食

固定版のプレビューです。市場・期間の選択には連動しません。

▶ 図の読み方と市場別の根拠記事

01 期間と資料　02 地域ごとの語られ方　03 熱海との違い　04 発信への示唆

熱海
比較の基準

海辺の温泉街で、花火と町歩き、レトロな甘味を組み合わせる旅先として語られる。

編集記事では、湾に映る花火や海辺の散策、サンビーチ、商店街、MOA美術館、来宮神社、初島日帰りなどを組み合わせ、温泉街を歩きながら見どころをつなぐ旅として描かれている。熱海プリンの記事では、牛乳瓶風の見た目やだいだいを使った味、カフェで過ごす場面を通じて、レトロな温泉地の空気感が強調される。OTAでは、東京発の日帰り商品や観光情報の一部として、浜辺や船上から海上花火を鑑賞する体験が前面に出ている。

▶ 根拠記事 7件を確認

東京23区
比較地域

街区ごとの散策と眺望で、都市の見どころを選び取る旅先として描かれる。

編集記事では、浅草の寺院と仲見世の参道歩き、博物館や庭園、新宿の街歩きなど、地区ごとに異なる都市体験をたどるガイドとして紹介されている。別の記事では、宿泊先から東京タワーを眺めること自体がホテル選びの視点になっており、景色の楽しみ方も都市のランドマークに結び付いている。

▶ 根拠記事 3件を確認

京都

寺院庭園の鑑賞と、中心街のにぎわいへの近さが、媒体ごとに別々に語られる。



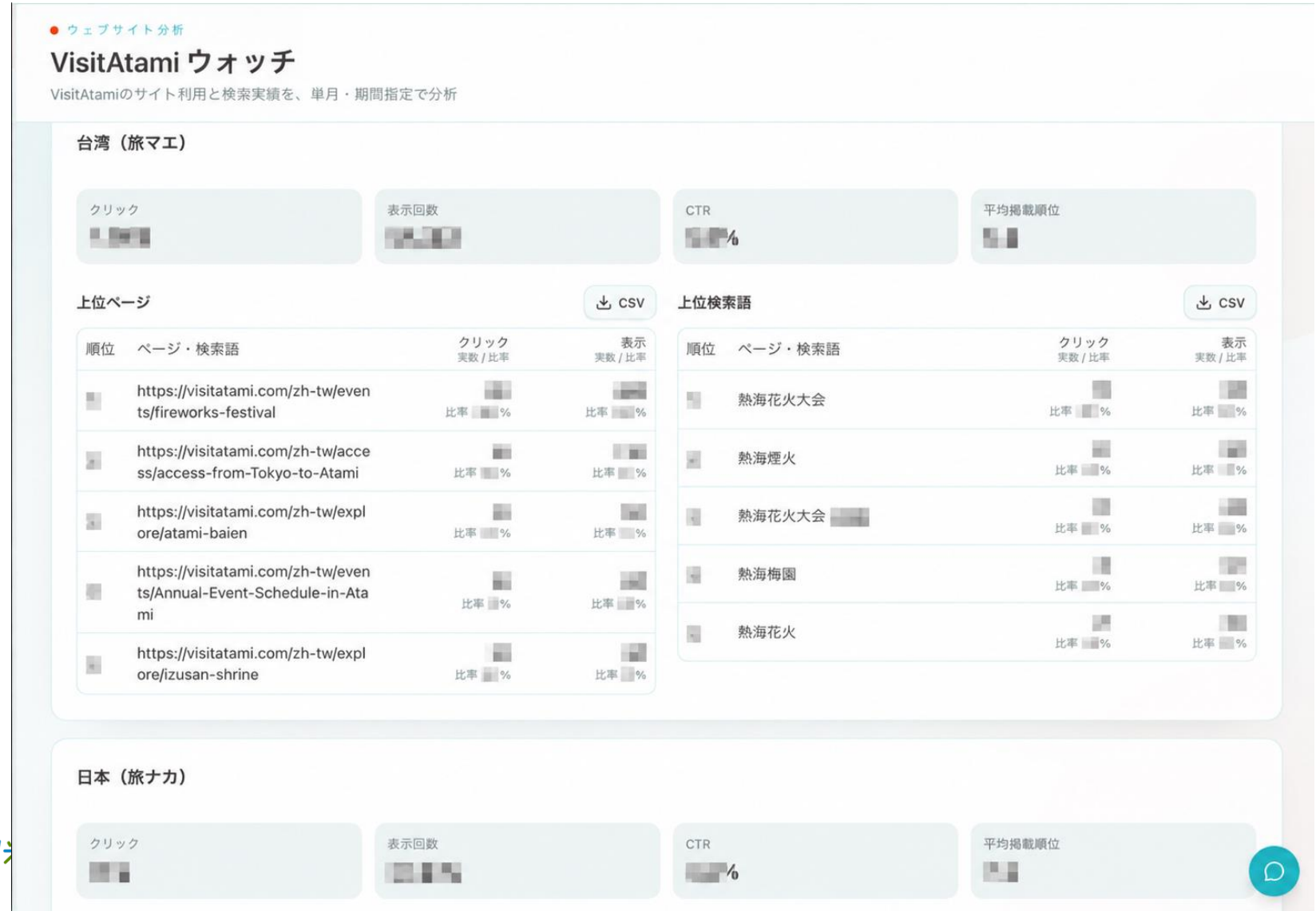
観光DX

実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

■ AIダッシュボード　2026年度更新

● 画面イメージ（施策振返り指標：検討指標）

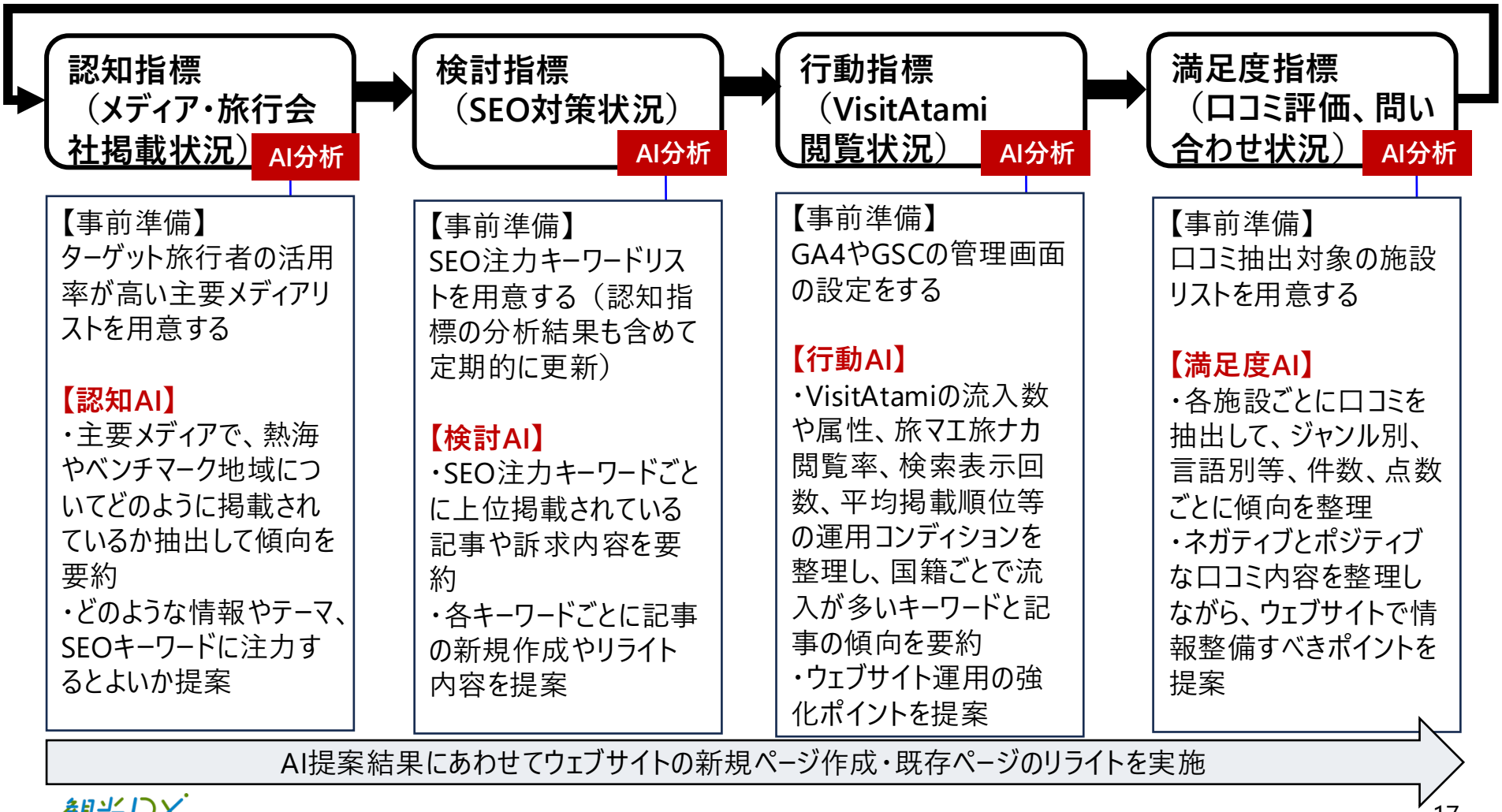


実証事業取組の詳細

地域（市・DMO）

■ 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



実証事業取組の詳細

旅行者

旅マエ

旅ナカ

旅行者

SNS

熱海独自情報発信



Visit Atami（インバウンド向けウェブサイト） 問い合わせ情報整備

情報掲載

AI多言語ツール・AI支援
多言語対応・品質チェック・SEO対策

＜観光案内所・宿泊施設＞
Visit Atami QRコードリスト接客支援

振り返り

熱海市役所
熱海観光局

施策振り返り

認知指標
（メディア・旅行会社掲載状況）
AI分析

検討指標
（SEO対策状況）
AI分析

行動指標
（Visit Aatami閲覧状況）
AI分析

満足度指標
（口コミ評価、問い合わせ状況）
AI分析

分析結果を要約
アラート配信

国内＋インバウンド
重要指標

重要KPI指標
（延べ宿泊者数・来訪者数・国内インバウンド比率・消費単価等）

AIダッシュボード（＝KGIKPIモニタリング）

データ活用

AIレポート作成ツール

事業者

最新トレンド情報発信
（観光案内所トレンド通信等）

勉強会・データ分析支援
（口コミデータ、AI・GBP等）

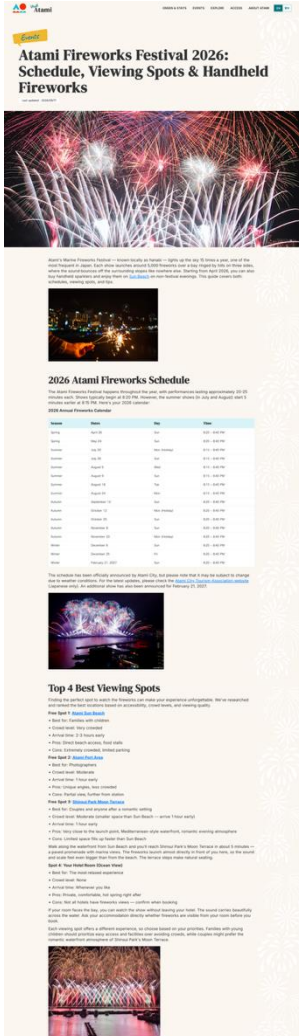
QRコードリスト連携活用

実証事業取組の詳細

旅行者

■ 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

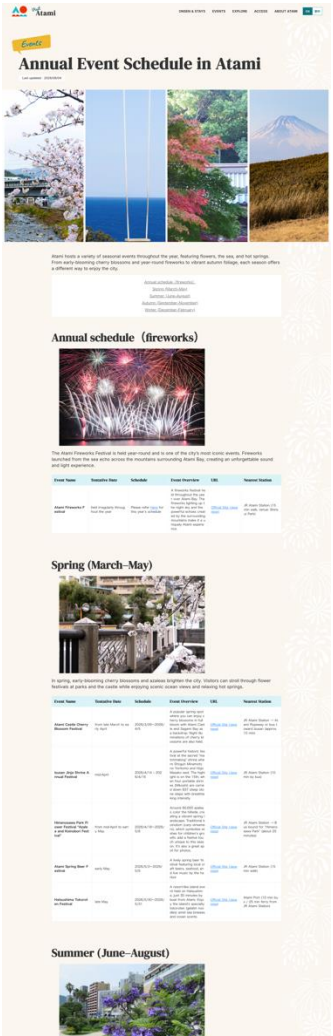
花火大会年間スケジュール


Atami Fireworks Festival 2026: Schedule, Viewing Spots & Handheld Fireworks

2026 Atami Fireworks Schedule

Top 4 Best Viewing Spots

年間イベントカレンダー

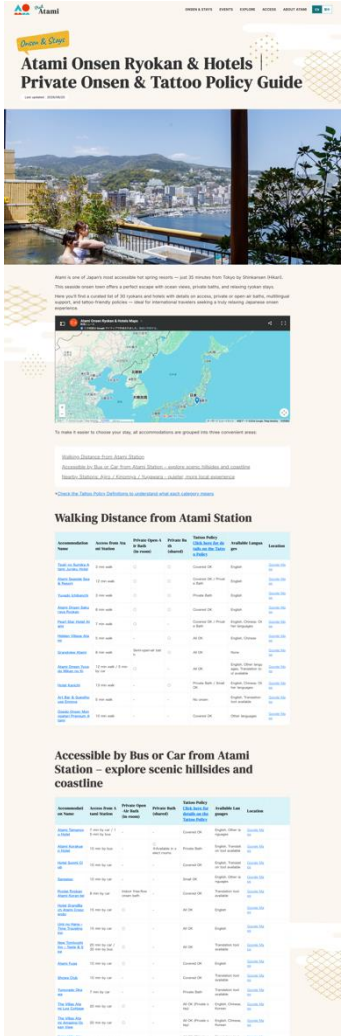

Annual Event Schedule in Atami

Annual schedule (fireworks)

Spring (March–May)

Summer (June–August)

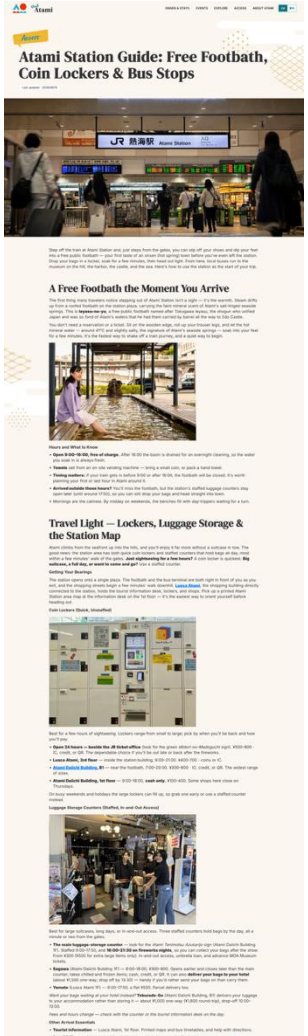
宿泊施設（タトゥーポリシーガイド）


Atami Onsen Ryokan & Hotels | Private Onsen & Tattoo Policy Guide

Walking Distance from Atami Station

Accessible by Bus or Car from Atami Station – explore scenic hillsides and coastline

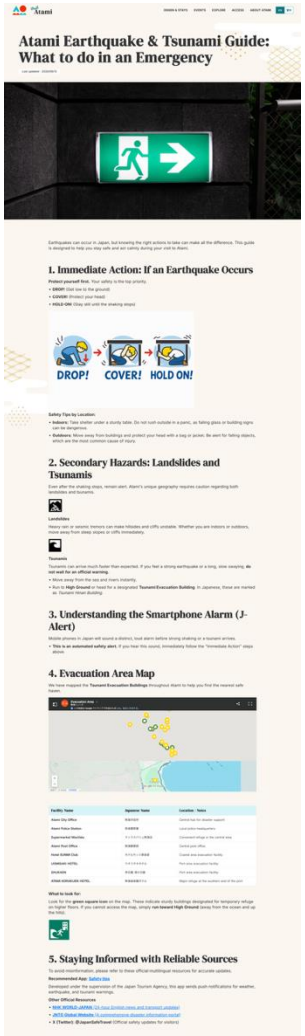
熱海駅荷物預かり


Atami Station Guide: Free Footbath, Coin Lockers & Bus Stops

A Free Footbath the Moment You Arrive

Travel Light — Lockers, Luggage Storage & the Station Map

災害発生時の対応


Atami Earthquake & Tsunami Guide: What to do in an Emergency

1. Immediate Action: If an Earthquake Occurs

2. Secondary Hazards: Landslides and Tsunamis

3. Understanding the Smartphone Alarm (J-Alert)

4. Evacuation Area Map

5. Staying Informed with Reliable Sources

実証事業取組の詳細

2026年度更新

■ 制作した記事内容（一部）SEO/GEO対策を意識して運用

<Google AIモード例>

Are there any tattoo-friendly onsen in Atami?

Yes, there are several tattoo-friendly hot springs and accommodations in Atami, even though the city's traditional communal public baths are historically strict. You can easily enjoy Atami's famous geothermal waters by visiting public bathhouses with relaxed rules, booking accommodations with **private reservable baths (*kashikiri*)**, or choosing venues that accept **waterproof cover-up stickers**. Visit Atami +6



Visit Atami

Atami Onsen: Tips for visitors with tattoos

2026/08/19 — This private time, where you can focus on the sound of the w...



Visit Atami

Private Onsen & Tattoo Policy Guide - Visit Atami

2026/08/19 — To make it easier to choose your stay, all accommodations ar...



Reddit · r/japanlife

Looking for an Onsen in Atami that allows tattos : r/japanlife

2017/04/22 — Atami onsens are generally pretty tattoo unfriendly. There's...

すべて表示

1. Day-Use & Public Baths (No Accommodation Required)

質問する

実証事業取組の詳細

旅行者

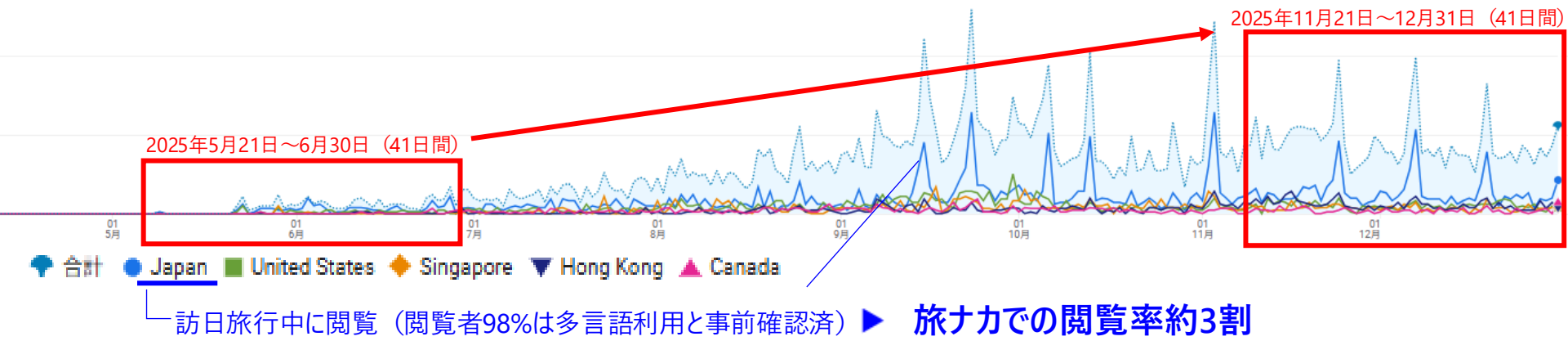
■ VisitAtamiへの流入数（GA4分析）

2026年度更新：18.8倍UP
2026年8月23日～10月2日（41日間）

流入数4.6倍UP

毎月1500人以上の閲覧

2025年11月21日～12月31日（41日間）



訪日旅行中に閲覧（閲覧者98%は多言語利用と事前確認済）▶ **旅ナカでの閲覧率約3割**

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に成長しています。
・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。

実証事業取組の詳細

旅行者

■ VisitAtamiのGoogle検索表示回数（GSC分析）



解説

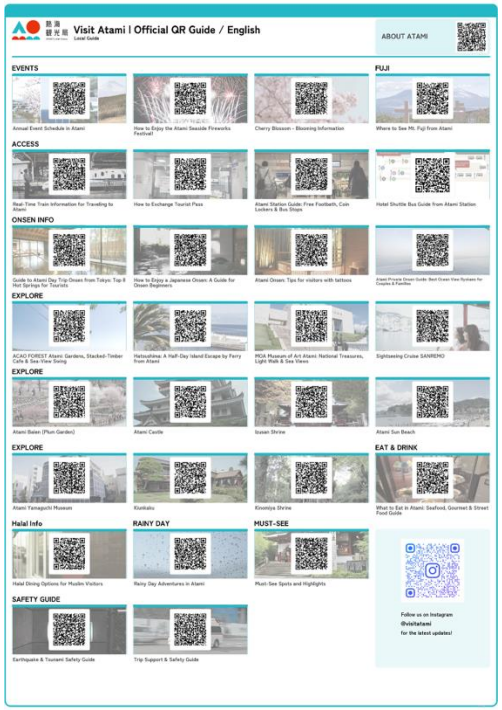
・Googleでの検索表示回数は、立ち上げ当初と比べて15.3倍に大幅UPしました。毎日5000以上の検索表示露出を維持するようになっています。
・Googleの平均掲載順位も42.6位から6.3位へ大幅UPし、特に花火大会、温泉、タトゥー、熱海梅園、桜に関連するキーワードでの流入が増加しています。

観光DX

実証事業取組の詳細

旅行者

■ 記事と連動したQRコードリストの活用



観光案内所



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※AIで作成・更新

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

観光DX

実証事業取組の詳細

旅行者

2026年度更新

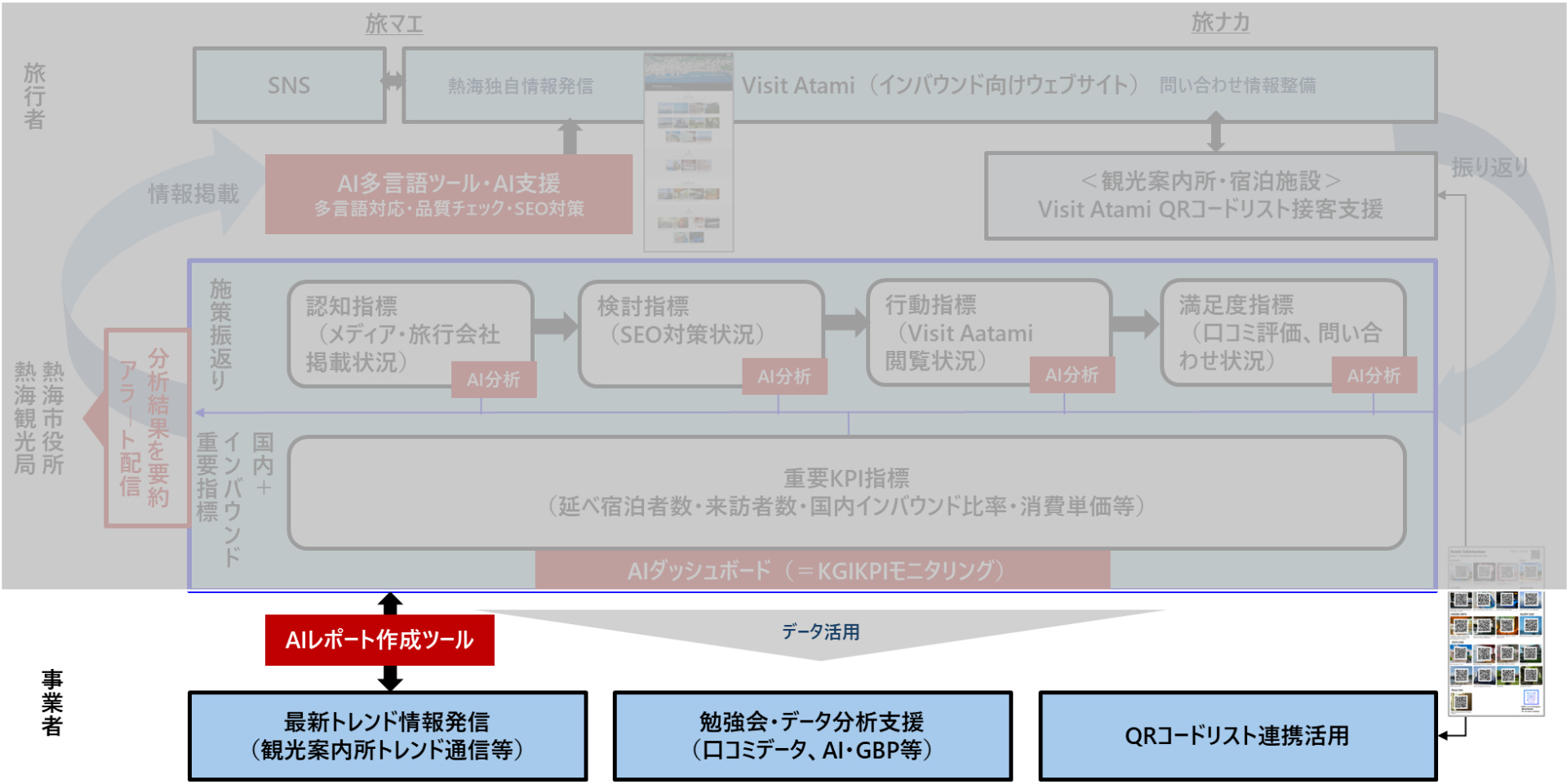
- 問い合わせの多かった記念スタンプを新たに制作し、熱海観光案内所で押せるように開始中



観光DX

実証事業取組の詳細

事業者（宿泊施設・観光案内所）



実証事業取組の詳細

事業者（宿泊施設・観光案内所）

■ 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ダッシュボードへ入稿 → 「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



実証事業取組の詳細

事業者（宿泊施設・観光案内所）

■ AIレポート作成ツール

● UI/UX



対象月を選んでレポート作成ボタンを押すとレポートが自動作成される





管理画面では元データの確認や各項目の分析プロンプトの修正が可能

観光DX

実証事業取組の詳細

事業者
（宿泊施設）

2026年度更新

■ 宿泊施設向け勉強会（平準化戦略）



2026年6月宿泊施設向け勉強会の流れ

1. 観光戦略の柱：需要の平準化
2. 時期別に狙うターゲットを設計
3. 口コミ分析で、宿ごとの強み・改善余地を見る
4. 情報整備やプラン検討に使える材料へ変換
5. 個社ごとに確認できるAI口コミ診断書を配布

AIを活用することによって、地域全体の分析だけではなく、地域全体の方針から俯瞰した上で、各宿が動ける材料まで一気通貫でまとめて分析から情報発信連携まで実施。

AI 口コミ診断書

海の灯り亭 あたみ悠季庵（架空）｜9 月平日・秋口プラン造成に向けて

本診断書の位置づけ
本資料は、2026 年 6 月 2 日勉強会での投影説明用に作成した「架空サンプル」です。実在の宿・実在の口コミ・実在の数値とは関係ありません。通常版 FMT の見え方を確認いただくために、じゃらん口コミ 92 件規模を想定したダミー数値とダミーコメント傾向で構成しています。

1. 海の灯り亭 あたみ悠季庵（架空）の全体像

項目	内容
口コミデータの前提	勉強会投影用に作成した架空のじゃらん口コミデータ（92 件想定）。
口コミ件数	92 件（ダミー）
宿種	旅館（架空）
口コミ平均点	総合 4.41 / 部屋 4.32 / 風呂 4.21 / 朝食 4.26 / 夕食 4.62 / 接客 4.58 / 清潔感 4.30
主な年代	30 代 20 件/4.50、40 代 18 件/4.43、50 代 17 件/4.37、60 代 16 件/4.34、20 代 11 件/4.55、70 代 10 件/4.28
主な利用シーン	夫婦旅行 26 件/4.46、家族旅行 20 件/4.38、恋人旅行 15 件/4.60、子連れ旅行 11 件/4.31、友達旅行 10 件/4.33、一人旅 10 件/4.40
月別の山	8 月 11 件/4.36、9 月 12 件/4.58、10 月 10 件/4.49、1 月 9 件/4.44
一言要約	本資料は勉強会投影用に作成した架空サンプルです。海の灯り亭 あたみ悠季庵（架空）は、総合・夕食・接客・清潔感が熱海全体と旅館平均を上回り、口コミ上は「部屋食」「客室露天」「仲居対応」「海の見える和室」「家族で気兼ねなく過ごせること」が選ばれる理由になっている、という想定で設計しています。一方で、館内の段差・大浴場の広さ・客室設備の古さ・駐車場導線などが期待値ギャップになりやすい、という仮説を置いています。

5. 強みを伸ばす方向性案

テーマ	該当レビュー数	出現率	該当レビュー平均
料理・食事	59 件 / 92 件	64.1%	4.58
接客・おもてなし	45 件 / 92 件	48.9%	4.61
部屋・客室	43 件 / 92 件	46.7%	4.39
風呂・温泉	35 件 / 92 件	38.0%	4.24
部屋食・食事時間	31 件 / 92 件	33.7%	4.57
景色・眺望	27 件 / 92 件	29.3%	4.44
ファミリー・子連れ	18 件 / 92 件	19.6%	4.33
アクセス・館内動線	14 件 / 92 件	15.2%	4.05

強み	口コミの読み取り	伸ばし方
部屋食	周囲を気にせずゆっくり食べられることが、旅館選択理由になっている。	記念日・親孝行・子連れすべてに効く。
夕食	量・見た目・味の満足感が高く、旅の記憶に残りやすい。	写真と見出しでしっかり見せる。
接客	仲居対応やフロントの気配りが、安心感と再訪意向につながっている。	価格納得の根拠として言語化する。
客室露天	大浴場よりも“部屋で何度も入れる”満足が刺さっている。	若年記念日旅にも親孝行旅にも転用しやすい。

観光DX

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

＜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。

再掲：AIエージェントを活用した循環サイクルにおける実証成果

対象	課題	提供価値仮説（AI自動化による変化）
地域（市・DMO）		「分析作業」から「検知アラート」へシフト ●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		「言語変換」から「ニーズ起点のタッチポイント」へシフト ●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）		「分析結果」から「支援ツール」へシフト ●「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）

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. **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。

2. **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。

3. **データはそのまま渡さず、「要約した解説型」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。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配信を行うことや勉強会をセットにすることで、地域全体の活用を促すことができます。

今後の展望：延宿泊者数の日別データ（宿泊税の申請数）から日別ごとの数値を精度高く分析することで平準化に寄与する予測モデルなど構築していく。