



観光DXによる地域経済活性化に関する 先進的な観光地の創出に向けた実証事業

成果報告書

わくわく観光プロジェクト ～九州観光DXアイランド構想～

九州観光DXコンソーシアム

2025年2月21日



目次

1. はじめに
2. 地域の魅力・特徴
 1. 九州地方
3. 地域が目指す姿
 1. 中長期・実証事業期間の目的
4. 実証事業
 1. 全体像
 2. 目標設定・取組内容
 3. 各取組の詳細
 - 取組1.「Aレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
 - 取組2.地域事業者と連携したデータベース拡張
 - 取組3.デジタル人材の育成
5. 総括
 1. 実証事業の成果
 2. 今後の展望
6. 実施体制
 1. 体制図
7. おわりに

1.はじめに

1.はじめに



九州観光PRキャラクター
「きゅーちゃん」

◆コンソーシアム名

九州観光DXコンソーシアム

◆実施主体

○代表団体

一般社団法人九州観光機構

○活動地域

九州地方

(福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島)

○活動概要・経歴

- ・2005年設立
- ・「九州観光戦略」の実行組織
- ・観光地づくりと九州への誘客

2.地域の魅力・特徴

2.地域の魅力・特徴

1.九州地域



火山



2.地域の魅力・特徴

1.九州地域



温泉



2.地域の魅力・特徴

1.九州地域



世界遺産



2.地域の魅力・特徴

1.九州地域



食文化



2.地域の魅力・特徴

1.九州地域



離島



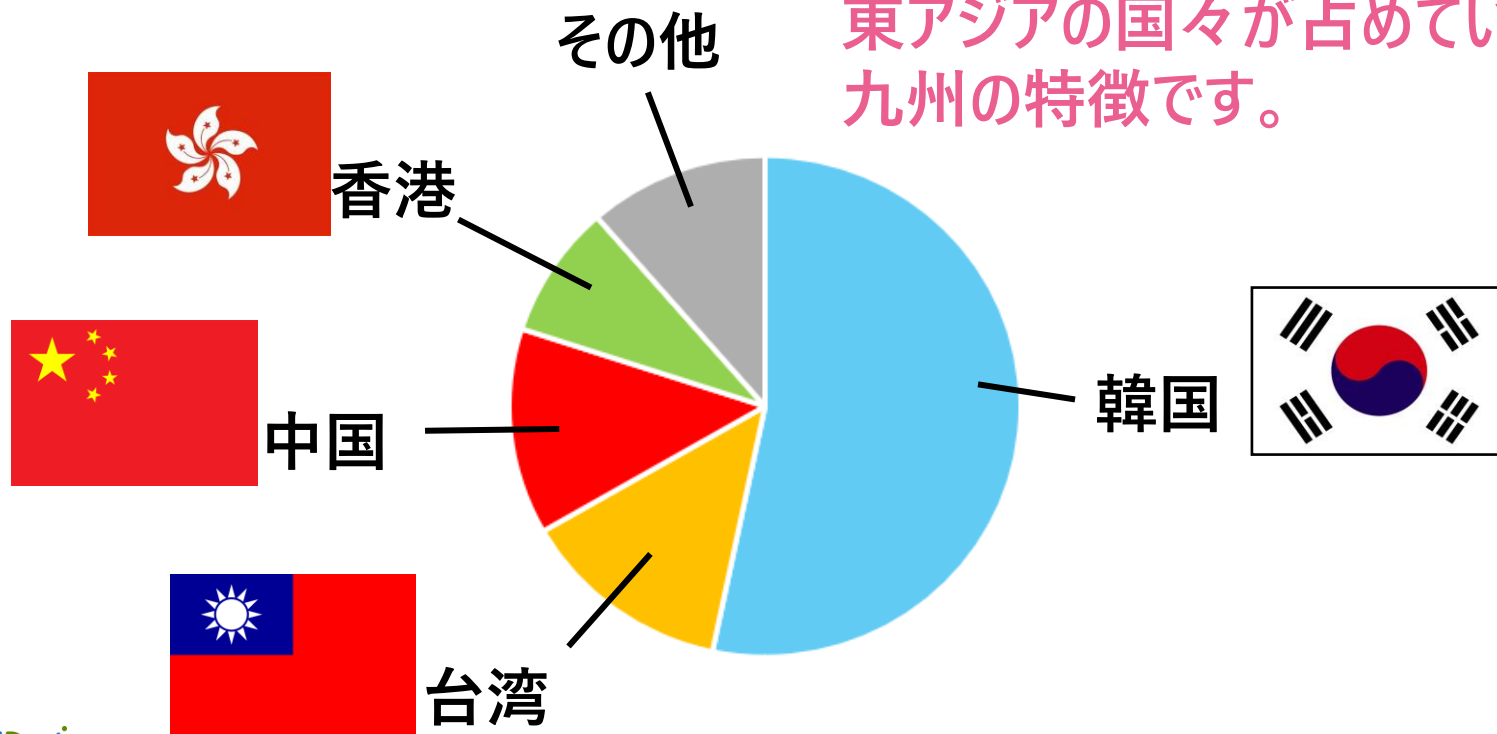
2.地域の魅力・特徴

1.九州地域

◆2024年 九州への直接入国外国人（1～10月）

400万人

◆国籍割合

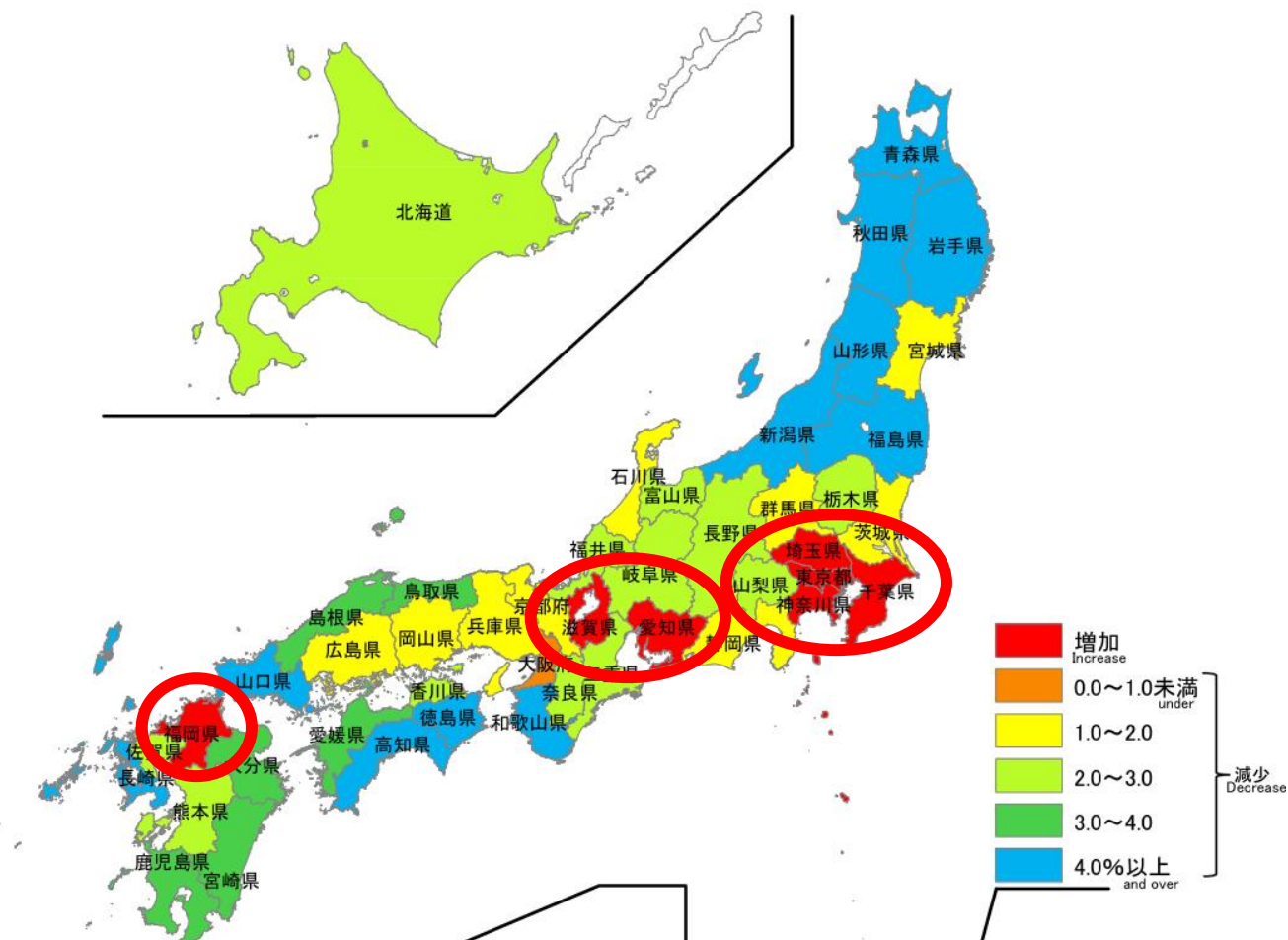


2.地域の魅力・特徴

1.九州地域

◆2020年 国勢調査 人口増減率

●福岡県は三大都市圏以外で唯一人口が増加しており九州の人・モノ・情報・経済が集中しています。



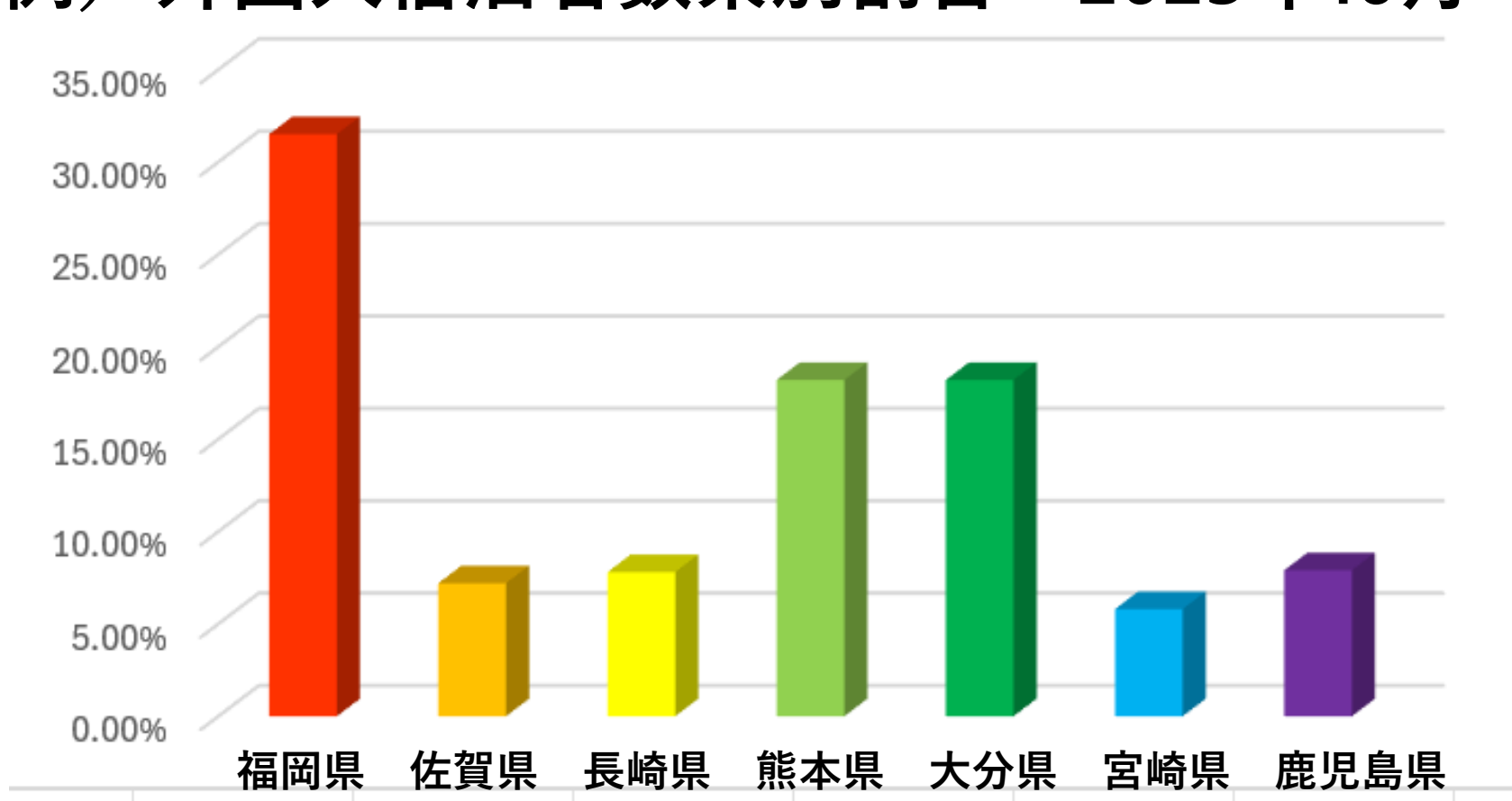
3.地域が目指す姿

3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

●地域の現状及び課題

(例) 外国人宿泊者数県別割合 2023年10月

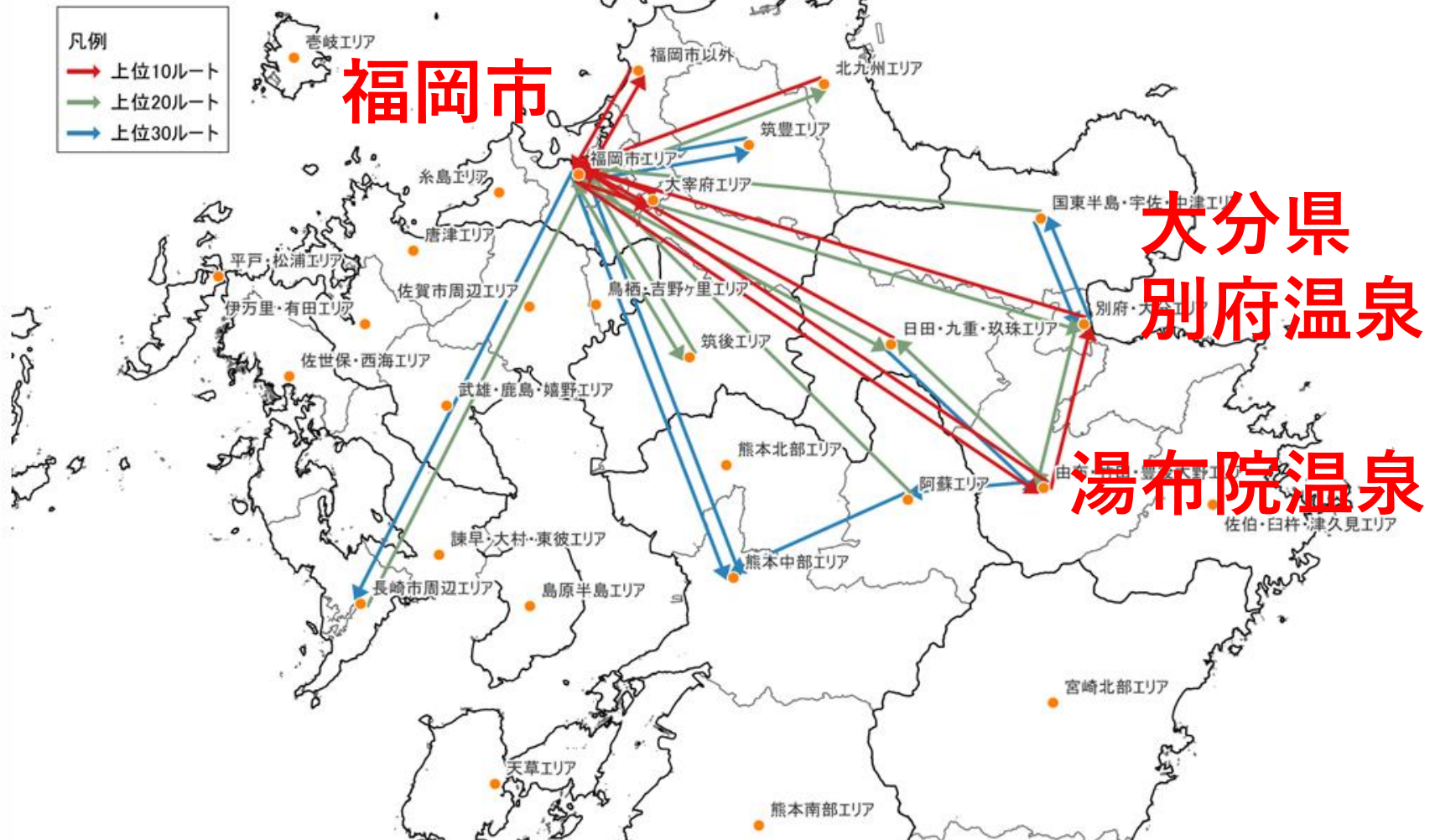


3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

●地域の現状及び課題

(例) 韓国人観光客 2023年4月～9月人流データ



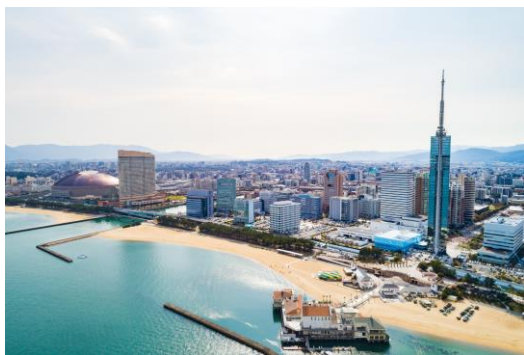
3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

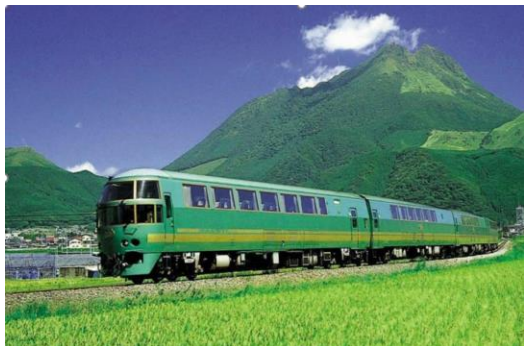
●地域の現状及び課題



●外国人観光客の国籍は
東アジアが圧倒的



●国内有数の都市として
競争力と吸引力を持つ福岡市



●人気観光ルートが確立しており
旅行者が集中

3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

●地域の現状及び課題

- ・国内有数の都市として競争力と吸引力を持つ福岡市
- ・人気観光ルートが確立しており旅行者が集中

●実証事業で実現したいこと

魅力的な
観光情報の
データ化

観光ルート
として旅行者
へ提供

取得データ
を活用できる
事業者育成

まずは
国内観光客
から実施

3.地域が目指す姿

1.中長期・実証事業期間の目的

●実証事業での打ち手

- ・AIルートレコメンドで1to1の観光ルート案内
→人気観光地に集まる観光客を九州全体へ
- ・魅力的なコンテンツ情報の収集とデータベース化
→定番の観光ルートから+1の提案
- ・データ活用が可能な人材の育成
→データを活用した地域マーケティングの実現

3.地域が目指す姿

●中期的に目指す姿

九州観光機構発信データ増強

既存データ

各種観光統計データ



機構Webデータ



追加

実証事業データ

県跨ぎの行動データ



九州観光満足度



九州各県連携強化

実証事業成果をもとにするコミュニケーション

7県統計担当者
会議

7県web担当者
会議

- ・取得データの共有
- ・観光活用示唆
- ・各県とのディスカッション

九州7県連携観光アクション策定
各県観光施策への活用検討

市町・観光事業者へ
共有&活用

4.実証事業

4.実証事業

1.全体像

●実証事業で実施すること

取組

1

- 「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

取組

2

- 地域事業者と連携したデータベース拡張

取組

3

- デジタル人材の育成
(収集データの活用)

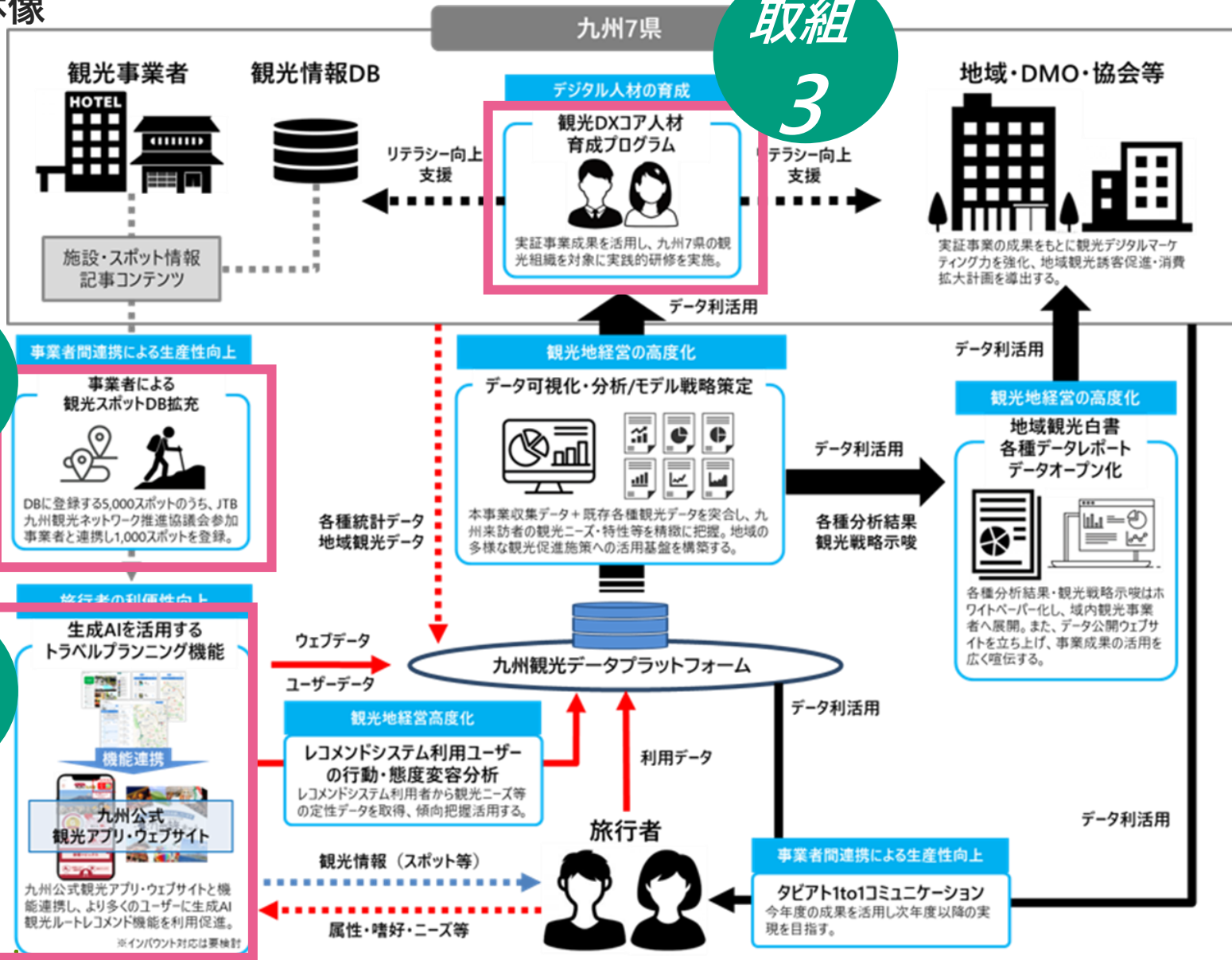
4.実証事業

1.全体像

取組 2

取組 1

取組 3



4.実証事業

2.目標設定・取組内容



ゴール 九州7県における周遊促進

目標値 県を跨ぐ観光ルート実践数：2,000人

取組
1

「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
トラベルプランニング機能利用総数

KPI

6,580人

取組
2

地域事業者と連携したデータベース拡張生成
観光スポット登録数

観測指標

5,000個所

取組
3

デジタル人材の育成
人材育成プログラム参加人数

観測指標

300人

4.実証事業

取組
1

「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進

4.実証事業

2.目標設定・取組内容



「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進

これまでの

現状

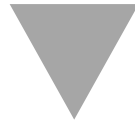
- ・WEBサイトやSNSによるプロモーション
- ・スタンプラリーによる周遊促進
- ・宿泊キャンペーンの実施



明らかになった

課題

- ・定番観光ルートに来訪者が集中している
- ・来訪者を九州全域に周遊していただくアプローチが不十分



取組

生成AIを活用するトラベルプランニング機能 『おしえて！きゅーちゃん』の開発と公開生成

- トラベルプランニング機能に取り組むことで……
 - ・旅行者の属性や興味に合わせた 1to1 の旅行プランを提示
 - ・定番観光ルートから外れたプラス 1 のルートをご案内
- この取組により期待すること……
 - ・旅行者にとっては知られざる九州の魅力を知り訪れることができる
 - ・地域にとっては観光客の平準化を図ることができる

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発

- システム利用フロー・システム遷移図 (UI)

九州旅ネット
(九州観光機構HP)



きゅーちゃんのわくわく
九州塾 (アプリ)



生成AIによる
観光スポットレコメンド



トラベルプランニング



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発

生成AIによる 観光スポットレコメンド

● アンケート画面

きゅーちゃん

ご利用ありがとうございますゆー♪

最初にあなたのことを教えてほしいきゅー

▶ 年代

20代

▶ 性別

男性 女性 その他

回答しない

▶ 居住エリア

九州エリア

次へ進む >

・属性
(年代・性別・居住エリア)
・嗜好
(発着地・旅行グループ構成・
旅・食・宿泊のコンセプト)

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発

生成AIによる 観光スポットレコメンド

▶ 九州内での出発地・目的地のエリアを選択してください。
※ 駅・空港・ホテルなどの発着場所の指定は、ルート生成後に自由に設定可能です。

出発地  目的地

福岡エリア ▼ 福岡エリア ▼

▶ 出発地・目的地のエリア以外にも立ち寄り、九州の広域周遊プランをご案内しますか？

目的地以外のエリアも周遊したい 目的地周辺のエリアで周遊したい

▶ 誰と旅行しますか？

一人旅 カップル 家族

友人グループ ビジネス旅行

▶ 旅のテーマとして一番近いものはどれですか？

リラックス アクティブ 非日常

- ・属性
(年代・性別・居住エリア)
- ・嗜好
(発着地・旅行グループ構成・旅・食・宿泊のコンセプト)

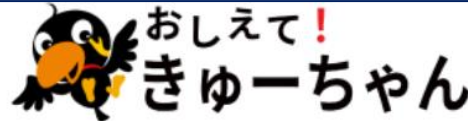
4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発 ● 生成AIによる観光スポットレコメンド画面

生成AIによる
観光スポットレコメンド



AIが観光スポットをご案内

きゅーちゃん



一人旅のドライブを楽しむあなたには、福岡の「博多1番街」で地元のグルメを堪能し、写真映えする和菓子が揃う「博多菓匠 左衛門」でフォトジェニックな一枚を撮影するのがオススメきゅー。佐賀に足を伸ばせば、「三瀬ルベール牧場どんぐり村」で自然に囲まれながら様々な体験が楽しめるきゅー。最後は「ホテル華翠苑」で温泉とスパでゆっくりすることで、心も体もリフレッシュできるきゅー。この旅程なら、充実した写真と共に素晴らしい思い出が残るはずきゅー♪



博多菓匠 左衛門

福岡県



博多1番街

福岡県



三瀬ルベール牧場どんぐり村

佐賀県



条件を変えて
スポット再探索



おすすめスポットから
2日間のルートを生成

4.実証事業

3.各取組の詳細

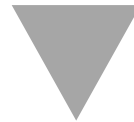
取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発

- UI/UX（トラベルプランニング機能）

●本実証事業における生成AIレコメンドの特徴

・現状生成AIにおける観光スポットの案内は可能だが、ルート生成は技術的に難しい



・本実証事業では生成AIレコメンドと観光ルートの案内をドッキングさせて課題解決

スキルアップNeXt

生成AIレコメンド
(スポットレコメンド)



・生成AIでレコメンドされた
スポット情報をデータで渡す

ナビタイムジャパン

ルートプランニング
(ルート生成)

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

■ システム開発

- UI/UX (トラベルプランニング機能) レコメンドした観光スポットから最適な観光プランを提案



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組1.「AIレコメンド」及び「トラベルプランニング機能」による県跨ぎの周遊促進

- システム開発
- データ収集フロー



1. 4.実証事業

3.各取組の詳細

取組
1

「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進（1to1コミュニケーションの実現）

データ活用の流れ

収集

システム利用状況

- AIレコメンド利用者の属性
- 同 観光計画・興味・要望
- ルートプランニング機能で作成されるルート

利用者アンケート

- AIレコメンドの利用者への観光行動への影響
- 九州観光満足度とAIレコメンド評価の相関

蓄積

システム利用状況

- AIレコメンドに登録される利用者の属性データ
- 観光計画・興味・要望データ
- ルートプランニング機能で作成されたルートデータ

利用者アンケート

- AIレコメンドの利用者の心理・行動変化データ
- 九州観光満足度データ
- AIレコメンド機能評価データ

データ活用の流れ

モニタリング

- 月次動向モニタリング
 - AIレコメンドへの利用者入力情報
 - ルートプランニング機能作成ルート情報
 - 利用者アンケート回答
- 事業終了時分析
 - AIレコメンド・ルートプランニング利用動向集計
 - アンケート結果集計

活用

当機構へのノウハウ向上

- 九州広域周遊における観光客にニーズ把握
- 同 観光戦略立案に付加されるノウハウ
- 九州7県への観光ニーズ共有

地域支援への活用

- 観光デジタル人材育成
- 各県への広域観光促進戦略示唆 等

4.実証事業

3.各取組の詳細



ゴール 九州7県における周遊促進

目標値 県を跨ぐ観光ルート実践数：2,000人

➔ 2,482人



「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進

KPI トラベルプランニング機能利用総数 6,580人

➔ 7,920人

■ まとめ

- 広域DMOとしてエリア全体のプロモーションを行う必要があり特定の施設や地域だけを押し出すことが難しかったが、生成AIの活用により、旅行者の属性や興味に合わせたレコメンドを実施しながら九州各県への周遊促進ができるようになった。

■ 結果の推移

項目	目標項目	目標数値	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
KGI	県跨ぎの観光ルート実践数	2,000人	180人	420人	660人	990人	1,430人	2,000人	2,000人
	実績		52人	114人	175人	320人	599人	1,880人	2,482人
	進捗率 (%)	100%	2.6%	5%	8%	16%	30%	94%	124.1%
KPI	トラベルプランニング機能利用数	6,580人	560人	1,370人	2,180人	3,580人	4,980人	6,580人	6,580人
	実績		543人	979人	2,569人	3,754人	5,408人	7,250人	7,920人
	進捗率 (%)	100%	7.3%	14.9%	39%	57%	82.1%	110.1%	120.3%

4.実証事業

3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！注力・工夫した点

特定のルートに集中する傾向がある観光動態を周辺の県や市町村に広く周遊していただくように生成AIレコメンド機能の設計をしました

●本実証事業の生成AIレコメンド「出発地」→「到着地」 選択状況

「福岡県」→「福岡県」が27.7%と圧倒的な結果となりました

		目的地						
		福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
出発地	福岡県	27.7%	4.3%	9.3%	5.3%	3.0%	2.6%	5.3%
	佐賀県	1.4%	2.8%	0.6%	1.4%	0.2%	0.2%	0.0%
	長崎県	2.8%	1.4%	2.6%	1.0%	0.8%	0.8%	0.2%
	熊本県	1.2%	0.2%	0.4%	2.6%	0.8%	0.4%	2.4%
	大分県	0.6%	0.2%	0.8%	0.4%	1.6%	0.6%	0.0%
	宮崎県	1.2%	0.0%	0.2%	1.0%	1.2%	1.6%	1.0%
	鹿児島県	0.8%	0.4%	0.2%	1.8%	0.0%	0.8%	4.3%

4.実証事業

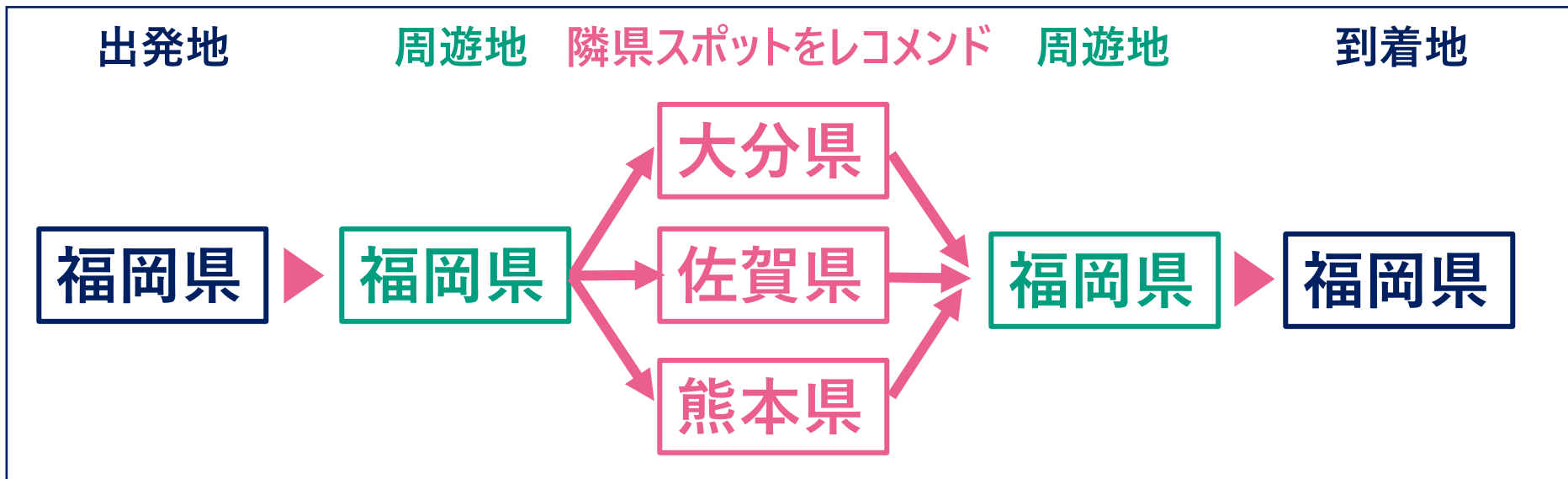
3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

! 注力・工夫した点

●出発地「福岡県」→到着地「福岡県」を選択した場合の生成AI案内イメージ



隣県を含む観光スポットを
レコメンドしたところ……

約**80%**の利用者が
ルート生成ボタンを押しており
一定の隣県周遊への行動変容が見られた

4.実証事業

3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

●本実証事業の生成AIレコメンドKGI・KPIの達成状況

実証事業全体を通じてKPIの達成率は良好でしたが、
KGIについては当初は達成率が低く推移していました。

項目	目標項目	目標数値	8月	9月	10月
KGI	県跨ぎの観光ルート実践数	2,000人	180人	420人	660人
	実績		52人	114人	175人
	進捗率 (%)	100%	2.6%	5%	8%
KPI	トラベルプランニング機能利用数	6,580人	560人	1,370人	2,180人
	実績		543人	979人	2,569人
	進捗率(%)	100%	7.3%	14.9%	39%

4.実証事業

3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

! 注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

●当初KGIが進捗しなかった原因は？

- 生成AIレコメンド機能からルートプランニング機能への導線が分かりにくかった
- より多くの観光スポットや宿泊施設を提示して選択肢を増やしたいという提供者側としての意図があり、生成AIレコメンド機能からルートプランニング機能へ渡すスポット数が多くなったため1日の中でルートが成立しなかった
- ルートが成立しなかった場合は利用者自身が行かないスポットを削除してもらう仕様になっていたがその説明が十分でなく、また説明したとしても分かりにくかったと考えられる
- 九州を広域に周遊してほしいという思想で生成AIの設計していたため、観光スポットが広範囲に亘り、実態に合わないルートになり、ルートプランニング機能でルートが成立しなかった

これらの理由により、ルート成立数が少なかったことがKGIの進捗に影響したと推定されます。

4.実証事業

3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

! 注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能のUIの改善を図りました

●UI改善の例①

本実証事業ではできるだけ多くの県を周遊するルートのご案内を目指していますが、実際には旅行には目的地が存在するため「目的地周辺のエリアで周遊したい」ボタンを設置し、利用者の選択でレコメンド結果を調整するように改善しました

▶ 九州内での出発地・目的地のエリアを選択してください。
※駅・空港・ホテルなどの発着場所の指定は、ルート生成後に自由に設定可能です。

出発地		目的地
<input type="text" value="福岡エリア"/>		<input type="text" value="鹿児島エリア"/>

▶ 出発地・目的地のエリア以外にも立ち寄り、九州の広域周遊プランをご案内しますか？

目的地以外のエリアも周遊したい

目的地周辺のエリアで周遊したい

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組
1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

●UI改善の例②

ルートプランニング機能の操作のポイントをまとめ

レコメンドの生成時間を活用して3枚のスライドで説明するようにしました

oshiete!
きゅーちゃん AIが観光スポットをご案内

きゅーちゃん
ただいまおすすめスポットを探索しているきゅー。少し待ってね♪

oshiete!
きゅーちゃん 新規旅行プラン
2024/10/18 - 2024/10/19, 公共交通

熊本 10/18 10/19 1

高千穂峡
深谷
宮崎県西臼杵郡高千穂町三田井遊歩道

出発地点に追加
到着地点に追加
立ち寄り地点に追加
いきたいスポットに追加

②日付の変更

いきたいスポット 自然景観 体験・アクティビティ 温泉 テーマパーク グルメ まち歩き 歴史・遺跡
おみやげ・買い物 宿泊 観光案内

九州道 大分県 東九州道 大分

長崎県 長崎道 佐賀

スポットをクリックして

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組
1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！ 注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

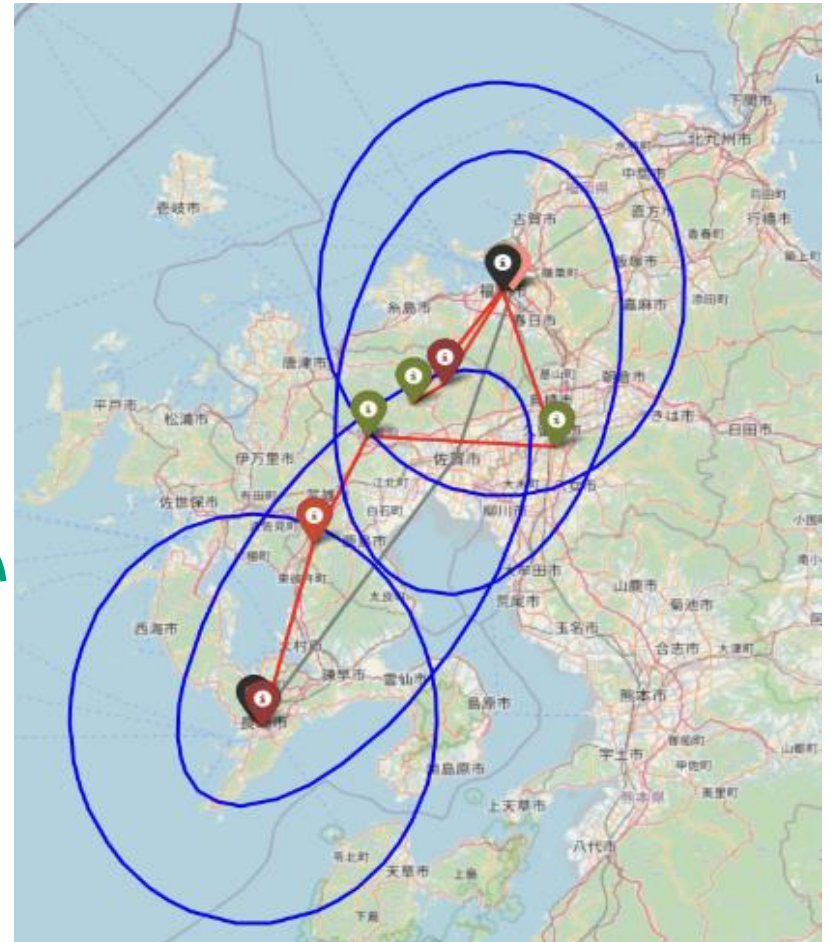
●UI改善の例③

- ・行ったり来たりするレコメンド
- ・広域にわたり現実的でないレコメンドが発生

短軸の
半径50km

- ・右図のように出発県→宿泊地→到着県を
直線で繋ぎ現実的な回れそうな楕円を描く
- ・宿泊地周辺でも円を描き、周辺の回りやすい
スポットを取り出せるようにしました

このUI改善によりほとんどのレコメンドにおいて
上記問題が改善されました



4.実証事業

3.各取組の詳細

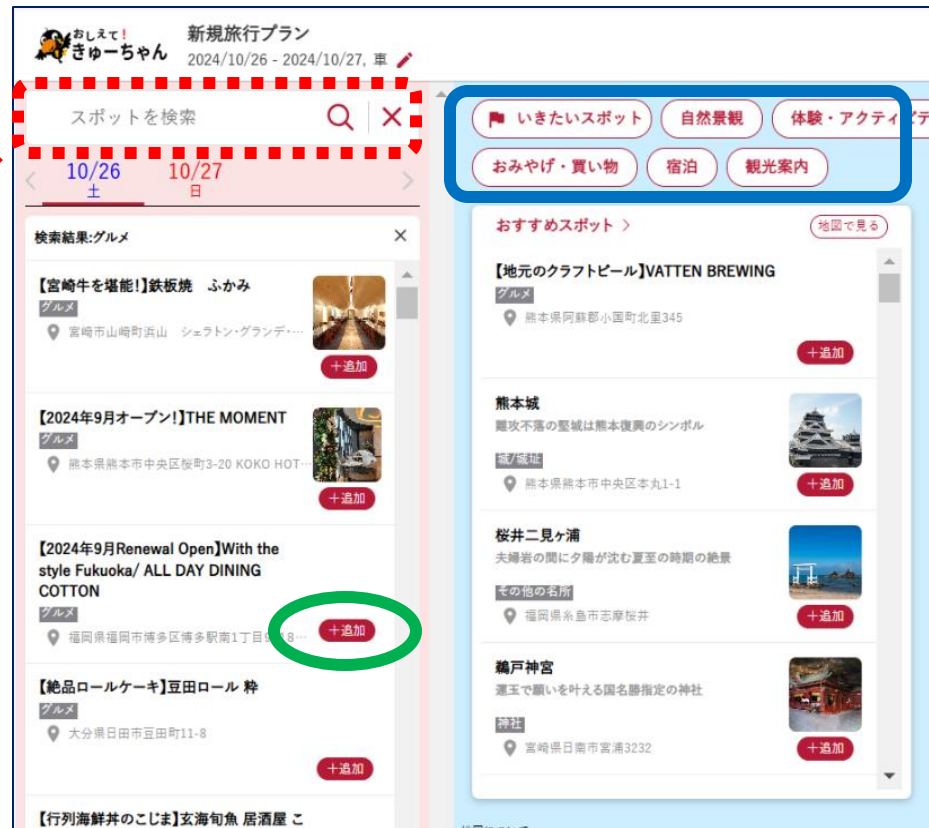
取組
1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

トラベルプランニング機能を直感的に分かりやすく改善



●改善点

- POINT 1 スポット検索を直感的にわかりやすい位置に変更
- POINT 2 カテゴリー検索の一覧性向上
- POINT 3 スポット追加ボタンをシンプルな表示に変更

4.実証事業

取組
1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

3.各取組の詳細

！注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

トラベルプランニング機能を直感的に分かりやすく改善

●任意保存形式から自動保存形式へ変更

●ページ戻りボタンの設置



※保存し忘れ防止とプラン作成効率化を実現

観光DX

4.実証事業

3.各取組の詳細



●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！注力・工夫した点

生成AIレコメンドとルートプランニング機能
のUIの改善を図りました

●本実証事業の生成AIレコメンドKGI・KPIの達成状況

UIの改善を完了した12月以降

当初は低かったKGI進捗率が12月以降急伸しました

項目	目標項目	目標数値	11月	12月	1月	2月
KGI	県跨ぎの観光ルート実践数	2,000人	990人	1,430人	2,000人	2,000人
	実績		320人	599人	1,880人	2,482人
	進捗率 (%)	100%	16%	30%	94%	124.1%
KPI	トラベルプランニング機能利用数	6,580人	3,580人	4,980人	6,580人	6,580人
	実績		3,754人	5,408人	7,250人	7,920人
	進捗率(%)	100%	57%	82.1%	110.1%	120.3%

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組

1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

コンソーシアムメンバー一体となったプロモーションで
KPIを大幅にUPさせました。

！注力・工夫した点

●各地のイベントでアプリDL促進

アプリDL数 9/28～10/26で約7,700人増

■TourismEXPOJapan2024来場者プロモーション 9/28～30



■北九州食肉祭2024来場者プロモーション 10/12-14



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組
1

●「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
(1to1コミュニケーションの実現)

！注力・工夫した点

九州旅ネット（ホームページ）のリンク設置個所を改善しました。

●九州旅ネットリンク場所の改善

現在、サイトフッタ上にバナー掲出中



・1日約1万人がアクセスするHPなのに九州旅ネット経由のアクセス数が少なかった



・HPで最も目立つ
トップバナーにリンクを設置



4.実証事業

取組

2

九州域内観光事業者による 観光スポットデータベース拡張

4.実証事業

2.目標設定・取組内容

取組

2

九州域内観光事業者による 観光スポットデータベース拡張

これまでの

現状

- ・九州7県および各市町村のWEBサイトにそれぞれの仕様でデータがある
- ・九州全体を統一的に管理するデータベースは存在しない

明らかになった

課題

- ・九州で観光DXに関するあらゆる取り組みを行うにあたって拠り所となる観光データプラットフォームが存在しない
- ・1 to 1 コミュニケーションに重要な役割を持つ、地元の方ならではの口コミ的なデータが収集できていない。

取組

取組

1

- 「AIRレコメンド」による
県跨ぎの周遊促進で活用

JTB九州観光ネットワーク推進協議会加盟組織連携による 観光スポットデータベース拡張

- ・ナビタイムジャパン保有観光データに加えて地元の方ならではの穴場スポットを登録
- ・JTB九州観光ネットワーク推進協議会加盟（約570）の宿泊・観光施設の皆様に登録に御協力

4.実証事業
2.目標設定・取組内容

取組 2 九州域内観光事業者による
観光スポットデータベース拡張

地域事業者と連携したデータベース拡張生成 **観測指標**
観光スポット登録数 5,000個所

ナビタイムジャパン保有観光データ 4,000個所

内訳は？

地元の事業者による登録データ 1,000個所

▼
観光スポット登録数**5,238**件 (104.8%)

(うち地元の事業者による登録数**1,238**件)

4.実証事業

3.各取組の詳細

！注力・工夫した点

観ネット事業者向け 説明パンフレット制作 7県で説明会実施

・事業趣旨及びメリットを分かりやすくパンフレットにまとめました

・7県の各支部と連携し事業者へ情報提供と登録のお願いをしました

・7県の支部では登録方法について説明会を実施してサポートしました

九州の宝をみんなにシェアしよう！
九州の魅力をお伝えしよう！

九州でしか味わえない、魅力ある観光スポットを登録。
地元だから知っている観光事業者様の情報を登録してください。

隠れた絶景スポット	伝統工芸の体験施設	祭りやイベント情報
地元の人だけが知っている絶景ポイントや自然の美しさを感じられる場所。	地元の伝統工芸品を実際に作る体験ができる工房やワークショップ。	地元で毎年開催されるユニークな祭りやイベント。特に観光客には知られていないもの。
 特産品を味わえる市場や直売所 地元の新鮮な特産品を購入できる市場や直売所。	 地元の人しか知らない穴場カフェ 落ち着いた雰囲気や地元の人人気の隠れ家カフェ。	 地元のアニメや映画の舞台となった場所: 人気のアニメや映画のロケ地で、ファンが訪れたいスポット。
		

観光ガイドにはない地元ならではの情報をお待ちしています

4.実証事業

3.各取組の詳細



九州域内観光事業者による
観光スポットデータベース拡張

! 注力・工夫した点

情報登録用管理画面開発

誰にでもわかりやすく、登録を迷わない管理画面を開発しました



4.実証事業

3.各取組の詳細

取組

2

九州域内観光事業者による
観光スポットデータベース拡張

！注力・工夫した点

スポット登録名称の工夫

生成AIレコメンドの表示結果にワンポイントの副名称を付与することで
地元の方ならではのスポットであることを分かりやすく表現しました



【名物料理】水炊き芝

福岡県

夜景を見ながら水炊きを堪能できるきゅー♪



【マリン体験にオススメ】玄海横丁

福岡県

新鮮な海鮮を楽しみながら、マリン体験も満喫できる玄海横丁きゅー♪



【唐津湾を見下ろす絶好のロケーション】日本料理「松風」唐津シーサイドホテル西館

佐賀県

唐津湾を見下ろし、海の幸を堪能するきゅー♪

4.実証事業



人材育成プログラム

4.実証事業

3.目標設定・取組内容

取組 3 人材育成プログラム

これまでの

現状

- ・各県及び市町村等で個別に人材育成施策が実施されている
- ・テーマの統一感がなく、継続的なプログラムがない

明らかになった

課題

- ・各種観光データ活用/観光DX推進の重要性への認識
- ・データ活用スキル平準化を図る必要がある
(地域・事業者間のノウハウ格差)

取組

九州7県観光事業者を対象とする 観光DXセミナーの7県での開催

域内事業者の観光DX基礎理解～実践力習得を目的に人材育成セミナーを企画開催

セミナー概要

九州をデータで見る！観光DX人材育成セミナー

<第1回> 観光DXの基礎知識 ～データを活用して考える力を身につける～

<第2回> 地域観光データ活用セミナー ～DX時代に求められる実践力を身に付ける～

観測指標 人材育成プログラム参加人数 300人

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組 3 人材育成プログラム

■ ターゲット・運営体制

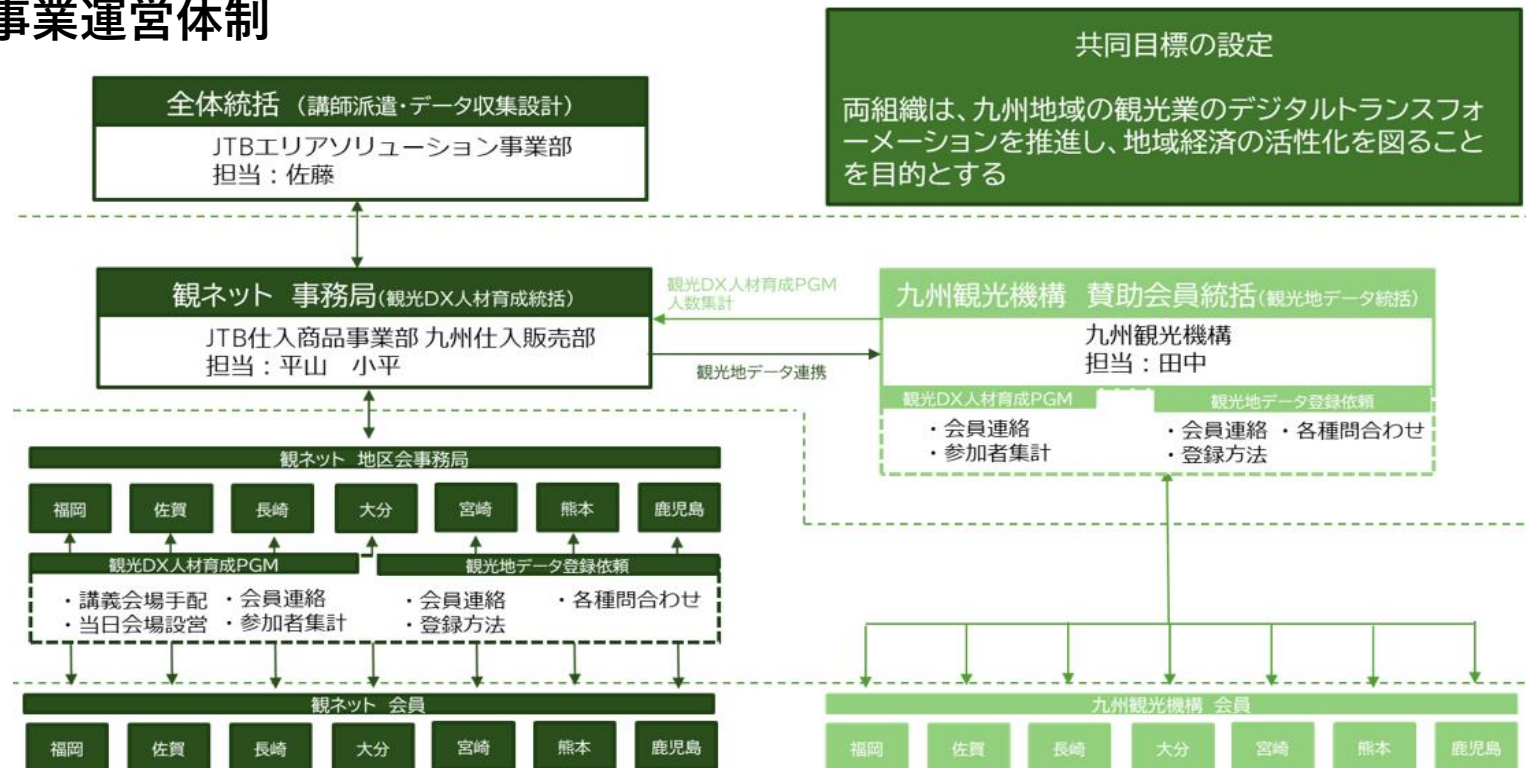
● ターゲット

九州7県の観光事業者

※JTB観光ネットワーク推進協議会加盟組織中心

● 事業運営体制

コンソ内4組織が連携し事業活性化



4.実証事業

3.各取組の詳細



人材育成プログラム

■ 募集方法

本プログラムの募集活動においてデザイン性と情報量を重視した以下フライヤーを作成し、広く活用。

1. 各県の事務局がフライヤーを配布。詳細説明と参加促進に活用。
2. フライヤーをデジタル化し、各県観光事業者へメール送付で直接案内。

< 第1回セミナー >

**観光DXによる地域経済活性化に関する
先進的な観光地の創出に向けた実証事業**

**九州をデータで見る!
観光DX人材育成セミナー**

参加無料
九州7県
開催

観光DXの基礎知識
データを利活用して考える力を身に付ける
■ 実証事業の概要説明
■ データで見る九州
■ AIを活用した観光地レコメンド
■ 観光業でのデータ利活用事例
■ [総合ワーク]データ分析企画

本セミナーに参加することで
九州観光の現状をデータで分析した
観光、およびデータ駆動と活用の
可能性を学べいただきます。実
践的なデータ分析企画ワー
クを通じて観光DXの基
礎理解につなげます。

事業概要
観光アプリや生成AI等を活用した
旅行者の利便性向上・周遊促進や
データを活用したマーケティング等による
観光地経営の高度化等に取り組むもの

九州観光DXコンソーシアムとは
一般社団法人九州観光機構
JT&九州観光ネットワーク推進協議会
株式会社Zエアライブ株式会社ナビタイムジャパン
株式会社スキルアップNoX!株式会社JT&
にて構成されたコンソーシアムになります

お申込み・お問合せ
WEBフォームにてお申込み下さい。
開催スケジュール詳細は裏面をご覧ください
【主催】九州観光DXコンソーシアム

< 第2回セミナー >

**観光DXによる地域経済活性化に関する
先進的な観光地の創出に向けた実証事業**

**九州をデータで見る!
観光DX人材育成セミナー**

参加無料
九州7県
開催

**地域観光データ活用セミナー
～DX時代に求められる実践力を身につける～**

■ 観光データの活用方法
■ DX アイデア発想手順
■ 観光DXアイデアの具体化
■ [ワーク・ディスカッション]
デジタル九州のアイデアを発想しよう

本セミナーに参加することで
地域の観光データの具体的な活用方法を
学び、DX時代に即した観光サービスや
プロモーションのアイデアを発想す
るスキルが身につきます。観光
データを基にした新しいDX
施策を具体化し、実際のビ
ジネスにどう応用する
かをディスカッ
ションを通じて深め
ることがで
きます。

事業概要
観光アプリや生成AI等を活用した
旅行者の利便性向上・周遊促進や
データを活用したマーケティング等による
観光地経営の高度化等に取り組むもの

九州観光DXコンソーシアムとは
一般社団法人九州観光機構
JT&九州観光ネットワーク推進協議会
株式会社Zエアライブ株式会社ナビタイムジャパン
株式会社スキルアップNoX!株式会社JT&
にて構成されたコンソーシアムになります

お申込み・お問合せ
オンラインフォーム(Webket)にてお申込み下さい。
開催スケジュール詳細は裏面をご覧ください
【主催】九州観光DXコンソーシアム

4.実証事業

3.各取組の詳細



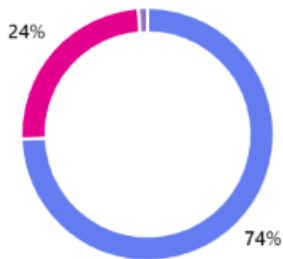
人材育成プログラム

■ 参加状況

第1回

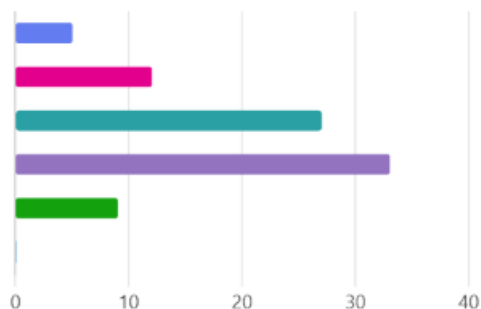
【性別】

● 男性	64
● 女性	21
● その他	0
● 回答しない	1



【年齢】

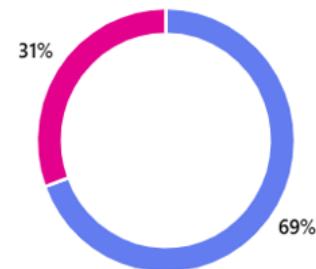
● 20歳代	5
● 30歳代	12
● 40歳代	27
● 50歳代	33
● 60歳代	9
● 70歳以上	0



第2回

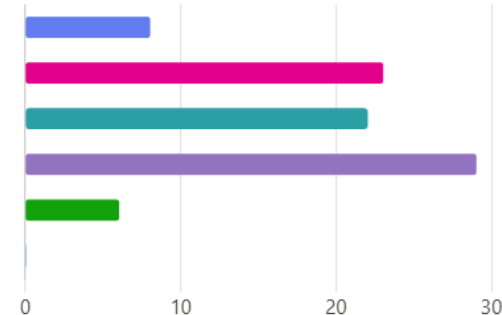
【性別】

● 男性	61
● 女性	27
● その他	0
● 回答しない	0



【年齢】

● 20歳代	8
● 30歳代	23
● 40歳代	22
● 50歳代	29
● 60歳代	6
● 70歳以上	0



50代・40代の参加が中心。
データ活用やDXに対する課題を感じている世
代の参加率が高いことが伺える。

50代の参加が最も多い傾向は変わらず。
前回と比較し、30代の参加が増加し若手の
興味度が増したことが伺える。

■ プログラム詳細

セミナー構成

第1回観光DX人材育成セミナー内容

観光DXの基礎習得に重きを置くセミナー。

実証データ活用とDXソリューションの実践に焦点を当てたカリキュラムを実施。

第2回観光DX人材育成セミナー内容

観光DXアイデア創出のためのワークショップ型セミナー。

第1回のセミナーで要望が多かった、地域固有の観光データを用いた問題解決に向け、具体的な課題設定と解決手法をワーク形式で実施。

第1回 データ利活用

1. 観光DXとデータの重要性
2. 観光動向とユーザー行動の分析講義
3. 観光スポットアクセスランキングと集中解消の戦略策定講義

第2回 観光DXアイデアソン

1. 地域課題を解決する観光DXソリューションの創出講義
2. 課題発見セッション
3. ソリューション創出セッション
4. プレゼンテーションとフィードバック

4.実証事業

3.各取組の詳細

■ セミナー実施の様子

取組
3

人材育成プログラム

第1回セミナー



第2回セミナー



4.実証事業

3.各取組の詳細



人材育成プログラム

■ まとめ

- 各県に事務局を設置することで観光事業者へのセミナー参加要請がしやすい環境が構築することが出来た。
- 自身の県を題材としたデータ分析に対する参加者の興味関心が高く、地域の課題解決や観光振興に向けた主体的な取り組みが促進される可能性が見込まれる。

■ 目標

九州7県の観光事業者（JTB観光ネットワーク推進協議会加盟組織中心）向けに観光DX人材育成セミナーを実施し延べ300名に参加いただく。

■ 結果

9月・1月にセミナーを実施し、合計428名が参加しました。これは目標値に対して142%の達成率を記録しており、当初計画を大幅に上回る成果を挙げました。

■ 結果の推移

指標	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	最終実績
参加目標人数	0	0	150	0	0	0	150	300
実績	0	0	255	0	0	0	173	428
進捗率(%)	-	-	170%	-	-	-	115%	142%

4.実証事業

3.各取組の詳細

取組
3

人材育成プログラム

! 注力・工夫した点

注力ポイント	工夫点	成果
地域密着型募集活動	<ul style="list-style-type: none">➤ 各県に事務局を設置➤ 観光事業者への直接アプローチ➤ セミナー意義・目標の丁寧な説明	参加者目標到達度 142.6% (目標300名/実績428名)
課題解決重視型 セミナープログラム	<ul style="list-style-type: none">➤ よくある現実的課題解決を主テーマ➤ 座学は事例中心で興味度を高める➤ 参加者自身の課題解決に繋がる実践ワークを取り入れる	参加者理解度 第1回96% 第2回94%
セミナーにおける 地域観光データ・ 実証事業データ活用	<ul style="list-style-type: none">➤ 各県観光資源・観光客データ活用➤ 実証事業利用者属性・レコメンド傾向等を活用する観光示唆➤ データ分析実践をイメージしたワーク	参加者納得度 (「実践的で役立った」回答率) 90%以上

4.実証事業

態度変容前

<参考> KGIへの影響分析

旅行者の発地・着地設定

※レコメンド機能利用初期に入力する情報

- ・福岡⇄福岡の旅行計画が最も多い結果に。また、鹿児島⇄鹿児島、佐賀⇄佐賀、熊本⇄熊本、長崎⇄長崎といった、同一県内の観光計画者が目立つ。
- ・福岡来訪者は他県への移動も視野に入れている傾向が高いことも読み取れる。

		目的地						
		福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
出 発 地	福岡県	27.7%	4.3%	9.3%	5.3%	3.0%	2.6%	5.3%
	佐賀県	1.4%	2.8%	0.6%	1.4%	0.2%	0.2%	0.0%
	長崎県	2.8%	1.4%	2.6%	1.0%	0.8%	0.8%	0.2%
	熊本県	1.2%	0.2%	0.4%	2.6%	0.8%	0.4%	2.4%
	大分県	0.6%	0.2%	0.8%	0.4%	1.6%	0.6%	0.0%
	宮崎県	1.2%	0.0%	0.2%	1.0%	1.2%	1.6%	1.0%
	鹿児島県	0.8%	0.4%	0.2%	1.8%	0.0%	0.8%	4.3%

4.実証事業

態度変容後

<参考> KGIへの影響分析

ルートプランニング結果の発地・着地

・レコメンドへの情報入力結果に応じ、発地福岡⇔着地福岡プラン提示が最も多い結果となっている。鹿児島⇔鹿児島、佐賀⇔佐賀、熊本⇔熊本、長崎⇔長崎といった、同一県内のルート提示が多い結果となっている。

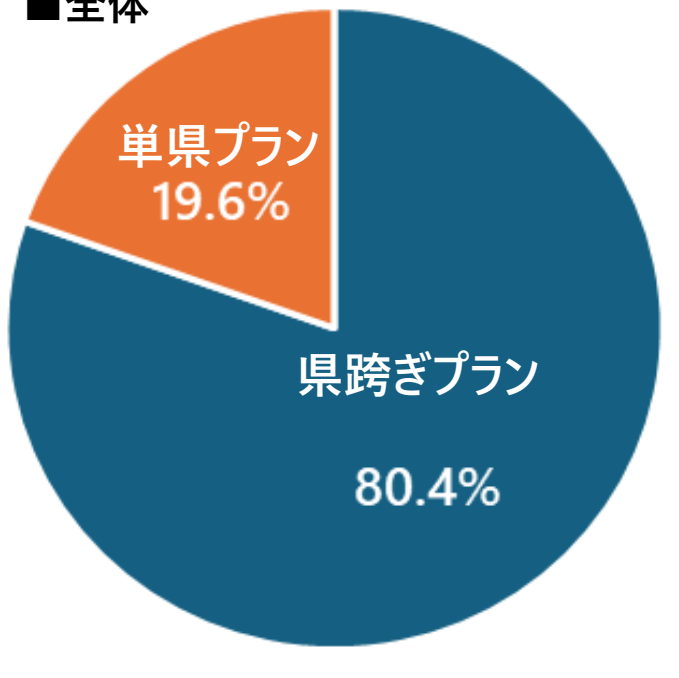
・全体の利用数に比例し、福岡発のプラン生成が多い状況。

		目的地						
		福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県
出 発 地	福岡県	21.9%	7.0%	2.7%	7.0%	4.8%	4.0%	6.1%
	佐賀県	1.8%	1.5%	1.2%	0.1%	0.6%	0.3%	0.3%
	長崎県	0.6%	0.4%	3.0%	0.6%	0.4%	0.0%	0.4%
	熊本県	1.8%	0.4%	0.6%	3.6%	1.0%	1.2%	2.7%
	大分県	1.5%	0.3%	0.1%	0.6%	2.7%	1.0%	0.0%
	宮崎県	1.2%	0.0%	0.6%	0.1%	0.4%	1.6%	1.5%
	鹿児島県	1.5%	0.0%	0.9%	0.7%	0.4%	1.8%	6.4%

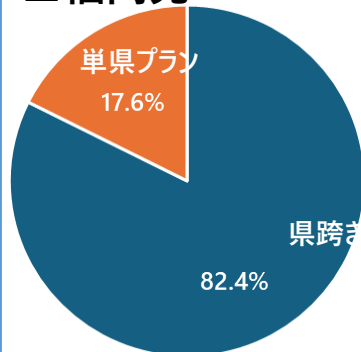
4.実証事業

<参考> KGIへの影響分析

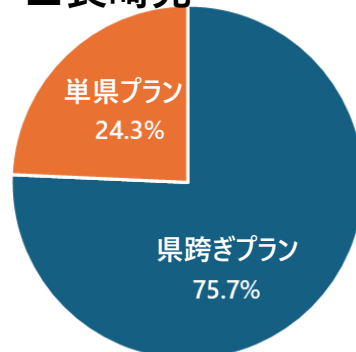
■全体



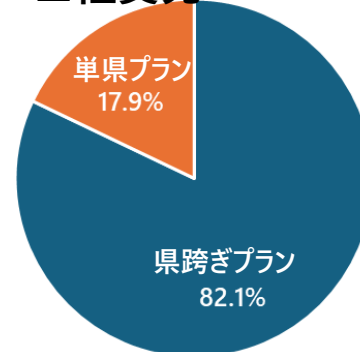
■福岡発



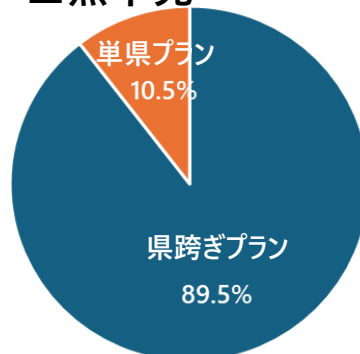
■長崎発



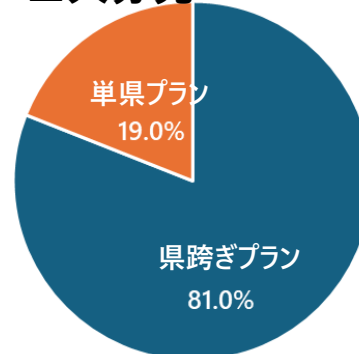
■佐賀発



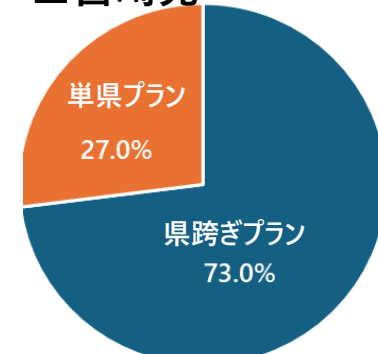
■熊本発



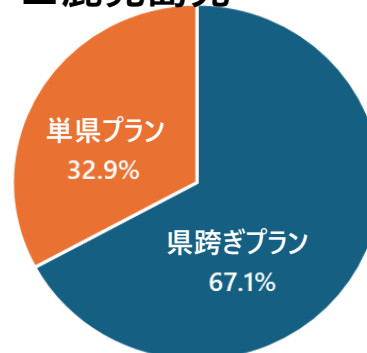
■大分発



■宮崎発



■鹿児島発



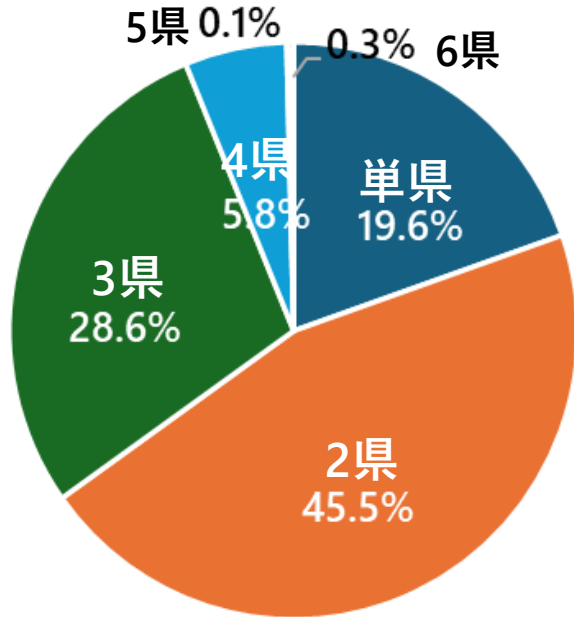
発地～着地間の県跨ぎ旅行プラン提示は8割超

- ・同県発着でも8割強で道中県跨ぎの観光を提案している
- ・最も県跨ぎプラン提示が多かったのは熊本発
⇒立地的に複数県移動選択肢が多いか
- ・最も県跨ぎプラン提示が少なかったのは鹿児島発
⇒移動交通手段の問題があるか

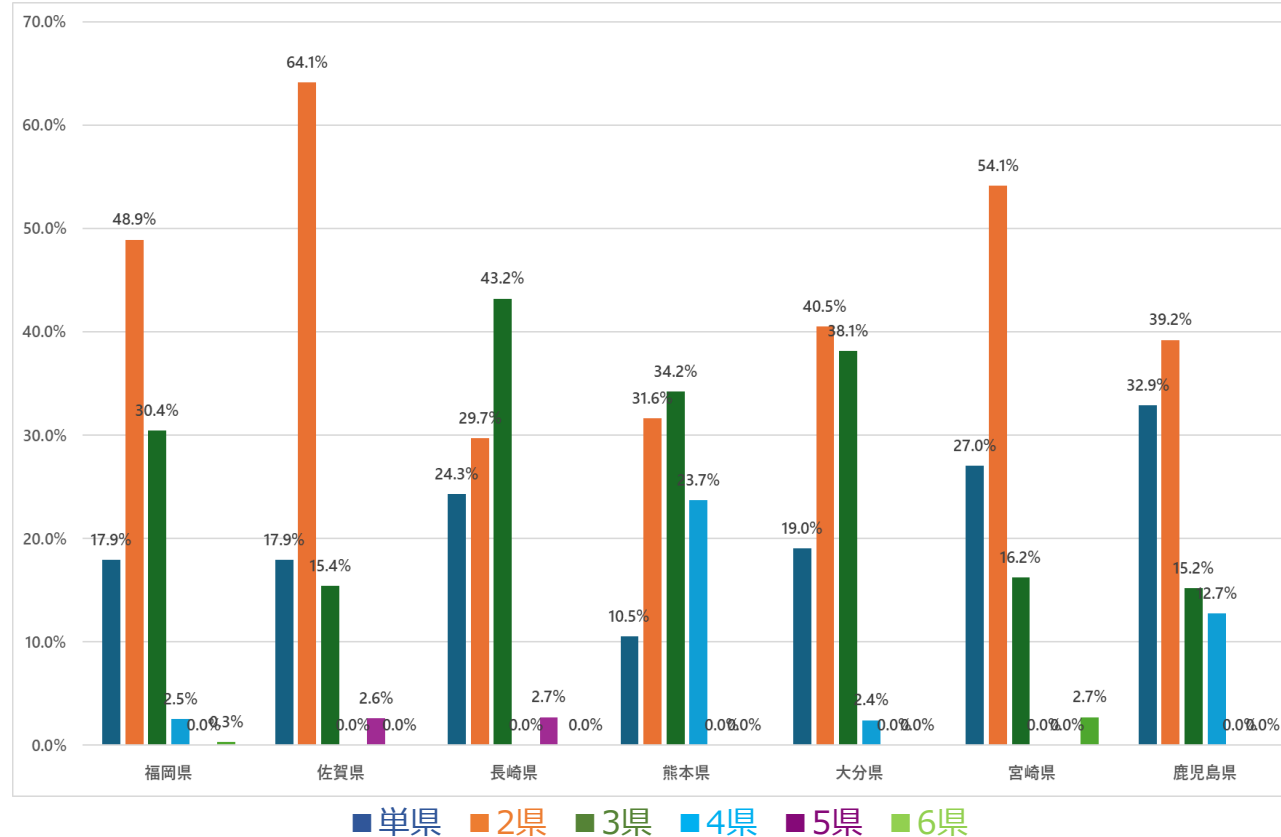
4.実証事業

<参考> KGIへの影響分析

■全体



■発地県ごとのプランに含まれる県の数比較



発地～着地間の観光プランに含まれる県の数に2県が最も多い

- ・2県プランの比率が最も多いのは佐賀県発、次いで宮崎県。
- ・3県プランも約3割生成されており、長崎県発のプランが最も多い結果となっており、アクティブに九州を楽しみたい層も一定層いる事がわかる。
- ・少ないが、熊本・鹿児島発では4県を含むプランも生成されている。

5.総括

5.総括

1.実証事業成果

- KGIは未達となったが、本事業で九州広域観光モチベーション創出を一定数実現できた。
- 域内の事業者連携フローのひな形を作ることができた。
- 観光DXに対する理解と活用意識を創出することができた。



ゴール 九州7県における周遊促進

目標値 県を跨ぐ観光ルート実践数：2,000人

実績 → 2,482人 (124.1%)

取組
1

「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進
トラベルプランニング機能利用総数

KPI 6,580人

実績 → 7,920人 (124.3%)

取組
2

地域事業者と連携したデータベース拡張生成
観光スポット登録数

観測指標 5,000個所

実績 → 5,238個所 (104.7%)

取組
3

デジタル人材の育成
人材育成プログラム参加人数

観測指標 300人

実績 → 428人 (142.6%)

5.総括

2.実証事業成果詳細

KGI及び各KPIに対する月次推移は下記表の通り。

	目標項目	数値	各月の目標値/実績								最終実績
			7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
KGI	県跨ぎの観光ルート実践数	2,000人	—	180人	420人	660人	990人	1,430人	2,000人	2,000人	2,000人
	実績	—	—	52人	114人	175人	320人	599人	1,880人	2,482人	2,482人
	進捗率(%)	100%	—	2.6%	5%	8%	16%	30%	94%	124.1%	124.1%
KPI	トラベルプランニング機能利用数	6,580人	—	560人	1,370人	2,180人	3,580人	4,980人	6,580人	6,580人	6,580人
	実績	—	—	543人	979人	2,569人	3,754人	5,408人	7,250人	7,920人	7,920人
	進捗率(%)	100%	—	7.3%	14.9%	39%	57%	82.1%	110.0%	120.3%	120.3%

5.総括

1.実証事業の成果

取組

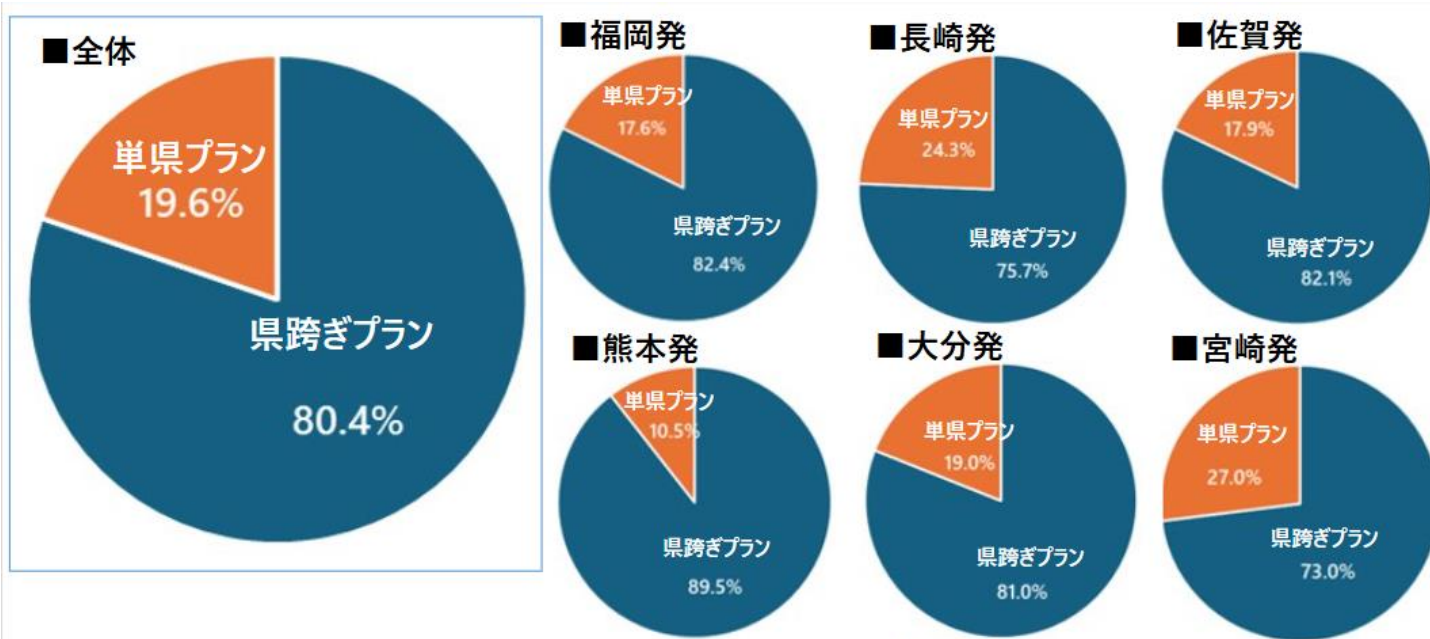
1

「AIレコメンド」による県跨ぎの周遊促進

旅行者の利便性向上・周遊促進

成果

生成AI観光スポットレコメンドによる県を跨ぐ観光ルート提案により、実際にルート生成に至った数は目標の80%を超えました。県跨ぎの観光ルートは近隣県パターンが現実的と読み取れる為、まずは隣県連携観光施策強化が九州広域観光周遊定着の足掛かりになると考えます。



発地～着地間の県跨ぎ旅行プラン提示は8割超

- ・同県発着でも8割強で道中県跨ぎの観光を提案している
- ・最も県跨ぎプラン提示が多かったのは熊本発
⇒ 立地的に複数県移動選択肢が多い事が要因？
- ・最も県跨ぎプラン提示が少なかったのは鹿児島発
⇒ 移動交通手段の問題がありそう

5.総括

1.実証事業の成果

取組

2

九州域内観光事業者による 観光スポットデータベース拡張

観光産業生産性向上

旅行者の利便性向上・周遊促進

目標

観光スポットデータベースに、地元の方ならではの情報を付加することにより、利用者の態度変容を促す。

注力・工夫した点 1

観ネット事業者向け説明パンフレット制作7県で説明会実施

- ・事業趣旨及びメリットを分かりやすくパンフレットにまとめました
- ・7県の各支部と連携し事業者へ情報提供と登録のお願いをしました
- ・7県の支部では登録方法について説明会を実施してサポートしました

注力・工夫した点 2

情報登録用管理画面開発

- ・誰にでもわかりやすく、登録を迷わない管理画面を開発しました

注力・工夫した点 3

スポット登録名称の工夫

- ・生成AIレコメンドの表示結果にワンポイントの副名称を付与することで地元の方ならではのスポットであることを分かりやすく表現しました

5.総括

1.実証事業の成果

取組
2

九州域内観光事業者による 観光スポットデータベース拡張

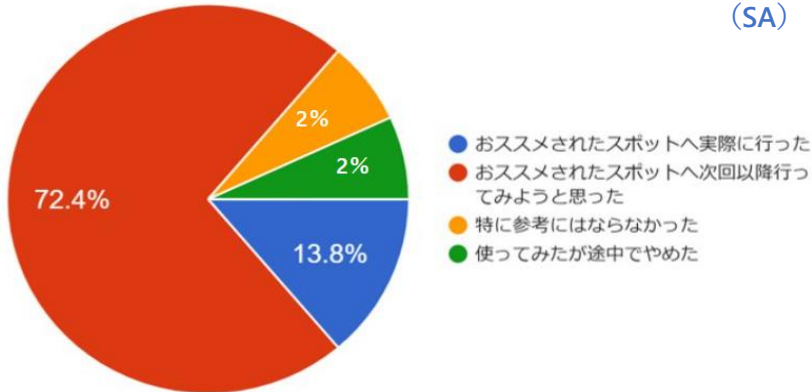
観光産業生産性向上

旅行者の利便性向上・周遊促進

成果

生成AIレコメンドによって提案された観光ルート情報は、
利用者の旅行行動にプラスアルファの影響を及ぼす事が出来たと考えられる。

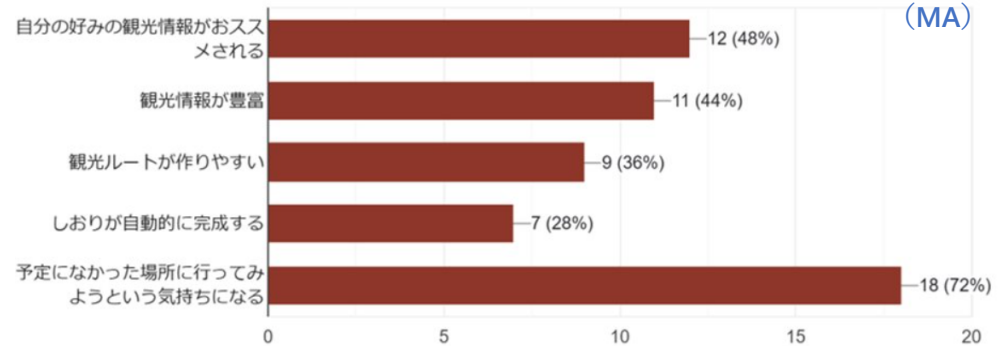
サービスの旅行へ与える影響



(SA)

約85%のユーザーがレコメンドされた情報に観光アクションへの影響を受けている。

サービス利用者の評価ポイント



(MA)

ユーザーの観光態度変容に観光情報（コンテンツ）が寄与しているものと読み取れる。

※利用者アンケート結果を抜粋（n=48）

利用者の『自分好みの観光情報がおススメされる』という評価は本機能が利用者のニーズに応えていると共に、『予定になかった場所に行ってみようという気持ちになる』気持ちの造成を後押しする、魅力的なコンテンツ訴求が効いているものと理解出来る（各スポットタイトルに併記するおススメコメントなど）。

5.総括

1.実証事業の成果

取組
3

人材育成プログラム

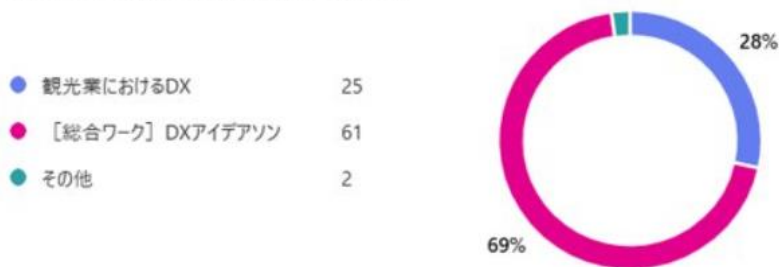
観光デジタル人材の育成・活用

成果

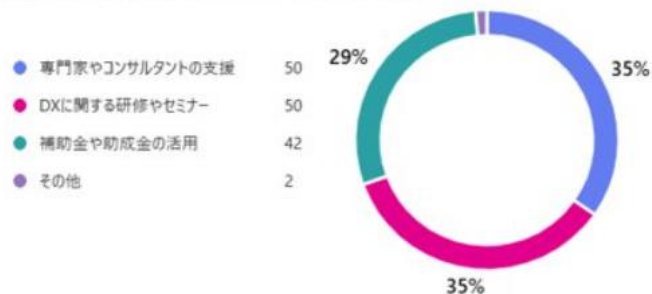
- ・各県に事務局を設置し積極的に参加要請が可能な環境を構築
- ・参加者の観光DX/データ活用への興味喚起と基礎知識習得支援を実現

参加者の理解度と要望

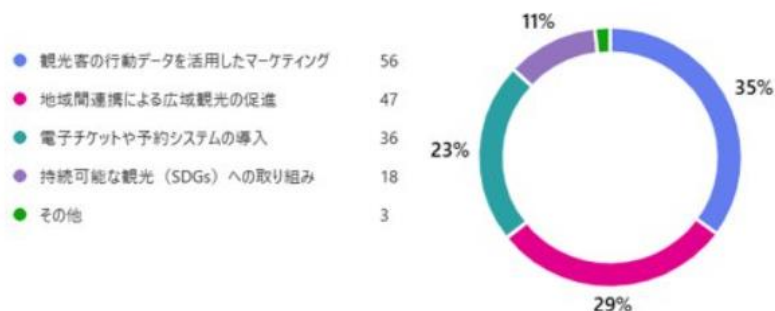
本研修で印象に残った内容を教えてください。



観光DXの導入を進めるために必要なサポートは何ですか？



今後、観光DXを活用してどのような取り組みを行いたいと考えますか？（複数選択可）



「本研修で印象に残った内容」を選択した理由を教えてください。

- 日頃の業務を見直すキッカゲにもなった
- 自社の課題から、デジタル化やDX化を進めることのできる余地を見出せた。
- 実情の洗い出しと解決策をDXで検討できたこと。自分の常識だけで判断せず、そして諦めずにデジタルイノベーションを様々な検討してみたいと思った。
- デジタルイノベーション、勉強になりました
- DXを取り入れることにより業務改善だけでなく業務負担を減らせることにも繋がること
- 課題は見えてはるすがプロセスも整理するとより深く意識出来る気がする
- 自社の課題を見つめ直すことができた。他社の課題を知ることができた。

マーケティングと予約システムへの関心が高い。今後は具体的なデータ活用の成功事例を紹介するなどで更なるステップアップが可能と判断している。また、補助金・助成金等の財政面へのサポートが強く求められている事も読み取れ、支援制度の有効活用等を含めたメリット伝授も事業者にとって有用であると考えます。

5.総括

1.実証事業の成果

実証事業によって地域に与えた影響

- 福岡などの都市部に集中する観光客の分散化
- 特定の人気観光ルートに集中する観光客の分散化
- 人材育成による観光事業者のデータ活用の意識向上
- 生成AI技術をあらゆる観光分野で活用するための経験蓄積

5.総括

2.今後の展望

今回の実証事業で生成AIを活用した取り組みを行ったことにより、九州観光DX戦略を軸とする域内観光活性化へ向けたデジタル活用への知見を得ることができました。今後は生成AIの継続活用を模索していきます。

地域の将来構想

生成AIを公式に取り入れる事業・施策を検討し、九州広域周遊をデジタルで促進する

令和7年度

生成AI活用戦略策定

- 生成AI活用ノウハウの深堀
⇒ 運用側のリスクヘッジ
- 情報発信への生成AI活用
⇒ 九州旅ネット/公式アプリ等情報発信プラットフォームへの機能一部搭載
(テスト運用 & 検証)
- CRM×生成AIの仕組み検討
- 生成AI本格活用へ向けたロードマップ策定

令和8年度

組織間連携協議・仕組創り

- 九州7県情報コンテンツを生成AIに学習させる仕組創り
⇒ 7県及び各市町公式観光サイトを学習対象にする
- 機構情報プラットフォーム×生成AIの仕組み本格稼働
⇒ 九州旅ネット/公式アプリ等情報発信プラットフォームへの機能搭載
- 観ネット・機構会員組織との連携模索
⇒ 具体的ロードマップ策定

令和9年度

生成AI本格活用・CRM強化

- CRM×生成AIの実現
- 生成AI活用の複数事業への横展開検討
- 生成AI活用を含む未来戦略策定

5.総括

2.今後の展望

今回得た生成AIの知見を今後活かしたい分野

●訪日外国人向けポータルサイト内において適切な情報へのアプローチ

●位置情報と状況（食事がしたい等）を勘案した観光スポット提案

●普段のアプリ・WEB・SNSなどの閲覧状況などの情報取得による観光スポットレコメンド

●地域の学習素材の提案による教育旅行の促進

6.実施体制

6.実施体制

1.体制図

本実証事業を推進した実施体制や役割分担を示します。

九州観光DXコンソーシアム

代表組織

九州観光機構

- ・全体統括
- ・事業戦略策定
- ・デジタルプラットフォーム提供
- ・情報発信
- ・九州7県連携対応
- ・加盟会員事業者連携対応
- ・事業成果評価

JTB九州観光ネットワーク推進協議会

- ・域内観光事業者連携対応

JTB (AS/福岡支店)

- ・事業戦略策定支援
- ・各施策統括、ディレクション
- ・観光DMP提供
- ・人材育成
- ・事業レポート、報告書作成支援
- ・生成AIプランニング機能開発、提供
- ・費用処理代行業務

ナビタイムジャパン

- ・トラベルプランニング機能開発
- ・プラットフォーム提供

スキルアップNeXt

- ・生成AIシステム構築
- ・組織/人材育成

デアライブ

- ・全体統括支援
- ・事業戦略策定支援
- ・各施策効果測定
- ・取得データ分析
- ・観光戦略示唆
- ・事業レポート、報告書作成
- ・その他代表組織支援

7.おわりに

7.おわりに

来年度は実証事業ノウハウを活かした先進的観光促進モデルと運用フローを検討。

将来的な生成AIの活用とデータ利活用戦略とプロトタイプづくりに取り組む。

また、7県及び各市町・観光事業者を対象にデジタル人材育成を実施、九州全体のリテラシー向上を目指す。

地域自走化を目指すロードマップイメージ

ステップを追ってデジタル推進組織を増やし、九州全体のリテラシーを高めていく

