

AI温泉旅館ウェブサイト戦略提案書

— 新デジタルプレゼンスで創造する未来の『おもてなし』 —

目次

1. エグゼクティブサマリー
2. 現状分析
3. 市場機会とAI導入の必然性
4. 競合/ベンチマーク分析
5. ユーザーペルソナ調査
6. サイト戦略（全体像・ストーリー）
7. サイト体験設計（ゲストジャーニー）
8. コンテンツ差別化
9. 要件定義（機能・非機能・拡張性）
10. 技術構成・セキュリティ
11. MVPロードマップ/WBS
12. サイトマップ
13. デザイン方向性
14. 成果創出のイメージ
15. お問い合わせ・まとめ

エグゼクティブサマリー

「AI温泉旅館」が目指す新時代のラグジュアリーホスピタリティ

- **ねらい**：日本の伝統的な「おもてなし」と最先端AIテクノロジーを融合した新たなベンチマーク確立。ウェブサイトは単なる情報発信ではなく、体験価値の入り口に。
- **提供価値**：「超パーソナライズ」かつ「摩擦のない」顧客体験。AIが潜在ニーズを予測・対応し、スタッフは本質的で温かい人間的繋がり創出に集中。
- **主要成果**：直接予約率の最大化とOTA依存からの脱却、AIによるゲストジャーニーの統合、インテリジェント+人間中心のホスピタリティブランド構築。

「おもてなし×AI」のイメージ
伝統的な和の空間にAIテクノロジーが
さりげなく溶け込む様子

差別化ポイント

AIは「効率化ツール」ではなく、
「おもてなしの質を増幅させる触媒」
として機能します

現状分析（市場・サイト・課題）

2025年の旅行市場と旅館デジタル環境

- **旅行市場トレンド**：「コト消費」への移行が加速。体験・記憶重視の旅行需要が増加。セカンドシティ観光・スロートラベル・マルチジェネレーション旅行が主流に。テクノロジー活用志向が強まり、AIによる旅行計画が一般化。
- **インバウンド需要**：好為替と日本文化人気で外国人旅行者が急増。本物の文化没入体験、質の高い食、ラグジュアリー宿泊体験へのニーズがシフト。
- **「デジタルギャップ」**：伝統旅館の多くは静的な日本語中心サイトを維持。新たな国際ニーズや体験志向に対応できず、デジタル競争力で出遅れ。
- **AI活用の必然性**：パーソナライズ、スマート客室制御、多言語対応、動的価格設定などで「人の温もり」と共存する「人間中心」AIの導入が競争力を左右。「技術のための技術」導入では成功は見込めない。

2025年旅行トレンドと旅館サイト課題
体験型消費・インバウンド・デジタル競争
における現状ギャップ

デジタル環境で立ち遅れる伝統旅館

多くの旅館ウェブサイトが抱える課題：

- 静的情報のみ（体験価値の訴求不足）
- 多言語対応の不足（インバウンド機会損失）
- パーソナライズ機能の欠如（競争力低下）

市場機会とAI導入の必然性

2025年の旅行市場と宿泊業界の変化

- **体験消費の加速**：「モノ」から「コト」へのシフト。体験・記憶重視の消費行動、セカンドシティ観光、スロートラベル、多世代家族旅行の需要増加。テクノロジーを活用した旅行計画が主流に。
- **インバウンド再興**：好為替環境と日本文化人気により外国人旅行者が急増。文化没入体験、質の高い宿泊施設、本格的な食体験へのニーズが高まる中、伝統旅館のデジタル対応は出遅れ。
- **AIによる課題解決**：多言語対応、パーソナライズされた体験提供、スマート客室制御、AIコンシェルジュ、需要予測・動的価格設定など、様々な運営・サービス課題をAIで効率化・高度化。

旅行市場とAIの共進化
変化する顧客ニーズとテクノロジーの
融合による新たな市場機会

「人間中心」のAI導入が鍵
技術のための技術導入は失敗の元
「人の温もり」と共存する
AIサービス設計が競争優位の源泉に

競合/ベンチマーク分析

主要旅館・リゾートの競合分析から、AI温泉旅館のウェブサイト差別化ポイントを明確化

評価項目	戸田家旅館（todaya.co.jp） UI/UX・基本構造のベンチマーク	星野リゾート「界」 体験ブランディングのマーケットリーダー
サイト構造・導線	・客室、温泉、料理、館内施設、交通案内などの基本的な「青写真」構造 ・分かりやすい予約動線と適切なCTA配置 ・旅館サイトの標準的情報階層	・「体験」を中心とした情報設計 ・宿泊地域の独自性を強調する構造 ・旅の物語性を演出する導線設計
デザイン・ビジュアル	・洗練された和モダンデザイン ・高品質写真で施設の魅力を訴求 ・余白を活かした上質感の演出	・地域性を反映した個性的なデザイン ・ストーリーを伝える写真・映像 ・独自のブランドアイデンティティ
コンテンツ特徴	・施設情報の網羅的な提供 ・基本的な顧客ニーズへの対応 ・SEO対策された標準的な情報構成	・「ご当地楽」「地酒」「現代湯治」など独自体験 ・体験価値の言語化とブランディング ・差別化された付加価値の表現
AI温泉旅館への示唆	・ 基本的な旅館サイト構造は踏襲しつつも ・ AIによる「パーソナライズ体験」の層を追加	・ 「AI×おもてなし」の独自物語を構築 ・ 技術と伝統の融合による新たな体験価値の表現

戦略的インサイト

両者の長所を取り入れつつ、**「AI技術を通じた超パーソナライズ体験」**というユニークな価値提案で差別化を図ります。

ユーザーペルソナ調査・要点整理

3つの主要ペルソナに対する課題とAI温泉旅館サイトによる解決策の整理

分析項目	 エレナ グローバル・テック志向	 ケンジ 多世代家族旅行プランナー	 デイビッド&スーザン スロー&高付加価値志向
ペルソナ概要	30代前半、テック企業勤務 - 日本文化に関心が高い外国人 - デジタル体験を重視、効率性を求める	40代、日本人家族の代表 - 祖父母から子供まで多世代で旅行 - 異なるニーズの調整に苦労	50代後半、欧米からの熟年カップル - 健康志向、滞在型の旅行スタイル - 上質なローカル体験を求める
現状の課題	- 言語障壁による情報収集の困難さ - 旅館文化や施設の理解不足 - 効率的な予約と旅程作成の難しさ	- 多様な年齢層に合わせた部屋選び - 食事の制限やアレルギー対応 - 各世代向けアクティビティ把握	- ウェルネス・健康関連情報の不足 - 長期滞在向けのコンテンツ欠如 - 日本の温泉文化理解の深堀り需要
AI温泉旅館サイトの解決策	- 多言語AIチャットボット：24時間対応 - バーチャル360°ツアー：施設事前確認 - AI旅程プランナー：滞在計画の最適化	- 嗜好別グループ予約：世代別最適部屋提案 - アレルギー対応フォーム：事前要望登録 - 多世代向けコンテンツ：年齢別体験表示	- AIウェルネス提案：個人の健康に合わせた温泉活用 - 長期滞在プラン：日数別おすすめコース - 文化没入コンテンツ：温泉文化の奥深い解説
期待される成果	- 言語障壁なしの快適予約体験 - 安心して旅館文化を楽しめる	- 家族全員の要望実現による満足度向上 - 予約プロセスの負担軽減	- 健康と文化体験の両立 - 滞在中の深い満足感と思い出創出

ユーザーペルソナ洞察

各ペルソナに特化した「AIによるパーソナライズ体験」を提供することで、様々な顧客セグメントのニーズに対応し、サイトの訴求力と予約転換率を高めます。

サイト戦略全体像（ブランド&ストーリー）

ブランドメッセージと物語

- **ブランドメッセージ**：「テクノロジーは"おもてなし"を増幅させる」－ AIを単なる効率化ツールではなく、日本の伝統的な「おもてなし」の質を高める触媒として位置づけ
- **新しい旅館の物語**：「心遣いの旅館」のコンセプトと「先進テクノロジー」の融合ストーリー。一見相反する要素が調和し、これまでにない体験価値を創出する物語性
- **戦略的位置づけ**：「AI温泉旅館」を、日本のホスピタリティの進化系として、国内外の旅行者に向けた新たな宿泊体験の基準点として確立。独自のデジタルプレゼンスで差別化

「ブランドの3つの柱」

1

伝統と革新の調和

2

人間中心のAI

3

超個別化体験

AI"寄り添い"設計思考

AIは「代替」ではなく「拡張」

人間の温かさとAIの効率性が共存する

設計思想をサイト全体に反映

体験設計：ゲストジャーニー

AI温泉旅館での顧客体験をシームレスに連携させるための段階別設計と、各タッチポイントにおけるAI活用

1 来訪前

AIによる機能

- 多言語AIチャットボット：予約前の質問対応
- PMSへの好み自動連携：情報を自動登録
- AIパーソナライズ設定：客室、料理の好み

顧客体験価値

- 言語の壁なく、詳細な質問が可能
- 繰り返し入力の手間削減
- カスタマイズ宿泊プランを事前確認



2 チェックイン

AIによる機能

- Webチェックイン：事前手続き完了
- 顔認証キオスク：非接触での本人確認
- 到着前客室調整：温度、照明等設定

顧客体験価値

- 待ち時間の大幅削減
- 非接触での安心感
- 最適化された空間でのリラックス



3 滞在中

AIによる機能

- スマートステイポータル：客室環境制御
- AIコンシェルジュ：館内・周辺案内
- 行動・嗜好学習：次回提案最適化

顧客体験価値

- 自分のペースでの快適な滞在
- 24時間いつでも対応可能な案内
- 「分かってくれる」おもてなし体験



4 帰宅後

AIによる機能

- パーソナライズ提案：好みに合わせた次回案内
- LINE/メール連携：選好チャンネルでの連絡
- リピーター特典提案：滞在履歴に基づく特典

顧客体験価値

- 自分に合った提案だけを受け取れる
- 好みの方法での継続的關係
- 次回訪問への明確な価値提案

シームレスな体験設計のポイント

各段階で収集・活用したデータを次の段階へと連携させることで、「記憶してくれている」「理解してくれている」という感覚を提供し、真の意味での「おもてなし」を実現します。

コンテンツ差別化アイデア

一般的な旅館サイトを超越る体験型コンテンツ

- **AI料理提案**：好みや食の制限を入力すると、AI献立システムが最適な会席料理を提案・可視化。季節や在庫状況と連動し、シェフからの一言コメント付き。
- **温泉体験の再発明**：AIによる体調・体質分析から最適な入浴時間・温度・併用するアメニティを提案。個人ごとの「AI湯守り」による温泉活用ガイド。
- **スマート客室デモ**：360°バーチャルツアーに加え、AIコンシェルジュとの対話デモ。照明・温度・音楽などの好みをAIが学習・先回りする様子をビジュアル化。
- **ストーリーテリング**：旅館の歴史や地域文化をAIナレーターが個人の興味関心に合わせて語り直す機能。多言語対応で没入感を最大化。

「AIコンテンツ体験」イメージ
通常のウェブサイト情報から
パーソナライズされた体験プレビューへ

差別化戦略

従来の「施設情報中心」から
「**先行体験型コンテンツ**」へ転換
訪問前から顧客の期待値を高める

要件定義（MVP/フルローンチ）

5営業日でのMVP（最小限実用モデル）ローンチと、その後のフルローンチに向けた要件を明確化

カテゴリー	MVP（5日間ローンチ版） 最小限の必須機能	フルローンチ拡張版 将来的な機能強化
基本設計・UI	- モバイルファースト／レスポンシブデザイン - 基本ページ構成（ホーム・客室・温泉・料理・交通案内） 「AI哲学」紹介ページ	- 全画面VR/360°ツアー - 完全多言語ローカライズ（8言語） - 客室別カスタムコンテンツ
AI・インタラクション	- 多言語AIチャットボット（talkappiなど） - 基本的な施設検索機能 - 簡易お問い合わせフォーム	- AI旅程プランナー（体験・行程提案） - パーソナライズド・コンテンツ表示 - 音声インターフェース対応
予約・顧客管理	- 基本予約エンジン連携 - PMS（宿泊管理システム）連携 - 顧客基本情報の収集・管理	- ダイナミック予約エンジン（AI価格調整） - スマートステイゲストポータル - 顧客体験履歴に基づくレコメンデーション
非機能要件	パフォーマンス：モバイル2秒未満表示速度、Web Vitals指標最適化 セキュリティ：PCI DSS準拠、GDPR/APPIデータ保護対応、定期的な脆弱性スキャン アクセシビリティ：WCAG 2.1 AAレベル準拠、スクリーンリーダー対応 拡張性：トラフィック急増に耐えるクラウドインフラ、API連携を前提とした設計	

MVP戦略のポイント

5営業日で実現可能な「**必須機能に絞ったMVP**」と、「**将来への拡張性を確保する技術基盤**」のバランスを重視。機能は最小限でも、ブランド体験の核となるAI哲学・多言語対応・パーソナライズの土台は確立します。

技術構成・インフラ要件

- **CMS選定**：ヘッドレスCMSまたはカスタムWordPressを採用。コンテンツ管理の柔軟性とフロントエンド開発の自由度を両立。多言語対応とAIサービスとの連携を考慮した構成。
- **API連携**：予約エンジン、PMS（宿泊管理システム）、AIチャットボット、顔認証システムとのシームレスな連携。RESTful APIまたはGraphQLを活用したマイクロサービスアーキテクチャ。
- **クラウドホスティング**：AWS/Google Cloud/Azureでの展開。オートスケーリング対応、CDN活用によるグローバル高速表示。繁忙期の急増トラフィックにも耐えうる構成。
- **セキュリティ要件**：PCI DSS準拠（決済）、GDPR/APPI対応（個人情報）、WAF導入、定期的な脆弱性診断、データ暗号化。
- **可用性/性能**：SLA 99.9%以上、モバイル表示速度2秒未満、WCAG 2.1 AAアクセシビリティ基準適合、バックアップ体制の確立。



5営業日MVPローンチ計画

わずか5営業日で実用的なMVPサイトをローンチするための詳細WBS（作業分担表）

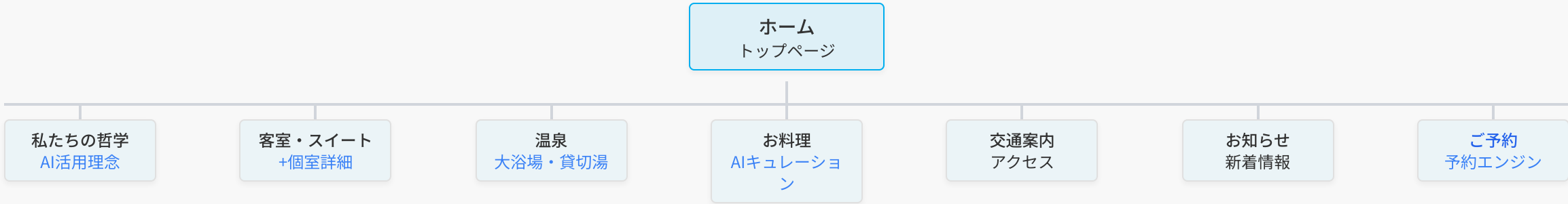
日程	主要タスク	担当	依存関係/必要判断	リスク管理
Day 1: キックオフ・デザイン確定・環境設定				
午前	・キックオフミーティング・スコープ&ゴール最終確認	全チーム	事前の要件定義書	スコープクリープの防止
午後	・デザインカンパ最終確定・開発環境構築・ホームページ作成開始	デザイナー/開発	デザイン方向性の即時承認	デザイン決定の遅延
Day 2: 下層ページ・素材統合				
終日	・写真・テキスト素材提供・下層ページテンプレート作成・コンテンツ統合	クライアント/開発	高品質写真・確定コンテンツ	素材の遅延・品質不足
Day 3: レビュー・予約機能				
午前	・第一回レビュー・フィードバック反映	全チーム	迅速なフィードバック	大幅な修正要求
午後	・予約エンジン連携・レスポンス対応	開発チーム	外部予約システムAPI	API連携の技術的課題
Day 4: AIチャットbot・テスト				
終日	・AIチャットボット実装・クロスブラウザテスト・パフォーマンス最適化	開発/QAチーム	AIサービスアカウント	AI統合の複雑さ
Day 5: 公開・最終調整				
午前	・最終レビュー・バグ修正	全チーム	最終承認	クリティカルバグの発見
午後	・本番環境デプロイ・ドメイン設定・DNS確認・ローンチ確認	開発チーム	ドメイン・サーバー情報	インフラ障害対応

ローンチ加速のポイント

- ①タスク並行実行と明確な依存関係管理：依存タスクの先行実行と必要リソースの事前準備
- ②リスクの早期特定と対応計画：各段階で想定されるリスクへの対策を事前に準備
- ③2段階のレビューサイクル：Day 3とDay 5に設定し、大幅な方向転換を防止

サイトマップ

シンプルかつ機能的なサイト構成で、訪問者が直感的にAI温泉旅館の魅力と機能にアクセスできる設計



サブページ構成

客室・スイート

- スタンダード和室
- モダン和洋室
- AIスマートスイート
- 詳細・設備案内

温泉

- 大浴場案内
- 貸切温泉予約
- 温泉の効能
- AIウェルネス提案

お料理

- 献立紹介
- 地元食材ストーリー
- アレルギー対応
- AIパーソナルメニュー

フッター

FAQ

プライバシー

利用規約

会社情報

採用情報

お問い合わせ

サイトマップ

サイト構成の特徴

通常の旅館サイトの基本構造を踏襲しつつ、「AIによるパーソナライズ機能」を各セクションに統合。予約CTAを常に目立たせ、ユーザー体験の質を高めます。

デザイン方向性&ビジュアル

和風モダン×テックのミニマリズム - 静寂・洗練・余白活用による上質なデジタル体験の創出

カラーパレット



「静寂」を感じさせる白基調に、AIテクノロジーを表現する知性的なブルーをアクセント。和の要素は生成りで表現。

タイポグラフィ

日本語明朝体（Noto Serif JP）

タイトル、見出し、和の雰囲気強調したいテキスト要素

日本語ゴシック体（Noto Sans JP）

本文テキスト、ボタン、ナビゲーション要素

インタラクション

マイクロインタラクション

- 穏やかで洗練されたアニメーション
- 滑らかなページ遷移
- 控えめなホバーエフェクト

動画&没入型体験

- 静かな建築・自然映像
- パララックス効果による奥行き
- AI体験のデモンストレーション

写真表現

- 静寂を伝える自然写真（温泉、庭園、朝霧など）
- テクノロジーとのさりげない融合シーン
- 余白の多い構図、日本的な間（ま）の表現
- 四季折々の情景、自然光の活用

アイコン&グラフィック

- AI機能を表現するミニマルな線画アイコン
- 和紙テクスチャをアクセント
- ジオメトリック模様と和柄の融合
- 余白を活かしたミニマルレイアウト

デザイン基本方針

すべての視覚要素は「日本の伝統的な美意識とAIテクノロジーの融合」というコンセプトに基づき一貫性を保ちます。華美さより「洗練」「余白」「静謐」を重視し、テクノロジーは存在感を主張せず、自然に溶け込む表現を目指します。

まとめ・お問い合わせ

本提案の成果イメージ

- 直接予約率50%超の実現 - OTA依存からの脱却と収益性向上
- 滞在前後を含む統合体験の創出 - デジタルとリアルとの融合
- グローバル市場での差別化 - 日本発の「AIおもてなし」モデル確立

今後の期待効果

- サイト経由の顧客データ蓄積によるAI精度向上と継続的な体験価値向上
- デジタル接点からリアル体験までのシームレスな顧客体験の実現
- ホスピタリティ業界における先進事例としてのブランド確立

お問い合わせ



担当者名
鈴木 太郎



メールアドレス
t.suzuki@example.com



電話番号
03-1234-5678

ご提案を実現するために

5営業日のスピード構築で、

「AI×おもてなし」の未来を共に創造しましょう