56project | Japan Place Intelligence

PLACE INTELLIGENCE REPORT | LOCAL AI VISIBILITY

RESEARCH REPORT | GLOBAL TRENDS & IMPLEMENTATION

AI検索は、地域の集客をどう変え始めたのか。

REPORT #04

2026.10.19 | GLOBAL TRENDS EDITION

海外の最新研究・プラットフォーム動向・実装事例から読み解く、
Local AI Visibilityの次の段階。

SEARCH → SHORTLIST

FROM RANKING TO RECOMMENDATION

EVIDENCE BASE

- 60 UK answers ／ 20 cities（KKV Labs）
- 76,000+ questions（reported）
- 4,776 venues ／ 4 AI engines
- 2.5M UK + 25M US prompts
- 1,000 travelers ／ 359 DMO marketers

56project
Japan Place Intelligence

SHOWN → SHORTLISTED → CORRECTLY DESCRIBED

「表示されること」から「AIの推薦候補に入り、正しく紹介されること」へ。

#01 思想編 #02 測定設計編 #03 改善編 #04 海外動向・実装編

01 / EXECUTIVE SUMMARY

海外動向から見えた、地域の集客を変え始めた5つの変化。

01

Googleが引用元リンクを前に出した

10/15、AI ModeとAI Overviewsで本文中のリンクを増やし、上部にも配置。ただしクリックデータは未提供。

企業発表（報道）

02

推薦の入口は市場・業種で違う

KKV英国版：口コミ100件未満の事業者を含む回答は60中39（65%）。事業者単位では362件中136件（37.6%）。歯科は1%。

研究結果

03

AIは定番に偏りやすい

報道に基づく参考値では、アイルランドの観光資源の17%がAI回答に出なかったとされる。原資料は未確認。

報道に基づく参考値

04

観光局は「何で知られたいか」を選び、測る

Tourism Irelandは全デジタル情報をAI可読にし、自らの情報がAI回答の約5分の1に影響と公表。

機関の公表（報道）

05

施設単体は見えにくく、古い情報が誤る

バリの飲食店4,776軒の86%は推薦ゼロ。誤りの主因は捏造より閉業店の推薦だった。

研究結果

単発の検索対策ではなく、地域がAIにどう認識され、何を根拠に推薦されるかを測り続ける仕組みへ。

根拠の種類は各ページ右上のラベルで区別

2026年10月、地域のAI検索で起きた重要な動き。

日付	発信元	内容	掲載	根拠の種類
10/7 データ収集日	Ryan Doser（検証）	4つのAIが推薦した米国の事業者250件を照合、実在率97.6%	P11	研究結果
10/13	Semrush（Adobe傘下）	AI Visibility Index初の英国版。AIが挙げるブランドと引用元は英米で大きく異なる	P4・P6	研究結果
10/15	Google	AI Mode／AI Overviewsで本文中リンクを増やし、ニュースカルーセルを全世界へ	P4	企業発表（報道）
10/15	KKV Labs	UK Local AI Visibility Index 2026を公開（英国20都市・3業種・Google AI Mode）	P5・P6	研究結果
10/15	Tourism Ireland	CEOがSkiftの会議で、AI検索で「何で有名になるか」を選ぶ戦略を説明	P7・P8	講演（報道）
10/16	Skift Research	「消える観光地」レポート。AIは旅行者像に合わせて語り口を変えるが、推薦先はほぼ変えない	P9	研究結果

ALSO IN THIS ISSUE

9月以前の関連研究：アイルランド観光資源のAI可視性（Searchable、9月報道）、バリの飲食店センサス（arXiv、8月）、旅行者1,000人調査（Greetwell、9月）、DMO 359人調査（Sojern、2月）

企業発表（報道）

Googleは、AI回答の中で「どこから来た情報か」を見せる方向へ動いた。

2026/10/15 の主な変更（AI Mode／AI Overviews）

- 回答本文中のリンクを増やし、より上部に表示
- 一部の回答で、用事を済ませる・事実を確かめるためのリンクを最上部に1〜2件配置
- 時事トピックのニュースカルーセルを全世界に拡大し、利用者の「優先ソース」を強調
- 「さらに詳しく」欄をサムネイル付きの押しやすい形に変更
- AIの成果レポートへのクリックデータ追加は見送り（今後追加と説明）

READING NOTE

「推薦される」と「引用される」は別

Semrushの英米調査では、AIが言及する上位100ブランドのうち、引用元の上位100にも入るのは半数未満（英国36.7〜45.3件）。英国小売の例では、ChatGPTで引用順位25位と606位に分かれた2社が、どちらも言及では上位だった。

56project 仮説・設計

リンクが前に出るほど、回答の「根拠」に公式情報があるかが差になる。一方でクリック数は公式に見えないため、AI上の出現・引用は自ら観測する必要がある。

出所：Search Engine Roundtable・9to5Google（2026/10/15）、AFP／Tech Xplore（2026/10/16）。Google公式ブログの原文は未確認で、変更内容は報道ベース。Semrushはプレスリリース原文（2026/10/13）

研究結果

英国では、口コミが少ない事業者でも推薦される業種と、そうでない業種に分かれた。

業種	口コミ数（中央値）	【事業者単位】100件未満の比率	【回答単位】入口の状態（各業種20回答）
会計	56	**72%**（83／115件）	開いている 20
屋根工事	109	**44%**（52／118件）	開いている 18 ／ 狭い 2
歯科	497	**1%**（1／129件）	開いている 1 ／ 狭い 12 ／ 閉じている 7
全体	152	**37.6%**（136／362件）※	**開いている 39／60回答（65%）**

回答単位：「開いている」＝口コミ100件未満の事業者を1件以上含む回答、「狭い」＝最少が100〜299件、「閉じている」＝全て300件以上。**事業者単位**：口コミ数が表示された推薦362件に占める100件未満の比率。※全体37.6%は業種別の件数から56projectが算出。

調査設計

英国20都市×3業種、各1問をGoogle AI Mode（ログアウト・新規セッション）で質問。2026/10/15に60回答を取得し、354事業者・推薦サイト264件を読み込み。

推薦されたサイトの状態

LocalBusinessスキーマ 46% ／ トップに口コミ表示 35% ／ llms.txt 32% ／ トップに価格表示 25% ／ FAQスキーマ 11%

出所：KKV Labs「UK Local AI Visibility Index 2026」（2026/10/15公開）。1問1回の時点スナップショットで、ランキングではない。サイト特徴は記述統計で、推薦との関係は分析されていない。発行元はAI可視性サービスを販売

研究結果

同じAIでも、国・市場が変われば推薦の構造は変わる。

比較項目	KKV 米国版（9/15初版・10/4更新）	KKV 英国版（10/15）
規模	737都市・11業種、5,428サイト読込	20都市・3業種、60回答
AI	Google AI Mode（1都市1回）	Google AI Mode（1問1回）
主な指標	推薦あり／なしのサイト特徴の差（相関）	推薦された事業者の口コミ数・サイト特徴（記述）
主な発見	GTM設置+12.5pt、ブログ欄+9.2pt。FAQPageスキーマは差なし（−0.7pt）	業種で入口が違う。会計は口コミ100件未満が72%、歯科は1%

56project 仮説・設計

米国の「効く施策」を日本にそのまま持ち込めない。言語・出身市場・業種ごとに自ら観測する必要がある。

15

英米で共通する「AIの常連」

Semrush：全4AIで毎月トップ100に入るブランドは英国24・米国36。重なりは15のみ。

29.5% vs 19.6%

ChatGPTのニュース引用比率（英／米）

市場ごとに、AIが根拠にする情報源の種類も違う。

出所：KKV Labs（米国版・英国版）、Semrush AI Visibility Index H2（2026/10/13、英国250万・米国2,500万の固定質問、1〜7月）。手法が異なり単純比較は不可

06 / CASE ｜ TOURISM IRELAND

機関の公表（報道）

アイルランド観光局の答えは、「何で有名になりたいかを選ぶ」こと。

01 ｜ READABLE

全デジタル情報をAI可読に

観光局のデジタルコンテンツを生成AIが読める形に最適化し、その結果を追跡している。

02 ｜ MEASURE

影響度を測る

観光局の情報が、アイルランドに関するAI回答の約5分の1を形づくっていると公表。

03 ｜ CHOOSE

地方の体験を押し出す

放っておくとAIは定番を繰り返すため、スライゴの牧羊犬実演、アラン諸島の伝統的な船づくりなど小さな地方体験を打ち出す。

04 ｜ CORROBORATE

他者の声で裏づける

AIが参照するReddit・YouTube・Tripadvisorで、同じテーマが語られる状態をつくる。

背景：旅行のひらめきの主な情報源にAIを挙げる旅行者の比率は、この1年で2倍になったと観光局の調査が示す。CEOは質の低いAI生成コンテンツへの反発にも注意を促した。

読み方の注意：「約5分の1」の測定方法は公表されておらず、Skiftが詳細を観光局に問い合わせ中。数値は機関の自己公表として扱う。

出所：Skift「Tourism Ireland's Advice for AI Search: Choose What You Want to Be Famous For」（2026/10/15、ダブリンのSkift Transatlantic SummitでのAlice Mansergh CEOの講演をSkiftが報道。観光局の原資料は未確認。発言は56projectによる要約）

報道に基づく参考値

報道によれば、AIの回答に出てくる観光資源は一部に偏っている可能性がある。

報道に基づく参考値

17%

回答に出なかったとされる観光資源

アイルランドの3,662件のうち（Searchableの推計として報道）

報道に基づく参考値

約3/4

各県トップ5の出現率

一般的な質問への回答での平均として報道

報道に基づく参考値

68%

ゴールウェイの観光資源

回答の10分の1未満にしか出ないと報道（15%は出現なし）

報道に基づく参考値

41%

「穴場」質問での定番の出現

ゴールウェイの主要地が出現した回答の比率として報道

報道された調査設計：SearchableがChatGPT・Gemini・Claudeに、26県の観光資源について76,000問以上を質問。**質問文・集計方法・時期は不明で原資料も未確認。**結論の根拠にはしない。

56project 仮説・設計

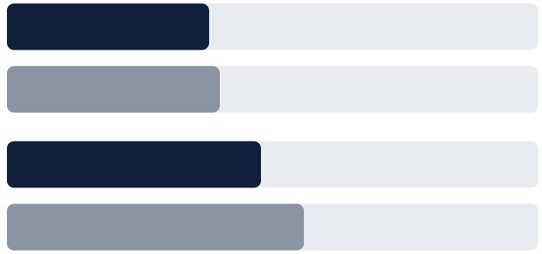
Tourism Irelandの問題意識（P7）と方向は一致する。日本で同じことが起きているかは、条件をそろえた観測で確かめる必要がある。

出所：Go-to-Ireland.com（2026/9/24、Galway Advertiser報道とSearchable調査に基づく二次情報）。別報道の見出しは「10分の1が見えない」で、表現が一致しない

研究結果

AIは旅行者に合わせて「語り方」は変えるが、「行き先」はあまり変えない。

AI推薦に占める上位の旅行先 vs 実際の国際到着数（2024年）



ChatGPT・Gemini・Claudeに、属性・関心・同行者・予算を変えた旅行者像で繰り返し質問。家族向け・低予算向けに説明は変わったが、推薦先はほとんど変わらなかった。米国旅行者1,015人調査では63%が「10件程度の厳選リスト」を好む。

RELATED ｜ CHINESE AI

中国の主要AI 5つに240問を投げた別調査（Create Consulting China）では、広い質問は日本・シンガポール・タイなど近くて身近な旅行先に集まり、言い回しの小さな違いで候補から外れる旅行先もあった。中国語の情報量も判断材料になると分析。

56project 仮説・設計

新たな課題は「順位」ではなく「推薦候補に入るか」。日本は国としては候補に入りやすいが、その中のどの地域が語られるかは別の問題である。

出所：Skift（2026/10/16、Skift Research「The Mystery of the Disappearing Destination」の紹介記事。質問数・実施日は記事に記載なし）、Skift（2026/9/3、Create Consulting Chinaの調査）

研究結果

施設単体のAI可視性は低い。
飲食店でも、推薦される店はごく一部だった。

HOTELWORLD AI

自社公表値

16%

AI推薦に現れたホテルの比率

同社の年次調査（40か国・2,100超ブランド・約14.1万軒）による公表値。調査方法の詳細と本体レポートは未確認。

同社は2026年Q1更新で、プロンプトの言語によって推薦されるホテルが大きく変わると指摘している（数値は非公表）。

バリ島の飲食店センサス（カフェ・レストラン・バー4,776軒）

85.6%
どのAIにも一度も推薦されず

8軒
4つのAI全ての上位20に入った店

93件
閉業店の推薦（14店）。捏造は0.08%

推薦に入る確率との関連（オッズ比）：**自社サイトあり 1.92**、口コミ数 1.64、価格情報の掲載 1.54、ウェブ上の言及 1.44。星評価は有意な関連なし（相関であり因果ではない）。

56project 仮説・設計

館内レストラン・スパ・体験が宿泊以外の検索でどう推薦されるかを直接測った公開研究は、今回の調査範囲では確認できなかった。施設診断と地域観測を組み合わせて把握すべき領域と考える。

出所：Hospitality Net（2026/6/16、HotelWorld AI CEOによる寄稿・自社公表値）、Pitenin「Invisible to the Machine」arXiv:2608.07069（2026/8、Norly Research。発行元はAI可視性ツールを販売）

研究結果

旅行者はAIを使い始め、誤りにも出会っている。DMOの6割超は、AI向けに書き始めた。

AI推薦で経験した問題（米国のAI旅行利用者 n=485、複数回答）

いずれかを経験：55%。半日空いたとき頼る推薦は友人・家族31%、ホテル・地元スタッフ25%、AIは9%（n=1,000）。

対照的に、米国の地域事業者250件を照合した10/7の検証では実在率97.6%。手法の違いで結果の意味が変わる。

64%
AIエンジン向けにコンテンツを制作するDMO

31%
自サイトがAIの「正解の情報源」になると見込む

+60%
AI経由訪問者のCV率（米国小売・7月）

出所：Greetwell AI Travel Report 2026（2026年9月、8月に米国旅行者1,000人をオンライン調査）、Ryan Doser（2026/10/7収集）、Sojern State of Destination Marketing 2026（2026/2/17、359人）、Adobe AI Traffic Trends Report（2026/8/19、米国小売のみ・旅行は別集計）

56project 仮説・設計

観光局・研究機関の取り組みを並べると、共通するのは「測る単位」と「語る素材」の設計。

主体	測っているもの	打ち手	根拠の性質
Tourism Ireland	AI回答への観光局情報の影響度	全情報のAI可読化、地方体験の打ち出し、第三者の声での裏づけ	CEO講演の報道（測定方法は非公表）
シンガポール政府観光局	4つのAIでの公式サイトの引用	108ページを構造化、質問起点で記事を拡充。81ページが引用され可視性1.34倍	アワード応募の自己公表（2025年9〜12月）
韓国観光公社×HSAD	主要AIでの言及・引用の度合い	国が育成する祭り10件にGEOを順次適用（2026/7協約）	報道（原発表は未確認）。成果数値は未公表
KKV Labs（米・英）	Google AI Modeが挙げる地域事業者	—（推薦と非推薦のサイト特徴を比較）	研究。相関であり原因ではない
バリ飲食店センサス	全4,776軒に対する推薦の分布	—（自社サイト・口コミ・価格情報との関連を分析）	研究（査読前）。発行元はツール事業者

先行する観光局は「地域・テーマ単位で測り、公式と第三者の両方に語る素材を置く」。

シンガポール・韓国の出所はP18

56project 仮説・設計

観光地・ホテル・商業施設は、何から確かめるべきか。

01

自治体・観光DMO

- 英語で尋ねたとき、地域名と観光資源が候補に入るか
- AIが繰り返す「定番」の外にある資源を特定する
- 「何で知られたいか」を決め、公式と第三者の両方で語る

02

ホテル・観光施設

- 宿泊以外（飲食・スパ・体験）の質問で推薦されるか
- 営業時間・価格・予約可否をAIが正しく語っているか
- 施設単体ではなく、周辺地域の文脈で語られているか

03

商業施設

- 目的別（食事・買い物・雨の日）で施設とテナントが出るか
- 閉店・入替がAI回答に反映されているか
- 引用元が公式サイトか、第三者サイトだけか

この問いを、あなたの地域で確かめませんか。→ 無料AI検索診断（毎月10地域・企業限定）

詳細はP17

すべて56projectの提案・仮説（実証済みの成果ではない）。根拠はP4〜P11

56project 仮説・設計

不動産・鉄道・地域金融機関にとって、AI推薦は「エリアの価値」の新しい指標になる。

04

不動産デベロッパー・建設会社

- 開発エリア・街区が目的別の質問でどう推薦されるか観測する
- 開業前後の候補化の変化を、同条件で比べる
- エリアの特徴・施設・体験情報を、AIが読める形で整える

05

鉄道会社・エリアマネジメント組織

- 駅周辺・沿線で、推薦されるPlaceの偏りを把握する
- 定番に集中する推薦を、沿線の他エリアへ広げる素材をつくる
- エリア単位で情報更新と継続観測の担い手を決める

06

地域金融機関

- 取引先のAI上の見え方を、地域単位で共同観測する
- 自社サイト・価格情報など、事業者が整えられる項目を支援する
- 改善前後の結果を、事業者支援の参考指標にする

この問いを、あなたの地域で確かめませんか。→ 無料AI検索診断（毎月10地域・企業限定）

詳細はP17

すべて56projectの提案・仮説（実証済みの成果ではない）。バリ調査の関連要因（P10）は相関で、日本で同じ効果が出るとは限らない

56project 観測データ

56projectは、日本の地域を固定した条件で継続観測している。

JIAV ｜ INBOUND

訪日客の質問で地域を観測

英語の固定質問を日次で観測し、地域ごとの推薦Placeと引用元を記録。OpenAI APIによる観測。

MACHI AI SCOPE ｜ LOCAL

街の目的別の候補化を観測

江東区9エリア×20問／日。エリア・目的ごとに候補に入るPlaceを追跡。

BASELINE ｜ 豊洲

20 → 31

20問の観測で31のPlaceが推薦された（#02で公表済み、2026/9）。

海外から取り入れる観点 ①

旅行者像・言い回しを変えた質問（Skift・バリ）

海外から取り入れる観点 ②

定番の外の資源の出現率（アイルランド）

海外から取り入れる観点 ③

閉業・営業時間など情報の鮮度（Greetwell・バリ）

出所：56project観測。JIAVとMachi AI Scopeは観測方法が異なるため結果を合算しない。下段は今後の観測設計への反映案（56projectの設計）

56project 仮説・設計

観測・改善・再観測を、90日で1サイクル回す。

DAY 1–30 ｜ OBSERVE

ベースラインと課題の発見

- 地域・施設×目的×AIの固定質問を設計
- 英語／日本語、旅行者像を変えて観測
- 候補から漏れたPlace・誤った情報を特定

DAY 31–60 ｜ STRUCTURE

情報の構造化・公開・更新

- 現場の知識を聞き取り、構造化データにする
- 公式ドメインで公開し、多言語で更新
- 第三者の情報源での語られ方も確認

DAY 61–90 ｜ RE-OBSERVE

再観測・効果検証・報告

- 同じ質問・同じAIで再観測
- AI可視性の変化と事業指標を分けて評価
- 次年度の予算化と継続観測を設計

検証上の注意：推薦は施策と無関係にも揺れる（バリ調査では同じ質問の再実行でも一致度は0.22〜0.45）。比較エリア・観測回数・期間をそろえて評価する。

56projectの実行モデル（地域AI可視性PoC：観測→情報整備→再観測→効果検証→次年度予算策定）

16 / CONCLUSION

地域の競争は、「検索結果に表示されること」から「AIの推薦候補に入り、正しく紹介されること」へ広がり始めている。

重要なのは、単発の検索対策ではない。地域がAIにどう認識され、何を根拠に推薦されているのかを継続的に観測し、情報を改善する仕組みを持つことである。56projectは、そのための地域情報基盤と分析モデルをJapan Place Intelligenceとして構築していく。

CTA 01 ｜ FREE DIAGNOSIS

毎月10地域・企業限定

無料AI検索診断（AIスナップショット）

英語5問・A4 1枚で、あなたの地域・施設・開発エリアの現状を整理します。

- **候補に入るか：**英語で聞かれたとき、地域名・施設名が推薦に出るか
- **何が語られるか：**定番の外にある資源が紹介されているか
- **正しいか：**営業時間・価格などに誤りや古い情報がないか

件名「無料診断申込」で goro@56projectai.com へ
サービス詳細はこちら：https://machi-ai-scope.56projectai.com/

CTA 02 ｜ INBOUND REPORT

インバウンドレポート申込

JAPAN REGIONAL INBOUND AI OPPORTUNITY REPORT。訪日旅行者向けAI検索で、日本の地域・観光地・施設がどう推薦されているかを分析し、来期施策の論点を整理します。

件名「インバウンドレポート申込」で goro@56projectai.com へ

自治体・DMO ／ ホテル・観光施設 ／ 商業施設・不動産 ／ 鉄道・エリアマネジメント ／ 地域金融機関

56projectai.com

参考文献・調査方法・留意事項

原典確認 発行元の公開ページ・論文・発表資料を確認　一部確認 発行元の要約を確認、本体は未確認　二次情報 報道・第三者記事に依存

原典確認 **KKV Labs** 2026/10/15 | P2・P5・P6
UK Local AI Visibility Index 2026 ↗

原典確認 **KKV Labs** 2026/9/15初版・10/4更新 | P6
The AI Local Visibility Report 2026（米国） ↗

原典確認 **Semrush（Business Wire配信・Yahoo Finance転載）** 2026/10/13 | P4・P6
Semrush Releases 2026 AI Visibility Index, Revealing Its First UK Benchmark ↗

原典確認 **Greetwell** 2026/9 | P11
The Greetwell AI Travel Report 2026 ↗

原典確認 **Ryan Doser** 2026/10/7収集 | P11
Does ChatGPT Recommend Local Businesses? ↗

原典確認 **Pitenin（Norly Research）** 2026/8/7 | P10・P16
Invisible to the Machine（arXiv:2608.07069、査読前） ↗

原典確認 **Sojern** 2026/2 | P11
State of Destination Marketing 2026（レポートページ） ↗

原典確認 **Sojern** 2026/2/17 | P11
2026 State of Destination Marketing Report（プレスリリース） ↗

原典確認 **Adobe** 2026/8/19 | P11
AI Traffic Trends Report: August 2026（PDF） ↗

一部確認 **Skift（Skift Research）** 2026/10/16 | P9
AI Travel Advice Is Less Personal Than It Seems（レポート本体は有料・未確認） ↗

一部確認 **Hospitality Net（HotelWorld AI CEO寄稿）** 2026/6/16 | P10
HotelWorld AI reveals second edition…（本体レポート未確認） ↗

一部確認 **The Drum** 2026/5/21 | P12
Explained: Singapore Tourism Board's shift…（受賞応募内容の掲載） ↗

二次情報 **Search Engine Roundtable** 2026/10/15 | P3・P4
Google Updates Links In AI Mode & AI Overviews Again ↗

二次情報 **9to5Google** 2026/10/15 | P4
Google AI Mode / AI Overviews links ↗

二次情報 **AFP／Tech Xplore** 2026/10/16 | P4
Google boosts news and link visibility in AI Mode ↗

二次情報 **Skift** 2026/10/15 | P2・P7
Tourism Ireland's Advice for AI Search: Choose What You Want to Be Famous For ↗

二次情報 **Go-to-Ireland.com（Searchable調査の報道）** 2026/9/24 | P2・P8
In Galway, ChatGPT, Gemini and Claude would send tourists to the same five places ↗

二次情報 **Skift（Create Consulting China調査）** 2026/9/3 | P9
The Race for Chinese Travel Demand Is Now a Fight to Get on the AI Shortlist ↗

二次情報 **Seoul Economic Daily** 2026/7/23 | P12
HSAD Partners With Tourism Organization to Advance AI Marketing ↗

調査方法：2026/10/19に各資料（資料名にリンク）を閲覧し、掲載数値・日付・企業名を照合。**留意事項：**調査対象・時点・手法が異なり、資料間の単純比較はできない。KKV Labs・Norly・HotelWorld AIは各自がAI可視性サービスを販売。Google公式ブログ原文、Tourism Irelandの原資料、Searchable調査の原資料、韓国観光公社・HSADの原発表は確認できず、該当ページに「報道」「未検証」と明記。P13〜P16は56projectの仮説と提案。

COMPANY PROFILE

会社概要

会社名	合同会社56project（56project LLC）
代表者	代表社員 田中 宏明
設立	2025年5月12日
所在地	東京都江東区大島1-37-7
事業内容	**Japan Place Intelligence**（Local AI Visibility） 地域・施設・店舗がAIにどう推薦・理解されているかを観測し、情報整備と効果検証までを支援
主なサービス	JIAV（Japan Inbound AI Visibility）／ Machi AI Scope ／ GEO Scope ／ MachiMise
お問い合わせ	goro@56projectai.com ／ https://56projectai.com

REPRESENTATIVE

代表社員　田中 宏明

インテリジェンス（現パーソルキャリア）で事業開発、パソナ系企業のGM、GroovesのCMOを経て、約12年間上海を拠点に日系企業向け営業・新規事業開発を担う。2025年に56projectを設立。

PLACE INTELLIGENCE REPORT

#01 思想編 ／ #02 測定設計編 ／ #03 改善編 ／ **#04 海外動向・実装編**
公開先：https://machi-ai-scope.56projectai.com/