



平成 30 年度 魅力ある観光地域づくりモデル推進事業

「一般社団法人草津温泉観光協会における

自動応答システム「talkappi」の開発導入事業」

実施報告書

平成 31 年 3 月

(公社) 日本観光振興協会

(一社) 草津温泉観光協会

## <目次>

I	本モデル事業概要	- 1 -
	1. 全国的課題	- 1 -
	2. 対象とする地域	- 1 -
	3. 本モデル事業フロー	- 2 -
	4. 支援内容	- 3 -
	5. 事業実施期間	- 3 -
	6. モデル地域の概要	- 4 -
II	自動応答システム「talkappi」の開発・導入	- 18 -
	1. 多言語チャットボット導入の経緯	- 18 -
	2. 草津温泉版チャットボットの仕様	- 18 -
	3. 草津温泉版チャットボットが目標とするもの	- 19 -
	4. 導入の為の域内関係各所との合意形成と協力体制の構築	- 22 -
III	自動応答システム「talkappi」に関する広報活動	- 29 -
	1. 公益社団法人日本観光振興協会発信プレスリリース	- 29 -
	2. 一般社団法人草津温泉観光協会発信プレスリリース	- 31 -
	3. その他広報活動実績	- 33 -
IV	自動応答システム「talkappi」分析・データ収集、ブラッシュアップ	- 36 -
	1. 観光案内所とチャットボットサービスの役割	- 36 -
	2. 利用者の満足度調査	- 37 -
V	今後の課題	- 38 -
	1. 草津温泉版チャットボットの課題	- 38 -
VI	資料編	

## I 本モデル事業概要

### 1. 全国的課題

観光産業は国家成長戦略の柱のひとつであり、現在の日本にとって最も重要な産業のひとつである。アジア各国の観光需要の急成長により、一層訪日外国人観光客が増加していだろう。また 2020 年東京オリンピック・パラリンピック、2025 年大阪万博の開催は日本の観光産業において強い追い風となるだろう。

昨今の訪日外国人観光客は都市部での「モノ消費」から、「コト消費」へ需要が変わりつつある。都市部のみならず、地方部へも多くの訪日外国人観光客が訪問し始めている。しかし地方部では、その需要にこたえるための働き手の不足もあり、多言語対応のできる人材の確保も難しい。こうした問題は日本各地で大きな課題となっており、喫緊に対応し解決する必要があるのではないかと考える。

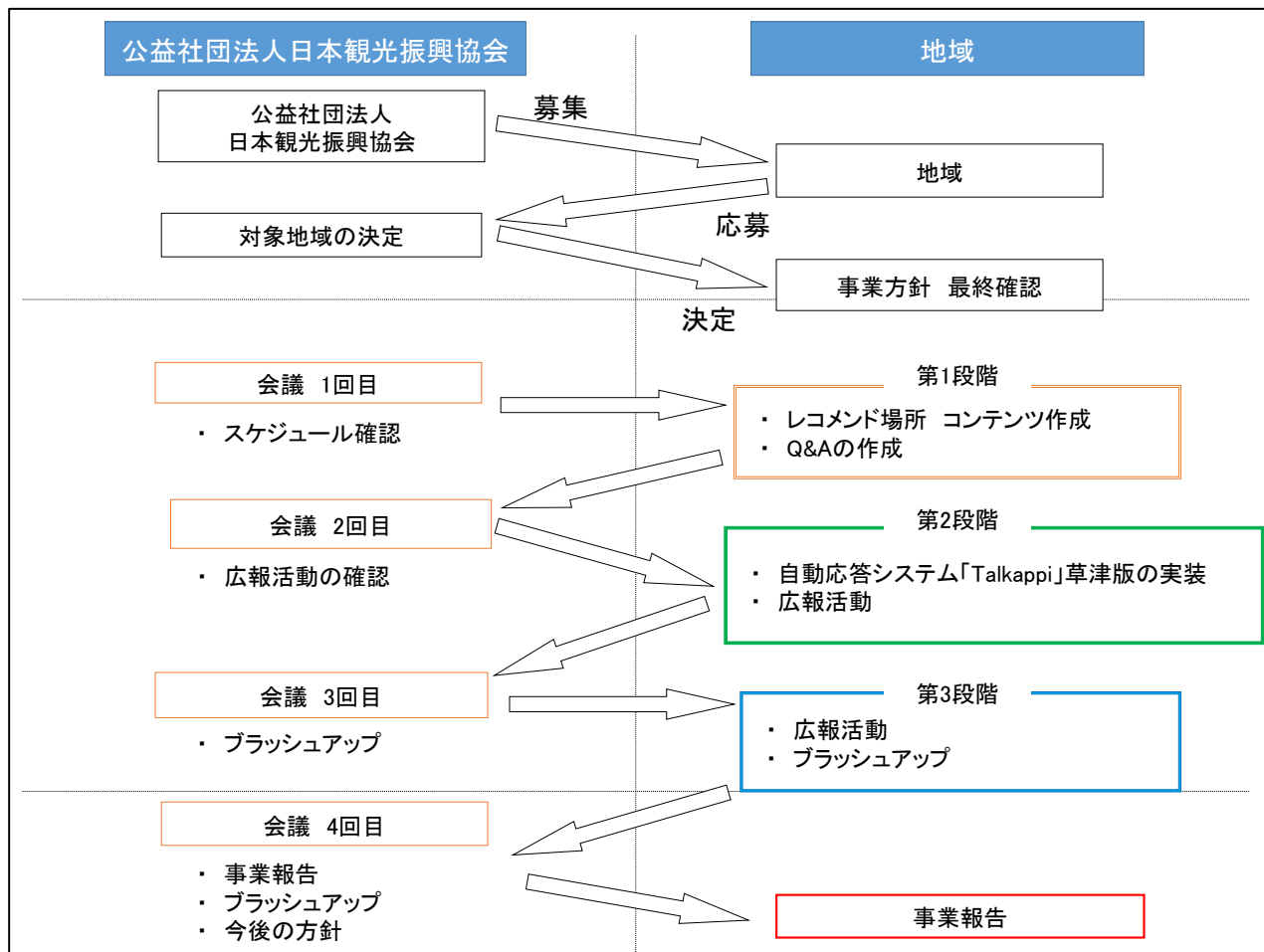
### 2. 対象とする地域

本モデル事業では観光振興・観光地域づくりに積極的に取り組んでおり、今後他の地域のモデルとなりうる事業を行っている地域を選定し、支援する。

群馬県草津町は国内有数の温泉地であり、少子高齢化、後継者不足、若者の都市部への流出、多言語対応の人材の不足などの問題を抱えている。多くの日本国内の温泉地でも同様の課題を抱えており、問題解決には至っていない。支援事業「チャットボットによる観光案内自動応答システム」の導入は、このような働き手の不足や多言語対応人材不足の解消に大いに貢献できると考える。よって地方部の課題解決の一助となり、大いに期待のできる事業であることから、群馬県草津町を選定することとした。

### 3. 本モデル事業フロー

本モデル事業のフローを示す。一例であって各地域の事情に応じて増減する。



#### 4. 支援内容

本モデル事業では1地域1年間、以下(1)の一部を支援することとなる。支援総額は1地域あたり300万円を上限とする。

日本観光振興協会(以下、協会)のノウハウを活かして実施。なお本事業は日本財団の支援を得て実施しているものであり、協会が支援する費用は申請地域に直接交付されるものではなく、当協会が直接支払い業務を行うこととなる。

##### (1) 初期費用(第一段階、コンテンツ)

###### ① コンテンツ個所数(200か所)

草津温泉観光協会では既にコンテンツ掲載箇所(宿泊施設、土産物店、飲食店等)への合意を得ており、コンテンツの洗い出しと整理を行う

###### ② 対応言語数(5言語)※英語、中国簡体語、中国繁体語、韓国語、日本語

###### ③ 設問・回答数(300問×5言語)

###### ④ 機能構築

###### ⑤ セキュリティ(保守費用は含まない)

###### ⑥ その他

アクセス数に上限はない、同時アクセス数10,000人。

1か年のモデル事業終了後、事業の更なる推進のために協会が受託事業として事業を継続することが可能である。

##### (2) 年間経費

以下①～④は発生するが、本事業での支援には含まない。

###### ① サーバー経費

###### ② システム管理・改善

###### ③ データ分析・集計・レポート

###### ④ 情報プッシュ配信

#### 5. 事業実施期間

平成30年6月～平成31年3月20日

## 6. モデル地域の概要

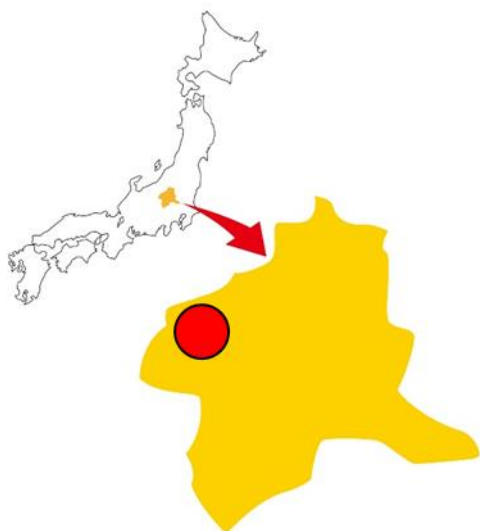
### (1) 群馬県草津町の概要

草津町は全体の面積が49.7k m<sup>2</sup>とコンパクトで、そのうちの約8割が森林である。群馬県北西部に位置し、周辺は上信越高原国立公園に囲まれ、平均標高1,200mの高原リゾート地である。1900年に町制施行し、人口は約6,500人で、その内の約9割は観光事業に従事していると言われている。(図1)、(図2)

かつての草津温泉は湯治場として栄え、江戸時代の諸国温泉効能鑑では当時の最高位東の大関の称号を与えられ、歴代武将や著名な詩人等にも愛されてきた。戦後、湯治場だけではなく気候や環境を利用した高原温泉リゾート地として変貌を遂げ、観光を産業とする町として今日に至る。

2018年(平成30年)の総入込客数は2,966,400人(前年比91.26%)であった。減少理由として本白根山及び白根山の火山活動の影響が大きいと見受けられる。また、訪日宿泊客数51,992名(前年比111%)と過去最高の数値となり、年々右肩上がりで見られている。(図3)

図1 草津温泉の位置



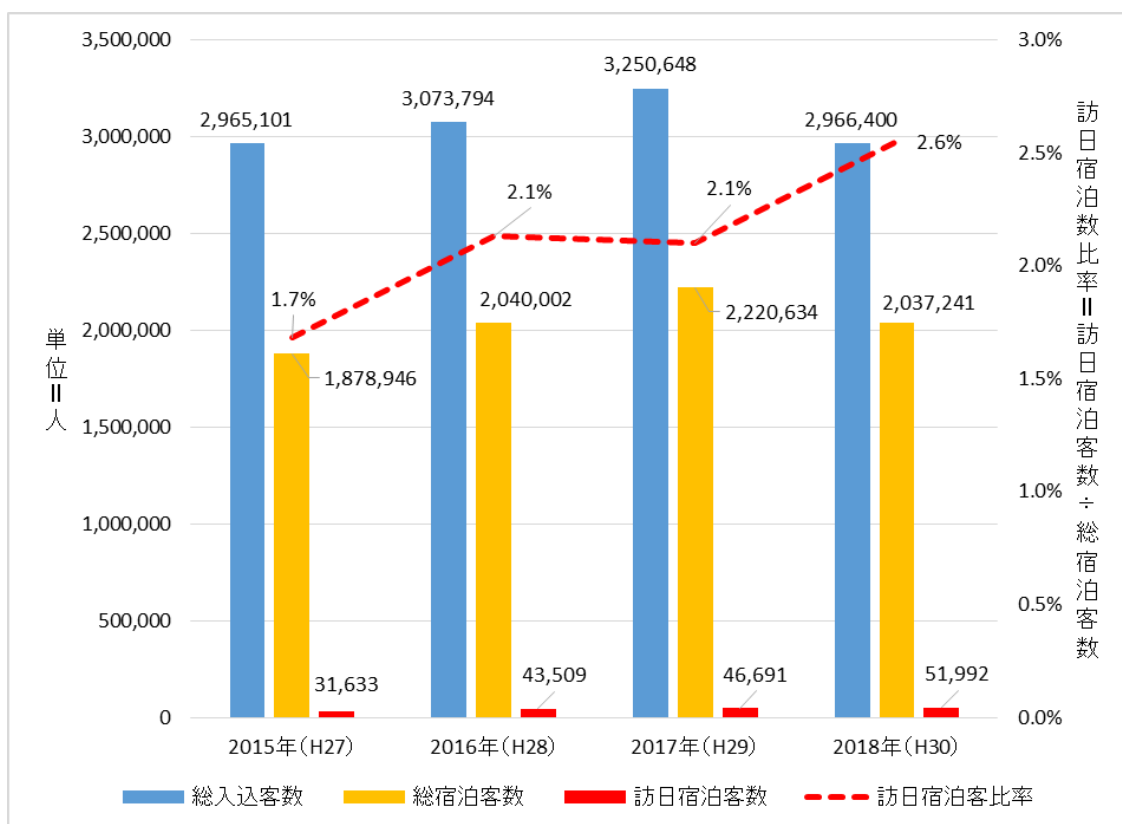
出典:(一社)草津温泉観光協会

図2 草津温泉



出典:(一社)草津温泉観光協会

図3 総入込客数・総宿泊客数・訪日宿泊客数の推移と訪日宿泊客数比率



出典:草津町観光課のデータより(一社)草津温泉観光協会が作成

(2) DMO 登録への背景

(3)

観光庁の推進事業で官民等の幅広い連携により地域の活性化を図る事業として、草津温泉観光協会を中心とし、草津温泉全体の活性化を図る観光地経営を目指すため、2016年(平成28年)8月に地域DMOとして申請し、候補法人として登録された。

登録への背景として、観光産業で成り立つ草津温泉において、ある程度その仕組みはできていると自負していたが、更なる活性化を図るために重要であることは、来訪客数の一層の増加を図ること、および観光消費額の増額や滞在時間の延長を図ることが必要であると再認識したことがあった。今までは、データに基づいた科学的な観光地経営(定量的な数値や満足度などを基にKPIを設定し、PDCAを回す。)ができておらず、『経験、勘、度胸』に頼ったプロモーションを行っていた。

この先、来訪者数の増加を望むためには、行政区である草津町役場、草津温泉旅館協同組合、草津町商工会、草津観光公社などと密接な連携を図り、事業展開を行っていく方針の下、活動を始めた。

取り組みの基本的な考え方として、従来、観光地として分断された印象があった草津温泉と呼ばれる温泉街周辺と、高原エリアを草津町全体としてマーケティング(滞在期間延長を提案するための草津温泉の再発見企画やアクティビティを初めとした所謂『タビナカ』商品の開発など)およびマネジメントし、先人が培った草津温泉を、将来に引き継ぐための基礎作りを行うこととをミッションとした。そして観光協会員約380件(宿泊業や飲食・商店中心)全体に情報を共有し、観光の在り方などの戦略を改めて広め、草津温泉に訪れて良かったと思って頂けるような地域づくりを展開していくこととした。

#### (4) (一社)草津温泉観光協会の歩み

～2016年(平成28年)DMO候補法人登録まで～

社団法人の草津温泉観光協会として1960年(昭和35年)に設立、2016年(平成25年)、一般社団法人として再スタートした。設立以来、行政と一体となり、また他団体と協働し、首都圏を中心とした観光宣伝、イベントの実施、窓口における観光案内を行ってきた。来訪客へのホスピタリティの充実や、ICTを利用した国内外への情報発信(HPなど)を強化し、温泉観光地「草津」の要としての役割を果たしている。代表的な事業として、首都圏を中心とした草津町代表による旅行会社(リアル、OTAともに)、媒体などへのトップセールス・キャラバン、プロモーションセミナーの開催など多様な事業を行ってきた。(図4)

これらが奏功し、総入込数は増加傾向となり、2016年(平成28年)の総入込数は300万人を越えた。また、冬季のイベント増加などの効果で、閑散期の入込が安定する傾向になっている。(図5)、(図6)



図4 平成26年の宣伝・販促の実施状況

月	会場	内容	詳細
7月	TIC東京	草津温泉観光プロモーション	旅行エージェントや旅行誌等の担当者を集めプレゼンを行った。
7月	東京駅周辺	エージェント訪問	東京駅周辺の旅行エージェント窓口への訪問を行った。
9月	長野原草津口駅	特急くさつ号歓迎	来訪者への総合パンフレットの配布を行った。
10月	長野原草津口駅	リゾートやまどり歓迎	来訪者への総合パンフレットの配布を行った。
11月	首都圏	首都圏トップセールス	町長を筆頭に旅行エージェント本社への訪問を行った
3月	TIC東京	宣伝会	通行者への総合パンフレットへの配布を行った。
3月	中京関西	旅行エージェント訪問	名古屋駅周辺、大阪駅周辺の旅行エージェント窓口への訪問を行った。
3月	京都駅	宣伝会	通行者への総合パンフレットへの配布を行った。

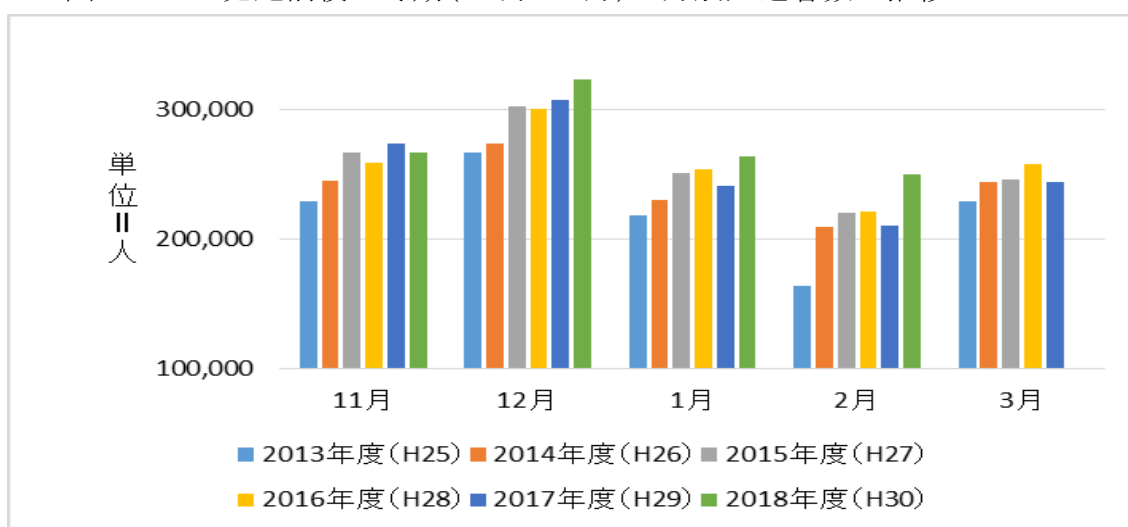
出典:(一社)草津温泉観光協会

図5 冬のイベント事例 2014年(平成26年)～

イベント名	内容
湯畑キャンドル「夢の灯り」	本物のろうそくを用いたライトアップイベントを計9回実施
草津温泉お座敷ジャズ	御座之湯にてジャズの演奏会を2回実施
草津温泉イルミネーション	湯畑周辺に行灯型のイルミネーションを設置
草津味しるこのふるまい	湯畑前にてしるこのふるまいを3回実施
かまくらライト	湯路広場にかまくら型のイルミネーションを設置

出典:(一社)草津温泉観光協会

図6 DMO発足前後の冬期(11月～3月)の月別入込客数の推移



出典:草津町観光課のデータを基に(一社)草津温泉観光協会が作成

(5) DMO 発足時点で抱える課題

2015年(平成27年)の時点で草津温泉への総入込客数は約300万人に届くところまで来た。3年後に5%増である315万人を目標とし達成への課題を検討し、大きく分け4つの課題を導き出した。

① 現状の把握および施策についての効果検証ができていない

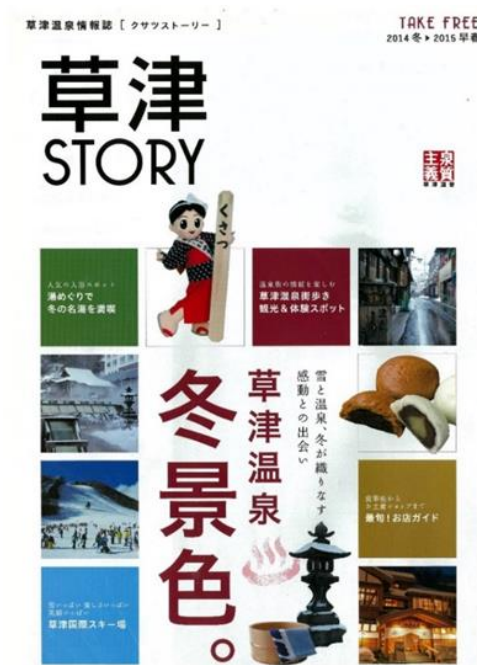
来訪者の動向や満足度についてなど、数的な手法を用いた分析結果を加味していなかったため、正確に現状の把握ができていない。また、イベント等の効果検証についても満足な調査をしていなかった。

② 効果的な宣伝活動ができていない

紙媒体を用い、駅キャラバンや展示会への参加といった宣伝活動が主であり、(一社)草津温泉観光協会のホームページの改善などを行っていたものの、動画を活用するなどの先進的な手法を取り入れていなかった。

※参考 図4 2014年(平成26年)の宣伝会の実施状況

図7 草津温泉観光パンフレットの一例



出典:(一社)草津温泉観光協会

③ 観光コンテンツ創造の必要性、素材の洗い出しと提供ができていない

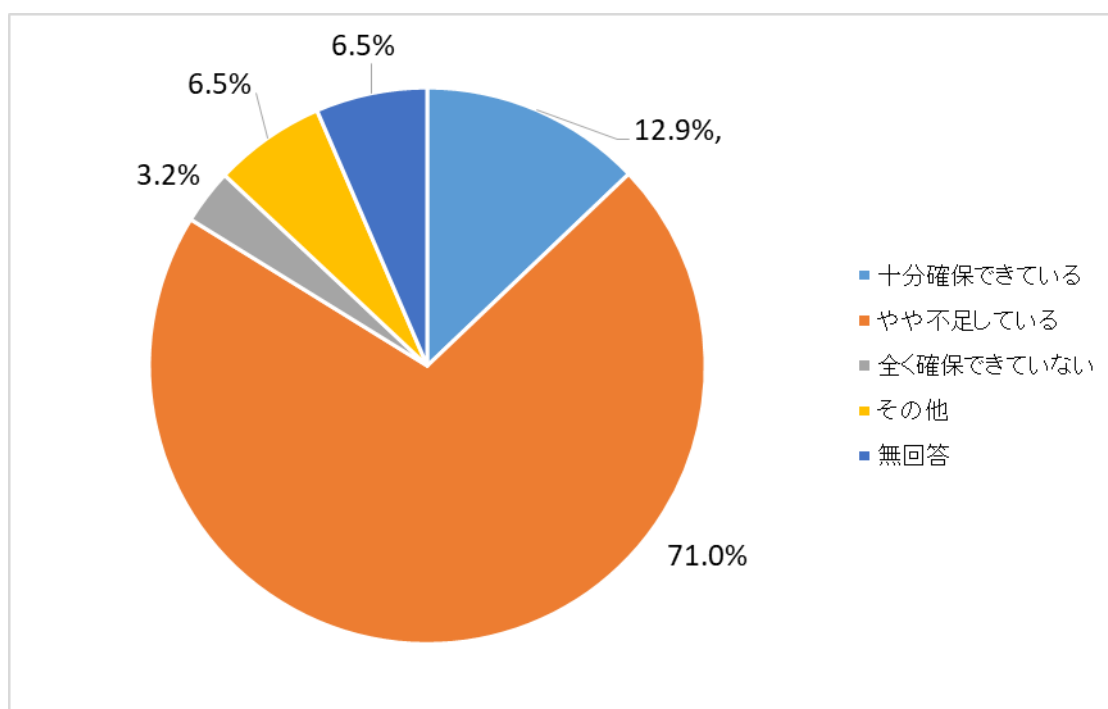
年間120回程のイベントの実施や、入浴施設や「湯もみと踊り」ショーなどの観光施設を有しているが、それらを商品化した着地型の体験コンテンツなどが不足していた。また、草津温泉における全イベントの情報などを含め、現存している観光コンテンツの把握と情報の発信ができていなかった。

④ 人材の確保・定着・育成等の、受入体制の整備ができていない

全国で蔓延している観光地の人材不足は草津温泉でも深刻な問題となっていた。その影響により、繁忙期において、100%の稼働が確保できていない。満室や満席として意図的に来訪を断らざるをえない、営業時間の縮小を余儀なくされるなど、結果として逸失利益が余儀なくされていた。(図8)

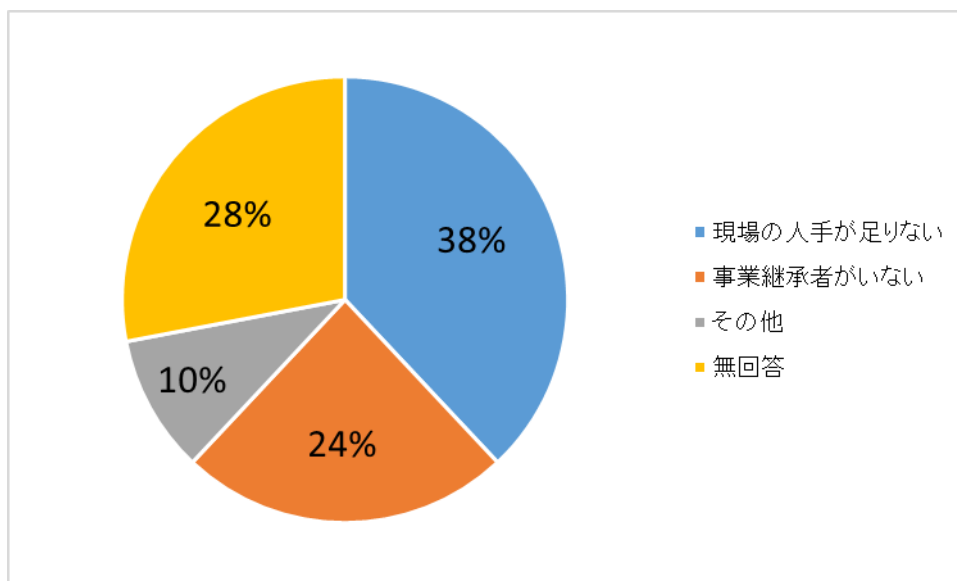
図8 宿泊施設及び商店・飲食店の人材が不足している現況調査  
(平成28年調査)

【宿泊施設経営者対象アンケート調査結果より抜粋】(N=31)



出典:(一社)草津温泉観光協会

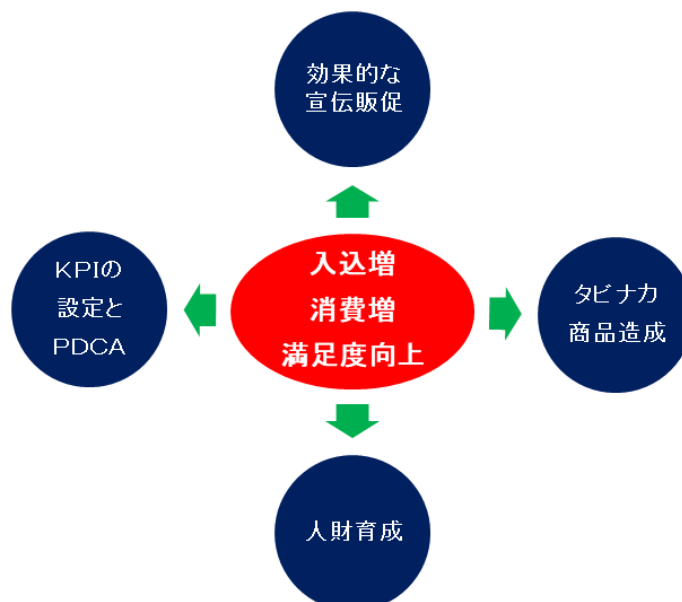
【商店・飲食店経営者対象アンケート調査結果より抜粋】(N=50)



出典:(一社)草津温泉観光協会

宿泊施設では31軒のうち74.2%が『不足している』と回答していて、商店・飲食店では回答数50軒のうち62%が『人手不足』と回答している。

図9 DMOの事業目標とDMO発足前の課題のイメージ



出典:(一社)草津温泉観光協会

(6) 課題に対する事業を行う草津温泉観光協会 DMO のテーマ

草津温泉観光協会として、前述の4つの課題を解決する為、以下の3つのテーマを軸に事業を推進する。

① 草津温泉全体のマーケティング

WEB や動画を活用したデジタルマーケティングや、来訪したお客様へのアンケートを行い観光客の意向や動向、ニーズを正確に把握し、来訪客増への戦略策定を科学的（KPI を設定し PDCA を回す）に行う。

② 雇用環境の整備と人材の確保・定着・育成

人材不足が蔓延・常態化している状況において、従業員の働き方への意識や経営者の雇用への考え方を把握し、来訪客の受入の為と従業員の働きやすい環境の整備を行う。

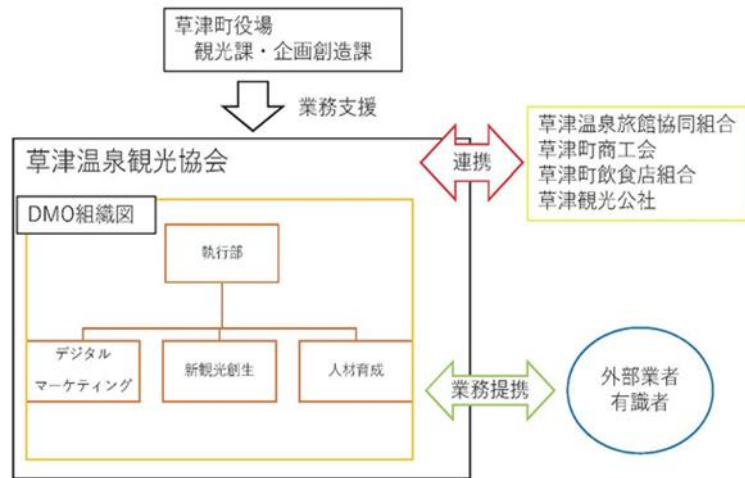
③ 若手観光人材の育成

将来を見据え、草津温泉を支える各事業分野（従来は宿泊事業分野が主体となっていた）から30代から40代を中心としてメンバーを構成した3つの部会を創設し、その活動の中で将来の草津温泉を支える世代の人材育成を行うこととした。

新設の部会は、テーマを基に、課題の改善を図ることをミッションとし、執行部の下事業を推進する組織として、デジタルマーケティング部会、新観光創生部会、人材育成部会の3部会とした。

部会の参加者は、2019年（平成31年）2月時点、宿泊施設30名、飲食店・商工関係18名で構成されている。構成人員には、観光協会理事、旅館協同組合の役員や青年部員、商工会の役員や青年部員が含まれている。執行部会においても観光協会会長、観光協会副会長、観光協会専務理事、旅館協同組合長、商工会会長、草津観光公社社長、旅館協同組合に属する組織である、女将会長、エージェント部会長と、各部会部会長が所属している。当部会には草津町の各事業分野のトップが多く所属したため、有意義な連携を図ることができている。

図10 草津温泉観光協会DMOの組織図



出典: (一社) 草津温泉観光協会

(7) 各部会の事業内容について

【デジタルマーケティング部会】

草津温泉の認知拡大や来訪への促進。広告配信等の宣伝活動をより効果的、効率的に行う。訪日外国人旅行市場の拡大を図るために、以下の4つの事業を実施する。

- ① ホームページの閲覧数などのWEB上のデータ分析や動画配信により取得したデータを活用・分析するデジタルマーケティング。
- ② 動画を活用した宣伝・販促（図11）
- ③ 国内外向けのプロモーション戦略の策定
- ④ アンケート(人海、SNSなど)を活用した効果測定

図11 公式動画のイメージ



出典: (一社) 草津温泉観光協会

### 【新観光創生部会】

草津温泉への来訪促進。来訪者の満足度向上。新規来訪者確保とリピーター確保、および観光消費額の増額と滞在時間の延長を図るために以下の3つの事業を実施する。

- ① 来訪者の意向や動向、ニーズを捉えるアンケート調査
- ② 現存コンテンツの洗い出しと新規観光コンテンツの開発(タビナカ商品の企画実施)およびイベントの実施
- ③ それぞれの施策を発信する為のキャラバンの実施や動画制作

### 【人材育成部会】

スタッフの定着化。繁忙期における受入体制の整備。育成事業による接客品質の向上。定住人口減少の食い止めへの一助を図るために以下の3つの事業を実施する。

- ① 観光従事者に対する現状把握の為の調査
- ② 人材の確保、定着、育成への取組みとして、イベントや研修の実施
- ③ 住みやすい、働きやすい環境整備

以上のように、現状把握や効果の検証を行うことにより、根拠に基づいた戦略策定を可能とし、実質的なマーケティングを可能とする仕組みづくりを形成することとした。

## (8) DMOの活動により起こり始めた変化

DMO発足以来、定量的な手法を用いた調査により、来訪者の観光動向や意向、ニーズや満足度など、指標となるデータの取得を行っている。現在は、取得したデータに基づき、日中の時間帯に幅広い年齢層が楽しめるイベントを開催するなど、今後の来訪や満足度向上につなげる取り組みを行っている。今後は、有料の着地型ツアーなど、単体で利益が得られ自立的な運営が可能な観光コンテンツの創造が課題となっていくと思料する。

今後も継続的に、来訪者に対し行ったアンケートのデータを基に戦略策定を行い、また、現在のところリピーター率や顧客満足度の目標値は達成しているが、今後の数値保持、向上を図るには、データを基にした上での、様々な層に対応した観光コンテンツの提供が急務であり、これらが将来の草津温泉への来訪客数増への鍵となっていくため、検討を重ね、商品化する。

2017年（平成29年）に実施した調査で、周遊観光の観点から群馬県内や、軽井沢等の周辺観光地の人気スポットとの間に、どの程度の行き来があるのかデータを取得し、周遊分析を行った。

図12 平成28年秋から平成29年にかけての来訪前後の立ち寄り  
(単位：件 回答総数：4,576件)

【来訪前】		
軽井沢エリア 碓氷・軽井沢エリア	377	軽井沢 (279)、旧軽井沢 (42)、白糸の滝 (28)、 軽井沢アウトレット (26)、碓氷峠 (2)
R145沿い 長野原・吾妻エリア	182	長野原町 (1)、ハツ場ふるさと館 (26)、ハツ場ダム (49)、川原湯温泉 (3)、 浅間酒造観光センター (70)、吾妻渓谷 (6)、道の駅あがつま峡 (17)、東吾妻町 (10)
六合・四万・中之条 エリア	57	四万温泉 (17)、中之条町 (7)、チャップミゴケ公園 (16)、尻焼温泉 (4)、六合 (5)、野反湖 (8)
伊香保・榛名・水沢 エリア	225	渋川市 (18)、伊香保温泉 (105)、水沢 (45)、榛名神社 (27)、榛名湖 (11)、榛 名山 (12)、伊香保グリーン牧場 (7)
沼田方面エリア	90	月夜野 (2)、吹割の滝 (25)、沼田市 (15)、谷川岳 (4)、川場村 (6) ロックハート城 (20)、みなかみ町 (12)、みなかみ温泉 (6) 宝川温泉 (2)、
日光東照宮・栃木 エリア	127	栃木県 (56)、日光市 (56)、日光東照宮 (15)
富岡周辺エリア	150	富岡製糸場 (92)、富岡市 (24)、こんにやくパーク (28)、 サファリパーク (6)
万座・鬼押 孺恋・北軽エリア	92	万座温泉 (30)、鬼押し出し園 (30)、浅間 (3)、軽井沢おもちゃ王国 (17)、孺恋村 (5)、北軽井沢 (5)
長野エリア	223	長野市 (10)、上田市 (41)、松本市 (18)、小諸市 (4)、小布施 (18)、志賀高原 (38)、渋峠・渋温泉 (8)、地獄谷野猿公苑 (3)、善光寺 (27)、長野県内 (56)
その他	-	東京都 (42)、箱根温泉 (7)、福島県 (4)、宮城県 (3)、秋田県 (7)、岩手県 (4)、新潟県 (15)、山梨県 (10)、茨城県 (8)、埼玉県 (7)、千葉県 (3)、神奈 川県 (1)、京都府 (2)、熱海 (1)、石川県 (1)、静岡県 (3)、岐阜 (1)、 ディズニールゾート (4)、前橋市 (24)、高崎市 (48)、太田市 (1)、館林市 (2)、 安中市 (4)、藤岡市 (2)、子持村 (1)、赤城エリア (8)、桐生市 (10)

【来訪後】		
軽井沢エリア 碓氷・軽井沢エリア	591	軽井沢 (527)、旧軽井沢 (5)、白糸の滝 (16)、軽井沢アウトレット (39) 碓氷峠 (4)
R145沿い 長野原・吾妻エリア	48	長野原町 (2)、ハツ場ふるさと館 (3)、ハツ場ダム (13)、川原湯温泉 (1)、浅間 酒造観光センター (21)、吾妻渓谷 (6)、東吾妻町 (2)
六合・四万・中之条 エリア	59	四万温泉 (27)、沢渡温泉 (2)、中之条町 (11)、チャップミゴケ公園 (11)、品木 ダム (2)、尻焼温泉 (1)、六合 (2)、野反湖 (3)
伊香保・榛名・水沢 エリア	150	渋川市 (13)、伊香保温泉 (88)、水沢 (13)、榛名神社 (7)、榛名湖 (11)、 榛名山 (11)、伊香保グリーン牧場 (7)
沼田方面エリア	126	月夜野 (2)、吹割の滝 (14)、沼田市 (68)、谷川岳 (6)、川場村 (10) ロックハート城 (18)、みなかみ町 (3)、みなかみ温泉 (5)
日光東照宮・栃木 エリア	102	栃木県 (35)、日光市 (57)、日光東照宮 (10)
富岡周辺エリア	153	富岡製糸場 (88)、富岡市 (19)、こんにやくパーク (35)、サファリパーク (11)
万座・鬼押 孺恋・北軽エリア	84	万座温泉 (25)、鬼押し出し園 (25)、浅間 (4)、軽井沢おもちゃ王国 (16) 孺恋村 (7)、北軽井沢 (7)
長野エリア	222	長野市 (17)、上田市 (49)、松本市 (13)、小諸市 (4)、小布施 (9)、志賀高原 (27)、渋峠・渋温泉 (10)、地獄谷野猿公苑 (1)、善光寺 (48)、長野県内 (44)
その他	-	東京都 (53)、箱根温泉 (2)、福島県 (1)、宮城県 (3)、岩手県 (1)、新潟県 (11)、 山梨県 (14)、茨城県 (4)、埼玉県 (10)、千葉県 (4)、神奈川県 (7)、京都府 (2)、 熱海 (1)、石川県 (5)、静岡県 (6)、岐阜 (7)、ディズニールゾート (4)、前橋 市 (10)、高崎市 (46)、館林市 (2)、藤岡市 (1)、赤城エリア (7)、桐生市 (3)

出典：(一社)草津温泉観光協会



今後は、分析したデータを活かしつつ周遊観光プランを造成するなど、更なる集客や選択肢が広がることによるリピーターの増加につなげたい。

また、草津町全体の課題のひとつである、就労人口の確保・定着・育成への取組みについては、2016年(平成28年)実施した宿泊施設従業員・経営者双方へのアンケート調査による情報を基に、町全体を挙げた合同入社式や従業員同士の交流会、仕事にすぐに役立つことをテーマにした研修の開催等、定着や育成を図る事業を実施し、商店・飲食店を対象とした調査も実施し、少しずつ現状把握ができていますが、人材の確保・定着・育成に関する事業の施策を継続的に行う必要がある。

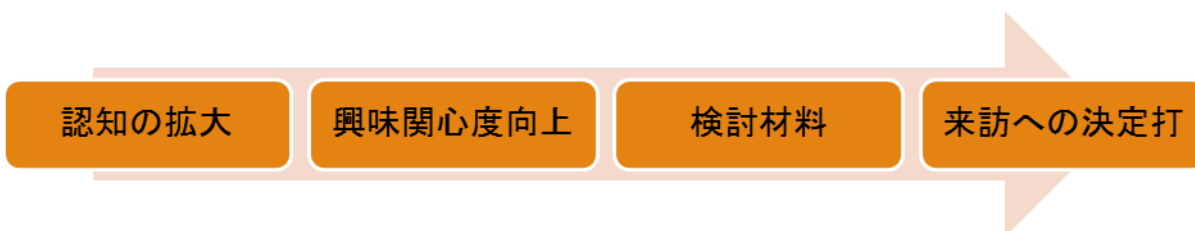
草津温泉版DMOを設立するまでは、『経験・勘・度胸』に頼ったプロモーション活動が主であり、「観光地における経営を科学する」(定量的データに基づいた分析・検証・実施)という観点からのマーケティングは行っていなかった。現在は、マーケティングの手法について、仕組みが形成されつつあり、観光協会の収益事業の主幹である『湯もみと踊り』ショーにて、適宜、満足度調査と分析を行っており、顧客満足度向上や来場者数の増加に努めるなどKKPIを設定してPDCAサイクルをまわしている。

一方で特にイベントの効果測定については、町内の経済効果に関する数値の収集が難しいため、客観的な数値による評価や検証ができていない。

### (9) デジタルマーケティングの考え方

SNS等のICTに関わる施策を活用し、訪日旅行客を含めて草津温泉への来訪を促進するのがデジタルマーケティング部会であり、検討していく施策の考え方として、下記の図を基本方針としている

図13 デジタルマーケティングの考え方



出典: (一社)草津温泉観光協会

デジタルマーケティング部会として、はじめに着手したのは、国内外問わず、草津温泉への認知拡大を図る為に、草津温泉の公式動画として、はじめに四季ごとの動画を制作。その動画を幹として、ターゲットや内容を細かく設定し、興味関心度向上から、来訪の決定に繋がるような動画の制作を行った。

その動画は、実際に動画を視聴した層や、ホームページへのアクセス、実際の来訪者の動向、新観光創生部会とも連携し、各部会で取得したデータを基に、制作を行ってきた。

配信した動画は、世界中から計450万回を越える視聴回数を獲得した。動画配信後、平成29年2月より実施している台湾からの訪問者を対象とした、草津温泉訪問の動機に関するアンケート調査の結果、当該動画を観て訪問を決めたと回答した比率が12%に達する等の効果を得られている。また、草津温泉観光協会DMOの取組みが、特に動画を活用したデジタルマーケティングについての取組みが評価を受け、第3回ジャパン・ツーリズム・アワードの地域部門賞に選定される等、取組み自体への評価が得られるようになった。

#### 来訪台湾人を対象としたアンケート調査について

- ・ 調査期間:平成29年2月から平成30年11月
- ・ 取得件数:788件
- ・ 取得方法:草津温泉バスターミナル観光案内所にて来訪した方に依頼
- ・ 草津温泉の PR 動画を視聴した方:213名 27%
- ・ PR 動画が来訪のきっかけとなったと回答した方:92名 12%

(10) デジタルマーケティングの課題

動画だけでなく、興味関心度の向上や、検討材料を提供するためには、ホームページの内容や、SNSの配信内容の精査を行う施策を検討する重要性を改めて感じた。しかしながら、観光案内所の窓口や、電話等での観光案内を行っている中で、WEB上での情報収集が十分にできていない旅行者が多いという実態を感じている。

また、近年飛躍的に増加している訪日旅行者は、草津温泉への来訪は全体の数値の割合で見るとまだ少数ではある。全国的に課題となっている、訪日旅行者の来訪数の増加は、草津温泉にとっても大きな課題である。

訪日旅行者にとっては、情報の収集が更に困難であり、旅行中も含めて、コミュニケーションが困難であるといった点の改善が課題である。そこで、国内旅行者も含めて、ホームページ等での情報検索だけでない、より旅行自体や旅行への情報収集が簡素化され、スムーズに旅行を楽しみ、満足度向上を図れる仕組みづくりが重要であるという考えに至った。

(11) 情報収集の簡便化や満足度向上への課題

前述のような、情報収集の簡便化や、満足度向上を図るための仕組みづくりとして、検討した課題は以下の通りである

- ① 専門人材(多言語対応)の不足  
観光案内所では、常に多言語対応が可能なスタッフは配置できていない
- ② 観光案内のスタンダード化が困難  
全ての質問に全てのスタッフが同じ回答をするのは困難である
- ③ 営業時間の制限  
観光協会及び観光案内所の営業は午前8時30分～午後6時までである
- ④ 人件費の確保が困難  
スタッフの増加、及び営業時間の延長の為へのコストが算出できない

そこで、上記の課題を克服し、来訪者の一層の満足度向上と需要増を目指すとともに、地域の観光収支向上に貢献するための先進的な環境整備が、(一社)草津温泉観光協会の喫緊のタスクとなった

## II 自動応答システム「talkappi」の開発・導入

### 1. 多言語チャットボット導入の経緯

前述(I-10)の課題を克服するため、草津温泉を訪問する旅行者に情報収集のツールとして、24時間／365日いつでも、どこでも、且つ多言語で情報検索や情報提供が可能なサービスの構築が必要であると考えた。そこで最も有効な手段として、グローバルでは2016年頃から観光事業でも活用されているAI(人工知能)を活用した双方向情報発信システムであるチャットボットの導入が最適と考え、当事業実施の検討に着手した。

この分野では、日本は欧米、中国に比べて立ち遅れているが、観光庁の「訪日外国人の消費動向調査」によると、日本滞在中に旅行情報源入手で役に立ったツールの内、外国人旅行者の80%以上がスマートフォン(タブレット端末含む)と回答している現状に鑑み、外国人旅行者誘客を促進している、国の方針と、今後日本で開催されるラグビー・ワールドカップ(2019年)や、東京オリンピック・パラリンピック(2020年)などの世界的なイベントで、一層の訪日外国人旅行者増加が予想される中、スマートフォン(タブレット端末含む)をツールとするチャットボット環境の整備が草津温泉にとって急務であると考えた。(併せて、PCにも対応可能とする。)

### 2. 草津温泉版チャットボットの仕様

#### (1) メッセージアプリ連携

LINE／Facebook Messenger／WechatおよびWeb

※スマートフォンおよびPC上の(一社)草津温泉観光協会のホームページのTOP画面の専用アイコンまたは所定QRコードで連携

#### (2) 言語数

英語・中国語(繁体・簡体)・韓国語・日本語の5言語

#### (3) コンテンツ箇所数

200箇所(初年度は(一社)草津温泉観光協会の会員施設と主要観光スポットを実装)

#### (4) 設問・回答数

300×5言語

(5) 機能構築

会話履歴のデータ管理、分析、情報プッシュ配信

(6) その他

アクセス数は上限なし

(7) 補助事業会社(チャットボットの開発会社)

株式会社アクティバリューズ

東京都渋谷区代々木1-3-14代々木ANNEX308

代表取締役 陳 適

(同社のチャットボットシステム『talkappi』を草津温泉版にカスタマイズ) (図14)

### 3. 草津温泉版チャットボットが目標とするもの

草津温泉の地域情報を24時間／365日を通して言語(英語、中国語(簡体、繁体)、韓国語、日本語の5言語)バリアの無い、双方向情報発信システムを実現する。

併せて、当事業の特長は、利用者の会話履歴のデータ収集し、会話数や回答ができなかった質問などの分析を行い、AIに追加学習させることで対応情報の精度向上を図ることが可能である。これにより事業年数を重ねる毎に、より高度な双方向情報発信が可能となる。現在のテクノロジーではAIによる回答の精度はサービスイン時で70%程度と予想される為、中長期事業展開で追加学習をさせることにより、100%に近づけることが必要となる。

当事業は、継続して実施することにより、蓄積した利用者のデータ(国籍別・居住地別、性別、年代別等の属性や質問内容から見える興味・関心など)の分析結果および満足度から精緻なターゲティング(属性、興味・関心など)を見極めてKPIとして設定し、効果を定量数値化して可視化するとともに、狙ったターゲットに草津温泉の魅力が伝わりやすいプロモーションを実施することで、旅行者誘致事業の仕組みづくり構築が可能となる。

図14 チャットボットの仕様イメージ

注:『talkappi』:株式会社アクティバリューズが提供するチャットボット・システムの商標

## 多言語AIチャットボット talkappi

- 日本人、外国人（在住・旅行者）をAIが手助け
- 5言語（英、中簡、中繁、韓、日本語）に対応
- 世界中で使われているSNS（Facebook, Line, WeChat）に対応



talkappi

3

©ActiValues, Inc

Confidential

## talkappiができること



talkappi

4

©ActiValues, Inc

# talkkappiで実現できること



# talkkappiのご利用方法

Confidential



出典: (株)アクティバリューズ

#### 4. 導入の為の域内関係各所との合意形成と協力体制の構築

最初に(一社)草津温泉観光協会の理事会やDMO部会等に対し、当事業の趣旨説明を行った。当初は観光地に於けるAIやチャットボットの事例が少ないことへの不安や、当町では地域全体の情報配信といった事例が少ない事への不安の声が挙がったが、平生から当町では常に連携を取りながら様々な施策に取り組んできた歴史があるため当事業への理解と合意形成が早かったと考える。具体的な作業に於いては観光協会会長を中心に関係各所への説明を行い、草津町町役場、草津温泉旅館協同組合、草津町商工会、草津観光公社、及び草津町飲食店組合等に協力を仰ぎ、チャットボットシステムのコンテンツ、設問・回答内容に関わる、町全体の情報を正確に伝える為の体制を構築した。

#### 5. FAQ(『よくある質問』)やシステム構築のための準備

##### (1) コンテンツの作成に係る業務

最初に(一社)草津温泉観光協会の理事会やDMO部会等に対し、当事業の趣旨説明を行った。当初は観光地に於けるAIやチャットボットの事例が少ないことへの不安や、当町では地域全体の情報配信といった事例が少ない事への不安の声が挙がったが、平生から当町では常に連携を取りながら様々な施策に取り組んできた歴史があるため当事業への理解と合意形成が早かったと考える。具体的な作業に於いては観光協会会長を中心に関係各所への説明を行い、草津町町役場、草津温泉旅館協同組合、草津町商工会、草津観光公社、及び草津町飲食店組合等に協力を仰ぎ、チャットボットシステムのコンテンツ、設問・回答内容に関わる、町全体の情報を正確に伝える為の体制

図15 草津温泉内の参考ホームページ

サイト名	URL
草津温泉ポータルサイト「湯Love草津」	<a href="https://www.kusatsu-onsen.ne.jp/">https://www.kusatsu-onsen.ne.jp/</a>
草津温泉観光協会サイト「湯Love草津」	<a href="https://www.kusatsu-onsen.ne.jp/top.php">https://www.kusatsu-onsen.ne.jp/top.php</a>
草津温泉旅館協同組合サイト「ゆもみねっと」	<a href="https://www.yumomi.net/">https://www.yumomi.net/</a>
草津町飲食店組合サイト「うまいとこナビ」	<a href="https://kusatsu-food.com/">https://kusatsu-food.com/</a>

出典:(一社)草津温泉観光協会



図16 コンテンツ内訳

宿泊施設	飲食店	商店	観光スポット・イベント
107件	91件	41件	96件

出典：(株)アクティバリュース

(2) FAQ(『よくある質問』)一覧作成に係る業務

株式会社アクティバリュースにて日本全国の各観光協会、観光案内所やガイドブックなどの紙媒体を含めた情報を収集し、その中から草津温泉の特性も踏まえた上で必要な情報のみを抽出して設問一覧を作成した。現状では全国の全ての観光協会自体にFAQが整備されているわけではなかったため、作成する作業に時間を要した。

そこに、平生、(一社)草津温泉観光協会が旅行者から電話や観光案内所の窓口で受けている問い合わせの内容を加味しながら、必要なFAQ一覧を作成した。また、宿泊施設については草津温泉旅館協同組合に協力を仰ぎ、各宿泊施設に対してヒアリングシートを配布・回収し内容を反映した。これにより利用者が宿泊施設を探す際に、チャットボット内で横断的に条件検索することを可能とした。(図17)

図17草津温泉旅館協同組合対象AIチャットボットヒアリングシート

草津温泉観光協会 AI チャットボット アンケート

1. 貴施設名をご記入ください \_\_\_\_\_
  
2. お風呂について、教えてください（複数回答・対応しているものにチェック☑）
  - 男女別温泉浴場あり
  - 露天風呂あり
  - 貸し切り風呂あり
  - 混浴風呂あり
  - 日帰り入浴可能
  - その他（ \_\_\_\_\_ ）
  
3. 露天風呂付の部屋はありますか？
  - あり
  - なし
  - その他（ \_\_\_\_\_ ）
  
4. 子供の宿泊の対応について、教えてください？
  - 歓迎
  - 小学生以下は利用不可
  - 小学生未満は利用不可（小学生は可）
  - その他（ \_\_\_\_\_ ）
  
5. お一人様むけ宿泊プランはありますか？
  - 利用可
  - 利用不可
  - その他（ \_\_\_\_\_ ）
  
6. 飼い犬・猫等の愛玩用ペットと一緒に泊まりますか？
  - 可能
  - 不可
  - その他（ \_\_\_\_\_ ）

7. ペットと一緒に泊まれる場合、どのような条件がありますか

(例：猫のみ可、体重〇kgまで、ケージから出さない、など)

8. 団体、合宿（10名以上目安）の宴会場対応はできますか

対応可

対応不可

その他 ( )

9. 記念日向けの手配（誕生日のお花やケーキなど）代行はできますか

対応可

対応不可

その他 ( )

10. どのような宿泊プランがありますか（複数回答・対応しているものにチェック☑）

素泊まり

朝食付き

夕食付き

朝食、夕食付き

デイユース

その他 ( )

11. 食事の提供で対応しているものがあればチェック☑をしてください

	バイキング	部屋食	個室	お子様向け メニュー
朝食	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
夕食	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. タバコの対応について教えてください

全客室禁煙

一部客室は喫煙可能

全客室喫煙可能

その他 ( )

13. どのような部屋タイプはありますか (複数回答・対応しているものにチェック☑)
- 和室
  - 洋室
  - 和洋室
  - その他 ( )

14. 草津温泉バスターミナルとの間の無料送迎はありますか (定期・随時は問いません)
- あり
  - なし
  - その他 ( )

15. 対応しているクレジットカード等の支払い方法をチェックしてください (複数回答・対応しているものにチェック☑)
- VISA
  - Master
  - JCB
  - American Express
  - Diners
  - 銀聯 (Union Pay)
  - Ali Pay (支付宝)
  - WeChat Pay (微信支付)
  - その他 ( )

16. 記施設で外国語対応を行っていただければ状況を教えてください。宿泊前の問い合わせや宿泊中の施設案内など。常勤・非常勤かどうかや、対応の水準は問いません。  
(複数回答・対応しているものにチェック☑)

	英語	中国語	韓国語
自社従業員が対応	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
外国語の施設案内を作成	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
自動応答チャットボット	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. 対応しているバリアフリー設備があればチェック☑をしてください (複数回答)
- 段差の解消
  - 館内の通路・階段に手すり
  - 浴槽に手すり

17. 対応しているバリアフリー設備があればチェックをしてくださいのつづき…

- 介助者なしでの館内車いす移動
- 介助者ありでの館内車いす移動
- フロア移動時のエレベーター利用
- 駐車場の優先スペース設置
- 車椅子対応共用トイレ
- 多目的トイレ
- バリアフリー対応客室
- 館内通路に点字ブロック
- 館内案内に点字表示
- 非常用館内放送設備
- 従業員が手話で対応
- 耳の不自由な方向への警報ランプ対応客室
- 現時点では上記のどれも対応していない
- その他 ( )

18. 差し支えなければ、アンケート回答者様の連絡先をご記入ください。

※アンケートの内容の確認にのみ使用いたします。

担当者氏名 \_\_\_\_\_

電話番号 \_\_\_\_\_

メールアドレス \_\_\_\_\_

ご協力いただき、誠にありがとうございました！

8月29日（水）までにファックス（FAX88-3183）にて旅館組合まで提出してください。  
窓口まで直接お持ちいただいてもかまいません。

草津温泉旅館協同組合

Tel: 0279-88-3722

FAX: 0279-88-3183

出典: 草津温泉旅館協同組合

### (3) 実装に係る業務

上記(図17)の内容ならびにFAQについて株式会社アクティバリューズが『tal kappi』上に実装した。サービスインした後に、(一社)草津温泉観光協会や草津温泉旅館組合が試験的に利用することで、気づいた点を指摘し、適宜、株式会社アクティバリューズにて修正対応を行なった。また、チャットボットサービスとして、公平性を考慮し、飲食店や宿泊施設を検索する際にはランダムで表示する機能も実装した。

### III 自動応答システム「talkappi」に関する広報活動

#### 1. 公益社団法人日本観光振興協会発信プレスリリース

図18のとおりプレスリリースを発信し、日本観光振興協会会員、ならびに関係各所へ周知をおこなった。

- (1) 発信日時：平成30年9月3日(月) 14時00分
- (2) 発信先：国土交通記者会、交通運輸記者会

図18 (公社)日本観光振興協会 プレスリリース資料

The image shows a press release document. At the top left is the logo of the Japan Travel and Tourism Association (JTTA) with the text '公益社団法人 日本観光振興協会' and 'NEWS RELEASE'. To the right, in a box, is the date '平成30年9月3日' and contact information for the Kusatsu Onsen Tourism Association. The main title is '一般社団法人 草津温泉観光協会 チャットボット(AI)の利用開始！'. The body text explains that JTTA is supporting the Kusatsu Onsen Tourism Association's project to use an AI chatbot to improve customer service. It mentions that the chatbot will be used on the association's website, LINE, Facebook Messenger, and WeChat. The document also includes a photo of a night view of a traditional Japanese building with many lit-up lanterns, and a screenshot of the chatbot interface. At the bottom, it states that the project is supported by the Nippon Foundation.

出典:(公社)日本観光振興協会

またプレスリリースは日本観光振興協会ホームページに掲載し、周知を図った。  
(図19)

図19 日本観光振興協会ホームページ

公益社団法人 日本観光振興協会  
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

検索 会員ログイン

関連リンク リンク掲載について プライバシーポリシー サイトマップ

ホーム 協会の概要 事業の紹介 入会のご案内 協会へのアクセス お問い合わせ

## ニュースリリース

ホーム > ニュースリリース

1 2 3 4 次へ

2019年01月07日	調査研究	2019年1月連休の観光予報
2018年12月25日	支部事業	ほんまにえとこ関西観光展 in 横浜を開催します。
2018年12月03日	調査研究	2018年12月連休の観光予報
2018年11月01日	調査研究	2018年11月連休の観光予報
2018年10月05日	観光情報	関東地方における紅葉の見ごろ予想について
2018年09月20日	調査研究	2018年10月連休の観光予報
2018年09月18日	観光地域づくり	酒豪ツーリズム ツーリズムEXPOジャパン2018 出展・セミナー開催
2018年09月03日	観光地域づくり	一般社団法人草津温泉観光協会「チャットボット(AI)の利用開始」
2018年09月03日	観光地域づくり	一般社団法人草津温泉観光協会「観光地域づくり」を開始！
2018年08月24日	提言・広報	第4回ジャパン・ツーリズム・アワード 賞状決定！
2018年08月02日	観光地域づくり	日本酒豪ツーリズム推進協議会支援事業について(モデル地域の公募) 支援先の決定
2018年08月02日	調査研究	2018年8月中旬週末の観光予報

Supported by 日本財団 THE NIPPON FOUNDATION

ツーリズムEXPOジャパン 2019年10月24日～27日 インテックス大阪  
～前日26日(土)・27日(日)

全国 観るなび nifru-navi  
公益社団法人日本観光振興協会

宿泊施設バリアフリー化促進事業

第67回日本観光 応募受付中  
ポスターコンクール  
平成31年1月11日(金)12:00まで

観光地域づくりの新しい潮流に学ぶ  
DMOなび

日本観光振興アカデミー

出典: (公社)日本観光振興協会ホームページ




## 2. 一般社団法人草津温泉観光協会発信プレスリリース

上記Ⅲ-1と同時にプレスリリースを2018年9月3日に発信した。(図20)(図21)(図22)

図20 (一社)草津温泉観光協会 プレスリリース資料

報道関係各位 平成30年9月3日

草津温泉観光をより快適に！  
観光情報を網羅したAIチャットボット導入！



草津温泉の入込客数は年々増加しており、全体の数値で見ると国内旅行者が多数を占めておりますが、日本全国で増加しているインバウンドも比例して増加傾向にあります。


現状、情報取得の満足度は国内旅行者においても低く、訪日旅行者にとっては、言語環境の整備が行われていないことに不満を感じている方も多く、また、観光庁の調査によると旅行での情報源で役立ったものはスマートフォンやタブレットと80%の旅行者が回答しているものの、当方で提供している情報から必要な情報を取得できていない可能性が高いと考えています。これは、飲食店やみやげ物の情報を取得できていないまま観光案内所に来訪する国内旅行者も多いことから想定できます。国内及び訪日旅行者において、両面に対応できる、より利便性の高く、スマートに情報を収集できる仕組みを構築することが重要であると考え、チャットボット(AI)の導入を行いました。

当協会のチャットボットは、公益社団法人日本観光振興協会(本部:東京都港区 会長山西健一郎)が平成30年度DMO形成に対する支援事業(※)として株式会社アクティブリユーズが制作しました。


当観光協会の国内外の同HPのWEB展開。そしてLINE・FacebookMessenger・WeChatといったSNSでも展開しており、言語は日本語・英語・中国語(繁体・簡体)・韓国語の5ヶ国語に対応。観光案内だけでなく、旅行についての過ごし方等の情報も得ることができます。

2016年より展開している草津温泉の魅力伝えるPR動画での認知拡大から、旅マエ・旅ナカの情報収集をよりスムーズに行える施策を具現化したことによる一連のデジタルマーケティングとして、2018年9月1日より運用を開始します。その後は、実際の利用状況等について情報を取得し、AIの特製である学習機能を十分に活用し、より有用性の高い仕組みづくりを構築していきます。

草津温泉観光協会HPで展開  
<https://www.kusatsu-onsen.ne.jp/top.php>



このリリースに関するお問い合わせ  
草津温泉観光協会 福田 俊介  
電話：0279-88-0800  
Mail：s-fukuda@kusatsu-onsen.ne.jp



※日本財団の助成により達成した「観光地域づくり支援基金事業」の一部として実施するもの。

出典:草津温泉観光協会

図21 (一社)草津温泉観光協会のプレスリリース先(2018年9月3日)

社名	支局
上毛新聞社	中之条支局
毎日新聞社	前橋支局
読売新聞社	前橋支局
朝日新聞社	前橋支局

出典:(一社)草津温泉観光協会

図22 上毛新聞(2018年9月1日)

**温泉観光AIお薦め**  
 今月からホテルや飲食350軒

**外国人誘客へ 多言語に対応**

外国人観光客の誘客につなげようと、草津温泉観光協会(中沢教会長)は9月から、英語と中国語、韓国語での観光関連の質問に人工知能(AI)が自動応答するサービスを導入する。スマートフォンアプリで無料利用でき、アクセス方法や希望条件にあつた協会加盟施設を手軽に調べられる。

導入するのはアクティバリエイブ(東京)が開発したAIチャットボット「たんぼろう」。カブト、無料通信アプリ「LINE」や「メッセージ」や「WeChat」などで友達登録し、トークルームで質問すると、AIが割合は低い。

日本では大きな空港や駅、一部のホテルなどに限られている。いち早く取り入れて案内機能を充実させた」と話している。

今後の人口減少を見据え、インバウンド(訪日外国人客)対策が喫緊の課題だが、協会職員で英語に堪能な人は少なく、英語以外の外国語には対応できないのが実情。人手不足が深刻な中で多言語対応が可能な人材を確保するより、24時間対応可能なAIが効果的だと判断した。質問を蓄積したり、旅行後に感想を尋ねたりすることで、マーケティングやサービス向上にも活用できる。

協会や加盟店は友達登録用のQRコードを店頭などに掲示してサービスの利用を促す。中央会長は「海外では活用が進んでいるが、

出典:(株)上毛新聞社

注:上毛新聞は、ブロック紙への個別リリースにより、9月3日以前に掲載

### 3. その他広報活動実績

#### (1) 広報活動実績

(一社)草津温泉観光協会では、観光案内所(2ヶ所)でのQRコードを印刷した専用カードの配布や、(一社)草津温泉観光協会ホームページと同外国語ページにおいて、チャットボット接続のアイコンを掲載している旨を、旅行者、国内の旅行会社、OTA(オンライン旅行会社)に対し説明を行っている。(図23)、(図24)、(図25)

その他、掲示物及び情報を盛り込んだチラシを制作し配布を行った。(図24)株式会社アクティバリューズからは、2018年10月のインバウンドエキスポに出展した際に、(一社)草津温泉観光協会がチャットボットを導入しているという説明をすると、他業者や来訪者から強い関心を抱いてもらうことができたとの報告があった。

また、株式会社アクティバリューズは、自社営業資料にチャットボットの具体的な導入事例として草津温泉版チャットボットを紹介し、併せて同社のホームページ(<https://talkappi.com/>)に於いても同様に紹介しながら、訪日旅行者誘客のモデル事業として推奨している。

図23 草津温泉観光協会公式ホームページへの掲載イメージ



出典:(一社)草津温泉観光協会

図24 (一社)草津温泉観光協会の主な広報活動

時期	内容	詳細
2018年9月	ツーリズムEXPOジャパン	ブース訪問者へのカード配布やチラシの配布を行った。
2018年11月	トップセールス	旅行エージェント本社へ訪問し、趣旨を説明した。
2019年2月	TITF (タイ国際旅行博)	ブース訪問者へカードの配布を行った。

図25 配布カードおよび掲示物のイメージ



図26 配布したチラシのイメージ(抜粋)



出典: (一社)草津温泉観光協会

## (2) 広報活動に対する反応と効果および今後の活動

(一社)草津温泉観光協会としては、現在のところ、周知徹底が不十分なところもあり、目立った問合せは受けていないが、引き続き地域内外に向けて広報・啓蒙活動を行う方針である。

具体的展開として、群馬県内に於いては、2019年3月11日に草津町で県内のDMOを対象に開催したDMO会議の場で、(一社)草津温泉観光協会のチャットボット事業に関するセミナーを実施し高い関心を集め、県内の(一社)水上温泉観光協会が早速、検討に着手する予定である。

また、訪日外国人旅行者誘客を目的に、当事業をグローバルに発信するため、(公社)日本外国特派員協会(FCCJ)と連携し、第1弾として2019年4月に台湾のメディア(FCCJの会員会社)を草津温泉に招聘し、チャットボット事業のプレゼンテーションと体験、および草津温泉の観光資源の視察を実施することが確定している。以降、その他地域(アジア、欧米など)のメディア対象でも積極的に実施する予定である。

他方、株式会社アクティバリューズへは、同社の営業活動を通して各自治体や観光協会など(含むDMO)から、導入の際の際の費用感や工程および効果についての問い合わせが一定数寄せられており、これらの結果として各自治体、観光協会等(含むDMO)による新規導入または検討の引き金効果に繋がっていると思料する。(図27)

図27 株式会社アクティバリューズへの問い合わせ件数

地方	件数
北海道地方	1
関東地方	2
中部地方	3
関西地方	3
四国地方	2
九州地方	6

出典:(株)アクティバリューズ

## IV 自動応答システム「talkappi」分析・データ収集、ブラッシュアップ

### 1. 観光案内所とチャットボットサービスの役割

導入から約6ヶ月後の2019年2月現在、旅行者による観光案内所の利用方に大きな変化は見られていない。要因として、観光案内所の窓口において、現行でも旅行者からの『よくある問合せ』として、「湯畑は知っているが、場所がわからない」、「湯もみを観たいが時間が分からない」などが多くある。また、「宿泊先は予約しているが、過ごし方については全く計画をたてていない」という旅行者もいる。

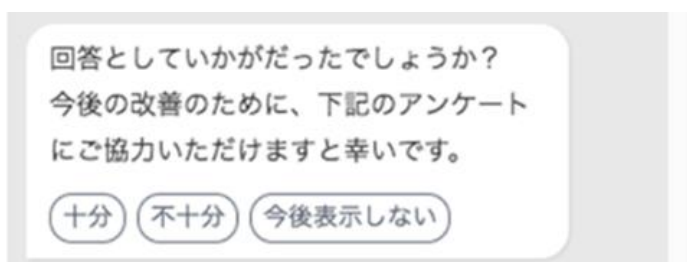
これらのことから、(一社)草津温泉観光協会のホームページ等で情報を収集していない、若しくはしきれていない旅行者がいるためと推測される。かかる状況に鑑み、今後はチャットボットを活用することにより、ホームページで情報検索するよりも更に快適に情報収集が可能な環境を構築し、上記のような基本情報の周知不足といった課題克服への対策としたい。また、情報収集をせずに訪問しても、チャットボットを活用し、タビナカ(旅行中)の思い立った時に、いつでも必要な情報収集を行うことが可能となるため、観光案内所営業終了後の情報収集が困難な場合のストレスも緩和されると思われる。

若年層の旅行者が増加している現状の中で、地図などの資料の入手希望者は目立つが、実際に観光案内所で質問をする旅行者は少ない。そこでチャットボット導入に際し、観光案内所を訪れた10組の旅行者に、ヒアリングを行ったところ、観光案内所のスタッフに質問をするのは『気恥ずかしい』、というような回答があった。また、電話に出るのが恥ずかしいのでSNSでコミュニケーションを取ると言った昨今の若者事情に鑑み、チャットボットを活用した情報収集を推奨する重要性が改めて確認されたため、営業時間の制約があっても対面の情報提供が必要な旅行者への観光案内所と、AIによる双方向情報提供が場所を問わず24時間／365日可能なチャットボットとの役割を明確にし、引き続き広報活動を行っていく方針である。

## 2. 利用者の満足度調査

2019年1月中旬から2月末にかけてチャットボットに関する満足度調査を実施した。調査方法は、利用者が(チャットボット上に)入力した「質問」に対する「回答」に対して、その回答の満足度を「十分」「不十分」「理由(自由入力)」で記入する仕様とした。(図28)

図28 満足度調査 表示イメージ



回答としていかがだったでしょうか？  
今後の改善のために、下記のアンケート  
にご協力いただけますと幸いです。

十分 不十分 今後表示しない

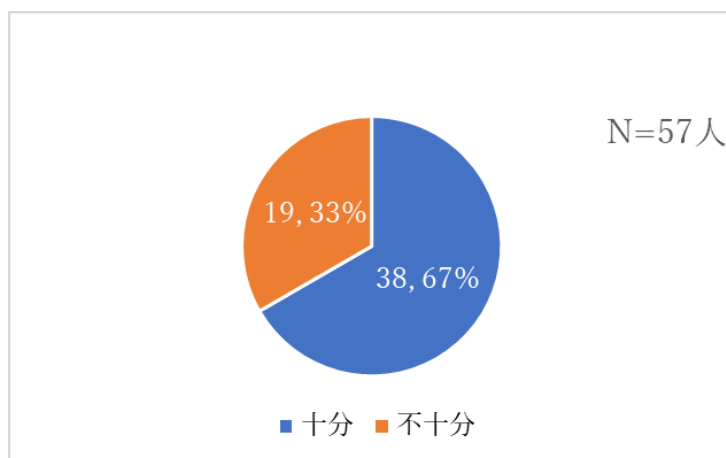
出典:(株)アクティバリュース

- (1) 調査期間 : 平成30年1月18日～平成30年2月28日(継続中)
- (2) 調査対象 : チャットボット利用時、回答を得た利用者
- (3) 回答数 : 57人 ※十分と回答した人数:38人=67%(図27)
- (4) 不十分と回答した理由(自由記述の抜粋)

### 【不十分項目への対応策】

『湯もみショー』情報の詳細化及びライブカメラページのURLの添付など行った。

図29 満足度調査結果:十分・不十分比



出典:(株)アクティバリュース

## V 今後の課題

### 1. 草津温泉版チャットボットの課題

#### (1) 利用者数が想定より少ない

2018年9月1日の運用開始以降、2019年1月末までの5ヶ月間の利用者総数は1,876名、総会話数は21,852件(1人当たりの会話数が11.6件)で、想定(導入から6ヶ月は1,000名/月)していた人数よりも、利用者が少ない結果となった。利用者の情報を収集する為に、利用者増加に向けた宣伝活動の充実化が急務である為、旅行誌やWebメディアへの掲載依頼、外国メディアによる取材ツアーの実施および観光案内所窓口での告知カード(図23)配布の徹底等、チャットボット導入に関する告知の露出強化を図る予定である。

#### (2) 情報のブラッシュアップの必要性

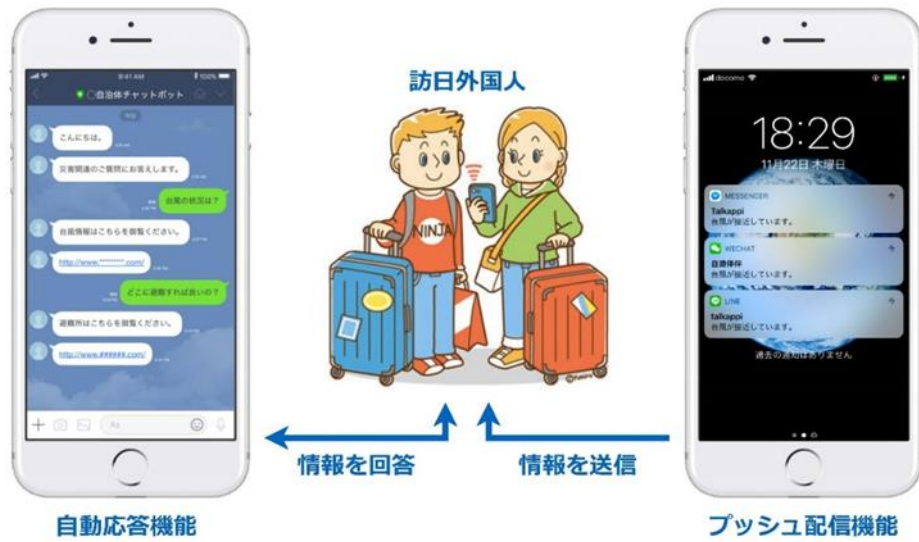
実装後、情報の修正や小まめな改善等を行っているが、併せて会話履歴のデータ管理およびデータ分析を基にしたAIの特性である学習機能の活性化をさせることが重要であると思料する。群馬県が対象方面となった、JR東日本のデスティネーション・キャンペーン(2019年プレキャンペーン、2020年本キャンペーン、2021年アフターキャンペーン)や、2019年のラグビー・ワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック等の国際的なイベントの開催などで、国内外の旅行客の増加が見込める状況にある中、多くの情報発信が必要とされる状況において、当事業のブラッシュアップは急務であり、情報発信の基軸にする為の整備が必要である。

また、今後は、観光情報だけでなく、防災情報(地震、台風、火山の噴火などの情報)にも対応可能な機能を追加構築し、緊急避難場所の掲示や、有事の際の該当大使館・領事館の連絡先などが検索または、プッシュ送信ができるなどの環境を整備していく予定である。(図30)



図30 防災機能のイメージ

## 防災機能：情報提供のパターン



## 多言語災害情報のリアルタイム配信



## 災害対応プッシュ送信のイメージ



Facebook Messenger



LINE



WeChat





## VI 資料編

1. モデル事業申請書
2. FAQ(抜粋)

1. モデル事業申請書

(様式1)

応募団体資料

申請者	団体名	一般社団法人 草津温泉観光協会
	代表者役職・氏名	会長 中澤 敬 
	所在地	〒377-1711 群馬県吾妻郡草津町28 草津温泉バスターミナル1F
連絡担当窓口	団体名	一般社団法人 草津温泉観光協会
	氏名	福田 俊介 志方 紀雄
	所属・役職	主事(福田) 顧問(志方)
	所在地	〒377-1711 群馬県吾妻郡草津町28 草津温泉バスターミナル1F
	電話番号	0279-88-0800
	F a x 番号	0279-88-0801
	E - m a i l	s-fukuda@kusatsu-onsen.ne.jp (福田) mn.shikata@kusatsu-onsen.ne.jp (志方)
推薦者	推薦者所属 部署・役職	群馬県産業経済部観光局観光物産課 課長
	推薦者氏名	佐藤 武夫 

(様式 2)

## 支援事業の背景と事業概要、実施効果等に関する資料

### 1. 地域の現況と地域で解決すべき「課題」を具体的に記入してください。

群馬県草津町は、温泉観光地として 15 年連続日本一の評価（観光経済新聞社、「こっぼんの温泉 100 選」）および、殆どの住民が観光産業に従事するなど、町を上げた「おもてなし」の体制を誇っている。

2017 年（1 月～12 月）の入込客数は全体で約 325 万人（前年比+6%）、内、宿泊客が 222 万人（前年比+9%）で 2017 年 12 月までは好調に推移した。2018 年は、1 月 23 日に発生した本白根山の噴火の影響で、当日以降、訪問客のキャンセルが多数発生し、3 月の時点でも前年比-5%を超えている。中でも春の教育旅行のキャンセルが相次いだ。

2016 年 8 月 31 日付けで、（一社）草津温泉観光協会は地域 DMO の候補法人として登録され、草津町の次世代を担う若手経営者を中心にデジタルマーケティング、人材育成、および滞在型観光企画の各部会を設置し、具体的な取り組みに取り掛かった。

2016 年 10 月からは、Google(グーグル合同会社)と提携して、SNS(YouTube)を活用した草津温泉観光協会の公式動画（四季の動画、各 3 分程度）を制作・配信し、世界各地から 350 万回近い視聴回数を獲得した。動画へのコメントも多数書き込まれ、動画で紹介された場面を体験したいというものが多かった。初回動画配信後、2017 年 3 月より、台湾からの旅行者を対象に、草津温泉訪問の動機に関するアンケート調査を実施した結果、当動画を観て訪問を決めたと回答した比率が 10%に達し、Google(グーグル合同会社)からも動画が誘客への効果があったとの評価が得られた。

ここで見えてきた課題は、動画を観て草津温泉を訪問する訪日外国人旅行者が満足して滞在して頂けるよう、外国語（多言語）で、いつ、どこでも、人によって内容が異ならない、情報発信体制の構築である。観光情報のみならず、宿泊施設のフロント業務が日中の専任スタッフから警備員に代わる深夜や、地震、火災、病気発症等の緊急時の体制構築は、より大きな課題である。（これらは、地方の観光地の共通の課題と考える。）

### 2. 1. で記載した「課題」を設定した理由や、その課題を裏付ける数値や統計資料について、具体的に記入してください。別ファイルにて統計データ等を添付していただいてもかまいません。

観光案内所は草津温泉バスターミナル内（1 階）と「熱乃湯」（湯畑の前）の 2 箇所、営業時間（年中無休：原則 08:30～18:00）がある。また各宿泊施設では、フロント業務において、日中は専任のスタッフが勤務しているが、深夜は警備員が代行している

ことが多い。現状では言語環境も含めて、終日を通して外国人観光客への十分な対応の確保が厳しいと言わざるを得ない。

特に、至近で本白根山の噴火が発生した当地では、訪日外国人旅行者への緊急時の案内対応は、従前に増して必須であると考ええる。

動画を観て草津温泉を訪問する訪日外国人旅行者に、最も有効と思われる草津温泉の情報発信の手段として、グローバルでは、2016年頃から観光事業でも活用されているAI（人工知能）を活用した双方向情報対応プログラムであるチャットボット（AI）による事業を、地域の取り組みとしては日本初の本格導入（洞爺湖など、一部、試験導入をしている地域がある。）を致したい。（地区では、成田空港（2017年11月）、東京駅（2018年2月）で導入済。）

この分野では、日本は欧米、中国に比べて立ち遅れているが、観光庁の「訪日外国人の消費動向調査」によると、日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったものの内、外国人観光客の80%以上がスマートフォン（タブレット端末含む）と回答している現状に鑑み、外国人観光客誘客促進を進めている国の方針と、今後、日本で開催されるラグビー・ワールドカップ（2019年）や、東京オリンピック・パラリンピック（2020年）などの世界的なイベントで、一層の訪日外国人旅行者増加が予想される中、チャットボット（AI）環境整備が当地にとって最適であると考ええる。

\*公式動画視聴回数（2018年4月17日現在）：

夏編：180万回、コメント数：265件

秋編：8万回、コメント数：18件

冬編：137万回、コメント数：31件

春編：2万回、コメント数：4件

### 3. 支援事業の概要について具体的に記入してください。

**事業名称：** チャットボット（AI）を活用したインバウンド推進事業

草津温泉の地域情報を、スマートフォンを利用したチャットボット（AI）によって、24時間／365日を通して言語（初年度は、英、中（簡体、繁体）、韓、日の5言語）のバリエーションの無い、且つ、リアルタイムな双方向情報発信を実現する。

併せて、当事業の特長は、利用者のデータ収集を可能とし、分析によってAIに継続学習させることにより、情報対応精度の向上を図ることが出来るため、事業年数を重ねるごとに、より高度な双方向情報対応が可能となる。現在のテクノロジーでは、AIによる回答の精度は70%程度と予想されるため、中長期事業展開で継続学習をさせることにより、100%に近づけることが必要となる。

また、当事業を継続して実施することにより、蓄積したユーザーデータの分析結果および満足度をKPIとして設定し、PDCAサイクルを回すことで訪日外国人旅行者誘客事業

の改善・推進へも繋げる。

別添資料：チャットボット（AI）を活用したインバウンド推進事業の要旨

4. 当該支援事業の実施体制を具体的に記入してください。必要に応じて、別ファイルや別紙を添付していただいてもかまいません。

(1) 他の組織との連携

株式会社アクティバリュース など

ActiValues, Inc.

<https://activalues.com/about>

東京都渋谷区代々木 1-3-14 代々木ANNEX308

代表取締役 陳 適

事業内容：1. 多言語コミュニケーションソリューション提供  
2. アプリ・ウェブサービスの開発運営  
3. 人工知能技術活用の支援・サポート

海外拠点：中国（合肥深度游信息技术有限公司）

加盟団体：1. 日本政府観光局 事業パートナー

2. グローバルコミュニケーション推進協議会

【主な事業連携】

- ① チャットボット（AI）導入に関わる、コンテンツ開発
- ② サーバー運用
- ③ ユーザーデータ集計・分析・レポート
- ④ AI 管理・改善
- ⑤ 情報プッシュ配信
- ⑥ 上記については、適宜、草津温泉観光協会および草津町の関連先が参画することとする

(2) 他の事業との相乗効果

SNS 動画配信事業、宿泊施設向け多言語接客支援アプリ（\*）事業

（\*）宿泊事業者が単独で取り組む事業であり、外国語環境の乏しい宿泊施設が、タブレット端末上で、宿泊施設における様々な場面（チェックイン、チェックアウト、食事、入浴、緊急時（地震など）など）を想定した多言語アプリを導入し、利用者の言語で音声入力したり、文字入力すると、宿泊施設側には日本語、利用者側には利用者の言語で、音声または文字で回答可能とする。

5. 支援事業の実施にあたり、当協会の会員等で連携したい企業・団体等があればご記入ください。特になし場合は「特になし」とご記入ください。

特になし

※当協会の会員企業・団体は、当協会ホームページの「協会概要」内に会員名簿があり、ご覧いただけます。

6. 支援事業を通じて達成すべき目標を具体的に記載してください。

当事業は、継続して実施することにより AI の学習機能の向上を図り、2019 年のラグビー・ワールドカップ、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック更に、それ以降に向けたインバウンド環境整備を中長期的な目標とする。

観光庁の最新調査「訪日外国人旅行者の国内における受入れ環境整備に関するアンケート」結果（2016 年）によると、「旅行中に困ったこと」の上位に、従来から「公衆無線 LAN」の整備不足と「言葉が通じない」が上がっていたが、近年、「公衆無線 LAN 環境」の整備改善が進んでいる一方、「言葉が通じない」は依然として上位を占めており、「施設等とのスタッフとのコミュニケーションがとれない」と「多言語表示の少なさ・わかりにくさ」を合わせると、実に半数以上の 56.5%が「旅行中に困った」と回答した。

（「公衆無線 LAN 環境」は 28.7%）

当事業は、訪日外国人旅行者数を 2020 年までに 4,000 万人、2030 年までに 6,000 万人とし、訪日外国人の旅行消費額 15 兆円を目標とする国の方針に対応するための、特に地方の観光地共通の課題（上記で結果の出ている通り、日本人が一番克服困難な課題）を、人間（観光事業従事者）に代わって AI が克服可能とする事業であると考えます。

併せて利用者の満足度の測定については、一定期間、利用者へのプッシュ配信（管理者側から利用者側へ能動的に情報の発信をすること。）、および利用促進キャンペーンの実施（利用確認のスタンプキャンペーンなど）などを実施し、KPI の指標とする。

従って、当事業のノウハウの提供および実施分析報告については、希望する県内および県外の、他の自治体等とは、惜しみなく情報の共有を図ることと致したい。



7. 当該支援事業を行うことにより、貴団体および当該地域全体にどのような効果がえられますか。具体的な数値などをつかって記載してください。

旅行消費額目標 (KPI) : 2016 年度 (平成 28 年度)	48,837,500 千円
2017 年度 (平成 29 年度)	50,964,900 千円
2018 年度 (平成 30 年度)	53,035,000 千円
2019 年度 (平成 31 年度)	54,708,000 千円

\*上記数値目標 (KPI) は、DMO として観光庁提出数値にリンク。  
内、外国人観光客シェアは 2016 年度 (平成 28 年度) の約2%  
から毎年+5%増を目標とする。

数値目標の根拠と効果 : 2016 年 10 月に YouTube による草津温泉の動画広告を配信し、6ヶ月後に実施した訪日外国人旅行者へのアンケートでは約 10%が当動画を見て草津温泉への訪問を決めたと回答した (再掲) 。動画広告の配信を継続するとともに、2018 年 (平成 30 年) 2 月から、当事業に先立ち、タブレット端末を利用した宿泊施設向け、多言語 (初年度は 5 言語) の接客支援アプリの導入を一部開始した。(当接客支援アプリは、個別の宿泊施設が受益者となるため、当事業には含まない。) これらにより、草津温泉の訪日外国人旅行者向け多言語情報提供環境は、域内の観光情報は当事業であるチャットボット (AI)、宿泊施設の接客は多言語接客支援アプリとで、併せて訪日外国人旅行者に言語のバリアの無い快適な草津温泉滞在を提供可能とし、現状の課題 (1. で記述) の改善効果を狙う。

8. 申請団体名をご記入ください。

一般社団法人 草津温泉観光協会

## 2. FAQ 一覧(一部抜粋)

分類	質問
宿泊	どんな宿泊施設がありますか？
	朝食付きの宿泊施設を教えてください
	貸切風呂が利用可能な宿泊施設はどこですか？
温泉	どんな温泉がありますか？
	足湯はありますか？
	公共の露天風呂はありますか？
観光・体験	スキー場は近くにありますか？
	スキーのシーズン等の情報を教えてください
	この地域の伝統芸能は何ですか？
	体験できる施設はありますか？
	色浴衣や着物のレンタルはありますか？
	観光マップはありますか？
	おすすめの観光コースはありますか？
アクセス	アクセス方法を教えてください
	最寄の駅はどこですか？
	最寄り駅からの行き方を教えてください
飲食店	どんな飲食店がありますか？
	そばはどこで食べれますか？
売店	買い物できる場所はありますか？
	コンビニやスーパーはありますか？
利便施設・サービス	レンタカーはありますか？
	無料Wi-Fiはありますか？
	コインロッカーはありますか？
	クレジットカードは利用できますか？

出典:(株)アクティバリュース

平成 30 年度 魅力ある観光地域づくりモデル推進事業  
「一般社団法人草津温泉観光協会における  
自動応答システム「talkappi」の開発導入事業」 実施報告書

---

平成 31 年 3 月発行  
公益社団法人日本観光振興協会  
〒105-0001 東京都港区虎ノ門 3-1-1 虎の門三丁目ビルディング 6 階  
TEL:03-6435-8336 FAX:03-6435-6921

---

©日本観光振興協会

本書の全部または一部の無断転載、複写、および複写物の配布を禁じます。