

camel topics

「伝えたいことがたくさんある」場合のPR映像の配信方法を考えました

今までのネット映像と言えば、いいところを1本の動画にまとめた「総集編」映像プロモーションが主流でしたが、以前に比べて集客が難しくなっています。そこでYouTuberのようにチャンネルを作り、1つの題材で1本の「短編映像」を配信。総集編では伝わらない裏側的な背景を見せることで、より深く知ってもらうことが可能になり、分かりやすく魅力を伝えることができます。



Visual

1動画1メッセージ! Youtubeチャンネルを運営

兵庫県新温泉町の新温泉町観光振興協議会さまのYouTubeチャンネルの開設と動画制作をさせていただきました。再生回数1万回を超える作品がいくつもあり、なんと28,000回を超えるヒット作も!再生回数から、どのコンテンツが人気なのか知ることができます。

難しいテーマは漫画で伝える! 分かりやすさ&親しみやすさがUP

難しいテーマはセリフやイラストを用いた漫画で説明することにより、伝わりやすいツールに変身!親しみやすさがアップするため、抵抗なく受け入れることができ、学習にも効果的です。ストーリーもしっかりしていると、単純に読み物としても楽しめます。イラストの強みは「オリジナルの世界観を表現できる」こと。想像力を喚起させ、ワクワクを届けることができます。



Graphic

小学生向けに漫画を作成! 地域学習の教材として活用

兵庫県但馬県民局さま発行の副読本・マンガで見る「但馬牛物語」を制作させていただきました。地域産業である畜産(但馬牛)への興味・関心の理解醸成を図るため、美方郡(香美町・新温泉町)の小学4年生全員に配布。但馬牧場公園等を訪問・見学する児童にも配布しています。

Google翻訳をうまく活用! 更新の手間を軽減した多言語サイト

多言語化したいけれど日本語サイトのみが更新され、多言語サイトはそのままになっていませんか?情報発信を使命とするWEBサイトでは古い情報を載せておくよりも、多少精度が悪くても新しい情報を掲載する方が良いコンテンツもあります。「Google翻訳」は100%ではありませんが、AIを導入してからの翻訳精度の向上は目まぐるしく、様々な言語を導入できるというメリットがあります。



Web

運用後のメンテナンスを視野にいれたサイトづくり

三朝温泉観光協会/三朝温泉旅館協同組合さまのご依頼で、WEBサイトをリニューアル&多言語化させていただきました。翻訳費用やメンテナンスも考え、イチ押しコンテンツの紹介は「ネイティブ翻訳」、その他の紹介は「Google自動翻訳」とし、更新の手間を軽減したサイトとなっています。

Camel-Magazine

CAMEL 株式会社

■東京 office
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-23-4 桑野ビル 2 階

■大阪 office
〒533-0033 大阪市東淀川区東中島 1-17-5 STUDIO 新大阪 335

■豊岡 office
〒668-0043 兵庫県豊岡市桜町 10-11
tel.0796-24-6373 fax.0796-24-6378

<https://camel.co.jp/>

お問い合わせ (担当: 羽瀨・小谷)

0120-947-273

info@camel.co.jp

制作実績や広告にまつわる
お役立ち情報を日々発信中!

キャメログ

検索

Staffs
Pics!!

キャメルスタッフが
最近ハマっている
オススメをご紹介します!!

今回の紹介者



営業チームの小谷です。コロナ禍ということもあり外出することが少なくなってしまったのですが、新たな趣味としてゲーミング PC を用意し、オンラインゲーム、E-SPORTS の世界に入ってみました!新たな友人を得る機会を持ったり、有名人ともマッチングし、オンラインならではの楽しさと裾野の広さを実感しています。

AI 事業部

AI ソリューション開発、
チャットボット開発・コンサルティング

ビジュアル部門

各種ビデオ制作、撮影、
編集、広告写真撮影

WEB 部門

ホームページ制作、SEO 対策、
CMS・各種システム開発等

デザイン部門

パンフレット・ポスター・カタログ・
ロゴ・チラシ等

ライティング部門

情報誌・社内誌・PR 誌等

広告制作部門

新聞・雑誌・テレビ・ラジオ

ABC 朝日放送/報道部門

豊岡・姫路・舞鶴地区担当

本誌(キャメルマガジン)のような取材形式の広報誌制作も得意分野です!ぜひご相談ください!

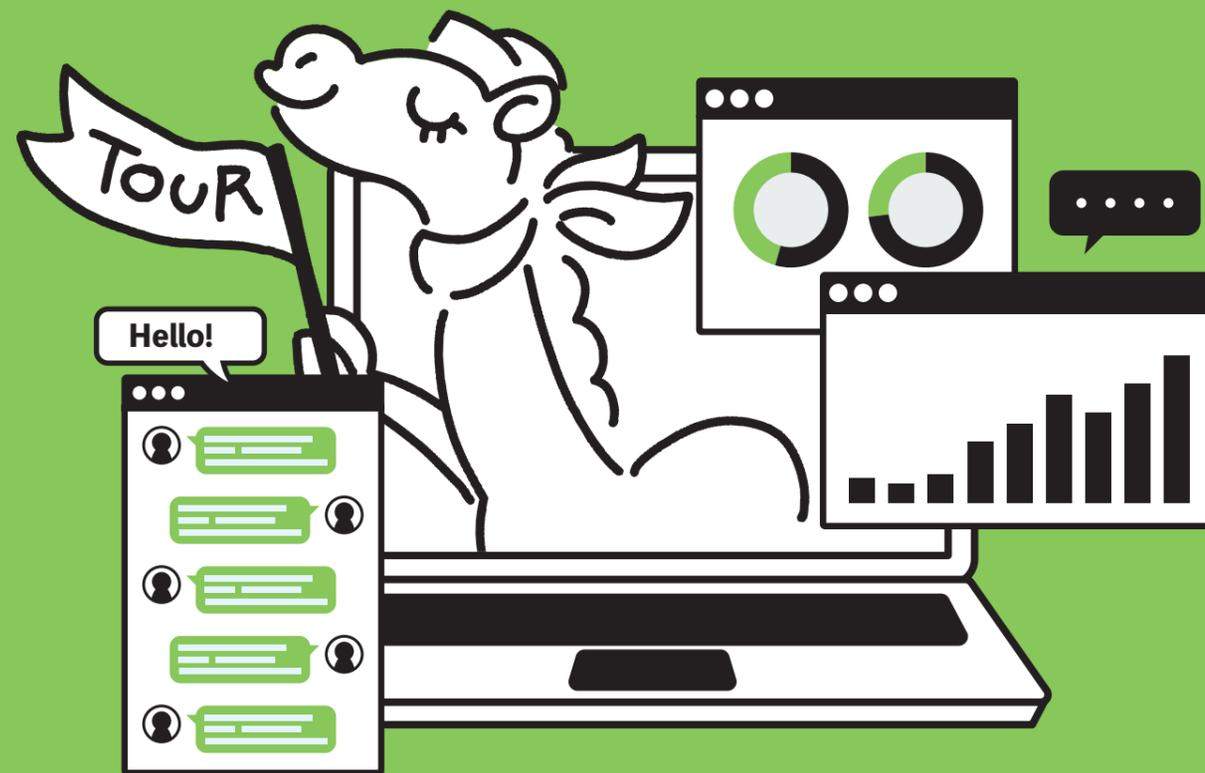
広告展開をサポートするお役立ちマガジン | キャメマガ

vol.

03

AI
visual
graphic
web

Camel-Magazine



「よくある質問」をAIチャットボットに
まかせたら、問い合わせ対応が軽減!
観光客の行動データを
「見える化」し集客アップへ!

CAMEL
AI.Multimedia Production

2021 SUMMER ISSUE

観光AIチャットボット



観光に特化した「観光AIチャットボット」

最近よく耳にするようになったAIチャットボット。人に代わって自動で会話を行うプログラムのことで、チャットボットの導入により、コスト削減や顧客との接点増加が期待できます。弊社ではチャットボットの開発・販売をしており、全国70以上の自治体に導入していただいています。

このたび新たに、観光に特化した「観光AIチャットボット」を開発。いち早く導入いただいた京丹後市観光公社の岡田順一さんに話を聞きました。

「よくある質問」にあるような問い合わせがスタッフの業務を圧迫していた日々。

「1年を通して電話の問い合わせが多く、キャンプ場の空き状況や交通アクセスなど同じ質問が何度も何度も来ていました。そこで目をつけたのがチャットボットでした」と岡田さん。

京丹後市は観光地として人気のまちです。夏季の海水浴・キャンプ、冬季のカニや天気に関する「定型的な観光情報の問い合わせ」が、ピーク時

「よくある質問」をAIチャットボットにまかせたら、問い合わせ対応が軽減！ 観光客の行動データを「見える化」し集客アップへ！

「このお問い合わせ内容、何度目だろう」
「ホームページを見れば分かるのに…」
「英語での電話対応は自信がない」



問い合わせ対応のため息をついた経験はありませんか？
そんなアナタにピッタリの心強い助っ人がいます！

には1ヶ月に1,000件、延べ10時間を超えることがあり、職員の負担軽減とコスト削減が課題となっていました。

また、ホームページを訪れた利用者が知りたい情報に辿り着けず、サイトから離脱してしまう現状にも悩んでいたとのこと。コロナ禍での非接触対応が可能であることにも着目していました。

質問が予想しやすい観光分野にピッタリのチャットボットとは？

チャットボットの種類は大きく分けて2種類あります。ユーザーからの質問を予測して作成したシナリオに沿って自動で回答し会話を進める「ルールベース型（シナリオ式）」と、集まったデータをAIが解析し統計的に最も適切とし

た回答を表示する「AI搭載型（一問一答式）」です。

観光分野では質問が予想しやすいためルールベース型（シナリオ式）が適しています。「こう聞かれたらこう答える」というシナリオを決め、それをチャットボットに登録することで質問への対応を可能にするシステムです。AI搭載型に比べ、早く・手軽に導入でき、コストも低くおさえられるメリットがあります。

観光に特化した質問のテンプレートがあるので、「どんな質問を用意したらいいのだろう」と悩む必要もありません。

取り付けも簡単で、大幅にリニューアルや難しい設定をする必要もなく、ホームページにバナーを貼り付ける感覚で設置ができます。



京丹後市観光公社
主事 岡田順一さん

観光案内（チャットボット含む）・国内WEB改善・経理を主に担当。
「CAMELさんを選んだ理由は、近接地域のチャットボット事業者で迅速なサポート対応が期待できること、京丹後市内の宿泊業者にチャットボットの導入実績があったことですね。システムの初期設定作業が簡単というところも決め手となりました！」

今回取材させていただいたのは

●京丹後市観光公社公式サイト「京丹後ナビ」



ホームページに設置しているバナーをクリックするとチャットウィンドウが開きます



オリジナルキャラクターをバナーに使い親近感アップ！



AIチャットボット5つの特徴

- 1 24時間365日対応可能
- 2 非接触対応により感染リスクを回避
- 3 最大108言語！自動翻訳で多言語対応可能
- 4 会話データ×行動データの見える化
- 5 取り付け簡単！ホームページにバナーを貼り付けるだけ

チャットウィンドウ内でやりとりを開始。チャットボットが選択肢を提供し、ユーザーはそこから1つ選択します。選ばれた選択肢に沿ったコミュニケーションをチャットボットが行います。この繰り返しによってシナリオ型のチャットボットは機能しています。

観光応援キャンペーン実施中 初期導入費10万円～

「キャメルマガジンを見た」というお問い合わせで初期導入費用が10万円～！まずはお気軽にご相談ください。

問い合わせ減の手応えあり。 夜間の問い合わせは全体の23%。

「導入後、電話での問い合わせ数は前年同月比で10%弱減少しました」。コンセプトを「スモール・スタート」として導入したため、設定した設問数も70数件、チャットボットへの入口もトップの1箇所まで運営を開始しました。導入から日が浅く、チャットボットへのアクセス件数はまだ伸びしろがありそうですが、問い合わせ減少の手応えを感じているとのこと。

「今、お客様がどんな情報を知りたいのか、知りたい情報の変遷も併せてデータではっきりと確認できるようになったことは大きいですね。真夜中にも一定数の利用があり、平日の営業時間中の電話問い合わせの減に繋がっていると見込んでいます」。営業時間外

(18:00～7:00)のアクセスは全体の23%を占めていることが分かり、日中の対応業務の負荷が軽減されていると実感できたそうです。

「次のステップとしては、設問数とその設定内容の充実が課題だと感じています。『スモール・スタート』で開始したため、利用者の知りたい設問自体が不足しているのではと考えています」と岡田さん。

「チャットボット自体が知られていないのでは」と、導入後に入口アクセス数をカウントできるようにしたり、入口バナー記載の変更やバナー自体も動くようにしたりと、改善に取り組んでいるとのこと。設置して終わりではなく、チャットボットの認知拡大とアクセス数の増加などの目標をたてて運用していただいています。

旅マエ～旅アトにわたってユーザーとのつながりを維持。

旅行客の行動には「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」という段階があります。「旅マエ」はどこで何をしようかを決める期間。「旅ナカ」は現地での期間。「旅アト」は帰宅し、お土産を配ったり感想をSNSに投稿したりする期間です。

旅マエはプランを立てる下調べとして、旅ナカはリアルタイムに更新されるガイドブックとして、旅アトは投稿キャンペーンなどと連動させた思い出の振り返りに。

この一連のシーンで「観光AIチャットボット」を活用してもらうことで、行動データの見える化ができ、今後のマーケティング改善&集客アップにつなげることが期待できます。