

2-5.

プロジェクト：プッシュ通知アプリとチャットボットの 組み合わせによる情報発信手法最適化

目次

- 2-5-1. 課題の背景及び将来的に目指す姿
- 2-5-2. 実証実験概要
- 2-5-3. プロジェクト実施スケジュール
- 2-5-4. キックオフミーティング
- 2-5-5. 実証実験評価項目
- 2-5-6. 実証実験全体概要
- 2-5-7. 実証実験 1 実施内容
- 2-5-8. 実証実験 1 実施結果
- 2-5-9. 実証実験 2 実施内容
- 2-5-10. 実証実験 2 実施結果
- 2-5-11. 実証実験 3 実施内容
- 2-5-12. 実証実験 3 実施結果
- 2-5-13. 実証実験 実施結果
- 2-5-14. 今後の方向性（考察）

課題	情報発信手法の最適化
課題の詳細	<ul style="list-style-type: none">• シティプロモーションを行う上で、様々な媒体を介して情報発信しているものの、知らなかったといったという市民の声がある• 市内外の交流、関係人口等へ効果的な情報発信手法がわからない
解決して達成したい姿	<ul style="list-style-type: none">• 効果的な情報伝達やプロモーションが行われる、生活しやすい環境の実現• 関係人口等に向けた魅力的な情報発信により来訪、移住を促進する

2-5-2. 実証実験概要

実証内容

- プッシュ型通知アプリで移住施策、地域イベント情報などを通知し情報提供サイトへ誘引
- 誘引先サイトではFAQチャットボットを用い、簡易な質問で適切な情報を提供

現状

交流・関係人口



足利市に通勤・通学している人



SNS/HP等による情報提供等

足利市に以前住んでいた等関係がある人



足利市への観光客

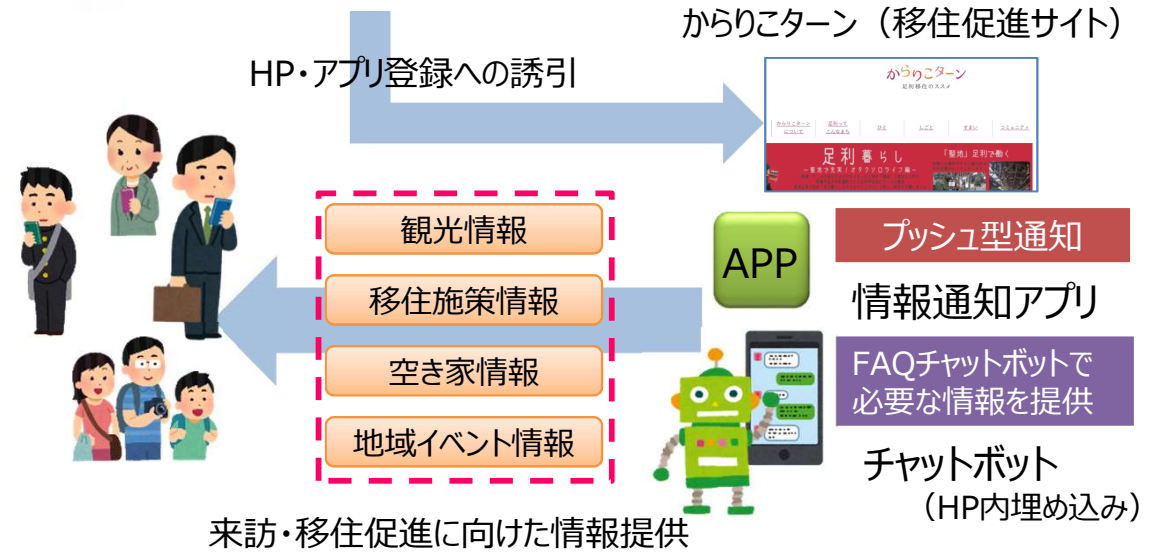
問題点

- 関係人口等へ効果的な情報提供手段がわからない

課題解決のイメージ



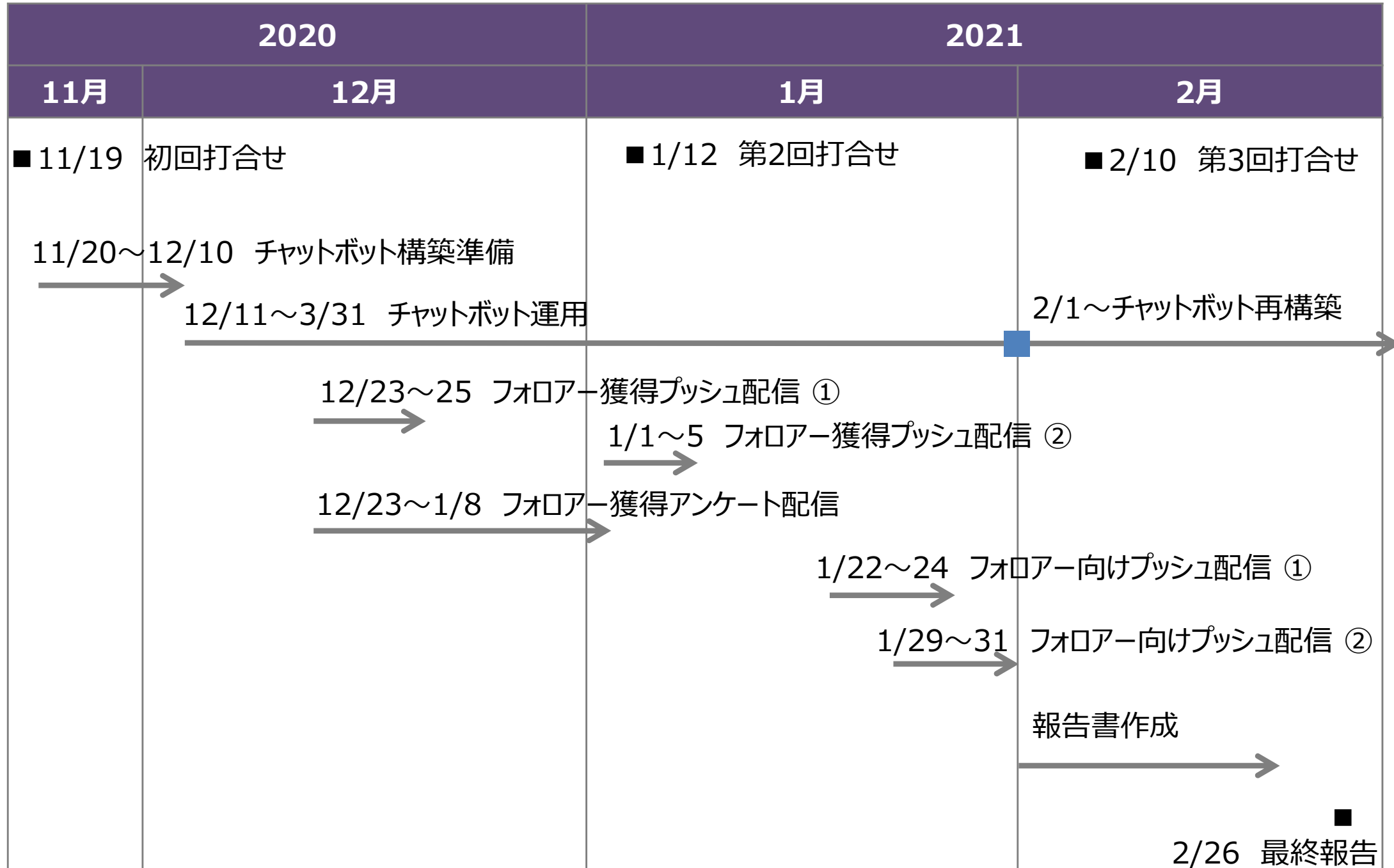
- ① とちまるショップ等への訪問者へ移住促進サイト・情報通知アプリの利用を誘導
- ② 情報通知アプリからはプッシュ型での情報配信によるHP誘引
- ③ 移住促進サイトでは訪問者へチャットボットによる質問対応



解決できること

- 必要な情報をプッシュ型で通知することにより、関係人口への効果的な情報発信が可能
- FAQチャットボットで簡易な質問で適切な情報を提供

2-5-3. プロジェクト実施スケジュール



2-5-4. キックオフミーティング

- 11月19日 本プロジェクトメンバーが一堂に会し栃木県庁にてキックオフミーティングを開催
- メンバ内で課題の共有、課題・解決方法に関するディスカッションを実施



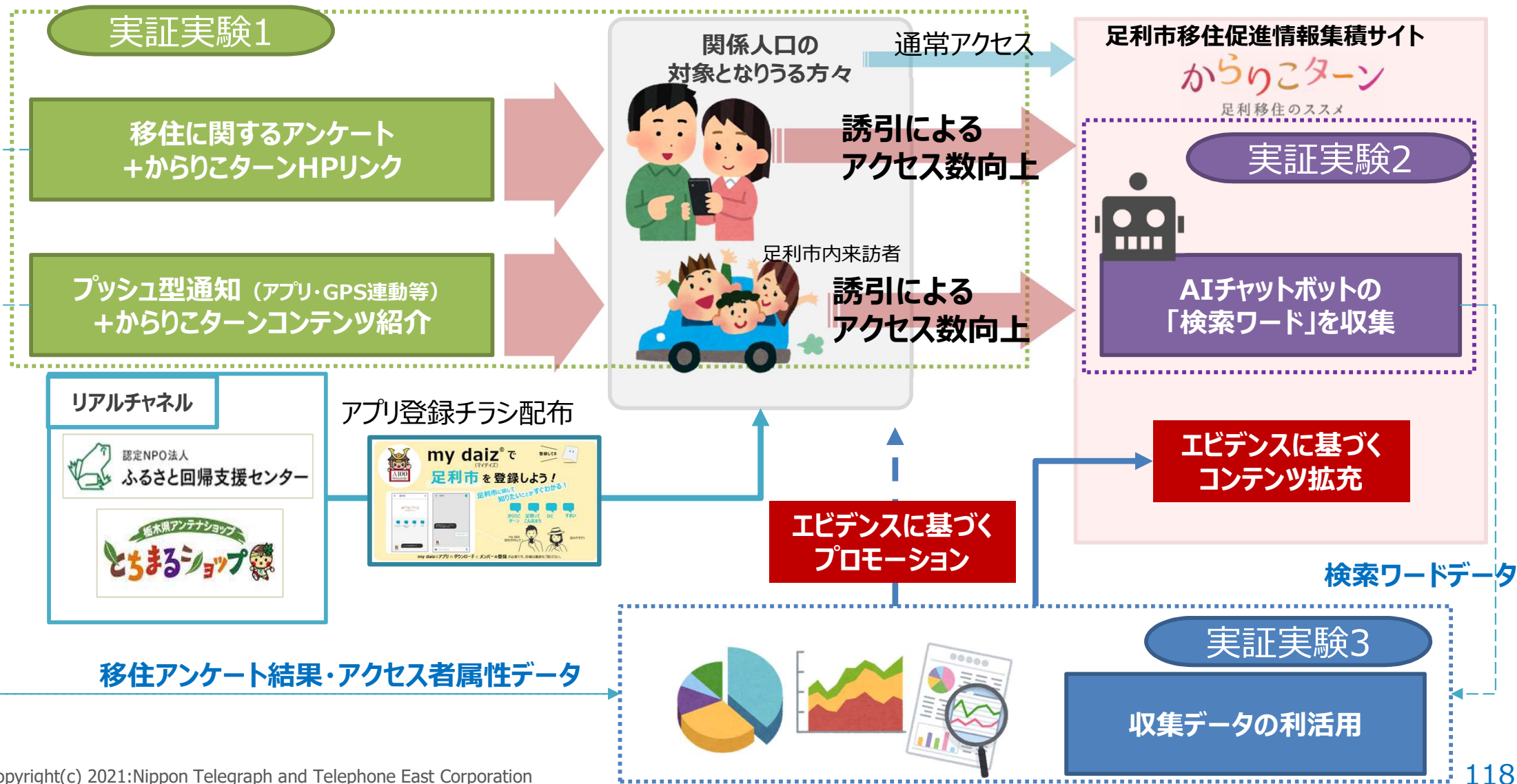
メンバカテゴリ	役割	参加メンバ
課題提起者 (県市町)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実証実験会場の提供 (HP) ・ コンテンツ内容の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 足利市 総合政策部 企画政策課
メイン技術 提供ベンダ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実証実験に必要な技術の提供 ・ 実証実験期間の運用・サポート 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株式会社ドコモCS 栃木支店
実証実験参画 自治体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実証実験に関するアドバイスの実施 ・ コアベンダ提供基礎技術に関する内容を比較検討、アドバイスの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 栃木県 産業労働観光部 経営支援課 ・ 栃木県 総合政策部 デジタル戦略室 ・ 栃木県 総合政策部 地域振興課
推進アドバイザー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実証実験の取りまとめ (現地責任者) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東日本電信電話株式会社 栃木支店

- 関係人口に対し、様々なアプローチを実施し、足利市移住促進HP「からりこターン」への誘引を狙う
- 足利市移住促進HP「からりこターン」内にチャットボットを組み込み、チャットボットの検索内容からHP来訪者の求めている情報を収集

区分	実証実験概要	具体的な方法	評価基準
実証実験 1	HP誘引	<ul style="list-style-type: none"> 移住促進に関するアンケート回答者へのHPへの誘引 	<ul style="list-style-type: none"> HPへの誘引率
		<ul style="list-style-type: none"> プッシュ配信受領者へのHPへの誘引 	
実証実験 2	情報収集	<ul style="list-style-type: none"> チャットボットへの入力情報の収集 実証実験 1 にてHPへ誘引した対象者の情報収集 	<ul style="list-style-type: none"> どのような情報が収集できたか
実証実験 3	情報の分析からの施策立案	<ul style="list-style-type: none"> 収集した情報を基にHP来訪者のニーズを分析。分析結果を基にコンテンツ作成及び情報配信を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 分析結果の有用性 コンテンツへの誘引率

2-5-6. 実証実験全概要

- 実証実験全体像は以下の通り
- ✓ リアルチャネルでのチラシの配布による登録者勧誘及びデジタルマーケティングを活用しHPのアクセス数を向上
- ✓ 誘引先のHPではAIチャットボットにて、知りたい情報を収集
- ✓ 収集データの利活用によるコンテンツ拡充やプロモーションなど有用性を確認



- 関東近郊の20代～50台に向けてアンケートを実施。アンケート回答者をからりこターンへ誘引
- アンケート回答者のニーズ調査及び、回答者の年齢や家族構成・趣味嗜好等の分析

【実証実験の流れ】



アンケート

《ご案内》移住に関するアンケート

アンケートにアクセスしていただき、ありがとうございます。

ご協力いただける場合は「開始」ボタンを押し、回答中にご覧いただけます。

80%

Q4 あなたは移住先の候補となる地域とどのように関わりたいと思いますか。(回答はいくつでも)

- 地域住民との交流
- 体験プログラム参加 (農業体験等)
- 地域イベントへの参加
- 関わらない
- その他

開始

次のページ

HP誘引

ご協力ありがとうございました。これでアンケートは終了です。ご回答ありがとうございました。

このアンケートは足利市の依頼により実施いたしました。足利市では、HP「からりこターン」で地域のかかわり方をはじめとする「足利での暮らし方」について情報発信をしておりますので、ぜひ一度ご覧ください。

詳しくはこちら

【分析内容】

分析項目	内容
アンケート回答結果内訳	質問ごとの回答結果の確認 ※回答結果は、年代ごとや居住区域、趣味別等のカテゴリごとに確認可能
リンク先クリック率 (誘引率)	アンケート回答後のリンク先のクリック率 ※回答結果は、年代ごとや居住区域、趣味別等のカテゴリごとに確認可能

- プッシュ配信は、全国への配信及び、GPSにより栃木県外在住者に対し、足利市内に訪れたユーザに対する配信を実施（計5回）（※5回目の配信は成人式が中止のため配信も中止）

【実証実験の流れ】



【配信内容】

配信時期	配信内容	配信対象条件
2020年 12月23～25日	からりこターンの紹介	足利市へ訪れた県外在住者（GPS連動）
2020年 12月23～25日	チャットボット導入	足利市のフォロアー
2021年 1月1日～4日	足利市のまち	足利市へ訪れた県外在住者（GPS連動）
2021年 1月1日～7日	市政100周年	足利市のフォロアー
配信中止	からりこターンの紹介	足利市へ訪れた成人式に参加できる年齢（19・20歳）かつ県外在住者が対象（GPS連動）

【分析内容】

分析項目	内容
リンク先クリック率（CTR）	配信毎のリンク先クリック率の確認 ※クリック率は、年代ごとや居住区域別に確認可能

- 実証期間中のHPの閲覧者数は昨年度と比較し115.4%向上
- 実証実験の施策による閲覧者は全体の閲覧者数の63.3%とアクセス数向上に貢献

■ アプローチ数及び誘引率

No.	実施項目	実施内容	実施結果 (誘引率)
1	アンケートによる誘引	移住に関するアンケートを実施し、アンケート最後からりこターンへのアクセスを促進。	19.5% 977件/5,009件
2	プッシュ型通知による誘引	プッシュ型で足利市に関する情報配信を実施し、からりこターンへのアクセスを促進。	8.5% 102件/1,199件

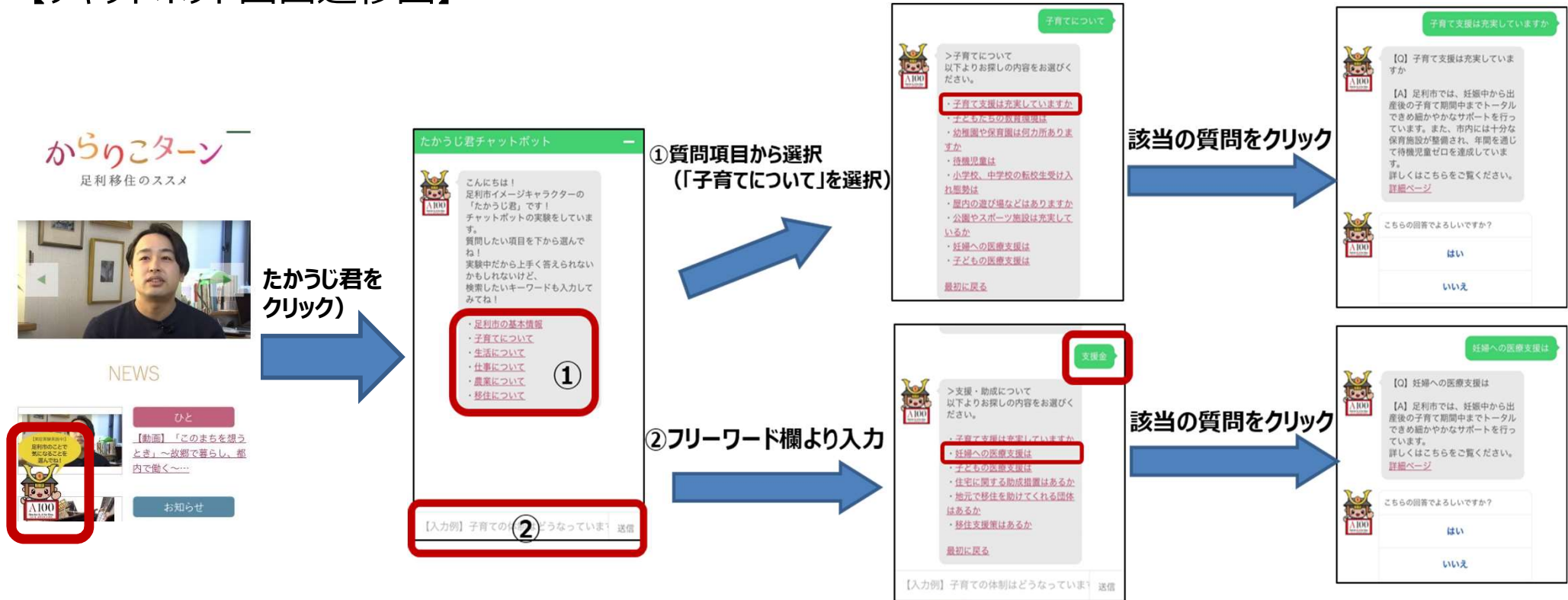
■ からりこターンアクセス数の相関関係

		12/23~ 12/25	12/26~ 12/31	1/1~ 1/4	1/5~ 1/7	期間合計 (1/8~17除く)
2021年度HPアクセス数 ①		852	370	98	382	1,702
2020年度HPアクセス数 ②		165	893	237	180	1,475
対前年比 (①/②)		516.4%	-58.6%	-58.6%	212.2%	115.4%
誘引数 ③	アンケート	485	303	—	189	977件
	プッシュ配信	25	—	68	9	102件
施策起因率 (③/①)		59.9%	81.9%	69.4%	51.8%	63.3%

2-5-9. 実証実験2 実施内容 (AIチャットボット)

- 足利市HPからりこターン内にチャットボットを設置
- チャットボットへの入力内容を分析し、来訪者のニーズを収集

【チャットボット画面遷移図】

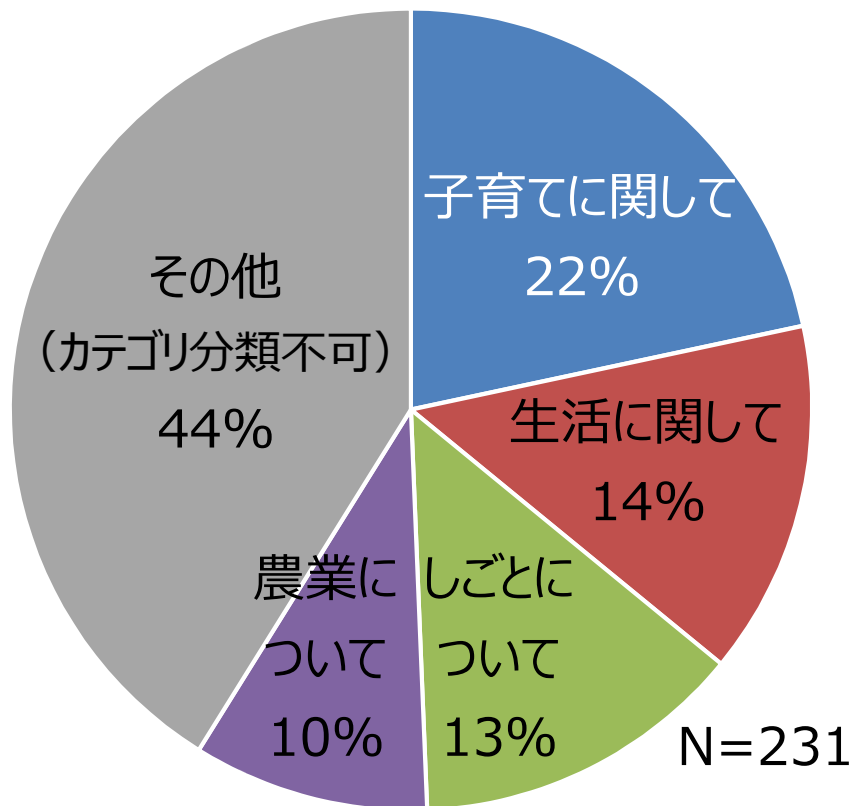


【分析内容】

分析項目	内容
フリーワード入力内容	フリーワード欄に入力された内容を集計・分析
質問アクセス数	どの質問にどれだけアクセスされたかを集計・分析

■ チャットボットでの検索カテゴリ・テキスト入力にて多かった検索ワードは以下の通り

【チャットボットでの質問 (カテゴリ別)】

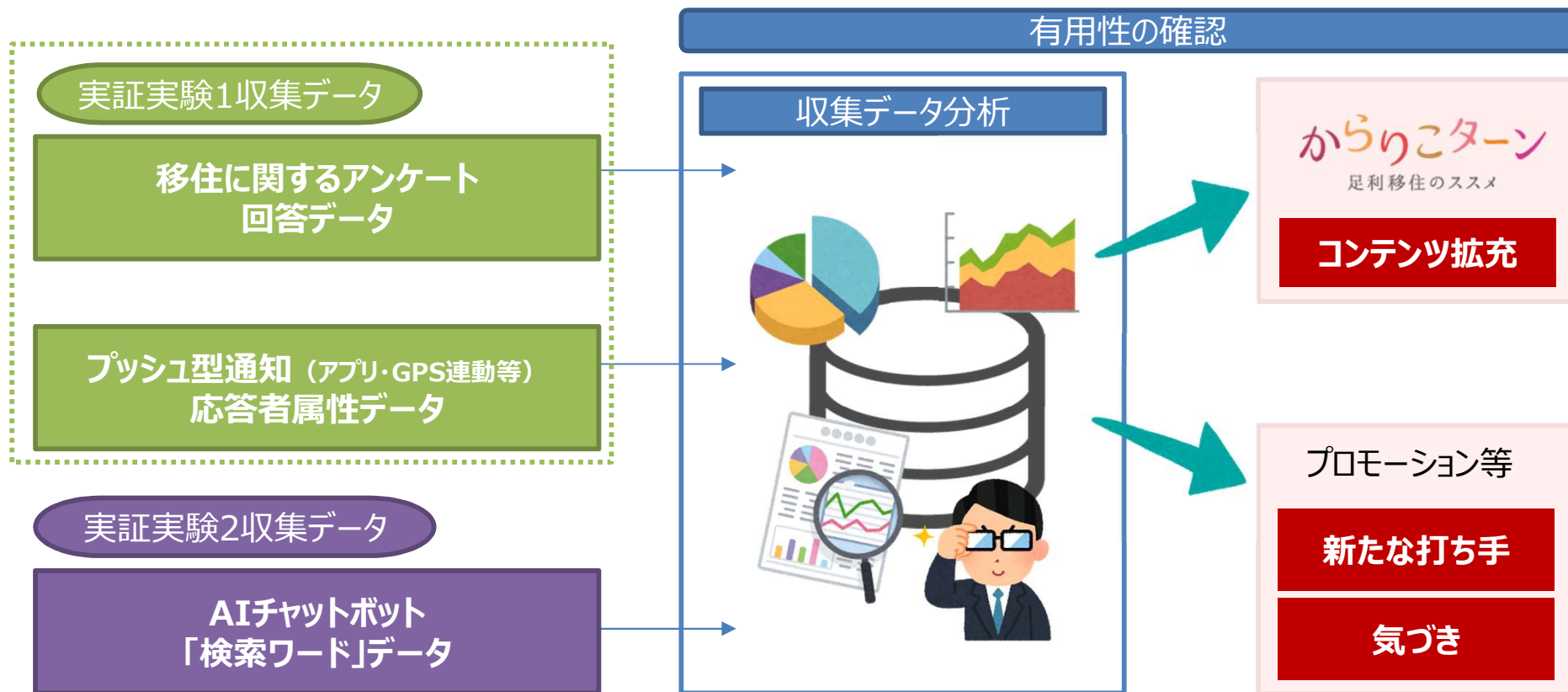


【テキスト入力にて多かった検索ワード】

カテゴリ	検索ワード
子育てに関して	子育て給付金は？ 子育ての体制/小学校
生活に関して	医療支援/病児保育/住民票
しごとについて	就職/転職/仕事を探している
農業について	農業/農作物
その他	移住したい 移住に関する補助金教えて 移住に関するイベント 引っ越し

- 実証1及び実証2で収集したデータの利活用による有用性を確認
 - ✓ 実証1収集データ：移住に関するアンケートデータ及びプッシュ型通知応答者属性データ
 - ✓ 実証2収集データ：AIチャットボットで検索されたワードデータ

□ 実証実験3データ利活用イメージ



- アンケートの集計結果を基に「しごと」・「地域イベント」に関する情報を発信
- 誘引率は前回のプッシュ配信より上回る結果となり、有用性についても確認

【プッシュ配信実施結果】

■ コンテンツ拡充前プッシュ配信

配信時期	配信内容	配信対象条件	既読数	クリック数	誘引率
2020年 12月23～25日	からりこターンの紹介	足利市へ訪れた県外在住者が対象 (GPS連動)	193	15	7.8%
2020年 12月23～25日	チャットボット導入	足利市のフォロアーに配信	75	10	13.3%
2021年 1月1日～4日	足利市のまち	足利市へ訪れた県外在住者が対象 (GPS連動)	614	59	9.6%
2021年 1月1日～31日	市政100周年	足利市のフォロアーに配信	317	18	5.6%
合計			1,658	181	10.9%

■ コンテンツ拡充後プッシュ配信

配信時期	配信内容	配信対象条件	既読数	クリック数	誘引率
2021年 1月18日～24日	市内企業紹介	足利市へ訪れた県外在住者が対象 (GPS連動)	410	71	17.3%
2021年 1月25日～31日	足カフェの紹介	足利市へ訪れた県外在住者が対象 (GPS連動)	49	8	16.3%
合計			459	79	17.2%

誘引率向上

- チャットボットでの検索数が多かった「子育て」に関するコンテンツを作成し、子育てに興味を持っている30代にプッシュ配信を実施

【配信内容及び閲覧数（配信後3日間のアクセス数）】

コンテンツタイトル	コンテンツカテゴリ	アクセス数
【動画】「このまちを想うとき」～子育てするなら、移住～	子育て	112PV

【他のプッシュ配信コンテンツ】

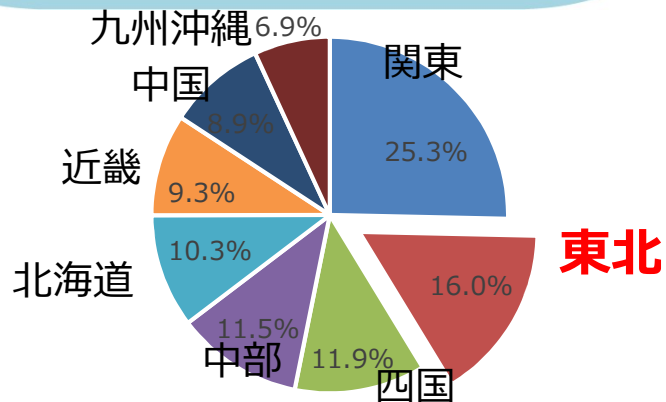
コンテンツタイトル	カテゴリ	アクセス数
【動画】「このまちを想うとき」～故郷で暮らし、都内で働く～…	ひと	57PV
足利市が「若者が住みたい田舎」2年連続県内1位になりました！	お知らせ	54PV
足利工業高校産業デザイン研究部が作成した市内企業紹介パンフ…	仕事	33PV
足利とのかかわり方サポートプログラム「わがまちスイッチ」が…	コミュニティ	20PV

2-5-12. 実証実験3 実施結果 (その他気づき)

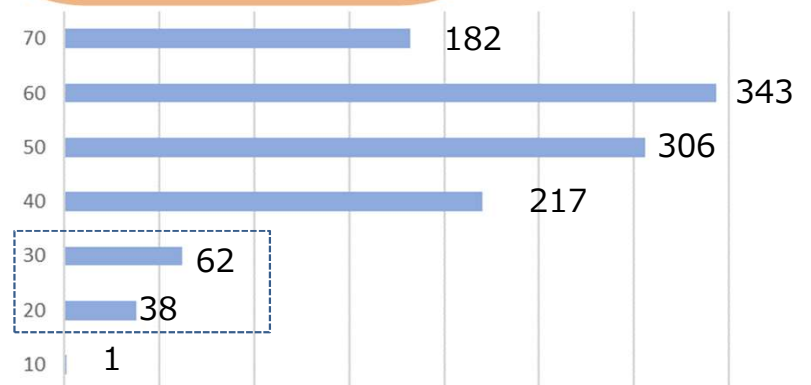
■ データ分析により、HP来訪者の属性傾向や、移住に興味を持つ人の興味や気になることが分かり、今後の情報発信の基礎データとして活用できることを確認

【収集データ (抜粋)】

地方別・対人口比アクセス割合



年代別アクセス数



→関東向けだけでなく、東北向けのPR活動を検討

→20代・30代にも見てもらえるコンテンツを検討

□ 移住に関心があると回答した人の中での興味関心がある事柄

□ 移住に関心があると回答した人の中での世代別興味・関心がある事柄 (全世代平均との比較)

興味がある内容	割合
食品・食材	47.1%
グルメ	36.4%
料理	35.1%
国内旅行	34.3%
音楽	33.8%

年代	興味がある内容	割合	全世代平均	平均との差	年代	興味がある内容	割合	全世代平均	平均との差
20代	美容・コスメ	41.9%	29.8%	+12.1%	30代	妊娠・出産・育児	24.1%	10.0%	+14.1%
	恋愛・婚活・結婚	19.7%	10.3%	+9.4%		子どもの教育・習い事	21.5%	10.1%	+11.4%
40代	スポーツ	27.3%	23.5%	+3.8%	50代	ニュース	28.8%	24.2%	+4.6%
	ニュース	26.7%	24.2%	+2.5%		スポーツ	27.6%	23.5%	+4.1%

→幅広くひびく施策は「食」に関する内容を検討 ターゲット世代がある場合はターゲット世代に合わせた施策を検討

- 実証実験参加者からの声は以下の通り

【実証参加者の声】

■ 足利市 総合政策部 企画政策課



- 実証実験を行うにあたり、見る人が知りたい情報を改めて考え直し、発信する情報を整理するきっかけとなった
- 今回の実証実験は施策を数サイクルまわしていくことが必要なので、継続して実施していければと感じた
- 事業の採択から、終了までの期間が短く、実験方法の検討期間が不足していたように感じる。例えば、年度末に募集し、年度当初に採択、上期を検討期間、下期を実施期間とするなど、期間に余裕があればもっと効果的な実験になるのではないかと感じた

■ 栃木県 総合政策部 デジタル戦略室

- チャットボットやプッシュ配信は、市民からの問合せ等のニーズや、市の対応の成果をデータとして蓄積できる
- それらデータを的確に捉え、対応することにより、市民満足度の向上や効率的な行政対応の可能性を感じた

■ 栃木県 総合政策部 地域振興課 地域振興・移住促進担当

- AIチャットボットの仕組みや実証により得られた結果などは、県全体での移住・定住促進や関係人口の創出・拡大に向けて、参考にさせていただきたい

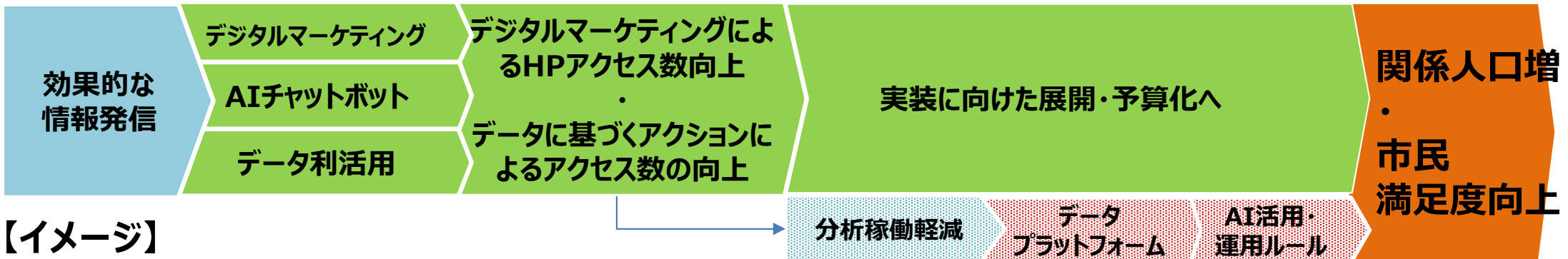
2-5-14. 今後の方向性

- 効果的な情報発信（マーケティング含む）には、データドリブン文化・環境の構築が必要
- データの量・質の向上が必要であり、専門家や県・各市町との連携、更にはデータプラットフォームでの集積・AI分析・共有も検討
- デジタルマーケティングの知見も必要であり、専門事業者の活用や県（デジタル戦略室）との連携を推進
- 市民に向けても、同取組みの実施により満足度を高めることが可能

【課題解決に向けた取組み結果】

本プロジェクトでの実証

今後の方向性



【イメージ】

