



2023年3月16日

各 位

会 社 名 セーラー広告株式会社  
代 表 者 代表取締役社長 村上 義憲  
(コード2156 東証スタンダード市場)  
問 合 せ 先 執行役員総務局長 西分 太郎  
(電話 087-825-1156)

### 当社子会社の行政・自治体向け観光マーケティング支援サービス提供開始について

当社子会社であるアド・セイル株式会社が、三井住友カード株式会社と協力し行政・自治体向け観光マーケティング支援サービスの提供を開始いたしましたので、お知らせいたします。

本件に関するお問合せ先

アド・セイル株式会社 広報担当（松木、近藤、川添）

Tel : 087-816-0261 ※代理応答サービス

Email : web@ad-sail.jp

以上

各位

三井住友カード株式会社  
アド・セイル株式会社**行政・自治体向け観光マーケティング支援サービス提供開始**  
～ターゲティングから効果検証まで一気通貫でサポート～

三井住友カード株式会社（本社：東京都江東区、代表取締役社長：大西 幸彦、以下：三井住友カード）は、アド・セイル株式会社（セーラー広告グループ、本社：香川県高松市、代表取締役社長：川添 泰史、以下：アド・セイル）と協力し、**行政・自治体向け観光マーケティング支援サービス（以下、本サービス）**の提供を開始いたしました。

本サービスの提供を通じ、行政・自治体が行う国内外の観光誘客プロモーションのターゲティング、送客および広告配信や、「稼ぐ力」の可視化を含む効果検証を一気通貫でサポートし、**データに基づく観光マーケティング**を実現します。

**1. 背景・経緯**

アフターコロナを迎えつつある中、2022年10月には入国者・帰国者に対する水際対策が大幅に緩和され、国内旅行者のみならず、外国人観光客も増加の一途を辿っています。本年5月にはG7広島サミット、2025年には大阪万博と世界が注目する大型イベントを控えており、政府は2030年における訪日外国人の目標を6,000万人と設定するなど、今後も更なる増加が見込まれます。

こうした状況において、観光庁は「観光再始動事業」や「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」などを通じ、国や全国の各行政・自治体による観光資源を活かした産業の育成や、消費の拡大・単価向上を推進しています。一例として、ツーリズムおおいた様では、大分県からの受託事業としてマーケティング機能の強化および、今後の観光施策に役立てるため、各種調査事業を行っており、三井住友カードとアド・セイルは、大分県における観光消費動向調査・分析業務を受託いたしました。分析結果は、ツーリズムおおいた様の会員向けサイトで公開され、データドリブンなマーケティングが行われています(※1)。

※1 ツーリズムおおいたの取り組み：<https://www.visit-oita.jp/>

ツーリズムおおいた会員様専用のマーケティングプラットフォーム「MARKETING OITA」：<https://marketing.oita.jp/>  
(会員専用サイトのため、各調査・レポートの詳細の閲覧はできません。)

一方で、コロナ前後で観光客の行動には大きな変化が見られます。三井住友カードと日本総合研究所の訪日外国人のクレジットカード消費動向レポート(※2)によると、服飾小物ブランドにおける2022年12月のカード決済額はコロナ前比で144%であるのに対し、百貨店における決済額は43%にとどまっています。こうしたニーズの変化により、各行政・自治体の施策と観光客のニーズにミスマッチが発生する恐れも指摘されています。来訪元などの旅行者の属性に合わせた、**より戦略的なマーケティングアプローチ**が求められています。

※2 インバウンド消費分析レポート：[https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/pdf/company/release/2023/0130/inbound\\_202301.pdf](https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/pdf/company/release/2023/0130/inbound_202301.pdf)

また、政府がEBPM(※3)の推進を行う中、各行政・自治体は**データや根拠に基づいた施策の計画・実行や、住民を始めとするステークホルダーに対する、成果の説明責任**を果たすことも求められています。

※3 EBPM：エビデンス・ベスト・ポリシー・メイキング。証拠に基づく政策立案

三井住友カードとアド・セールは行政・自治体に求められる、**データに基づく戦略的なアプローチとして行政・自治体による観光マーケティング施策**をサポートすべく、本サービスを開始しました。

## 2. 本サービスについて

本サービスは、行政・自治体が観光振興を目指す際に、①キャッシュレスデータを用いて観光消費を分析し、その結果を元にターゲティング ②送客および広告配信 ③送客および広告配信の結果を、観光消費額で効果検証するサービスです。

### 【サービス運用の流れ】

事前分析 ターゲティング	三井住友カード	キャッシュレスデータを活用し、各地域への国内外からの観光客や、居住者の消費実態を事前分析することで、消費に繋がるセグメントや対象市場などの <b>高精度なターゲティング</b> が可能となります。
	アド・セール	Google などのビッグデータを活用し、来訪意向・検索行動などを読み解き、実効性の高いプロモーション設計が可能となります。



送客	三井住友カード	1,300 万人以上のカード会員を対象としたコミュニケーションサービス『Custella Promotion』を活用し、送客を行います。
広告配信	アド・セール	ビッグデータによる事前分析に基づき、YouTube などによるデジタル広告の配信地域の選定やターゲット属性の設計、クリエイティブ制作を行い、実効性の高い広告運用を行います。



効果検証	三井住友カード	キャッシュレスデータ分析から、対象市場（地域、属性、消費カテゴリーなど）に対するプロモーションが <b>実際の消費に繋がったのかを、「消費額」という指標で把握することができます。</b>
	アド・セール	Google 広告に接触したターゲットが、実際に地域に来訪したのか計測できます。また、ブランドリフトやサーチリフトなどの活用により、広告からどれだけの人が認知～検討～来訪に至ったのかを把握できます。

本サービスが実現すること		
① 勘・経験のみに依存しない、EBPM の考え方に沿った、 <b>データに基づく観光プロモーション施策の設計</b>	② サイト流入数や動画閲覧数などに加えて、「消費額」という <b>指標をもとにした、住民などへの納得感の高い説明や、レポートの作成</b>	③ 各事業・施策でバラバラになっていた効果指標を「消費額」に統一することで、成果に繋がった施策とそうでないものを検証し、 <b>翌年度以降の施策立案への反映・改善の根拠を提供</b>

## 3. 今後の展開について

両社の持つ消費行動データ、オンライン行動データの分析力を活かし、地域の魅力発見、磨き上げ、人流データとの重ね合わせにより「人が多く訪れているのに消費に繋がっていない」といった観光資源の稼ぐ力の開発など、今後も両者の協働により観光マーケティングに関わるメーカーの課題解決に向けサービス開発を続けていきます。

## ■参考

### 【三井住友カードについて】

三井住友カードは“Have a good Cashless.”という理念のもと、事業者と消費者の架け橋となり、双方に新たな価値を提供することを目的としてデータ分析支援サービス「Custella（カステラ）」を提供しております。「Custella」では、年間 20 兆円を超えるキャッシュレスデータを活用し、個人・加盟店が特定できないよう統計化したうえで、さまざまな切り口で集計・見える化を行い、事業者のマーケティング活動、課題解決のサポートをしております。



「Custella」の詳細については、こちら (<https://www.smbc-card.com/camp/custella/index.html>) をご覧ください。

### 【アド・セイルについて】

アド・セイルは香川県高松市を拠点とするデータ・テック領域に強みを持つデジタルマーケティング会社です。様々なデータから顧客課題の読み解き、言語化を行い、打ち手の提示、実行までを高いサービス品質で提供します。今回の三井住友カードとの協業により、顧客企業に対してこれまでより高精度に可視化された効果検証が提供できることを期待しております。

アド・セイル株式会社 コーポレートサイト：<https://www.ad-sail.jp/>

以 上