



AMOBEE

大阪観光局とAmobee（アモビー）、欧米豪インバウンド対策の共同研究を開始

公益財団法人大阪観光局（所在地：大阪府中央区、理事長：溝畑 宏）とAmobee Japan（所在地：東京都品川区、代表者：城西将恒、以下「Amobee」）は、下記の通り、欧米豪市場をターゲットとしたインバウンド対策強化のための共同研究を開始いたしました。

大阪への外国人訪問者数は、2018年に1,142万人に達し、オリンピック／パラリンピック、来年の世界マスターズゲームズ、2025年の大阪万博を控え、今後更なる増加が見込まれています。拡大するインバウンド市場において昨今のアジア情勢を受け、欧米豪市場の重要性がますます高まっており、また欧米豪の消費者はアジアの消費者と様々な点で異なるため、改めてその興味関心やトレンドを把握することがインバウンド施策の成功に不可欠です。

ブランド・インテリジェンスは許諾ある海外消費者5,000万以上のデータを特許済みAI解析技術で分析することで、最新の海外トレンドや消費者の興味関心を素早く把握することができます。特に英語圏での分析を得意としており、高い品質での欧米豪の消費者分析が提供可能です。従来は海外市場のブランド分析や消費者分析を中心に提供してきましたが、これまでの知見や技術を活用し、インバウンド対策軸での分析を提供いたします。

本共同研究では、ブランド・インテリジェンスを活用し欧米豪市場をターゲットとした訪日マーケティング施策のPDCAを行って参ります。欧米市場の消費者がどのような関心を持っているのかを分析し、その結果をベースに大阪が保有する観光コンテンツと照らし合わせアクションを検討していきます。実施されたアクションについては適宜効果検証を行い、その変化を捉え次の施策への示唆を探索します。

Amobeeは本取り組みを通してインバウンドにおける分析ノウハウを蓄積し、また大阪観光局は欧米豪市場を対象としたインバウンド対策をより強固にしていきます。

【Amobee Brand Intelligence（ブランド・インテリジェンス）について】



AMOBEE

ブランド・インテリジェンスは、デジタル上のコンテンツに対する消費者のエンゲージメントを測定するソリューションです。様々なデータソースを独自技術によって解析することで、特定のトピックやブランド、イベントに関するイメージや消費者、時系列トレンドなどを把握することができます。海外では多く実績がありますが日本では2019年に展開開始したばかりの最新ソリューションになります。

【Amobee (アモビー) について】

Amobeeは広告主や広告会社、放送局へ広告ソリューションを提供する世界最大規模の独立系マーケティングプラットフォームです。Amobeeの包括的なマーケティングテクノロジープラットフォームが提供するインサイトにより、マーケティング担当者はコンシューマージャーニーの全体で企業のマーケティングメッセージを管理できるようになります。

独自データやAI、高度な分析によって、広告主はマルチデバイスをもたいたコンシューマージャーニーを理解でき、従来型メディアでは多くみられた重複する投資を削減することができます。

Amobeeは世界最大級のテレコム企業であり数億人のモバイル加入契約者を抱えるシンガポール・テレコム (Singtel) の完全子会社です。北米、ヨーロッパ、中東、アジア、オーストラリアにわたって事業を展開しています。詳細は<https://amobee.jp>をご覧ください、@amobeeをフォローしてください。

【大阪観光局について】

大阪観光局は、大阪府・大阪市・経済界によるオール大阪体制で観光振興に取り組むため、観光戦略の策定・実行・効果測定を担う組織として設立されました。2016年からは地域連携DMOとして、大阪・関西における観光産業を総合的成長産業へ成長させることを最大の目標としています。

3つのコンセプトとして、①24時間観光都市 ②関西・西日本観光のハブ ③多様性あふれる街 を掲げ、DMO事業戦略の策定とそのための自主財源の確保、戦略的マーケティングの実施、情報ネットワークのワンストップ化、観光案内のワンストップ化、戦略に基づく新たなプロモーション、戦略的MICE誘致の推進、といった施策を進めています。

●問合せ先

マーケティング戦略室

06-6282-5917 (木村)