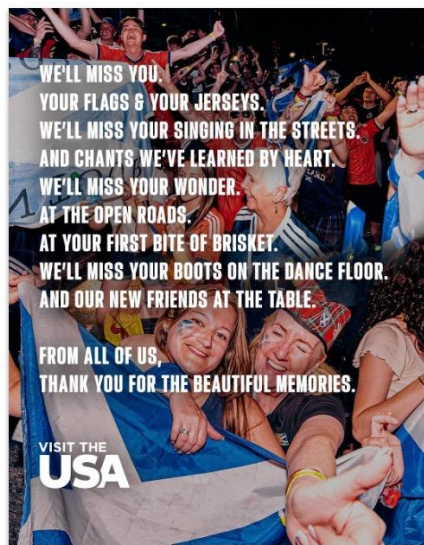


【ブランド USA】

サッカーワールドカップ閉幕後のアメリカへの再訪を促す  
SNS チャンネル対象のデジタル広告キャンペーンを開始

「モア・トゥ・ラブ (More to Love)『もっと好きになる魅力がある』」



アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランド USA は、サッカーワールドカップが閉幕した翌日の 7 月 20 日から、ワールドカップ期間中に米国を訪問した世界中のファンに感謝を伝えつつ、再訪を促すことを目的とした SNS 用広告キャンペーン「モア・トゥ・ラブ (More to Love) (『アメリカにはもっと好きになる魅力がある』の意味)」を開始しました。同キャンペーンは、日本をはじめ、イギリスおよびアイルランド、韓国、アルゼンチン、オーストラリア、ブラジル、インド市場を対象に、[フェイスブック](#)、[インスタグラム](#)、[TikTok](#) で展開しており、広告コンテンツはブランド USA の SNS チャンネル上でも配信しています。

キャンペーンのクリエイティブには、アメリカのシンガーソングライター、ジョン・デンバーの名曲「カントリー・ロード」を BGM に使用し、ワールドカップ期間中に旅行者が SNS で共有した写真や動画とともに、開催都市はもちろんのこと、それ以外の全米各地の美しい景観やコミュニティ、多彩な体験の魅力を紹介し、米国への再訪を呼びかける内容となっています。

本シリーズは、静止画コンテンツ 1 点と 3 本の動画で構成されており、3 本の動画の概要は以下のとおりです。



### 「サンクス・フォー・カミング(『来てくれて、ありがとう』 | Thanks For Coming)」

世界各国のファンが持ち寄った旗や声援、スタジアムから街へとあふれた歓喜を描きながら、アメリカを訪れ、大会をともに盛り上げてくれた世界中のファンへの感謝を伝えています。

### 「オンリー・シーン・フラクション(『まだほんの一部しか見ていません』 | Only Seen Fraction)」

ワールドカップをきっかけに米国を訪れ、熱い声援を送った旅行者に対し、今回の旅で目にしたのは米国の魅力のほんの一部にすぎず、全米各地にはまだ多くの景色や体験が待ち受けていることを伝えています。

### 「カム・バック・フォー・モア(『より多くの体験のために帰って来てください』 | Come Back for More)」

アメリカ旅行は今回が最後である必要は全くなく、ロードトリップや初めて味わうグルメ、心を奪われる街々など、アメリカにはまだ多くの体験が待っていることを紹介し、再訪を呼びかけています。

ワールドカップ開幕に先立ち、ブランド USA は昨年 12 月、スポーツ観戦を目的にアメリカ旅行を計画している旅行者を対象とした、ウェブサイト「[America the Beautiful Game](#)」を開設しました。「[America the Beautiful Game](#)」は、AI を活用した旅行プランニング機能を駆使することでファンがスポーツ観戦の日程を軸に、ロードトリップや国立公園、開催都市以外の旅行先などを組み合わせ、一人ひとりの興味や旅のスタイルに合わせた旅行プランを作成できるサイトとなっています。

また、ブランド USA ではワールドカップ期間前後に、広報施策を通じ、[各開催都市の観光スポットやグルメ情報](#)を始め、大会期間中ならではの[ユニークなファン体験](#)についても積極的な発信を行いました。

「サッカーワールドカップは、アメリカの活気や真の魅力、そして温かいおもてなしの心を世界に発信するまたとない機会となりました。ブランド USA の AI を活用した旅行プランニングプラットフォームを通じて得られた分析によると、ファンの皆さまは試合観戦だけでなく、開催都市間を巡るロードトリップや国立公園への訪問など、旅そのものを存分に楽しみたいと考えていたことが分かりました。『モア・トゥ・ラブ』シリーズは、そうした関心をさらに広げる取り組みです。米国を訪れてくださった旅行者の皆さまへの感謝を伝えるとともに、まだ知られていない数多くの魅力がアメリカには残されていることをお伝えし、50 州、5 つの準州、コロンビア特別区、さらには 63 の国立公園や、アメリカならではの壮大な自然やランドマークを巡る新たな旅へ、再びお迎えしたいと考えています。」(ブランド USA のプレジデント兼最高経営責任者、フレッド・ディクソンのコメント)

「今大会で最も印象的な瞬間の多くは、ファンの皆さま自身が SNS に投稿したコンテンツから生まれました。そこには、アメリカ各地で体験した興奮や驚き、そして温かなおもてなしが映し出さ



れています。SNS コンテンツ・シリーズは、そうしたかけがえのない瞬間を共有してくださった旅行者の皆さまへ感謝をお伝えするとともに、大会は幕を閉じても、アメリカを巡る旅はまだ始まったばかりであることをお伝えするための取り組みなのです。」(ブランド USA の最高マーケティング責任者、リア・チャンドラーのコメント)

## ■ ブランド USA について

アメリカ合衆国の公式観光促進団体であるブランド USA は、戦略的なマーケティング活動および旅行政策に関する情報発信を通じて、訪米意欲の高い海外旅行者を誘致し、米国経済の成長と地域社会の発展に貢献することを使命として掲げています。ブランド USA は、米国旅行促進法 (Travel Promotion Act) に基づき設立され、合法的にアメリカへ渡航する旅行者を対象に、最新の査証および入国関連情報の発信を含むさまざまな活動を展開することで、アメリカ合衆国を世界有数の旅行先として位置づけています。なお、ブランド USA は、ESTA (電子渡航認証システム) 利用者から徴収される費用の一部と、全米各地の観光局、旅行関連ブランド、その他民間企業・団体からの拠出金を財源として運営しており、米国納税者の負担なしで活動を行っています。

ブランド USA は 2013 年以降の 13 年間にわたり、旅行業界のパートナーと連携して実施してきたマーケティング施策を通じて、訪米旅行者を 1,130 万人増加させ、約 381 億ドル (約 6 兆 960 億円 / 1ドル = 160 円換算) の旅行消費を創出しました。その経済効果は累計で 829 億ドル (約 13 兆 2,640 億円) に達し、年間平均 4 万件以上の雇用を支えています。さらに、これらの取り組みにより、連邦・州・地方政府において累計約 110 億ドル (約 1 兆 7,600 億円) の税収創出にも寄与しています。

### 当リリースに関するお問い合わせ先

ブランド USA 日本事務所 (広報担当: 早瀬、水口、野間)

TEL: 03-6261-5385 E-mail: [BrandUSAJapan@aviareps.com](mailto:BrandUSAJapan@aviareps.com)