

報道関係各位

2026 年 8 月 27 日

アライドアーキテクト株式会社

アライドアーキテクト、「Kaname.ax®」の CEPs/CEXPs 分析と KOL 動画の 18 パターン検証で、ベルトラの媒体 CV 数が 107%に向上

AX の力で企業成長を実現するアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、取締役社長:村岡 弥真人、証券コード:6081、以下「当社」)は、現地体験型アクティビティ専門予約サイト『ベルトラ』を運営するベルトラ株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長 兼 CEO ニ木 渉、以下「ベルトラ」)に対し、データプラットフォーム「Kaname.ax®」による CEPs リスニング®(※1)・CEXPs リスニング、およびインフルエンサー(KOL)(※2)を起用した動画広告施策の設計・実行を支援いたしました。自社に蓄積された顧客レビューデータの分析から得られた知見をもとにターゲット別の動画クリエイティブを制作し、ターゲット・クリエイティブ・LP の組み合わせで合計 18 パターンの広告効果を検証しました。

サービス詳細ページ: <https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>



■蓄積されたレビューデータを、定量的な戦略判断に活かせていないという課題

1991 年の創業以来、現地体験型アクティビティ予約サイト『ベルトラ』を通じて多くの旅行者に選ばれてきたベルトラでは、豊富な催行実績を背景に顧客レビューデータを蓄積してきました。しかし、定量的なデータ分析には至っておらず、自社サービスの訴求が実際に利用者の求める形になっているかを検証する必要性を感じていました。

■分析結果をもとに、台湾でターゲット別クリエイティブを 18 パターン検証

アライドアーキテクトは、ハワイ・台湾・タイ・韓国の主要 4 エリア×新規/リピーター顧客の自社レビューデータをもとに、「Kaname.ax®」で CEPs リスニング®・CEXPs リスニングを実施しました。

CEPs リスニング®では、エリアごとの特色に応じた CEPs(※3:購入・利用のきっかけ)を発見する一方、新規・リピーターそれぞれが重視する体験価値の順位には、全エリア共通の傾向があることが判明。新規顧客は家族中心で効率性を重視し、リピーターは一人参加で探求志向が強まる傾向が見られました。

CEPs リスニング®とは反対に、CExPs(※4:体験の不満要因)を抽出する CExPs リスニングでは、全エリア共通で「ガイドの質」が上位を占めることが分かりました。ガイドの質は体験価値の上位要素でもあることから、その向上・良さを訴求することがサービス利用継続の糸口になるという知見が得られました。

これらの分析結果をもとに、4 エリアの中からまずは台湾から施策を開始しました。台湾情報を発信する KOL をアサインし、実際にベルトラの台湾ツアー(九份・十份)に参加してもらう形で、「新規向け」「リピーター向け」「大衆向け」の 3 パターンの動画を制作・投稿しました。投稿されたコンテンツは 2025 年 5 月中旬から 6 月上旬にかけての約 20 日間、Meta(Instagram/Facebook)で広告として配信し、ターゲット 3 種 × クリエイティブ 3 種 × LP2 種、合計 18 パターンの組み合わせで効果検証を行いました。



■ターゲット別クリエイティブが奏功し、媒体コンバージョン 107%・クリック 116%まで向上

検証の結果、「大衆向け」の動画(通常動画)と比較したところ、媒体コンバージョン(認知獲得)では「新規向け」動画が通常動画比 107%、クリック数(興味喚起)では「リピーター向け」動画が通常動画比 116%となりました。

18 パターンの検証では、この数値以上に注目すべき示唆も得られています。

- クリエイティブごとに役割の違いが明らかになり、「新規向け」動画は認知拡大、「リピーター向け」動画は興味喚起、「大衆向け」動画は実際の予約行動の後押しと、機能が使い分けられていることが分かった。
- LP 設計も成果に影響し、単体のツアー詳細ページよりも、複数ツアーが並ぶカテゴリページの方が予約に繋がりがやすい傾向が見られた。
- 媒体上のコンバージョン数に対して直接予約数が伸び悩む傾向も見られ、「興味を持ったものの予約まで至っていない」層へのリターゲティングに伸びしろがあることも分かった。

18 パターンの比較検証により、ターゲットに合わせて CEPs 要素を含めたクリエイティブを制作・運用することの効果が確認されました。また、大衆向けの広く当てはまる訴求よりも、ターゲットを絞った訴求の方が反応を高められることが、データとして裏付けられました。

顧客の声を起点にしたデータ分析から、クリエイティブ制作、広告での仮説検証までを一気通貫で実施したことで、感覚的な訴求にとどまらない、データに基づくターゲット別のコミュニケーション設計への転換を実現しました。今回得られた知見は台湾エリアにとどまらず、他のエリア・商材にも今後の展開を予定しています。

■クライアント担当者コメント

今回の CEPs リスニングと CExPs リスニングをかけあわせ、顧客の購入行動でセグメント分け（新規会員、一般会員（年間 1 日のみ利用）とリピーター会員）を行い、それぞれ重視する体験価値が異なることが分かりました。これまでは、ターゲティングとセグメントを意識せずに定性的な感動体験訴求をメインとするクリエイティブを制作してきましたが、今回の分析からセグメントごとに、訴求する体験価値をクリエイティブとともに最適化させることで、一定の効果を出すことができました。今後のクリエイティブ制作においても、顧客セグメントを意識して行っていきたいと思いました。

＜Kaname.ax®について＞

「Kaname.ax®」は、蓄積された顧客の声（VOC）データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。SNS 投稿、レビュー、EC 購買者のアンケート、リサーチパネルの調査結果など、顧客の声を多角的にデータ収集・統合し、AI で一元的に解析することで、Who × What × How のマーケティングフレームワークや CEPs に適応する形でデータ分析結果を出力します。

＜ベルトラ株式会社 会社概要＞

- ・代表者：代表取締役社長 兼 CEO 二木 渉
- ・所在地：東京都中央区日本橋二丁目 13 番 12 号 日本生命日本橋ビル 5 階
- ・URL：<https://www.veltra.com/>
- ・設立：1991 年 11 月
- ・事業内容：海外・国内オプショナルツアー（アクティビティ）予約サイト「ベルトラ（VELTRA）」および交通機関や観光施設チケットの B2B プラットフォーム「LINKTIVITY」の運営

＜アライドアーキテクト株式会社 会社概要＞

- ・代表者：代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL：<https://www.aainc.co.jp>
- ・設立：2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容：マーケティング AX 事業・資産 AX 事業

＜アライドアーキテクツ株式会社とは＞

アライドアーキテクツ株式会社は、従来の事業構造を AI 前提で再設計する AX (AI トランスフォーメーション) を推進し、企業の持続的な成長を実現する AX カンパニーです。

AI を活用したデータ×クリエイティブでマーケティングを変革する「マーケティング AX 事業」と、オンチェーン経済圏における AX を通じて資産価値の向上を目指す「資産 AX 事業」を展開しています。

2005 年の創業以来、6,000 社を超えるマーケティング支援実績と、UGC をはじめとする顧客の声データ資産、独自開発の SaaS・AI 技術を蓄積。戦略立案からクリエイティブ、運用、開発までを担うデジタル・AI 人材を結集し、自らを変革し続ける企画者・創造者の集団として、「世界中の人と企業の創造がめぐる社会」を目指して、挑み続けています。

※1 独自 AI 技術を活用して、生活者の実際の体験や感想を CEPs を軸に分析。生活者インサイトを発見・評価し、効果的なマーケティング戦略の策定を可能にします。

※2 Key Opinion Leader の略称。中国で多大な影響力を持つインフルエンサーを指します。

※3 Category Entry Points 顧客が特定の商品カテゴリの購入を検討するきっかけとなる状況やニーズのこと。

※4 Category Exit Points 顧客が特定の商品カテゴリの購入を離脱、もしくは利用を停止するきっかけとなる状況やニーズのこと。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクツ株式会社 経営企画室 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp