



アドビシステムズ株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー 19F

アドビのデータサイエンス機能、 企業による卓越した顧客体験の提供を支援

※当資料は、2016年3月22日に弊社米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2016年3月23日】

米国ネバダ州ラスベガス発：Adobe (Nasdaq: ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ) は、Adobe Summitにおいて、人間のインテリジェンスが持つクリエイティブな要素とデータサイエンスが持つ分析能力を組み合わせ、一連の新しいデータサイエンス機能を発表しました。Adobe Marketing Cloudに含まれる新たなアルゴリズムにより、膨大なデータポイントからのインサイト抽出をさらに容易にします。アドビは、年間41兆のトランザクションと4兆1,000億のリッチメディアリクエストに基づくデータサイエンスを実現します。マーケターはこのようなインサイトを使うことにより、より良いビジネス判断を下し、際立ったコンテンツの制作に注力し、これまで気づくことができなかったレコメンデーションや予測を得ることができます。

誰かがオンラインやアプリで何かを選ぶたびに新しいデータポイントが発生します。マーケターや広告主にとってこのデータは金脈であり、このような局面でデータサイエンスが役立ちます。アプリやWebサイトに組み込まれたアルゴリズムは個人の選択行動を分析してカスタマイズされた体験を作り出し、また多数の人々の行動から予想しなかったパターンを発見することにより、データサイエンスの研究者がさらに分析を進め、またマーケターがその取り組みを応用するための基盤となります。データサイエンスはデジタルマーケティングのプロセスを簡素化するだけでなく、消費者にパーソナライズされた最高の体験を提供する原動力でもあります。

これらの新しい機能は従来のデータサイエンス機能を3つのAdobeのクラウドソリューションすべてにわたって補完します。Adobe Creative Cloudのデータサイエンスは、デザイナーによるさらに優れたデザイン制作を支援します。たとえばAdobe Photoshop CCには[顔認識](#)、[コンテンツ認識技術](#)、[カメラ手ブレ軽減](#)をはじめとした機能が搭載されています。Adobe Document Cloudは、PDFをスキャンして編集可能なドキュメントに変換する際のPDF境界検出やゆがみ補正など、さまざまな画像処理技法に基づくアルゴリズムを使用しています。そしてAdobe Marketing Cloudでは、新しいデータサイエンス機能が、[貢献度分析](#)、[異常値検出](#)、[Shoppable Video](#)などの40種類を超える既存機能に加わります。

アドビのデータサイエンス担当フェローのアニルカマス（Anil Kamath）は、次のように述べています。「デジタルマーケティングではデータサイエンスはまだ新しい分野です。アドビのアルゴリズムはマーケターの優れた業務をさらに拡大し、パーソナライゼーション、ターゲティング、セグメンテーションを通じて驚くような体験を消費者に提供することを目的としたものです。」

Royal Bank of Scotland のアナリティクス部門のトップであるジャイルズ リチャードソン（Giles Richardson）は、次のように述べています。「今日の消費者は、企業と関わる上で常にオンラインとオフラインのどちらでも選べるため、企業側はそういった現状に沿った顧客体験に変革していく必要があることは明らかです。当社は、Creative Cloud、Document Cloud、Marketing Cloud のデータサイエンスにより、ビジネスに幅のあるスパースターDJ プログラムを展開します。そして、お客様に満足いただける、コールセンターから支店までの、リアルタイムで高度にパーソナライズされた体験を提供します。」

Adobe Marketing Cloud に新たに加わるデータサイエンス機能は次のとおりです。一部を除き本日から利用可能です。

- **よりスマートなデジタルアセット**：[Adobe Experience Manager](#) の [Smart Tag](#) により、画像、写真、ビデオ、およびその他の視覚的なデジタルコンテンツなど、Creative Cloud に保存されているアセットの検索が、従来よりもはるかに容易になりました。予測的タグ付機能を備えた検索により、企業がビジュアルコンテンツの与えるインパクトをしっかりと認識し、膨大な量の画像に手作業でタグ付けすることなく、コンテンツ検索を行うことが可能となります。たとえば Smart Tag は「夏」、「風景」、「子ども」に関連付けられた画像を使い、これらの語句に一致するすべての画像を Creative Cloud から短時間のうちに検索することができます。
- **TV のおすすめ機能のパーソナライズ**：ストリーミングのコンテンツ事業者はこれまで、閉じられたコンテンツ環境の中での視聴履歴や購入履歴のみに基づいておすすめを視聴者に提案してきました。[Adobe Primetime](#) と [Adobe Target](#) の新しいアルゴリズムは、このための情報を TV、映画、スポーツ中継コンテンツをストリーミングで視聴する米国家庭の大半から取得します。[Adobe Primetime Recommendations](#) による次世代の TV おすすめ機能では、コンテキストに関するインサイトや、映像視聴の詳細に関するインサイトに基づいたパーソナライズが行われます。たとえば土曜に Apple TV でバルセロナ対レアルマドリード戦を見たとすれば、月曜には Android スマートフォンにサッカーのハイライトのストリーミングがおすすめとして表示されるかもしれません。
- **Segment IQ**：[Adobe Analytics](#) の Segment IQ は、セグメントの属性について自動的に分析を行い、ターゲットとなる複数のオーディエンスセグメントの間で、重なる部分と相違

する部分をインテリジェントに検出します。次いで Segment IQ は、セグメント間の行動面での重要な違いや、実行に移すことが可能なインサイトを見出し、ビジネス面でのゴール達成を支援します。これによりマーケターやアナリストには、どのセグメントが自らのビジネスにとって最も重要かをさらに把握し、顧客獲得の効率を大きく高めることによって時間と費用を削減することが可能になります。

- **分析のパーソナルアシスタント機能**：[Adobe Analytics](#) Virtual Analyst は、マーケターが探し出すためのノウハウやリソースを持っていないため埋もれてしまっているリアルタイムのインサイトを明らかにします。Virtual Analyst はそのユーザーや他のユーザーが入力した内容から学習し、データの重要な変化に着目してそれらに優先順位を設定し、マーケターによる業務判断の改善に役立つ関連インサイトを示します。たとえば Virtual Analyst は、使用パターンを基に、ユーザーにとって売上が重要な指標であると認識し、そのユーザーへの売上関連のアラートに注文、単位、およびソーシャルメディアでの言及をインテリジェントに組み合わせることができます。Virtual Analyst はまた、データの異常な動きを 1 時間単位で把握し、それをテキストベースのメールアラートとして提供します。今秋の提供開始を予定している Virtual Analyst は Adobe Summit で Sneak Preview が行われます。
- **消費者の価値を高い信頼感の下に予測**：[Adobe Target](#) の新しい「[生涯価値判断](#)」機能は、長期的に最大限の利益を生み出す消費者の購入経路を、マーケターが予測できるように支援します。すでに市場にある他社のテストやターゲティングツールとは異なり、Adobe Target は顧客の過去のやり取りを分析し、製品やサービスの新しいオファーをリアルタイムで推奨します。消費者の行動データを活用することにより、例えば小売業ではコンピュータの値引きオファーを行い、続いてモニターとプリンタの値引きオファーを組み合わせ、すべてを一括してオファーした場合よりも大きな利益を上げることが可能になります。
- **広告のための自動化されたインサイト**：キャンペーン成果のトレンド分析に毎週何時間もかかっていた手作業からマーケターが解放され、より生産的なことに時間を使えるようになったとすればどうでしょうか？[Adobe Media Manager Advertising Insights](#) は、主要な疑問項目に関する分析をすべて自動化し、プロフェッショナルが作成したような見栄えの統計グラフ、サマリー、推奨事項などを、直ちにプレゼンテーションに使える Microsoft PowerPoint のレポートにまとめます。
- **予測的な件名**：売上拡大には依然として、Eメールがデジタルマーケティングのエンゲージメントにおける主力チャネルとなっていますが、マーケターは既知の行動や関心分野に基づいて対象顧客との関与をパーソナライズすることに苦心しています。件名は、Eメールが削除されるか開封されるかの分かれ目となります。[Adobe Campaign](#) ではこのたび、以前の件名に基づく「開封」率を分析することにより、成果を最大限に高める[件名を推奨](#)

[する機能](#)を発表しました。たとえば分析結果から、「新しい」よりも「最新の」の方が開封率が高まるだろうと示されます。予測的件名機能は第3四半期にベータ版をリリースする予定です。

Adobe Marketing Cloud について

Adobe Marketing Cloud は、様々なデバイスとデジタルタッチポイントを通じてマーケティングコンテンツの高度なパーソナライゼーションを実現することでビッグデータを駆使し、顧客と見込み客への効果的なリーチとエンゲージメントを支援します。緊密に統合された8つのソリューションにより、分析、Web/アプリのエクスペリエンス管理、テスト/ターゲティング、広告、動画、オーディエンス管理、ソーシャルエンゲージメント、キャンペーン編成に重点を置いた、包括的なマーケティングテクノロジーをマーケターに提供します。また、Adobe Creative Cloud との連携機能により、あらゆるマーケティングチャネルにおいて、クリエイティブアセットを容易に活用できます。Adobe Marketing Cloud は、Fortune 50 企業の 2/3 をはじめ、世界中の多くの企業に採用されています。

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビシステムズ株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[Web サイト](#)に掲載されています。

Adobe, the Adobe logo, Adobe Analytics, Adobe Campaign, Adobe Experience Manager, Adobe Marketing Cloud, Adobe Primetime, Adobe Target, Creative Cloud, and Photoshop are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.