



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、業界で初めてオフラインおよびオンラインの音声向け アナリティクスを提供

Adobe Analytics Cloud により、ポッドキャスト、音楽ストリーミング、  
オーディオブックのより深いインサイトが獲得可能に

※当資料は、2018年3月28日に米国本社から発表された [メディアアラート](#) の抄訳です。

【2018年3月29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、[Adobe Analytics](#)のストリーミング音声向けの新機能を発表しました。これによりブランド企業は、オンラインおよびオフラインの両方で音声に関するいっそう掘り下げたインサイトを得られるようになります。

モバイルファーストへの変革により、デジタル音声の需要が加速しています。アドビの新たな[調査](#) (英語) によると、18歳～34歳の消費者の大多数は、音声を聴くソースの上位3つとして、音楽ストリーミング、自分がデジタル形式で所有する音楽、ポッドキャストを挙げています。クリエイターから広告主、マーケティング担当者に至るまで、音声には多くの課題が伴います。それは、顧客の移り気、急速な市場規模拡大による競争の激化、複数のタッチポイント、オンラインおよびオフラインの両方でエンゲージメントを正確に測定する方法がないことなどがあげられます。

既にCBS Interactive、Pandora、Spotify、Time Warner、Viacomなどのメディアやエンターテインメント業界の大企業10社と提携している[Adobe Analytics Cloud](#)は、リスナーがポッドキャスト、音楽ストリーミング、オーディオブックなどをどのように活用しているかを理解できるようにし、ブランド企業が最高の顧客体験を提供するための意思決定を可能にします。また、Adobe Analyticsのハートビート計測、リアルタイム計測により、ストリーミングに関するより詳細なインサイトが提供され、ブランド企業は極めて重要な指標を確認することができます。

Adobe Analytics Cloudのマーケティング担当シニアディレクターであるジェフ アレン (Jeff Allen) は次のように述べています。「参入者の多い市場において、人々がいつでもどこでも音

声を聴ける環境にある中、多くのブランド企業は音声がどのように消費されているかを理解するのに手探りの状態です。マーケティング担当者もっばら予算投入に大きな賭けをしてきました。ポッドキャスト、音声ストリーミング、オーディオブックに関して、これほどのレベルのインサイトを提供できる分析ソリューションは他にありません。」

Adobe Analytics Cloudの新しい音声機能は以下のとおりです。

- **リスナーについての理解**：ブランド企業は、リスナーがポッドキャストやオーディオブックを聴き終えたか、広告をスキップしたか、いつ離脱したか、バッファリングなどのエラーがエクスペリエンスにどう影響を及ぼしているか（音声ダウンロードされたものかライブストリーミングかを問わず）などを評価できます。また、デバイスの種類や、異なるデバイスにわたってポッドキャストやオーディオブックが聴かれたかどうかを問わず、音声コンテンツを評価できます。さらに[Adobe Audience Manager](#)の Audience Marketplaceを活用し、セカンド／サードパーティのデータソースと連携することで、提携関係にある複数ブランド企業のセグメントを統合し、ユーザー行動の理解、オーディエンスの地理情報、属性情報、サイコグラフィック（人の個性や価値観、欲求といった性格にひも付く心理学的データ）を把握することができます。これらのインサイトにより、音声を提供するブランド企業は、レコメンデーション、広告、プログラムの決定を行うことができ、よい良い消費者体験の提供が可能になります。
- **最高の音声体験を実現**：コンテンツの選択肢が無数にある中で、とりわけエクスペリエンスが迫力に欠けるものであった場合、消費者はすぐに気を変えてしまいます。Adobe Analyticsは、アドビの人工知能（AI）およびマシンラーニングのフレームワークである[Adobe Sensei](#)を活用して、過度なバッファリングなどの異常が起きた場合にブランド企業に警告し、プレイボタンをクリックした時から音声スタートするまでに要する時間を追跡します。
- **音声提供における収益化**：ブランド企業は、リスナーのコンテンツ選択や行動に関する情報を入手することで、消費者に対する広告のターゲティングをより適切に行い、パーソナライズされた音声体験を提供し、リスナーを維持することができます。リスナーが離脱した場合、ブランド企業はリスナーが開始／完了した広告について評価し、コンテンツ内のどこが音声広告に最適なのかを測定することができます。ブランド企業は、Adobe Audience Managerによって、Audience Marketplace内の自社データアセットを収益化し、自社のオーディエンスを広告やマーケティングのエコシステム内のモバイル向け広告配信やコンテンツ配信のチャンネルに誘導できます。
- **コネクテッドカーを推進**：自動車にフォーカスした分析、パーソナライゼーション、広告機能により、ブランド企業はユニークな車内体験の提供が可能になります。Adobe Analyticsは、自動車メーカーや車載アプリ開発企業がユニークな車内体験を提供できる

ようにします。パーソナライズされたプレイリスト、寄り道のお勧め、音声広告など異なるタイプのコンテンツを推奨し、提供することができます。また、車内の音声インタラクションが機能しなくなった場合は、ブランド企業に即座に警告を発信します。

## Adobe Analytics Cloudについて

Adobe Experience Cloudの一部であるAdobe Analytics Cloudは、現代の顧客体験中心のビジネスに向けたインテリジェンスのコアシステムです。ブランド企業は、カスタマージャーニーを通じてオフラインデータおよびデジタルデータを詳しく理解できるようになり、情報にもとづいた意思決定と忠実な関係性の構築が可能になります。Adobe Analytics Cloudは、リアルタイムのデータインサイトおよび予測分析の主要なソリューションであるAdobe Analyticsと、データおよびオーディエンスの主要な管理プラットフォームであるAdobe Audience Managerが組み合わさっています。Adobe Analytics Cloudにより、誰にでもインサイトと行動のギャップを埋められるようになり、データから即座に価値を生み出せます。Adobe Analytics Cloudは、オープンAPI、標準データモデル、人工知能（AI）とマシンラーニングを統合したアドビのフレームワークであるAdobe Senseiを提供するAdobe Cloud Platformをベースに設計されており、現代のインテリジェンス部門が大量の異種データをスマートかつ迅速に把握し、合理化し、理解できるようにします。米国フォーチュン誌の上位100社のうち約3分の2がAdobe Analytics Cloudを活用して今日のデジタル課題に対処しており、その顧客数は2014年から2017年の間に2倍以上に増加しています。

## 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。

©2018 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.