



## アドビ、DMP 利用者とデータプロバイダー間での データ流通と売買を実現するデータマーケットプレイス 「Adobe Audience Manager Audience Marketplace」を 国内で提供開始

付加価値の高いオーディエンスセグメントを作成可能に

【2018年7月18日】

アドビ システムズ 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：ジェームズ マクリディ、以下アドビ）は本日、[Adobe Analytics Cloud](#)のデータ管理プラットフォーム（DMP）である「[Adobe Audience Manager](#)」のUI（ユーザーインターフェース）を通じて、データの流通・売買を可能にするデータマーケットプレイス「Audience Marketplace」を国内で提供開始することを発表しました。これにより、Adobe Audience Managerのユーザー企業は、個別契約の手間をかけることなく、自社が所有するファーストパーティデータ（オンラインの行動情報やオフラインの属性情報）を、セカンドパーティデータ（共有可能な他社のファーストパーティデータ）やサードパーティデータ（パートナー経由で入手した興味関心情報）と統合し、付加価値の高いオーディエンスセグメントを作成することができます。Audience Marketplaceは、国内ではKDDI株式会社のB2Bマーケティング部門にて先行利用されています。

Audience Marketplace経由で入手したオーディエンスセグメントにより、ブランド企業は、通常ファーストパーティデータでは入手できないオーディエンスへのアクセス、作成、理解が可能になります。例えば、サードパーティデータを基に類推モデルを作成することでオーディエンスの規模を拡大することができます。また、[Adobe Analytics](#)からのweb行動データとパートナーから入手した消費行動データや興味関心情報を組み合わせ、オーディエンスをより理解することができます。これにより、サイト上でリアルタイムに[Adobe Target](#)を使ったコミュニケーション、[Adobe Advertising Cloud](#)を通じた広告コミュニケーションをすることで顧客を活性化させることができるようになります。

例えば、航空会社は、旅行を検討している人に絞って広告をリーチした方がより効果的にマーケティング施策を実行しやすくなります。Audience Marketplaceを経由することで、航空会社は旅行プラン比較サイト等から顧客オーディエンスデータを受け取ることができます。これをマーケティング施策に活用することで、自社がリーチしたいセグメントに絞り、かつ顧客に合わせたクリエイティブによるコミュニケーションが可能になります。

本日、国内でAudience Marketplaceのデータプロバイダーとして参画する企業は下記の7社です。アドビは引き続きAudience Marketplaceに参加する企業とデータプロバイダーを拡大することで、より価値の高いオーディエンスセグメントの作成を実現するエコシステムの構築を目指します。

- 株式会社インティメート・マージャー  
推計情報（デモグラフィック属性、興味関心、地域・商圈情報、web閲覧履歴）

- 株式会社インテージ  
モニター属性情報（性別、年齢、職業、居住地、未既婚、子供有無、年収等）
- 株式会社Geolocation Technology（どこどこJP）  
企業/組織関連情報（組織名、上場区分、資本金区分、従業員数区分、業種分類等）
- 株式会社ディーアンドエム（クロス・マーケティンググループ）  
モニター属性情報（性別、年齢、職業、居住地、未既婚、子供有無、年収等）
- デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社  
推定情報（デモグラフィック属性情報、興味関心・嗜好性）
- 株式会社マクロミル  
モニター属性情報（性別、年齢、職業、居住地、未既婚、子供有無、年収等）
- 株式会社ランドスケープ  
企業/組織関連情報（組織名、上場区分、資本金区分、従業員数区分、業種分類、企業系列等）

(50音順)

※上記に加え、複数の事業者が非公開で参画しています。



## Adobe Audience Manager Audience Marketplace

KDDI株式会社 ソリューションマーケティング部主任 森本祐吏様より下記のコメントをいただいています。

「B2Bのマーケティング活動において、ターゲット企業のターゲティングは大きな課題となっています。Adobe Audience Managerの活用によってターゲット企業のセグメント設定が可能となり、従来は困難であったターゲット企業ごとの広告施策、パーソナライズやwebサイト分析が可能となりました。今回のAudience Marketplaceの提供開始により、国内データプロバイダーの増加に伴いデータエクステンジの一元化が進み、デジタルにおけるアカウントベースドマーケティングの実施がさらに効率的になることを期待しています。」

オーディエンスデータの販売と購入において、セルサイド（販売者）は価格設定やデータ提供に関する制御の柔軟性を期待し、バイサイド（購入者）は透明性を望みます。アドビは中立的な立場で柔軟な価格オプションと透明性の高いデータ共有を実現するインフラを提供します。

アドビの デジタルエクスペリエンス事業部 Adobe Audience Manager プロダクトマネージャ Kunal Chopra（クナル チョプラ）は、次のように述べています。「Audience Marketplaceはマーケットチャンネル全体においてマーケターによるオーディエンスの管理、活性化、収益化の方法を再定義します。」

### **Adobe Experience Cloudについて**

Adobe Experience Cloudは、企業が優れた顧客体験を提供するために必要なあらゆる要素を備えた3つのクラウドで構成される包括的なクラウドサービスです。Adobe Experience Cloudは、Adobe Senseiのマシンラーニングおよび人工知能（AI）の機能を活用し、世界水準のソリューション、完全かつ拡張可能なプラットフォーム、包括的なデータおよびコンテンツシステム、堅牢なパートナーエコシステム、卓越した体験を届けるための専門知識を兼ね備えています。

### **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.