



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、Adobe Marketing Cloud におけるイノベーションで 顧客体験のパーソナライゼーションを促進

※当資料は、2018年9月10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9月14日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発：[アドビの最近のデジタル成熟度に関する調査](#)（英語）によると、デジタル化で成熟している企業の大半は、競争力を維持するため顧客体験におけるパーソナライゼーションと最適化に対する投資を増加していることが分かりました。大手のブランド企業は、最高の顧客体験とは一貫して個人的な体験であると認識しています。それにもかかわらず、顧客とのすべてのタッチポイントにおいてパーソナライズされた体験を提供するのに苦労している企業は少なくありません。この問題を解決するため、Adobe (Nasdaq: ADBE)（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ）はこの度、[Adobe Experience Cloud](#)を構成する[Adobe Marketing Cloud](#)の一部である[Adobe Target](#)および[Adobe Experience Manager](#)における、[Adobe Sensei](#)のマシンラーニングおよび人工知能（AI）を活用した新しいイノベーションを発表しました。

Adobe Experience ManagerおよびAdobe Targetの責任者であるロニー スターク（Loni Stark）は次のように述べています。「パーソナライゼーションは、すべての顧客体験の中心に据えられるべきです。それをしないブランド企業は、顧客のロイヤルティを失い、ビジネスを逃す危険性があります。アドビは10年以上にわたり、AIと機械学習のイノベーションを紹介してきました。このたび発表された新しいパーソナライゼーション機能は、使用するスクリーン、デバイス、チャンネルを問わず、すべてにおいて個人レベルで顧客の要望に応えられるよう企業を支援するというアドビのミッションを前進させるものです。」

Adobe TargetおよびAdobe Experience Managerの新しい機能とアドビの研究機関である[Adobe Research](#)（英語）による未来を見据えたプロジェクトにより、マーケターは以下のことができるようになります。

- **音声インタラクションの強化**：先日の[アドビ調査](#)（英語）によると、消費者の64%が今後の5年間に音声アシスタントの利用を増やそうとしており、ブランドエンゲージメ

ントチャンネルとしての音声の重要性が高まっていることが明らかになりました。ブランド企業がAdobe Targetを利用すれば、Amazon Alexaなどのアシスタントに対し、音声によるコンテンツやオファーの反復と試験を行い、顧客へパーソナライズされた音声体験を提供できます。例えば、空港ではAlexaを使用して、搭乗者に対しフライトの最新情報を提供し、ターミナルのスクリーン上では到着地の天気予報に基づいてレインコートをお薦めすることができます。

- **可能性の高い顧客行動に合わせた最適化**：マーケターとデータサイエンティストは、Adobe Targetを利用し、購入や解約などの顧客行動の可能性を動的に比較できるようになりました。これにより、最も可能性の高いと思われる行動を、顧客プロフィールに組み込むことができます。ブランド企業は、望ましい行動に基づいてエクスペリエンスを提供できます。例えば家具店は、ある顧客がベットを購入する可能性と、テーブルを買う可能性のそれぞれのスコアを付与することができます。家具店は、その顧客がwebサイトに訪問した時に、スコアの高い商品を自動的にお薦めとして表示できるようになります。
- **ARショッピング体験のパーソナライゼーション**：アドビは、将来的な製品統合に向けた開発作業に際して、Adobe Researchによるパーソナライゼーションプロジェクトの先行公開を行っています。ブランド企業はAIを利用し、お客様の表情に基づいて拡張現実（AR）環境の中で製品レコメンデーションを動的に変更できます。例えば、サングラスメーカーは、顧客が丸型フレームのサングラスを試着したときに顔をしかめたことを認識して、アビエータースタイルなど別のフレームデザインの製品を提供できます。
- **ベストパフォーマンスにつながるレイアウトデザインの自動化**：広範な顧客にそれぞれベストパフォーマンスを提供できるようなデザインとレイアウトを選ぶことは、ブランド企業にとって大きな課題です。マーケターがAdobe Experience Managerの[Smart Layout](#)を利用すれば、個々の顧客の行動に合わせて、自動的に最もパフォーマンスの高いレイアウトを構成することができます。例えば、リゾート施設は、ゴルファーと、ゴルフよりスパサービスを利用しそうなビジターとを比較し、ゴルファーのための特別なデザインを提供することができます。
- **AI活用の意思決定によるレコメンデーションの改善**：大規模で多様なオーディエンスにそれぞれパーソナライズされたレコメンデーションを提供するのは、容易なことではありません。Auto-Targetによる自動的なパーソナライズ機能によりマーケターは、最適なAdobe Targetアルゴリズムが自動的に選択し、広範なオーディエンスにパーソナライズされたレコメンデーションを提供することができます。例えば、住宅リフォーム企業は、主要顧客と工務店、さらにDIY店などの二次的オーディエンスに対し、同一のキャンペーン内で等しくレコメンデーションを行うことができます。また、アドビは、居

住地や好きな色などの顧客特性を自動的に考慮し、望ましい行動を最大限に予測する新しいレコメンデーションアルゴリズムを提供します。

- **コラボレーションによる顧客体験の改善**：マーケターは、AIと協力すればより迅速かつダイナミックに顧客体験を創出し、ビジネス価値を増加できることをすぐに理解するでしょう。Adobe Targetの新しいPersonalization Insights Reportsはこうしたマーケターに対し、アルゴリズムのパフォーマンスについて分析を提供します。ここでは、訪問者のどのような特性が最も大きな影響力を持つのか、どのようなオファーが最も共感を呼ぶのかといったインサイトを得ることができます。このデータを利用すれば、より緻密な試験を作成できるだけでなく、AIを活用したパーソナライゼーションを改善し、それぞれの顧客に最適化したデジタル体験を提供することができます。

Adobe Experience Cloudは、ブランド企業があらゆる顧客の接点において、魅力的で一貫した継続的なエクスペリエンスを提供し、さらにすべてのビジネス成長を加速させます。Adobe Marketing Cloud内のエクスペリエンス最適化ソリューションであるAdobe Targetは、データドリブン型のブランド企業が、web、モバイル、電子メール、IoTデバイス、コールセンターなどのあらゆるデジタルタッチポイントを通じてパーソナライズされた体験を速やかに実験および創出できるよう支援します。Adobe Targetは、Lenovo、日産自動車、Philips、Sprintといった世界中の主要なブランド企業に採用されています。Adobe Targetは、データガバナンスおよびプライバシーデザイン機能の[GDPR準拠](#)を容易にします。アドビは、「[The Forrester Wave™: Experience Optimization Platforms \(エクスペリエンス最適化プラットフォーム\)、2018年第2四半期](#)」および「[The Forrester Wave™: Digital Intelligence Platforms \(デジタルインテリジェンスプラットフォーム\)、2017年第2四半期](#)」において唯一の業界リーダーに選ばれました。

関連リンク

- Adobe Target のプロダクトマーケティング グループマネージャーである Drew Burns による[ブログ](#) (英語)

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.