



アドビ、AI や複合現実、音声技術を活用した 最新テクノロジーを Summit Sneaks で先行紹介

※当資料は、2019年3月27日に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2019年3月28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 2019で1万6千人を超える参加者を迎え、アドビの研究部門で開発中のAI、複合現実、音声技術を活用した最新テクノロジーをSummit Sneaksにて披露します。Summit Sneaksは、アドビが開発中のイノベーションを先行紹介するエンターテインメント性の高い人気セッションで、8年目を迎えた今年は、米女優のミンディ カリング (Mindy Kaling) 氏を進行役として迎えます。エンジニア、研究者、プロダクトマネージャー、UXデザイナーなどのアドビ社員が、Adobe Summitで自らの企画をプレゼンする機会として位置付けられています。観客から評価の高いテクノロジーは、Adobe Experience ManagerのSmart LayoutやAdobe AnalyticsのAttribution IQのように、将来的に製品に導入される可能性があります。

今年のSummit Sneaksでは、以下をはじめとした様々なプロジェクトが発表されます。

- **Accelerating AR Experiences (ARエクスペリエンスの加速)**：空港での乗り継ぎで、1時間の待ち時間がある場面を想像してみてください。航空会社のモバイルアプリにはAR (拡張現実) 機能が備わっていて、インタラクティブなターミナルのマップ上には「ARゾーン」という表示が出ています。顧客は本屋の近くを通ると、カスタマイズされたおすすめ情報をARオブジェクトとして受け取り、電子マネーを通して即座に購入することができます。ブランド企業によるAR活用の加速を支援するため、アドビはAdobe Experience Cloud内の緊密な統合が、どのようにテクノロジーのバックエンドを提供し、AR上の体験を迅速に構築かつ拡大できるかを[披露します](#) (英語)。これにより3Dコンテンツとその配信に、コマース、分析およびパーソナライゼーション機能が一体化されます。
- **Future Gazing for Marketers (マーケターのための未来を見通す力)**：顧客体験に関する判断は、これまで過去のデータに基づいて行われてきました。たとえばサブスクリプ

ションサービスにおいて、脱退済のユーザーグループを特定した後に、再度の加入を促すコンテンツを提供していました。多くのケースにおいて、ブランド企業は顧客の行動から一歩遅れを取っています。こういった状況に対処するため、アドビはAdobe Senseiのディープラーニング機能を応用し、将来の行動を予測する新しいテクノロジーを披露します。既知のユーザー行動に関する過去のデータやパターンを分析することにより、顧客が次に取るであろう可能性が最も高い行動をシステムが推測します。例えばサブスクリプションサービスでは、脱退の可能性が最も高いユーザーを把握するだけでなく、考えを変えさせる可能性が最も高い行動を推奨することができます。

- **Car Ownership Re-Imagined（自動車の所有方法の再創造）**：自動車をメンテナンスに出したとき、消費者はそのやり取りについて最小限しかコントロールできません。判断の根拠とするデータがほとんど存在しないため、修理するかそのまま使用するかを勧められてもそれを言葉通り受け入れるしかありません。そこでアドビは、バッテリーの性能からエンジンの状態までの自動車に関するデータポイントを取得する、新しい消費者向けアプリを披露します。これにより消費者はより問題を先取りして行動し、必要なメンテナンスの推奨をリアルタイムで得ることができるようになります。また自動車メーカーにはこのサービスを利用する消費者に関する、意思決定に役立つ集約された匿名データを提供します。例えば、共通したメンテナンス上の問題が発生した自動車のグループを特定できれば、より早く解決に向けたアクションを取ることができます。
- **Transforming Documents with AI and Voice（AIと音声技術で文書のやり取りを変革）**：ベンダーとの契約や学術論文などの長い文書を扱う職業において、関連情報の検索作業は時間の掛かる手作業にほぼ委ねられています。アドビはテキスト認識AIと音声コントロール機能を活用し、文書とのやり取りを変革する[新たなプロジェクト](#)（英語）を明らかにします。ユーザーが文書に話しかければ、必要な情報が直ちに示されるようになります。たとえばマーケティングが広告代理店との契約を見直す際、「この費用は昨年からのどのように変わったか？」といった質問を投げ掛けると、直ちにその回答を得ることができます。
- **An Asset Search Engine for the Enterprise（企業のためのアセット検索エンジン）**：オンライン上で消費者に働き掛ける手段は多数存在しており、ブランド企業はグラフィックや画像からビデオまで、管理しなければならないアセットの量に圧倒されています。必要なものを見つける作業は、多くの場合、時間がかかる面倒なものです。Adobe Senseiの画像認識AIと自然言語機能により、ユーザーはアセットライブラリに話しかけることで探しているものをすぐに見つけることができます。たとえば旅行キャンペーンを開発しているマーケティングが「海を背景とした椰子の木の画像を探せ」と言えば、そのブランド企業が承認した該当するグラフィックがすべて直ちに表示されます。

関連動画

- [Adobe Summit Sneaks | Augmented Offers](#) (英語)
- [Adobe Summit Sneaks | Intelligent Agents](#) (英語)

Adobe Experience Cloud について

アドビは、Adobe Experience Cloud で顧客体験管理 (CXM) を再定義します。Adobe Experience Cloud は、エクスペリエンスのためのデジタルコンテンツの制作からマーケティング、広告、アナリティクス、コマースを含む業界唯一の包括的なソリューションです。静的かつ分断化された顧客プロファイルのみを扱う従来のエンタープライズプラットフォームと異なり、Adobe Experience Cloud は、すべてのタッチポイントやあらゆるチャネルを通し、魅力的なエクスペリエンスを一貫性と継続性をもって提供することを支援し、顧客のビジネス成長を加速させます。エクスペリエンスを主題にした主な調査報告書において、業界アナリストがアドビをリーダーとして位置づけるものは 20 を超え、これはテクノロジー企業のなかでも突出しています。

アドビについて

アドビは、世界を変える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。

©2019 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.