



アドビ、デジタルビジネスを強化する AI サービス群 「Intelligent Services」を発表

※当資料は、米国時間 2020 年 5 月 14 日に米国本社から発表された[ブログ](#)の抄訳です。

【2020 年 5 月 25 日】 Adobe (Nasdaq : ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ) は本日、[Adobe Sensei](#) を搭載した AI サービス群「[Intelligent Services](#)」を発表しました。[Adobe Experience Platform](#) をベースに構築されたこの新しいサービスは、AI に関する専門知識の不足や、複雑な導入作業といった、長年にわたって AI の導入につきものだった企業の課題に対応します。

Intelligent Services は、構造化されていないデータを共通言語でつなぎ合わせることで、不複数のデータソースを基に AI の活用を促進します。また、Adobe Experience Platform にて提供される厳格なガバナンス機能により、企業は消費者を保護する業界規制や企業ポリシーを遵守したうえで、AI へのデータ利用を実施することができます。さらに、柔軟なセルフサービスのインターフェイスを備えているため、[顧客体験管理 \(CXM\)](#) に特化したユースケースに合わせてサービスを設定することができます。

[NDIVIA](#) は、Intelligent Services をマーケティングチームで活用した最初の企業のひとつです。同社では、「Attribution AI」を使用してマーケティングプログラムの効果を分析し、そのインサイトをもとに実施した集客キャンペーンにより、イベント登録者数を 5 倍に増加させることに成功しました。また、「Customer AI」を使って予測的インサイトを取得することで、ゲーム製品の消費者エンゲージメントへの理解を深め、[パーソナライズされたコンテンツ](#)を提供しました。さらに「Journey AI」を使って電子メールの送信に最適な時間帯を予測し、顧客の好みにあわせたエンゲージメントを実施しました。この施策により、メールの開封率は 14% 向上し、予測的インサイトが電子メールのキャンペーン強化に役立つことが実証されました。これらの成功事例については、[こちら](#)の記事をご覧ください。

Adobe Experience Platform が提供する Intelligent Services には以下が含まれます。

- **Customer AI**：多くの場合、企業には、手持ちのデータを深く掘り下げ、顧客行動の背後にある根本的な理由を理解するためのリソースがありません。Customer AI は、ビジネス全体の履歴データや[リアルタイムデータ](#)を分析して、コンバージョンや解約などの重要なイベントの傾向スコアを作成します。例えば、サブスクリプションサービスの場合は、価格に敏感でサブスクリプションを停止する可能性が高いユーザーのセグメントを抽出し、カスタムプロモーションを実施することができます。
- **Attribution AI**：マーケターは、顧客との複数のタッチポイント（web、電子メール、ソーシャル）それぞれに、適切なリソースと時間を配分する必要があります。しかし、従来のルールベースのアトリビューション分析は、「ファーストタッチ（例：web 訪問）」や「ラストタッチ（例：購入）」を過度に評価する人工的なルールにつながりやすく、意思決定を歪める可能性がありました。Attribution AI を利用することで、マーケターは高度なアプローチを用いて各タッチポイントの影響度を定量化し、本来のマーケティング効果を測定して予算に反映させることを可能にします。
- **Journey AI**（ベータ版）：忠実度の高い顧客でさえ、マーケティングに関しては我慢の限界があります。これまでになく多くのチャンネルが存在する中で、エンゲージメントすべきタイミングを理解し、顧客の「マーケティング疲れ」を見極めることが、より大きな焦点となっています。Journey AI は、企業がマーケティング施策を行うにあたって最適な時間、頻度、チャンネルを予測できるよう支援します。このサービスは「疲労」スコアも提供し、顧客へエンゲージメントを測定するのに役立ちます。例えば、小売業の場合は、ホリデーシーズン到来前にこれを利用して、プロモーションの調整を行うことができます。
- **Content & [Commerce AI](#)**（ベータ版）：企業では、クリエイティブにもパフォーマンス評価が必要であるという考え方が浸透してきています。Content & Commerce AI は、色や被写体など、高いパフォーマンスをもたらす要因に関するガイダンスを提供します。また、検索性を高めるために、アセットのタグ付け作業を自動的に行います。さらに、[E コマース](#)分野では、リアルタイムのシグナルや顧客の嗜好に基づいた[商品レコメンデーション](#)を自動化します。

- **Leads AI**（ベータ版）：[B2B](#)のマーケターは、見込み客や既存顧客とのエンゲージメントに関して特有の課題を抱えています。販売サイクルが長く、継続的なマーケティングの効果や、見込み客が購入ジャーニーのどの段階にいるのかを把握するのが難しいためです。Leads AI は、具体的なビジネス機会が生じそうなリードを、リアルタイムの顧客行動シグナルをもとに予測します。これにより、例えばエンタープライズソフトウェアのベンダーは、絞り込んだターゲットに対し、さらにパーソナライズされたキャンペーンを実施することが可能になります。

アドビは社内でもこの Intelligent Services を活用しており、パッケージソフトウェアベンダーからクラウド企業への移行を推進した[フレームワーク](#)、データドリブンオペレーティングモデル（DDOM）の原動力となっています。毎日 15 億以上の傾向スコアが作成され、特定の顧客行動（サブスクリプション解除など）が発生する可能性を示します。また、生成されるターゲットオーディエンスは最大で 5 倍の価値を持つことが明らかとなっています。

アドビの Intelligent Services やそのメリットについては[こちら](#)からご覧ください。

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。