



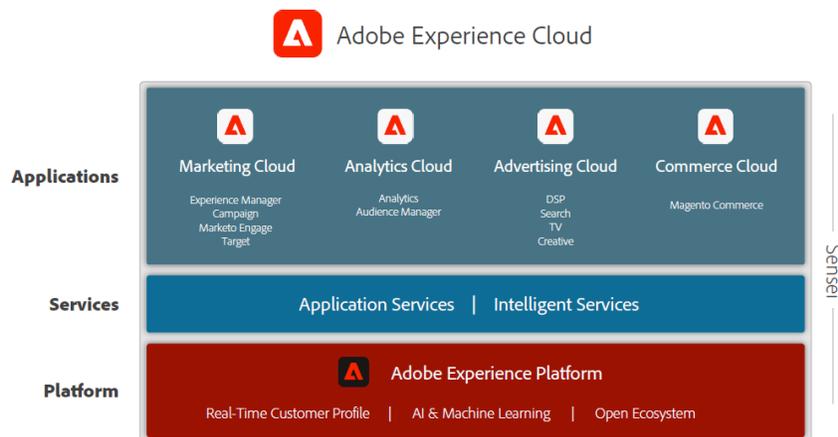
アドビ株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー

アドビ、顧客体験管理（CXM）のための 「Adobe Experience Platform」と アプリケーションサービスを国内で提供開始 ～顧客のプライバシーに配慮しながら、パーソナライズされた体験を リアルタイムで提供可能にする業界初のプラットフォーム～

【2020年7月29日】

アドビ株式会社（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、[顧客体験管理（Customer Experience Management、以下 CXM）](#) のためのプラットフォーム「[Adobe Experience Platform](#)」の国内での提供開始を発表しました。Adobe Experience Platform は、顧客プロフィールなど顧客体験管理に必要なデータの統合管理から顧客とのコミュニケーションにつなげるアクティベーションまでを一貫して提供する、[データガバナンス機能](#)を搭載した業界初となる CXM プラットフォームです。

企業は、アドビの人工知能（AI）とマシンラーニングのフレームワーク [Adobe Sensei](#) を活用することで、[リアルタイムの顧客プロフィール](#)構築を実現するとともに顧客のプライバシーに配慮しながら、パーソナライズされたコンテンツを適切なタイミングで提供することができるようになります。また、これにあわせて、Adobe Experience Platform で稼働するアプリケーションサービス「[Real-time CDP](#)」、[Customer Journey Analytics](#)」および「[Journey Orchestration](#)」も提供開始します。



アドビが最近、消費者向けに行った「[COVID-19（新型コロナウイルス）禍における外出自粛をきっかけとした消費者行動の変化に関する調査](#)」では、今後、顧客の購買行動において、オンラインのさらなる活用、および、オンラインとオフラインを併用した購買行動が加速化することが判明しました。また、オンラインでの購入には効率性、店舗での購入には楽しさや偶然の発見といった気分の高揚を求める傾向があるなど、顧客がオンラインと実店舗に求める体験への期待値が異なることも明らかになりました。

企業と顧客のタッチポイントが多様化し、消費者が電子メールやスマートフォンアプリの通知等を通じて様々な企業から多くのメッセージを受け取る中、企業が顧客と的確にコミュニケーションするためには、オンラインか実店舗かにかかわらず、顧客の状況に応じた適切な内容とタイミングでアプローチすることが求められます。

一方、企業は、パーソナライズした体験を提供するために、消費者が自主的に企業に提供した情報やオンラインでの行動から得られる趣味や興味、関心等、顧客プロフィールに必要な情報を消費者が納得する形で管理する必要があります。

Adobe Experience Platform は、行動データも含めてリアルタイムな顧客プロフィールの構築を可能とし、Adobe Experience Cloud など様々なソリューションと連携することで、顧客一人ひとりとのリアルタイムなコミュニケーションを実現します。

Adobe Experience Platform が実現する主な機能は下記の通りです。

1. 顧客体験に必要なデータの統合

複数のデータソースから顧客体験に必要なデータを取り込み、顧客プロフィールの統合からデータガバナンス、AI や機械学習の活用、顧客コミュニケーションにつなげるためのアクティベーションまでを一貫したプラットフォームで提供します。これにより、企業は顧客のプライバシーに配慮しながら、リアルタイムにパーソナライズされた体験を、スケーラビリティを持って提供できるようになります。

2. 顧客体験に必要なデータガバナンス機能の提供

任意のデータソースから収集されるデータは、顧客体験管理のために設計された Experience Data Model (XDM) により標準化され、統合されます。データの管理においては、データガバナンスを実現する DULE (Data Usage Labeling Enforcement) フレームワークにより、顧客データの項目ごとの目的管理と、その目的に沿わない利用制限を行い、プライバシーなどの規制に配慮したデータ利用を実現します。

3. リアルタイムな顧客コミュニケーション

「Real-time CDP」により、データの収集からプロフィールの統合、実際の顧客コミュニケーションに至るまで、顧客とのコミュニケーションをリアルタイムに実現します。

連携されたデータは、Adobe Experience Platform に接続されている様々なソリューションにリアルタイムに展開され、広告やパーソナライゼーションに活用することが可能になります。

4. AI を活用したプロフィールデータの拡張

Adobe Experience Platform に内包されている「[Data Science Workspace](#)」機能や AI サービス群「Intelligent Services」を活用することで、Adobe Sensei の AI とマシンラーニングによる、統合データの利用、スコアリングやクラスターデータ等のプロフィールの拡張が可能になります。アドビが提供する AI モデルをチューニングして利用するだけでなく、Python や R をはじめとする様々な言語を利用しながら、データサイエンティストによる独自のモデルを構築することができます。

AI 機能を、システムに内包することにより、システム間のバッチ処理をなくして、プライバシー管理を保ちながら AI を活用できるようになりました。

5. 柔軟な顧客分析とコミュニケーション管理

Adobe Analytics の機能を拡張した「[Customer Journey Analytics](#)」の活用により、従来の CDP ソリューションでは難しかった、オムニチャネルでのパスやフォールアウトの分析を、Adobe Analytics の UI のように視覚的に分析することが可能になります。

また、「[Journey Orchestration](#)」を活用することで、Adobe Experience Platform に統合された全てのチャンネルのデータを利用しながら、Adobe Experience Cloud のアプリケーションや API で接続されたシステムを通じて、特定のイベントが発生した際のコミュニケーションフローをリアルタイムに実行することが可能になります。これにより、例えば来店した顧客に対して、セグメント別のメッセージをリアルタイムに配信するといった、オムニチャネルでのジャーニー設計が容易になります。

また、今回の日本展開にあわせて、Adobe Experience Platform の導入を支援するコンサルティングサービスおよび [Adobe Digital Learning Services](#) によるアプリケーションサービスのトレーニングを提供予定です。

アドビ株式会社 代表取締役社長のジェームズ マクリディは次のように述べています。

「外出自粛期間をきっかけに、オンラインを活用した消費が加速し、今後も店舗とオンラインのメリットをそれぞれ活かしながら併用したいという消費者のニーズが明らかになりました。ニューノーマル時代の消費の変化に寄り添った顧客体験の提供が求められる中、お客様からのニーズに応えて、顧客体験に必要なデータガバナンス機能を備えた Adobe Experience Platform を国内で提供開始できることを嬉しく思います。Adobe Experience Platform はデータの収集、処理、および施策

の展開をリアルタイムで行えるよう設計されているため、企業は、顧客のプライバシーに配慮しながら、パーソナライズされたコンテンツを適切なタイミングで提供することができます。」

「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

(<https://www.adobe.com/jp/>) に掲載されています。

©2020 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.