



アドビ、業界初のファーストパーティデータ指向型 次世代 Real-Time CDP を発表 主要顧客との提携により、サードパーティ Cookie のない世界で パーソナライズされた顧客体験の提供を実現

※当資料は、2021年4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。

【2021年4月28日】

アドビ（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ）は本日、ファーストパーティデータを活用した顧客獲得とエンゲージメントを実現するため、業界で初めてゼロから設計された次世代 CDP（顧客データプラットフォーム）の新製品、[Real-Time CDP](#) を発表しました。本製品は、既知および未知の顧客データを活用することで、企業がサードパーティ Cookie に依存せずに、顧客プロフィールとジャーニー全体を1つのシステムでシームレスに管理できるよう支援します。

消費者と企業の関係は、急速に進化しています。今日の消費者は、自分が企業に開示するデータに対してより注意を払うようになっています。その結果として、世界各地でさまざまなプライバシー規制が乱立するようになりました。同時に、パーソナライズされた顧客体験への期待はかつてないほど高まっています。一方で、これまで web サイト上の未知の訪問者を追跡したり、顧客体験をパーソナライズしたり、広告のターゲットを絞ったりする際にマーケターが利用してきたサードパーティ Cookie は、ブラウザでサポートされなくなります。これにより企業は、自社のデジタルプロパティへの未知の訪問者に関するインサイトが減少するなかで、魅力的な顧客体験を提供する必要があります。

このような状況の中、企業にとってますます重要になっているのが、ファーストパーティデータ戦略です。従来の戦略を見直し、すべての顧客エンゲージメントを、質の高い、許諾済みのファーストパーティデータを中心に顧客獲得を推進することです。ファーストパーティデータ戦略を採用すれば、顧客が開示を許諾した情報のみを使用して、最も適切でパーソナライズされた体験を顧客に提供することができます。ところが、デジタルマーケ

ターを対象とした[最近の調査](#)（英語）によると、53%以上の企業が自社のファーストパーティデータが本来持つ力を活用できていないことがわかりました。

アドビのデジタルエクスペリエンス事業部門およびワールドワイドフィールドオペレーションズ担当エグゼクティブバイスプレジデント兼ゼネラルマネージャーのアニール チャクラヴァーシー（Anil Chakravarthy）は、このように述べています。「今日の消費者は、自分が開示するデータのコントロールとパーソナライズされた顧客体験の両方を期待しています。アドビは、Real-Time CDP で顧客企業と提携し、ファーストパーティデータを軸に、関連性がある応答が速く、消費者が配慮を感じられる顧客体験を提供します。」

ファーストパーティデータの活用による顧客体験の強化

- **ファーストパーティデータを一元化するハブ：**ファーストパーティの行動データや属性データは多岐にわたりますが、Real-Time CDP は、企業がさまざまな種類のファーストパーティデータを集約し、より完全な顧客像を形成するための、一元化されたハブとして機能します。例えば、見込み客の web 閲覧履歴のようなインタラクションのデータ、ブランドサイトに登録した顧客の電子メールや電話番号などを含むファーストパーティの web データ、アプリデータ、さらには媒体社から提供されるメディアデータを組み合わせることができます。このようにデータが追加されるたびに、より充実した顧客プロフィールが構築されていきます。ここにテスト&ターゲティングアプリケーション [Adobe Target](#) を組み合わせることで、企業は顧客体験をパーソナライズすることができます。さらに、[データガバナンス機能](#)（英語）により、データ使用ポリシーが組織内の全員に徹底され、遵守されるようになります。
- **機械学習を活用したリアルタイムのパーソライゼーションを大規模に実現：**電子メールや電話番号を使って、未知の訪問者にブランドのサイトへの登録を促すのは難しいことです。カスタマージャーニーは顧客ごとに異なるため、そこに万能のアプローチはありません。しかし、Real-Time CDP を使えば、企業はその顧客とのこれまでのインタラクションに基づいて見込み客のプロフィールを構築できます。そのプロフィールを Adobe Target に渡せば、適用可能なデータを取り込み、次善のコンテンツ、オファー、顧客体験をリアルタイムで編成することができます。こ

れには、見込み客がサイトを滞在している間のどの瞬間に登録や同意のきっかけを提示するべきか、といった適切なモーメントの特定も含まれます。さらに、Adobe Target は、見込み客の傾向スコア（訪問者が購入などの特定の行動をとる可能性）を Real-Time CDP から取り込み、見込み客を顧客にできる可能性が高い、関連性のある顧客体験を提供できます。

- **セグメントマッチ**：新たに搭載されたセグメントマッチ機能により、企業は他社とのパートナーシップを通じて自社のファーストパーティデータセットを拡大できます。これにより、マーケターは、マッチングしたファーストパーティのプロファイルをセグメントメタデータで安全に強化し、インサイトとパーソナライゼーションの向上を図ることができます。例えば、アパレル企業がジュエリーブランドと提携し、顧客の一部が購入しているドレスの種類など、マッチングした顧客に関する、要配慮に該当しないセグメントデータを提供することで、ジュエリーブランドはこれらの顧客グループに最適なアクセサリをレコメンドすることができます。このような、要配慮に該当しない顧客データは、アパレル業者とジュエリーブランドの共通顧客が許可した場合にのみ、セグメントマッチで参照することができます。
- **類似 (look-alike) セグメント**：新しい「類似 (look-alike) セグメント」を使えば、既知の顧客と似た属性を持つ顧客を特定し、その顧客グループに追加することができます。例えば、特定の既存顧客をサンプルとして指定すれば、ブランドのデータベースの中から同様の特徴を持つ別の顧客で構成される、類似セグメントを構築することができます。類似セグメントはセグメントマッチと組み合わせて使うこともできます。その場合、企業は既存顧客のサンプルとして、セグメントマッチを使っているパートナーに特定のオーディエンスデータを送信することができます。パートナーはそのデータをもとに、パートナー自身のデータベースの中から、同様の特徴を持ち、パートナーにデータの使用を許諾した他の顧客で構成される、類似セグメントを構築することができます。
- **B2B 企業の新しい顧客体験管理**：デジタル化が進む今日、B2B ブランドは、顧客それぞれにパーソナライズされた、関連性の高い方法で顧客とつながる新たな手段を見つけ、拡大し続けるタッチポイントを横断して大規模に展開していかなければなりません。今回提供を開始した、[Real-Time CDP の B2B 版](#)（英語）は、個人と

法人アカウントの両方のプロフィールを統合し、B2B 企業が B2C 企業のように施策を実施するための完全なインテリジェンスとアクティベーションを提供します。

IDC のマーケティング & セールステクノロジー部門のリサーチディレクターであるゲイリー マレイ (Gerry Murray) 氏は、次のように述べます。「どのような顧客体験の取り組みも、それを支えるデータインフラなしには成功しません。お客様は、どこで、いつ、どのように、誰とインタラクションするかにかかわらず、企業の行動に一貫性を期待しています。それを実現する唯一の方法は、アドビの Real-Time CDP のようなソリューションを活用し、顧客データそのものをビジネス領域や部門の壁に縛られないエンタープライズサービス化することです。」

IBM のデジタルマーケティング担当バイスプレジデントであるジェイソン アンドリュース (Jason Andrews) 氏は、次のように述べています。「当社にとって、お客様のプライバシー保護は、長年の優先事項でした。新たな時代において、ファーストパーティデータの重要性が増している今、アドビのような戦略的パートナーとの緊密なコラボレーションにより、消費者の利益を最優先することに価値を置いています。」

Intuit のマーケティングテクノロジー担当バイスプレジデントであるジョシュ ラブ (Josh Rab) 氏は、次のように述べています。「お客様を大切にせる企業として、ジャーニーからコンテキストを抽出し、最も優れた顧客体験を提供するうえで重要な役割を果たすが、ファーストパーティデータであると認識しています。当社は長年アドビを利用しており、私たちのデータ戦略を強化し、提供する顧客体験の水準をさらに高めるために、このパートナーシップを拡大できることを嬉しく思います。」

関連リソース (英語)

- [Real-Time CDP に関する紹介動画](#)
- [アドビが Cookie のない世界でどのようにブランドの顧客リーチを支援しているかの最新情報](#)
- データの非推奨化に関する Forrester 社の[調査結果](#)

■ 「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。このアドビのビジョンは3つのクラウドサービスで支えられています。[Creative Cloud](#) は、写真、デザイン、ビデオ、web、

UX などのための 20 以上の デスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを提供しています。[Document Cloud](#) では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単にでき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#) は、コンテンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アドビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。

アドビ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。

© 2021 Adobe Inc. 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.