



アドビ、ディズニーと協力し、デジタルリテラシーを向上する 「Adobe Analytics Student Challenge」を開催

※当資料は、2021年11月4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。

【2021年11月16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、ウォルト・ディズニー・カンパニーと協力して開催した「Adobe Analytics Challenge 2021」のファイナリストを発表しました。学生たちは、フォーチュン 500 社で採用されているアドビの分析ソリューション「[Adobe Analytics](#)」を用いてウォルト・ディズニー・カンパニー社の E コマース戦略を掘り下げ、レコメンデーションを推進する実用的なインサイトを身につけます。

「Adobe Analytics Student Challenge」は、大学生が賞金を獲得すると同時に、今日の職場で必要とされるスキルを身につけることができる唯一のグローバルコンペティションです。これまでに、データサイエンス、プロダクトマネジメント、コンサルティング、マーケティングなどの分野で活躍する人材を創出してきました。世界中の大学から集まったチームは、数週間かけてブランドパートナーから提供された実際のデータを分析し、そのブランドが抱える緊急のビジネス課題の解決に貢献することが求められます。

ディズニーは、アミューズメントパークや映画スタジオ、消費者向けストリーミングサービスやマーチャンダイズなど、あらゆる分野を網羅する広大なポートフォリオを持っています。長年にわたり、お客様がオンラインでリサーチをしたり、インスピレーションを得たり、取引をしたりすることで、同社のデジタルオーディエンスは大幅に増加しました。今年のチャレンジの中心テーマは、お客様の意図をより正確に把握して、オンラインでのロイヤルティを高めることです。

学生は、ディズニーがオンラインで魔法のような体験を提供する際に役立つアイデアを提示する必要があります。例えば、オンラインでのリピートや複数購入を促進する方法を提案したり、再訪につながる行動兆候を特定したりします。また、オンラインショッピングカートの詳細な分析を行い、平均購入金額を増やす方法を検討します。今年は、カート放棄についても検討し、顧客が放棄した E コマースバスケットを回収する方法を探ります。最後に、モバイルとデスクトップのチャンネルにおけるカスタマージャーニーを分析し、ディズニーがこれらのプロパティにアプローチする新しい方法を発見することが求められます。

ディズニーのデジタル&トラベルオペレーション分析担当バイスプレジデントのマイケルデック (Michael DeCook) 氏は次のように述べています。「ディズニーはストーリーテリングをサポートするためにあらゆる種類のテクノロジーを活用するグローバルブランドとして、この分野のキャリアパスに関心のある世界中の大学生に教育の機会を提供する支援ができることを嬉しく思っています。Adobe Analytics Challenge は、実世界のデジタルデータ分析を経験する機会を提供し、このダイナミックな分野での素晴らしい未来への道を開くのに役立ちます。」

アドビは本日、最終選考に残ったチームを発表しました。22 カ国、700 以上の機関から 8,300 人以上の学生の応募があり、記録的な応募数となりましたが、6 チームが最終選考に残りました。その中には、Willamette University、Yale School of Management、Indian Institute of Technology Kharagpur、University of California (Davis)、Brigham Young University Université d'Angers が含まれています。優勝したチームは、昨年のトップチームで、[ブランドパートナー](#)である Nike と協業した、Indian Institute of Technology (Indian School of Mines) に続くことになります。

最終選考に残ったチームは、The Home Depot や Boston Consulting Group などに入社した Adobe Analytics Challenge の[アルムナイネットワーク](#)に加わります。16 年の歴史を持つこのコンテストの成功は、高等教育機関の指導者たちの関心を呼び、彼らは教室でも Adobe Analytics Challenge を再現したいと考えました。これを受けてアドビは、今年、高等教育機関向けの Adobe Analytics カリキュラムを[発表](#)しました。このグローバルプログラムでは、年間を通じて Adobe Analytics への無償アクセスに加え、コースカリキュラムやハンズオンアクティビティを提供しています。学生は教室で実際のデータを扱い、ビジネス上の意思決定に必要な分析を行うことができます。開始以来、何百もの機関が登録しています。

Adobe Experience Cloud の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であるアニール チャクラヴァーシー (Anil Chakravarthy) は次のように述べています。「学生は、パンデミックによって日常生活の多くがオンライン化されたこの 18 ヶ月間で、根本的に変化した今日の雇用市場に参入しています。今や全ての組織においてテクノロジーが戦略の中心となり、次世代の人々がデジタル経済で成功を収めるためには、デジタルリテラシーが不可欠となっています。」

■ 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

ョンです。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 B2C/B2B/B2E 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、ブランドが統一された安全でスケーラブルなデジタル基盤を構築できるようにします。Adobe Experience Cloud の一部である Adobe Experience Platform は、CXM のための初のリアルタイムプラットフォームです。オープンで拡張性のある Adobe Experience Platform は、企業全体のデータをつなぎ合わせ、リアルタイムの顧客プロファイルを可能にし、Adobe Experience Cloud ソリューション全体で有効化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」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、優れた顧客体験を提供できるよう企業・個人のお客様を支援しています。[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。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心にひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。

© 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.