



## アドビ、パーソナライズされた体験を提供する 新たな AI イノベーションを発表

- アドビの AI 機能がこれまでにないレベルのパーソナライゼーション、予測、インサイトを提供
- 「Marketing Mix Modeling」がマーケティング予算をリアルタイムで分析し最適な費用の見直しを推奨

※当資料は、2022 年 3 月 15 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。

【2022 年 3 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 [Adobe Summit](#) において、同社の AI エンジン「[Adobe Sensei](#)」を搭載した [Adobe Experience Cloud](#) の新機能を発表しました。この新機能は全て、企業がシームレスなカスタマージャーニーを提供するために実装されるもので、アドビ製品全体にすでに組み込まれている何百もの人工知能 (AI) および機械学習 (ML) のイノベーションを基盤としています。8 割以上の Adobe Experience Cloud ユーザーがすでにデジタル体験を強化するために AI 機能を活用しています。本日新たに発表した AI 機能には、商品レコメンデーション、ライブサーチ、予算のインテリジェントな予測・配分、クロスチャネルの予算最適化、インテリジェントなコンテンツ作成と配信などが含まれます。

アドビのフェローであるア Nil カマス (Anil Kamath) は、次のように述べています。

「アドビの AI エンジン『Adobe Sensei』によって、何百万もの顧客との 1 対 1 のやりとりを同時に、しかもリアルタイムで行うといったこれまで想像できなかったことが実現可能になっています。15 年も前から AI に取り組んできたアドビだからこそ、何兆ものデータやコンテンツ資産を活用して、顧客の行動を促進するインサイトを企業に提供することができます。」

Adobe Experience Cloud 全体に組み込まれた新しい AI および機械学習の機能は、企業に下記を含む効率、収益、ビジネスの成長を促進する新たな機会を提供します。

- **販売機会の予測（Adobe Real-Time CDP）**：購買チームは複数のメンバーで構成されているだけでなく、複数のタッチポイントでデジタルとフィジカルのインタラクションが発生するため、購入確度の判定が困難になります。その購入確度の判定には、さまざまなテクノロジーからデータを組み合わせ、分析し、複雑な計算をする必要があります。B2B マーケティング部門は、[Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\)](#) で得られたインサイトにリード予測およびアカウントスコアリングを適用することで、適切な見込み客にリソースを集中させることができます。一方、営業チームは、購入実績のある顧客の行動記録と見込み客の行動の類似性に基づいて、見込み客に働きかける適切なタイミングを容易に判断することができます。この機能は、今年後半に [Adobe Marketo Engage](#) でも利用できるようになる予定です。
- **クロスチャネルの予算最適化（Customer Journey Analytics）**：カスタマージャーニーのあらゆるタイミングで展開される各キャンペーンのパフォーマンスを統合評価するのは困難です。しかし、Attribution AI が提供するアトリビューションモデルを [Customer Journey Analytics](#) に組み込めば、企業はオンラインとオフラインのキャンペーンのパフォーマンスを統合的に把握できます。また、企業は投資収益率（ROI）についての深い分析が得られ、自社のビジネスに最適なアトリビューションモデルを設定できます。
- **AI による「Product Recommendation（商品レコメンデーション）」と「Live Search（ライブサーチ）」（Adobe Commerce）**：[Adobe Commerce](#) の AI による Product Recommendation（商品レコメンデーション）により、B2C および B2B 企業は買い物客の行動、売れた商品、商品の特長、ビジュアル要素、または人気のトレンドに基づいて関連商品を提案できるようになります。これにより、買い物客ごとにカスタマイズした体験を提供し、マーチャントのコンバージョン、リテンション、クロスセル、アップセルの活動を向上させることができます。Adobe Commerce の Live Search（ライブサーチ）は、リアルタイムのカタログデータと Adobe Sensei の AI 機能を組み合わせ、超高速で関連性が高く、パーソナライズされた検索結果を実現します。また、Adobe Sensei が買い物客のクエリごとに検索ファセットを自動生成してくれるため、マーチャントは長くて面倒なサイト検索ルールの作成に時間を費やす必要がなくなります。

- **インテリジェントな予算予測と配分 (Attribution AI)** : マーケティング予算の正確な予測と配分は困難です。一般的には過去のデータを重要なデータポイントとして用いますが、デジタルチャネルにおいては特に、消費者の嗜好の目まぐるしい変化を反映しきれない可能性があります。アドビは、AI を活用した新機能「[Marketing Mix Modeling](#)」により、このプロセスを簡素化します。この高度な予測モデリング機能は、過去のデータとアドビの Attribution AI サービスによるリアルタイムのインサイトを組み合わせ、企業がマーケティング費用とキャンペーンのパフォーマンスを簡単かつ正確に分析し、最も効果的なオフラインおよびオンラインチャネルに費用を集中できるように支援します。

さらに、Adobe Summit の「Sneaks」では、優れた顧客体験の提供を追求しているアドビの研究開発部門で生まれた、いくつかの新しい AI イノベーションを紹介します。例えば、「Go Beyond Conversion」は、AI を使用して企業の web サイトの顧客体験スコアを作成します。これにより、サイト訪問者によるコンテンツとのインタラクションを元に、より適した顧客体験を自動的に提示してコンバージョンを向上できます。

IDC グループのワールドワイド AI およびオートメーションリサーチ業務担当グループバイスプレジデントのリツ ジョティ (Ritu Jyoti) 氏は、次のように述べています。「パーソナライズされた顧客体験は、今日のデジタルエコノミーにおける企業の重要な差別化要因です。消費者が価値を感じる体験を提供するためには、Adobe Sensei のような、顧客データを分析し、行動を予測し、究極的には初回のインタラクションからでもコンテキストに沿った体験を迅速に提供できる AI テクノロジーが必要です。」

アドビのすべての AI への取り組みは、[説明責任、責任、透明性](#)という原則に従っています。アドビは倫理的かつ責任を持って、アドビのお客様やコミュニティとともに AI を開発するために、最高水準の基準を設けています。

## ■ 「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」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。

© 2022 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.