

アドビ、デジタル社会における企業の信頼性に関する調査

「Adobe Trust Report 2022」の結果を発表

安全で透明性のあるデータ活用とコンテンツのパーソナライゼーションが
信頼構築に大きく寄与することが判明

【2022年6月1日】

アドビ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：神谷 知信、以下 アドビ）は本日、デジタル社会における企業の信頼性に関するグローバル調査「Adobe Trust Report 2022」を発表しました。本調査は、企業に対する信頼性の実態や信頼獲得の要件を明らかにすることを目的に、日本を含む世界 15 か国の 12,000 人以上の消費者と、従業員 50 名以上の企業のシニアビジネスリーダー 2,000 人を対象に実施したものです。

本調査では、地域や国によって多少の違いはあるものの世界の消費者の間で、信頼を獲得し維持するために必要な条件が一致していることがわかりました。デジタルと対面における顧客接点の重要性が同等になったことが判明したほか、消費者はパーソナライゼーションとコンテンツを重視しており、企業に対して、コンテンツの信頼性、消費者への共感、データに対する選択肢を求めていることが明らかとなりました。

<主な調査結果>

消費者がデジタルと対面の接点を同等に重視する一方、経営層の半数は顧客との関係構築に課題を感じている

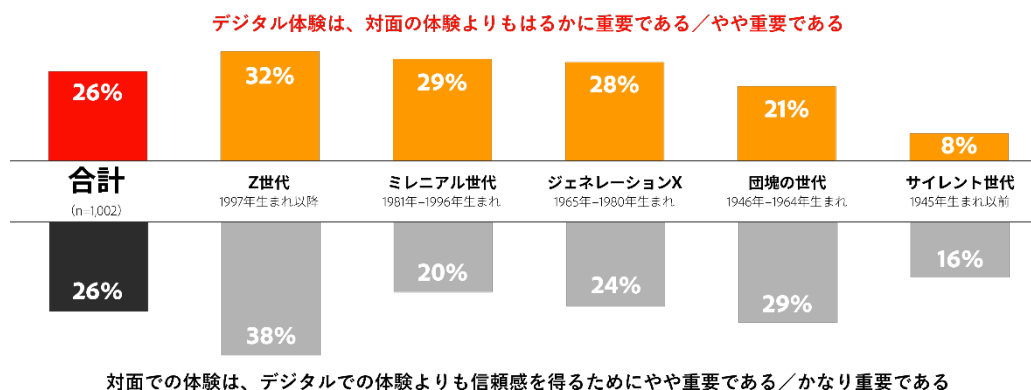
今回の調査では、日本の消費者がデジタルにおける顧客接点を対面と同様に重要と捉えていることが判明しました。世代別の回答を見てみると、ミレニアル世代やジェネレーション X では、対面よりデジタル体験を重要視する傾向が明らかとなっており、約 2 年にわたるパンデミックを通じて、顧客体験が大きくデジタル化した様子がうかがえる結果となりました。

デジタルと対面の顧客接点の重要性は同等に



- ・「ミレニアル世代」や「ジェネレーションX」では、デジタル体験が上回る結果に

Q 企業のデジタル体験は、対面と比較してどの程度重要ですか？



出典：2022年6月、アドビ「デジタル社会における企業の信頼性に関するグローバル調査」

消費者の顧客体験がデジタルに傾倒する一方で、約半数の経営層（49%）は、COVID-19のパンデミック以降、「顧客との信頼関係構築・維持が難しくなった」と感じており、もっとも多く直面した課題として「顧客からのデータ共有」が挙げられました（34%）。消費者の需要に応えるため、webサイトの改善やアプリの強化といったデジタルの接点に注力する企業が増える中、顧客体験の最適化に必要な顧客データの取得が大きな障壁となっていることが明らかとなりました。

また、日本の経営層の9割以上が自社の顧客体験や個人情報の管理については顧客の信頼を得ていると回答しています。日本の消費者の64%は特定のブランドの顧客になってから10年以上が経過しており、他国と比べて最も高いブランドロイヤルティの高さが、日本の経営層の自社評価にも影響していると考えられます。

不適切なパーソナライゼーションや個人情報の管理で信頼が損なわれると消費者の7割以上が「購買を中止」

今回の調査では、企業の信頼がその収益に直結することも明らかとなりました。7割以上（77%）の消費者が「不適切な」パーソナライゼーション体験は企業への信頼を低下させると回答しています。個人情報の管理で顧客の信頼が損なわれると影響はさらに大きな

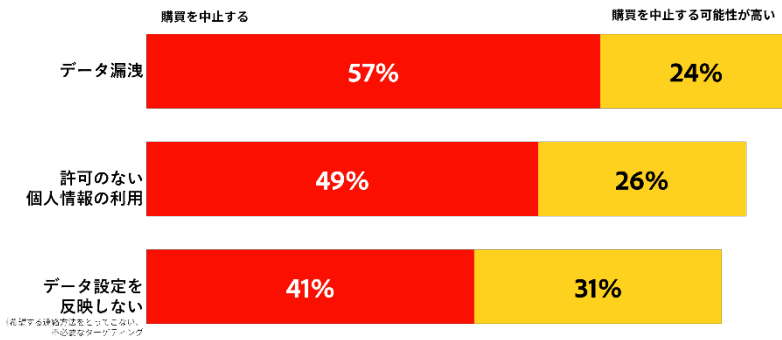
り、約 8 割（81%）の消費者が購買を取りやめることが判明しました。

データ：信頼の損失によって「購買を中止する」消費者は7割以上



- 「データの安全性」が損なわれると「購買の中止」につながる事が判明

Q 企業が次のようなかたちで信頼に反した場合、あなたがその企業からの購入をやめる可能性はどの程度ありますか？（n=1,002、5段階尺度のTOP2）



出典：2022年6月、アドビ「デジタル社会における企業の信頼性に関するグローバル調査」

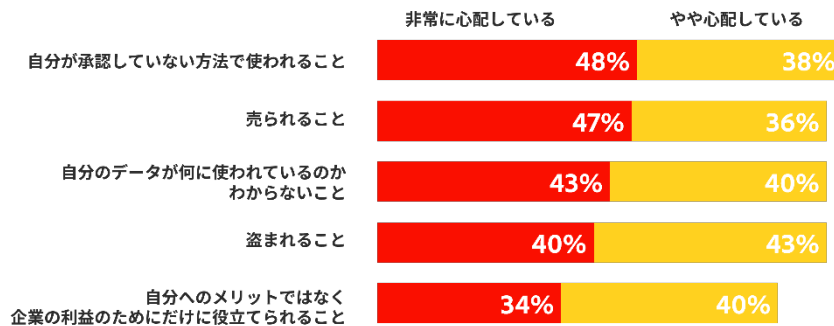
日本の消費者は個人情報の活用に特に高い懸念を示しており、75%が「自身のデータを企業がどう利用するのか」を懸念しています。また 83%が「自身のデータが企業に盗まれる」ことを危惧しており、これはグローバルのどの地域よりも高い数値となっています。個人情報の管理に自信を持っている経営層が多い一方で、顧客は企業へのデータ提供に躊躇している様子が明らかとなりました。

個人情報の活用方法に強い危惧



- 日本の消費者は個人情報の管理に懸念を感じており、最も多かったのは「承認されずにデータが利用されること（86%）」
- また「データを盗まれること（86%）」と回答した割合はグローバルで最も高い結果に

Q 企業と共有する個人データに関して、次の点についてどの程度懸念していますか？（n=1,002）



出典：2022年6月、アドビ「デジタル社会における企業の信頼性に関するグローバル調査」

信頼が購買行動に与える影響をさらに見てみると、企業が一度信頼を失った場合、4割以上が「二度と利用しない」と回答しており、信頼関係の構築が企業の利益に直結することが判明しました。

顧客の信頼構築に求められるのは、コンテンツの信頼性、消費者への共感、データに対する選択肢

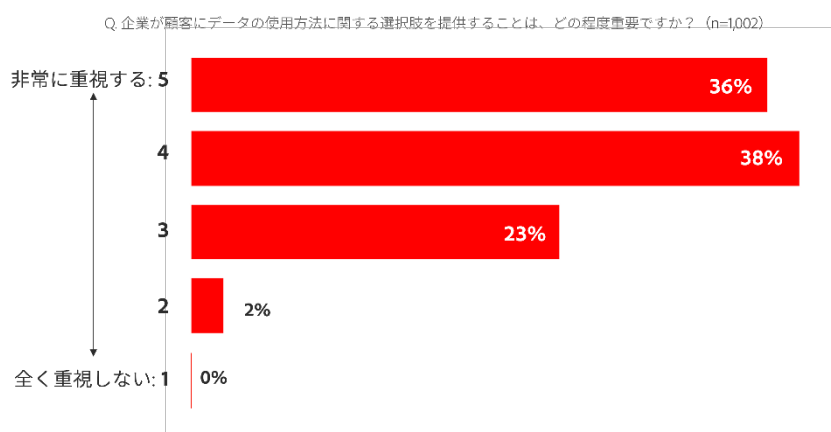
日本の消費者の71%が「優れたクリエイティブコンテンツは企業が顧客体験の向上に取り組んでいることが感じられる」ことから「企業の信頼を高める」と回答しています。これはグローバルで2番目に高い数値となっており、日本の消費者が特に企業から提供されるコンテンツに注目していることが明らかとなりました。一方で、webサイトの写真が加工されていないか、事実に基づいた情報が掲載されているかといった懸念から、信頼できるコンテンツを求めていることもわかりました。

さらに消費者が求めていることとして、企業が消費者の視点に立ち、消費者の抱える不満や求めている要望に共感すること（66%）や、個人データの取り扱いに関する選択肢を得ること（74%）が挙げられました。

消費者は、自分のデータに対する選択肢を求めている



- 74%の消費者が、企業のデータ利用について選択肢を持ちたいと回答



出典：2022年6月、アドビ「デジタル社会における企業の信頼性に関するグローバル調査」

今回の「Adobe Trust Report 2022」では、消費者側でデータ共有に対する選択肢を維持しつつ、消費者の気持ちに寄り添った、きめ細やかなデジタル体験が企業の信頼、さらには業績の向上につながる事が明らかとなりました。パンデミックを経て、デジタルの顧客接点が重要性を増すなか、適切な顧客に対して適切なチャネルで適切な体験を提供する、パーソナライゼーションの見直しが求められています。

「Adobe Trust Report 2022」概要

アドビが Advanis と提携して行った調査で、下記の方法で実施しています。

- 調査方法：アンケート調査
- 実施対象：12,000 人以上の消費者と従業員が 50 人以上の企業のシニアビジネスリーダー2,000 人
- 調査対象国：15 か国
 - 北米：米国
 - 欧州：ベルギー、デンマーク、フランス、ドイツ、スウェーデン、イギリス
 - アジア太平洋：オーストラリア、ニュージーランド、インド、日本、SEA（シンガポール、フィリピン、マレーシア、タイ）

本調査の詳細は下記よりご覧いただけます。

URL：<https://business.adobe.com/jp/resources/reports/adobe-trust-report.html>

※本調査結果を活用される際は、デジタルデータの用途等の告知義務や取扱いについて法令に従って運用いただくよう、お願いいたします。

■ 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です。Adobe Experience Cloud は、すべてのタッチポイントやあらゆるチャンネルを通し、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.