

アドビ、「デジタルエコノミー/ジェネレーティブ AI が消費者と企業に与える影響」に関する調査結果を発表

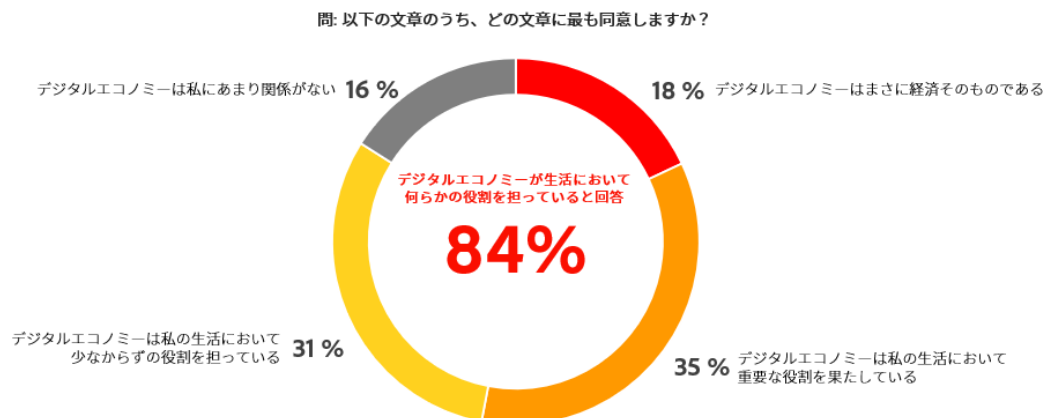
【2023年4月20日】

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、デジタルエコノミー/ジェネレーティブ AI が消費者と企業に与える影響に関する調査結果を発表しました。

ここ数年、デジタル変革によってあらゆる業態の企業がビジネスのデジタル化に取り組んでいます。その結果、デジタルエコノミーは急速に経済そのものになりつつあります。アドビは、デジタルエコノミーが消費者と企業に与える現在と将来の影響を理解するため、米国、英国、デンマーク、オランダ、スウェーデン、ドイツ、フランス、オーストラリア、ニュージーランド、日本、インド、シンガポール、タイ、マレーシアの14か国における13,000人の消費者と4,250人の顧客体験 (CX) およびマーケティングの専門家を対象に調査を実施しました。

デジタルエコノミーは経済、そして生活の中心に

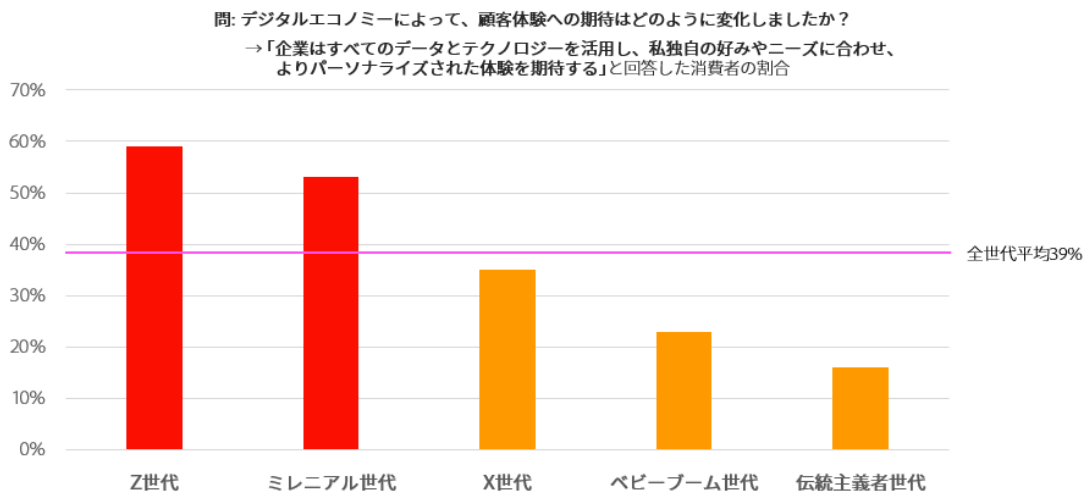
本調査によると、世界の消費者の84%が、デジタルエコノミーが自分たちの生活で役割を果たしていると答え、半数以上（53%）が強い役割を果たしていると答えています。また、約5人に1人（18%）が「デジタルエコノミーはまさに経済そのものである」と答えています。



若い消費者ほどパーソナライズされた顧客体験を期待

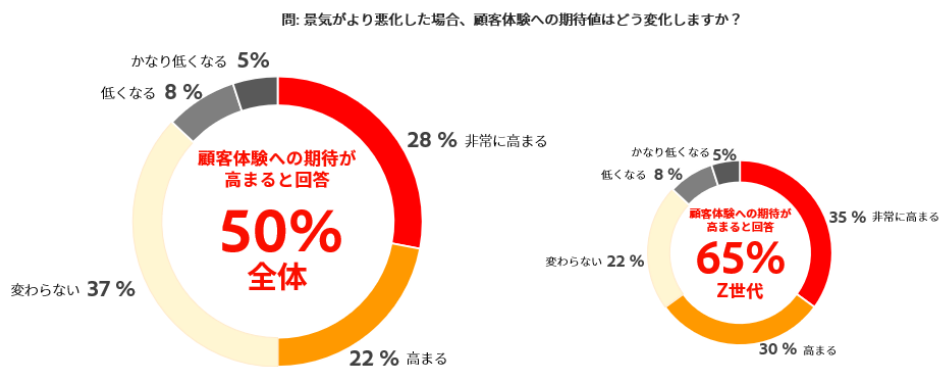
若い消費者は、顧客体験に対するハードルが最も高く、パーソナライズされた体験を企業から受け取れることを期待する傾向が非常に強いことがわかりました。Z世代の消費者の約

6割とミレニアル世代の消費者の半数以上（53%）が、企業がよりパーソナライズされた体験を提供することを期待していると回答しています。（消費者の全世代平均は39%）



景気が悪化すると顧客体験への期待は高まる

消費者の半数が、景気が悪くなるとより良い体験をブランドに期待すると回答しています。4分の1以上(28%)が、景気が悪くなると期待値が非常に高くなる、ミレニアル世代では35%、Z世代では65%が景気が悪くなると期待値が非常に高くなると回答しており、景気が悪化すると顧客体験への期待値が下がると答えた消費者は全体のわずか14%でした。



顧客体験の質について、消費者の目はマーケティング担当者より厳しい

マーケティング担当者の85%は自社が提供している顧客体験は「素晴らしい」と回答し、高まる期待に対応する自社の能力に満足している一方、顧客体験に満足していると回答した

消費者はわずか 63%でした。

問: 顧客体験への期待が高まる中、貴社の対応力をどのように評価しますか？



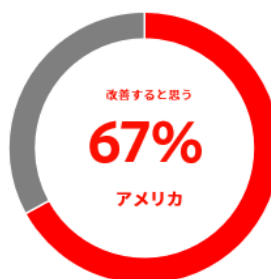
問: あなたの高まる期待に、企業はどの程度応えていると思いますか？



日本の消費者はジェネレーティブ AI による顧客体験改善を期待

日本の消費者は米国と比較してジェネレーティブ AI への期待値が高いという結果が出ています。日本の消費者の 76% が「ジェネレーティブ AI は顧客体験を改善する」と回答しているのに対し、米国の消費者は 67% でした。

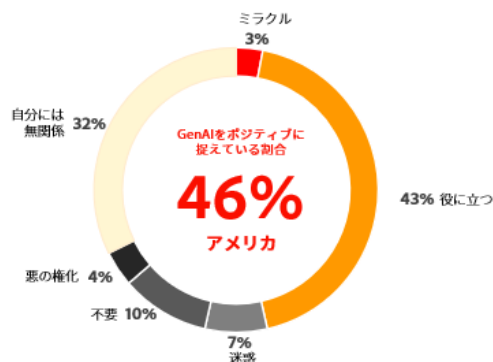
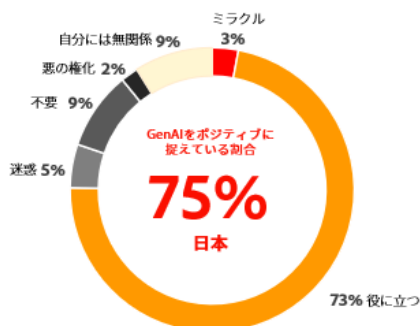
問: ジェネレーティブ AI は顧客体験を改善すると思いますか？



日本の消費者はジェネレーティブ AI をポジティブに評価

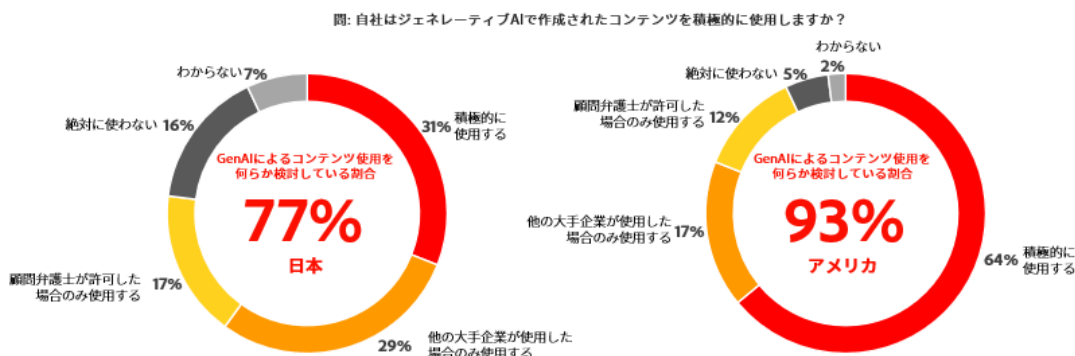
日本の消費者の 75% がジェネレーティブ AI を好意的に受け止めています。これは米国の 46%と比較して大幅に高い数値です。一方、ジェネレーティブ AI をネガティブに捉えた回答は、日本では 16% に対し、米国では 21% でした。

問: ジェネレーティブ AI についての説明で最も適切だと思う記述はどれですか？



7 割以上のマーケティング担当者がジェネレーティブ AI によるコンテンツの使用を検討

日本のマーケティング担当者の 77% がジェネレーティブ AI によるコンテンツの使用を検討していると回答している一方で「積極的に使用する」との回答は 31%にとどまりました。これは米国のマーケティング担当者の 93%より低い結果となっています。



消費者は今後 2 年間で 3D 画像、動画、AR/VR 等のリッチフォーマットに期待

世界の消費者は 3D 画像、動画、AR/VR 等のリッチフォーマットで体験が提供されることを期待しています。

- **3D**：全消費者の 76% (Z 世代では 87%) が、オンラインストアで商品の 3D 画像を見ることができるようになることを期待。
- **動画**：全消費者の 84% (Z 世代の消費者の 90%) が、商品の動画を見ることができると期待。
- **AR/VR**：全消費者の 76% (Z 世代とミレニアル世代の消費者の 81%) が、AR や VR で商品を体験できることを期待。
- **デジタルから実物へ**：全消費者の 59% (Z 世代とミレニアル世代の消費者の 72%) が、オンラインまたはバーチャル環境で靴をデザインし、その実物のバージョンを購入できるなど、実物の商品に変換できるデジタル製品を期待。

今やほぼすべての顧客体験に何らかの形でデジタルが関わっています。デジタル環境が直接提示される場合でも、対面接客でそれが舞台裏に隠されている場合でも、企業は顧客が今いる場所で記憶に残る体験を提供するためにデジタル技術を取り入れる必要があります。この取り組みを進めていくことで、将来はさらに没入感のある体験の提供が可能になります。

■ 「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に企業・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。

© 2023 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.