



アドビ、Adobe Experience Cloud の新製品と 新機能を発表

- エンタープライズ向け「Adobe Product Analytics」の提供開始と「Adobe Mix Modeler」、「Adobe Experience Manager」、「Adobe Real-Time Customer Data Platform」、「Adobe Journey Optimizer」の大幅な機能強化を発表
- Fortune 100 社の 87%が利用する Adobe Experience Cloud は、金融サービス、自動車、小売など多くの分野で急速な拡大を続け、Accenture、Adidas、Daimler Benz、Lufthansa、Henkel、H&M、Hugo Boss、Otto、Prada Group、Publicis、Real Madrid、Salomon、Santander、smart Europe、Stellantis、Team Viewer、TSB Bank、TUI Group、Volkswagen などが顧客に含まれる

※当資料は、2023 年 6 月 8 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。

【2023 年 6 月 8 日】

アドビ (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、業界をリードするデジタルエクスペリエンスカンファレンス「[Adobe Summit EMEA 2023](#)」を開催し、業界をリードする顧客体験管理ソリューションである [Adobe Experience Cloud](#) の新たなイノベーションを発表しました。これにより、企業はあらゆる顧客接点で高度にパーソナライズされた体験を提供し、業務効率を最大化することができます。

アドビの Adobe Experience Cloud 事業担当シニアバイスプレジデントのアミット アフジャ (Amit Ahuja) は、次のように述べています。「経済環境の先行きが不透明で、消費者が価格により敏感になっている現在、収益を伴う成長を加速するには魅力的でパーソナライズされた顧客体験の提供が最も重要です。今回の新機能には、企業のデータインサイトから顧客エンゲージメントを推進する新しい方法を提供したり、効率化とコスト削減を促進したりするイノベーションが含まれます。」

グローバル企業は業界をリードするプラットフォームである Adobe Experience Cloud に信頼を寄せ、顧客体験の提供、測定、パーソナライゼーションによって真のビジネス成長を促進しています。Adobe Experience Cloud は、Fortune 100 企業の 87%、Fortune 500 企業の 74%、さらには Accenture、Adidas、Daimler Benz、Lufthansa、Henkel、

H&M、Hugo Boss、Otto、Prada Group、Publicis、Real Madrid、Salomon、Santander、smart Europe、Stellantis、TeamViewer、TSB Bank、TUI Group、Volkswagenをはじめとする EMEA のトップ企業を含む 12,000 以上の顧客に採用されています。

Adobe Experience Cloud の新イノベーション

- **「Adobe Product Analytics」の提供開始**：新機能のリリースが企業に対するユーザーのロイヤリティを左右することもあるため、顧客体験全体において製品担当者は大きな役割を担っているといえます。しかし、製品の使用状況についての情報は、他の部署が追跡しているインサイトからは切り離して扱われることが多いのが現実です。本日から提供開始する Adobe Product Analytics は、製品担当者が顧客の採用状況や使用状況を把握するためのセルフサービス機能を提供します。そこから得られたインサイトを、マーケティングが [Adobe Customer Journey Analytics \(CJA\)](#) を通じて取得したデータなどと統合すれば、顧客がデジタルチャネルを通じてどのように企業とエンゲージしているかをより包括的に把握することができます。CJA を導入済みの General Motors、Otto、The Coca-Cola Company、TSB Bank、Warner Bros Discovery をはじめとした企業は、アドビと共にリアルタイムのデータインサイトを通じてビジネスの成長を促進する新しいアプローチに取り組んでいます。
- **「Adobe Mix Modeler」のグローバル展開**：マーケターにはキャンペーンのインパクトの理論付けが求められ、そのプレッシャーは高まる一方ですが、現代の大規模かつ細分化されたマーケティングにおいては、リソースをどこに投入すべきかという単純な問いに答えを出しにくくなっています。例えば、旅行やホスピタリティの分野では、企業は検索広告への出稿の増加が予約数にどのようなインパクトを与えるかを定義するのに苦労しています。アドビは、AI を搭載したセルフサービスソリューションである Adobe Mix Modeler を提供し、キャンペーンを正確に測定し、有料、オウンド、アードの各チャネルにまたがるプランニングの推進を支援します。この製品で得られるインサイトは、[Adobe Experience Platform](#) の豊富なデータに加え、広告ネットワークや SNS プラットフォームなどの外部データソースで補強されています。本日アドビは Adobe Mix Modeler の企業への提供をグローバルに拡大し、ブランド企業と投資のインパクトの最大化に取り組めます。
- **次世代型「Adobe Experience Manager」のグローバル展開**：アドビは、[Adobe Experience Manager](#) を再構築し、あらゆるスキルレベルのユーザーが、Microsoft Word や Google Docs などの一般的なツールを使用して、企業のデジタルプロパティのコンテンツを簡単に更新し、インパクトのある体験を提供できるようにしました。CMS の専門知識がなくても、ユーザーは同じドキュメントから作成、編集、公開のすべてを行うことができ、セキュリティコントロールにより、権

限のあるユーザーだけが変更を行えるようにします。アドビは本日、最新の Adobe Experience Manager の提供範囲をグローバルに拡大し、企業がパーソナライズされた魅力的な体験をより迅速に提供できるようにします。早期導入企業には、Hanesbrands、PGA TOUR、Volvo、Trucks、WESCO International などがあり、新しい Adobe Experience Manager の活用による真のコンテンツペロシティの実現と顧客体験の提供に取り組んでいます。

- **「Adobe Real-Time Customer Data Platform」 (Real-Time CDP) の機能強化：** [Adobe Real-Time CDP](#) に新しい高度なオーディエンス管理機能を追加し、インパクトのあるパーソナライズされた体験の提供にかかる時間を大幅に短縮します。また企業は、世界中の新しいデータパートナーと連携してファーストパーティデータを類似 (look-alike) オーディエンスモデリングで拡張できるほか、既存のオーディエンスセグメントを組織内のどこから (データウェアハウスや CRM システムなど) でも Adobe Real-Time CDP に自動的に取り込むことが可能になりました。これらすべてが組み込み型のガバナンス機能でコントロールされ、最も価値の高いセグメントの絞り込みや他のデータを使ったセグメントの強化といった新しい管理機能の適用も可能です。さらに、Adobe Experience Platform を基盤とする [Adobe Journey Optimizer](#) や Adobe Customer Journey Analytics などのアプリケーションは Adobe Real-Time CDP と連携できるため、企業はオムニチャネル体験をオーケストレーションし、継続的に改善するためのインサイトを得ることができます。AIDA、Henkel、EY、FC Bayern München、NatWest、Prada Group、PRISA Media、Real Madrid、William's Racing をはじめとする欧州のトップ企業は、Adobe Real-Time CDP を活用して、重要なモーメントを逃すことなくパーソナルな顧客体験を提供しています。
- **Adobe Journey Optimizer (AJO) の機能強化：** 先進的企業が採用している次世代型ジャーニー管理アプリケーションである [Adobe Journey Optimizer](#) のアップデートをプレビューしました。これは、web、電子メール、モバイル、SMS、オフラインチャネルなどのあらゆる顧客接点で 1 対 1 の顧客体験を実現する製品です。実験的な機能を含む AI の投入により、ブランド企業は意思決定に役立つ強力なテスト機能を手に入れることができます。これにより、業界を問わずあらゆる企業が、オウンドのデジタルチャネルの利用、実店舗でのショッピング、SNS を起点にした行動などから、プロモーションオファーやマーケティングコンテンツが顧客に与えたインパクトをリアルタイムで確認することができます。オムニチャネル戦略を推進する中心的なハブとして AJO を活用することで、企業が実施するすべてのキャンペーンや提供する顧客体験に、顧客とのリアルタイムのインタラクションを反映できます。

Adobe Summit EMEA の視聴方法

[Summit EMEA の web ページ](#)では、Adobe Summit EMEA の基調講演をオンラインで視聴できるほか、イベントのセッションの検索、同業者とのネットワーク、アドビのエキスパートとのライブトークを提供しています。

■「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。

© 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.