



アドビ、Adobe Summit 2024 で 生成 AI 時代の顧客体験管理（CXM）の未来像を発表

- Adobe Experience Cloud と Adobe Creative Cloud を横断し、[ネイティブに統合された生成 AI](#) とリアルタイムのインサイトにより顧客データ、コンテンツ、カスタマージャーニーを統合、one to one の真のパーソナライゼーションを大規模に実現する企業向けビジョンを発表
- 「[Adobe Experience Platform AI Assistant](#)」で技術的な質問への回答、タスクの自動化、結果のシミュレーション、アプリケーション全体にわたるオーディエンスとカスタマージャーニーの生成が可能な対話型インターフェイスを提供
- 「[Adobe GenStudio](#)」と「[Adobe Firefly Services](#)」が、強力な生成 AI 機能により、企業のコンテンツサプライチェーンを加速し、効率的な制作ワークフローを実現

【2024 年 3 月 27 日】

※当資料は、2024 年 3 月 26 日に米国本社から発表されたプレスリリース

(<https://news.adobe.com/news/news-details/2024/Adobe-Summit-2024-Adobe-Unveils-the-Future-of-Customer-Experience-Management-CXM-in-the-Age-of-Generative-AI/default.aspx>) の抄訳です。

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、年次のデジタルエクスペリエンスカンファレンスである [Adobe Summit](#) において、生成 AI とリアルタイムのインサイトを通じ、one to one のパーソナライゼーションを大規模に提供できるようにする、企業向けのイノベーションを発表しました。アドビが[デジタルエクスペリエンスプラットフォーム](#)のグローバルリーダーおよび信頼できるパートナーとして今回発表した顧客体験管理 (CXM) ソリューションの機能拡張は、データ、コンテンツ、カスタマージャーニーを統合し、優れた顧客体験の提供や長期的なロイヤルティの向上を実現するものです。生成 AI 時代においてアドビは、企業が AI の活用により顧客価値を提供し、パーソナライゼーションを大規模に提供する大きな機会を捉えるための道筋を示します。

Adobe Experience Cloud と Adobe Creative Cloud のイノベーションは、統合された顧客データに基づくインサイトを提供し、パーソナライズされたコンテンツの制作を大規模に行い、カスタマージャーニーのオーケストレーションで顧客エンゲージメントを向上させることにより、生成 AI の活用によるビジネス価値を押し上げます。今回発表した「Adobe Experience Platform AI Assistant」は、顧客体験を提供する担当者の生産性を向上し、対話型インターフェイスを通じて広範なチームへのアクセスを民主化し、新しいアイデアを引き出すことを可能にします。また、新しい生成 AI ファーストの「Adobe GenStudio」は、マーケティング部門がブランドに沿ったコンテンツを迅速に計画、制作、管理、アクティベーション、測定できるようにします。また、B2C および B2B の企業が、カスタマージャーニーのオーケストレーションを強化し、タイムリーかつパーソナライズされた顧客体験を提供することができる Journey Optimizer 機能も発表しました。アドビの安心な商用向けクリエイティブ生成 AI モデルファミリーである Adobe Firefly に追加された新機能「[構成参照](#)」は、ユーザーに新たなレベルのクリエイティブコントロールをもたらします。

Adobe Experience Cloud は、顧客体験を提供、測定、パーソナライズするための、業界をリードするプラットフォームであり、現在では全世界で 11,000 社以上の幅広い業界の企業に導入され、4,500 社のグローバルのエコシステムメンバーと 500 社以上の Adobe Experience Platform インテグレーションパートナーを有し、企業のデータとコンテンツが共通の言語モデルの下に統合されています。

アドビのデジタルエクスペリエンス事業のプレジデントであるアニール チャクラヴァーシー (Anil Chakravarthy) は、次のように述べています。「生成 AI は、企業と顧客の関係の抜本的な変化によって、ビジネスリーダーに、新たなデジタル体験を提供しながら収益性の高い成長を推進するという変革を生み出します。世界中の企業にとって、顧客体験管理においてすべてのインタラクションをパーソナライズする能力が重要な成長要因となる中、アドビは、既存のワークフローに深く統合された強力な生成 AI によって、これを実現する道を示します。」

General Motors の最高マーケティング責任者 (CMO) であるノーム デグリーブ (Norm de Greve) 氏は、次のように述べています。「今日のマーケティング環境における成功の基本は、一連のカスタマージャーニーを通じてよりリッチかつ関連性の高い顧客体験を創造することです。この顧客体験管理において、当社は Adobe Experience Cloud をパートナーとして選択しました。アドビのエンタープライズアプリケーションによって、私たちのチームは、私たちのブランドとエンゲ

ージする顧客に対し、リアルタイムで高度にパーソナライズされた顧客接点を大規模に提供することができます。」

生成 AI の時代において、アドビは顧客データを統合し、コンテンツ制作を大規模化し、ジャーニーオーケストレーションを通じて顧客エンゲージメントを強化したい企業にとって最適なテクノロジーパートナーです。

「データ」におけるイノベーション

アドビの新ソリューションは、インサイトの活用や、真のパーソナライゼーションの大規模な実施を可能にする基盤の構築によって生成 AI 時代にふさわしい企業のデータ管理を支援します。これは Adobe Experience Platform を中核とするもので、統合された一連のアプリケーションを通じて、さまざまな企業内システムをまたいで顧客データを活用することができます。

- **「[Adobe Experience Platform AI Assistant](#)」** は、[Adobe Real-Time Customer Data Platform](#)、[Adobe Journey Optimizer](#)、[Adobe Customer Journey Analytics](#) などのアプリケーション内で、技術的な質問への回答、タスクの自動化、結果のシミュレーション、オーディエンスやカスタマージャーニーの生成を行うシンプルな対話型インターフェイスを提供します。
- **「[Federated Audience Composition](#)」** は、エンタープライズデータウェアハウスやデータプラットフォーム（Amazon Web Services Redshift、Azure Synapse、Databricks、BigQuery、Snowflake）からのオーディエンスおよびデータを直接結合できるようにすることで、データ管理の柔軟性と効率性を提供し、Adobe Experience Platform のリアルタイムおよびクロスチャネルユースケースを拡張することができます。企業はデータのコピーを最小限に抑え、機密データの使用を管理し、プロフィールの充実やオーディエンスのセグメンテーション、パーソナライズされたコミュニケーションなどのカスタマーエクスペリエンスのワークフローを強化するために、既存の IT 投資を最大限に活用することができます。
- **「[Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#)」** は、新しいクリーンルームアプリケーションで、ブランドとパブリッシャーは、サードパーティ Cookie の廃止後、価値の高いオーディエンスを発見してリーチし、測定するために、プライバシーに配慮した方法でコラボレーションすることができます。Real-Time CDP Collaboration は、CDP の価値をデータコラボレーションを含むものに進化させ、クッキーレスの世界において、顧客データ管理の重要かつ必要な要素となります。

「コンテンツ」におけるイノベーション

アドビは、企業が[コンテンツサプライチェーン](#)を推進するための統合製品群を提供しています。コンテンツサプライチェーンは、マーケティングキャンペーンやパーソナライズされた顧客体験で使われるコンテンツを提供するために、すべての企業が必要とするエンドツーエンドのビジネスプロセスです。これは、**ワークフローとプランニング、制作とプロダクション、アセット管理、配信とアクティベーション、インサイトとレポート**、という5つの主要な要素で構成されています。アドビが「Adobe GenStudio」に追加する生成 AI ファーストの新機能と Adobe Experience Cloud と Creative Cloud のネイティブな統合により、マーケターはブランドに沿ったコンテンツの計画、制作、管理、アクティベーション、測定が迅速に行えるようになります。

- **ワークフローとプランニング**：「Adobe Workfront Planning」は、マーケティングライフサイクル全体にわたるすべてのアクティビティを一元的に把握し、戦略的なプランニングと納期の短縮を実現します。
- **制作とプロダクション**：「[Adobe Firefly Services](#)」と「Custom Models」により、企業のコンテンツ作成と制作の規模に合わせたパーソナライゼーションが可能になり、手作業をなくすと同時に、生成されたアウトプットをブランドに沿ったものにします。
- **アセット管理**：「Adobe Experience Manager Assets contents hub」により、ブランド管理されたアセットを企業内や外部パートナーなどに簡単に配布できます。contents hub は、Adobe GenStudio と Adobe Experience Manager Assets の間にシームレスな接続ポイントを形成し、すべてのユーザーがアセットを検索して、オールインワンのコンテンツ作成アプリケーションである「Adobe Express」の Firefly でパーソナライズされたバリエーションを作成できます。
- **配信とアクティベーション**：生成 AI を活用した Adobe Experience Manager Sites のバリエーション生成機能により、企業は、様々なオーディエンス中心のブランドに沿った広告コピーとともに、パーソナライズされたマーケティングアセットのバリエーションを作成できます。Edge Delivery Services により、企業は可能な限り最速のページ読み込み時間を実現します。また、Adobe Experience Manager Sites のドキュメントベースのオーサリング機能により、幅広い関係者が Microsoft Word や Google Docs で web ページを制作できます。
- **インサイトとレポート**：Adobe Content Analytics は、どのアセット（AI が生成したアセットを含む）やキャンペーンが最高のパフォーマンスを発揮しているかを、その属性までも含めて理解することを可能にし、企業にとって不可欠なフィードバックループを構築します。

ここで得られたインサイトは、web、ストリーミング、製品内を測定する Adobe Customer Journey Analytics 上に構築され、顧客体験のより完全な全体像が得られるようになります。

「カスタマージャーニー」におけるイノベーション

B2C であれ B2B であれ、企業がカスタマージャーニーのオーケストレーションを通じて顧客エンゲージメントを強化する能力は、統合されたリアルタイムの顧客像が得られるかどうかにかかっています。これにより、企業が web、SNS、モバイルなどのチャンネルで消費者と接する際に、ユーザーの行動や嗜好の変化をリアルタイムで把握し、新しい体験を提供することが可能になります。これは、企業主導のモーメントと顧客主導のモーメントの両方を調和させ、インパクトのあるパーソナライズされたカスタマージャーニーを編成するための新ソリューションであり、アドビは企業を支援するユニークな立場にあります。

- 「[Adobe Experience Platform](#)」と「[Adobe Journey Optimizer](#)」の統合された実験は、強化された統計モデルを活用してマーケターやプロダクトマネージャー、開発者がカスタマージャーニー内で実験やディシジョニング（ルールに基づく代替提示）機能を活用できるよう支援します。これにより、コミュニケーションチャンネル全体でのオファーの再利用を促進したり、コンバージョンを最大化するための理想的な顧客経路を最適化したりできます。
- 「[Adobe Journey Optimizer](#)」は、企業主導のジャーニーオーケストレーションを強化し、企業がオーディエンス中心のキャンペーンをリアルタイムの顧客シグナルと連携させることで、適切な顧客を獲得し、タイミングを逸したマーケティングコミュニケーションを回避できるようにします。
- 「[Adobe Journey Optimizer B2B Edition](#)」は、[Adobe Experience Platform](#) 上に構築された新しいアプリケーションで、購買グループ内の特定アカウントを対象にしたジャーニーオーケストレーションに焦点を当てたソリューションです。B2B の収益ライフサイクル全体を通じて営業とマーケティングのコラボレーションを再構築します。

Firefly の新機能

アドビは本日、ユーザーに新たなレベルのクリエイティブコントロールをもたらす、[Adobe Firefly web 版](#)（ウェブブラウザおよびモバイル）の主要な新機能「構成参照」機能を発表しました。「構成参照」機能は、既存の画像の構図を新規生成画像に簡単に適用できる機能です。既存の画像を参

照テンプレートとして使用することで、ユーザーは同じレイアウトで複数の画像バリエーションを生成できるようになり、想像していた通りの画像を得るために完璧なプロンプトを書くという試行錯誤のプロセスを省略することができます。この「構成参照」機能とすでにリリースされている「[スタイル参照](#)」（スタイル参照画像を取り込んでプロンプトに適用する Firefly の機能）を組み合わせることで、ユーザーは画像の構図とスタイルの両方を参照し、アイデアを素早く形にすることができます。

パートナーや顧客からのコメント

アドビは、強固なパートナーエコシステムを拡大し、Adobe Experience Cloud の価値を高めています。アドビは本日、[Microsoft とのパートナーシップの拡大](#)を発表しました。Adobe Experience Cloud の強力な顧客体験インサイトと Adobe Firefly 生成 AI を Microsoft アプリケーションに直接統合することで、ワークフローの刷新と生産性の向上をもたらす生成 AI 機能をマーケティングに提供します。また、OneTrust とのパートナーシップ拡大により、同意管理が AI を活用したカスタマージャーニーに統合されます。アドビはまた、Havas、IPG、Omnicom、Publicis、WPP などの広告代理店パートナーや、Accenture、Deloitte、EY、IBM、などのシステムインテグレーターと協力し、クリエイティブ制作とデジタルマーケティングを横断して生成 AI への投資、プロセス、ワークフローを加速させます。

Adobe Summit 2024 は対面とオンライン両方のセッションを組み合わせたイベントです。Summit では、著名なスピーカーや業界リーダーがプレゼンテーションを行います。General Motors の CEO メアリー バーラ（Mary Barra）氏、Pfizer のデジタルおよびテクノロジー担当最高責任者リディア フォンセカ（Lidia Fonseca）氏、Delta Airlines CEO エド バスティアン（Ed Bastian）氏、TSB Bank の CMO エマ スプリングム（Emma Springham）氏、MLB のオペレーションおよび戦略担当最高責任者クリス マリナック（Chris Marinak）氏、Zaia Ventures の創業者兼 CEO ウコンワ オジョ（Ukonwa Ojo）氏、作家で起業家のニーナ シック（Nina Schick）氏が登壇するほか、アドビが最新の研究開発イノベーションを披露する Adobe Sneaks では、シャキール オニール（Shaquille O'Neal）氏がホスト役を務めます。

[Summit の web サイト](#)では、Adobe Summit の基調講演をオンラインで視聴したり、12 トラックにわたる 200 以上のセッションやハンズオンラボを体験したり、同業者とネットワークを作ったり、アドビのエキスパートとライブで話したりすることができます。

■「アドビ」について

アドビはデジタル体験を通じて世界に変革をもたらします。

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。

©2024 Adobe. 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.