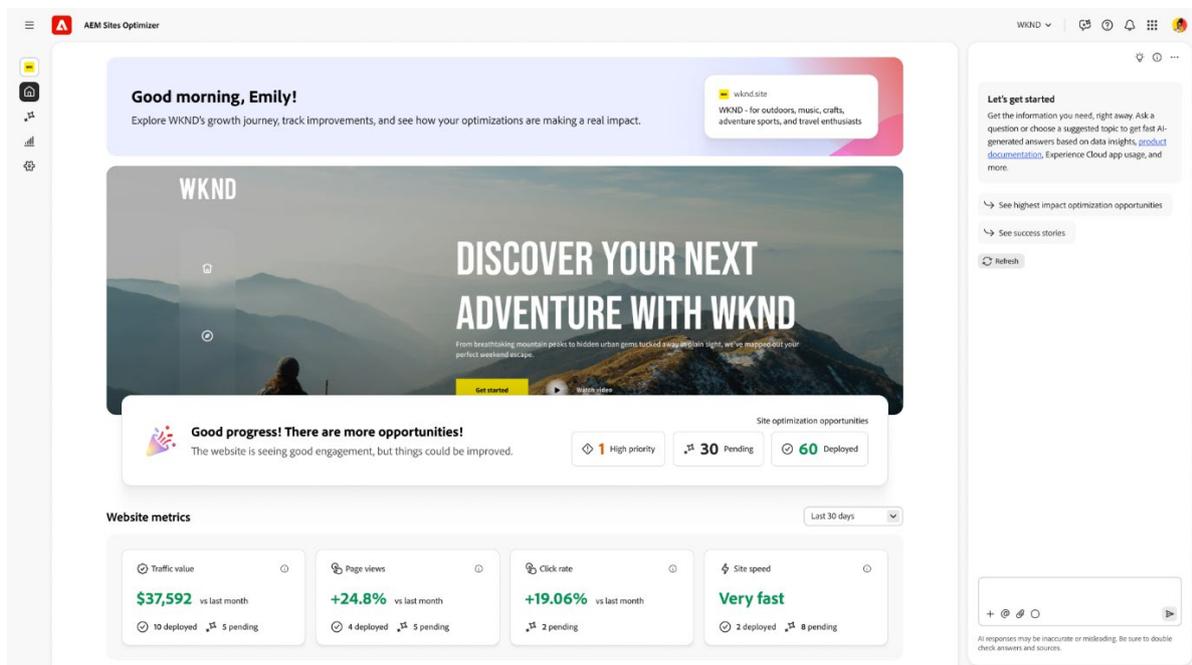


アドビ、統一された顧客体験の実現に向けて Adobe Experience Cloud に AI エージェント機能を導入

- アドビは、Adobe Experience Cloud において新たな機能を発表し、AI エージェントを活用してあらゆるタッチポイントで高度にパーソナライズされたシームレスな顧客体験を提供
- Adobe Journey Optimizer に新たに追加された AI ファーストの機能により、企業は高インパクトを与えられる機会を特定し、オムニチャネルでのパフォーマンスを最適化。新しい Adobe Experience Manager の機能により、自動化された問題診断と解決策の推奨ソリューションを通じて web パフォーマンスを向上
- アドビは、エンタープライズ B2B チーム向けに、アカウントオーケストレーションのための AI エージェント、AI を活用したコンテンツ制作、そして実用的なカスタマージャーニーインサイトなどの革新的なソリューションを発表



※当資料は、2025年3月18日（米国時間）に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳版です。

【2025年3月19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、世界最大級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、企業があらゆるタッチポイントで差別化され、高度にパーソナライズされた顧客体験の提供を可能にする新しい Adobe Experience Cloud 製品のソリューションを発表しました。競争の激しい環境においてブランドロイヤルティを構築するには、シームレスで統一された顧客体験の提供が重要となる一方、企業はデータ、コンテンツ、そしてカスタマージャーニーが分断された現在のワークフローに課題を感じています。

アドビは、複数の AI エージェントを駆使して実用的かつ包括的なデータインサイトを提供する強力な機能を導入することで、あらゆるチャネルをまたいで魅力的な体験を生み出し、統一された顧客体験を実現します。これらのイノベーションは、アドビの AI Platform によって支えられており、アドビ全体で AI エージェントやモデルを統合しています。これには、サードパーティのエコシステムからの AI エージェントや、安全に商用利用可能な Adobe Firefly Model、セキュアなサードパーティモデル、そしてアドビアプリケーションに組み込まれたファーストパーティのデータインサイトが含まれています。これら AI Platform 上で行われた機能の拡充は、顧客体験データ、CX 言語モデル、AI エージェントを統合した [Adobe Experience Platform](#) において実現します。アドビは、AI Platform を通じて、マーケティングとクリエイティビティを統一し、大規模なパーソナライズされた体験を提供します。

アドビのデジタルエクスペリエンスビジネス担当シニア バイス プレジデントであるアミットアフジャ (Amit Ahuja) は、次のように述べています。「統一された顧客体験を提供するためには、顧客のペインポイントを解決するための、よりアジャイルで合理化された運営が不可欠ですが、実現にはしばしばリソースや時間の制約が伴います。AI、データ、コンテンツ制作のワークフローの統合における深い専門的知識を持つアドビは、ピンポイントで最適なデジタル体験を提供し、これまで見えていなかった問題の把握を可能にし、企業の課題解決を支援します。」

分析、ターゲティング、カスタマージャーニーオーケストレーション、コンテンツ管理サービスを提供するクラウドベースのプラットフォームである Adobe Experience Cloud の導入により、企業は、顧客エンゲージメントの受動的な管理から、AI を搭載した顧客体験の能動的なオ

ークストレーションへと移行することができます。ザ コカ・コーラ カンパニーや、コールズ、デルタ航空、イーライリリー・アンド・カンパニー、ゼネラルモーターズ、HDFC 銀行、ヘンケル、ホーム・デポ、メジャーリーグベースボール、マリオット・インターナショナル、NVIDIA、PGA ツアー、Sony PlayStation、TSB 銀行、アルタ・ビューティー、U.S.バンク、クアルコムなどの業界をリードする企業は、Adobe Experience Cloud アプリケーションを活用して、デジタルビジネスを強化し、インパクトのあるパーソナライズされた顧客インタラクションの計画、作成、配信におけるワークフローを強化しています。

新機能、Adobe Journey Optimizer Experimentation Accelerator

「Adobe Journey Optimizer (AJO) Experimentation Accelerator」は、[AJO](#) の新しい AI ファーストの機能です。この機能は、成長や実験的施策を担当するチームが高インパクトを与えられる機会を特定し、実行に移す支援を行い、オムニチャンネルでのパフォーマンスと成果を向上させるための戦略を見つけ出します。AJO は、Adobe Experience Cloud を支え、あらゆるチャンネルを横断して顧客の全体像を把握できる、コンテンツ、データ、およびジャーニープラットフォームである Adobe Experience Platform (AEP) を基盤としています。

新機能である Experimentation Agent は、過去および現在のテストからトレンド、知見、ベストプラクティスを自動的に分析し、影響の可能性が最も高いとランク付けされたものに基づいて、実用的なインサイトとテストのレコメンデーションを生成します。この AI エージェントは、企業がアドビやサードパーティの複数の AI エージェントを管理し、連携が可能なフレームワーク「Adobe Experience Platform [Agent Orchestrator](#)」を基盤として構築されています。

チームは、推奨されたテストをアクティブなカスタマージャーニーやキャンペーンに AJO 内で適用し、Adobe Target でテストを行うことができます。AEP (Adobe Experience Platform) の統合されたリアルタイムデータによって支えられた AJO (Adobe Journey Optimizer) Experimentation Accelerator は、学習と最適化の能力を向上させ、クロスファンクショナルなチームに対して、進行中および過去のテストから得られた知見、主要なビジネス指標、パフォーマンスへの影響、成長要因を一元的かつセルフサービスで閲覧できるビューを提供します。これにより、テストプログラムの拡大をするためのインサイトが組織全体で広く共有されます。

Adobe Experience Manager Sites Optimizer

業界をリードするコンテンツ管理システムであり、チャンネルを横断する体験を支える [Adobe Experience Manager](#) (AEM) の一部として提供される「Sites Optimizer」は、自動化された問題診断と解決策の推奨を通じて、web トラフィックの獲得とエンゲージメントの向上を実現する新しいアプリケーションです。マーケティング担当者は、推奨された解決策をアプリケーションから直接実行することができます。本日から一般提供されるこの新製品は、すでにザ・ハーシー・カンパニー（オーガニックなビジビリティが15%増加）、PGA ツアー（UX およびページパフォーマンスの問題解決が3倍迅速化）、ウィルソン・カンパニー（A/B テストを通じて最適化されたバリエーションで24%高いコンバージョン率の達成）をはじめとする企業によって先行導入されており、エンゲージメントやコンバージョンなどの事業目標を達成するためのインパクトのある顧客体験の提供に活用されています。

AEM Sites Optimizer は、web サイトの最適化プロセス全体を合理化するオールインワンのソリューションです。リアルタイムのトラフィックパフォーマンスモニタリングを元に、影響力の大きい問題を予測、検出、および解決するためのレコメンデーションを行うことができます。また、Adobe Experience Platform [Agent Orchestrator](#) を基盤に構築されたこの新しい Site Optimization Agent は、コンバージョン率を高めるために、企業に沿ったさまざまなコンテンツのバリエーションを自動的に提案し、生成します。異なるランディングページのオプションでのプレビューを見ることができます。例えば、特定の web 体験でのエンゲージメントが低下している場合や、バックリンク切れなどの SEO 問題によりトラフィックに影響が出ている場合、この AI エージェントが問題を特定し、調整案を提案します。さらに、マーケティング担当者は、技術的なリソースを必要とせずに、ワンクリックで即座にそれらの提案を実行に移すことができます。

さらに、Google Merchant Center との連携により、AEM Sites Optimizer のユーザーは、自社サイトと Google の商品フィード間で商品データを簡単に同期し、Google からのパフォーマンスデータやインサイトに直接アクセスして戦略を最適化することができます。これにより、企業は自社の商品在庫をより包括的に把握できるようになるほか、Google に商品を掲載することでオンライン上のエンゲージメントとリーチを高めるリアルタイムな調整を行うことが可能になります。

企業の B2B チーム向けの新機能

アドビは、企業の B2B チームの販売戦略のオーケストレーションを革新する新機能も発表しました。B2B チームは、多大な時間をかけて主要な意思決定者を特定し、パーソナライズされた体験の提供とやり取りをする必要がありますが、一方で、データ、チーム、テクノロジーの断片化により非効率性と遅延を生み出しています。そこで、Adobe Experience Platform の統合データを活用し、Adobe Journey Optimizer と Customer Journey Analytics の機能強化により、B2B チームはデータ、コンテンツ、およびジャーニーオーケストレーション機能を統合し、効果的で成果重視のカスタマージャーニーを構築できるようになります。具体的には以下が提供されます。

- **B2B のアカウントオーケストレーションのための AI エージェント**：アドビが開発した AJO for B2B Edition に搭載された AI エージェントを活用することで、顧客ライフサイクル全体にわたるワークフローの最適化が可能になり、案件のナーチャリングと成約が迅速化します。これらの AI エージェントは、営業およびマーケティングチームが持つファーストパーティデータを活用して、購買グループの形成、役割の割り当て、高価値なリード生成のために欠けているメンバーの特定を行うことができます。その後、AI エージェントは、アカウントや製品への関心に基づき、既知および不足の購買グループメンバー向けのオムニチャネルのカスタマージャーニーを推奨し、よりスマートなターゲティングを実現します。また、AI エージェントは営業チームとマーケティングチーム間のコラボレーションの合理化の一貫として、購買グループのエンゲージメントを要約し、顧客との商談用資料を準備し、フォローアップメールやエンゲージメントの急増を含むアラートの通知などのタスクを自動化することで、案件の進行をスピードアップする機能を提供します。例えば、Account Qualification Agent は、新しいビジネスの機会の評価を行い、営業パイプラインを構築し、主要な意思決定者とエンゲージしたりできるようにチームをサポートします。
- **AI によるコンテンツ作成**：B2B マーケターも AI を活用し、電子メール、web、記事広告といったさまざまなチャネル向けに、個人、アカウント、購買グループの各レベルで展開するコンテンツをダイナミックにパーソナライズして作成することができます。[テキストから画像生成](#)などの Adobe Firefly 生成 AI 機能がネイティブ統合されたことで、チームは高品質で商用利用可能なマーケティングクリエイティブを迅速に作成できます。さらに、AJO B2B Edition に Adobe Express が搭載され、業界をリードする AI マーケティングオートメーションプラットフォームである Marketo Engage とともに、チー

ムはプロがデザインしたテンプレートを元にコンテンツを素早く作成、修正、編集することができます。

- **実用的なカスタマージャーニーインサイト**：近日リリース予定の「Adobe Customer Journey Analytics B2B Edition」は、収益目標の達成に向けて各部門の収益チームが共有しておくべきインサイトを提供し、より緊密な連携とオーケストレーションを実現するためのソリューションです。AIを活用して得られたインサイトにより、マーケターは営業パイプラインの進捗状況、アップセルの機会、顧客アカウントの健全性など、主要なビジネス指標に対するキャンペーンのインパクトを評価することができます。チームはリアルタイムのジャーニーインサイトにアクセスし、チャネル、オーディエンス、コンテンツ全体でさらにパーソナライズされた体験を提供することで、エンゲージメントとコンバージョンを向上させ、パイプライン上の案件進捗を加速させることができます。
- **再構築されたリード獲得とコンタクトのジャーニー**：インバウンドの関心やリードマネジメント戦略に基づく個別のジャーニーに対して、B2B マーケティング担当者は Marketo Engage の新しい Visual Journey Designer 機能と Orchestration Engine 機能を活用することによって、顧客育成を加速することができます。この新機能により、チームは AI エージェントを活用して、リードのコンバージョンを促進するインテリジェントなキャンペーンを作成し、最適化できるようになります。Marketo Engage のユーザーは、Adobe Experience Platform を活用して、データインサイトや AI エージェントなどの様々な機能を利用できます。

Forward-Looking Statements

This press release contains “forward-looking statements” within the meaning of applicable securities laws, including those related to Adobe’s new, enhanced or future product capabilities, innovations and offerings and the expected benefits to Adobe. Each of the forward-looking statements we make in this press release involves risks, uncertainties and assumptions based on information available to us as of the date of this press release. Such risks and uncertainties, many of which relate to matters beyond our control, could cause actual results to differ materially from these forward-looking statements. Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure to innovate effectively and meet customer needs; issues relating to development and use of AI; failure to realize the anticipated benefits of investments or acquisitions; failure to compete effectively; damage to our reputation or brands; service interruptions or failures in information technology systems by us or third parties; security incidents; failure to effectively develop, manage and maintain critical third-party business relationships; risks associated with being a multinational corporation and adverse macroeconomic conditions; failure to recruit and retain key personnel; complex sales cycles; changes in, and compliance with, global laws and regulations, including those related to information security and privacy; failure to protect our intellectual property; litigation, regulatory inquiries and intellectual property infringement claims; changes in tax regulations; complex government procurement processes; risks related to fluctuations in or the timing of revenue recognition from our subscription offerings; fluctuations in foreign currency exchange rates; impairment charges; our existing and future debt obligations; catastrophic events; and fluctuations in our stock price. Further information on these and other factors are discussed in the section titled “Risk Factors” in Adobe’s most recently filed Annual Report on Form 10-K and Adobe’s most recently filed Quarterly Reports on Form 10-Q. The risks described in this press release and in Adobe’s filings with the U.S. Securities and Exchange Commission should be carefully reviewed. Adobe undertakes no obligation, and does not intend, to update the forward-looking statements, except as required by law.

■ 「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。

© 2025 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.