



アドビ システムズ 株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー 19F

アドビ、プログラマティック TV 広告プラットフォーム 「Adobe Advertising Cloud TV」を発表

Adobe Analytics Cloud との連携によりファーストパーティ視聴者データを利用し、
より的確なオーディエンスをターゲティング可能に

※当資料は、2017年6月19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。

【2017年6月21日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発：多様なデバイスでさまざまな番組が生まれ、TV業界にとつてかつてない複雑な時代に突入しました。従来のテレビ、オーバーザトップ（OTT）、ビデオオンデマンド（VOD）、コネクテッドTVアプリなどが、視聴者の関心を引き、広告収入を得ようと競い合っています。しかし、テレビ広告はかつてほどのインパクトを得られなくなっています。Adobe Digital Insights（ADI）の最新の[広告効果に関する調査](#)によると、テレビ広告が自分に関連していると感じる米国人は3分の1以下（26%）であることが分かりました。テレビとデジタル、データ収集とその活用、メディアプランニングとバイイングの間に存在するサイロは、視聴者に効果的に訴求しようとする広告主の取り組みを妨げています。

こうした課題に対処するため、Adobe（Nasdaq: ADBE）（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ）は、「Adobe Advertising Cloud TV」の提供を発表しました。これは、自動的にデータドリブン型テレビ広告のプランニングとバイイングを行うためのソリューションです。このソリューションは、アドビが先ごろ買収したTubeMogulが2014年にローンチした[業界をリードするソリューション](#)であるProgrammatic TV（PTV）をベースにしています。このプラットフォームにより、リニア型テレビのライブストリーミング、アドレスブルTV、コネクテッドTV、VOD、OTTなど、あらゆる形態のテレビ広告のバイイングが可能になり、米国の95%以上の世帯にリーチすることができます。

Adobe Advertising Cloudの新機能には、Adobe Analytics Cloudとの統合が含まれており、これによりブランド企業がより的確に従来のリニア型テレビ向け広告をターゲティングできる、ファーストパーティ視聴者データ（マーケティングおよび広告の取り組みから収集した自社ブランドの視聴者セグメント）を利用することが可能になります。また、マーケターは、オンライン

ン検索によりすでに興味を示しているオーディエンスに向けて、テレビ広告のプランニングとバイイングを行えます。さらに、有料テレビ事業者、MRI (Mediamark Research, Inc.)、テレビメーカーから得られるデータセットを加えることで、マーケターは個別のオーディエンスに対するプランニング、ターゲティング、バイイング、測定の能力を向上させることができます。

Adobe Advertising Cloud担当バイスプレジデント兼ゼネラルマネージャーであるブレット ウィルソン (Brett Wilson) は次のように述べています。「Adobe Advertising Cloud TVは、デジタルマーケティングと従来のテレビ広告バイイングの間の壁を打破し、マーケターが有効な単一の戦略を立てられるようにします。Adobe Advertising Cloud TVは、業界をリードする製品を基盤に構築されており、視聴者が閲覧しているデバイスの種類を問わず、ブランド企業のデータを利用してオーディエンスをより的確にターゲティングできるなど、新しい機能が盛り込まれています。」

Adobe Advertising Cloud TVは、他のどのプログラマティックTV広告プラットフォームよりも多くの放送局やケーブルネットワークと連携しておりNBCUniversal、Univision、A+E Networks、Discovery Communicationsといったブランド企業と、リニアまたはオンデマンドの広告在庫へのアクセスを提供することができます。

電通イージス・ネットワークのビデオ投資担当エグゼクティブバイスプレジデント兼マネージングディレクターのマイク ロー (Mike Law) 氏は次のように述べています。「当社がクライアントと協力し、従来のテレビ広告バイイングの有効性を向上させ、多くのデータを適用するにあたり、プログラマティックTVは重要な要素となっています。Adobe Advertising Cloud TVにより、バックエンドのデータアクセスが拡大するとともに、効率性の向上と大規模なオーディエンスのターゲティングのために利用できるツールセットが強化されます。」

Adobe Advertising Cloudは、米国調査会社であるForresterが発表した「The Forrester Wave™: Omnichannel Demand-Side Platforms（オムニチャネル型デマンドサイドプラットフォーム）」、2017年第2四半期において [「リーダー」に選出](#)され、TubeMogulの買収により、Adobe Advertising Cloudの顧客がプログラマティックTVのプランニングとバイイングへのアクセスを得ることができるようになったと評価しました。

Adobe Advertising Cloudについて

Adobe Advertising Cloud は、従来のテレビからデジタルまで幅広いフォーマットの広告を管理できる業界初のエンドツーエンドのプラットフォームです。Adobe Advertising Cloud は、Allstate、Ford、Johnson & Johnson、Kraft、Liberty Mutual、L'Oréal、MGM、Nickelodeon、Southwest Airlines をはじめとする 1,000 社以上の企業が使用しており、約 35 億ドルにのぼる年間広告支出を管理しています。詳しくは[こちら](#)をご覧ください。

Adobe Experience Cloudについて

Adobe Experience Cloudは、企業が優れた顧客体験を提供するために必要なあらゆる要素を備えた包括的なクラウドサービスです。Adobe Marketing Cloud、Adobe Advertising Cloud、Adobe Analytics Cloudの3つのクラウドで構成され、Adobe Creative CloudおよびAdobe Document Cloudと連携するAdobe Cloud Platformを基盤として構築されています。Adobe Experience Cloudは、Adobe Senseiのマシンラーニングおよび人工知能（AI）の機能を活用し、世界水準のソリューション、完全かつ拡張可能なプラットフォーム、包括的なデータおよびコンテンツシステム、堅牢なパートナーエコシステム、卓越した体験を届けるための専門知識を兼ね備えています。Adobe Experience Cloudは、Fortune 50企業の2/3をはじめ、世界中の多くの企業に採用されています。

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビ システムズ 株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[Web サイト](#)に掲載されています。

Adobe, the Adobe logo, Adobe Experience Cloud, Adobe Marketing Cloud, Adobe Advertising Cloud, Adobe Analytics Cloud, Adobe Creative Cloud, Adobe Document Cloud, Adobe Cloud Platform and Adobe Sensei are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries.

©2017 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.