



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、テレビ体験を再定義する Adobe Primetime の新機能を発表

### テレビ局と有料テレビ会社の視聴者拡大と テレビ体験のパーソナライズを支援

※当資料は、2016年3月22日に弊社米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2016年3月23日】

米国ネバダ州ラスベガス発：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 Summitで、あらゆるスクリーンやプラットフォームにわたって視聴者の獲得、エンゲージメント、収益化を促進するソリューションであるAdobe Primetimeについて、エンドツーエンドにわたる新機能を発表しました。これにより、Apple TV、Sony PlayStation、Roku、Xboxなどのモバイル、ノートPC、コネクテッドデバイスを通じて、よりパーソナライズされたテレビや広告の体験を消費者に直接提供します。テレビ局と有料テレビ会社は、加入型サービスや広告収益型のOTTサービスを、より効果的にパッケージ化し、販売することができます。そして、よりパーソナライズされたコンテンツと広告を視聴者に届けることにより、魅力的な体験を提供しつつ、視聴者を構築することができます。

テレビ業界において、マルチスクリーンとオンデマンド視聴は根本的な変革をもたらしています。今日、放送事業者と有料テレビ会社は、従来のテレビに代わる方法でコンテンツを視聴したいという消費者の要望に取り組んでいます。ケーブル放送や衛星放送、モバイル通信会社が提供している有料テレビのパッケージに代わるサービスを視聴者は求めており、あらゆるスクリーンに配信される「オーバーザートップ (OTT)」サービスを通じて番組や映画を視聴しています。

アドビのPrimetime担当バイスプレジデントのジェレミー・ヘルファンド (Jeremy Helfand) は、次のように述べています。「テレビ局と有料テレビ会社は、OTTを活用することに積極的ですが、視聴者を効果的に獲得してエンゲージメントを図り収益化するには包括的なプラットフォームを向上させる必要があります。アドビの広告、分析、データ管理、広告キャンペーン管理、パーソナライゼーションエンジンを動画再生、広告挿入、Adobe PrimetimeのDRM機能と統合することで、メディア会社は、あらゆるスクリーンでよりパーソナライズされた魅力的な視聴体験を提供することにより、事業を変革するでしょう。」

新たなAdobe Marketing CloudとAdobe Primetimeの提供により、以下の重要な業界の課題に対応し、メディア会社による顧客に直接提供するサービスの立ち上げを支援します。

- **視聴者の構築**：アドビのデジタルマーケティングツールは、視聴者を有料サービス加入者に移行させます。Adobe AnalyticsおよびAdobe Audience Managerは、顧客の最新のコンテンツ視聴パターンに基づき具体的な視聴者のセグメントを特定して、類似の視聴者に働きかけることにより、これらのセグメントを拡大できるようにします。Adobe Media ManagerとAdobe Targetは、検索、表示、ソーシャルチャネルでの自動化された広告キャンペーン出稿により、トライアルから有料登録への移行を増加させます。一貫性があり効果的なマーケティングメッセージを作成するためには、Adobe TargetのA/Bテストおよび多変量テストとコンテンツの最適化をアプリ内とオンサイトの両方で提供し、難題である視聴者獲得の最大化を図ります。
- **視聴者とのエンゲージメント**：アドビの新しい動画パーソナライゼーションエンジンである[Adobe Primetime Recommendations](#)は、ビッグデータを活用して視聴者のエンゲージメントと視聴時間を増加させます。Primetime Recommendationsは、番組や映画コンテンツをストリーミングするほとんどの米国の家庭における2,000億を超えるオンライン動画の視聴状況から学習します。視聴者が視聴した量とコンテンツの内容など、関連性の深いインサイトによって、パーソナライズされたテレビ番組の推奨が説得力のあるものになります。Adobe Campaignは、動画アプリを使っていない視聴者へ推奨テレビコンテンツを通知するために、既知の消費者の好みに基づいて電子メールによるキャンペーンや通知を実行できます。Adobe Primetimeを通じて瞬時にコンテンツを提供し、動的な広告を挿入することで、視聴者によりパーソナライズされたテレビと広告体験を提供します。
- **視聴者の収益化**：テレビ局と有料テレビ会社はAdobe Marketing Cloudの収益化機能により、毎月の登録数、レンタル、電子セルスルー（EST）、広告などの収入源の可能性において適切なバランスを見いだすことができます。Adobe Primetimeと併せて、Adobe Audience ManagerおよびAdobe Targetを利用することで、視聴者に関連性の高い広告を提供し、どのようなスクリーンやプラットフォームでも動的に広告の挿入と測定を行い、特定された視聴者セグメントの特性に基づいてターゲティングした広告を制作できるようになります。
- **視聴者の影響測定**：Adobe Analyticsにより、視聴者が番組を視聴する状況、つまり誰が、何を、いつ、どこで、どのように、そして最も重要なのはなぜ消費者が複数のデバイスからそのデバイスを選んで視聴したのかが容易に把握できます。この集約された匿名データの宝の山をAdobe Marketing Cloudのアクティベーション機能に読み込むと、視聴者の獲得、エンゲージメント、収益化が向上します。

## 参考情報：

- [Adobe Primetime Blog Post](#) (英語)
- [Adobe Primetime Homepage](#)
- [Adobe Primetime Twitter](#) (英語)

## Adobe Marketing Cloudについて

Adobe Marketing Cloud は、様々なデバイスとデジタルタッチポイントを通じてマーケティングコンテンツの高度なパーソナライゼーションを実現することでビッグデータを駆使し、顧客と見込み客への効果的なリーチとエンゲージメントを支援します。緊密に統合された 8 つのソリューションにより、分析、Web/アプリのエクスペリエンス管理、テスト/ターゲティング、広告、動画、オーディエンス管理、ソーシャルエンゲージメント、キャンペーン編成に重点を置いた、包括的なマーケティングテクノロジーをマーケターに提供します。また、Adobe Creative Cloud との連携機能により、あらゆるマーケティングチャネルにおいて、クリエイティブアセットを容易に活用できます。Adobe Marketing 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 Analytics, Adobe Audience Manager, Adobe Campaign, Adobe Marketing Cloud, Adobe Primetime, Adobe Target and Creative Cloud are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.