

Adobe GenStudio
for Performance Marketing

コンセプトの検証から スケーラブルな 生成AIソリューションへ

アドビのグローバルマーケティング組織がGenStudio for Performance Marketingでコンテンツ制作を拡大した方法

Localize

Generate

Surreal 3D fish



Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10
点を無料でお試
いただけます。



目次

| | |
|---|----|
| はじめに | 3 |
| グローバル規模のエンタープライズマーケティング | 4 |
| 直面した課題 | 5 |
| アドビにおける生成AIとコンテンツの拡大 | 6 |
| 第一波：クリエイティブプロフェッショナルの生産性向上 | 6 |
| 第二波：マーケターによるコンテンツ制作 | 7 |
| マーケティング業務における生成AIの検証 | 7 |
| スケーラブルなソリューションの構築 | 8 |
| 生成AIが未解決のニーズに対応した方法 | 8 |
| 1. メールと有料ソーシャル広告向けの大規模なテスト | 9 |
| 2. コンテンツを素早く更新して再利用 | 10 |
| 3. まだ開拓されていないオーディエンスに向けて、新しいユニークなコンテンツをマーケターが制作 | 11 |
| 4. リアルタイムマーケティングとレスポンスを促進 | 12 |
| 5. 地域マーケティングチームのローカライゼーションと機動性を向上 | 13 |
| 6. クリエイティブなプロセスにインサイトをもたらす | 14 |
| 変更管理と組織の準備態勢 | 15 |
| 1. 人材：役割、スキルセット、文化の進化 | 15 |
| 新しい役割 | 15 |
| 新しいスキル | 16 |
| コラボレーションと文化 | 16 |
| 2. プロセス：ワークフローの再定義 | 17 |
| 強固なブランドガードレールの確立 | 17 |
| レビュー／承認プロセスの再構築 | 17 |
| 代理店パートナーの活用 | 18 |
| 分析機能でコンテンツ制作を最適化 | 18 |
| 3. テクノロジー：生成AI導入のための統合スタック | 18 |
| 既存のマーケティングテクノロジースタックとの統合 | 18 |
| セキュリティ、コンプライアンス、生成AIの倫理 | 18 |
| 生成AI導入における3つの重要な成功要因 | 19 |
| 1. 経営陣の同意と支援を得る | 20 |
| 2. 生成AIによる変革に向けて組織全体を準備する | 20 |
| 3. 小規模に始めて徐々に拡大する | 20 |
| Adobe GenStudio for Performance Marketingのジャーニーに出発しましょう | 21 |
| 出典 | 21 |

はじめに



どの業界でも、顧客はあらゆる顧客接点がパーソナライズされることを期待しており、コンテンツに対する需要は尽きることがありません。マーケティング部門は、オーディエンス、チャネル、市場全体にわたってキャンペーンをより大規模かつ迅速に展開するために必要なビジュアルやコピーの量に追いつくのに苦慮しています。この課題は乗り越えられないように思われていましたが、生成AIの登場により、クリエイティブ部門やマーケティング部門は、顧客の需要に応えながら、企業を飛躍させる新たな方法を手にしました。

Heather Freeland

アドビ、チーフブランドオフィサー



パフォーマンスマーケティングチームにとって、コンテンツはデジタル経済の通貨です。しかし、リソースを補充することなしに、かつてないほどのスピードと量でより多くのコンテンツを制作しなければならないというプレッシャーにさらされています。アドビは、こうした課題を十分把握しています。アドビのグローバルマーケティング部門は、十分な量のアセットの制作、新しいキャンペーンの立ち上げと更新、市場トレンドへの対応、コンテンツパフォーマンスのリアルタイムの追跡などに苦慮していました。こうした実体験は、顧客の需要と能力のギャップを埋めるためのより深い視点とさらなるモチベーションをもたらしました。

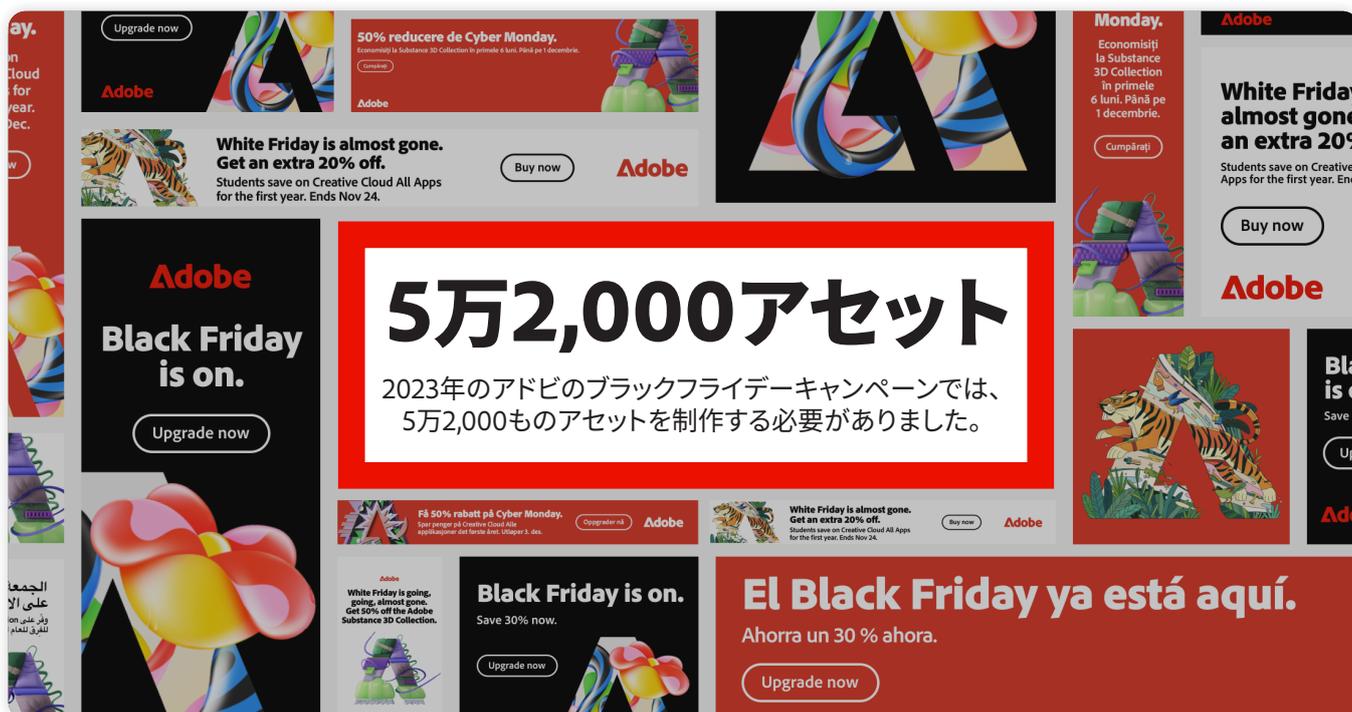
生成AI

人工知能のサブセット。入力や指示に基づいて、テキスト、画像、動画、音声、全体的な体験といった新しいコンテンツを生成可能です。従来のAIがデータ分析やプロセスの自動化に特化していたのに対し、さらに一歩進んだ能力を発揮します。

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#)は、マーケティングの世界に画期的なイノベーションをもたらすでしょう。これは、AIを第一に考えた生成型アプリケーションであり、これまでは想像もできなかったほどのスピードと規模で、インパクトの大きいコンテンツの制作を可能にします。これにより、マーケティング部門は、広告、メール、キャンペーン向けのブランド基準に即したマルチチャネルのコンテンツの制作を強化することができ、コンテンツのパフォーマンスを最適化するためのリアルタイムのインサイトも提供されます。アドビはまず自社で試してみましたが、その結果は素晴らしいものでした。

グローバル規模のエンタープライズマーケティング

1,100人以上の従業員を擁するアドビのグローバルマーケティング組織 (GMO) は、世界トップクラスの専門知識を駆使して、アドビの大規模なマーケティング活動を推進しています。GMOでは、年間10億ドルを超えるマーケティング費用を投じ、複数のチャンネルと市場にまたがる高度なキャンペーンを展開しています。その一例として、世界中の様々なオーディエンス層を対象に40以上の言語で、年間数十億通のメールを送信しています。



こうした成果の中でも、特に毎年制作するキャンペーンにおいては、タイムリーかつ効果的にパーソナライズしたマーケティングを大規模に展開するために、膨大な量のコンテンツに継続的に取り組んできました。たとえば、ブラックフライデーのプロモーションでは、チャンネル、オーディエンス、グローバル市場にまたがり、異なる製品ラインの何万ものアセットとバリエーションを制作する必要があります。2023年には、この単独のキャンペーンのために5万2,000ものアセットを制作しました。この膨大な作業には、アドビの多数のスタジオや代理店の多数のリソースが必要であり、ほかのプロジェクトでコンテンツ不足が生じました。コンテンツを迅速に制作、調整、更新できないことが多々あり、マーケティングキャンペーンが陳腐化したり、効果が低下したりして、顧客エンゲージメントの低下や投資収益率 (ROI) の低下につながりました。

アセット

デジタル文書、画像、動画、音声ファイルなどの内、複数のバリエーション、サブアセット、レイヤーなどを持つもの

直面した課題

コンテンツ不足に悩まされている今日の多くの企業のマーケティング部門と同様に、アドビも数多くの課題に直面していました。主な課題は、パーソナライズされたコンテンツに対する需要の高まりに対応しながら、コストを削減するために、アセット制作を迅速に拡大することでした。アドビの従来の制作方法は、ワークフローのボトルネックとなり、マーケティングエコシステム全体のスピードを下げていました。

十分なコンテンツやバリエーションを制作できないことで生じる制限

- 大規模な総合テストや高度な最適化アルゴリズムの活用は依然として課題である
- コンテンツをタイムリーに更新、利用できないことが、キャンペーンの効果に影響を及ぼす
- 関連コンテンツの不足とリソースの制限により、多様なオーディエンスセグメントに対応できない
- コンテンツが常に不足していることで、市場動向に対応し、大規模なマーケティングをタイムリーに実施する能力が低下する
- 地域のチームが英語のアセットに依存しており、ローカライゼーションの取り組みが遅れている
- コンテンツの影響を定量化するための詳細なデータが不足しているため、キャンペーンの最適化が困難である

59%

クリエイティブ部門への過剰な要求により、コンテンツ制作に問題が生じている報告しているマーケティング部門

41%

顧客データに基づくコンテンツのパーソナライズに生成AIを活用している、または活用する予定の企業

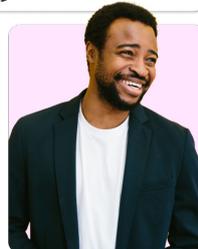
出典：アドビ

71%

ブランドとのやり取りが各自のニーズに合わせてカスタマイズされることを期待している消費者



Freddie Coleman
ビデオ編集者





メディアチームやメールチームは、顧客を惹きつけ、ビジネス目標を達成するために、マーケティングチャンネルをまたがり、十分な量のブランドにふさわしいユニークなコンテンツを必要としています。簡単に言えば、今ではコンテンツと体験が、マーケティングROIを推進するものなのです」

Patrick Brown

アドビ、成長マーケティングおよびインサイト担当バイスプレジデント



アドビにおける生成AIとコンテンツの拡大

2022年後半に生成AIが登場したことは、アドビのグローバルマーケティング組織にとって転換点となりました。自然言語によるプロンプトを使用してテキストや画像を生成できるというその変革の可能性に注目し、マーケター、クリエイター、データサイエンティストからなる部門横断的なチームを編成し、この強力なテクノロジーをアドビのコンテンツ制作プロセスに統合しました。新製品を開発する際、しばしばアドビ自身が「顧客ゼロ号」となります。つまり、製品を世に送り出す前に、自社のワークフローでテストを行うのです。この取り組みは、単に新しいテクノロジーを採用するということにとどまらず、マーケティングの俊敏性を新たな時代に導くものであり、それによってアドビの業務能力を再定義し、顧客にも同様のことを可能にすることを目指すものです。

第一波：クリエイティブプロフェッショナルの生産性向上

パフォーマンスマーケター

ROI、売上、エンゲージメントなどのパフォーマンスを向上させるために、メールや有料メディア（ディスプレイ、ソーシャル、動画プラットフォーム）向けのキャンペーンを企画するマーケター

Adobe Creative Cloud、特にPhotoshopやIllustratorなどの主力製品に生成AIを統合することで、生産性は大幅に向上しました。Photoshopの[生成塗りつぶし](#)やIllustratorの[生成再配色](#)などの機能は、クリエイターが退屈な編集作業に費やす時間を大幅に削減すると同時に、長年私たちが直面してきたコンテンツ不足の解消にも役立ちました。クリエイティブプロセスが加速したことで、クリエイティブ部門は、より多くの高品質なコンテンツを制作し、パーソナライズされたタイムリーなマーケティングアセットに対する需要の高まりに対応することが可能

になりました。その結果、クリエイティブ部門は、ビジネスの推進に役立つより高度な戦略に時間を費やすことができるようになりました。

第二波：マーケターによるコンテンツ制作

効率性と生産性においてこれほどまでに大きな進歩を遂げたにもかかわらず、コンテンツ不足を埋めるための作業はまだ残っていました。2023年初頭、アドビは、生成AIによるコンテンツ制作機能をマーケターに提供しました。従来のアドビのマーケティングプロセスでは、概要の執筆、アセットの準備、そしてレビューと承認のプロセスを経てアセットを提出するという長いサイクルを必要としていました。

そこで、ブランドガイドラインに準拠した独自のコンテンツをマーケターが制作できるツールを開発し、市場投入戦略を加速し、キャンペーンの機敏性を高め、リソースの最適化を実現しました。このアプローチにより、パフォーマンスマーケティングチームの潜在能力を生成AIで引き出すことで、コンテンツ不足を補うことができました。



マーケティング業務における生成AIの検証

まず最初に、生成AIがアドビ製品を正確に表現し、クリエイティビティを維持し、ブランドボイスに忠実なマーケティング素材を生成できるかどうかを判断することが課題でした。数十年にわたるイノベーションを通じて培われたアドビのブランドは、アドビのビジネスの成功に不可欠です。この変革においては、顧客の信頼と市場でのポジショニングを維持し、生成AIツールに対する社内の信頼を構築するために、生成AIコンテンツがアドビのブランドアイデンティティに準拠していることが不可欠でした。この試みは成功しました。

企業間の議論では、AIのハルシネーション (AIが生成したコンテンツが事実上不正確であること) に関する懸念も示されましたが、アドビの実験で

は、それらは重大なものではなく、有益な可能性さえあることが明らかになりました。AI生成によるクリエイティブな飛躍では、製品の正確性を維持しながら、革新的なコンテンツを生み出すことがしばしばありました。ほかの領域では生成AIの限界と見なされることが、クリエイティビティが重要な差別化要因となるアドビのマーケティング用途では、明確な利点であることが浮き彫りになりました。

スケーラブルなソリューションの構築

生成AIがアドビのクリエイティブ部門とマーケティング部門にもたらした成功により、アドビのような企業に利益をもたらす製品を開発できる可能性が見えてきました。アドビのクリエイティブ部門は、生成AIツールと緊密に連携しながら、そのアウトプットを導き、洗練させ、ブランドに準拠したコンテンツを生成するためのプロンプトを作成しました。このテクノロジーに自信を得たアドビは、よりスケーラブルなアプローチに移行し、専門知識をシステムに体系化するようクリエイターとエンジニアに依頼しました。そこで研究部門や製品部門と緊密に連携し、マーケターがコンテンツのニーズのほとんどをセルフサービスで対応できるコンポーネントを構築しました。この取り組みは、新しい製品であるAdobe GenStudio for Performance Marketingに結実しました。

Adobe GenStudio for Performance Marketingは、複数のアプリケーションの機能を統合したのではなく、マーケターがクリエイティブ部門と軽度のパートナーシップを組んでキャンペーン用のコンテンツを検索、調整、制作、分析できる単一のセルフサービスアプリケーションです。このツールは、ブランド基準に準拠したコンテンツによるパーソナライズされた体験への需要に応え、顧客をエンゲージしておくためのキャンペーンの更新や、ダイナミックな市場トレンドへの対応を支援します。Adobe GenStudio for Performance Marketingは、リアルタイムのインサイトにより、アセット活用とキャンペーンを継続的に最適化し、その影響とパフォーマンスを最大化することができます。

生成AIが未解決のニーズに対応した方法

Adobe GenStudio for Performance Marketingを開発した後、ワークフローへの統合には段階的なアプローチを取りました。課題を洗い出し、具体的なユースケースを検証して、生成AIがそれぞれに与える影響を測定しました。その結果、次のことが明らかになりました。

“ Adobe GenStudio for Performance Marketingは、現代のデジタルマーケティングに変革をもたらします。アドビのマーケティング部門は、有料のソーシャル広告やマーケティングメール向けに、ブランド基準に準拠したアセットをより多く、より迅速に制作しています。これにより、パーソナライゼーションの向上による顧客体験の改善や、各プログラムにおけるコンテンツの量と多様性の増加などにより、コンテンツ疲れを避けつつ、ROIの向上を実現しています。

Patrick Brown

アドビ、成長マーケティングおよびインサイト担当バイスプレジデント

1.メールと有料ソーシャル広告向けの大規模なテスト

課題: 予算や時間的な制約により、生成できるコンテンツのバリエーションがまず限られていたため、マーケターがメールや有料ソーシャルキャンペーンの大規模なテストを実施することは困難でした。パフォーマンスデータに基づいてコンテンツを最適化できないため、エンゲージメント率とコンバージョン率が低下しました。テストを実施できた場合でも、件名とプレヘッダーの2つのバージョンしかテストできず、メール全体をテストすることはできませんでした。有料メディアの場合、1つまたは2つのバリエーションしか作成できないことが多く、ソーシャルプラットフォームの優れたターゲティング機能を活用することが困難でした。

8.5%

開封率の向上

Adobe GenStudio for Performance Marketingを活用することで、2週間ごとに件名を変更してテストを行い、開封率を8.5%向上

A/B/nテスト

A/Bテストの拡張版。webページ、メール、デジタルアセットなど、2つ以上のコンテンツのバリエーションを比較し、ビジネス成果を上げるのに最適です。

解決策: Adobe GenStudio for Performance Marketingは、リクエストされたアセットごとに、ターゲットのペルソナや製品に合わせた異なる見出し、主題、本文コピーの少なくとも4つのバリエーションをプロンプトごとに生成します。これにより、アドビのブランドガイドラインに準拠しながら、メールや有料ソーシャル広告の複数のコンテンツバリエーションを迅速に制作し、テストすることが可能になりました。メールでは、件名、本文、画像、行動喚起など、さまざまなコンテンツ要素について、A/B/nテストや多変量解析を行いました。また、有料ソーシャル広告では、FacebookとInstagramの最適化アルゴリズムを利用して、適切なコンテンツを的確なオーディエンスに配信しました。

効果: AIを活用した最初のメール生成テストのひとつでは、Adobe Photoshopのメールについて、5つのバージョンを素早く作成しテストしたところ、クリック率が10%以上増加しました。同じ戦略を用いたその後のテストでは、Adobe Illustratorのメールキャンペーンでクリック率が57%も増加するという驚くべき結果が得られました。また、コンテンツ制作のスピードが上がったことで、進行中のキャンペーンの件名を2週間ごとに変更してテストすることができ、その結果、開封率が8.5%上昇しました。有料ソーシャル広告では、Adobe Creative Cloudのキャンペーンで画像とテキストの異なる5種類のコンテンツバリエーションを使用したところ、同様の過去のキャンペーンと比較してROIが10%向上しました。テストの規模とスピードが向上したことにより、コンテンツ最適化のアプローチが変化し、マーケティングのパフォーマンスと効率が大幅に向上しました。

CTRが57%増加

生成AIを活用したテストでは、Adobe Illustratorのメールキャンペーンで、ほかのバリエーションと比較してクリック率が57%増加

1



生成AIでデザインを最短で仕上げましょう。

Adobe Fireflyの生成AI、Adobe Illustratorの生成AIにより、デザインを最短で仕上げましょう。生成AIは、デザインを生成するためのプロンプトを入力するだけで、デザインを生成します。

生成AI

2



生成AI。素晴らしいイラストレーションへの近道

Adobe Illustratorの生成AIにより、素晴らしいイラストレーションを生成します。生成AIは、デザインを生成するためのプロンプトを入力するだけで、デザインを生成します。

生成AI

3



生成AIでアイデアからアートまでを高速化

Adobe Fireflyの生成AIにより、素晴らしいアイデアからアートまでを高速化します。生成AIは、デザインを生成するためのプロンプトを入力するだけで、デザインを生成します。

生成AI

4



生成AIを試すイラストレーションのクリエイティブパートナー

Adobe Illustratorの生成AIにより、素晴らしいイラストレーションを生成します。生成AIは、デザインを生成するためのプロンプトを入力するだけで、デザインを生成します。

生成AI

5



IllustratorのAIでアイデアを形にしましょう。

Adobe Illustratorの生成AIにより、素晴らしいアイデアを形にしましょう。生成AIは、デザインを生成するためのプロンプトを入力するだけで、デザインを生成します。

生成AI

2.コンテンツを素早く更新して再利用

課題:コンテンツを継続的に更新することで、キャンペーンのパフォーマンスが向上し、広告疲れが軽減されます。たとえば、Meta は広告アセットを3~4週間ごとに更新することを推奨しています。しかし、コンテンツにニーズに対応できていなかったため、有料メディアキャンペーンを定期的に更新できるだけの十分なコンテンツがありませんでした。コンテンツは陳腐化しがちでした。というのも、コンテンツの更新は四半期に一度しかできず、一部のアセットは6か月以上市場に出回ったままだったからです。高品質で承認済みかつ使用済みアセットの膨大なライブラリーがあったにもかかわらず、既存のコンテンツを再利用したりリミックスしたりすることは、新しいアセットを制作するのと同じくらい時間がかかりました。

解決策:アドビのデジタルアセット管理 (DAM) システムを生成AIと統合することで、Adobe GenStudio for Performance Marketingで、クリエイティブ部門が制作したオリジナルデザインを基に、既存のアセットの更新版を生成できるようになりました。これによりマーケターは、既存の承認済みアセットに素早くアクセスし、編集やリミックスを行うことができます。たとえば、ソーシャルメディアキャンペーンで成功したヒーロー画像を、生成AIで生成した新しい見出しのセットで更新したり、新しいメールキャンペーンを構築するために再利用したりすることができます。

効果:マーケターがコンテンツを再利用し、更新できるようになったことで、市場投入までの時間が大幅に短縮され、メールの制作プロセスが2~3週間から2~3日にまで短縮されました。現在では、メールのコンテンツを簡単に再利用でき、異なるペルソナに対しては同じヒーローイメージを使いながら、異なるコピーを使用しています。一例として、Adobe Illustrator 2023キャンペーンのために制作された効果の高いヒーローイメージは、複数の追加メールキャンペーンの構築に作成に再利用されました。見出しやヒーローイメージ上の行動喚起など、効果の高い要素を素早く適応させることで、キャンペーンの機敏性が大幅に向上しました。テストの規模とスピードが向上したことにより、コンテンツ最適化のアプローチが変化し、マーケティングのパフォーマンスと効率が大幅に向上しました。

3週間から3日に短縮

生成AIでメール制作プロセスを高速化し、生産性を向上

デザイナーが
生成AIで生成したアセット



Adobe GenStudio for Performance Marketing
で生成した新しいアセット



3.まだ開拓されていないオーディエンスに向けて、新しいユニークなコンテンツをマーケターが制作

課題:リソースが限られているため、多様なオーディエンス層に合わせたコンテンツを制作することが難しく、結果として、顧客基盤全体にわたって機会損失やエンゲージメントの低下を招いていました。たとえば、アドビのライフサイクルマーケティングチームは、北米の獲得プログラムにおいて12の異なるオーディエンスにサービスを提供しようとしていましたが、コンテンツ不足により、6つのオーディエンスにしかサービスを提供できていませんでした。コンテンツ不足により、有料メディアにおいて特定のオーディエンスやイベントをターゲットにすることができませんでした。13の製品を広く宣伝することはできましたが、ソーシャルプラットフォーム上で各ペルソナ向けに差別化されたメッセージやコンテンツを制作するためのペルソナに特化したアセットが不足していました。

解決策:生成AIによるコンテンツ制作のスピードと俊敏性により、より多くのオーディエンスをターゲットに、それぞれの好みに合わせたコンテンツを提供できるようになりました。Adobe GenStudio for Performance Marketingは、ターゲットペルソナを変更するだけで、異なるオーディエンスに向けて、コンテンツをすぐにパーソナライズし、ブランド基準に準拠したバリエーションをチャンネルをまたがり生成することができます。

効果:現在、より多くの顧客基盤に関連性の高いコンテンツを提供することで、様々なオーディエンス層に優れたマーケティング成果をもたらしています。アドビのライフサイクルマーケティングチームは、北米の獲得キャンペーンにおいて、パーソナライズされたコンテンツを提供するメールの数と対象者を2倍に増やしました。これにより、12のオーディエンスすべてに定期的にリーチできるようになり、売上目標の達成が加速しています。有料メディアに関しては、Adobe GenStudio for Performance Marketingを活用することで、ソーシャルプラットフォームのアルゴリズムをより有効に利用し、適切なコンテンツを的確なオーディエンスに提供するための十分なコンテンツを制作することができます。

ライフサイクルマーケター

ブランドとの関わりを通じて、顧客をエンゲージするマーケティング戦略を策定し実行するマーケター

100%の ターゲット オーディエンス にリーチ

ライフサイクルマーケティングチームは、配信するメールの数と、パーソナライズされたコンテンツを受け取るオーディエンスの両方を倍増させました。



4. リアルタイムマーケティングとレスポンスを促進

課題: 時事問題や市場機会を最大限に活用できるだけのコンテンツを制作する時間がないことが、売上の損失と市場での関連性の低下につながっていました。3週間の制作スケジュールでは、特に季節ごとのイベントや新たなトレンドに関するキャンペーンなど、タイムリーなキャンペーンの重要なタイミングを逃すことがよくありました。

解決策: Adobe GenStudio for Performance Marketingを活用することで、アドビのブランド基準に準拠したコンテンツの制作プロセスを数週間から数日、数時間にまで短縮でき、イベントにリアルタイムでより適切に対応できるようになりました。マーケターは自身でコンテンツを制作できるため、アセット待ちの時間が大幅に短縮されます。顧客を惹きつけるためのアセットを検索、制作、調整することができます。また、リアルタイムのパフォーマンスデータを分析してキャンペーンを更新し、市場のトレンドに追従することができます。

効果: Adobe GenStudio for Performance Marketingを活用することで、これまで手が届かなかったキャンペーンの構築と提供が可能になりました。2023年には、Adobe Creative Cloudの秋をテーマにした初の有料ソーシャルキャンペーンを成功させ、同等のキャンペーンと比較して9%高いROIを達成しました。さらに最近では、週次財務報告が海外市場での好調な兆しを示した直後に、Creative Cloudの夏季オリンピックキャンペーンを迅速に展開できました。この機敏性の向上により、市場対応力が改善され、キャンペーン成果とマーケティング全体の有効性が向上しました。

9%のROI増加

生成AIを活用することで、秋をテーマにしたCreative Cloud初の有料ソーシャルキャンペーンでは、同等のキャンペーンと比較して9%高いROIを達成しました。

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudでクリエイティブな可能性を無限の追求しようCreative Cloudコンプリートプラン



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
デザイン、イノベーション、インスピレーション、繰り返し。 [さらに詳しく](#)

Adobe Creative Cloud
スポンサー

20以上のアプリでアイデアを形にしましょう。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
Adobe Creative Cloudで、さらに多くのイメージーションを。 [さらに詳しく](#)

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudコンプリートプランで創造力を解放しよう



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
世界を、あなたのやり方でデザインしましょう。 [さらに詳しく](#)

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudコンプリートプランでビジョンを現実のものに



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
クリエイティブな躍進のためのツールボックス。 [さらに詳しく](#)

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudでクリエイティブな可能性を無限の追求しようCreative Cloudコンプリートプラン



ADOBE.COM

Adobe Creative Cloud
スポンサー

20以上のアプリでアイデアを形にしましょう。



ADOBE.COM

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudコンプリートプランで創造力を解放しよう



ADOBE.COM

Adobe Creative Cloud
スポンサー

Adobe Creative Cloudコンプリートプランでビジョンを現実のものに



ADOBE.COM

5.地域マーケティングチームのローカライゼーションと機動性を向上

課題: 50カ国以上をカバーする4つの地域別アドビマーケティングチームは、英語のローカライズ資料に大きく依存しながら、予算の制約により、文化的に適切なコンテンツを制作することに苦慮していました。この制作アプローチは時間がかかり、現地のオーディエンスには効果的ではありませんでした。

解決策: Adobe GenStudio for Performance Marketingの多言語機能により、各地域のチームは、各地域の主要言語でローカライズされたコンテンツを活用して、独自のキャンペーンを迅速かつ独自に構築することができます。さらに、インターナショナルチームは、ブランド基準を維持しながら、文化的なニュアンスを考慮してグローバルキャンペーンを迅速にローカライズすることができます。生成AIにより、アセットの再利用と、各地域向けに多数の広告バリエーションの生成を素早く行うことができます。

効果: アドビにとって、コンテンツ制作の分散化は、国際市場におけるマーケティングの機敏性を向上させました。アドビの日本のマーケティングチームは、テストを拡大するために、自国語でコンテンツを制作できる可能性に期待を寄せていました。そこで、Adobe GenStudio for Performance Marketingをチームに紹介したところ、数日後には、Document Cloudの既存のメールキャンペーンの件名を新たに作成し、テストを実施していました。このテストにより、最も高いパフォーマンスを示した件名でクリック率が10%向上し、チームはマーケティング業務におけるテストの拡大を計画しています。現在、この機能をほかの地域のチームにも展開しています。

ローカライズ

Adobe Creative Cloud

AIで写真の可能性を広げよう

Adobe Photoshopの「生成拡張」機能を活用して、画像のキャンバスを自然に広げ、新しい内容を加えましょう。AIの力で、創造性をさらに引き出します。無料トライアルで、この革新的な機能を体験してください。

試してみる



Before

Adobe Document Cloud

Adobe Acrobatのプランと価格についてオンラインで比較しましょう。

プランと価格を比較する



PDF並べ替え後のページ番号の修正

必要なページを抜粋したり、並べ替えた後のページ番号の処理、どのようにしていますか？ Acrobatならページ編集後のページ番号の修正も簡単に処理できます。せっかくなら細部まで気を配った資料を作成しましょう。

詳しく見る

10%

メールのクリック率の増加

日本のマーケティングチームは、Document Cloudのメールキャンペーンで新しい件名を生成してテストし、最も効果の高かった件名でクリック率を10%向上させました。

6.クリエイティブなプロセスにインサイトをもたらす

課題:従来のマーケティング分析は、抽象データ型に大きく依存していたため、コンテンツとパフォーマンス指標の間に乖離が生じていました。オーディエンスに響いている画像やコピーの要素(色、形、主題、キーワード、トーンなど)を特定することに苦慮していました。仕方なく、しばしば直感に頼って改善の機会を見逃し、マーケティングイニシアティブが異なれば成功を維持できない状況に陥っていました。

解決策: Adobe GenStudio for Performance Marketingを活用することで、コンテンツ制作プロセスにおいてインサイトを最優先することができ、アプローチが大きく変化しました。このアプリケーションは、公開されているあらゆるマーケティングアセットを取り込み、AI特徴量化サービスを実行して、背景色や前景色、テーマ、オブジェクト、ムード、トーン、フォーマットなど、関連するあらゆる属性を抽出します。これらの属性は、各アセットのパフォーマンスデータと関連付けられ、集計されて、「この地域や国において、この製品や顧客セグメントに対して最も高いエンゲージメントを生み出す背景色は何か?」といった質問への回答を得るために利用することができます。

効果:アドビのクリエイティブプロセスは、データ主導のアプローチを採用することで、インサイトが将来の戦略やより効果的なキャンペーンに反映される、継続的な改善の反復サイクルへと変化しました。ある事例では、アドビのウェブサイト上のアセットにインサイトを適用したところ、Adobe Expressテンプレートページの特定の色がテンプレートダウンロードのエンゲージメントを高めることが明らかになりました。この事実を基に、その色のテンプレートを増やしたところ、ダウンロード数が35%増加しました。経験的証拠に基づくクリエイティブな意思決定により、アドビはデータ主導のマーケティングイノベーションの最前線に立つことができました。

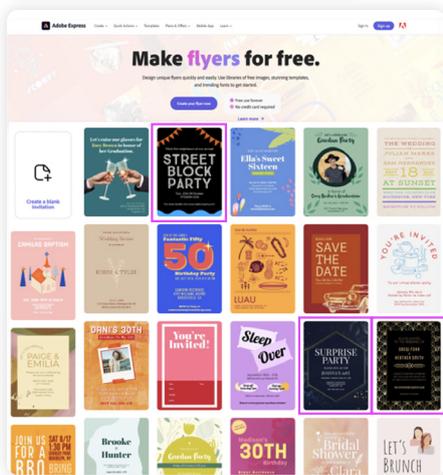
この広告は効果的でした。 でもなぜでしょうか?

- マルチカラーの背景
- 右側に人物
- 左下にロゴ
- メッセージ
- 白いテキスト
- ソフトフォーカス
- 製品名を記載
- 「大切な瞬間」を描写

- 人物
- 青みが多い
- カラーリングした髪
- 猫
- 屋内
- 画像は正方形
- 「bestie」という単語を含む
- 太字のフォント

コントロール

暗い色のテンプレートが少ない



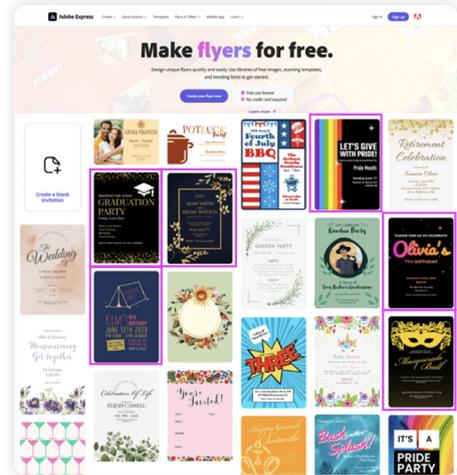
35%

ダウンロード 数の増加

最も人気の高いテンプレートカラーに関するインサイトを適用した結果、ダウンロード数が35%増加しました。

テスト

暗い色のテンプレートが多い



変更管理と組織の準備態勢

マーケティングへの生成AIの導入は変革の可能性を秘めています。既存の組織構造やワークフローに無理やり取り入れると、その影響力は大幅に低下します。このテクノロジーの力を最大限に引き出すには、人材、プロセス、テクノロジーの面で大幅な変更を行う必要があります。

変更管理

組織が人員やチームを新しい業務方法に適合させ、混乱を最小限に抑えながら円滑に業務を移行させるプロセス

1.人材:役割、スキルセット、文化の進化

優れた変更管理は、常に組織内の従業員から始めるべきです。

新しい役割

生成AIの統合には、マーケティング組織内に新しい役割を創出する必要があります。中でも最も重要なのは、従来のマーケティングの知見とAIの習熟度、そしてAIの潜在能力と限界に対する理解を融合させた、生成AIによって強化された新しいマーケターのモデルです。

このような次世代のマーケターの育成を促進することで、企業は生成AIを最大限に活用し、これまでにないイノベーション、効率性、効果性を自社の取り組みにもたらしることができます。さらに、クリエイティブテクノロジスト、生成AIクリエイティブディレクター、コピーエディター、デザイナーといった役割は、ブランドの整合性と品質管理を維持する上で不可欠となります。

AIを活用した生成環境における中核的な役割と責任

パフォーマンスマーケターは、コンテンツ制作とキャンペーン管理において、進化したアプローチを取る必要があります。数週間にわたることも多い従来のブリーフィングとクリエイティブのサイクルに従うのではなく、生成AIを活用して、成果の高いキャンペーンを構築します。

生成AIクリエイティブディレクターは、包括的なブランドガイドラインを策定し、維持します。これらのガイドラインを、AI主導のコンテンツ制作に適用する方法をパフォーマンスマーケターに示し、あらゆるアウトプットにおけるブランドの一貫性を確保します。

生成AIコピーエディターは、AIが生成したコピーのレビュー、編集、承認を監督します。生成AIクリエイティブディレクターと緊密に連携し、トーンオブボイス、チャンネルなどにおいてブランドガイドラインを確立します。

生成AIデザイナーは、[Adobe Firefly](#)やGenStudio for Performance MarketingなどのAIツールを活用して、ビジュアルコンテンツを絶え間なく提供します。事前承認済みの画像の豊富なりポジトリを構築し、マーケターが作成したクリエイティブアセットの品質管理のためのレビューと承認を行います。

生成AIパイロットリーダーは、グローバルマーケティング組織全体で生成AIイニシアティブの導入を成功に導き、経営陣と歩調を合わせて生成AIテクノロジーの継続的な改善と導入を推進します。



Adobe GenStudio for Performance Marketingは、私にとって非常に有益なツールです。顧客向けのコンテンツを迅速に生成できるだけでなく、コストと開発時間を大幅に削減できます。より自由かつ柔軟にコンテンツのバリエーションを生成し、実験を行い、より迅速にインサイトを得ることができます。生成AIがユーザー体験全体にわたってより詳細なパーソナライゼーションをどのように支援できるのか、非常に楽しみです」

Sushmitha Komar

アドビ、シニアライフサイクルマーケター



新しいスキル

これらの新しい役割には、新しいスキルが必要です。これには、プロンプトのベストプラクティス、画像生成、ブランド整合性などのトピックに関するトレーニングプログラムや、生成AIのセンターオブエクセレンスの設立が含まれます。アドビの取り組みの中で、マーケターには、ブランド基準に準拠したコンテンツを制作する方法に関する追加トレーニングが必要であることがわかりました。そこで、クリエイティブテクノロジーチームは、マーケターが、Adobe GenStudioをパフォーマンスマーケティングに最適化して活用できるよう、生成AIガイドを作成しました。



コラボレーションと文化

生成AIを統合するには、マーケティング部門とクリエイティブ部門の教育、サポート、そしてより緊密な連携が必要です。クリエイティブ作業を強化し、ありきたりの作業を軽減するツールとして、生成AIのメリットを伝え、オープンなフィードバックループを備えた強力なレビューおよび承認プロセスを確立することが、この基盤となります。マーケティング部門がプロジェクトのクリエイティブな部分のコントロールをより多く担うことで、ブランド部門は、コンプライアンスの管理やブランドガードレールの維持を支援し、コンテンツ制作の改善につなげることができます。各部門は、全社的な変革に先立って改善を行うことでROIを証明することができます。コラボレーションの文化を育むことで、成功、生成AIの導入、価値の実現を推進することができます。

ブランドガイドライン

ブランドの見た目や雰囲気の規定し、定義するルール。これを基に、様々なプラットフォーム上で、消費者にとって認識しやすいブランドアイデンティティを構築することができます。たとえば、ブランドガイドラインでは、カラーコード、ロゴ、承認済みのフォント、推奨の文体やトーンなどを明確化します。

2. プロセス: ワークフローの再定義

これほど大規模な改革では、現在のプロセスを検証し、必要に応じて再構築することが不可欠です。

強固なブランドガードレールの確立

コンテンツの制作量とスピードが指数関数的に増加する中、企業はブランドガイドラインを確実に維持する必要があります。これらのガードレールは、AIが生成したコンテンツをブランドのコアバリュー、トーン、ビジュアルアイデンティティに沿ったものにする包括的なフレームワークとなります。生成AIをブランドに準拠させ、ブランドとともに進化させる方法と、関連性を維持するためにガイドラインを定期的に確認し、更新することの重要性をブランド担当者に教育することが不可欠です。

レビュー／承認プロセスの再構築

クリエイターは、生成AIが生成したコンテンツをレビューし、ブランド基準の品質を満たしているかを確認する必要があります。このフィードバックは、Adobe GenStudio for Performance Marketingのようなツール内でブランドガイドラインを改善するのに役立ちます。ブランドアイデンティティと感情的な共感を深く理解しているクリエイティブプロフェッショナルは、クリエイティブの方向性を定め、ストーリー性を築き上げ、コンテンツを機能的なものからインパクトのあるものへと高める人間的なタッチを加える上で不可欠です。この新しいパラダイムでは、マーケターがコンテンツニーズに自ら対処する一方で、クリエイターは高度な戦略、イノベーション、そしてAI生成コンテンツのキュレーションに専念し、それが最高のクリエイティビティと効果の基準を満たしていることを保証します。



ブランドガイドラインおよびボイスガイドラインを明確に体系化することで、テンプレートを構築し、大規模言語モデルを調整することができました。これにより、マーケターがAdobe GenStudio for Performance Marketingを活用してコンテンツを簡単に制作できるようになりました。これらのガイドラインは、コンテンツがブランドにふさわしく、あらゆるチャネルで一貫性とブランドの整合性を維持することに役立ちます。また、ブランド部門による承認プロセスを合理化し、より迅速に市場投入することに役立ちます。

Heather Freeland

アドビ、チーフブランドオフィサー

レビュー前



レビュー後



代理店パートナーの活用

生成AIによって強化された環境では、増大したコンテンツ量に対応するために、従来のレビューと承認プロセスを再考する必要があります。当初は、アドビの社内チームで増大したコンテンツの量に対応できると考えていましたが、すぐにそれがワークフローのボトルネックになっていることに気づきました。代理店パートナーは、コンテンツ制作の規模を拡大するための新たな道筋となり、アドビの目標を達成するために戦略的に重要な一部となりました。このコラボレーションにより、企業は、AIツールが提供する生産性向上を最大限に活用でき、マーケティング業務が急速に増大するコンテンツニーズに直面しても、機敏かつ迅速に対応することができます。

分析機能でコンテンツ制作を最適化

Adobe GenStudio Insightsにより、コンテンツパフォーマンスの高度なリアルタイム分析が可能になり、マーケターはどこをどのように改善すべきかを正確に判断できます。また、自動かつインテリジェントなコンテンツのタグ付けにより、オーディエンスに最も響く特定のメッセージ属性を明らかにすることも可能です。こうした詳細な分析により、パフォーマンスデータが今後のコンテンツ戦略に直接的に反映されるというクリエイティブなループを生み出す緻密な意思決定が可能になり、エンゲージメントとコンバージョン率の向上につながります。マーケティング部門は、このパフォーマンスデータをクリエイティブな意思決定に組み込むことで、コンテンツの効果を継続的に向上させるプロセスを構築することができます。企業は、新しいキャンペーンのアイデア創出プロセスにこれらのインサイトを導入し、これらの新しい機能を活用すべきです。

3.テクノロジー：生成AI導入のための統合スタック

熟慮した上で戦略的に生成AIを導入すれば、既存のプロセスを混乱させることなく、マーケティング業務全体の一貫性を維持しながら強化することができます。

既存のマーケティングテクノロジースタックとの統合

アドビは、ほかの多くの企業と同様に、コンテンツ制作ライフサイクルをサポートするツール一式をすでに導入していました。マーケティングテクノロジースタックに追加する生成AIツールは、既存のツールやワークフローと統合しつつ、メリットを段階的に提供する必要があります。たとえば、Adobe GenStudio for Performance Marketingでは、追加のバリエーションを生成の基礎とし、事前承認済みのブランドに準拠したコンテンツを、[Adobe Experience Manager Assets](#)から直接簡単に取り込むことができます。また、GenStudio for Performance Marketing内で、[Adobe Workfront](#)の既存のレビューワークフローを活用し、組織のキャンペーンと確実に連携し、レビューと承認を効率化することができます。

セキュリティ、コンプライアンス、生成AIの倫理

商業的に安全なAI駆動のプラットフォームを導入するには、倫理と責任、データプライバシー、規制への準拠、強固なセキュリティ対策について慎重に考慮する必要があります。

コンテンツ制作アプリケーションにおける、アドビの責任あるAIイノベーションに対するアプローチは、これらの懸念に対処するための枠組みを提供します。

- **プライバシーとデータ管理:** 生成AIツールが厳格なデータ保護基準を遵守することを保証し、データの使用と保存に関する明確なポリシーを定め、コンテンツやプロンプトにおける顧客データの使用に特に注意を払います。
- **公平性と包括性:** 視覚的なコンテンツの制作における潜在的な偏りをAIモデルで定期的に評価し、多様なユーザーグループ全体で公平な結果が得られることを保証します。
- **信頼性と安全性:** AI生成コンテンツの展開前に、信頼性と安全性を検証するための厳格なテストプロトコルを策定します。
- **安全性と有害なバイアス:** マーケティングコピーにおける多様性、公平性、表現を促進する生成AIモデルを開発し、有害または偏りのあるコンテンツに対しては、セーフガードやフィルターを導入してゼロトレランスポリシーを遵守します。
- **人間による監視:** AIを、人間の判断を置き換えるものではなく生産性を向上させるツールとして活用しながら、重要な意思決定には人間が関与する統合的なレビューおよび承認プロセスを構築します。

企業は、これらの原則に従うことで、倫理基準を維持し、規制要件を順守しながら生成AIの力を活用し、リスクを軽減し、顧客やステークホルダーとの信頼関係を構築することができます。

生成AI導入における3つの重要な成功要因

“ 生成AIテクノロジーが急速に進歩するにつれ、その可能性に応える形でマーケティングの状況も進化していくことをアドビは認識しました。しかし、単にさまざまなチームにおいて異なる方法でテクノロジーを導入するだけでは、成功を収めるには不十分でした。Adobe GenStudio for Performance Marketingが実現できることについて、クリエイティブ、マーケティング、エンジニアリングの各部門が完全に同じビジョンを共有する必要がありました。この戦略的な連携を実現したことで、急速な進歩と優れた成果がもたらされました”

Patrick Brown

アドビ、成長マーケティングおよびインサイト担当バイスプレジデント

1 経営陣の協力と支援を得る

生成AIの導入を成功に導くには、経営陣の協力と支援を得ることが重要です。経営陣は、自らの役割がリソースを割り当てることにとどまらないことを認識する必要があります。また、導入を成功させるために必要な文化的な変化を積極的に推進し、生成AIがマーケティング業務をどのように変革するのかについて明確なビジョンを提示しなければなりません。また、イノベーションを受け入れ、新しいテクノロジーの習得に寛容な環境を醸成する必要があります。

変更管理で伝えるメッセージ

- 上位目標と制約について透明性を確保する
- 移行を通じてブランドの完全性を維持することの重要性を繰り返し伝える
- 懸念に対処し、従来の考え方に疑問を投げかけ、この新しいマーケティングの時代を受け入れるよう促す

2 生成AIによる変革に向けて組織全体を準備する

生成AIは段階的に導入し、最終的には組織全体を変革します。まず、生成AIの導入と実装をサポートする適切な役割を配置します。これには、新しい役職の責任を明確に定義し、既存の役職との関係を定義することが含まれます。

生成AIコンテンツの生成スピードと生成量に対応する新しいプロセスを開発し、導入します。レビューと承認のプロセスを刷新し、AI使用のための明確なブランドガイドラインを策定します。最後に、生成AIツールを既存のマーケティングテクノロジースタックやコンテンツサプライチェーンのワークフローにシームレスに統合し、業務の混乱を最小限に抑えつつ強化します。

3 小規模に始めて徐々に拡大する

組織全体を新しい業務方法に移行するには、まずは小規模に始めるのが良いでしょう。変革を主導する生成AIの推進者を決めます。次に、常に優れた成果を上げるパフォーマンスマーケターのチームを編成します。コピーライターやデザイナーを招き入れ、ブランドアイデンティティを生成AIのガイドラインに変換し、コンテンツマーケターが制作したコンテンツのレビューと承認を行います。これにより、品質管理とブランドの整合性を維持しながら、管理された環境でプロセスの迅速な反復と改善が可能になります。

効率性の向上、コンテンツの品質、チームのダイナミクスといった主要業績評価指標 (KPI) をモニタリングしながら、パイロットチームの外に取り組みを拡大するためのトレーニングプログラムを開発します。当初はレビューに回されるコンテンツの品質が低下するかもしれませんが、マーケターをプロンプトのエキスパートに育成することで、品質は着実に向上していきます。最初のマーケティングテストチームをメンターとして活用し、次のチームにこれらのスキルを伝授します。このような段階的なアプローチにより、品質基準を維持し、スムーズな移行を実現し、この革新的なテクノロジーの長期的な効果を最大限に引き出すことができます。

変化に成長の痛みは伴うものです。そこから学び、計画的なリスクは受け入れる文化を育ててください。変革を推進するために、革新と継続的な改善への取り組みを行動で示してください。これらの価値観を創造することで、将来の変化を歓迎する機敏な組織が育まれます。

Adobe GenStudio for Performance Marketingのジャーニーに出発しましょう

生成AIに関する私たちの経験は画期的なものでしたが、マーケティングのあらゆる課題を解決するものではありません。アドビにおける生成AIの取り組みは進化しており、今後も様々なチャンネルやユースケースにおいて、アウトプットの一貫性を向上させるための取り組みを継続していきます。また、ブランドボイスの細部や、複雑な製品ストーリーに関するテクノロジーについての理解を深めるための手段も模索しています。

アドビはすべての答えを知っていると主張するつもりはありませんが、経験やインサイトを共有することは、マーケティング業界全体を前進させるコラボレーションと共創文化を育てる機会であると信じています。成功、課題、現在抱えている問題などについて、コミュニティ全体で対話を促進し、マーケティングの未来を形作りたいと考えています。組織、オピニオンリーダー、実務担当者の皆様にもぜひご参加いただきたいと思えます。



Adobe GenStudio for Performance Marketingが、キャンペーンコンテンツをダイナミックかつ大量に生成し、マーケティング部門にスピードと俊敏性をもたらす方法をご覧ください。

[詳細を見る](#)

Adobe

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

出典

「[Digital Trends 2024年版](#)」、アドビとEconsultancy (2024年)