

Infosys と Adobe、AI によるマーケティング変革を加速する 戦略的協業を発表

**Infosys Aster™マーケティングスイートと Adobe が共同ソリューションを提供し、
顧客体験の統合、コンテンツのパーソナライズによる成長促進、業務効率化を実現**

2025 年 6 月 18 日 インド・バンガロール発

次世代のデジタルサービスとコンサルティングのグローバルリーダーである Infosys (NSE、BSE、NYSE: INFY) と Adobe は、AI を活用してグローバルブランドのマーケティングライフサイクルを変革するための戦略的協業を発表しました。両社は、Infosys Aster™と Adobe の技術を融合させ、顧客体験の統合、コンテンツのパーソナライズによるビジネス成長の促進、業務の効率化を支援します。

Infosys Aster™は、AI を活用したマーケティングサービス、ソリューション、プラットフォームの統合スイートであり、企業がマーケティングを顧客中心かつ成長志向の活動へと変革することを支援します。クリエイティブサービス、体験設計、デジタルコマース、MarTech の統合、パフォーマンスマーケティング、マーケティング業務などを通じて、マーケティングバリューチェーンに AI による俊敏性をもたらします。

Adobe は、コンテンツ、データ、AI を組み合わせ、あらゆる接点でパーソナライズされたリアルタイムの顧客体験を提供することで、ブランドのロイヤリティと成長を支援します。

[Infosys 「CMO Radar 2024」](#)によると、AI に精通した CMO は企業変革の推進力となっており、62%が企業全体の意思決定に対する影響力が増していると回答しています。Infosys と Adobe は、AI によって強化されたエンタープライズ向けマーケティングソリューションを共同で提供し、CMO が以下を実現できるよう支援します：

統合された顧客体験の大規模提供 Adobe の Real-Time CDP と GenStudio により、効果的なコンテンツ制作、セグメンテーション、体験提供が可能になります。Infosys Aster™は業界知見と AI による俊敏性を提供し、顧客行動や市場動向に迅速に対応しながら、チャネルや市場を横断した統一ブランド体験を実現します。

例：ある通信事業者は、Adobe Marketing Cloud と Infosys Aster™を活用し、数百万人の顧客に対してアプリ内体験とターゲットオファーを提供。マルチチャネルプロモーションと連携させることで、デジタルエンゲージメントが 40%向上しました。

コンテンツのパーソナライズによる成長促進 Adobe の技術により、顧客行動やチャネル横断のインサイトに基づいたリアルタイムのプロモーションや価格設定が可能になります。Infosys Aster™は、MarTech と企業システムの統合により、コンテンツ配信戦略の最適化を支援します。

例：あるジュエリーブランドは、Adobe Experience PlatformとJourney Optimizerを活用してパーソナライズキャンペーンを展開。Infosys Aster™による3Dモデリングと体験最適化により、キャンペーン効果が27%向上しました。

業務の効率化 Infosys Aster™によるAIオーケストレーションとAdobe技術の統合により、マーケティング業務の計画・実行・最適化を自動化。コンテンツ制作の自動化、キャンペーンワークフローの効率化、チャネルの最適化が可能になります。

例：あるテクノロジー企業は、AdobeのマーケティングソリューションとInfosys Aster™による顧客360°ビューと分析を活用し、MarTech基盤を再構築。キャンペーンの実施効率が20%向上しました。

InfosysのグローバルCMOであるSumit Virmaniは次のように述べています、「AIはマーケティングにおいて、生産性や創造性を高めるツールから、真のナビゲーターへと急速に進化しています。CMOは、AIを活用することで、パーソナライズされたコンテンツの大規模展開とブランド体験の統一という複雑な課題を乗り越え、ビジネス成長を加速できると確信しています。」 Infosys Aster™とAdobeの統合ソリューションは、CMOとCIOが連携し、顧客中心・AI中心のマーケティングを推進するための基盤となります。また、「責任ある設計思想」に基づいたAI活用により、ブランドの信頼性と顧客との信頼関係を強化します。

AdobeのDigital Experience 事業部門プレジデントであるAnil Chakravarthy氏は次のように述べています、「コンテンツがあふれる現代において、スケール可能なパーソナライズされたクリエイティブこそが、マーケターが注目を集める鍵です。AdobeとInfosysは、創造性、マーケティング、AIの革新を融合し、あらゆる接点で魅力的な体験を提供することで、顧客体験のオーケストレーションを変革します。」

IDCのカスタマーエクスペリエンスサービス部門シニアサーチディレクターであるDouglas Hayward氏は次のように述べています、「現代のCMOには、消費者やビジネス顧客を文脈にのせて理解し、ブランド価値と顧客価値を両立させるAIツールが必要です。ブランドと顧客双方に持続的な価値を提供するには、顧客ライフサイクル全体にわたってこれらのツールを計画・展開・管理する必要があります。Infosys Aster™とAdobeの協業は、AIによるマーケティングの卓越性を加速するものであり、顧客ニーズに応える正しい方向性です。」

インフォシスについて

インフォシスは、次世代デジタルサービスとコンサルティングのグローバルリーダーです。30万人を超える従業員が、人々、企業、コミュニティの潜在能力を最大限に引き出し、新たな機会を創造するために尽力しています。私たちは、56カ国以上のクライアントがデジタル変革を推進するのを支援しています。40年以上のグローバル企業システムの管理経験に基づき、クラウドとAIを活用したデジタル変革を導く専門知識を提供しています。私たちは、AIを中核とした基盤を提供し、アジャイルなデジタル変革を大規模に展開することでビジネスを強化し、デジタルスキル、専門知識、アイデアの移転を通じた継続的な改善を推進します。私たちは、多様な人材が活躍できる包摂的な職場環境において、適切に統治され、環境持続可能な組織として深くコミットしています。

Infosys (NSE、BSE、NYSE: INFY) が、貴社の次なるステップをナビゲートするお手伝いをする方法については、www.infosys.com をご覧ください。

セーフハーバー

本リリースに含まれる当社の将来の成長見通し、または将来の財務または営業成績に関する一部の陳述は、1995 年民間証券訴訟改革法に基づく「セーフハーバー」条項に該当する将来予測に関する陳述であり、実際の結果または成果がこれらの将来予測と著しく異なる可能性のあるリスクおよび不確実性を伴います。これらの声明に関連するリスクと不確実性には、以下のものが含まれますが、これらに限定されません：当社の事業戦略の執行に関するリスク、人材獲得競争の激化、人材の採用・定着能力、賃金上昇、従業員の再スキル化のための投資、ハイブリッド型勤務モデルの有効な実施能力、経済的不確実性および地政学的状況、ジェネレーティブ AI を含む技術的混乱と革新、複雑かつ変化する規制環境（移民規制の変更を含む）、当社の ESG ビジョン、当社の資本配分方針、市場ポジション、今後の事業運営、利益率、収益性、流動性、資本資源、当社の企業行動（買収を含む）およびサイバーセキュリティに関する事項が含まれます。将来の見通しに関する記述と実際の結果または成果が異なる原因となる重要な要因は、2024 年 3 月 31 日終了の事業年度に関する当社の米国証券取引委員会（SEC）提出書類（Form 20-F 年次報告書を含む）において詳細に説明されています。これらの提出書類は、www.sec.gov で閲覧可能です。インフォシス（Infosys）は、適宜、追加の書面または口頭による将来見通しに関する表明を行う場合があります。これには、当社が証券取引委員会に提出した書類および株主への報告書に含まれる表明も含まれます。当社は、法律で義務付けられる場合を除き、当社または当社の代理人によって適宜行われる将来見通しに関する表明を更新する義務を負いません。

お問合せ先

インフォシスリミテッド 東京オフィス

担当 安藤 jo_ando@infosys.com