

Adobe Inc., 2025년 1분기 실적 발표, 2025년 3월 12일

2025년 3월 13일

운영자

안녕하세요. 2025 회계연도 1분기 어도비 실적 발표 컨퍼런스 콜에 오신 것을 환영합니다. 오늘의 컨퍼런스는 녹음됩니다. 지금부터 컨퍼런스를 스티브 데이(Steve Day)에게 넘겨드리겠습니다. 그는 DX, CFO, 기업 재무 담당 수석 부사장 겸 IR 담당 임시 책임자입니다. 계속 진행해 주세요.

스티브 데이

안녕하세요. 참석해 주셔서 감사합니다. 오늘 이 회의에는 Adobe의 회장 겸 CEO인 Shantanu Narayen, 디지털 미디어 부문 사장인 David Wadhwani, 디지털 경험 부문 사장인 Anil Chakravarthy, 그리고 수석 부사장 겸 CFO인 Dan Durn이 함께합니다. 이 회의는 녹화되며, Adobe의 2025 회계연도 1분기 재무 결과에 대해 논의할 것입니다. Adobe의 투자자 관계 웹사이트에서 보도 자료와 준비된 발언 내용 및 재무 결과의 PDF 파일을 확인할 수 있습니다.

이 통화에서 논의된 정보(재무 목표 및 제품 계획 포함)는 오늘(3월 12일) 기준이며, 위험, 불확실성 및 가정을 수반하는 미래 예측 진술을 포함하고 있습니다. 실제 결과는 이러한 진술에 명시된 내용과 실질적으로 다를 수 있습니다. 이러한 위험에 대한 자세한 내용은 오늘 발표된 실적 발표 자료와 Adobe의 SEC 제출 자료를 참조하시기 바랍니다.

이번 통화에서는 GAAP 및 비GAAP 재무 측정 기준에 대해 논의할 것입니다. 보고된 결과에는 GAAP 성장률과 상수 통화 성장률이 포함됩니다. 이 프레젠테이션에서 어도비 경영진은 별도로 언급하지 않는 한 상수 통화 성장률을 언급할 것입니다. 비GAAP 조정 내용은 어도비 실적 발표 자료와 어도비 투자자 관계 웹사이트에서 확인할 수 있습니다. 이제 샤타누에게 통화를 넘기겠습니다.

샤타누 나라엔

고마워요, 스티브. 안녕하세요. 함께해 주셔서 감사합니다. 어도비는 1분기에 기록적인 실적을 거두었습니다. 1분기 매출은 57억 1천만 달러로 전년 대비 11% 성장했습니다. 분기당 GAAP 주당 순이익은 4.14달러였고, 비GAAP 주당 순이익은 5.08달러로 전년 대비 13% 성장했습니다. 우리의 성과는 글로벌 디지털 경제를 뒷받침하는 데 있어 어도비 제품이 계속해서 중요한 역할을 하고 있음을 반영합니다. 또한 1분기 실적을 감안할 때, 2025 회계연도 목표를 재확인하게 되어 기쁩니다.

다음 주에는 어도비의 주력 디지털 경험 컨퍼런스인 어도비 서밋이 열리는데, 이 자리에서 어도비 포트폴리오 전반에 걸친 최신 혁신 기술을 공개할 예정입니다. 또한 3월 18일에는 연례 투자자 미팅을 개최할 예정인데, 이 자리에서 성장 전략에 관해 공유할 내용을 미리 소개하고자 합니다. 지난 10년 동안 Adobe의 성공은 크리에이티브 경제의 기하급수적인 성장과 Creative Cloud, Document Cloud, Experience Cloud 전반에 걸쳐 제공한 고객 중심 혁신에 힘입은 바가 큼니다. Adobe의 획기적인 솔루션은 계속해서 확장되는 사용자 기반이 탁월한 경험을 제공하는 뛰어난 콘텐츠를 상상하고, 만들고, 제공할 수 있도록 힘을 실어주고 있습니다.

디지털이 업무, 교육, 엔터테인먼트 분야를 빠르게 변화시키고 있는 상황에서 개인화된 디지털 경험을 통해 세상을 변화시키겠다는 Adobe의 사명은 그 어느 때보다 중요합니다. AI는 점점 더 크고 다양한 고객층을 대상으로 하는 기술 플랫폼을 재구성할 수 있는 세대적 기회를 제공합니다. 창의성을 핵심으로, 우리는 창의적인 전문가와 차세대 크리에이터, 마케팅 전문가, 에이전시, 기업, 그리고 더 광범위한 소비자 및 비즈니스 전문가들의 뚜렷한 요구를 예측하기 위해 제품과 시장 진출 방식을 발전시켜 왔습니다. 우리는 이것이 지속적인 성장과 수익성을 촉진할 것이라고 믿습니다.

창의적인 전문가와 크리에이터는 모든 미디어 유형에서 아이디어를 실현할 수 있는 힘과 정확성이 필요합니다. 차세대 크리에이터들은 데스크탑의 강력한 기능에 더해 웹과 모바일 도구의 유연성을 원합니다. 그들은 창의적인 아이디어를 구상하고 탐구할 수 있는 다양한 AI 모델의 혜택을 누릴 것입니다. 어도비는 다양한 구독 등급을 통해 제공되는 가장 포괄적인 웹, 모바일, 데스크탑 애플리케이션 세트를 통해 성장하는 이 커뮤니티에 서비스를 제공할 것입니다.

크리에이티브 클라우드 외에도, 우리는 웹과 모바일 제품을 통합하고 진입로를 제공하는 새로운 Firefly 웹 앱 구독을 제공할 것입니다. 상업적으로 안전한 어도비의 Firefly 모델이 이 제품에 통합될 예정이지만, 저희는 이 창의적인 과정에 참여할 수 있는 추가적인 제3자 모델도 지원할 것입니다. Firefly 앱은 아이디어 구상 같은 새로운 창의적 카테고리의 포괄적인 대상이 될 것입니다. 저희는 이미 지원되는 이미지, 벡터, 디자인 모델에 더해, 최근에 새로운 Firefly 비디오 모델을 도입하여 이 제품에 통합했습니다.

Firefly의 독립형 구독을 통해 수익을 창출하는 것 외에도, Firefly 티어링을 포함한 여러 가지 Creative Cloud 제품을 소개할 예정입니다. 마케팅 전문가들은 전례 없는 양의 매력적인 콘텐츠를 제작하고, 이를 최적화하여 모바일 애플리케이션, 이메일, 소셜 미디어, 광고 플랫폼 등 다양한 채널에서 개인화된 디지털 경험을 제공해야 합니다. 그들은 창의적인 팀 및 에이전시와 함께 민첩성과 셀프서비스, 그리고 통합된 워크플로를 찾고 있습니다.

이를 달성하기 위해 기업은 콘텐츠 공급망의 비효율성을 해결하기 위해 맞춤형 상업적으로 안전한 모델과 에이전트가 필요합니다. Adobe는 Adobe GenStudio와 Firefly 서비스를 통해 브랜드와 에이전시 파트너가 마케팅 캠페인에서 협업하는 방식을 변화시키고, 새로운 차원의 창의성, 개인화 및 효율성을 실현하고 있습니다. Adobe Experience Platform과 앱, Adobe GenStudio의 조합은 이러한 비전을 실현하는 가장 포괄적인 마케팅 플랫폼입니다.

직접 영업 인력 외에도 파트너와 에이전시의 생태계를 활용하여 모든 규모의 기업에 제품을 판매, 구현, 운영 및 비즈니스 성과를 제공할 것입니다. 우리는 크리에이티브 및 마케팅 제품을 단일 엔터프라이즈 솔루션에 통합하여 [one Adobe] 거래를 가속화했습니다. 우리는 비즈니스, 교육 및 정부 기관에 Adobe의 제품을 제공하기 위해 영업 역량에 계속 투자할 것입니다.

비즈니스 전문가와 소비자는 프리미엄 모델을 통해 웹과 모바일에서 사용 편의성을 원합니다. 그들은 눈에 띄는 데 도움이 되는 빠르고 쉬운 AI 우선의 범주 정의 창의적 응용 프로그램을 찾고 있습니다. 창의적 표현에 대한 필요성이 기하급수적으로 증가하고 있지만, 진정한 가치는 창의성과 생산성을 올린 솔루션에 통합하는 데 있습니다. Express와 Acrobat의 결합은 Adobe가 문서 작성에서 소비에 이르는 여정을 그 어느 때보다 원활하게 만들 수 있는 기회입니다.

Acrobat Reader와 Express의 AI 어시스턴트는 새로운 대화형 인터페이스와 에이전트 인터페이스를 더

빠르게 제공하여 이 결합된 제품에 가치를 더할 것입니다. 매출 증가는 웹과 모바일 앱 스토어에서의 유통, 주요 소프트웨어 제공업체와의 파트너십, 중소기업 및 대기업 판매에 중점을 두어 이루어질 것입니다. 저희의 생성적 AI 혁신은 저희의 제품 전반에 걸쳐 적용되고 있으며, 그 영향력은 고객이 이러한 새로운 기능의 혜택을 누릴 수 있도록 획득, 유지 및 가치 확대에 걸쳐 수십억 달러의 ARR에 영향을 미치고 있습니다.

이 강점은 AI 우선의 독립형 및 애드온 제품인 Acrobat AI Assistant, Firefly 앱 및 서비스, 퍼포먼스 마케팅용 GenStudio에도 반영되어 있으며, 이 제품들은 2025 회계연도 1분기 종료 시점에 1억 2,500만 달러 이상의 신규 비즈니스에 기여했습니다. 그리고 우리는 이 AI 비즈니스 서적이 2025년 말까지 두 배로 늘어날 것으로 예상합니다. 요약하자면, AI 시대에 우리의 제품과 기술 플랫폼의 폭을 활용하고 고객 그룹별로 새로운 맞춤형 제품과 솔루션을 제공함으로써, 우리는 향후 10년 동안 성장의 동력을 추진할 것입니다.

우리는 통일된 제품 전략과 시장 진출 전략을 통해 비즈니스 전문가와 소비자, 그리고 크리에이티브 및 마케팅 전문가에 집중함으로써 승리할 것입니다. 이번 분기부터 이 두 개의 새로운 그룹에 대한 재무적 가시성을 제공하기 시작할 것이며, 다음 주에 열리는 서밋의 투자자의 날에 이 내용을 확장할 것입니다. 이제 데이비드에게 디지털 미디어 사업의 추진력에 대해 설명하도록 하겠습니다.

데이비드 와드와니

감사합니다, 산타누. 안녕하세요, 여러분. 1분기에는 전년 대비 12% 성장한 42억 3천만 달러의 수익을 달성했습니다. 우리는 디지털 미디어 ARR이 176억 3천만 달러에 달하는 분기 실적을 기록하며, 연간 기준으로 비즈니스의 최종 ARR 장부를 전년 대비 12.6% 성장시켰습니다. 우리는 계속해서 Creative Cloud와 Document Cloud 모두에서 건전한 성과를 거두고 있습니다. 크리에이티브 성장의 원동력은 시장 진출 경로와 제품 포트폴리오 전반에 걸친 폭넓은 채택, 특히 Firefly Services와 같은 새로운 오퍼링의 강세, 점점 늘어나는 One Adobe 거래, 웹과 모바일 사용자 기반의 성장에 의해 주도되었습니다.

Document Cloud는 강력한 유기적 수요를 계속 확인했고, 무료에서 유료로의 전환 과정에 대한 지속적인 최적화와 AI 어시스턴트의 추가 언어 출시를 확인했습니다. 우리는 신흥 시장의 디지털 미디어 전반에 걸쳐 강력한 성과를 이끌어 냈습니다. 이 결과는 회계 연도의 좋은 출발을 의미합니다.

창의성은 주류가 되고 있으며, 저는 우리가 서비스를 제공하는 청중에게 더 많은 색채를 제공하고자 합니다. 우리는 시각이 우선시되는 세상에서 살고 있으며, 창의적인 표현은 삶의 모든 면에서 널리 퍼져 있습니다. 비즈니스 전문가와 소비자 모두 프레젠테이션, 생일 초대장, 소셜 게시물 등 시각적으로 풍부하고 흥미로운 콘텐츠를 제작하는 것을 목표로 합니다. 동시에 창의적인 전문가, 크리에이터, 마케터는 온라인 존재의 질과 고객에게 제공하는 개인화된 경험에 대해 경쟁하고 있습니다. 그들은 콘텐츠 목표를 달성하기 위해 Document Cloud, Creative Cloud, Experience Cloud를 사용합니다.

앞으로 AI의 발전으로 인해 고객에게 대상별 맞춤 서비스를 제공할 수 있는 엄청난 기회가 열릴 것입니다. 비즈니스 전문가와 소비자는 Acrobat, Express, Firefly의 긴밀한 통합으로 인해 점점 더 많은 혜택을 누리고 있으며, 창의적인 전문가, 크리에이터, 마케터는 Creative Cloud, 새로운 웹 및 모바일 크리에이티브 애플리케이션, Firefly, GenStudio의 강력한 워크플로에 투자하고 있습니다.

PDF는 비즈니스 전문가를 위한 디지털 문서의 글로벌 표준으로 자리매김하고 있으며, Adobe Acrobat은 모바일, 웹, 데스크톱에서 사람들이 문서를 다루는 방식을 혁신하고 있습니다. Acrobat과 Reader의 AI 어시스턴트와 같은 기능은 영업팀에서 더 빠른 통찰력과 더 스마트한 문서 편집을 원하는 학생에 이르기까지 모든 사람에게 판도를 바꾸는 게임이 되었습니다. 그리고 링크 공유 및 클릭 주석 기능은 문서 생산성을 향상시키고 추가 채택을 촉진하는 데 도움이 되었습니다. 이러한 새로운 기능과 표면적인 투자가 결실을 맺어 Acrobat과 Reader의 월간 활성 사용량이 전년 대비 23% 증가했습니다.

Acrobat의 성공은 영업 프레젠테이션, 학교 과제, 소셜 미디어 게시물 등 어떤 용도로 사용하든 비즈니스 전문가와 소비자가 일반 템플릿의 홍수 속에서 눈에 띄는 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 만들 수 있는 사용하기 쉬운 솔루션을 찾고 있다는 것을 보여줍니다. 실제로 Acrobat에서 작성되는 모든 문서 중 상당수는 마케팅 콘텐츠, 영업 프레젠테이션, 프레젠테이션, 인포그래픽, 표지 등 시각적 문서입니다.

저희는 생산성을 높이고 문서 소비에서 콘텐츠 제작으로의 여정을 그 어느 때보다 원활하게 만드는 것을 목표로, Acrobat에 기본 기능으로 Express 기능을 포함시킴으로써 이러한 요구를 해결하는 데 좋은 진전을 이루고 있습니다. Acrobat에 Adobe Express 기능을 통합함으로써 사용자는 AI로 생성된 표지, 내장된 인포그래픽, 사용자 정의된 이미지로 더욱 풍부한 PDF를 만들 수 있으며, 완전한 형태의 애니메이션 비디오와 기타 풍부한 디지털 결과물을 만들 수 있습니다. Acrobat의 익스프레스 사용량이 전년 대비 10배 증가함에 따라 사용자 수요의 초기 징후가 여러 곳에서 나타나고 있습니다.

비즈니스 전문가와 소비자를 위한 다른 하이라이트는 다음과 같습니다. Acrobat AI Assistant의 언어 지원에 영어, 프랑스어, 독일어, 이탈리아어, 포르투갈어, 스페인어, 일본어가 추가되었습니다. 계약 관련 기능을 갖춘 법률 워크플로우를 위한 Acrobat AI Assistant 지원. 동영상 하이라이트 자동 생성을 위한 Clickmaker와 보다 효과적인 카피를 생성하는 데 도움이 되는 텍스트 재작성 등 익스프레스의 새로운 AI 기능. Microsoft Edge, Google Chrome, Gmail, Google Drive와의 Acrobat 통합 확대와 풍부한 협업 경험을 위한 링크 공유의 강력한 채택으로 인해 Acrobat 웹 월간 활성 사용량이 전년 대비 약 50% 증가했습니다.

Express 통합 확장에는 이제 Miro, Box, Slack, WebFlow, HubSpot이 포함됩니다. Express 생태계는 또한 225개의 플러그인으로 확장되어, 작년 대비 두 배 이상 증가했습니다. 기업과 학생의 강력한 채택, Express는 1분기에 약 50%의 분기 대비 성장을 나타내는 약 6,000개의 신규 기업을 온보딩했습니다. 프리미엄 액세스를 이용하는 학생 수는 전년 대비 85% 증가했습니다. 주요 글로벌 고객으로는 AT&T, 델타항공, 디즈니, 에른스트 앤 영, IBM, JP모건 체이스, 마이크로소프트, 파라마운트, 카타르항공 등이 있습니다.

콘텐츠를 디자인하고 제작하여 생계를 유지하는 크리에이티브 전문가와 차세대 크리에이터들은 눈에 띄는 존재가 되고, 픽셀 단위의 정밀함으로 자신만의 독창적인 비전을 실현하는 데 집중하고 있습니다. 포토샵 출시 35주년을 맞이한 지금도 어도비 크리에이티브 애플리케이션은 이미징, 디자인, 사진, 비디오, 일러스트레이션, 3D 등 다양한 분야에서 전 세계 크리에이티브 전문가들이 선택하는 솔루션으로 자리매김하고 있습니다. 또한, 크리에이티브 여정을 시작하는 차세대 크리에이터들 사이에서 프리미엄 웹 및 모바일 애플리케이션에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

이러한 사용자들에게 더 나은 서비스를 제공하기 위해, 저희는 새로운 포토샵 모바일 앱과 확장된 웹

환경을 출시하여 아이폰에서 포토샵의 상징적인 이미지 편집 및 디자인 기능을 제공하게 되었습니다. 모바일 앱과 모든 새로운 웹 환경은 현재 포토샵 플랜에도 포함되어 있으며, 기존 포토샵 고객들에게 다양한 표면에서 제작하고 편집할 수 있는 유연한 생태계를 제공합니다. 이 출시로 단 2주 만에 3천만 건 이상의 소셜 참여가 이루어졌습니다.

상업적으로 안전한 생성적 AI 비디오 모델인 어도비 파이어플라이 비디오 모델이 2월에 출시된 이후, 이미 이 모델을 사용하여 제작 준비가 완료된 콘텐츠를 제작하기 시작한 브랜드와 크리에이티브 전문가들로부터 매우 긍정적인 반응을 얻고 있습니다. 사용자는 텍스트 프롬프트나 이미지에서 비디오 클립을 생성하고, 카메라 앵글을 사용하여 샷을 제어하고, 3D 스케치로 독특한 장면을 만들고, 분위기 있는 요소를 만들고, 맞춤형 모션 디자인 요소를 개발할 수 있습니다. Dentsu, PepsiCo, Stag를 포함한 창의적인 전문가, 기업, 에이전시가 비디오 모델을 통해 성공을 거두는 것을 보게 되어 매우 기쁩니다.

또한, 최근에 완전히 새로운 Firefly 애플리케이션을 출시했습니다. Firefly는 독보적인 창의적 제어 기능과 업계 최고의 창의적 앱과의 직접적인 통합을 통해 아이디어 구상부터 제작까지 원활하게 진행할 수 있는 가장 포괄적인 이미지, 벡터, 그리고 이제 비디오를 생성할 수 있는 곳입니다. 텍스트를 바탕으로 이미지, 비디오, 디자인을 생성하는 것 외에도, 이 앱을 사용하면 키 프레임으로 비디오를 생성하고, 3D 디자인을 사용하여 세밀하게 연출하며, 오디오와 비디오를 여러 언어로 번역할 수 있습니다.

또한 이번 출시의 일환으로 Firefly Standard와 Firefly Pro라는 두 가지 새로운 요금제를 출시했으며, 어제 세 번째 요금제인 Firefly Premium의 출시를 시작했습니다. 유료 사용자의 90% 이상이 비디오를 생성하는 등 사용자 참여가 활발했습니다. 웹과 모바일용 Photoshop 출시와 새로운 Firefly 앱의 출시로 성장하고 있는 웹과 모바일 제품군이 확장되었습니다. 이제 웹과 모바일 제품군에는 창의적인 이미징을 위한 Photoshop, 사진 촬영을 위한 Lightroom, 디자인을 위한 Express, 아이디어 구상과 초기 제작을 위한 Firefly가 포함됩니다. 이 앱들은 기존 유료 구독자에게 부가가치 기능을 제공하고, 차세대 크리에이터를 유치하고 수익을 창출하기 위한 원활한 프리미엄 온보딩 경험을 제공합니다. 새로운 제품에 대한 초기 관심에 매우 만족하고 있습니다.

기타 크리에이티브 전문가와 크리에이터의 주요 성과는 다음과 같습니다: 포토샵의 경우, 매월 약 35%의 사용자가 AI를 사용하고 있으며, 라이트룸의 경우, 매월 약 30%의 사용자가 AI를 사용하고 있습니다. 사용자들은 파이어플라이를 통해 200억 개 이상의 자산을 생성했습니다. 프리미어 프로 베타와 애프터 이펙트 베타의 새로운 기능 도입으로 편집자와 모션 디자이너들은 미디어 인텔리전스와 같은 AI 기능을 통해 마감 기한을 앞당길 수 있습니다. 이 기능은 사용자가 자연어를 사용하여 영상을 더 빨리 찾을 수 있도록 도와주며, 17개 언어로 자막 번역이 가능하기 때문에 전 세계 시청자에게 쉽게 영상을 전달할 수 있습니다.

전 세계의 선구적인 영화 제작자들이 아카데미 수상작인 아노라와 둔 파트 II를 포함한 어도비 크리에이티브 애플리케이션을 사용하여 시즌의 가장 호평받는 이야기를 전하는 것을 보게 되어 영광입니다. Adobe Lightroom과 Adobe Camera raw에서 적응형 프로필과 방해 요소 제거 기능이 출시되어 지루하고 반복적인 작업이 줄었습니다. Max Japan은 커뮤니티를 하나로 묶어 주었고, Adobe Illustrator의 성능 개선을 포함한 여러 가지 새로운 혁신을 출시할 수 있는 기회를 제공했습니다. 이 기능은 이동 및 확대/축소 기능과 최대 10배 더 빠른 대용량 파일 로딩 속도를 가속화합니다.

이번 분기에도 기업 부문에서 좋은 성과를 거두었습니다. 딜로이트 디지털, IBM, IPG 헬스, 마텔, 태피

스트리 등 유명 브랜드를 포함한 많은 고객들이 마케팅 활용 사례에 대한 온-브랜드 콘텐츠 제작을 확장하기 위해 Firefly 서비스와 맞춤형 모델을 선택했습니다. 예를 들어, 태피스트리는 Firefly의 맞춤형 모델을 사용하여 생산성이 높은 새로운 디지털 트윈 워크플로우를 구현했습니다. 창의성과 마케팅의 결합이 어떻게 대규모 개인화와 기업을 강화하는지에 대해 더 자세히 알아보실 수 있습니다.

Adobe는 창의성 전반에 걸쳐 AI를 활용할 수 있도록 매우 잘 구성되어 있습니다. 우리는 비즈니스 전문가와 소비자, 창의적인 전문가와 창작자, 마케팅 전문가를 위한 콘텐츠 제작의 전체 과정을 지원하는 맞춤형 혁신을 신속하게 제공하고 있습니다. 우리의 제품 범위가 넓어짐에 따라 더 많은 고객에게 다가갈 수 있게 되었고, 우리의 강력한 시장 진출 역량과 입증된 데이터 기반 운영 모델은 주력 제품과 신제품 모두의 성장을 촉진하고 있습니다. 4월에 열리는 Adobe Summit과 Max London에서 더 흥미로운 제품 기능을 공개할 예정입니다. 이제 Anil에게 넘겨드리겠습니다.

Anil Chakravarthy

감사합니다, 데이비드. 안녕하세요, 여러분. Experience Cloud는 1분기에 14억 1천만 달러의 매출을 달성하며 1분기에 좋은 실적을 거두었습니다. 1분기 구독 매출은 13억 달러로 전년 대비 11% 성장했습니다. 콘텐츠, 데이터, 고객 여정 등 다양한 분야에서 선도적인 솔루션을 제공하는 저희 회사는 전 세계의 기업들이 규모에 맞게 개인화된 경험을 제공할 수 있도록 지원함으로써, 고객들이 매출 성장과 생산성 향상을 모두 달성할 수 있도록 돕고 있습니다.

1분기에는 일반적인 계절별 예약이 이루어졌고, 기업 고객들이 2025년 중점 과제의 실행을 시작하면서 파이프라인이 발전했습니다. Adobe Experience Platform과 앱은 통합 고객 경험을 가능하게 하는 데 중추적인 역할을 합니다. AEP AI 어시스턴트를 추가함으로써 데이터 수집, 통찰력 생성, 고객 세분화, 경험 전달을 위한 대화형 인터페이스를 통해 비즈니스 전반에 걸쳐 더 많은 기능을 강화함으로써 Experience Platform의 가치와 영향력을 확대했습니다.

우리는 이러한 발전에 기반하여 AEP를 확장하여 기본적으로 내장된 AI 에이전트를 통해 고객 경험을 지능적으로 조정할 수 있도록 하고 있습니다. 우리는 고객이 자사 데이터를 더 잘 활용하고 직접적인 고객 관계를 기반으로 보다 관련성 높은 광고 경험을 추진할 수 있도록 지원하고 있습니다. 우리의 포트폴리오는 콘텐츠의 생성 및 제작, 워크플로 및 계획, 자산 관리, 전달 및 활성화부터 보고 및 통찰에 이르기까지 콘텐츠 공급망의 전체 범위를 포괄합니다.

이제 우리는 AI를 통해 창의성과 마케팅을 결합하여 고객이 개인화 기능을 최대한 활용할 수 있도록 돕습니다. 지금까지 마케팅 전문가들은 만들 수 있는 콘텐츠의 종류와 배포할 수 있는 여정의 수에 제한을 받아 왔습니다. Adobe GenStudio를 통해 전 세계 브랜드들은 Adobe와 협력하여 창의적 팀과 마케팅 팀을 더 가깝게 만들고, 제작부터 활성화까지의 과정을 간소화하며, 마케팅 캠페인에서 새로운 차원의 창의성, 통찰력, 효율성을 실현하고 있습니다.

그 밖의 주요 성과로는 Adobe Experience Platform과 네이티브 애플리케이션에 대한 수요가 강세를 보이며 1분기 구독 매출이 전년 대비 거의 50% 증가했습니다. 실시간 CDP 협업은 광고주와 퍼블리셔가 고가치 잠재고객을 공동으로 발견, 활성화 및 측정하여 보다 관련성 높은 캠페인을 진행할 수 있는 안전한 환경을 제공합니다. AEP를 기반으로 구축된 실시간 CDP 협업은 브랜드가 퍼스트 파티 데이터를 연결하고 협업할 수 있도록 특별히 설계되었습니다. 이제 사용자들은 NBC 유니버설, 워너 브라더스 디

스커버리 등의 퍼블리셔와 함께 광고 효과를 직접 측정할 수 있습니다.

알테라 마운틴 컴퍼니, 그룹 메이커, 메이저 리그 야구, 코카콜라 컴퍼니 등의 광고주와 에이전시들은 맞춤형 퍼포먼스 광고를 제공하기 위해 이 솔루션을 시범적으로 사용했습니다. Publicis Sapien와 함께 AEM 클라우드 서비스 액셀러레이터를 출시하여 마이그레이션에 드는 인건비를 최대 35%까지 절감할 수 있습니다. Gartner Magic Quadrant for Digital Experience Platforms 및 Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines를 포함한 주요 분석 보고서에서 업계 분석가들의 인정을 받았습니다.

출시 이후 1,400개가 넘는 맞춤형 모델이 포함된 GenStudio 솔루션의 일부인 Firefly 서비스와 맞춤형 모델에 대한 수요가 높습니다. 성능 마케팅을 위한 GenStudio는 AT&T, Lennar, Lenovo, Lumen, Nebraska Furniture Mart, Red Hat, Thai Airways, Phoenix 등 주요 브랜드에서 사용되고 있습니다. 성능 마케팅을 위한 GenStudio와의 강력한 파트너십은 Google, Meta, Microsoft Ads, Snap 및 Accenture, EY, IPG, Merkel, PwC 등 여러 파트너를 위한 광고 제작 및 활성화를 지원하며, 수직 확장 앱을 제공합니다.

Dentsu와의 파트너십을 통해 Adobe GenStudio Dentsu Plus를 통해 공동 고객을 위한 놀이터용 Gen AI를 제작합니다. Delta Airlines, Ford, IBM, Microsoft, P&C Financial Services, Tyson Foods 등 주요 글로벌 고객 확보. 이러한 고객 확보는 창의성과 마케팅을 아우르는 통합 워크플로에 대한 글로벌 브랜드의 요구 사항이 지속적으로 진화하는 것을 반영합니다. 이러한 성공은 Adobe GenStudio를 통해 점점 더 많이 제공되는 Creative Cloud 및 Experience Cloud 전반에 걸친 제품 통합과 혁신에 의해 주도되고 있습니다.

Adobe의 엔터프라이즈용 시장 진출 엔진은 고객이 개인화된 브랜드 콘텐츠를 원하는 규모로 제공할 수 있도록 지원합니다. 창의성과 마케팅을 아우르는 Adobe의 통합 엔터프라이즈 솔루션은 Adobe만의 강점입니다. 다음 주에는 라스베이거스에서 열리는 플래그십 디지털 경험 컨퍼런스인 Adobe Summit을 개최하게 되어 매우 기쁩니다. 전 세계에서 수천 명의 고객, 파트너, 개발자가 참석할 예정입니다. 브랜드가 생성적 AI와 유전자 기술의 힘을 활용하여 대규모 개인화를 달성할 수 있는 방법에 대한 비전을 공유하고, 여러 제품 혁신을 강조할 수 있기를 기대합니다. 이제 댄에게 넘겨드리겠습니다.

다니엘 더른

고마워요, 아닐. 어도비의 사업은 지난 10년 동안 크리에이티브 클라우드, 문서 클라우드, 경험 클라우드의 3가지 클라우드에 그룹화된 세계적 수준의 제품을 제공함으로써 성장해 왔습니다. 이와 동시에, 다양한 고객 그룹에 더 나은 서비스를 제공하기 위해 클라우드 제품군을 계속 확장해 왔습니다. 예를 들면, Creative Cloud와 Document Cloud에 반영된 Acrobat, Creative Cloud, Express, Firefly Services, Experience Cloud를 포함하는 GenStudio 등이 있습니다. 마케팅 자동화와 결합된 크리에이티브 시트에서 One Adobe를 활용하고자 하는 기업. 그리고 점점 더 많은 기업들이 Acrobat과 Express를 활용하고 있습니다.

우리는 Adobe의 성공이 비즈니스 전문가와 소비자, 그리고 크리에이티브 및 마케팅 전문가를 위한 서비스 혁신에 의해 주도될 것이라고 믿습니다. 이러한 고객 그룹에 대한 인사이트와 재무 성과를 보고 하면 Adobe의 전략 실행에 대한 명확한 시각을 얻을 수 있습니다. 따라서 우리는 전체 Adobe 매출, 디지털 미디어 및 디지털 경험 부문 매출, 디지털 경험 구독 매출, 클라우드와 구독 매출이 아닌 디지털

털 경험의 총 ARR, 비즈니스 전문가와 소비자, 크리에이티브 및 마케팅 전문가를 위한 구독 매출을 제공할 것입니다.

제공되는 구독 수익은 주로 SaaS, 관리 서비스 및 기간제 상품의 수익을 포함합니다. 비즈니스 전문가 및 소비자 그룹은 디지털 미디어의 일부인 Document Cloud의 모든 구독 수익, Creative Cloud의 Acrobat 구독 수익, Creative Cloud의 Adobe Express 구독 수익으로 구성됩니다.

크리에이티브 및 마케팅 전문가 그룹은 디지털 경험의 모든 구독 수익과 디지털 미디어의 크리에이티브 클라우드에서 남은 모든 구독 수익으로 구성됩니다. 오늘의 통화에서는 3가지 주요 영역을 다룰 것입니다: 핵심 성장 동력에 초점을 맞춘 2025 회계연도 1분기 실적, 재무 목표, 그리고 추가 공개 사항.

이제 분기별로 살펴보겠습니다. 2025 회계연도 1분기에 어도비는 57억 1천만 달러의 매출을 달성했는데, 이는 전년 대비 10% 성장, 또는 고정 환율 기준으로 11% 성장한 것입니다. 1분기 GAAP 희석 주당 순이익은 4.14달러였고, 비GAAP 희석 주당 순이익은 5.08달러였습니다. 1분기 사업 및 재무 하이라이트는 다음과 같습니다. 디지털 미디어 매출 42억 3천만 달러, 디지털 미디어 연간 반복 매출 176억 3천만 달러, 전년 대비 12.6% 증가. 디지털 경험 매출 14억 1천만 달러, 영업 현금 흐름 24억 8천만 달러. 분기 말 잔여 성과 의무는 196억 9천만 달러로, 전년 대비 12% 증가, CRPO는 11% 증가.

디지털 미디어 부문에서 1분기 매출은 42억 3천만 달러를 달성하여 전년 대비 11%, 고정 환율 기준으로는 12% 성장했습니다. 1분기 디지털 미디어 ARR은 176억 3천만 달러로, 고정 환율 기준으로는 전년 대비 12.6% 성장했습니다. 1분기 디지털 미디어 성장 동력에는 다음과 같은 것들이 포함되었습니다: 모든 시장과 지역에 걸쳐 Acrobat의 강력한 성장; 프리미엄 퍼널과 앱 스토어 최적화에 힘입은 Acrobat 웹과 모바일의 성장; 퍼널 상단 개선, Acrobat과 Express에 걸친 PLG 여정, B2B 고객 온보딩에 힘입은 Adobe Express의 성장.

추가 언어 지원 및 계약 정보 기능 등 기능 확장을 통해 사용자 채택 및 참여 강화. 모든 앱, 스톱, 이미지, 사진 등을 통해 주력 창의적 제품의 성장. 전년 대비 유료 구독 성장률이 35%에 달하는 창의적 웹 및 모바일 제품의 지속적인 성장, Firefly 서비스와 AI 기반 제품에 대한 지속적인 상향 판매 모션의 이점을 통해 기업 부문에서 강력한 성장 모멘텀.

디지털 경험 부문에 대해 살펴보겠습니다. 1분기 매출은 14억 1천만 달러로, 보고된 바와 같이, 환율 변동이 없는 경우 전년 대비 10% 성장한 수치입니다. 디지털 경험 구독 매출은 13억 달러로, 보고된 바와 같이, 환율 변동이 없는 경우 전년 대비 11% 성장한 수치입니다. 1분기 디지털 경험 성장 동력에는 콘텐츠, 데이터, 여정 전반에 걸친 제품 제공 모멘텀, 전년 대비 약 50% 증가한 AEP 및 앱 구독 수익 등이 포함되었습니다. GenStudio 솔루션의 최종 ARR 비즈니스 규모가 10억 달러를 돌파했으며, GenStudio for Performance Marketing의 초기 모멘텀과 채택, 파이프라인, 전반적인 기업 유지율 개선이 포함되었습니다.

이제 고객 그룹의 실적에 대해 살펴보겠습니다. 크리에이티브 및 마케팅 전문가 그룹의 구독 수익은 39억 2천만 달러로, 전년 대비 10% 성장한 것으로 보고되었습니다. 비즈니스 전문가 및 소비자 그룹의 구독 수익은 15억 3천만 달러로, 전년 대비 15% 성장한 것으로 보고되었습니다. 1분기 어도비의 유효 세율은 GAAP 기준으로 17.0%, 비GAAP 기준으로 18.5%였습니다. 분기말 RPO는 196억 9천만 달러로 전년 대비 12% 증가(상수 환율 기준 13% 증가)했고, CRPO는 전년 대비 11% 증가(상수 환율 기준 12% 증가)했습니다.

분기 운영으로 인한 현금 흐름은 1분기에 24억 8천만 달러로 1분기 기록을 경신했으며, 1분기 말 현금 및 단기 투자 포지션은 74억 4천만 달러였습니다. 1분기에는 총 32억 5천만 달러에 달하는 주식 환매 계약을 체결했으며, 2024년 3월에 승인된 250억 달러 중 현재 144억 달러가 남아 있습니다.

이제 2025 회계연도 2분기 재무 목표에 대해 말씀드리겠습니다. 2025 회계연도 2분기 목표: 총 Adobe 매출 57억 7천만 달러에서 58억 2천만 달러, 디지털 미디어 부문 매출 42억 7천만 달러에서 43억 달러, 디지털 경험 부문 매출 14억 3천만 달러에서 14억 달러. 450억 달러; 디지털 경험 구독 매출 13억 1,500만 달러에서 13억 2,500만 달러; GAAP 주당 순이익 3.80달러에서 3.85달러; 그리고 비GAAP 주당 순이익 4.95달러에서 5달러. 2분기에는 비GAAP 영업 마진이 약 45%이고, 비GAAP 세율이 약 18.5%일 것으로 예상합니다.

올해는 좋은 출발을 하고 있으며, 현재의 거시경제 상황을 고려할 때, 2025 회계연도에 대한 연간 전망을 재확인하게 되어 기쁩니다. 이번 분기의 강력한 실적은 Adobe가 오랫동안 혁신에 집중하고 광범위한 고객층의 증가하는 요구를 충족해 온 것을 반영합니다. 기업들이 디지털 전환을 점점 더 우선시함에 따라, 우리는 독보적인 솔루션과 입증된 시장 출시 실행을 통해 가치를 전달하고 창의성의 힘을 발휘할 수 있는 독보적인 위치에 있습니다. 앞으로 우리는 AI 시대의 미래를 계속 만들어 가면서 고객들의 성장을 촉진할 수 있는 기회를 갖게 되어 매우 기쁩니다. 다음 주에 열리는 서밋 2025 투자자 회의에서 뵈기를 기대합니다. 감사합니다. 이제 질문을 받겠습니다. 운영자?

운영자

[운영자 지침] 첫 번째 질문은 제프리(Jefferies)의 브렌트 툴(Brent Thill) 씨가 하실 것입니다.

브렌트 툴

산타누 씨, 만약 AI 비즈니스 책을 읽으셨다면, 그 비용이 연간 총 수익의 1% 미만이었을 것입니다. 많은 분들이 이 비용이 언제쯤 더 중요해질지, 얼마나 걸릴지, 무엇이 필요한지 궁금해하실 것 같습니다. 어쩌면 AI 여정을 통해 수익을 창출하는 방법을 알려주실 수 있을지도 모르겠습니다.

산타누 나레이언

기쁘군요, 브렌트 씨. 한 걸음 물러서서 생각해 보면, 우리는 항상 AI 여정을 세 부분으로 나누어 이야기해 왔습니다. 첫 번째는 혁신을 이루는 것입니다. 두 번째는 사용량을 추적하고 가치와 수익화를 보장하는 것입니다. 그리고 저는 과거에 여러분들과도 대화를 나눈 적이 있기 때문에 이 세 가지 여정 모두에 대해 정말 만족하고 있다고 말씀드리고 싶습니다.

AI 수익화의 상당 부분은 구독을 유도하고, 구독자를 유지하며, 더 높은 가치의 가격 SKU를 유도하는 데에도 사용되고 있습니다. 따라서 누군가 Creative Cloud를 구입하거나 Document Cloud를 구입하면, 사실상 AI를 통해 수익을 창출하는 것입니다. 그러나 그 외에도, 브렌트 씨, 저희가 하고 싶었던 것은 저희가 Acrobat AI Assistant를 도입하고 다른 언어로 출시하는 것에 대해 이야기했을 때, 저희가 가지고 있는 새로운 독립형 제품에 대한 맛보기를 제공하고자 했던 것입니다. Firefly, 그리고 웹에서 이와

관련된 새로운 구독 모델, 기업용 Firefly 서비스와 GenStudio를 확실히 갖추고자 했던 것입니다.

따라서 1분기에 종료될 것으로 예상되는 1억 2,500만 달러 규모의 신규 사업과 관련이 있습니다. 그리고 그것은 다시 말하지만, 우리가 두 배로 늘리겠다고 말했던 것들입니다. 그러나 전반적인 비즈니스에 미치는 영향의 측면에서도 중요한 역할을 했다고 생각합니다. 그러나 이것을 좀 더 자세히 살펴보고 투자자들이 기대할 수 있는 것에 대해 이야기한다면, 새로 나온 Firefly 앱을 통해 새로운 구독 방식의 웹 제품, 비디오 모델, 아이디어 창출 기능을 제공할 수 있다고 생각합니다.

포토샵 웹, 익스프레스 웹, 그리고 다른 모든 제품들을 통합하는 것이라고 생각하면 됩니다. 그리고 우리는 정말로 - 그 분야에서 훨씬 더 많은 혁신을 보게 될 것이고, 그 분야에서 훨씬 더 많은 수익 창출을 보게 될 것입니다. 그리고 다시 한 번, 제가 마지막으로 말씀드리고 싶은 것은, 브렌트 씨, 전체적인 아이디어는 시작을 위한 준비를 하는 것이었고, 다시 한 번 FA 회의에서 그 아이디어를 어떻게 확장할 수 있을지에 대해 계속 논의하는 것이었습니다. 하지만, 혁신, 자체 모델 보유, 모든 제품에 통합, 기업용 GenStudio와 같은 새로운 수익원, 그리고 사용 및 수익화 등 모든 면에서 정말 만족스럽습니다.

운영자

다음 질문은 Piper Sandler의 Brent Bracelin 씨가 해 주실 것입니다.

Brent Bracelin

이번 분기에 보인 수요 선형성에 대해 더 자세히 알고 싶습니다. 11% 디지털 미디어 ARR 성장률 가이드라인을 재확인해 주셔서 감사합니다. 그러나 여기에서 크리에이티브와 문서 클라우드 부문에서 분기별로 확인된 추세에 대해 좀 더 자세히 설명해 주실 수 있을까요?

데이비드 와드와니

네, 그렇게 하겠습니다. 다시 말씀드리지만, 디지털 미디어 ARR은 12.6% 성장했는데, 이는 우리의 기대치에 부합하는 수치이고, 그 구성도 우리의 기대에 부합합니다. 한 걸음 물러서서 이번 분기에 나타난 수요와 사업 진행 방식을 살펴보면, 지금까지의 역사와 일치하는 부분도 있고, 또 몇 가지 하이라이트를 제외하면 제품에 대한 광범위한 수요가 있는 것으로 나타났습니다.

우선, 비즈니스 전문가와 소비자 모두를 대상으로 하는 이 시장은 수십억 명의 사용자를 보유한 거대한 시장입니다. 그리고 여기서 우리의 전략은 생산성을 높이는 솔루션을 제공하는 것입니다. 소비에서 생산에 이르기까지 생산성을 높이는 솔루션을 제공하는 것이 바로 우리가 Acrobat과 Express를 통해 하고 있는 일입니다. 우리는 이러한 사업에서 많은 추진력을 확인했습니다. 월간 활성 사용자 수 측면에서 Acrobat이 전년 대비 23% 증가했다는 사실에 대해 이야기했습니다. 우리는 이러한 사용자들로부터 더 많은 전환을 확인하고 있으며, 이것이 사업 추진에 도움이 되고 있습니다.

AI 어시스턴트는 작년에 도입한 것으로, 계속해서 좋은 성과를 내고 있으며, 더 빠른 소비와 대화형 경험이라는 전략에 확실히 도움이 되고 있습니다. AI 어시스턴트의 분기별 사용량이 2배 증가했습니다.

그리고 물론, 이러한 맥락에서 Express는 훌륭한 제품이었습니다. 현재 이 제품은 사용하기 좋은 제품입니다. 그래서 저희도 상당한 투자를 하고 있습니다.

마케팅 측면뿐만 아니라 파트너십 측면에서도, 우리는 작년에 파트너 생태계를 두 배로 늘렸습니다. 이제 Mero, Box, Webflow, HubSpot과 같은 새로운 이름이 포함됩니다. 접근 권한을 가진 학생 수가 전년 대비 85% 증가했습니다. 학생 및 캠퍼스 홍보대사 프로그램을 강화했습니다. Express 제품에도 6,000개의 신규 중소기업을 추가했습니다. 그리고 더 많은 일을 해 온 Acrobat에서도 훨씬 더 많은 수요가 발생하고 있습니다. Acrobat 사용자의 Express 기능 사용이 전년 대비 10배 증가했습니다. 따라서 이 고객 그룹에 대해 매우 만족하고 있습니다.

창의적인 프로와 크리에이터 측면에서는 Shantanu가 이미 언급했지만, 펍시와 덴츠, 펍시코와 스테그웰이 사용하고 있는 Firefly 비디오 모델의 도입, Standard에서 Pro로 Firefly의 새로운 제공. 그리고 어제, 우리는 훨씬 더 많은 크레딧을 생성할 수 있는 프리미엄을 도입했습니다. 이 모든 것은 새로운 수익 창출 모델을 나타냅니다. 우리는 포토샵 모바일과 웹을 도입했습니다. 우리는 수백 개의 기사와 3천만 건의 소셜 참여도를 확인했습니다. 우리는 주말 동안 앱 스토어에 집중된 앱으로 등재되었습니다.

우리는 AI가 Lightroom 웹과 모바일로 들어오면서 엄청난 발전을 이루는 것을 보았습니다. Premier도 AI 측면에서 상당한 발전을 이루었습니다. 그래서 그 사업이 상당히 탄력을 받고 있습니다. 그리고 정말 흥미로운 것은, Shantanu가 말한 것처럼 우리가 이 모든 혁신을 이루는 동안, 다음 주 Summit, 그 직후 NAB, 그 직후 Max와 함께 3개의 큰 이정표가 다가오고 있다는 것입니다. 그리고 이 사실이 드러나기 시작했습니다. 분명히, 우리는 200억 세대를 넘어서면서 세대에 대해 이야기했습니다. 우리는 지금 한 달에 10억 세대 이상을 하고 있으며, Firefly 앱을 사용하는 사람들의 90%가 비디오를 만들고 있습니다. 그러나 기업에서도 강력한 성장을 보였습니다. 아닐, 추가할 내용이 있습니까?

아닐 차크라바르티

네, 맞습니다. 말씀하신 내용에 덧붙이자면, 기업에서는 창의성과 마케팅, 그리고 AI가 결합된 것에 대한 수요가 많다고 생각합니다. 저희가 이야기하는 모든 CMO, 함께 일하는 모든 에이전시들은 콘텐츠 공급망의 작동 방식을 변화시키는 데 생성적 AI를 어떻게 활용할 수 있는지에 대해 매우 관심이 많습니다. 그리고 창의성과 마케팅, AI를 결합한 GenStudio 제품으로 엄청난 관심을 받았고, 고객과 에이전시 파트너 모두에게 많은 관심을 받았습니다. 이번 서밋에서 더 많은 것을 공개할 수 있기를 기대합니다.

데이비드 와드와니

혁신과 새로운 제품으로 좋은 출발을 한 것 같습니다. 앞으로 몇 달 안에 새로운 제품과 동료들을 만나게 될 것입니다.

Brent Bracelin

도움이 되었습니다. 다음 주에 다시 뵙기를 기대합니다.

운영자

다음 질문은 모건 스탠리의 Keith Weiss 씨로부터 들어보겠습니다.

Keith Weiss

추가적인 공개에 감사드립니다. 창의적인 전문가와 마케팅 전문가를 비즈니스 전문가와 소비자 그룹으로 나누는 것은 정말 흥미로운 관점이라고 생각합니다. 그리고 마지막 질문에 이어서 말하자면, 제가 틀렸다면 지적해 주세요. 비즈니스 전문가와 소비자 그룹의 성장률이 더 높다는 것이 다소 낙관적으로 느껴집니다. 창의적인 15%와 마케팅 전문가, [알 수 없음] 시간 때문에 비즈니스 전문가와 소비자 그룹, 특히 소비자 측의 경우, 판매 주기가 더 빠르고 채택이 더 빠를 것 같습니다.

창의적이고 마케팅에 능통한 전문가들은, 여러분이 판매하려는 이 광범위한 솔루션을 구매하는 데 더 긴 판매 주기를 가질 것입니다. 그러므로 문제는, 제가 이 점을 제대로 고려하고 있는가 하는 것입니다. 그리고 여러분의 파이프라인이나 여러분이 보고 있는 활동에 창의적이고 마케팅에 능통한 전문가 그룹이 포함되어 있다면, 그들이 비즈니스 전문가와 소비자 그룹에서 볼 수 있는 것을 따라잡을 수 있을까요?

Shantanu Narayen

글쎄요, Keith 씨, 제 말은, 저희 목표의 일부는 정말로 고객 그룹에 대한 통찰력을 제공하기 시작하는 것이었습니다. 저희가 어떻게 시작하고 있는지 보세요. 그리고 어느 정도 사람들은 우리가 실제로 어떻게 창의성을 이끌어내고 있는지 궁금해합니다. 그리고 현실은 GenStudio 제품군을 생각해 보면, 현재 10억 달러 규모의 사업이라고 말씀드린 바 있습니다. AEP와 앱도 10억 달러 규모의 사업이고, 창의적인 전문가들은 실제로 전체 콘텐츠 공급망을 다루고 있습니다.

그리고 그 성장률의 관점에서, Firefly 앱 구독과 같은 새로운 구독을 추가하고, 더 많은 비디오를 추가하고, GenStudio로 하는 작업에 더 많은 기능을 추가하는 등, 그 성장률도 매우 큰 미개척 기회이며, 사람들은 창조적 시장의 강점과 기업 내에서의 그 시장의 강점에 대해 질문하고 있습니다. 그리고 우리는 그것이 큰 TAM이라고 생각하고, 더 많이 공유할 것입니다.

그래서 저는 여러분이 제대로 생각하고 있다고 생각합니다. 디지털 마케팅을 위해 구축한 50억 달러 규모의 비즈니스는 콘텐츠와 창조 경제에 큰 도움이 되고 있습니다. 그래서 여러분에게 그 창을 열어드리고자 하는 것이었습니다. 그리고 그와 관련된 지표는 구독과 다양한 종류의 오퍼링입니다.

반대로, 여러분의 지적대로, 저희가 하고 싶은 것은 Acrobat과 Express에 대한 투자가 월 평균 사용자 수를 고려할 때 계속해서 배포를 보장한다는 사실을 반영하는 것입니다. 종합적으로 보면, Adobe는 수억 명의 사람들이 매달 저희 제품을 사용하고 있습니다. 그리고 그것은 Express와 Acrobat이 계속 성장하는 방법에 대한 초기 지표와 지표가 될 것입니다. 따라서 추가 공개가 도움이 되었다는 것을 알게 되어 기쁩니다.

그리고 그것이 아이디어였습니다. 그리고 브렌트의 이전 질문에도 명확히 하고 싶었습니다. 제 말은,

우리는 디지털 미디어와 디지털 경험에서 발생하는 모든 수익을 AI 수익이라고 부르지 않습니다. 그러나 우리 분야를 전문으로 하는 다른 회사들과 비교했을 때, 우리는 디지털 경험의 추가적인 AI 계층, 즉 Acrobat과 크리에이티브 전문가 분야 전반에 걸쳐 AI가 잘 활용되고 있다는 사실에 만족하고 있습니다. 그래서 다른 의도도 있었는데, FA 회의에서 더 자세히 이야기할 수 있도록 그 사실을 보여주기 시작하는 것이었습니다.

Keith Weiss

훌륭합니다. 마지막으로 한 가지만 더 여쭙고 싶어요? 이번 분기에 주식 환매를 가속화하여 주가 하락을 활용하는 모습을 보니 정말 기쁩니다. 이러한 주식 환매 속도는 올해 내내 지속될 수 있을까요, 아니면 일회성 조치에 불과한 것일까요?

다니엘 더른

네. 그러니까 제가 한 걸음 물러서서 지난 4분기 동안을 생각해 본다면, 우리는 거의 110억 달러를 환매했습니다. 그리고 우리는 항상 기회가 있을 때 기회를 잡을 수 있는지에 대해 이야기해 왔습니다. 그리고 저는 그것이 1분기에 나타난 결과라고 생각합니다. 우리는 연중 내내 재무적 측면에 대해 확고한 견해를 가지고 있습니다. 지침을 재확인하게 되어 기쁘지만, 우리는 강력한 영업 마진, 강력한 현금 흐름, 그리고 연중 내내 강력한 자본 배분자로 자리매김할 것입니다. 그래서 우리는 현재 상황에 만족합니다. 그리고 기회가 있다면, 우리는 기회를 잡을 것입니다.

Shantanu Narayen

Keith, 우리가 앞으로의 기회를 보고 있는 것에 대해 우리가 느끼는 것은 확실히 자신감의 표명입니다.

Keith Weiss

그렇습니다. 주주 환매를 가속화함으로써 입으로 하는 말을 행동으로 옮기는 모습을 보니 정말 좋습니다. 확실히 도움이 됩니다.

운영자

다음 질문은 골드만 삭스의 Kash Rangan 씨로부터 들어보겠습니다.

Kasthuri Rangan

공개와 색상, 그리고 그와 관련된 모든 것에 대해 감사드립니다. Shantanu, 질문이 있습니다. 회사를 클라우드를 통해 새로운 비즈니스 모델로 전환했을 때, 처음에는 많은 회의론이 있었습니다. 그런데 당신

은 새로운 창조적 만남의 클라우드 사이클에서 실제로 TAM이 더 크다는 것을 우리에게 증명했습니다. 그리고 회사는 전환을 통해 속도를 높이고 더 나은 마진을 올릴 수 있었고, TAM을 확장함으로써 반드시 필요한 수익을 올릴 수 있었습니다.

지금 여러분이 AI를 바라보는 시점에서, 지금 당장, 제가 동의하지 않는 한 가지 부정적인 주장은 여러분이 수비수를 두고 있고, AI는 사업을 유지하고 창의적인 기반을 유지하는 데 드는 비용이라는 것입니다. 그러나 여러분은 이 큰 변화를 한 번 겪어 보셨고, 많은 경험을 가지고 계시니, AI가 여러분의 성장에 얼마나 실질적으로 도움이 될 수 있는지에 대한 확신이 있으신가요? 다음 주기로 진입할 준비가 되어 있는 비슷한 시점에 있는 것일까요? 실제로는 더 큰 TAM이 아닐까요? 말 그대로 받아들이지 말고, 지금까지 우리가 목격해 온 좋은 성장세를 가속화할 잠재력이 있다고 감히 말씀드려도 될까요?

Shantanu Narayen

음, Kash 씨, 제가 이 질문에 대해 감사하게 생각하는 점은, 이것이 우리가 FA 회의 전에 정말로 준비하고 싶었던 것입니다. 그러나 의심할 여지 없이, 데이비드가 설명한 것처럼 비즈니스 전문가와 소비자 모두에게 기회가 될 것입니다. 여러분도 곧 그 사실을 깨닫게 될 것이고, FA 회의에서 더 많은 이야기를 나눌 수 있을 것입니다. 창의성과 생산성을 위해 수십억 명의 사람들을 끌어들이고, 우리가 가진 유통망과 월 평균 사용자 수를 통해 Acrobat을 통해 수익을 창출한 것처럼 수익을 창출할 수 있는 방법에 대해 더 많이 이야기할 것입니다.

그리고 우리는 이것이 엄청난 기회라고 확신합니다. 크리에이터들 사이에서도 마찬가지로 생각합니다. 크리에이터로 활동하는 사람들이 점점 늘어나고 있습니다. 그리고 다시 한 번, 데이비드가 공유할 내용을 미리 살펴보겠습니다. 창의적인 전문가와 차세대 크리에이터로서 더 많은 사람들을 우리 플랫폼으로 끌어들이기 위해 우리가 제공하는 웹과 모바일 서비스를 생각해 볼 때, 이 직업에 들어오고 싶어 하는 사람들의 수가 그 어느 때보다 훨씬 많습니다. 웹과 모바일 버전으로 제공되는 포토샵과 반딧불 앱 같은 제품들도 마찬가지입니다. 구독 서비스로서의 포토샵을 보여주고, 차세대 크리에이터들을 끌어들이는 것이 순풍이 될 것이라는 것이 분명합니다.

그리고 이것을 기업에 적용할 때, 즉, 추가 공개의 일환으로 볼 수 있는 것은 기업이 우리 사업의 중요한 부분이자 성장의 중요한 부분이 되어왔다는 것입니다. 왜냐하면, 규모에 맞게 개인화하기 위해서는, 아니일이 말한 것처럼, 더 많은 콘텐츠가 생산될 것이기 때문입니다. 더 많은 콘텐츠가 실제로 광고 시스템과 소셜 미디어에 삽입될 것입니다.

그리고 다시 한 번, 저는 이것이 어떻게 더 큰 기회가 될 수 있는지에 대한 단계를 설정하는 것이라고 생각합니다. 그러나 우리가 마케팅을 해 온 기간뿐만 아니라, 기업에서 콘텐츠 비즈니스가 될 수 있다는 관점에서 바라보면, 우리는 다시 한 번 그것이 어떻게 성장할 수 있는 기회인지에 대해 설명할 것입니다. 그래서 저는 이 세 가지가 모두 TAM 측면에서 가속화될 것이라는 데 의심의 여지가 없습니다. 그리고 우리는 그에 맞추어 혁신하고 실행해야 합니다. 따라서 저는 AI의 결과로 더 큰 기회가 생길 것이라는 데 의심의 여지 없이 더 기대하고 있습니다. 그리고 우리는 이 문제에 대해 이야기했습니다, 카시. AI를 활용하지 않으면, 그것은 파괴적 혁신입니다. 우리의 특별한 경우, 그 의도는 그것이 어떻게 순풍이 되는지를 명확하게 보여주는 것입니다.

Kasthuri Rangan

훌륭합니다. 그리고 1건의 후속 조치도 매우 신속하게 이루어졌습니다. 무역 전쟁, 관세 등 시장이 격동하는 가운데, 고객 기반이 어떻게 변화할 것이라고 생각하십니까? 고객들과 대화한 결과, 모든 것이 정상적으로 진행되고 있다고 생각하십니까? 아니면 고객들이 현재 상황을 이해하지 못하고 멈춰 서 있는 상태입니까?

Shantanu Narayen

글쎄요, 저는 우리가 지금의 거시경제 상황을 가정하고, 다양한 사업을 하고 있다고 말한 것 같은데요. 우리는 대화를 시작하는 데 있어 좋은 출발을 하고 있습니다. 그리고 우리 모두는 다른 동료들과 대화를 나눕니다. 그리고 저는 노련한 경영진이 이 상황을 헤쳐나갈 수 있을 것이라고 생각합니다. 그러나 고객 여러분, 저는 우리 모두가 경제 상황에서 어떤 일이 일어나는지 이해하려고 노력하고 있다고 생각합니다. 그러나 저는 관세 등이 다른 기업에 미치는 영향과 같은 방식으로 어도비에 영향을 미치지 않는다고 생각합니다. 그래서 우리는 낙관적입니다.

운영자

다음 질문은 마크 무어들러 씨가 베른슈타인 리서치에서 보내주신 것입니다.

마크 무어들러

덴, 매출 분류를 변경하고, 문서 클라우드와 크리에이티브 클라우드의 역사를 삭제하는 이유를 좀 더 자세히 설명해 주실 수 있나요? 어도비 판매 동인에 의해 추진된 것입니까? 이제 익스프레스는 주로 문서 클라우드로 판매됩니까? 동인에 대해 어떻게 생각해야 합니까?

다니엘 더른

네, 질문해 주셔서 감사합니다, 마크. 우리가 제시한 바와 같이, 우리는 크로스 클라우드 오퍼링을 점점 더 많이 추진하는 것에 대해 이야기했습니다. 우리는 이미 오늘 그것을 하고 있습니다. 앞으로 더 많이 할 것입니다. 그리고 개인이 점점 더 많은 제품을 구매하고, 기업이 점점 더 많은 솔루션을 구매하고, 이 두 고객 그룹을 중심으로 가장 높은 가치 요구를 충족시키기 위해 포트폴리오의 다양한 부분을 통합하는 것을 보면, 이는 정말로 우리의 전략과 그 전략에 따라 실행하는 방법을 강조하기 위한 것입니다.

앞으로 우리의 성공은 생산성과 창의성의 교차점, 그리고 창의성과 마케팅의 교차점으로 혁신하는 방식에 의해 좌우될 것입니다. 그리고 이러한 교차점은 이 두 그룹의 고객에 의해 강조됩니다. 따라서 이것에 대한 의도는 우리가 전략을 추진하는 방식, 그리고 그 전략에 따라 실행하는 방식을 실제로 구현하는 것입니다. 이는 회사가 앞으로 나아가는 방식에 대한 최고의 통찰력을 제공합니다.

Shantanu Narayen

그리고 마크, 여러분의 피드백을 통해 저희가 알게 된 두 가지 구체적인 사항은, 크리에이티브 클라우드와 문서 클라우드 안에 Acrobat이 있다는 것을 알고 있다는 것입니다. 이로써 해당 비즈니스의 추진력과 기회를 보여주기 위해 비즈니스를 끌어올릴 수 있습니다. 그리고 One Adobe에 대한 질문입니다. 네, 제 말은, GenStudio 솔루션이 의심할 여지 없이 Photoshop이나 Creative Cloud 같은 제품들을 대신하고 있다는 것입니다. 거기에 모든 마케터들을 위한 Express를 추가하고 있습니다.

저희는 Firefly 서비스와 맞춤형 모델을 보유하고 있습니다. 그래서 이것을 하나의 기업용 제품으로 판매하는 것이 더 많을수록, 그리고 전략적 파트너십으로 판매하는 것이 더 빨라질수록, 그 수익 분배도 지금처럼 반영될 것입니다. 따라서 추가적인 공개가 저희에게도, 여러분에게도 시장 진출 경로에 대한 더 많은 가시성을 제공할 것이라고 믿습니다.

마크 무어틀러

그 말이 아주 타당합니다. 그리고 한 가지 더 말씀드리겠습니다. AI ARR에 대한 공개가 분기별로 또는 주기적으로 업데이트되는 것을 기대해야 하는 것입니까?

Shantanu Narayen

주기적으로 업데이트됩니다.

운영자

다음 질문은 울프 리서치의 알렉스 주킨 씨가 해 주실 것입니다.

Aleksandr Zukin

새로운 수치, 특히 AI 비즈니스 북에 대해 긍정적인 의견을 제시하는 분들의 의견에 찬성하는 의견을 제시하겠습니다. 그리고 바로 그 부분과 관련하여 질문을 드리고 싶습니다. 기본적으로, 보세요, 여러분은 우리에게 숫자를 주면, 우리는 더 많은 것을 요구할 것입니다. 따라서 그런 정신으로, 1억 2,500만 달러를 보고 어시스턴트, 파이어플라이, 젠스튜디오 사이의 세분화를 생각해 보세요. 아마도 그 세분화에 대한 비율과 성장률을 쌓아 올리면 연말까지 두 배가 될 수 있을까요? 그리고 비슷한 맥락에서, 만약 1억 2,500만 달러가 창의적이고 마케팅 전문가 또는 비즈니스 전문가에게 긍정적인 영향을 미치고 있다고 생각한다면, 그 영향은 어디에서 오는 것일까요?

데이비드 와드와니

그렇습니다. 좋은 질문입니다, 알렉스. 우선, 이런 것들의 조합을 살펴보면, AI 어시스턴트는 지금 3분기 또는 4분기 정도 사용되어 왔습니다. Firefly 서비스도 4분기 정도 되었습니다. GenStudio는 작년 4분기

에 도입되었습니다. 따라서, 이 구성이 시장에서 이들 제품의 점유율에 기반을 두고 있다는 것을 어느 정도 짐작할 수 있습니다.

그러나 한 걸음 물러서서 성장 궤도를 살펴보면, 다시 말하지만, 1억 9,500만 달러(죄송합니다, 1억 2,500만 달러)가 향후 9개월 안에 두 배로 늘어날 것입니다. 이 사업을 통해 그 규모와 추진력을 알 수 있습니다. 그리고 이 사업을 살펴보면, 샨타누 씨가 말한 핵심 혁신이 많은 활용으로 이어졌습니다. 그리고 이제 우리는 수익을 창출할 수 있는 시점에 도달하기 시작했습니다.

파이어플라이는 이미징, 벡터, 디자인, 비디오, 음성, 비디오 및 음성이 몇 주 전에 출시되어 좋은 출발을 하고 있습니다. 상업적 안전성이 모델의 중요성에 대해 몇 가지 질문이 있다는 것을 알고 있습니다. 상업적 안전성은 매우 중요합니다. 많은 기업들이 품질, 폭넓음, 그리고 상업적 안전성, 구조, 스타일, 정확한 비디오 생성을 위한 주요 프레임 설정, 3D에서 이미지, 이미지에서 비디오로의 정확한 비디오 생성을 위한 창의적 제어 기능을 제공하기 위해 이 모델에 의존하고 있습니다.

로드맵에 포함된 이 기능은 다음 주에 더 자세히 공유할 예정입니다. 타사 모델의 도입으로 저희는 창의성과 관련된 모든 작업을 위한 원스톱 솔루션으로 자리매김하게 되었습니다. 그리고 이 기능을 스탠다드, 프리미엄, 프로 등 여러 계층으로 구성된 Firefly 독립형 제품과 연결하면, Creative Cloud에 통합된 모습을 볼 수 있고, 더 많은 계층을 추가할 수 있을 것입니다.

제너스튜디오와 관련하여 저희가 Anil의 팀과 함께 진행하는 작업을 살펴보면, 제너스튜디오 제품 내에서 제3자 모델을 포함한 모든 모델과 이 플랫폼 전체가 노출되도록 하는 작업은, 모델에 대한 논의에서 워크플로, 통합, 애플리케이션 계층, 에이전트 기반의 것들에 대한 논의로 발전하고 있다는 것을 의미합니다. 그리고 그것은 우리의 차별화, 우리의 강점, 그리고 우리가 서비스를 제공하는 고객들에게 정말로 도움이 됩니다. 그래서 1억 2,500만 달러의 매출이 향후 9개월 안에 두 배로 증가할 것이라는 낙관적인 전망을 하는 것입니다.

Shantanu Narayen

네. 그런 종류의 정보가 유용하다고 생각하신다니 기쁩니다. 이에 대해 좀 더 자세히 말씀드리겠습니다. Acrobat에는 별도의 AI 어시스턴트가 있으므로, 이 수익은 별도의 Acrobat AI 어시스턴트에 대한 것입니다. 따라서 수익의 대부분은 실제로 Creative에 속합니다. AI 어시스턴트를 Acrobat SKU의 일부로 계속 넣을 수 있기 때문입니다. Acrobat Premium SKU의 일부로 제공되는 경우에는 이 수익을 계산하지 않습니다. 따라서 지금까지 색상별로 보면 실제로 Creative가 수익의 대부분을 차지합니다. 그러나 아시다시피 Acrobat은 잘 작동하고 있습니다.

알렉산드르 주킨

정말 큰 도움이 됩니다. 그냥 따라가기만 하면 될 것 같아요. 여러분도 보셨겠지만, AI 영역에서 많은 통합이 일어나고 있습니다. 모델 회사나 에이전트 회사도 등장하고 있습니다. 방대한 기능을 출시하고 있는 상황에서, 유기적 혁신과 비유기적 혁신에 대한 접근 방식을 어떻게 생각하고 있는지 알려 주세요.

Shantanu Narayen

핵심적인 창의적 모델과 관련하여, 우리는 상업적으로 안전할 것입니다. David가 말했듯이, Alex, 그리고 Firefly를 애플리케이션으로, 그리고 각 제품 통합과 Photoshop 등에서도 Firefly를 기대해 주세요. 우리는 또한 제3자 모델과 관련된 지원을 어떻게 제공할 것인지에 대해서도 알리고 보여드렸습니다. 그리고 우리가 기업 고객을 위해 만든 맞춤형 모델이든, 에스티 로더가 우리의 모델을 기반으로 모델을 구축하고 활용하는 것이든, 아니면 퍼블리시스와 같은 회사가 이러한 모델을 활용하는 것이든, 이번 주에 이와 관련된 기사가 몇 개 있었습니다.

그래서 핵심 영상 프랜차이즈인 텍스트와 관련된 모델은 저희가 보유하고, 다른 제3자 모델에 대한 지원도 하고 있습니다. 그래서 저는 이것이 매우 실용적이고 올바른 선택이라고 생각합니다. 그리고 저희는 사람들이 원하는 모든 창의적인 제3자 모델을 지원할 것입니다. 저희가 그들을 위해 만든 맞춤형 모델이든, 앱인 Firefly나 Photoshop 내의 다른 제3자 모델이든, 그에 대한 지원도 보게 될 것입니다.

그리고 이것을 우리가 그 모델이 실제로 사용자에게 가치를 전달하는 방식이라고 생각하십시오. 그리고 이것은 사실 우리가 과거에 포토샵 플러그인을 사용했던 것과 같습니다. 여러분은 우리의 주력 응용 프로그램 내에서 이러한 모델이 지원되는 것을 보게 될 것입니다. 이것으로 이해가 되셨기를 바랍니다.

운영자

다음 질문은 JPMorgan의 Mark Murphy 씨가 하실 것입니다.

Mark Murphy

지난 며칠 동안 여러 항공사와 여러 소매업체의 결과가 매우 불안정했던 상황에서 광고 활동과 소비자 지출 동향에 대해 근본적으로 어떤 생각을 하고 있는지 의견을 주실 수 있는지 궁금합니다. 일부 분야가 경제의 매우 큰 부분을 차지하고 있고, 그 분야가 혼란을 겪고 있는 상황에서 FY '25 지침을 재확인할 수 있는 회복력을 갖게 해 주는 것은 무엇입니까? 저는 이런 환경에도 불구하고 계속해서 제품을 만들고, 마케팅하고, 광고하는 것이 과연 가능한지 궁금합니다.

Shantanu Narayen

결국, 마크, 우리는 디지털이 경제의 근본적인 부분이 될 것이고 그 중요성이 계속해서 커질 것이라고 믿습니다. 제가 이야기해 본 회사 중 디지털을 언급하지 않는 회사는 단 하나도 없었습니다. 귀하의 의견에 동의합니다. 다른 회사들은 자신들에게만 해당되는 거시경제 상황을 고려하기 때문에, 매출이나 효율성 등 기술의 도움이 어떻게 발휘되는지를 입증할 수 있는 기술을 제공하는 모든 회사에 부담을 줍니다. 그러나 매출 성장, 효율성, 또는 둘 다를 막론하고, 어떤 기업이든 기술의 활용을 통해 목표를 달성할 수 있는 방법을 고민하는 것과 관련해서는 이러한 부담이 사라지지 않을 것입니다.

마크 머피

좋아요. 그리고 나서 -- 고마워요, 산타누. 알렉스의 질문에 대한 간단한 답변을 드리자면, ARR이 1억 2,500만 달러인데, 앞으로 9개월 안에 두 배로 늘어날 경우, 그 구성이 지금과 같을 것이라고 생각하시나요? 아니면 앞으로 9개월 안에 비디오 모델이 추가되어 구성이 달라질 것이라고 생각하시나요?

산타누 나라옌

이 비디오 모델은 이 프로젝트의 일부가 될 창의적인 Firefly 앱의 일부입니다. 마크, FA 회의에서 이런 훌륭한 질문들을 많이 받았습니다. 저희는 저희가 보고 있는 것뿐만 아니라 더 많은 색깔을 더하려고 노력할 것입니다. 그러나 적어도 어떤 제품이 있는지, 예상되는 성장률, 그리고 제가 말했듯이 혁신, 사용, 이해, 그리고 이를 통해 수익을 창출하는 방법에 대해 설명하고 싶습니다. 그래서 저희도 진행 중인 질문을 계속 추적하고, FA 회의에서도 그 질문에 답할 예정입니다, 마크.

운영자

마지막 질문은 바클레이스의 사켓 칼리아 씨에게서 받겠습니다.

사켓 칼리아

질문은 하나만 받겠습니다. 데이비드 씨, 아마도 당신을 위한 질문일 겁니다. 고객이 기존 구독에 추가할 수 있는 Firefly 앱 티어를 볼 수 있어서 좋습니다. 그리고 아마도 Shantanu의 의견에 따르면, 이것은 FA 데이(Firefly Day)에 더 적합한 주제일지도 모르지만, 저는 우리가 단지 잠재적인 부착률에 대해 어떻게 생각하는지 이야기할 수 있을지 궁금합니다. 제 말은, Firefly는 분명히 전례 없는 제품이기 때문에 대답하기가 정말 어려울 수도 있습니다. 하지만 Adobe가 과거에 보았던 제품들 중에서 Adobe Stock과 같이 채택 곡선이 어떻게 될지 알 수 있는 프레임워크로 볼 수 있는 제품이 있을까요?

데이비드 와드와니

네. 제 생각에는, 한 걸음 물러서서 생각해 보면, 우리가 파이어플라이 앱에 대해 그렇게 흥분하는 이유는 두 가지입니다. 하나는 바로 당신이 말한 것, 즉 창의적인 전문가들과 대화를 나눌 때마다 그들이 어디에 있든 더 많은 것을 만들어 내야 한다는 엄청난 압박을 받고 있다는 사실입니다.

그리고 이 창조적인 전문가 집단은 저희가 제품에 넣은 생성적 AI 기능에 대해 매우 강한 애착과 수용을 보이고 있습니다. 부분적으로는 기능이 잘 통합되어 있고, 쉽게 찾을 수 있고, 잘 작동하기 때문이고, 사람들이 그 기능으로부터 많은 가치를 얻기 때문입니다. 따라서, 여러분은 저희가 이러한 새로운 기능, 즉 Firefly Standard, Pro, Premium 플랜에 포함된 프리미엄 기능을 창작 워크플로에 더 깊이 통합하는 것을 보게 될 것입니다. 더 많은 사람들이 이 기능을 발견할 수 있는 기회를 가지게 될 것입니다.

물론, 그 일환으로 지금까지 우리가 해 온 일은 사용 현황을 살펴보고, 흥미를 유발하는 부분을 살펴보고, 고객에게 기회를 극대화하고, 어도비와 주주들에게 기회를 극대화하고 가치를 극대화할 수 있는 방식으로 가격과 등급을 설정하는 것이라고 생각합니다. 그래서 그것은 큰 영역이자 큰 기회가 될 것이고, 우리는 앞을 내다볼 때 거기에서 많은 잠재력을 봅니다.

이 부분에서 놓치지 말아야 할 또 다른 부분은 이 파이어플라이 경험이 창의력이 없는 전문가들, 우리가 계속 이야기해 온 차세대 창작자들에게 얼마나 관련이 있는지에 대한 것입니다. 그리고 파이어플라이 유료 플랜의 조기 채택률을 살펴보면, 이 두 가지 이야기를 모두 알 수 있습니다. 우리는 이것이 가치를 더하고 창의적인 전문가들이 사용하고 있다는 것을 확신하지만, 차세대 전문가들(죄송합니다, 차세대 전문가와 크리에이터 전반)에게 좋은 온보딩 기회가 되고 있다는 것도 증명하고 있습니다.

그리고 앞서 언급한 Shantanu가 말한 것처럼, 웹과 모바일의 기능을 통합할 기회가 증가하고 있습니다. 생성 기능뿐만 아니라, 포토샵 웹과 모바일, 익스프레스 웹과 모바일로 생성한 콘텐츠로 무엇을 할 수 있는지에 대한 기회가 증가하고 있습니다. 그리고 비디오와 관련된 다른 기능도 등장할 것으로 예상할 수 있습니다. 따라서 우리는 Firefly 서비스와 양방향으로 새로운 사용자를 확보하고 기존 사용자의 가치와 ARPU를 높일 수 있는 수익화 기능에 대해 기대하고 있습니다.

Shantanu Narayen

그리고 Saket, 마지막 질문이었습니다. 감사합니다. 그리고 간단히 요약하자면, 제가 여러분께 드리고 싶은 4가지 메시지는 다음과 같습니다. Q1은 강력한 시작이었습니다. 우리는 우리의 성과에 만족했습니다. 우리가 공략할 수 있는 시장을 생각해 볼 때, 비즈니스 전문가, 소비자, 창의적인 전문가, 마케팅 전문가에게 어떻게 서비스를 제공할지 생각해 볼 때, 우리는 이것이 AI의 결과로 성장할 엄청난 기회라고 믿습니다.

우리는 AI가 현재 모든 제품에 어떻게 적용되고 있는지, 그리고 이러한 고객 그룹을 만족시킬 수 있도록 제품의 폭을 어떻게 조정하고 있는지 매우 만족하고 있습니다. 그리고 우리는 이러한 고객 그룹에 적용되는 수익 창출 방식이 어떻게 달라질 것인지에 대한 윤곽을 잡기 시작했습니다. 우리는 이것이 2025년 이후에도 회사로서 성장과 수익성을 이끌어낼 것이라고 굳게 믿고 있습니다. 그리고 우리는 FA 회의에서 여러분 모두와 함께하기를 기대하며, 오늘 참석해 주셔서 감사합니다.

운영자

감사합니다. 오늘의 회의는 이것으로 마치겠습니다. 참석해 주셔서 감사드리며, 좋은 하루 보내시기 바랍니다.