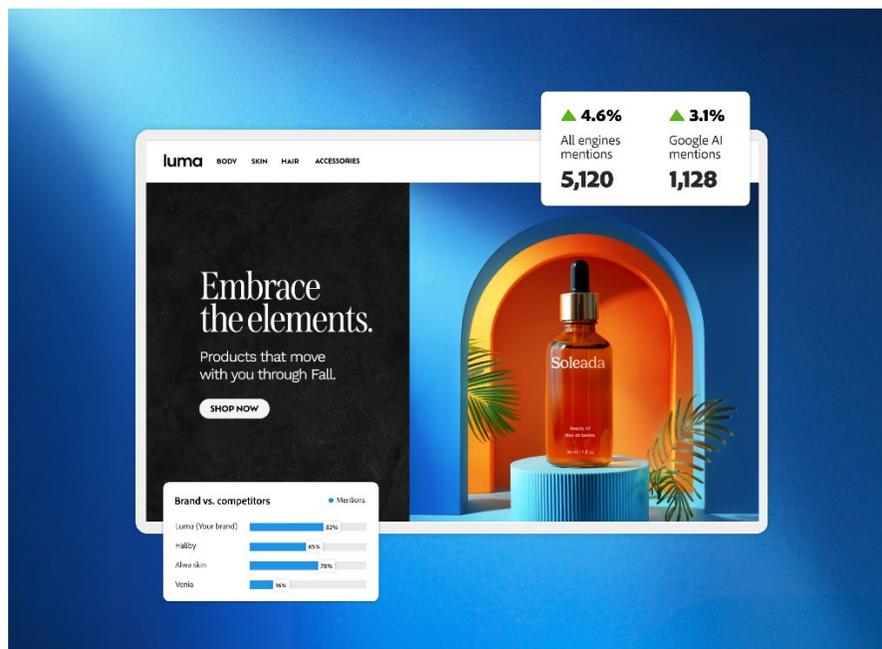


アドビ、消費者の AI 搭載ブラウザーやチャットサービスの 利用拡大に対応する、ブランドの認知向上のための 「Adobe LLM Optimizer」を発表

- アドビのエンタープライズ向け新製品 Adobe LLM Optimizer は、生成 AI 搭載ブラウザーやチャットサービスの時代におけるブランド露出と顧客エンゲージメント強化を支援
- Adobe LLM Optimizer により、企業は AI 経由のトラフィックを監視し、ブランド露出度をベンチマークするとともに、デジタルチャネル全体に迅速に展開できる実行可能な推奨を得ることが可能に
- アドビの最近の調査では、米国の小売サイトにおける生成 AI 経由のトラフィックが 3,500%増加していることが明らかに



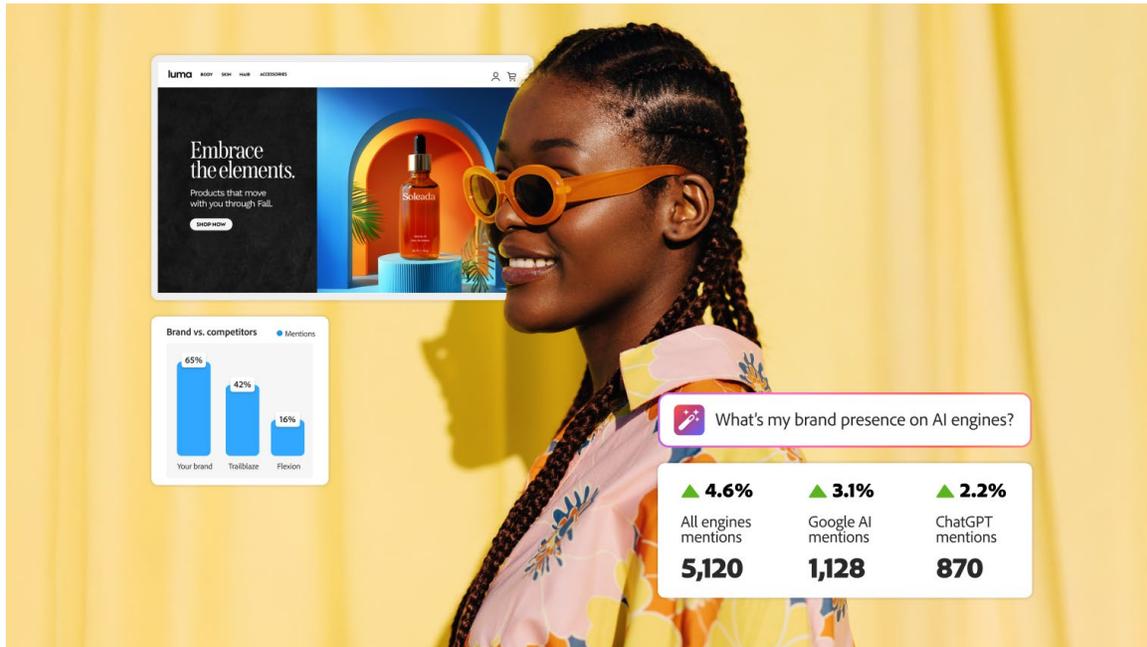
※当資料は、2025年6月16日（フランス時間）に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳版です。

【2025年9月17日】

アドビ (Nasdaq: ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ) は本日、エンタープライズ向けの新しい製品「[Adobe LLM Optimizer](#)」を発表しました。生成 AI インターフェイスを通じて消費者がブランドとエンゲージメントを深める時代において、Adobe LLM Optimizer は企業が新たな存在感を発揮できるよう支援します。これまで企業は Adobe Experience Cloud アプリケーションを活用し、Web やモバイルなどの主要チャネルにおけるプレゼンスを管理し、最適化してきましたが、Adobe LLM Optimizer を使用することで、チームは消費者行動の変化を先取りし、AI 時代においても常に高いブランドの想起率を維持することができます。また、Adobe LLM Optimizer の各種機能により、企業は AI 経由のトラフィックを監視し、ブランドの露出度をベンチマークすることができるほか、発見されやすさ、エンゲージメント、コンバージョンを向上させるための推奨事項を受け取り、デジタルチャネル全体に迅速に展開できます。

Adobe Experience Cloud の戦略および製品担当バイス プレジデントであるロニ スターク (Loni Stark) は、次のように述べています。「生成 AI インターフェイスは、顧客ジャーニーのあらゆる段階において、商品の発見からブランドとのエンゲージメント、購入の意思決定に至るまでを支える主要なツールになりつつあります。Adobe LLM Optimizer によって、企業は、認知を確実に保ちながら重要な瞬間を成果へと繋げられるため、この新しい環境を自信を持って乗り越えることができます。」

新世代の消費者はすでに、好みのブランドとの会話型体験に価値を見出しています。Adobe Analytics の分析によると、2025年5月、米国において生成 AI 経由の小売サイトへのトラフィックが2024年7月以降3,500%増加(注)し、旅行サイトへのトラフィックが3,200%増加しました。消費者は、購入の際のヒントやインスピレーション、そして利用できる特典を求めて行動しています。



Adobe LLM Optimizer により、企業は以下のことを実現できます：

- AI 経由のトラフィックの監視と増進：** Adobe LLM Optimizer は、AI インターフェイスがユーザーからの問い合わせへの応答の根拠としたオウンドコンテンツ（Web サイト上の詳細情報など）を特定できます。これにより、企業はブラウザやチャットサービス上で自社ブランドがどのように表示されているのかをリアルタイムで把握できるようになります。さらに、同時比較が可能なベンチマーク機能により、ビジネス上重要な検索や問い合わせにおける自社の露出度を競合他社と並べて比較することもできます。こうしたインサイトは、コンテンツ戦略をはじめとする組織の意思決定プロセスを見直す際に活用することができます。
- 発見可能性向上のためのコンテンツ最適化：** レコメンデーションエンジンがブランド認知のギャップを検知し、自社チャネル（Web ページ、FAQ）および外部チャネル（Wikipedia、コミュニティサイト）での改善策を提案します。これらは LLM が優先する属性、すなわち信頼性の高い情報源による高品質かつ有益なコンテンツに基づいており、チームは推奨内容に即時に対応し、ワンクリックで変更を展開できます。さらに、アトリビューション機能により、AI 経由の可視性とユーザー行動ならびにビジネス成果を紐づけることができ、エンゲージメント、コンバージョン、下流のトラフィック指標への影響を把握することが可能になります。加えて、標準搭載のレポート機能によ

り、チームはインサイトを迅速に社内ステークホルダーと共有し、ビジネスへの影響を効果的に説明することができます。

Adobe LLM Optimizer は、SEO 担当者、コンテンツストラテジスト、デジタルマーケター、Web パブリッシャーなど、さまざまなユーザーの既存ワークフローに適合するように設計されており、AI 経由のトラフィックに関するインサイトや推奨事項を組織全体で利用できるようになっています。また、A2A (Agent-to-Agent) や MCP (Model Context Protocol) などといったエンタープライズ対応のフレームワークにも対応しており、Adobe LLM Optimizer をサードパーティのソリューションや代理店パートナーとシームレスに統合することも可能です。

Adobe LLM Optimizer は、スタンドアロンのアプリケーションとして活用できるほか、現在多くの企業で採用されている有力なコンテンツ管理システム「[Adobe Experience Manager Sites](#)」とのネイティブな統合にも対応しています。

(注) Adobe Analytics のインサイトは、オンライン上のトランザクションデータ (ページ閲覧や利用状況などの実データ) に基づいており、生成 AI がデジタル経済に与える影響を示しています。また、小売に関するインサイトは、米国の小売サイトへの 1 兆回以上の訪問データの分析に基づくもので、これは他のテクノロジー企業や調査機関では得られない膨大な量のデータです。

■ 「アドビ」について

アドビはデジタル体験を通じて世界に変革をもたらします。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。

© 2025 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.