

アドビ、顧客体験オーケストレーションを再定義するブランドの可視性向上ソリューションを発表

- 消費者にとって AI エージェントや AI プラットフォームを通じたブランドの発見、評価、エンゲージメントは重要な手段となりつつあり、人と AI の両方に向けてデジタルチャネルを最適化することは企業の新たな最重要課題に
- アドビは多数の企業が包括的な顧客体験管理で活用する Adobe Experience Manager プラットフォームの大規模な拡大を発表。コンテキストレイヤーの採用により、AI エージェントはデジタル体験の構築と最適化を支援可能に
- Adobe Commerce、Adobe LLM Optimizer、Adobe Brand Concierge の新機能により、企業は AI の可視性を向上させて、エンゲージメントを高める最適化された体験を提供可能に

※当資料は、2026 年 4 月 20 日（米国時間）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。

【2026 年 4 月 21 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、世界最大級のデジタルエクスペリエンスカンファレンス [Adobe Summit](#) において、[ブランドの可視性向上ソリューション](#)を発表しました。本ソリューションは、AI 検索において自社ブランドの可視性、正確性、信頼性を確保しつつ、自社の情報発信チャネルでもユーザーとの直接的なエンゲージメントを深めるといふ、現在のあらゆる企業が直面する二重の課題を解決するものです。

AI を活用したチャットサービスやブラウザーは、消費者の発見、評価、行動につながる重要なチャネルとなっており、AI 検索における可視性は、今や経営幹部の最重要課題といえます。さらに、消費者が、企業の web サイトなどで直接エンゲージする場合、パーソナライゼーションへの期待はかつてないほど高まっています。自社の情報発信チャネルだけでなく、AI サービスへの情報提供においても、すべてのコンテンツが、正確で、ブランドに即しており、コンプライアンスを遵守し、承

認を得ていることが求められます。[アドビの最新データ（英語）](#)によると、米国の小売サイトに対する AI トラフィックは、前年同期比で 269%増加している（2026 年 3 月現在）一方、企業は AI 検索における可視性で大きな課題を抱えており、差し迫った状況がうかがえます。AI による発見と人とのエンゲージメントをつながりのあるシステムとして取り扱うことで、企業は今後、時間の経過とともにますます大きな優位性を構築できるようになります。

アドビ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。「企業と消費者の間には、新しい仲介者の存在があります。過去に登場したいたかなる存在とも異なり、この仲介者は推論能力を備えています。企業は過去数十年間にわたってコンテンツを管理してきましたが、今では AI による自社製品への理解や、自社のエージェントの行動に必要な組織全体の知識を明確に特定するため、コンテキストも管理する必要があります。アドビの最新ソリューションは、こうした課題を解決するものです」

Vanguard のコーポレートシステム部門ディビジョナル CIO のジェニファー マンリー（Jennifer Manry）氏は、次のように述べています。「AI 主導の未来が待ち受ける中、お客様からの信頼を維持することは、Vanguard のテクノロジーに対するアプローチの柱となる要素です。投資を成功へと導くベストな機会を投資家に提供するため、当社はテクノロジーを進化させ、顧客対応に高度にパーソナライズされ信頼できるよう設計された AI を実装しています」

アドビのブランドの可視性向上ソリューションは、顧客体験のフライホイールの構成要素である、「認識」、「創出」、「リーチ」、「学習」の 4 つのベクトルを対象に継続的な運用モデルとして機能します。企業は AI 主導の発見結果から自社の表示状況を認識し、ブランドのコンテキストに基づいたコンテンツと体験を創出し、共有の基盤からオーディエンスとなる人と AI システムの両方にリーチし、あらゆるインタラクションから学習を行い、パフォーマンスを向上させます。AI エージェントと人のコラボレーションに基づき、顧客体験のフライホイールによって構築される優位性は、サイクルを重ねるごとにより強力なものとなります。

[Adobe Experience Manager](#) (AEM) では、新たなレイヤーの追加によって、あらゆる体験の基盤となるブランドの真の価値、権限、ガバナンス、コンテンツソースを管理します。これは、チームと AI エージェントが web と自社のコンテンツ全体で構築と最適化を行う際に参照する作業環境となります。また、新登場のエージェント型認証機能は、組織全体でアクセスできるようにし、ブランド

の可視性とエンゲージメントを担当する全従業員が AI ファーストの体験構築ツールを利用できるようになります。

顧客体験のフライホイールの原動力となる 4 つのベクトルの内容は以下の通りです。

- **認識**：[Adobe LLM Optimizer](#)と[Adobe Commerce](#)の機能強化により、従来型の検索とLLMを活用した体験の両方を対象に、AIシステムによる製品、コンテンツ、ブランドプレゼンスの解釈を検証し、AI主導の発見を通じた企業の表示状況を可視化します。さらに、こうした機能によって、AI主導の購買プロセスを通じた製品の可視性の課題を特定できます。
- **創出**：業界をリードするコンテンツ管理システムの[AEM Sites](#)が、人とAIエージェント両方のために、コアワークフローに直接組み込まれた体験構築の基盤を提供します。最新のコンテキスト管理機能は、すべての体験がブランドの真の価値に基づき、ポリシーによって管理され、権限とコンテンツソースの共有の基盤によって構築されることを保証します。これにより、チームはAIに対応した体験を大規模に作成できます。現在利用可能なAIエージェントは以下の3種類です。
 - **Brand Experience Agent**：既存のページを更新し、完全新規のコンテンツを作成し、AI主導の発見向けにレガシーサイトをモダナイズすることで、コンテンツ制作を加速させます。
 - **Content Advisor Agent**：承認済みのコンテンツを即座に表示し、あらゆるチャネル向けに調整されて提案することで、チームはコンテンツの検索に費やされる時間を減らし、より多くの時間を成果の向上に投入することが可能です。
 - **Brand Governance Agent**：ブランドポリシーの適用、アセットの権利追跡、権限管理を通じて、ユーザーとAI検索の両方において、コンテンツが常にブランドに即したもので、承認を取得し、ブランドポリシーに準拠していることを保証します。
- **リーチ**：Adobe Commerceの最新機能により、カタログを充実化し、製品ページを最適化することで、AI主導の購買プロセスを通じて製品の可視性を向上させます。[Adobe Brand Concierge](#)の最新機能のよって実現する対話型体験では、ユーザーとの会話でリアルタイムの製品情報と決済機能が提供されます。さらに、AEMの新機能である「LLM Apps」に

より、企業の構築するブランド体験が LLM のインターフェイス内で直接実行されることで、ブランドのプレゼンスを AI プラットフォーム全体に拡大できます。

- **学習**：企業は AI プラットフォーム全体で自社が推奨される割合と回答の正確性を測定できるようになります。また、自社のプロパティに関して直接的なエンゲージメントの成長と顧客生涯価値への影響を評価できます。さらに、人の修正や編集上の判断がシステム全体にフィードバックされ、組織全体の知見として構築されることで、それぞれのサイクルは洗練化されます。これにより、あらゆる体験の根底にあるブランドの真の価値、ガバナンス、コンテンツの基盤が継続的に強化されます。

Forward-looking statements

This press release contains “forward-looking statements” within the meaning of applicable securities laws, including those related to Adobe’s new, enhanced or future AI and product capabilities, innovations and solutions and the expected benefits to Adobe. Each of the forward-looking statements we make in this press release involves risks, uncertainties and assumptions based on information available to us as of the date of this press release. Such risks and uncertainties, many of which relate to matters beyond our control, could cause actual results to differ materially from these forward-looking statements. Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure to innovate effectively and meet customer needs; failure to compete effectively; issues relating to development and use of AI; damage to our reputation or brands; failure to realize the anticipated benefits of acquisitions, investments or other strategic transactions; failure to recruit and retain key personnel; service interruptions or failures in information technology systems by us or third parties; security incidents; failure to effectively develop, manage and maintain our sales channels or critical third-party business relationships; risks associated with being a multinational corporation and adverse macroeconomic and geopolitical conditions; complex sales cycles; litigation, regulatory inquiries, investigations and other actions; changes in, and compliance with, global laws and regulations, including those related to information security and privacy; failure to protect our intellectual property; changes in tax regulations; complex government procurement processes; risks related to fluctuations in or the timing of revenue recognition from our subscription offerings; fluctuations in foreign currency exchange rates; impairment charges; our existing and future debt obligations; catastrophic events; and fluctuations in our stock price. Further information on these and other factors are discussed in the section titled “Risk Factors” in Adobe’s most recently filed Annual Report on Form 10-K and Adobe’s most recently filed Quarterly Reports on Form 10-Q. The risks described in this press release and in Adobe’s filings with the U.S. Securities and Exchange Commission should be carefully reviewed. Adobe undertakes no obligation, and does not intend, to update the forward-looking statements, except as required by law.

■ 「アドビ」について

アドビは「Empowering Everyone to Create」というミッションのもと、すべての人に創造する力を提供してまいります。

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。

© 2026 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.