

アドビ、Semrush の買収を完了 ブランド可視性向上の機能を強化し、「Adobe CX Enterprise」を さらに拡充

※当資料は、2026 年 4 月 28 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 5 月 1 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、ブランド可視性分析プラットフォーム大手の Semrush Holdings, Inc. の買収を完了したことを発表しました。AI インターフェイスや AI エージェントが顧客のブランド発見・評価やエンゲージメントにおける主要な手段となりつつある現在、アドビはこの買収により企業が発見され、コンバージョンを向上するための機能提供を強化します。

エージェント型 AI の時代において、AI エージェントが複雑なワークフローを加速させ、より強力なビジネス成果をもたらす重要なパートナーとなりつつある中、顧客体験オペレーション（CXO）は急速に変化しています。アドビは、コンテンツサプライチェーン、顧客エンゲージメント、ブランド可視性向上を網羅するインテリジェンスおよびガバナンス層を備えた、新しいエンドツーエンドのエージェント型 AI システムである [Adobe CX Enterprise](#) の発表により、CXO を再定義しています。Adobe CX Enterprise は、断片化したシステムに分散するデータとコンテンツの統合プロセスを簡素化し、定義された目標に基づいてワークフローを調整できる AI エージェントを活用することで、パーソナライズされた体験を大規模に提供することを可能にします。

ブランドの可視性向上に対するニーズはかつてないほど高まっています。アドビの調査によると、米国の小売サイトへの AI トラフィックは 2026 年 3 月時点で前年比 269% と大幅に増加しています。一方で、多くの企業では AI 主導の環境におけるブランド可視性において大きく後れを取っています。Semrush の買収により、アドビはこれらの課題解消に向けて、検索エンジン最適化（SEO）、生成エンジン最適化（GEO）、エージェント型検索最適化（ASO）のソリューションを強化し、中小企業からグローバル企業に至るまで、あらゆる規模のマーケターを支援する体制を拡充していきます。

アドビは、Semrush が持つ幅広い顧客基盤を生かし、統合後のポートフォリオ全体で新たな価値創出を図ります。Semrush のブランド可視性に関する知見と [アドビのブランド可視](#)

[性向上およびエージェント型 web ソリューション](#)を連携させることで、より統合された、具体的なアクションにつながる体験の提供を実現します。これには、Adobe Experience Manager、Adobe LLM Optimizer、Adobe Commerce、Adobe Experience Platform (AEP) および AEP 搭載アプリケーション、Adobe Brand Concierge が含まれます。これにより異なる AI プラットフォームを横断してブランドの可視性を確保すると同時に、自社所有のプラットフォームにおける顧客との直接的なエンゲージメントを深めるという二つの課題に同時に対処します。

アドビの顧客体験オーケストレーション事業部門担当プレジデントのアニール チャクラヴァーシー (Anil Chakravarthy) は、次のように述べています。「ブランド発見やコマースのあり方は、今まさに大きく変化しています。こうした変化に適応できないマーケターは、明日には顧客から見つけてもらえない存在となってしまいうでしょう。Semrush の業界をリードする SEO プラットフォームとエージェント型検索インテリジェンスを組み合わせることで、アドビはさらに強力なソリューションを提供します。検索エンジンや大規模言語モデル (LLM) からの可視性から、コンテンツ制作、顧客エンゲージメント、コンバージョンに至るまで、ブランドが消費者にどう映っているかを、単一の統合システムで一貫して把握できます。」

Semrush の最高経営責任者 (CEO) であるビル ワグナー (Bill Wagner) は、次のように述べています。「Semrush は 17 年以上にわたり、ビジネスの成長を担うマーケターを支援してきました。その使命の重要性は、かつてないほど高まっています。アドビに加わることで、AI 主導の世界におけるブランド可視性向上のためのプラットフォーム構築をさらに強化できると確信しています。これにより、あらゆるタッチポイントでブランドが発見され、信頼され、選ばれるよう、マーケターを支援していきます。」

顧客エンゲージメントが自然な会話のやり取りへと移行する中、顧客は単に検索するだけでなく、購買判断の指針を得るために LLM を活用する傾向が強まっています。同時に、AI エージェントがブランドの発見やエンゲージメントに与える影響も拡大しています。最高マーケティング責任者 (CMO) は今、人間と AI エージェントの双方に適切な情報を届けるコンテンツと体験を設計する必要があります。SEO に加え、GEO や ASO といった最適化施策に投資する企業は、自社チャネルおよび外部チャネルの双方において、ブランドの発見性と信頼性を維持できます。アドビと Semrush の完全統合により、[Semrush](#) (英語) の既存ユーザーは、継続的な投資と拡張された製品ロードマップの恩恵を受けるとともに、エージェント型 AI 時代に対応した業界最先端のソリューションを利用できるようになります。

Forward-Looking Statements Disclosure

This press release contains “forward-looking statements” within the meaning of applicable securities laws, including those related to Adobe’s product plans, future growth, opportunities, strategic initiatives, industry positioning, and anticipated benefits from the acquisition of Semrush. 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: Adobe’s ability to enhance its CXO solutions with the addition of Semrush technology; Adobe’s ability to realize cost savings, synergies and other potential benefits of the proposed transaction within the expected time frames or at all; costs or difficulties related to integration matters, including but not limited to customer and employee retention; the effectiveness of Semrush technology; any statements or assumptions underlying any of the foregoing; and those factors 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. Undue reliance should not be placed on these forward-looking statements. 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。

■ 「Semrush」について

アドビ傘下の Semrush は、業界をリードするブランド可視性分析プラットフォームであり、マーケターがオンラインでの存在感を確立し、測定可能な成果を生み出すことを支援します。業界最大規模の独自データセットを基盤とする Semrush は、SEO、エージェント型検索最適化、コンテンツマーケティング、広告、SNS 戦略の各分野において、AI を活用したインサイトを提供します。成長中のスタートアップからフォーチュン 500 企業まで、世界中で 2,800 万人以上のユーザーに利用されている Semrush は、変化し続けるデジタル環境において企業が存在感を確立するために必要な競合分析情報を提供します。

© 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.