

情報通信産業論

中央大学理工学部ビジネスデータサイエンス学科 23D7104001I 高木悠人

1. HP 記事の概要

私は、本課題で Progress and Partners の” AI 時代の検索対策—今知っておくべき AI-SEO の基礎”について取り上げる。当該記事では、web 検索手段がキーワード検索から ai ツールを通した検索にシフトしていくことで、単なる「リンクの提供」ではなく、「直接的な AI による回答の提示」への進化とそれによって、必要となる AI-SEO について述べている。

2. 問題

私は、現在の SEO(以下:現 SEO とする。)について AI 検索による転移速度に対応できていないことで、流入を維持できない企業が多くあることを問題視する。以前の検索手法では、キーワードによる検索が主体となっているため利用している単語についての類似度でページが上位に表示される。しかし、AI 検索では AI が検索を行い、複数のページと閲覧することで参照元と回答を生成する。さらに、AI による検索は、キーワードでのマッチ検索ではなくベクトル化させた後、それらのベクトル類似度での評価を行うため、AI が検索対象として選択しやすいコンテンツにする必要があるのだ。その点で、現 SEO 的な手法では太刀打ちできなくなっていることが問題であると考える。

3. 原因

原因としては、高速な言語生成能力と無意識的な利用経験が挙げられると考える。現在、大規模言語モデルは、推論能力が人間と同レベルになってきたと言われている。具体的には、ChatGPT o3 モデルの Deep Research は、調査の面で特に優れている。そのため、人間が複数のサイトを閲覧し情報リテラシーを元に欲しい情報を見つけるよりも、AI に自然言語で聞いて生成してもらうほうが高速かつ的確である場合が多い。私も、大学の課題を進める際の事前知識の確認や大まかな情報収集では、キーワードによる検索では見つからない情報の取得や、予想していなかった分野の知見を吸収できるため、非常に有用であると感じている。さらに、Google 検索では AI による要約など無意識的に閲覧している。それにより、AI ネイティブが若者を中心に増加していることで、ChatGPT や Genspark 等での検索に抵抗がなく、急激に AI-SEO 需要が高まったと考える。

4. 課題

課題としては、対人間での SEO と対 AI での AI-SEO を両立するガバナンスの確立である。やはり、サイトのアーキテクチャや利用する単語を AI に好まれやすいものを利用することや、AI-SEO に対する知見の共有、ナレッジマネジメントの再確認を行うことが課題であると考える。具体的には、

5. 解決策

私は、解決策として AI-SEO 検索最適化のためのサイト構造、引用分析に関する研究を実施したい。具体的には、Bing Search API を利用して引用サイトのページ構造とコンテンツの特徴を解明する。その中で、Vespa 検索エンジンを構築し引用対象となるサイトを自身で AI Agents で自動大量生成させる。その後、LLM に対してプロンプトを投げどのサイトを引用しているかを記録する。これにより html の構造的な要因とコンテンツとしての AI に対する最適化を最速で行うことができると考えた。