



■ SEO から AIO へ：何が変わるのか？

最近、Google で検索をしていると「**知らぬ間に Gemini と会話している**」ことがよくあります。Google は、「検索」と「マップ」という「問い合わせ窓口」に **Gemini (生成 AI)** を融合させているのですね。

弊社もかれこれ 20 年近く HP 制作をさせていただきしてきました。（それこそ i モードのサイトがあるところから）。その間、一貫して「**SEO 対策**」ということが言われてきました。

そして、去年あたりから「**AIO (AI Optimization : AI 最適化)**」という言葉が展示会等で目につくようになりました。

SEO のときには「ページランク」とか「被リンク数」とかいろいろ言われていましたが、AIO では「**どういう基準で情報を選択しているの？**」という手がかりがありません。

しかしよくしたもので、「そういうときには AI に聞くのが一番」です。

以下は、ChatGPT に聞いてみた結果です。（強調は弊社）

1. 質問に対する答えが明確

「〇〇とは？」「〇〇の費用は？」「〇〇と△△の違いは？」に対して、**ページ内にズバツと答えがあること**。結論→理由→詳細、という構成は AI にも読み取りやすいです。

2. 見出し構造がきれい

H1 → H2 → H3 を論理的に使い、「サービスの特徴」「料金」「導入の流れ」「よくある質問」など、何について書いてあるのか明確にします。単にキーワードを大量に入れるより重要です。

3. 独自情報・一次情報がある

ここは今後かなり重要です。「当社では〇〇社への導入実績があります」「実際の施工期間は〇日でした」「よく相談されるトラブルは〇〇です」など、**その会社だから書ける情報を入れる**。AI 時代は、どこにでもある一般論だけのページは引用する価値が低くなります。

4. 会社・サービスの信頼性が分かる

運営会社、所在地、事業内容、実績、資格、担当者・専門家情報、問い合わせ先などを明確にします。さらに「**この会社は何の専門家なのか**」を**サイト全体で一貫させる**ことも大切です。

5. 構造化データを適切に入れる

Organization、LocalBusiness、Service、Article、BreadcrumbList など、ページ内容に合った **schema.org** を使います。FAQ はユーザーには有用ですが、**FAQPage 構造化データを入れれば AI に強くなる、という単純な話ではありません**。

6. 従来 SEO をちゃんとやる

AIO は SEO の代わりではありません。title、description、H タグ、内部リンク、表示速度、モバイル対応、インデックス、canonical、サイトマップなどの **SEO の土台があって、その上に AIO が乗る**と考えるのがいいです。

このうち、**2、3、4、6 は従来の SEO で言われていたことと同じ**です。

5にある「schema.org」というのも新しいものではありません。

これらを見ると、HP の良し悪しの評価が、たんなる物理的構造からセマンティックなものに移行してきた**これまでの流れを AI が受け継いでいる**ことがわかります。

ここには出てきませんが、巡回はどうなっているのかというの也有ります。

このあたりを**プログラムにまとめまして「AIO 診断」を始めました**ので、ぜひご活用ください。

今回は文字ばかりになってしまいました。。。。。