

WIX



GEOの 基本と実践:

生成AIが変える「検索に強い」サイト設計とは



Index

「クリック価値」の構造的変化が もたらす影響	01	Page - 04
生成AIサービスの爆発的な成長	02	Page - 05
「生成AI流入」の出現とGEOの誕生	03	Page - 06
SEOとGEOの違いを理解する	04	Page - 07
GEO実践の5つの柱: AIに理解される構造化コンテンツを設計する	05	Page - 08
GEOの成果を可視化するための、 Wix AI Visibility Overview	06	Page - 09



はじめに

2025年、デジタルマーケティングの世界はこれまでにない歴史的な転換点を迎えています。これまでWebサイトへの集客手段として圧倒的な影響力を誇っていた検索エンジン最適化（SEO）は、生成AIの急速な普及と進化により、その優位性や存在意義そのものが根本から問い直される時代に突入しました。

テクノロジー分野の権威であるガートナー社は、業界に大きな波紋を投げかける予測を公表しました。2026年までに、従来型検索エンジンでの検索ボリュームが25%も減少する（Gartner、2024*¹）というものです。専門家の間では「実際の減少幅はそれほど大きくないだろう」との見方もありますが、検索エンジンの影響力が徐々に縮小していくという大きな流れについては、業界内で合意形成がされつつあります。

また同調査では、消費者の79%が今後12ヶ月以内にAI搭載型検索サービスを利用する意向を示しており、さらに注目すべきは、既に70%の消費者が生成AIによる検索結果に一定の信頼を寄せているという結果も出ています。



*1 出典: Gartner, Inc. (2024, February 19). Gartner predicts search engine volume will drop 25% by 2026, due to AI chatbots and other virtual agents [Press release]. Gartner.
<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-02-19-gartner-predicts-search-engine-volume-will-drop-25-percent-by-2026-due-to-ai-chatbots-and-other-virtual-agents>

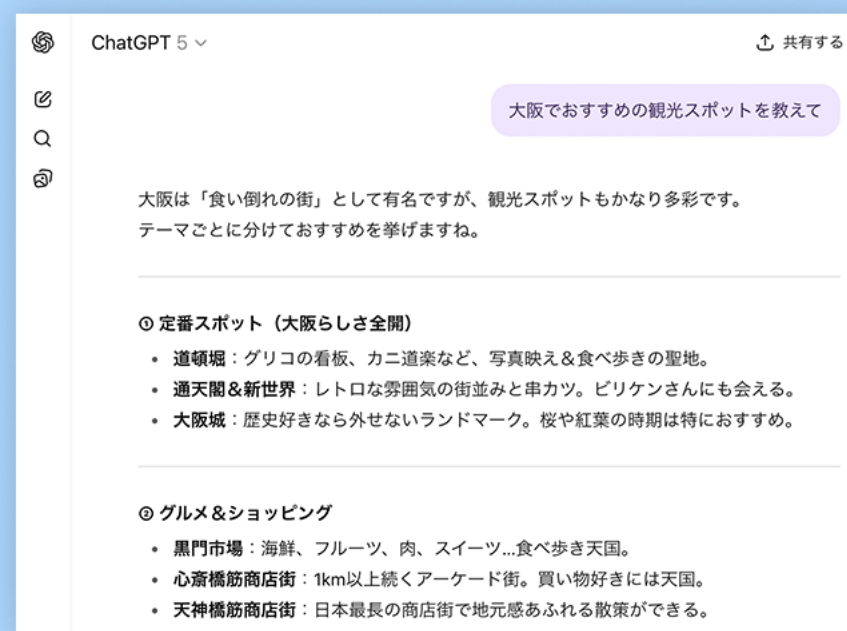
「クリック価値」の 構造的変化がもたらす影響

この変革がデジタルマーケティング戦略に与える最も重要な影響は、「クリックの価値の構造的低下」にあります。生成AIは、ユーザーの質問に対して迅速かつ的確に、包括的で統合された回答を直接提供することが可能であるため、従来のように複数のWebサイトを行き来しながら情報を収集するという行為の必要性は、大幅に減少しつつあります。

これまでのユーザー行動では、検索結果から複数のサイトにアクセスし、それぞれのコンテンツを読み込んで比較検討するプロセスが一般的でした。しかし、AI時代においては、AIが事前にそうした情報収集・分析作業を代行し、ユーザーは生成AIが提供する統合された回答を読むだけで済むようになるでしょう。



出典: Yahoo! Japan 検索結果画面



出典: OpenAI ChatGPT 利用画面

図1: 検索におけるユーザー行動の変化

結果として、従来の検索結果ページ (SERP) からのオーガニックな「クリック数」をマーケティングKPIとしてきたビジネスモデルは、その前提から見直しを迫られること

になります。インターネットは「クリックを奪い合う」場所ではなく、AIが回答を生成する前の段階で「いかにしてAIに引用されるか」という、より上流の領域へと移行しているのです。



生成AIサービスの爆発的な成長

従来の検索市場が縮小する兆しを見せる一方で、勢力を拡大している筆頭が、OpenAIのChatGPTです。リリースからわずか2ヶ月で月間アクティブユーザー数1億人を達成 (OpenAI、2025^{*1})、ここまでの規模まで歴史上最も速く成長したサービスとして記録を打ち立てました。Perplexityのような「アンサーエンジン」に特化したプラットフォームも急成長しています。PerplexityのCEO、アラビンド・スリニバス氏は、週間10億クエリという野心的な目標を掲げています (Perplexity、2025^{*2})。

えており、もはや単一のSEO (検索エンジン最適化) 戦略では対応できない状況です。

企業は今、複数の「アンサーエンジン」で構成されるエコシステム全体において、自社の可視性を戦略的に管理するという、これまでにない複雑な課題に直面しているのです。

この現象が生み出す重要な副次的影響は、「検索という概念の断片化」です。過去20年間、「検索」といえばGoogleが日本を含む世界各マーケットで圧倒的な支配力を持ち、「ググる」という動詞まで生み出しました。しかし、ChatGPT、Perplexity、Gemini、Claudeといった複数の強力なAIプラットフォームの出現により、検索市場は急速に断片化し始めています。各プラットフォームはそれぞれ独自のアルゴリズム、データの優先順位、固有のユーザー層を抱

*1 出典: OpenAI. (2025, July). OpenAI Productivity Note [PDF].
https://cdn.openai.com/global-affairs/be0fe9e0-eb97-43d1-9614-99f2bd948bcc/OpenAI_Productivity-Note_Jul-2025.pdf
*2 出典: Perplexity AI. (2025, June). CEO says Perplexity hit 780M queries in May 2025 as growth surges. Perplexity.ai.
<https://www.perplexity.ai/page/ceo-says-perplexity-hit-780m-q-dENgiYOuTfaMEpxLQc2bIQ>



「生成AI流入」の出現とGEOの誕生

この新しい検索パラダイムの中で、企業サイトにとってまったく新しいトラフィック源が生まれています。それが「生成AI流入 (Generative Inflow)」です。ChatGPTやGeminiなどの大規模言語モデル (LLM) が生成する回答内に含まれる引用やリンクから発生するトラフィックを指します。

この戦略的転換は、企業がこれまで掲げてきた目標やその優先順位を根本から見直し、再定義することを迫ります。従来の「Googleでのクリック獲得競争」から、「AIによる引用獲得→信頼・認知の向上→結果

的なサイト訪問の増加」という、全く新しいユーザー行動モデルへの適応が不可欠となります。

この新たな現実に対応するための戦略的アプローチが、Generative Engine Optimization (GEO)、すなわち「生成エンジン最適化」です。自社のコンテンツと権威性を示すシグナルを戦略的かつ継続的に最適化し、AIモデルから信頼できる情報源として正確に認識され、深く理解され、適切に引用されることを目指す、体系的かつ包括的な実践アプローチです。



SEOとGEOの違いを理解する

GEOはSEOに取って代わるものではなく、SEOを土台として発展した新しいアプローチです。これまで積み重ねてきたSEO対策が全く無駄になるわけではありません。むしろ、AIが参照する情報は信頼性が高く、かつ構造化されたウェブサイトに向かう傾向が強いため、SEOで築いてきた基盤はGEOの時代においても引き続き不可欠であり、大きな価値を持ち続けます。

GEOを成功させるには、まず技術的に健全なサイト構造、ドメインの信頼性、そして検索者のニーズを満たす質の高いコンテンツといったSEOの基本要素が整っていることが前提になります。こうした土台があっこそ、生成AIに情報源として選ばれやすくなり、GEOの効果を最大化できるのです。以下の表は、SEOとGEOの主な特徴と相乗効果をまとめたものです：

SEO		GEO	
(Search Engine Optimization)		(Generative Engine Optimization)	
目的	検索エンジンのSERPで上位表示され、クリックを獲得する	生成AIの回答に引用・言及され、ブランド認知と信頼性を高める	
対象	Googleなどの検索エンジンアルゴリズム	ChatGPT、Gemini、Perplexity、Claudeなどの大規模言語モデル (LLM)	
評価要素	キーワード、被リンク、サイト構造、ユーザー体験など	コンテンツの信頼性、権威性、文脈的関連性、構造化されたデータ、引用可能性	
コンテンツ	キーワード最適化された記事、ランディングページ	AIが理解しやすい、事実に基づいた、簡潔で網羅的な情報、FAQ形式のコンテンツ	
成果	ウェブサイトへのトラフィック、コンバージョン	AI経由のブランド認知、リードジェネレーション、信頼性向上	

図2: SEOとGEOの主な特徴



GEO実践の5つの柱: AIに理解される 構造化コンテンツを設計する

1/ 統合的な コンテンツ戦略の構築は

目的やユーザーの意図を明確にした上で、AIプラットフォームでも理解されやすい構造化されたコンテンツを作成し、E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）を重視したアプローチを取りましょう。

読みやすさの改善、統計情報の提示などを調整しましょう。

2/ 信頼できる情報源としての 引用とデータ活用

研究によると、信頼できる情報源を引用し、統計データや専門家の引用を用いることで、AIプラットフォームでの可視性が30～40%向上することが分かっています。論拠や数値を積極的に提示し、透明性を高めることが重要です。

4/ パフォーマンス測定と 継続改善

AIプラットフォームからのトラフィック、クエリ数、サイト引用数など、新しい指標を追跡し、既存のSEOデータと組み合わせて施策を改善していきます。

3/ 業界特性に合わせた 最適化

歴史や科学、ビジネス、法律など各分野で効果的な最適化手法は異なります。自社が属する業界に応じて、専門用語の追加や

5/ 組織横断的な 連携体制の構築

日本企業ではWeb制作が複数部門にまたがることが多く、GEO施策の実施にはマーケティング、開発、広報、法務などの連携が欠かせません。3～5年ごとのサイトリニューアルや新規サービスの立ち上げ時にGEOを計画に組み込むことをお勧めします。



GEOの成果を 可視化するための、 Wix AI Visibility Overview

Wixではこのトレンドに対応するために、AI Visibility Overviewというダッシュボードを提供しています。このツールは、ChatGPT、Gemini、Perplexity、ClaudeなどのLLMベースの検索エンジン上で、ブランドがどのように表示されているかを把握できるだけでなく、継続的なモニタリング機能や、改善に役立つより具体的かつ実践的なヒントまで幅広く提供します。

WixのAI Visibility Overviewの機能については、[こちらのプレスリリース\(英語\)](#)をご覧ください。この機能は現在は英語のみで使用可能ですが、日本語版も段階的に提供されます。

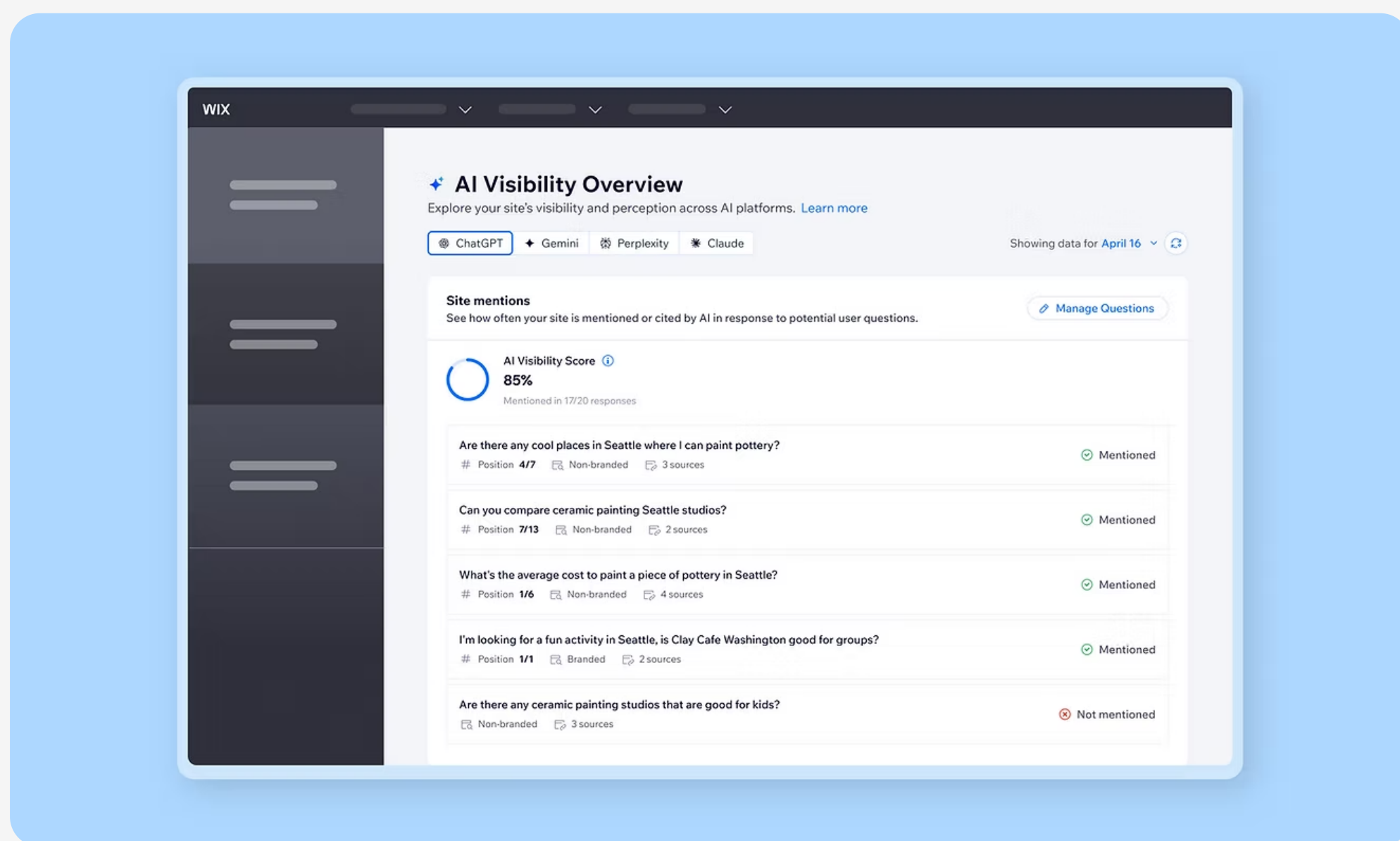


図3: AI Visibility Overview ダッシュボード



終わりに

2025年、私たちは生成AIがもたらす検索のあり方の根本的な変化の真っ只中にいます。従来のクリック獲得を至上命題としていた時代は終わりを告げ、AIにいかに自社の情報が信頼されるか、そして引用されるかが、企業のデジタル戦略の新たな中心課題となりつつあります。この変化は、すべての企業にとって避けて通れない未来ですが、同時に、いち早く適応する marketer にとっては大きなビジネスチャンス意味します。

そして、この新時代を勝ち抜くための羅針盤となるのが「GEO（生成エンジン最適化）」です。GEOは、AIに理解・信頼され、引用されるための包括的なアプローチであり、これからのブランド認知や信頼構築の基盤となります。Wixは、Webサイト制作の総合プラットフォームとして、この変化に対応するための「AI Visibility Overview」などの先進的なツールを提供し、企業の皆様が自信を持ってGEOに取り組めるようサポートいたします。

この大きな変革の波を乗りこなし、次世代のデジタルマーケティングで成功を収めるために、今こそ戦略的な一歩を踏み出す時です。WixのエnEnterプライズソリューションが、貴社のGEO戦略をいかに加速できるか、ぜひお気軽にご相談ください。

Wixエンタープライズ問い合わせ窓口:

enterprise-japan@wix.com

