

講座

Web 広告

村山 哲治

Google の S G E が 与える影響と サイト運用の対策

■ AI によって SEO 対策の 終焉が間近!?

このところ SEO 対策についてクライアントと会話をする時、ChatGPT など AI が今後、検索エンジンにどのような影響を与えるかという質問をよく受けます。

じつはこれによって今後の SEO 対策が大きく変わる可能性があります。SEO 対策の終焉が近いとまで発表している SEO アナリストも一部でいるほどです。それは 2023 年 5 月に Google から発表された「S G E (Search Generative Experience)」が間もなく一般にリリースされることによります。S G E とは、検索エンジンに生成 AI を活用して、ユーザーの質問に対する回答を AI が生成し、画像やコンテンツとともに検索結果のトップに表示するという機能です。この技術は検索

エンジンの革命ともいえるもので、ユーザーに対して便利で豊富な情報を提供することを目指しているものです。しかし、サイト運用側にとっては、S G E の回答の質が運用する Web サイトのコンテンツを上回る可能性があり、検索流入や収益に影響を与える恐れがあるのです。そこで今回は S G E が検索エンジンに与える変化と、今後サイト運用者が行うべき対策 (S G E に対抗するコンテンツ制作と協力するコンテンツ制作) についても解説してみたいと思います。

■ S G E の仕組みから見える メリットとデメリット

まず S G E は以下のような仕組みと流れで、検索結果画面に表示されます。

1. ユーザーが質問を入力すると、Google は AI を駆使して質問に対するテキストを生成。
2. ユーザーの質問に最も適切なものを選択し、検索結果の最上段に表示。
3. 生成されたテキストに加え、関連するコンテンツや画像なども提示。
4. ユーザーは生成されたテキストに対して追加で質問を続けることができる。

使用イメージはまさに ChatGPT です。従来の「キーワード」で検索していたものが、検索ニーズに基づく「文脈」で検索ができ、その結果がネイティブの検索結果よりも上に表示されることが特徴です。ではユーザーにとってどのようなメリットとデメリットがあるのでしょうか。

<メリット>

- 精度の高い回答を得ることができるため、検索の時間や労力を節約できる。
- 対話的な検索によって、より詳細な情報や個別のニーズを満たせる。
- 豊富な情報や画像から、知識や興味を広げることができる。

<デメリット>

- 現状では AI の回答は必ずしも正確で信頼できるとは限らない。
- AI は人の感情や倫理観を持っていないため、事実と異なる場合や、不適切な場合がある。

- AIが生成した回答のソースとなる出典や根拠を確認することができない。
- そのため、回答の著作権や責任に関する問題が発生する可能性がある。

サイト運用側にはメリットがほとんどなく、むしろデメリットとしてAIが生成した回答が検索結果のトップに表示されることで、サイト運用側のコンテンツが下位に押し下げられるため、検索流入や収益に影響を受ける恐れがあります。今後、SEO対策に加えてSGE対策をどうするかという新たなサイト運用課題を考えていく必要があります。

■SGEに対抗するコンテンツ作成、三つのポイント

そこでSGE対策を考えるうえで二つの方向性で考えていく必要があると思います。ひとつは、SGEにいかにして対抗するコンテンツを作成するかという点と、もうひとつはSGEとどううまく付き合っていくかという協力の対策です。まずは対抗策について考えてみたいと思います。

① E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）を高める

※2023年8月号をご参照ください

Googleは検索品質評価ガイドラインで、E-E-A-Tを重視しています。SGEの回答はソースが不明確であるため、E-E-A-Tが低いと判断される可能性があります。そのため、サイト運用者は専門性や権威性を示し、SGEの回答よりも信頼できるコンテンツであることをアピールする必要があります。

② AIでは書けない価値のあるコンテンツを作成する

SGEはAIが生成した回答を表示しますが、AIはまだ人間の感情や創造性に劣っています。そのため、サイト運営者はAIでは書けない価値のあるコンテンツを作成することで差別化する必要があります。例えば、自分の体験や感想、意見や評価などを盛り込んだり、オリジナルなアイデアやストーリーなどを展開したりすることが有効です。

③ ユーザーのニーズに応えるコンテンツを作成する

SGEはユーザーの質問に対して一つの回答を生成しますが、それだけではユーザーのニーズに応えられない場合もあります。例えば、ユーザーが複数の選択肢や比較対象を求める場合や、より詳細な情報や解決策を求める場合があります。商品やサービスのランキングや比較、レビューや口コミなどを提供したり、具体的な方法や手順、ヒントやコツなどを紹介したりすることが有効です。

■SGEに協力するコンテンツ作成、二つのポイント

SGEの回答に協力するには二つのポイントがあります。

① SGEの回答に関連するコンテンツを作成する

SGEは、AIが生成した回答のほかに「関連するコンテンツ」を提示します。この関連コンテンツは、SGEの回答を補完したり、深めたり、広げたりする役割を果たすため、この関連するコンテンツに選ばれるための対策を行うことで、SGEに選ばれることを目指します。例えば、SGEの回答に対して同意や反論（回答のバリエーションとして有効）したりするコンテンツや、SGEの回答に関連する別の観点や話題を提供するコンテンツなどが有効です。

② SGEの回答に対話的に応えるコンテンツを作成する

SGEの対話的な検索体験は、ユーザーがより詳細な情報や個別のニーズに応えるのが特徴です。そのため、SGEの回答に対話的に応えるようなコンテンツを準備しておくことが有効です。例えば、SGEの回答に関連するFAQ形式のコンテンツや、SGEの回答から派生するサブピックやキーワードを提供するコンテンツなどが有効です。

SGEは革命的技術でユーザーには大きなメリットをもたらすと思われていますが、SGEと上手く付き合い、自社のコンテンツの価値を高めることで、サイト運用側にもチャンスはあります。今からでもSGEの情報収集と対策を検討することをお勧めします。

(東京ドアーズ／人間力教育センター 代表)