

SEOの社会的意義とこれからのGEO

宇田川 敦史

武蔵大学 社会学部 メディア社会学科

宇田川 敦史

武蔵大学社会学部メディア社会学科 准教授

東京大学大学院学際情報学府博士課程修了・博士（学際情報学）

専門はデジタル・メディア論、メディア・リテラシー

- ・ 2001-2009 日本IBM(Webアプリ開発、ITコンサルタント)
- ・ 2009-2022 楽天トラベル(デジタル・マーケティング、SEO、UXデザイン)
- ・ 2022- 現職



NIKKEI
MESSE PREMIUM CONFERENCE SERIES

Online Seminar

2.16
MON

AI時代の 検索と広告戦略

～ “AIに選ばれる・引用される”企業マーケティングとは～

Online Seminar

2.16

MON

**“AIに選ばれる・引用される”
とはどういうことか？**

検索と広告戦略

～ “AIに選ばれる・引用される”企業マーケティングとは～

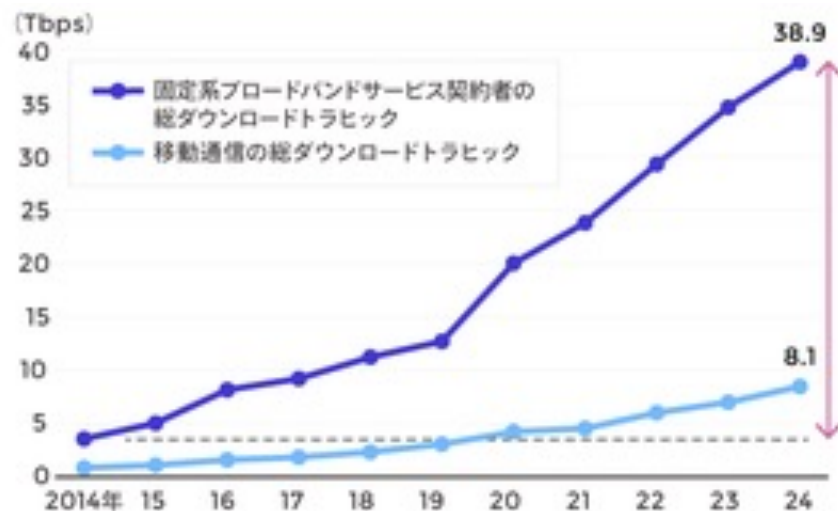
現代の情報環境の根本課題: 情報オーバーロード

情報が稀少なのではなく、
ユーザーの**アテンション**(注意)
こそが稀少な取引対象



アテンションを奪い合う
「**アテンション・エコノミー**」
環境が常態化

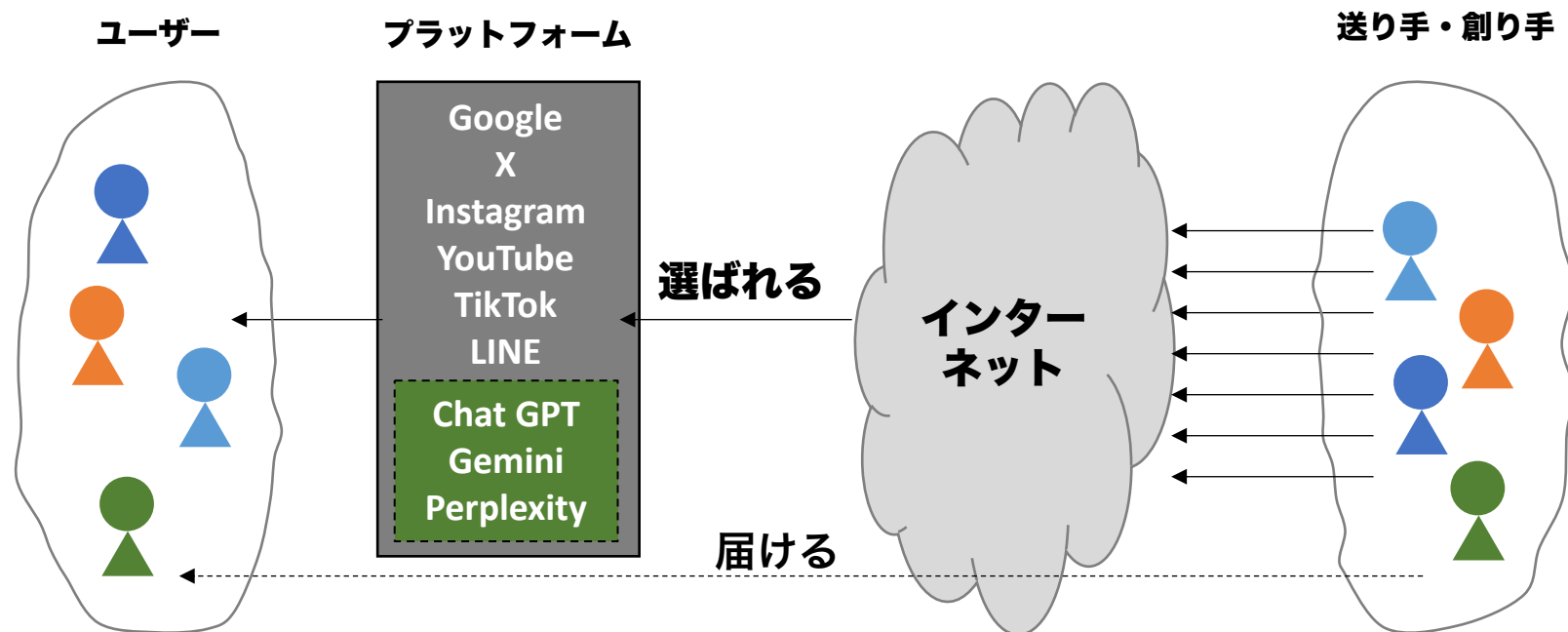
流通トラフィック量の推移



出典: 総務省「令和7年版 情報通信白書」

情報の選別と要約を行う**プラットフォーム**が重要な役割
→ 生成AIはそれを (一部) 代替しうる存在へと急成長

アテンション・エコノミー =プラットフォームへの過度な依存

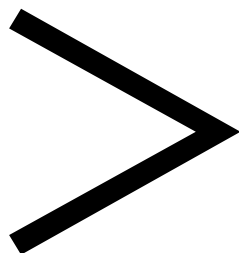


情報の選別と要約を行う**プラットフォーム**が重要な役割
→ 生成AIはそれを（一部）代替しうる存在へと急成長

アテンション・エコノミーのダークサイド

アテンションを奪う
インパクト

釣り見出し
コタツ記事
インターステシャル広告
ダークパターン



コンテンツの
クオリティ

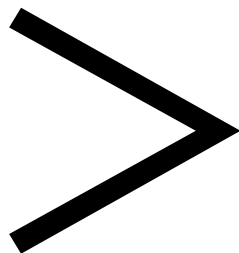
Experience (経験)
Expertise (専門性)
Authoritativeness (権威性)
Trustworthiness (信頼性)

他社よりアテンションを集められさえすれば勝ち？

アテンション・エコノミーのダークサイド

アテンションを奪う
インパクト

釣り見出し
コタツ記事
インターステシャル広告
ダークパターン



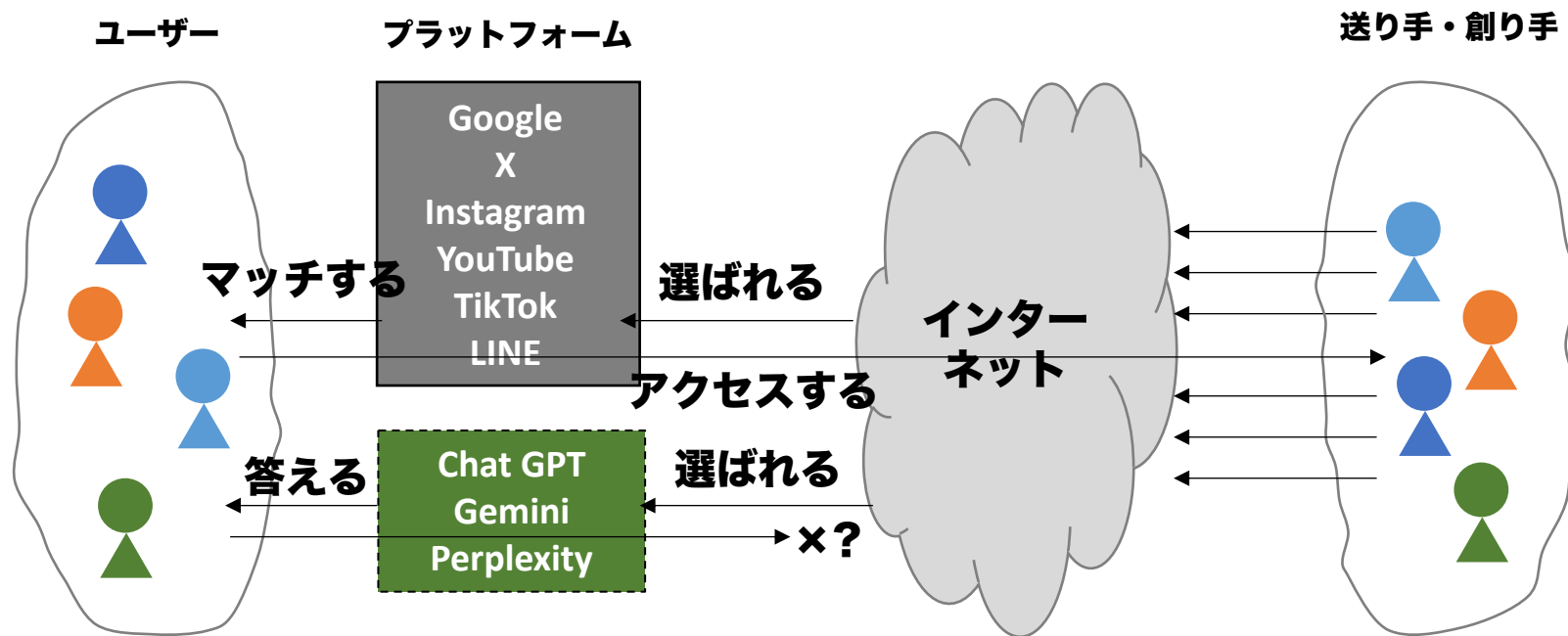
コンテンツの
クオリティ

Experience (経験)
Expertise (専門性)
Authoritativeness (権威性)
Trustworthiness (信頼性)

~~他社よりアテンションを集められさえすれば勝ち？~~

「クオリティ」が高いコンテンツこそがPVを得られる情報環境が理想
=クリエイターとプラットフォームが目指すべき「あるべき姿」

アテンション獲得は「勝ち」を意味しない



直接アクセスすることでしか得られない
オリジナリティ・クオリティこそが重要に

アテンション・エコノミーの誤謬

- ✓ コンテンツのクオリティを差しおいても過剰に「認知」を優先しようとしてしまう
- ✓ 新しいチャネルが増えると他社を押しつけて「ハック」しなければいけないと過剰に消耗してしまう
- ✓ 「ゼロサムゲーム」のアテンションがAIに奪われるという過剰な危機感

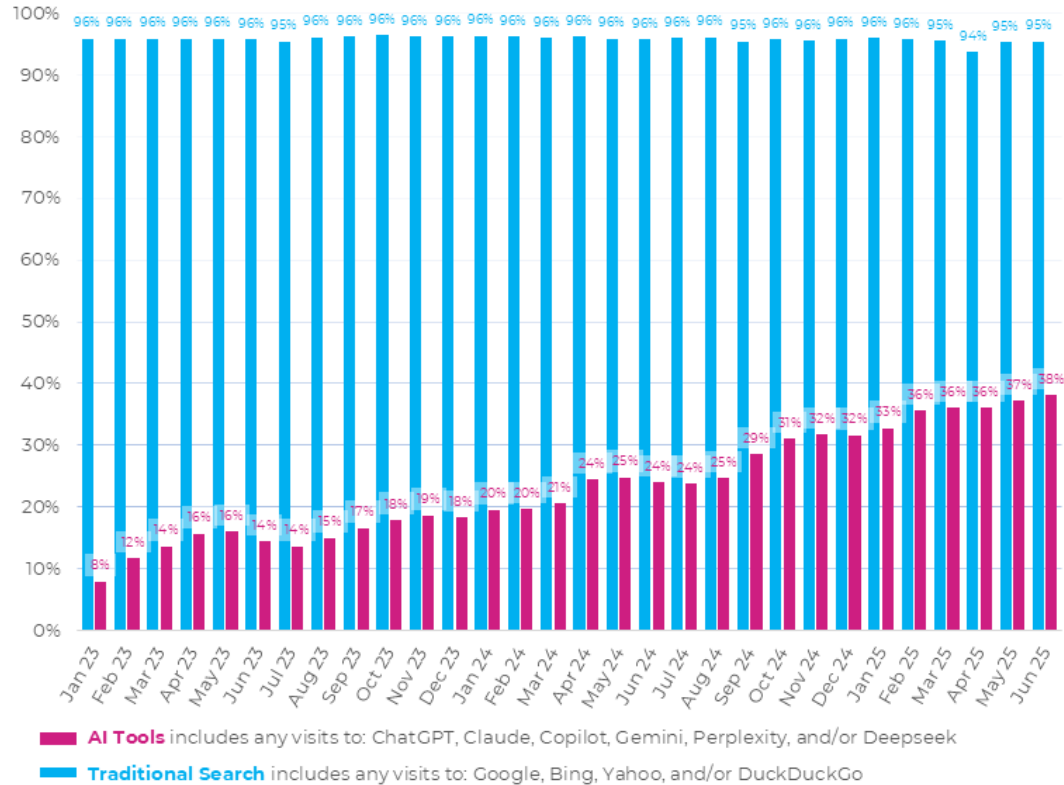
アテンションは「ゼロサムゲーム」ではない



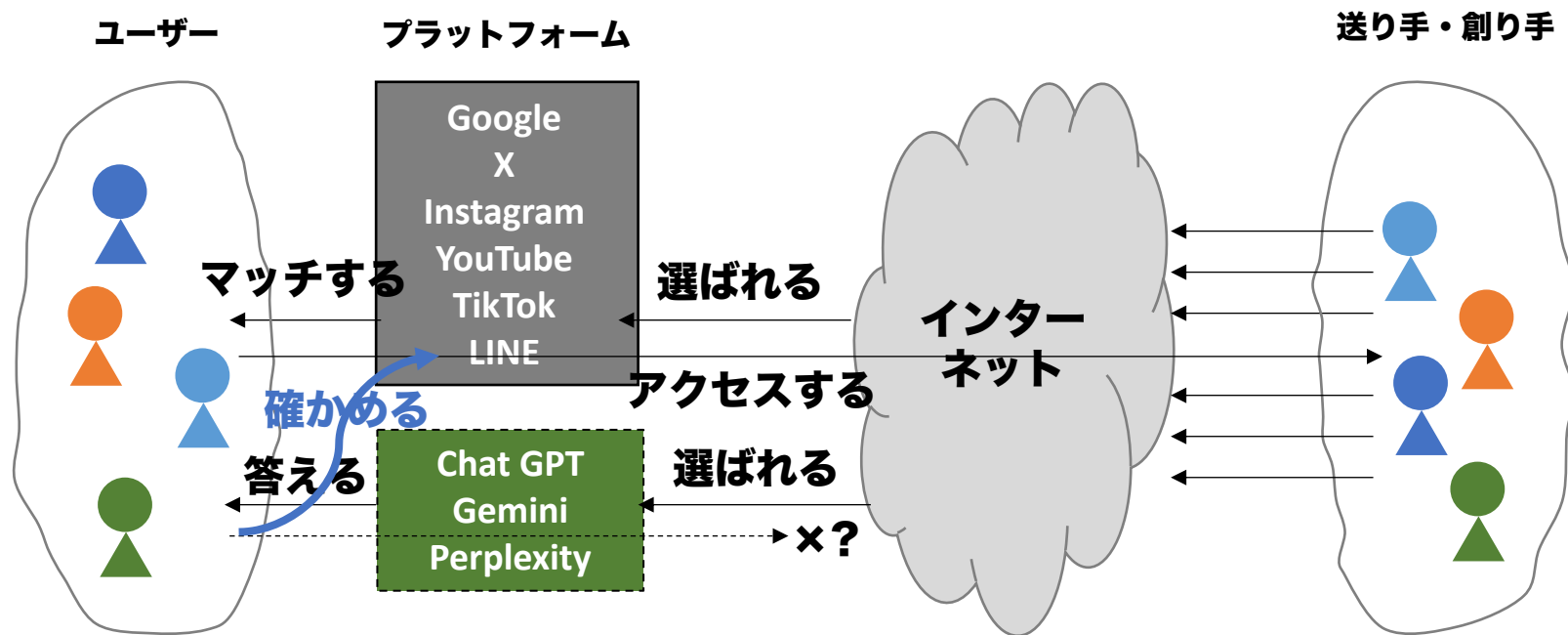
出典: <https://sparktoro.com/blog/new-research-20-of-americans-use-ai-tools-10x-month-but-growth-is-slowing-and-traditional-search-hasnt-dipped/>

Traditional Search vs. AI Tool Visits in the USA 2023-2025

(Percent of desktop devices with >1 visit/month to any of the included properties)



単なる簡易な「アンサー」よりも、クオリティの高い「マッチング」の需要は確実にある



「確かめたい」と思わせる**オリジナリティ・クオリティ**があれば、マッチングにつなげられる

Online Seminar

2.16

MON

そうはいつでも、
「選ばれなければはじまらない」
というのも事実では？

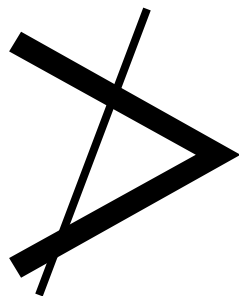
検索と広告戦略

～ “AIに選ばれる・引用される”企業マーケティングとは～

SEOは社会的にみるとなにをしてきたか

アテンションを奪う
インパクト

釣り見出し
コタツ記事
インターステシャル広告
ダークパターン



コンテンツの
クオリティ

Experience (経験)
Expertise (専門性)
Authoritativeness (権威性)
Trustworthiness (信頼性)

~~他社よりアテンションを集められさえすれば勝ち~~

「クオリティ」が高いコンテンツこそがPVを得られる情報環境が理想
=クリエイターとプラットフォームが目指すべき「あるべき姿」

SEOの歴史から考える プラットフォームとの向き合い方

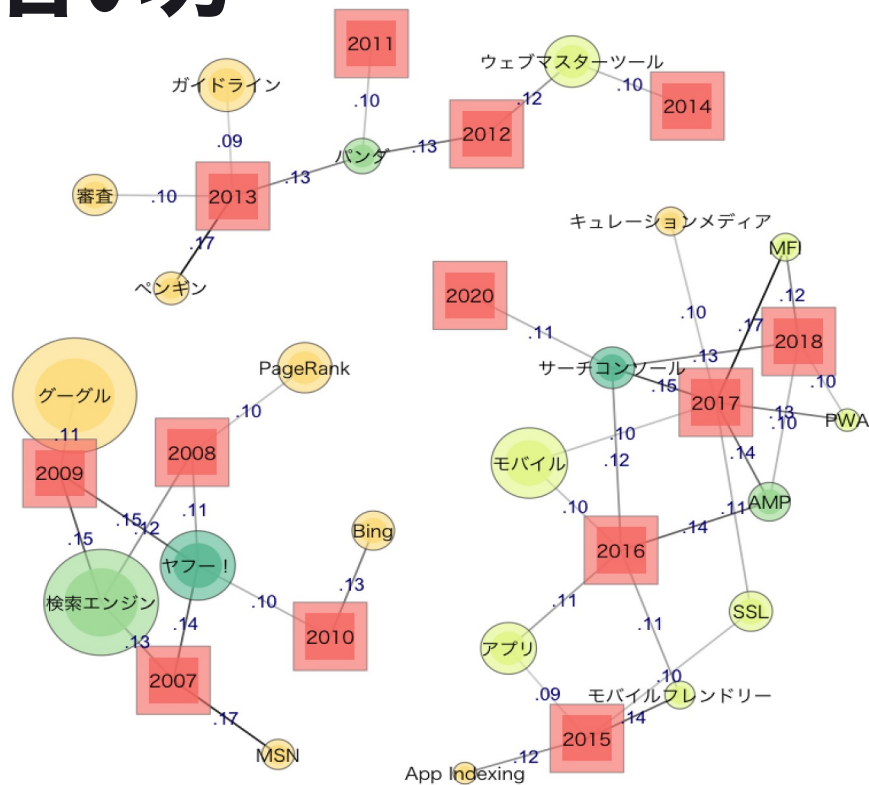
SEO1.0: ハックの時代

SEO2.0: ペナルティの時代

SEO3.0: クオリティの時代



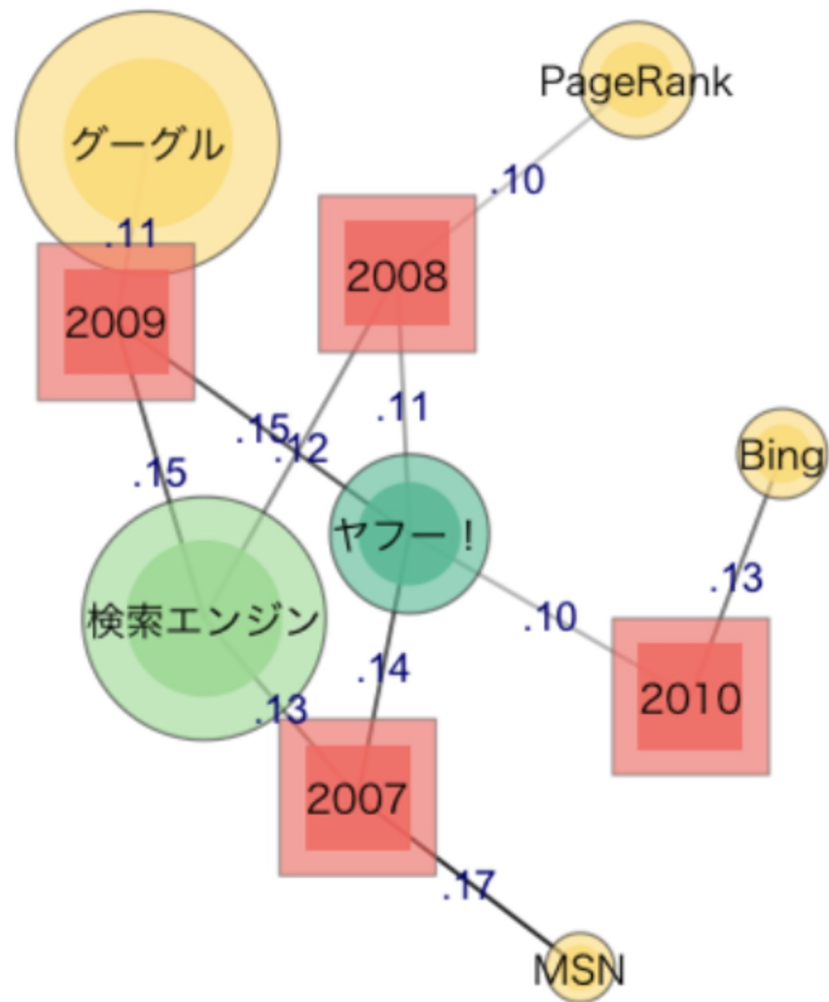
拙著『Google SEOのメディア論』青弓社より



SEO1.0: ハックの時代

主役: マーケッター

- 複数の検索エンジンのアルゴリズムに対するテクニカルSEOが中心
- 検索エンジン側も競合関係→特定の価値観をアルゴリズムに反映しにくい市場環境

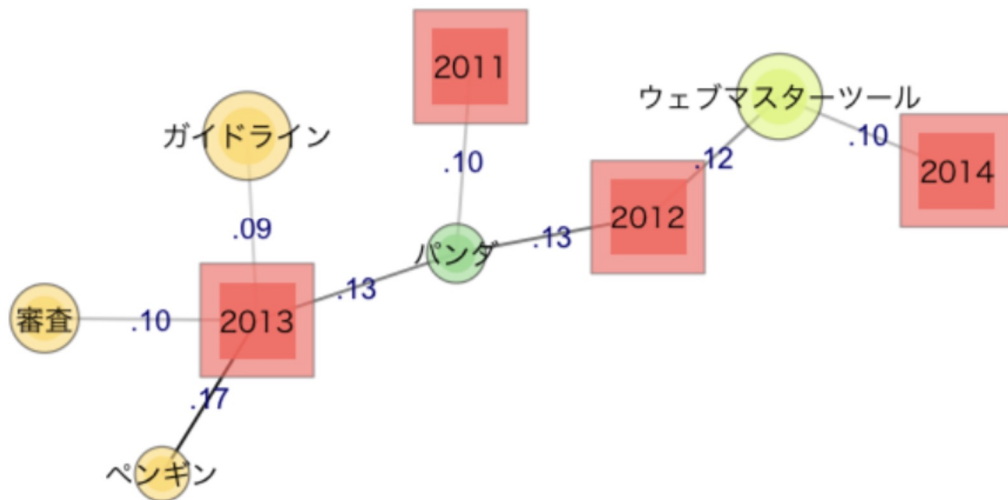


SEO2.0: ペナルティの時代

主役: Google

- Google一強の確立による「ペナルティ」の発動
- パンダ・ペンギンによる「ガイドライン」の実装
- テクニカルSEOはブラックハット化

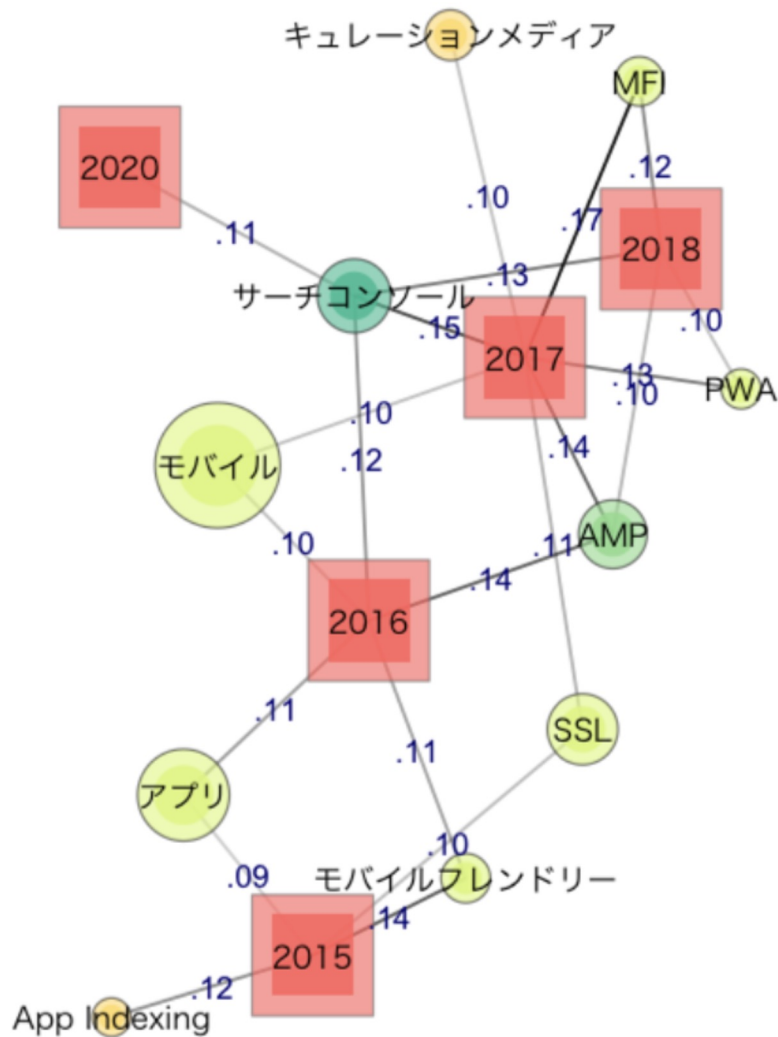
→ホワイトハットへの賛同が前提



SEO3.0: クオリティの時代

主役: ユーザー?

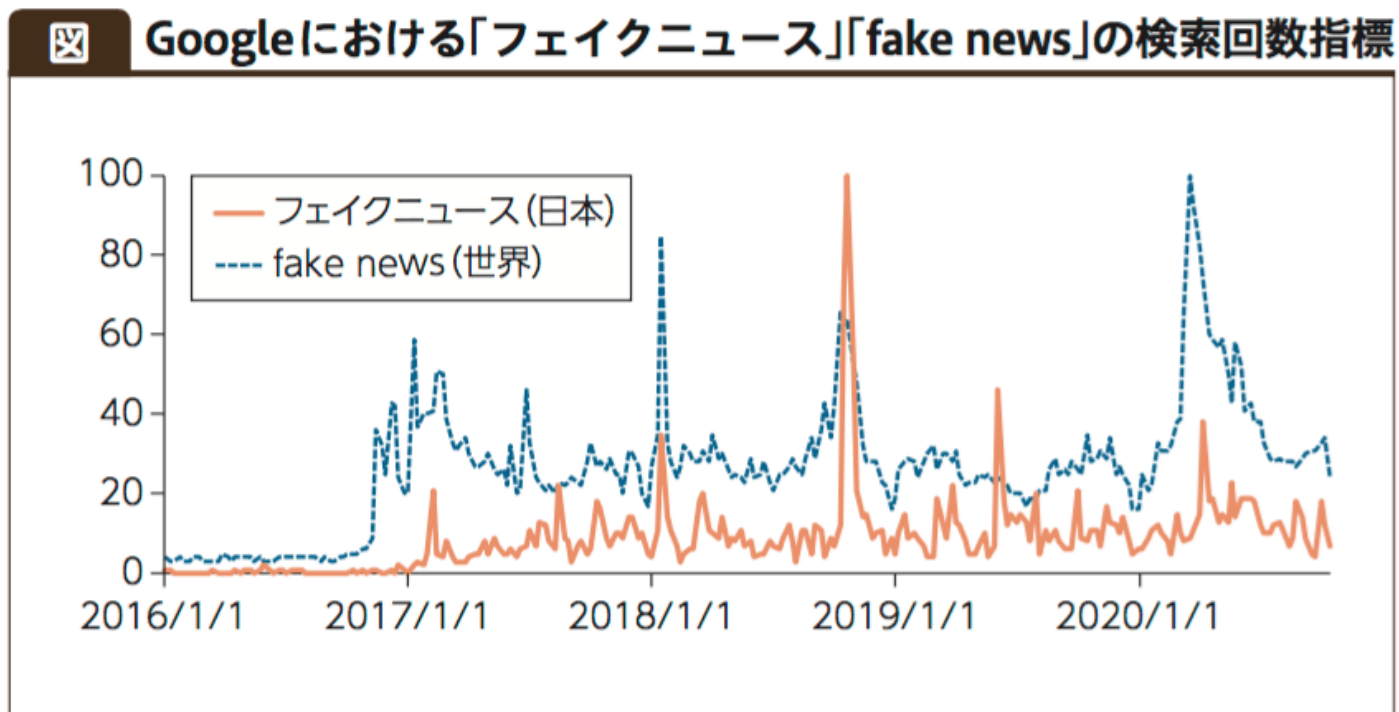
- ガイドラインが示すユーザー利益を重視する時代
- 「Google都合」のアルゴリズムは批判・淘汰される
- 偽・誤情報の問題拡大によってよりクオリティ重視へ



SEO 3.0: クオリティの時代

2016年は「フェイクニュース」元年

- ✓ 米大統領選
- ✓ WELQ事件



Source: 山口真一(2020)「フェイクニュース拡散のしくみと私たちに求められるリテラシー」『国民生活』No.100

WELQ事件が変えたクオリティへの意識

[死にたい]でSEOされたwelq(運営:DeNA)の大きな問題

 辻正浩 | Masahiro Tsuji
@tsuj • 2016年10月24日

DeNA社が運営するキュレーションメディアwelqのとページは、[死にたい]と検索された際に上位表示されるようにSEOを行っています。それで集客してアフィリエイトで儲けようとしているのです。自死関連の情報の公開は内容によってはそれを促進してしまうため非常に難しいものですが、Welqのページはその配慮もなく大きな問題がありました。このページの問題をいくつかのツイートでご説明します。

ツイート



Google 死にたい

すべて 画像 動画 ショッピング ニュース もっと見る ▼ 検索ツール

約 5,060,000 件 (0.20 秒)

自分で自分を苦しめないで。 - me-x.jp
広告 www.me-x.jp/ ▼
あなたはかけがえのない、大切な存在です 誰かに話せば、気分が楽になるかも
地域から探せる - 匿名で相談できる - 無料で相談できる - 悩み別相談先が探せる

勉強・仕事の悩み お金・ネットの悩み
からだ・こころの悩み 学校・家族の悩み

性被害にあったあなたへ - shiawasenamida.org
広告 silent-tears.shiawasenamida.org/ ▼
性被害・暴力、死にたいほどに一人で悩んでいる貴女へ伝えたい事

あなたの声を受け止める - jimdo.com
広告 nan-web.jimdo.com/ ▼
悩んだ時の相談先を紹介しています。心に寄り添う人の支援を/新潟NPO協会

【死にたいと思ったときに試して欲しい7つの対処法】人生に疲れ...
https://welq.jp/メンタルヘルス/人生・将来の悩み ▼
人生嫌な事はたくさんあります。「もうどん底だ」と思う出来事があれば「死にたい、消えたい」と考えてしまう日もあるでしょう。あなたがそんな感情を抱く事は決して間違っていないです。むしろ、とても人間らしいのではないのでしょうか。死にたいと思う事は、「生き...」

死にたい気持ちを責めないで。「死にたい」って言う私の...
www.sayulog.com/うつ病/考え方 ▼
2016/05/20 - こんにちは、サユです。私はうつ病患者です。現在29歳なので、もう15年以上うつ病と付き合っていることになりました。あなたは「死にたい」と思ったことがありますか？ 私は

Source: <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/1610/26/news117.html>

SEOコミュニティとGoogleが協働してYMYL, EEAT重視のクオリティの時代へと移行させた

今週のピックアップ

✓ Google検索結果が大変動、医療・健康の検索60%に影響する日本独自アップデート

本気出してきた (Google ウェブマスター向け公式ブログ) 国内情報

Google検索で「医療」や「健康」に関するページの評価方法を改善したことを、Googleが公式ブログで発表した。

非常に大きな変化で、次のような特徴がある。

- ▶ 日本独自のアルゴリズム更新である。
- ▶ 「医療」「健康」の検索結果だけに影響する。
- ▶ 「より信頼性が高く有益な情報」が上位に表示されやすくなったもの。
- ▶ この分野の検索クエリの60%に影響する大きなアップデート。

信頼性に極めて乏しい医療系のサイトのページが検索結果で上位表示される問題が起きて以来、Googleは検索結果の品質向上に取り組んでいる。

グローバルでは「**YMYL** (Your Money, Your Life、**お金・健康・安全・法律など**)」に加えて「**ニュース**」関連の検索において品質評価重視への動きを強めてきた。

さらに日本のGoogleは健康や医療に関わる検索品質の向上に取り組んできた。今回のアルゴリズム更新も、その一環だろう。



illustration by つきのあめだま

SEO3.0が実証したこと

アテンションを奪う
インパクト

釣り見出し
コタツ記事

インターステイシャル広告
ダークパターン



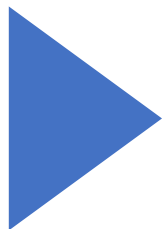
コンテンツの
クオリティ

Experience (経験)
Expertise (専門性)
Authoritativeness (権威性)
Trustworthiness (信頼性)

Googleのガイドラインと、マーケッターのクオリティ指向が相互作用すれば、情報環境は良い方向に変わることができる

SEOからGEOへ

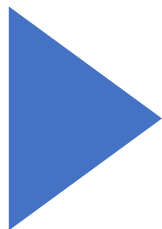
SEO1.0: ハックの時代
SEO2.0: ペナルティの時代
SEO3.0: クオリティの時代



GEO1.0: ハックの時代？

SEOからGEOへ

SEO1.0: ハックの時代
SEO2.0: ペナルティの時代
SEO3.0: クオリティの時代



~~GEO1.0: ハックの時代?~~
クオリティ+オリジナリティ
の時代へ

- ✓ 不確実な時代だからこそ、隙間を縫うハッキングはすぐに無効化する
- ✓ AIの進化はむしろコンテンツのクオリティへの要求を高める
- ✓ AIが持っていない一次情報、オリジナルコンテンツのクオリティに今こそ投資すべき！

まとめ: 健全な情報環境とビジネスの共存へ

- 量（トラフィック）の論理から、質（クオリティ）の倫理へのシフト
遠回りに見えても、ユーザー満足を生まないコンテンツは淘汰される
- SEO・GEOのコミュニティが横に連帯することで、Googleや生成AIの「不公正」な振る舞いは正すことができる
- 短期的なAIハック、テクニカルGEOはすぐに無効化する
AIがユーザーのエージェントになることを見越して、人間に評価されるコンテンツに注力する

Online Seminar

2.16

MON

人間に選ばれる
オリジナリティとクオリティがなければ
“AIに選ばれる・引用される”
企業にはなれない

～ “AIに選ばれる・引用される”企業マーケティングとは～