

# AI Overviewsに引用される サイトの作り方

GEO時代のSEO完全ガイド — 概要まとめ

出典：株式会社リタ | 2026年5月最新版

このPDFは、株式会社リタが公開している「AI Overviewsに引用されるサイトの作り方（GEO時代のSEO完全ガイド）」の内容を章ごとに要約したものです。

章	内容
CH.00	AI Overviewsとは？ — WEB検索の解体と再編
CH.01	AIO — 引用される条件と仕組み
CH.02	AIO実装技術
CH.03	AIに選ばれ続けるための運用サイクル
終章	AIO時代のWEB戦略

## CH.00 AI Overviewsとは？ — WEB検索の解体と再編

### ■ 背景：検索行動の大きな変化

「わからないことは直接AIに聞く」「SNS動画でお店を探す」という行動が、特に若い世代を中心に当たり前になりつつあります。

- 総務省「令和7年版 情報通信白書」：生成AI利用率 2023年度9.1% → 2024年度26.7%（約3倍）。20代では44.7%に達する
- Gartner（2024年）：2028年までに検索エンジン経由の送客が50%以上減少すると予測

## ■ AI Overviewsの定義

GoogleがAIを使って複数の上位コンテンツを統合し、ユーザーに手短で明確な回答を提示する機能。2023年5月のGoogle I/Oで発表。現在200以上の国・40言語で展開中。

## CH.01 AIO — 引用される条件と仕組み

### ■ 最重要要素

ユーザーの質問（インテント）に直接・端的に回答していること（情報の抽出性と信頼性）。検索インデックスに含まれ一定の評価を得ていることが大前提。

### ■ 「検索トップ10」との重複率の激変

時期	重複率	調査機関
2025年8月（Gemini 3移行前）	76%	Ahrefs
2026年初頭（移行後）	38%	Ahrefs
2026年2月（最新）	17~19%	BrightEdge / SE Ranking

現在、検索1位のページがAIOに引用される確率は50%以下とも言われています。

### ■ GEO（生成AI最適化）の3ポイント

米プリンストン大学チームがKDD

2024で正式発表。最適化によりAIへの露出度が最大40%向上することが実証されています。

01	結論ファーストの徹底：見出し直下に50~100文字で直球の答えを置く
02	構造化（データ化）：箇条書き・表・FAQスキーマ・セマンティックHTMLを活用する
03	インフォメーション・ゲイン：自社固有の一次データや専門的視点を盛り込む

### ■ AIO表示クエリの傾向

検索意図	代表的クエリ例	AIO表示頻度
情報収集	～とは？ / ～の方法 / ～の違い	最も高い
比較・検討	～おすすめ / ～比較	中程度
購買・行動	～を購入 / ～に申し込む	低い
特定サイトへの移動	〇〇 公式サイト	ほぼなし

### ■ 文章の書き方（PREP法）

50~100文字以内で冒頭に結論を置くことが基本。PREP構成（Point→Reason→Example→Point）を使い、長い前置きを避けてセクション冒頭に答えを配置します。

### ■ E-E-A-T（AIの信頼判断基準）

要素	意味	AI0でのポイント
Experience（経験）	実際に体験・実施した内容か	AI引用に最も直結する。一人称の情報が強い
Expertise（専門性）	その分野の専門知識があるか	専門用語より平易な解説が評価される
Authoritativeness（権威性）	業界内で認められた存在か	ドメインパワー・被リンクが影響
Trustworthiness（信頼性）	情報が正確で透明性があるか	著者情報の明示が引用率に直接影響

## CH.02 AI0実装技術

### ■ セマンティックHTML

意味のあるHTMLタグを使い、h1→h2→h3の順で正しく階層化することが基本。AIはタグ・構造からページの意味を機械的に解釈します。構造が曖昧なページは読み取られにくくなります。

- FAQの質問と回答のペアをFAQマークアップで明示する

### ■ 構造化データ（Schema.org）の優先度

スキーマタイプ	対象コンテンツ	効果
FAQPage	FAQ形式のコンテンツ	特に高い
Article / BlogPosting	著者・公開日・更新日を明示	高い
Organization / LocalBusiness	企業情報・所在地・連絡先	高い

※ 必須ではないが、実装することで引用されやすさが明確に向上します。

### ■ 情報の鮮度

時事性の高いテーマでは最新情報の維持が引用の可否を大きく左右します。株式会社リタのAIアクセスデータ分析でも、更新日付が明記されたコンテンツへのAIアクセスが多い傾向が確認されています。

### ■ 競合との差別化戦略

- 独自の調査・実績データ：自社で計測した数値・実際のプロジェクト事例
- 視点の明確さ：「～という観点から見ると」という固有の切り口を持つ
- 著者の実体験：「私が実際にやってみた結果」という一人称の情報はAIが持っていない

## CH.03 AIに選ばれ続けるための運用サイクル

### ■ 最初に着手すべき施策

Google Search Console (GSC) でページが正常にインデックスされているかを確認すること。Googleに認識されていなければAI Overviewsの候補にすら入りません。

## ■ GSCによるAI0流入の計測

AI0流入を直接確認できる公式機能は現時点では存在しません。GSCのCTR・表示回数の変化と外部SEOツールを組み合わせた間接的な把握が現実的です。

## ■ AI誤引用への対処法

方法①	自社サイト上の情報を正確に書き直す。次回クロール時にAIの情報が更新される可能性がある
方法②	AI Overviewsの「フィードバック」ボタンから「不正確な情報」として報告する

# 終章 AI0時代のWEB戦略

## 繰り返し引用されるサイトの7つの共通点

共通点	説明
① 質問への直接回答が冒頭にある	ユーザーの疑問に対してページ冒頭で明快に回答。結論を後回しにしない
② 必要な情報が網羅されている	概要・理由・具体例・注意点まで1ページで完結する深さを持つ
③ E-E-A-Tが明示されている	執筆者プロフィール・実体験・一次情報に基づく記述がある
④ 構造化マークアップと明快な見出し体系	FAQスキーマ・ArticleスキーマとH2/H3の論理的な階層がある
⑤ 情報を定期的に更新・検証	最終更新日を明記し、法改正・仕様変更に対応している
⑥ モバイル・表示速度が水準を満たしている	Core Web VitalsをクリアしどのデバイスでもコンテンツがUXが快適
⑦ 「この分野の専門サイト」と認識させる構造	一貫したテーマ性と内部リンクでトピックを体系的にカバーしている

出典：株式会社リタ「AI Overviewsに引用されるサイトの作り方 — GEO時代のSEO完全ガイド —」  
[https://www.lita.co.jp/aio/aio\\_overviews.html](https://www.lita.co.jp/aio/aio_overviews.html)（最終更新：2026年5月21日）