SEO TOKYO maker

WHITE PAPER 2026

Google公式ガイドで読み解く

生成AI検索の最適化

**SEOは有効か、何をすべきか、
何をしなくてよいか**

AI Overviews・AIモードに、特別なLLMOは必要か。
Googleの公式ガイドと一次情報から整理する

アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

GOOGLE SAYS: NOT NEEDED

Googleが「不要」とする5つ

- ✕ llms.txt・特別なマークアップ
- ✕ コンテンツの「チャンク化」
- ✕ AIのためだけの書き換え
- ✕ 不正確な「言及」探し
- ✕ 構造化データへの過剰な取り組み

※Google検索の生成AI機能に対する、Googleの説明です

この資料でわかること

AIO・LLMO・AEO・GEOといった言葉が広がるなか、Googleは自社の生成AI検索について、公式の最適化ガイドを公開しました。

こんなお悩みはありませんか？

- AI OverviewsやAIモードへの対策を知りたい
- llms.txtなどが本当に必要か判断したい
- AIO・LLMO施策の優先順位を決めたい
- 社内でGoogleの公式見解を説明したい

01 Google公式ガイドの要点

2026年5月に公開された公式ガイドを、関連する一次情報とあわせて整理

02 やらなくていい5つのこと

llms.txtやチャンク化など、Googleが「不要」と明言した施策

03 AIO・LLMOの優先順位

Google向けとGoogle以外を分けた、現実的な進め方

対象：AI検索時代のSEO・LLMO方針を検討している経営者・マーケティング責任者／AI検索対策の施策を選び、社内で説明する必要があるWeb担当者

© ADMANO inc. All Right Reserved.

前提：ガイドの対象は「Google検索の生成AI機能」

まず押さえたいのは、このガイドが「どのAI」を対象にしているかです。

2026.5.15
公開日（Google検索セントラル ブログで発表）

2026.10.30
最終更新日（執筆時点）

正式名称
Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド

ガイドの対象

AI Overviews（AIによる概要）
AIモード

＝ Google検索の生成AI機能（Google向けAIO）

ガイドの対象外

ChatGPT
Perplexity・Claude など

＝ Google以外の生成AIサービス（広い意味のLLMO）

ポイント **「Google向けAIO」と「Google以外のLLMO」は分けて考える**

ここを混同しないことが、これからのAI検索対策で最も大切なポイントです。Googleの「不要」は、Google検索に対しての話です。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル ブログ「A new resource for optimizing for generative AI in Google Search」（2026年5月15日）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

結論：生成AI検索でも、SEOは引き続き有効

ガイドは、多くの人が最も知りたい問いへの答えから始まります。

Q. 生成AI検索でも引き続きSEOは有効ですか？

A.「手短に言えば、有効です。」

Google公式ガイドの冒頭の回答

理由：生成AI機能は、検索のコアランキングと品質システムに根ざしているから

AI OverviewsもAIモードも、別の新しい検索エンジンではなく、Google検索のインデックスにあるコンテンツを使う仕組みです。

発見 › クロール › インデックス › 品質システムで評価 › AIの回答に表示

Googleの公式見解

AEO・GEOも、Googleから見れば「SEO」

Googleは、生成AI検索向けの最適化は検索体験の最適化であり、「SEO であることに変わりはありません」と説明しています。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

生成AI機能に表示されるための条件

AIの回答に自社サイトのリンクが表示されるには、何が必要なのでしょうか。

1 インデックス登録されている

Google検索のインデックスに、ページが登録されていること

2 スニペット付きで表示できる

nosnippetなどで、スニペット表示が制限されていないこと

3 「検索の生成 AI」に含めている

Search Consoleの設定で、サイトを生成AI機能に含めていること（初期設定は「含める」）

技術要件 AI専用の追加要件はない

検索の技術要件を満たし、上の条件を満たしていれば、AI OverviewsやAIモードのリンク表示の対象になります。AI専用のファイルやschema.orgは不要です。

Search Console 「検索の生成 AI」設定は、2026年8月31日に全サイトへ

除外を選ぶと、AI機能でのリンク表示や回答の生成に使われなくなります。通常の検索順位には影響しません。AIの学習を制限するのはGoogle-Extended、検索から外すのはnoindexです。

注意 要件を満たしても、クロール・インデックス登録・表示は保証されません（Google）。除外の設定は、反映まで通常数日かかります。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」／Search Console ヘルプ「検索の生成 AI 設定」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

生成AI検索を理解する2つの仕組み

Googleは、生成AI機能がどのように情報を集めて回答しているかも説明しています。

① RAG（検索拡張生成）

検索インデックスから、関連性が高く新しいページを取ってきて回答をつくる

「グラウンディング」とも呼ばれます。AI回答の品質・正確性・鮮度を高めるための仕組みで、回答の中には、情報を裏付けるウェブページへのクリック可能なリンクも表示されます。

② クエリ ファンアウト

1つの質問から、関連する複数の検索を同時に行う

「雑草だらけの芝生を直す方法」

→ 芝生に最適な除草剤

→ 化学薬品を使わずに雑草を除去する方法

→ … など

示唆 **狙うのは「1つのキーワード」ではなく「テーマ全体」**

ユーザーの悩みや、その先にある関連する疑問まで含めて、テーマ全体で役に立つ情報を提供することが、AIに参照されるための近道です。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Google検索の生成AI対策は、SEOと別物ではない

AEO・GEO・LLMOのような新しい言葉が広がっても、Googleの答えは明確です。

AI Overviews・AIモードに対して重要なこと

- ユーザー第一の、独自性のあるコンテンツ
- クロール・インデックスの土台
- テクニカルSEO
- SEOの基本を正しく実行すること

Googleの警告 「順位保証」「Google内部の指標」をうたうツールに注意

Googleは、AEO・GEOのアドバイスを公式ガイダンスに照らして評価するよう呼びかけています。多くの「ハック」は効果がないとも説明しています。

注意 ただし、これはGoogleの見解

ChatGPT・Perplexity・Claudeなどは、仕組みや参照するデータ、引用の方法が異なります。Googleが不要とする施策を、すべての生成AIで不要と断言するのは早計です。

Google向けには、特別な裏技より「SEOの基本」。Google以外のAIは、それぞれの仕組みに合わせて考える

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

最も推奨されるのは「非コモディティ」なコンテンツ

Googleがガイドの中で最も強く推奨しているのが、ありふれていない、独自性のあるコンテンツです。

Google公式ガイドの説明（要旨）

ユニークで魅力的、役立つと感じてもらえるコンテンツをつくることは、ガイドのほかのどの提案よりも、生成AI検索でのサイトの存在感を長期的に高める

独自の視点

専門的な見解や、実際の体験に基づく内容を加える

一般論を避ける

「初めて住宅を購入する人向けのヒント」のような、誰でも書ける内容だけにしない

要約で終わらない

既存コンテンツの要約は、ほかで手に入る情報の言い換えにすぎない

読者のために整理

段落・セクション・見出しで、読みやすい構造にする

画像・動画で補強

画像SEO・動画SEOに沿っていれば、生成AI検索向けにも最適化済み

キーワード解説 **「コモディティ」＝どこにでもある、ありふれた情報**

生成AIが簡単につくれる内容や、ほかのサイトの言い換えでは、AIにもユーザーにも選ばれにくくなります。自社にしか書けない一次情報が、最大の武器です。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「画像 SEO のベスト プラクティス」／Google検索セントラル「動画 SEO のベスト プラクティス」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

クエリ ファンアウト狙いの大量ページは、スパムになり得る

クエリ ファンアウトの仕組みを知ると「関連ページを大量につくればいい」と考えがちです。Googleはこれをはっきり否定しています。

Googleが明言している注意点

ファンアウトのバリエーションに合わせて、似たページを大量につくる

主に検索順位や生成AIの回答を操作する目的で行うと、スパムポリシーの「大量生成されたコンテンツの不正使用」に違反します。

Google公式ガイドより（要旨）

ページ数が多いからといって、サイトの品質や関連性が高まるわけではない

AI生成コンテンツを補助的に使う場合も、検索の基本事項とスパムポリシーを満たす必要があります。

Googleの発表 **2026年5月のコアアップデート**

2026年5月21日に開始し、6月2日に完了（約12日間）。Googleは2026年に、3月と5月の2回のコアアップデートを実施しています。

東京SEOメーカーの確認 **インデックスが大きく減ったサイトも**

当社が確認したサイトでは、このアップデートの前後で、インデックス済みのページが大量に減った例が多数見られました。

ページを増やすより、ユーザーが求めるものに集中して、1ページの価値を高める

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」／Google Search Status Dashboard「May 2026 core update」／Search Engine Land「Google May 2026 core update rolling out now」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

テクニカルSEOは、生成AI検索でも土台

Googleは、ページを見つけて処理する検索の仕組みが、AIがデータを利用する方法の中核であり続けると説明しています。

1 技術要件を満たす

インデックス登録され、スニペット表示の対象になる

2 クロールのベストプラクティス

公開され、クロールできる状態にする。大規模サイトはクロールバジェットも

3 セマンティックHTML

完璧である必要はない。スクリーンリーダーを含め、人が読みやすい構造を優先

4 JavaScript SEO

ブロックされていなければ処理できる。JavaScript SEOの基本に従う

5 ページ エクスペリエンス

あらゆる端末で適切に表示、速い表示、メインコンテンツが明確

6 重複コンテンツを減らす

ユーザー体験を改善し、クロールのリソースも節約できる

運用 **Search Consoleで、問題を早く見つける**

Googleは、潜在的な技術的問題をすばやく見つけて診断するために、Search Consoleでサイトを確認するよう勧めています。要件を満たしても、クロール・インデックス登録・表示は保証されません。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「JavaScript SEO の基本」／Google検索セントラル「ページ エクスペリエンス」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

商品・店舗の情報も、生成AI検索への対策になる

Googleの生成AI検索では、商品や店舗の情報がAIの回答に表示されることがあります。

ECサイト

Merchant Center

商品名	価格	在庫

商品フィードなどで、正確な商品情報を登録する

店舗ビジネス

Googleビジネスプロフィール

営業時間	住所	サービス内容

業種によっては、ユーザーがブランドとチャットできる「ビジネス エージェント」も選択肢に

ポイント **ウェブページだけが、AI検索の対策ではない**

Googleは、Merchant CenterやGoogleビジネスプロフィールが、AIの回答とほかの検索結果の両方で、商品やサービスの見つけられやすさを高めると説明しています。正確な基本情報の登録も、立派なAI検索対策です。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Googleが「やらなくていい」とする5つのこと

ガイドには「生成AI検索の誤解を解く：する必要のないこと」という章があり、よく勧められる施策をはっきり否定しています。

項目	Googleの説明（要旨）	補足
× llms.txt・特別なマークアップ	機械可読ファイル、AIテキストファイル、マークアップ、Markdownを新たにつくる必要はない。ほかのサービス向けにつくるのは問題ないが、Google検索では特別に扱われない	Google以外のAIでは検証の余地あり
× コンテンツの「チャンク化」	AIが理解できるように、コンテンツを細かく分割する必要はない。理想的なページの長さもない	読者にとっての読みやすさが大事
× AIのためだけの書き換え	生成AI検索向けの特別な書き方は不要。AIは類義語や検索の意図を理解できる	キーワードの詰め込みや不自然な文章は不要
× 不正確な「言及」探し	ウェブ上の不正確な言及を探して回ることは、一見役立ちそうでも、実際にはそれほど役立たない	正確な情報を自社から発信することが優先
× 構造化データへの過剰な取り組み	生成AI検索に構造化データは不要。AI向けの特別なschema.orgもない	リッチリザルトのため、通常のSEOとしては推奨

重要 **「不要」は、Google検索の生成AI機能に対しての話**

ChatGPT・Perplexity・Claudeなどは仕組みが異なるため、「すべてのAI対策で不要」と決めつけることはできません。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Search Consoleで、生成AI機能での見え方を測る

Googleは、生成AI機能での可視性をSearch Consoleで測ることを勧めています。

2026年6月3日 発表 → 8月31日 全サイトへ

生成AIパフォーマンス レポート

AI OverviewsとAIモードでの表示を確認できる専用レポート。Discover用のレポートもあります。

インプレッション
生成AI機能で、サイトへのリンクが表示された回数

ページ
どのページがAI機能に表示されたか

国・デバイス
どこで、どの端末で表示されたか

日付
表示の推移を時系列で確認

読み方 **見えるのは、主に「表示回数」**

このレポートは、生成AI機能でのインプレッションが中心です。クリックや問い合わせの評価には、通常の検索パフォーマンスやGoogleアナリティクスと組み合わせて使います。

計測の前提 **AI機能のクリックも「ウェブ」に含まれる**

AI OverviewsやAIモードからのクリックは、通常の検索パフォーマンス レポート（検索タイプ「ウェブ」）にも含まれます。

Googleの推奨 ガイドの「次のステップ」でも、Search Consoleで生成AI機能での可視性を監視することが挙げられています。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」／Google検索セントラル ブログ「Introducing Search Generative AI performance reports in Search Console」（2026年6月3日）／Search Console ヘルプ「生成 AI パフォーマンス レポート（検索）」／Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

エージェント エクスペリエンス：AIが「操作する」時代へ

ガイドの後半では、AIエージェントがサイトを使う時代への備えにも触れています。

AIエージェントとは（Googleの説明）

予約の確認や製品仕様の比較など、ユーザーに代わってタスクを実行する自律システム

ブラウザ エージェントが見ているもの

スクリーンショット	DOM構造	アクセシビリティツリー

Googleは、関連がある場合はエージェント対応のベストプラクティスや、UCP（Universal Commerce Protocol）など新しいプロトコルの動向を追うよう勧めています。

東京SEOメーカーの例

AIにも意味が伝わる実装にしておく

たとえば、予約ボタンはdivではなくbuttonタグで実装し、わかりやすいラベルを付ける。アクセシビリティを高めることが、人にもAIエージェントにも使いやすいサイトにつながります。

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Googleが示す「重点を置くべきこと」

ガイドは最後に、サイト運営者が重視すべき5つの項目をまとめています。

SEOのベストプラクティスを適用する	明確な技術構造と、独自性のある価値の高いコンテンツが、生成AI検索でも検索全体でも土台になる
非コモディティなコンテンツをつくる	一般的な知識を超えた、専門家の知見や実際の経験に基づく内容を
「AEO・GEOハック」より実効性のあるSEO	チャンク化、不要なAIテキストファイル、不正確な言及探しは、Google検索では気にしなくてよい
Search Consoleで可視性を監視する	生成AIパフォーマンス レポートで、AI機能での見え方を確認する
エージェント エクスペリエンスを探索する	AIエージェントがサイトとやり取りするための新しい技術の動向を追う

すべての土台は「ユーザーのための、独自性のあるコンテンツ」と「明確な技術構造」

出典：Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

AIO・LLMO対策の優先順位（東京SEOメーカーの見解）

Googleのガイドを踏まえ、当社ではAIO・LLMO対策を次の順番で進めることをおすすめしています。

最優先

Googleが公式に勧めていること

ユーザー第一のコンテンツ、独自性、テクニカルSEO、クロールとインデックス、画像・動画SEO。ECはMerchant Center、店舗はGoogleビジネスプロフィール

次に

Google以外の生成AIも意識した情報設計

会社・サービスの説明をわかりやすく、専門性や実績を示す、FAQ、一次情報、外部メディアでの自然な言及、重要な情報をPDFや画像だけでなくHTMLの本文でも読めるように

最後に

llms.txtなどの補助施策

Google向けの必須施策ではない。ChatGPT・Perplexity・Claudeなども含めた広い意味のLLMOとして、SEOの基盤が整ったあとに検証する

東京SEOメーカーの視点　SEOを土台にして、生成AI時代に合わせて情報の見せ方を広げていく。これが、いちばん現実的で確実な進め方だと考えています。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

まとめ：SEOを土台に、ほかのAIにも対応する

Googleの公式ガイドから見えてきたのは、「新しい裏技」ではなく「SEOの基本の大切さ」です。

Googleの立場

AI Overviews・AIモードに特別なLLMOは必要ない。これまでどおり、SEOのベストプラクティスに注力すべき

Google向けAIO	**SEOのベストプラクティス、非コモディティなコンテンツ、テクニカルSEO、画像・動画、Merchant Center・ビジネスプロフィール、Search Consoleでの計測**
Google以外のLLMO	**わかりやすい会社・サービス情報、専門性と実績、FAQ、一次情報、外部での自然な言及、HTMLでの情報提供**
補助施策	**llms.txtなどは、SEOの基盤が整ったあとに検証する**

東京SEOメーカーの視点　当社もGoogleの考えに賛同します。そのうえで、ChatGPTなどほかの生成AIも考慮し、SEOを土台に、AI時代の情報設計を一歩ずつ広げていくことをおすすめします。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一次情報・参考文献

01 **Google検索セントラル「Google 検索における生成 AI 機能に向けた最適化のための Google ガイド」**
https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide?hl=ja

02 **Google検索セントラル ブログ「A new resource for optimizing for generative AI in Google Search」（2026年5月15日）**
https://developers.google.com/search/blog/2026/05/a-new-resource-for-optimizing

03 **Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja

04 **Search Console ヘルプ「検索の生成 AI 設定」**
https://support.google.com/webmasters/answer/16908024?hl=ja

05 **Search Console ヘルプ「生成 AI パフォーマンス レポート（検索）」**
https://support.google.com/webmasters/answer/16984139?hl=ja

06 **Google検索セントラル ブログ「Introducing Search Generative AI performance reports in Search Console」（2026年6月3日）**
https://developers.google.com/search/blog/2026/06/gen-ai-performance-reports

07 **Google検索セントラル「Google ウェブ検索のスパムに関するポリシー」**
https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=ja

08 **Google検索セントラル「画像 SEO のベスト プラクティス」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/google-images?hl=ja

09 **Google検索セントラル「動画 SEO のベスト プラクティス」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/video?hl=ja

10 **Google検索セントラル「JavaScript SEO の基本」**
https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/javascript/javascript-seo-basics?hl=ja

11 **Google検索セントラル「ページ エクスペリエンス」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/page-experience?hl=ja

12 **Google Search Status Dashboard「May 2026 core update」**
https://status.search.google.com/incidents/wdAXJk6LRRihEjpzEeWE

13 **Search Engine Land「Google May 2026 core update rolling out now」**
https://searchengineland.com/google-may-2026-core-update-rolling-out-now-478430

参照日：2026年11月。Googleのガイドは随時更新されます（本資料は2026年10月30日更新版をもとに作成）。ガイドの内容は要旨で、当社による整理です。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

弊社のご紹介

SEO・AIO/LLMO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

https://www.switchitmaker2.com/

2,000社+
支援実績 ／ 創業15年

YouTube
会員登録 30,000人

7冊
SEO関連書籍出版





確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- 15年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。20人の少数精鋭ながら大手企業、上場企業の支援多数。
- 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積。
- Google検索【SEOコンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】【格安LLMO】など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

実績　取引先一例

国内企業様 取引先一例

株式会社芝浦電子
サンポール
丸田靡製麺
MDI株式会社 HEAT EXCHANGE SYSTEM SOLUTION
EMC技術の明日をひらく DENKENSEIKI
株式会社建設技術研究所
富士ロジテック
高千穂交易株式会社 TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.
銀座 英國屋
Packaging Solution OIZURU
上野黒門 安井商店 SINCE 1928

グローバル企業様 取引先一例

OMRON
KIKUSUI
FUJIOH
RS
ISF NET
EUROPEAN FLAGPOLE SunPole
CROWN RECORDS MANAGEMENT
BRAND CLOUD USA

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SEO TOKYO maker

SEO専門会社として15年、2,000社以上を支援

SEOを土台に、AI検索にも強いサイトを

東京SEOメーカーにご相談ください

- Googleのガイドを、自社にどう生かすか知りたい
- AI Overviews・AIモードへの対応を進めたい
- ChatGPTなど、ほかのAIにも対応したい
- llms.txtなどの施策の要否を判断したい

SEOコンサルティング・AIO／LLMO・GEO対策・コンテンツSEO・テクニカルSEO

https://www.switchitmaker2.com/

アドマノ株式会社