SEO TOKYO maker

WHITE PAPER 2026

Google・OpenAIの一次情報で検証

UI/UXデザインが

SEO・AIO・LLMOに与える影響

「デザインは見た目だから関係ない」は誤解

ページエクスペリエンス、Core Web Vitals、内部リンク、
Navboost、AI検索まで、初心者向けに解説

アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

CONTENTS

この資料の流れ

1 UIとUXの違い

2 ページエクスペリエンスとCore Web Vitals

3 迷わない設計と内部リンク

4 事例：Yahoo! JAPANニュースのCLS改善

5 Navboostとユーザー行動

6 KISSの原則とCTA

7 UI/UXはAIO・LLMOに効くのか

この資料でわかること

「デザインは見た目だから、SEOには関係ない」。そう思っていませんか？

こんなお悩みは ありませんか？

- デザインはSEOに関係ないと思っている
- サイトの見た目は良いのに、成果が出ない
- 表示速度やCore Web Vitalsの見方が分からない
- AI検索にどう備えればよいか知りたい

01 UI/UXとSEOの関係

ページエクスペリエンス、Core Web Vitals、モバイル対応

02 迷わず使えるサイト設計

情報の優先順位、内部リンク、CLS、KISSの原則、CTA

03 UI/UXとAIO・LLMO

Googleの生成AI機能、OpenAIのクローラー、人にもAIにも伝わる設計

本資料は2026年11月20日時点の情報です。Google検索セントラル、web.dev、OpenAIなどの一次情報をもとに、初心者向けに解説します。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

まず整理：UIは「接点」、UXは「体験」

UI/UXの話をする前に、2つの言葉の違いを整理しておきましょう。

User Interface

UI＝接点

ユーザーが見る・操作する画面のこと

- 文字
- 画像
- ボタン
- メニュー

例：ボタンの色や大きさ、文字の読みやすさ、メニューの並び

User Experience

UX＝体験

サイトに訪れてから、情報を理解し、問い合わせや購入をするまでの体験全体

訪れる › 探す › 理解する › 行動する

例：迷わず情報が見つかるか、ストレスなく問い合わせできるか

見た目がきれいでも、情報が見つからなければ、良いUXとは言えない

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Googleは「良いページエクスペリエンス」を評価する

Google検索セントラルには、ページエクスペリエンスと検索結果の関係を説明したページがあります。

> ***Google's core ranking systems look to reward content that provides a good page experience.***
>
> （Googleのコアランキングシステムは、優れたページエクスペリエンスを提供するコンテンツを評価するよう設計されている）
>
> **— Google検索セントラル「ページ エクスペリエンス」**

ただし、関連性が最優先

Googleは、ページエクスペリエンスが十分でなくても、最も関連性の高いコンテンツを表示しようとすると説明しています。ページエクスペリエンスが効きやすいのは、役に立つページが多数あり、関連性が近いときです。また、ツールの点数が良くても上位表示は保証されません。

Googleの説明 **単一のシグナルではない**

Googleは、ページエクスペリエンスという1つのシグナルがあるわけではなく、コアランキングシステムが、全体的なページエクスペリエンスに沿ったさまざまなシグナルを見ていると説明しています。

東京SEOメーカーの見解 **UI/UXは、コンテンツの価値を届ける土台**

良いコンテンツがあっても、使いにくいサイトでは読まれません。UI/UXの改善は、コンテンツの価値をユーザーに届けるための土台だと当社では考えています。

出典：Google検索セントラル「ページ エクスペリエンスが Google 検索の検索結果に与える影響について」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Core Web Vitals：ユーザー体験を測る3つの指標

Core Web Vitalsは、表示速度・操作への反応・見た目の安定性を数値で測る指標です。

LCP

読み込みの速さ

メインのコンテンツが表示されるまでの時間

「良好」の目安
2.5秒以内

INP

操作への反応

クリックやタップへの反応の速さ

「良好」の目安
200ミリ秒以内

CLS

見た目の安定性

読み込み中のレイアウトのずれ

「良好」の目安
0.1以下

Googleの説明 **Core Web Vitalsはランキングシステムで使われている**

Googleは、Core Web Vitalsがランキングシステムで使われていると明記しています。評価は、実際のユーザーのページ表示の75パーセンタイルで判定します。

補足 **INPは2024年3月にFIDから置き換え**

操作への反応を測る指標は、以前のFID（初回の入力遅延）から、すべての操作を対象にするINPに変わりました。古い解説記事には注意しましょう。

出典：web.dev「Web Vitals」／Google検索セントラル「ページ エクスペリエンスが Google 検索の検索結果に与える影響について」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

使いやすいWebサイトであることが、SEOの土台

特に重要なのは、表示速度、モバイル対応、操作しやすさ、画面のズレがないかなどです。

表示速度
LCP・INP

モバイル対応
スマホで見やすいか

操作しやすさ
押しやすいボタン・読みやすい文字

画面のズレがないか
CLS

安全な配信
HTTPS

邪魔な表示がないか
煩わしいインタースティシャル

東京SEOメーカーの支援事例

UI/UX改善をきっかけに、30位以下のキーワードが1ページ目まで上昇した事例を多数確認

※当社支援先での事例です。順位はコンテンツや被リンクなど多くの要因で決まり、UI/UX改善だけで同じ結果を保証するものではありません。

Googleの説明

Googleの自己評価の観点

Googleは、ページエクスペリエンスの確認項目として、モバイルで適切に表示されるか、安全に配信されているか、煩わしいインタースティシャルを避けているかなどを挙げています。

出典：Google検索セントラル「ページ エクスペリエンスが Google 検索の検索結果に与える影響について」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

UI/UX設計とは「迷わず見つけられる」ように設計すること

見出しや画像、ボタンを分かりやすく配置し、重要な情報から自然に目に入るように工夫します。

見出し	何が書いてあるか、一目で分かる
画像・図解	文章だけでは伝わりにくい内容を補う
ボタン	次に何をすればよいかが分かる
情報の順番	重要な情報から自然に目に入る

よくある誤解

UI/UX設計＝見た目をきれいにすること

おしゃれなデザインでも、知りたい情報にたどり着けなければ、ユーザーは離れてしまいます。

本来の目的

必要な情報に、迷わずたどり着けること

ユーザーの目的から逆算して、情報の優先順位と配置を決めます。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

内部リンクとアンカーテキスト：人にもGoogleにも行き先を伝える

内部リンクは、ユーザーの回遊を助けるだけでなく、Googleがサイトを理解する手がかりにもなります。

Googleの説明 Googleはリンクでページを見つけ、関連性を判断する

Googleは、リンクをページの関連性を判断するシグナルとして使い、新しいページを見つけるためにも使うと説明しています。重要なページには、サイト内の少なくとも1つのページからリンクを張りましょう。

Googleの説明 リンクは「a要素とhref」で

Googlebotが確実にたどれるのは、href属性を持つ標準的なa要素のリンクです。JavaScriptのクリックイベントだけで遷移するボタンは、たどれない可能性があります。

アンカーテキストの例

NG 詳しくはこちら

NG 続きを読む

OK SEOコンサルティングの詳細

Googleは、良いアンカーテキストは説明的で簡潔、リンク元とリンク先の両方に関連したものだとしています。リンクの文字だけを読んで意味が通るか確認しましょう。

出典：Google検索セントラル「Google のリンクに関するベスト プラクティス」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

事例：Yahoo! JAPANニュースはCLS改善で回遊が向上

Googleのweb.devでは、Yahoo! JAPANニュースがCLSを改善した事例が紹介されています。

98%	15.1%	13.3%	1.72pt
Search Consoleで「不良」のURLが減少	セッションあたりのページビューが増加	セッション継続時間が増加	直帰率が低下

web.devの事例 何をしたのか

記事ページで、読み込み後にメイン画像が本文を押し下げていたことが分かり、画像の表示領域を事前に確保する方法で改善しました。CLSはおよそ0.2から0に改善しています。

注意点 数字の読み方

この数字は、Yahoo! JAPANニュースがCLS改善の前後でユーザー行動を比べたものです。検索順位の変化を示したものではありません。UI/UXの改善が「回遊性」に効いた事例として参考にしましょう。

出典：web.dev「CLS の最適化によって Yahoo! JAPAN ニュースのセッションあたりのページビュー数が 15% 増加」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

CLSとは：読み込み中の「レイアウトのずれ」

Core Web Vitalsの1つ、CLSを具体的に見てみましょう。

こんな経験はありませんか？

ボタンを押そうとした瞬間に広告が表示されて、違う場所をクリックしてしまった

CLSは、画像や広告の表示などで、文字やボタンが突然ずれる現象を数値化した指標です。「良好」の目安は0.1以下。ずれが少ないほど、ユーザーは快適に操作できます。

よくある原因と対策

サイズ指定のない画像
imgにwidthとheightを指定する、またはCSSのaspect-ratioで場所を確保

サイズ指定のない広告・埋め込み
広告やiframeの表示領域を、あらかじめ確保しておく

後から挿入されるコンテンツ
既存のコンテンツの上に、後から要素を差し込まない

Webフォント
フォントの読み込みで文字の大きさや行間が変わらないようにする

CLSの改善は、ユーザーの使いやすさと、サイト内の回遊性の向上につながる

出典：web.dev「Cumulative Layout Shift を最適化する」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Navboost：Googleはユーザーの行動データを活用している

Googleがユーザーの行動データを検索品質の改善に使っていることは、裁判資料でも示されています。

Navboostとは

2023年の米国司法省とGoogleの裁判で、存在が明らかになったシステムです。裁判資料では、特定の検索クエリに対して、ユーザーがどの文書をどれくらいクリックしたかを測る従来からのシグナルで、直近13か月のデータを使うと説明されています。

裁判での証言 **Navboostは、多くのシグナルの1つ**

Googleの検索担当幹部は法廷で、Navboostは唯一のアルゴリズムではないと証言しています。Googleは詳細な仕組みを公表しておらず、「クリックを増やせば上がる」という単純なものではありません。

東京SEOメーカーの見解 **ここから言えること**

検索ユーザーが目的の情報へ迷わずたどり着ける、分かりやすいサイト設計や使いやすいUI/UXは、Googleが重視するユーザー体験の向上につながると考えられます。

クリックの水増しは逆効果

ツールなどで人工的にクリックを増やす手法は、Googleのスパムポリシーに触れるおそれがあります。目指すのは、本物のユーザーに選ばれ、満足してもらうことです。

出典：米国司法省 公開資料（United States v. Google LLC, Exhibit PXR0357）／Google公式ブログ「Key takeaways from the Search trial」2023年11月

© ADMANO inc. All Right Reserved.

KISSの原則：できるだけシンプルに設計する

SEOを意識したUI/UXデザインでは、シンプルさが大切です。

KISS

Keep It Simple, Stupid

「できるだけシンプルに設計する」という考え方です。もともとは工学やソフトウェア開発で知られる設計の原則で、Webデザインでもよく使われます。

分かりやすい見出し

何のページかが、すぐに分かる

シンプルなナビゲーション

メニューの項目を絞り、迷わせない

読みやすいレイアウト

余白、文字サイズ、行間を整える

必要最低限の入力項目

フォームの項目を減らし、離脱を防ぐ

情報を詰め込みすぎず、ユーザーが迷わず目的を達成できるデザインに

© ADMANO inc. All Right Reserved.

CTA：次の行動へスムーズに進めるボタン設計

お問い合わせや資料請求などのボタンも、UI/UXの重要な要素です。

位置　次に何をすればよいかが一目で分かる場所に置く

見た目　周りの要素と区別でき、ボタンだと分かるデザインにする

文言　「無料で相談する」「資料をダウンロードする」など、行動が分かる言葉にする

数　1つの画面で、優先したい行動を絞る

CTAとは

Call To Actionの略。お問い合わせや資料請求など、ユーザーに次の行動を促すボタンや導線のことです。

▶ 無料で相談する

資料をダウンロードする

主要な行動と、2番目の行動で強弱をつける例

© ADMANO inc. All Right Reserved.

UI/UXはAIO・LLMOにも効果があるのか？

結論から言うと、「直接の効果」と「土台としての効果」を分けて考えることが大切です。

結論①

UI/UXを改善しただけで、AIに引用されるわけではない

AIに引用されるかどうかは、コンテンツの内容や信頼性など、さまざまな要因で決まります。

結論②

ただし、AIが情報を発見・理解しやすいサイト設計につながる

分かりやすい見出し、意味の通る内部リンク、整理された情報は、人にも検索エンジンにも伝わりやすい構造です。

Googleの説明

SEOのベストプラクティスは、AI機能にも有効

Googleは、SEOのベストプラクティスはAI OverviewやAI Modeにも引き続き有効で、表示されるための追加の要件や特別な最適化はないと説明しています。推奨事項の1つに「優れたページエクスペリエンスの提供」も挙げています。

東京SEOメーカーの見解

UI/UXの改善が、足を引っ張ることはない

AI検索のための特別な裏技を探すより、人が迷わず理解できるページをつくることが、SEOとAI検索の両方に効く近道だと当社では考えています。

出典：Google検索セントラル「AI 機能とウェブサイト」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

ChatGPT検索：まずクローラーがアクセスできる状態に

OpenAIも、ChatGPT検索にページを表示させるための条件を案内しています。

OpenAIのクローラー（主なもの）

OAI-SearchBot
ChatGPTの検索機能で、サイトを表示するために使われる

GPTBot
生成AIモデルの学習に使われる可能性があるコンテンツの収集

ChatGPT-User
ユーザーの操作をきっかけにしたアクセス

OpenAIの説明

OAI-SearchBotをブロックしない

OpenAIは、ChatGPTの要約や引用にサイトの内容を含めてもらうには、robots.txtでOAI-SearchBotをブロックしないよう案内しています。OAI-SearchBotを拒否したサイトは、ChatGPTの検索回答に表示されません。

OpenAIの説明

ボタンやメニューにも「意味」を

OpenAIは、ChatGPTのエージェント機能との互換性を高めるために、ボタン・メニュー・フォームなどの操作要素に、WAI-ARIAのベストプラクティスに沿って役割やラベルを付けることを勧めています。

人が迷わず理解できるページは、生成AIにとっても理解しやすい構造になる

出典：OpenAI「Overview of OpenAI Crawlers」／OpenAI Help Center「Publishers and Developers - FAQ」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

人にもAIにも、情報の意味と関係性が伝わる設計

UI/UXの改善と、AIへの伝わりやすさは、多くの部分で重なります。

見出しの階層

h1〜h3で、内容の構造を正しく示す

意味の通るリンク

アンカーテキストで、リンク先の内容を伝える

画像の代替テキスト

画像の内容を、altで言葉にする

操作要素の役割

ボタンやフォームに、役割とラベルを付ける

表示の安定

CLSを抑え、読み込み中のずれを防ぐ

アクセスの許可

Googlebot・OAI-SearchBotをブロックしない

東京SEOメーカーの視点　LLMOに効果的なUI/UXとは、単に見た目を整えることではなく、人にもAIにも情報の意味や関係性が伝わるように設計すること。デザイン、SEO、AI対策を別々に考えず、一体で設計することが大切です。

見た目のデザインと、情報の構造を、同時に設計する

© ADMANO inc. All Right Reserved.

UI/UX × SEOチェックリストとまとめ

自社サイトのUI/UXを、チェックリストで確認しましょう（東京SEOメーカー作成）。

- [ ] 表示速度・INP・CLSを、実際のユーザーのデータで確認している
- [ ] スマホで見やすく、ボタンが押しやすい
- [ ] 重要な情報が、ファーストビューや見出しから分かる
- [ ] 内部リンクのアンカーテキストで、リンク先が分かる
- [ ] 画像や広告の表示領域を、あらかじめ確保している
- [ ] ナビゲーションとフォームが、シンプルになっている
- [ ] CTAの位置・見た目・文言が分かりやすい
- [ ] Googlebot・OAI-SearchBotのアクセスを妨げていない

東京SEOメーカーの視点　UI/UXだけで検索順位やAIへの引用が決まるわけではありません。コンテンツの品質や専門性、独自性、信頼性も重要です。それでもUI/UXの改善は、SEO・AIO・LLMOの土台を強くする重要な施策です。

SEO・AIO・LLMO・UI/UXを、一体で設計する

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一次情報・参考文献

01 **Google検索セントラル「ページ エクスペリエンスが Google 検索の検索結果に与える影響について」**
https://developers.google.com/search/docs/appearance/page-experience?hl=ja

02 **web.dev「Web Vitals」**
https://web.dev/articles/vitals?hl=ja

03 **Google検索セントラル「Google のリンクに関するベスト プラクティス」**
https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/links-crawlable?hl=ja

04 **web.dev「CLS の最適化によって Yahoo! JAPAN ニュースのセッションあたりのページビュー数が 15% 増加」**
https://web.dev/case-studies/yahoo-japan-news?hl=ja

05 **web.dev「Cumulative Layout Shift を最適化する」**
https://web.dev/articles/optimize-cls?hl=ja

06 **米国司法省 公開資料（United States v. Google LLC, Exhibit PXR0357）**
https://www.justice.gov/atr/media/1398866/dl

07 **Google公式ブログ「Key takeaways from the Search trial」2023年11月**
https://blog.google/outreach-initiatives/public-policy/key-takeaways-from-the-search-trial/

08 **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

09 **OpenAI「Overview of OpenAI Crawlers」**
https://developers.openai.com/api/docs/bots

10 **OpenAI Help Center「Publishers and Developers - FAQ」**
https://help.openai.com/en/articles/12627856-publishers-and-developers-faq

参照日：2026年11月20日。英語の引用は原文の一部で、括弧内・日本語は当社による訳です。Navboostに関する記述は、米国の裁判で公開された資料と証言に基づくもので、Googleは詳細な仕組みを公表していません。当社の支援事例は、同じ結果を保証するものではありません。

© 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
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

UI/UXとSEO・AIO・LLMOを

東京SEOメーカーにご相談ください

- デザインを変えたのに成果が出ない
- 表示速度やCore Web Vitalsを改善したい
- SEOに強いサイトをリニューアルしたい
- AI検索・LLMOにも対応したい

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