GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION

GEO対策 セルフチェックリスト

30 items

AI検索対応度を10分で診断

ChatGPT・Gemini・Perplexity・GoogleのAIによる概要とAIモード・Copilot・Claude に引用されるための30項目

2026年11月 改訂

8月以降に変わったこと（Search Consoleの生成AI機能の設定、Cloudflareの新しい設定、ChatGPTの公式の数字、Gemini 4 Hydrogen、計測の目安）を反映しました。

収録内容

- PHASE 00 技術基盤
- PHASE 01 一次情報の設計
- PHASE 02 回答構造の最適化
- PHASE 03 外部対策
- PHASE 04 計測と改善
- ＋ やらなくていいこと 6項目

株式会社仁頼

はじめに

AI検索対策は、やることを増やす作業ではありません。効く施策と効かない施策は、2026年の対照実験と大規模な調査で、はっきり分かれました。本チェックリストは、効果が確かめられた項目だけを、着手すべき順番（フェーズ）に並べています。上から順にご確認ください。

52.3%
日本で生成AIを
検索の手段に使う人

90.6%
BtoBの選定で
生成AIを使った人

66.6%
AIと公式情報の食い違いを
見て購入をやめた人

出典｜CyberAgent（n=9,278／2026年9月）、IDEATECH（n=502／2026年9月）、NTTデータ（n=3,948／2026年9月。食い違いを見た37.9%の中の割合）

期待値について、先に正直に書きます

AI検索経由の流入そのものは、まだ全トラフィックの0.16%程度です（国内68社167サイトのGA4実データ）。GEOの効果は「流入が増える」ことより、「検討リストに載る」「AIが自社を正しく説明する」ことに現れます。流入だけをKPIに置くと、正しい施策をしていても失敗と判定されます。

今回の改訂で変えたこと（2026年8月版から）

・新しく確かめる項目を6つ追加しました（Search Consoleの生成AI機能の設定、社名を主語にした一文、次に聞かれる質問、比較サイトへの掲載、無料の公式データの記録、急な変化への注釈）。

・Cloudflareの新しい「Block」の設定、日本語のAIの引用元（2026年9月の調査）、計測の目安（AI 2つ以上×50問以上×週1回）を反映しました。

・「やらなくていいこと」に、AIで量産したページと、出所を偽ったページを加えました。構造化データは「やらなくていいこと」にまとめています。

・8月版の項目のうち、似ていたものはまとめました（曖昧語の言い換え→09、否定的な記述の位置→14、日本固有の引用元→22、ログアウトでの計測→28）。項目数は30のままです。

使い方と全体像

1. PHASE 00 は前提条件です。ここが1つでも未対応なら、PHASE 01 以降をいくら進めても引用されません。

2. 各項目の下の小さな文字は、その項目を入れている根拠です。出典は巻末にまとめています。「新規」「更新」は8月版からの変更です。

3. 所要時間の目安は10分。チェックが終わったら、9ページの「やらなくていいこと」も必ずご覧ください。

PHASE 00	PHASE 01	PHASE 02	PHASE 03	PHASE 04
技術基盤	一次情報の設計	回答構造の最適化	外部対策	計測と改善
7 項目	6 項目	6 項目	6 項目	5 項目

PHASE 00 技術基盤

反映まで 即時〜2週間

ここが塞がっていると、ほかのすべての施策が無意味になります。最初に必ず確認する項目です。

- [ ] **01 検索用のAIクローラー（OAI-SearchBot・Claude-SearchBot・PerplexityBot）を、robots.txtで許可している** 重要

  ChatGPT・Claude・Perplexityの回答に使われる、検索用のクローラーです。学習用のGPTBot・ClaudeBotとは別物なので、まとめて拒否していないか確認します。

- [ ] **02 学習用のクローラー（GPTBot・ClaudeBot・Google-Extended）を許可するかを、検索用と分けて決めている**

  学習を断っても、検索用を許可していれば回答には使われます。学習だけを断る共通の書き方（robots.txtのポリシートークン）は、Googleも2027年の早い時期に採用する予定です。

- [ ] **03 GooglebotとBingbotを許可している**

  Googlebotを止めると、AIによる概要とAIモードからも消えます（この2つは分離できません）。BingはMicrosoft Copilotの回答の土台です。

- [ ] **04 Search Consoleの「生成AI機能」の設定を「含める」にしている** 新規

  2026年8月31日から全世界で選べるようになった設定です。「除外」にすると、AIによる概要・AIモードから引用ごと消えます（通常の検索順位には影響しません）。

- [ ] **05 WAF・CDNのボット対策で、AIクローラーを弾いていない** 更新

  Cloudflareでは2026年9月15日以降、新しい「Block」がGooglebot・Bingbotの検索のクロールまで止めます。学習だけを断るなら「Disallow AI Training」を選びます。robots.txtだけでは分からないため、サーバーのログで実際に届いているかも確かめます。

- [ ] **06 JavaScriptを切っても、本文・価格・仕様表が読める** 重要

  主要なAIクローラーはJavaScriptを実行しません。JavaScriptで描画しているタブ・絞り込み・スペック表の中身は、AIからは見えていません。

- [ ] **07 404・リダイレクトを整理している**

  ChatGPT・Claudeのクローラーからのリクエストは、約3分の1が404で返っていたという分析があります（Googlebotは8.22%）。

このフェーズの根拠

Google Search Console（生成AI機能の設定、2026年8月31日）／Cloudflare（2026年9月15日の設定変更）／OpenAI・Anthropic・Perplexityのクローラーの公式説明／Vercel（AIクローラーの分析）

PHASE 01 一次情報の設計

反映まで 2週間〜1か月

252,000試行の対照実験で桁違いに効いたのは、意外なほど地味な要素でした。価格・仕様・日付です。

- [ ] **08 価格・料金体系を、具体的な金額で書いている** — オッズ比 >10,000

「安い」「リーズナブル」ではなく、実際の金額を書きます。「お問い合わせください」だけで終わらせないことが大切です。BtoBの担当者の56.8%は、営業と話す前に料金を知りたいと答えています。

- [ ] **09 仕様・対応範囲・件数を数値で書き、「豊富」「多数」を数字に置き換えている** — 欠落は 8.63〜243 の不利

書かないこと自体が不利に働きます。曖昧な言葉は、AIが事実として抜き出せません。

- [ ] **10 公開日・更新日が、ページ上に表示されている** — オッズ比 >10,000

テーマの設定で日付を非表示にしている場合は、表示に変更してください。

- [ ] **11 PDF・カタログ画像に埋もれた仕様表を、HTMLのテキストに移している** — 重要

画像やPDFの中の仕様は、AIから見ると存在しないのと同じです。BtoBサイトで最も費用対効果の高い作業です。

- [ ] **12 自社にしかない一次情報（独自の調査・実績の数値）を公開している** — オッズ比 2.09〜>10,000

根拠のある主張は、根拠のない主張より大幅に引用されやすくなります。数字は、期間・件数とあわせて書きます。

- [ ] **13 引用されているページに、社名を主語にした一文がある** — 新規

当社サイトの計測では、引用された回答の53.2%で社名が本文に出ていませんでした。引用元に自社サイトが5%以上ある会社は、回答に社名が出る割合が約7倍という分析もあります（相関）。「株式会社〇〇は〜」の一文を入れます。

このフェーズの根拠

Aggarwal et al.／SIGIR 2026 採択論文（252,000試行・6つのLLM）／IDEATECH（2026年9月、n=502）／当社の計測（2026年11月、72問×5AI）／Itera（2026年10月）

PHASE 02 回答構造の最適化

反映まで 2週間〜1か月

AIが抜き出しやすい形に整えます。ただし、書式やレイアウトの調整「だけ」では効かないことも分かっています。

- [ ] **14** **冒頭に定義文（「〇〇とは、〜です」）と結論を置き、比較・デメリットは後半に置いている**
  結論の先出し（アンサーカプセル）。冒頭は定義と結論に使います。

- [ ] **15** **見出しを、お客様が実際にAIに聞く言い回しで書いている** 更新
  同じサイトの中では、タイトルと段落が質問に合うページが引用されやすいという研究があります。日本語のAIによる概要の表示率は「〜とは」型93.1%、FAQ型84.1%でした。

- [ ] **16** **次に聞かれる質問（費用・比較・導入の手順）にも、同じページか近くのページで答えている** 新規
  GoogleのAIモードは、1つの質問を裏で複数の検索に分けて調べます（query fan-out）。2026年11月12日に標準になったGemini 4 Hydrogenで、この仕組みが改善されたとGoogleは説明しています。

- [ ] **17** **FAQを本文として持っている**
  本文としてのFAQは有効です。FAQPageの構造化データを新しく入れる必要はありません（9ページ参照）。

- [ ] **18** **断定表現で書いている** オッズ比 2.67〜754
  「〜ではないでしょうか」を、事実の記述に書き換えます。

- [ ] **19** **主要ページを3〜6か月以内に更新し、数字と更新日を新しくしている**
  AIは、自然検索より新しいコンテンツを引用する傾向があります（ChatGPTの引用元は平均958日、自然検索は1,416日）。

このフェーズの根拠
同 SIGIR 2026 採択論文／arXiv 2610.15033（2026年10月10日）／EXIDEA（日本語33,201クエリ、2026年5月）／Google（Gemini 4 Hydrogenの発表、2026年11月12日）／Ahrefs（AI引用の鮮度の分析）

PHASE 03 外部対策

反映まで 3〜6か月

AIが引用する情報の多くは、自社サイトの外側にあります。自社サイトだけを磨いても限界があります。

- [ ] **20 自社の質問で、AIが実際に引用している媒体を特定している** 重要

  引用元は、業種・AI・会話の段階で変わります。AIモードの店選びでは「探す」段階でGoogleマップ90%、「比べる」段階で公式サイト78%でした。一般論ではなく、自社の質問で測ります。

- [ ] **21 獲得メディア（報道・業界メディア・第三者の記事）への掲載がある**

  AIの引用元の84%は獲得メディアで、有料の記事広告からの引用は0.3%でした。広告費でAIの回答に入り込むことは、事実上できません。

- [ ] **22 日本語のAIがよく引用する場（Wikipedia・PR TIMES・note・YouTube）で、自社の情報が公式と合っている** 更新

  日本語のAIの引用元はWikipediaが1位、YouTubeが5位（6月は1位）。ChatGPTではPR TIMESが2位、Geminiではnoteが1位でした。米国流の「Redditを攻めろ」は、日本では機能しません。

- [ ] **23 比較サイトや業界の一覧に、正しい情報で載っている** 新規

  会社やツールを「探す」質問では、社名は第三者の一覧から出やすくなります。ウェブページでの言及が10倍のブランドは、AIでの言及が約3.7倍でした（米国1万ブランド、相関）。

- [ ] **24 外部に載っている自社の情報が古くないか確かめ、訂正を依頼している**

  公式の情報と食い違うAIの回答を見た人の66.6%が、購入をやめています。改定前の価格や終了したサービスを、AIはそのまま引用します。

- [ ] **25 プレスリリースを定期的に配信している**

  ChatGPTの日本語の引用元で、PR TIMESは2位でした。

このフェーズの根拠

トリニアス（2026年11月12日）／Muck Rack「What Is AI Reading?」（2026年5月）／Ahrefs 日本語の引用元（2026年9月30日）／Ahrefs 1万ブランドの分析（2026年11月3日）／NTTデータ（2026年9月30日、n=3,948）

PHASE 04 計測と改善

継続

AIの回答は、同じ質問でも揺れます。1回だけの確認では、施策の効果と単なる変動を区別できません。

- [ ] 26 **1回だけの確認で判断せず、同じ質問を複数回・複数のAIで測っている** 最重要

1回の実行は標準誤差0.370で、ほぼ情報になりません。目安は、同じ質問を7回前後くり返すか、「AI 2つ以上×50問以上×週1回」で測る方法です（後者は90%信頼区間で±5ポイント）。同じ日に3回聞いても、引用URLの重なりは平均9.2%でした。

- [ ] 27 **「引用（出典）」と「社名の言及」を別々に測り、質問の種類でKPIを分けている** 更新

当社の計測では、費用・やり方などを調べる質問で151回引用されても、社名は0回でした。社名が出たのは「会社を探す」「ツールを探す」質問だけ。調べる質問は引用、探す質問は言及で見ます。

- [ ] 28 **日本語で、ログアウトした状態で計測している**

英語だけの計測は、国内ブランドを体系的に低く見積もります（35,640回答）。ログインした状態では、ChatGPTのメモリが結果に影響します。

- [ ] 29 **無料の公式データ（Search Consoleの生成AIレポート・BingのAI Performance・ChatGPTのBusiness Hub）を記録している** 新規

Search ConsoleはAIによる概要などでの表示回数（クリックは出ない）、BingはCitation ShareとTopics Portfolio、ChatGPTは過去28日の言及数・クリック数（2026年11月10日〜、業種による）。数え方が違うので、足し合わせずに並べます。

- [ ] 30 **数字が急に動いたら、まずAI側の変化を疑い、レポートに注釈を入れている** 新規

ChatGPTでは、リンクを含む会話が約10%から47.8%に増えた一方、出典のない回答も1.5%から12.2%に増えたという計測があります（2026年10〜11月）。モデルの変更、Googleのコアアップデート（2026年11月10日〜）、Search Consoleの記録の誤り（11月9〜11日）などの日付を残します。

このフェーズの根拠

ザンクトガレン大学 arXiv:2604.07585（2026年4月）／フェアテック（2026年10月22日、102,510回答）／SE Ranking（2026年10月）／当社の計測（2026年11月11〜12日）／arXiv:2606.23165（2026年6月）／Peec AI（2026年11月16日）・Goodie（2026年11月12日）

チェック結果の見かた

先に、ゲート判定

PHASE 00（技術基盤）に未チェックが1つでもある場合は、合計に関係なく、まずそこだけを直してください。クローラーが届かない、Search Consoleで生成AI機能を除外している、JavaScriptで本文が隠れている状態では、PHASE 01以降の施策は成果に結びつきません。

25〜30項目	**上位の水準です。** 残りは PHASE 03（外部対策）と PHASE 04（計測）の詰めです。比較サイトや第三者の場での露出と、「引用」と「社名の言及」のKPIの分け方を見直してください。
17〜24項目	**土台はできています。** PHASE 01（価格・仕様・日付・社名の一文）に未チェックが残っていないか確認してください。効果が大きく、着手のコストが最も低い領域です。
16項目以下	**基本に抜けがあります。** PHASE 00 と PHASE 01 だけに絞って着手してください。この2つで全体の効果の大半を占めます。PHASE 03 は後回しで構いません。

フェーズ別・最初の一手

PHASE 00	robots.txt・Cloudflare・Search Consoleの「生成AI機能」の設定を確かめ、ブラウザのJavaScriptを切って自社のページを表示してみる。
PHASE 01	主要10ページに、価格・仕様の数値・更新日と、社名を主語にした一文があるかを確かめる。
PHASE 02	アクセス上位10ページの見出しを、お客様が実際に聞く言い回しに直し、直後に答えを書く。次に聞かれる質問への答えもそろえる。
PHASE 03	自社の質問をAIに聞き、引用されている媒体と比較サイトを書き出す。古い情報があれば訂正を依頼する。
PHASE 04	「月1回・1回だけ」の確認をやめ、2つ以上のAIで同じ質問を複数回測る。Search Console・Bing・ChatGPTの公式データも毎月控える。

合計（30項目中）

PHASE 00 ＿＿／7　PHASE 01 ＿＿／6　PHASE 02 ＿＿／6　PHASE 03 ＿＿／6　PHASE 04 ＿＿／5

合計 ＿＿＿＿／30項目

やらなくていいこと

Googleの公式ガイドや検証で、効果がない・必要ないとされた施策です。工数をゼロにして構いません。提案書にこれらが中心に書かれていたら、根拠を確かめてください。

× llms.txt の作成

Googleは公式ガイドで「新しい機械可読ファイル、AIテキストファイル、Markdownを作成する必要はありません」としています（2026年5月15日。10月30日の更新でも、特別なファイルや小技の多くは効果がないと説明）。

× コンテンツのチャンキング（細かい分割）

「コンテンツを細かく分割する必要はありません」（Google公式）。ただしBingは逆の見解を示しており、この論点は割れています。

× AI向けの特殊な文体・言い換えの網羅

人間の読者に向けた自然な文章のままで構いません。類義語や言い換えを網羅する必要もありません（Google公式）。

× AI専用の構造化データ・FAQPageの新規実装

構造化データは、基本の3種（Article・Organization・BreadcrumbList）があれば十分です。FAQのリッチリザルトは2026年5月7日に表示が終わりました。構造化データ・表示速度・書式は、同じサイトの中の比較では引用との関係が見られなかったという研究もあります。

× AIで量産したページ（地域×サービス、キーワード違い）

Googleは量産コンテンツを「リンクスパム以上の問題」として警戒を強めています（2026年10月）。AIで作った内容は、公開前に人が事実を確かめます。

× 被リンクの本数集め・人工的な言及・出所を偽ったページ

75,000ブランドの分析では、ブランドの言及の相関0.664に対し、被リンクは0.218でした。出所・作成者・独立性を偽ったページでAIの情報源を作る行為は、Googleのスパムポリシー、Anthropicの利用ポリシー（2026年11月12日施行）、日本のステマ規制にも触れます。

あわせて注意

Googleはスパムポリシーに「生成AIによる回答を操作しようとする行為」を加えています（2026年5月）。自社に有利な「おすすめ〇選」の量産や、独立を装ったサイトづくりは、リスクのある領域です。

出典一覧

各項目は、次の一次調査・公式情報にもとづいています。AI検索の指標は短い期間で変わるため、本資料の有効期間は長くて半年とお考えください。

対照実験（オッズ比）	Aggarwal et al.／SIGIR 2026 採択論文｜252,000試行・6つのLLM｜2026年5月
日本の生成AI検索の利用率	CyberAgent｜n=9,278｜2026年9月4日
BtoBの選定での生成AIの利用・料金の確認	IDEATECH｜n=502｜2026年9月29日
AIと公式情報の食い違い	NTTデータ｜n=3,948｜2026年9月30日
日本語のAIによる概要の表示率	EXIDEA｜日本語33,201クエリ｜2026年5月20日
見出し・段落と質問の一致	arXiv 2610.15033（Chen・Koudas）｜2026年10月10日
会話の段階で変わる引用元	トリニアス｜652会話・3,229回答｜2026年11月12日
AIの引用元の内訳	Muck Rack「What Is AI Reading?」｜2,500万本超のリンク｜2026年5月
日本語のAIの引用元	Ahrefs Brand Radar（日本）｜2026年9月30日
ウェブでの言及とAIでの言及	Ahrefs｜米国1万ブランド｜2026年11月3日
言及と被リンクの相関	Ahrefs｜75,000ブランドの分析｜2026年
計測の反復回数	ザンクトガレン大学（arXiv:2604.07585）｜2026年4月10日
月1回の効果確認に必要な計測量	フェアテック｜102,510回答・5AI｜2026年10月22日
同じ日のURLの重なり	SE Ranking（Search Engine Land）｜2026年10月2日
引用と社名の言及（当社の計測）	株式会社仁頼｜72問×5AI・1,425回答｜2026年11月11〜12日
自社サイトの引用と社名の出方	Itera｜約250案件｜2026年10月6日
言語による評価の差	arXiv:2606.23165｜66ブランド×12言語×3LLM｜2026年6月22日
ChatGPTの出典の付き方	Peec AI｜2026年11月16日／Goodie｜94,851回答｜2026年11月12日
公式の設定と数字	Google Search Console（2026年8月31日）／Bing Webmaster Tools（2026年10月13日）／OpenAI Businesses in ChatGPT（2026年11月10日。報道と検証記事で確認）
クローラーの設定	Cloudflare（2026年9月15日の変更）／Vercel（AIクローラーの分析）
やらなくていい項目	Google 検索セントラル 公式ガイド｜2026年5月15日（10月30日更新）／Anthropic 利用ポリシー｜2026年11月12日施行
AI経由の流入の実測	DEECH｜GA4実データ 68社167サイト｜2026年8月5日

チェックが終わったら

未チェックの項目が多かった場合、どこから手をつけるかの判断だけでもお手伝いできます。

無料GEO診断（1社1回）

御社に関係する質問5つを、ChatGPT・Geminiなど6つのAIで確かめ、社名が出たか・サイトが引用されたかを、30分ほどのオンラインの打ち合わせでご報告します。費用はかかりません。

https://jinrai.co.jp/geo-diagnosis/

GEO Hack｜AI検索最適化サービス（月額プランは最低利用期間なし）

GEO診断（単発）	6つのAIで、監視50問×7回の実測。改善の優先順位をレポートに	**198,000円**
START	PHASE 00〜02の実行支援＋GEO Hack Suite スタンダード込み（初期費用198,000円）	**月 128,000円**
GROWTH	STARTの全内容＋PHASE 03 外部対策（月5媒体）（初期費用298,000円）	**月 328,000円**
SCALE	複数事業・複数サイト／代理店としての活用（初期費用498,000円）	**月 598,000円**

単体メニュー：GEOリライト 15,000円／記事、新規GEO記事 55,000円／記事、QAページ 150,000円／50問、外部対策のみ 月198,000円

自社で回すなら｜GEO Hack Suite

AIの引用の計測から、GEO診断・記事作成・効果測定までを1画面にまとめた計測ツールです。月14,800円（税抜）から、7日間の無料期間つき（カードは無料期間の開始時に登録）。ライトは5つのAI・最短14日ごと、スタンダード以上は6つのAI・最短7日ごとに自動で計測します。同じ質問を3回聞く反復検索のオプションもあります。

実績

E社様（AI SaaS企業）｜月間数万PVはあるものの、AI検索で自社名が引用されない状態から開始。既存記事のGEOリライトを中心とした施策で、AIの回答での引用が1か月で5件から45件（9倍）に。サイト全体のPVも6か月で4.5倍になりました。

無料で相談する → https://jinrai.co.jp/contact/

電話 080-4416-5161（平日10:00〜18:00）｜1営業日以内に返信｜しつこい営業のご連絡はいたしません

料金はすべて税抜です。記載内容は2026年11月20日時点のものです。株式会社仁頼（神奈川県横浜市）