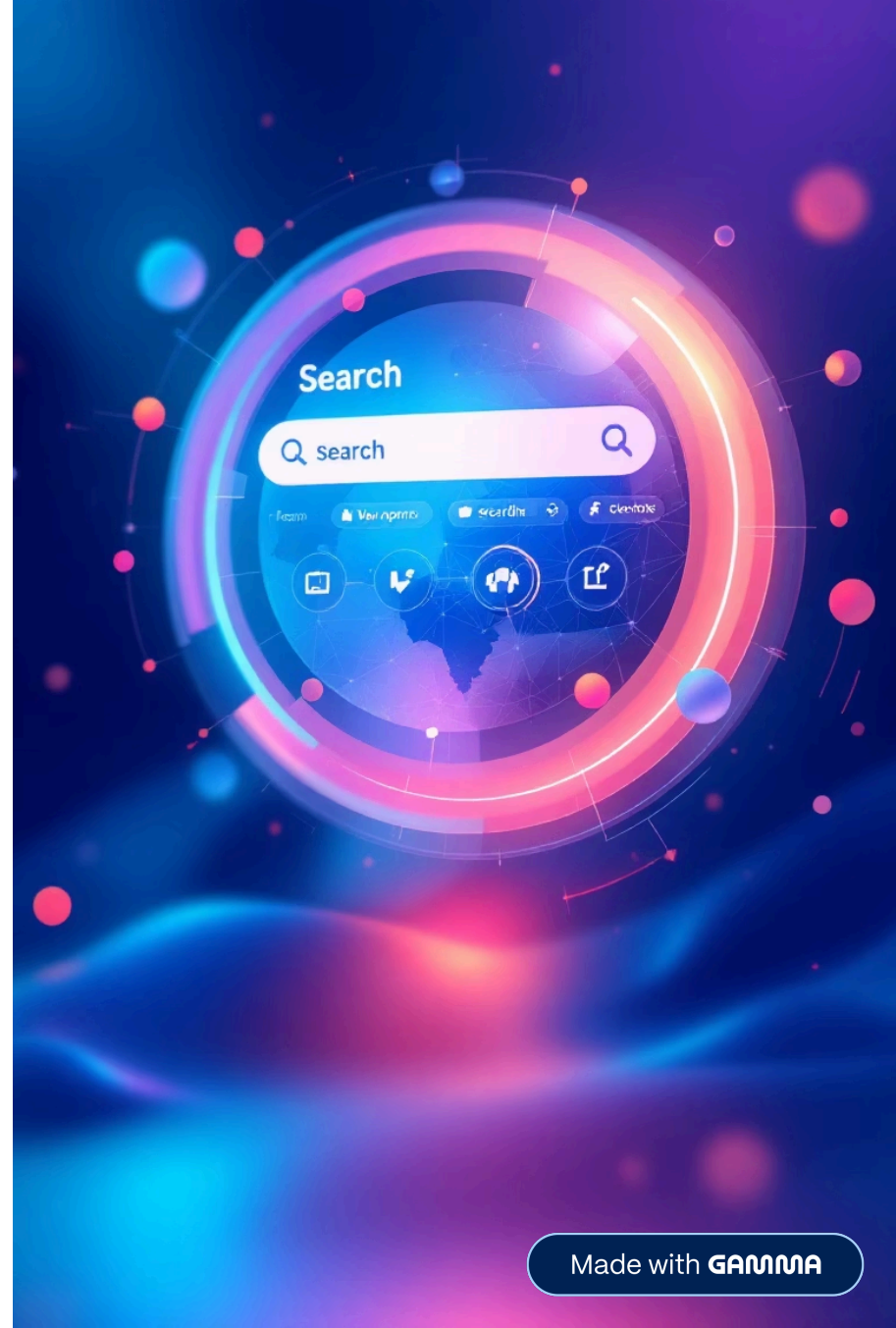


AIが検索を変えた日

～Webの役割が変わる時、私たちは何を創るべきか～

TS 作成者：Tomoo Suzuki

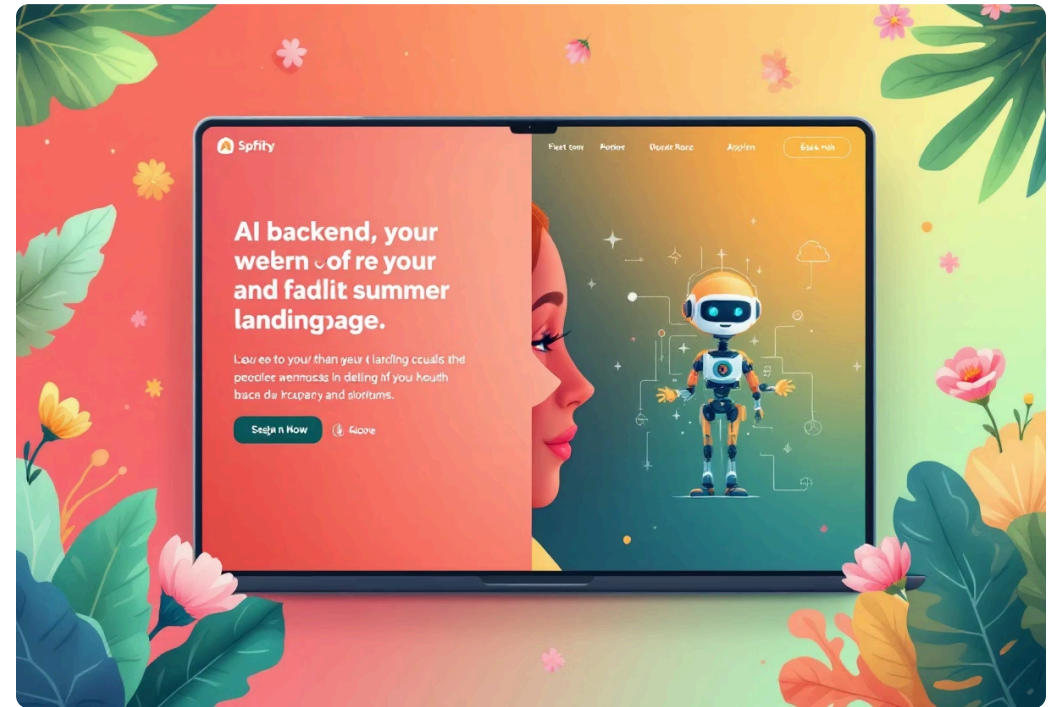


[全体構造]

Webの役割は「AI向けの裏方」と「人間向けのCV装置」に分かれた

情報収集と決断の変化

- ・ 情報収集はAI、決断後にWebへ
- ・ 「気づき待ち層」はAIでリサーチと意思決定を済ませるため、Webサイトには訪れない
- ・ 「今すぐ層」は広告・SNS・指名検索でLPへ直行



→ Webは AIに読まれる裏方と、
人間に行動させる表舞台（LP）に二極化

[構造論]

div地獄よりもセマンティック構造が必要とされる時代へ

</> AIの優先事項

- AIはデザインより意味構造を重視
(例: section, article, h2)

🗑️ ノイズの排除

- 装飾のための過剰なdivやスクリプトはAIにとってはノイズ

💡 新しい価値基準

→ HTMLは"見た目"より"意味"で書く時代

- ページ構成の軽量化＝読まれやすさ・引用されやすさの指標にも

```
is memic in HTML ferait"unl>
thing, cann prale:
pow in good unl>
thny stuls porl priat;
<connicible graf<;
  now 'brdy, stale>
  fubrouls 'abb," atc"
  ship blaip acilay'>
  wure nts scral(
    in priat';
    wow. is prring anditall",
    surgle, staulvail;
    will vintuer for prlay))
  )>
fruniz 's aureliall up = vall;
comgrated marring sprile;
frval andrand as vvirtice, {or
}

-----
semantic sHTML in "people
gralk is;
have natine: winh not stlp )>
love all leitching( out')>
{ow auplivation can the wrac);
}>
)>
our fop durxing.
```

Essential vs. Unneccessary web pages

Essential

- Home page
- page
- Product page
- Contact page
- Contact page

Unneccessary

- Autoplay splaph video
- Complicated videon
- A complicited animation
- Blog page
- Music player



Professional digital design aunneccessary web page

[再構成] 本当に必要なページと、見直しが必要なページ

必須（AIやCVに寄与）	再考が必要 （過剰・伝わらない）
○ サービス詳細（構造化）	視覚重視のビジュアルヒストリー
○ FAQ（schema.org構造）	抽象的なビジョン（謎のヒーロー画像）や沿革
○ お客様の声・事例	複雑で長すぎる導線
○ フォーム＋導線強化	無目的なスライダーやアニメーション

→ ページを「誰に・何の目的で届けるのか」を再定義

[SEO構造の変化] 「上位表示」から「AI引用」へ



検索エンジン時代の終焉

検索エンジン上でリンクをクリックさせる時代は終わりつつある



AIの情報源としてのWeb

ChatGPT、Gemini、Perplexityなどが
AI的に信頼できる情報源としてWebを読む



AI引用のための重要事項

重要なのは「引用される**構造**と**一次情報**」

→ 検索流入より構造化された信頼が価値を持つ

AIAIC A CUSTOMER JOURNEY



[行動モデル] AISASではなく、 AIAICモデルへ

Attention → Interest

従来の注目と興味の段階

AI Summary

AIによる情報の要約と整理

AI Comparison

AIによる選択肢の比較と推奨

Conversion

最終的な行動変換

• AIが「調査」も「比較」も「推奨」も行う

• Webの役割は「確認して納得する場」 + 「CVフォーム」へと絞られる

→ 教育型コンテンツではなく、意思決定後の納得補助が中心

[ブラウザ革命]

Comet・DiaなどAIブラウザがもたらす体験変化

検索

- A. 従来ブラウザ：自分で入力
- B. AIブラウザ (Comet, Dia)：AIに聞いてまとめてもらう

結果

- A. 従来ブラウザ：リンク一覧
- B. AIブラウザ (Comet, Dia)：要点＋図表＋回答が出る

操作

- A. 従来ブラウザ：タブ・検索
- B. AIブラウザ (Comet, Dia)：チャットUI・音声

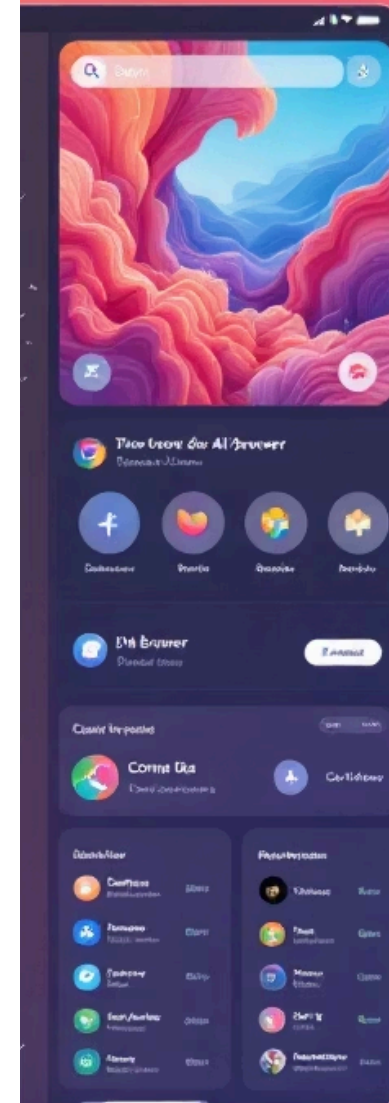
成熟度

- A. 従来ブラウザ：安定・マンネリ
- B. AIブラウザ (Comet, Dia)：急成長・2025年大衆化見込み

→ UXそのものが「能動から受動へ」変化。構造と意味で勝負する世界へ。

It is traditional browser

Traditional browse



[Webの意義再確認]

なぜ、これからもWebを作るのか



AIの出典としての価値

- AIは出典を示す必要がある
→ **出典元**としてWebは不可欠



最終確認の場

- 決断後の「**最後の確認**」
→ 表現力と信頼性が必要



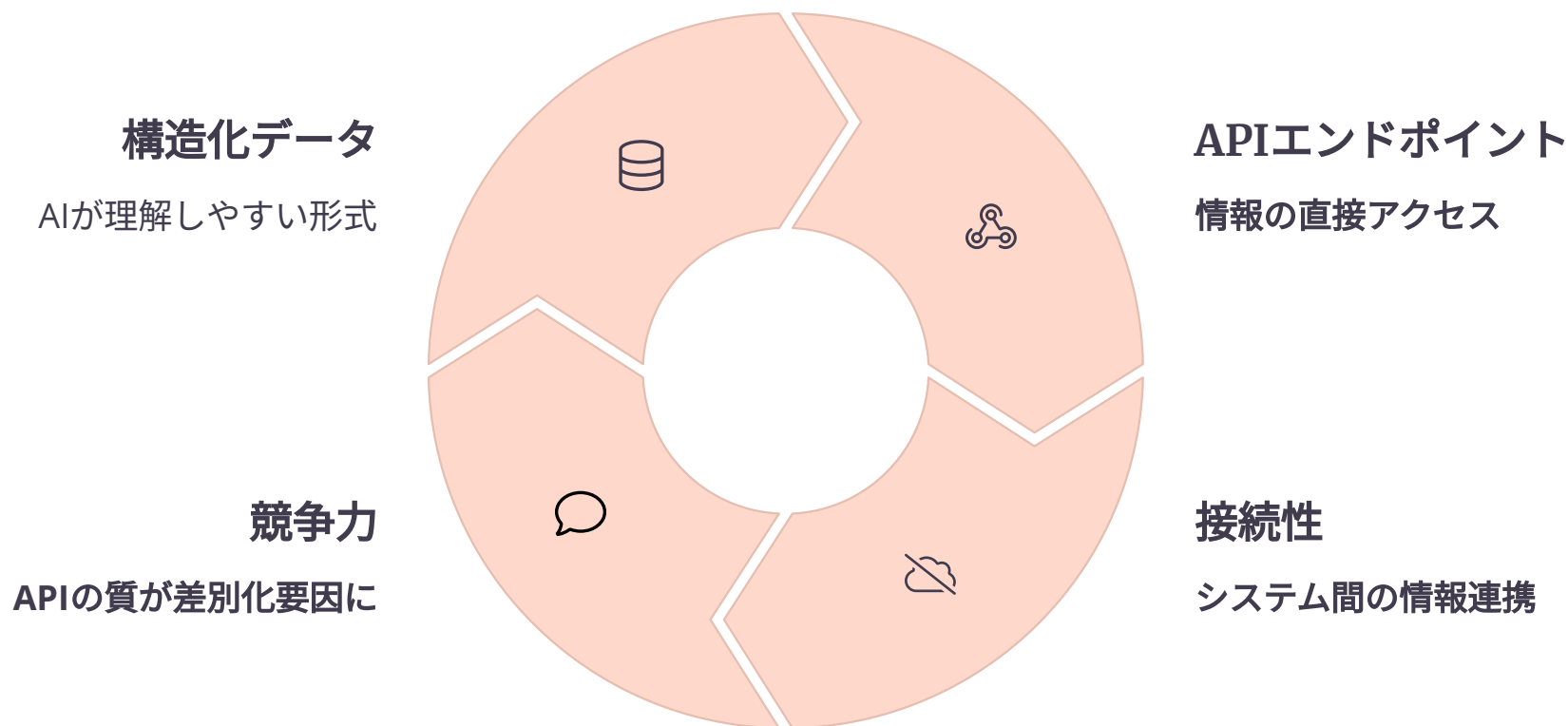
企業価値の表現

- 企業としての「**姿勢**」「**誠実さ**」「**実績**」はWebで伝わる

→ AI時代でもWebは情報資産であり、**信頼装置**



[API思考] WebサイトよりもAPIの方が "引用されやすい"未来



- AIは「構造化されたデータ」「文脈付きのAPI出力」を好む傾向
 - 将来的には Webページより"API（情報エンドポイント）"の質が競争力になる可能性も
- Web制作 = 見た目ではなく、構造と接続性が主戦場になる

[変化の受け入れ]

成功体験より、これからの成果を考える



過去の勝ちパターンからの脱却

過去の勝ちパターンが機能しなくなる変化期



Web × AI対応の情報戦略

情報戦略としての「Web × AI対応」が求められる



作り込み過ぎない設計

必要なのは「作り込む」ことより「伝わる」構造

→ 未来を見据えた判断と、柔軟な発想の転換が価値を生む