

W H Y A I S E A R C H

AI検索で選ばれる会社・ 選ばれない会社



AI検索が企業をどう紹介しているか — 研究で分かっていることと、実測した結果

2026年9月 山下 彩夏 / 東京大学大学院 工学系研究科 / yamashita@mirurun.com

なぜ今、AI検索への対応が必要か

37.0%

国内の生成AI利用率。2025年10月 31.1% から +5.9pt/4ヶ月

相談してから
決める

依頼先・購入先を検索エンジンではなくAIに尋ね、その回答をもとに絞り込む行動が広がっています。

答えの中で完
結

AIが第三者情報を要約して即答するため、利用者が公式サイトに辿り着かないまま候補が決まります。

従来：検索エンジン

「〇〇 おすすめ」で検索 → 比較・ランキング記事が上位 → 公式は埋もれるが、利用者は一覧を見て自分で選ぶ

現在：AI検索

「〇〇はどこがいい？」と尋ねる → AIが数社を挙げて答える → 挙がらなければ、候補として検討されない

出典：サイバーエージェント調査 2026年2月（生成AI利用率 生成AI利用率 37.0%）

→ 候補に挙がるかどうか、AIの回答の中で決まります。

AI経由の訪問は、申込に近い

AI検索からの流入は量こそ少ないものの、申込・購入に至る割合が高いことが外部データで報告されています。

+54%

AI経由の訪問の転換率（非AI比）

Adobe Analytics 2026年5月・米国。米国のデータ。

+約50%

同・転換率／注文額は +14%

Shopify 公表値（Q1 2026）。同社の公表値で、第三者検証は経ていません。

15.9%

ChatGPT経由の転換率（自然検索 1.76%）

Seer Interactive の事例。https://www.seerinteractive.com/insights/case-study-6-learnings-about-how-traffic-from-chatgpt-converts

0.07%

同事例でのAI流入の量（自然検索比）

量は少ない。単一クライアントのB2B1社のデータです。

→ いずれも外部データで、米国中心の調査です。国内・自社での再現は保証されません。当方はこれらを根拠に効果を約束するのではなく、まず御社の現状を実測することをお勧めしています。

AIは何を根拠に答えるか（研究で分かっていること）

1 情報の書き方で、回答での見え方が変わる

引用や統計を伴う記述に整えると、生成エンジンの回答での可視性が最大40%向上したと報告されています。Aggarwal et al. ACM SIGKDD (KDD) 2024 <https://arxiv.org/abs/2311.09735>

3 検索順位とAIの引用は別物

AIが引用したURLのうち、元の質問でGoogleの上位10位に入っていたのは12%にとどまったと報告されています（Perplexity は例外で約3件に1件）。Louise Linehan <https://ahrefs.com/blog/ai-search-overlap/>

2 文脈中の位置で、参照されやすさが変わる

長い文脈の中央に置かれた情報は、言語モデルが取りこぼしやすいことが示されています。ただしこの研究が測っているのは multi-document QA と key-value retrieval のタスク正答率で、AI検索での引用されやすさではありません。Liu et al. Transactions of the Association for Computational Linguistics, Vol.12, pp.157-173 (2024) <https://aclanthology.org/2024.tacl-1.9/>

— 研究と当方の主張の距離

上の3点は、いずれもAI検索での順位や成果を保証するものではありません。「情報の出し方によって、AIが参照する内容は変わりうる」ところまでが研究の示す範囲です。当方はその先を推測せず、実測で確かめます。

→ だからこそ、推測ではなく実際にAIへ質問を投げて数えることに意味があります。

当方が業種横断で測った結果

2026年9月4日～2026年9月21日に測定した19社の集計です。1社につき4つの検索環境 × 3種類の質問 × 各10回＝120回答を集計しています。社名は掲載しません。

95%

指名すれば説明される
(18/19社・95%CI 75～99%)

53%

「おすすめ」で1回も挙がらない
(10/19社・95%CI 32～73%)

9.5%

公式サイトが引用元に占める
割合の中央値 (n=19)

社名を挙げて尋ねればほとんどの会社が説明されます。一方で、「おすすめ」を尋ねる質問で一度も名前が挙がらない会社が半数近くありました。AIに知られていないのではなく、候補として挙げられていない状態です。公式サイトが引用元に占める割合は中央値 9.5%（範囲 3.1～18.9%）で、AIが根拠にしている情報の大半は第三者の発信でした。

※ 19社の集計です。母集団を代表する標本ではなく、信頼区間は広く取っています。業種の偏りもあります。

測定方法：会話履歴のない独立した環境で、固定の質問文を各10回投げて集計

当方が行うこと・行わないこと

行わないこと

正当な口コミや批判を押し下げる逆SEO

口コミの削除代行

第三者を装った発信（ステルスマーケティング）

検索順位・AIでの掲載・到達時期の保証

行うこと

- ・4つの検索環境（ChatGPT・Gemini・Perplexity・Google検索）に同じ質問を各10回投げ、回答と引用元を集計します。
- ・AIが根拠にしている情報源の内訳と、同じ質問で名前が挙がった他社の顔ぶれを出します。
- ・公式サイト側で整えられる点（構造化データ、見出し、結論先出しの記述）を具体的に示します。
- ・実施後は同じ条件で測り直し、変化を追います。

AIの回答は各社の非公開アルゴリズムに依存し、時期や環境により変動します。結果は観測時点のスナップショットであり、効果・順位・到達時期を保証するものではありません。対象業種の広告規制（景品表示法、特定商取引法、各業界のガイドライン等）を踏まえた形で設計しますが、最終的な順守判断はご依頼者様の責任においてお願いします。

御社についても、無料で測定します。

4つの検索環境に同じ質問を各10回ずつ、合計120回答を集計し、引用元の内訳まで含めた全9ページのレポートをお渡しします。費用はかかりません。結果の見方と、公式サイト側で整えられる点を30分ほどオンラインでご説明します。

山下 彩夏（やました さやか）
東京大学大学院 工学系研究科 / むるるん（mirurunn）
yamashita@mirurunn.com / <https://mirurunn.com>
〒104-0061 東京都中央区銀座1-12-4 N&E BLD.6F