

狙ったキーワードで、ちゃんと1位を取った……

SEO1位取ったのに、なんで流入減ってんの…?

これまで

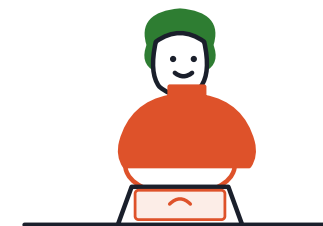


10本の青リンク

これから



クリックは数枠だけ



順位は上がってるのにな…

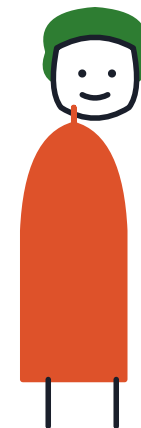
EREVISTA.

…その違和感の正体、ちゃんと説明します。

先に言っておきたいこと

それ、SEOの腕のせいじゃないです。

検索結果の上部をAIの要約が占め、ユーザーはクリックせず答えを得る。“上位に並ぶ”だけでは、もう流入を守れない。



先に、ちょっとだけ答え合わせ

こんな“あるある”、ありませんか？

- ✓ 1位を取ったのに、なぜか流入が減っている
- ✓ AIの要約に答えを取られ、クリックされていない
- ✓ 指名検索(社名・商品名)が、まったく増えていない
- ✓ 記事は量産しているが、費用対効果が説明できない
- ✓ 広告を止めると、自然流入がほとんど無い
- ✓ ChatGPTで聞くと、競合は出るのに自社は出ない



うわ、全部うちやん…

この資料の主張

検索が“答える”時代、 指名と引用を資産化する。

SEO (見つかる) × AIO (AI要約に載る) × LLMO (対話AIに引用される)。3点で“広告を止めても来る流入”を積む。

3つの“あるある”で、何から積むかを解きほぐします。

オーガニックで陥る、3つの“あるある”

- 1 順位は上がったのに流入が減る
- 2 量産記事の費用対効果が見えない
- 3 広告を止めると流入ゼロ

オーガニックで陥る、3つの“あるある”

- 1 順位は上がったのに流入が減る
- 2 量産記事の費用対効果が見えない
- 3 広告を止めると流入ゼロ

1 ゼロクリック

EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

順位は上がった。なのに流入は減った

クリックの前に、 答えが出る。

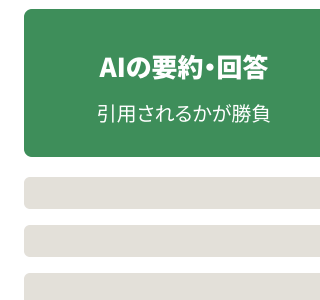
検索結果の上をAIの要約が占める (ゼロクリック)。上位表示 = 流入、
の前提が崩れている。

これまで



10本の青リンク

これから



クリックは数枠だけ

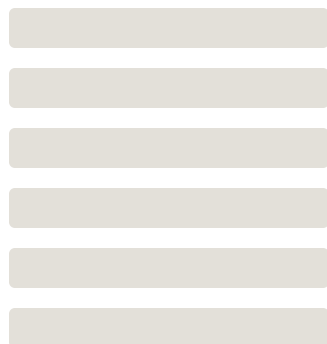
1位なのに…

1 ゼロクリック

EREVISTA.

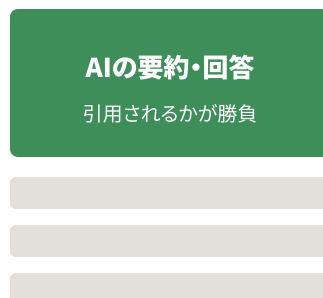
オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

これまで



10本の青リンク

これから



クリックは数枠だけ

これからの戦い方

“並ぶ”から“引用される”へ。

POINT

流入を守るには、答えの中に**引用される**必要がある。これがSEOにAIO・LLMOを足す理由。

HOW / で、どうする？

AIに引用されるための土台

1

一次情報

自社しか持たない数字・調査を、引用したくなる形で公開。

2

構造化

機械が読める形 (見出し・FAQ・データ) に整える。

3

エンティティ

“何の会社か”をAIが明確に認識できるよう情報を整備。

使い方

順位対策だけで止めない。**引用に値する実体**を作ると、検索でもAIでも拾われる。

1 ゼロクリック

HOW / 調整前→後

EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

“並ぶSEO”から“引用されるSEO”へ

調整前 | 順位だけ追う

上位表示を目標化

AI要約に答えを取られ、流入は減る。

調整後 | 引用される設計

一次情報＋構造化

AIの答えの中に引用される。流入を守る。

やること

順位対策だけでは、ゼロクリックに削られる。**引用に値する一次情報**を機械可読で出すと、検索でもAIでも拾われる。

オーガニックで陥る、3つの“あるある”

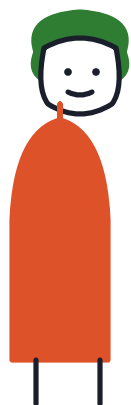
- 1 順位は上がったのに流入が減る
- 2 量産記事の費用対効果が見えない
- 3 広告を止めると流入ゼロ

記事を量産しているが、効果が見えない

**薄い記事は、
埋もれる。**

どこかで読んだ内容の焼き直しは、検索にもAIにも“その他大勢”として扱われる。量では資産にならない。





なぜ刺さらないか

資産になるのは**独自性**。

POINT

AI時代に評価されるのは、自社データ・独自の切り口・固有名詞。

引用される1本が、薄い100本に勝つ。

HOW / で、どうする？

“薄い量産”から“構造化された資産”へ

1

トピッククラスタ

関連記事を束ね、中心に一次データの柱記事を置く。

2

独自データを公開

自社調査・実績を“引用したくなる形”で出す。

3

エンティティ整備

“何の会社か”をAIが認識できるよう情報を整える。

使い方

量より**構造と独自性**。柱記事（一次データ）を中心に関連記事を束ねると、薄い100本に勝つ“資産”になる。

やりがちな状態

一般論の記事を大量生産



こう変える

自社データの柱記事＋関連記事のクラスタ

2 薄い量産

HOW / 調整前→後

EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

量産から、独自資産へ

調整前 | 薄い量産

一般論の記事を大量

検索にもAIにも“その他大勢”。費用対効果が見えない。

調整後 | 独自データ

自社調査の記事を1本

「自社データでわかった〇〇」。指名・引用される資産に。

やること

トピッククラスタで関連記事を束ね、中心に一次データの“柱記事”を置く。量より構造と独自性。

オーガニックで陥る、3つの“あるある”

- 1 順位は上がったのに流入が減る
- 2 量産記事の費用対効果が見えない
- 3 広告を止めると流入ゼロ

3 指名が育たない

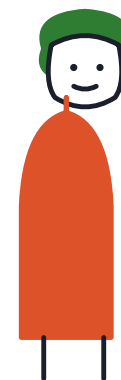
EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

広告を止めると、流入がほぼゼロ

**指名が、
育っていない。**

いつまでも新規流入頼みなのは、ブランド＝指名検索の資産が無いから。広告に依存し続ける消耗戦になる。



3 指名が育たない

EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)



資産の正体

指名は、最後の砦。

POINT

AIも検索も“知られている”ものを優先する。指名で選ばれる力は
コモディティ化しない。広告を止めても来る流入になる。

3 指名が育たない

HOW / で、どうする？

指名と引用を、育てる

1

ブランドを言い切る

“うちはこの会社”を明確化し、第三者にも語られる形に。

2

比較・レビュー分布

外部メディア・レビューでの言及を増やす。AIは分布を信じる。

3

3点を統合運用

SEO・AIO・LLMOを別々にせず、一つの設計でつなぐ。

使い方

指名検索の母数を増やすと、リスティングのCPAまで下がる。オーガニックは“資産”として積む。

3 指名が育たない

HOW / 調整前→後

EREVISTA.

オーガニック (SEO / AIO / LLMO)

“新規頼み”から“指名資産”へ

調整前 | 広告依存

止めると流入ゼロ

指名が育たず、新規獲得を払い続ける。

調整後 | 指名を育てる

ブランド・指名を資産化

広告を止めても来る流入をつくる。

やること

指名検索の母数を増やすと、リスティングのCPAまで下がる。指名は、検索でもAIでもコモディティ化しない最後の砦。

3つの罫は、バラバラじゃない

引用される → 資産で束ねる → 指名を育てる。

① 引用される

一次情報でAIの答えに入る。



浮いた力

② 資産で束ねる

クラスタ構造で“その他大勢”を脱する。



浮いた力

③ 指名を育てる

ブランドで“安く濃い流入”を積む。

集客 × 定着 × 基盤

オーガニック (集客) はSEO・AIO・LLMOで効率化し、人は**独自データと指名 (定着・基盤)**を握る。広告に依存しない流入資産が積み上がる。

INSIGHT / なるほど

オーガニックの、よくある誤解

× よくある誤解

上位表示できれば、流入は守れる

◎ 実際は

AI要約が上を占めるゼロクリックで、1位でも流入は減る。引用される必要がある。

× よくある誤解

記事は量産すれば成果が出る

◎ 実際は

薄い記事は検索にもAIにも“その他大勢”。資産になるのは独自性。

× よくある誤解

SEOをやっていれば、AIにも拾われる

◎ 実際は

AIは別ロジックで引用元を選ぶ。SEOの上にAIO/LLMOを重ねる。

PLAN / 何から、いつ

最初の90日で、やることはこれだけ

～30日

現状を見る

- 検索AI要約に自社が出るか確認
- 量産記事の費用対効果を棚卸し
- 指名検索の推移を確認

～60日

資産を作る

- 一次データを1つ公開
- 柱記事＋クラスタを設計
- エンティティ情報を整える

～90日

指名を育てる

- ブランドの言い切りを決める
- 外部言及・レビューを増やす
- SEO/AIO/LLMOを統合運用

CHECK / 今日からできる

まず、この5つだけ

- ☐ 検索AI要約に自社が出るか確認する — 現状を知る
- ☐ 一次データを1つ“公開できる形”にする — 引用される資格
- ☐ 量産をやめて柱記事を1本作る — 独自資産に
- ☐ ChatGPT/Geminiで自社が出るか測る — LLMOの起点
- ☐ 指名検索を育てる施策を1つ始める — 広告依存を脱する

TOOLKIT / 持ち帰り用

そのまま使える、資産化テンプレ

① 引用される3条件

一次情報 (自社データ)

構造化 (見出し・FAQ・表)

エンティティ (何の会社か明確)

② クラスタ設計

中心に**柱記事 (一次データ)**

周辺に関連記事を束ねる

→ “その他大勢” を脱する

③ 指名の育て方

ブランドを言い切る

比較・レビューでの言及を増やす

指名検索の母数を見る

使い方

“順位を上げる”から**“引用される実体を作る”**へ。一次データ1本が、薄い100本に勝つ。

この資料を読んだあなたへ

なぜ、エレビスタなのか。

1

3点を一気に貫

SEO・AIO・LLMOを一つの設計でつなぐ。

2

資産で積む

量産でなく、引用される独自資産を作る。

3

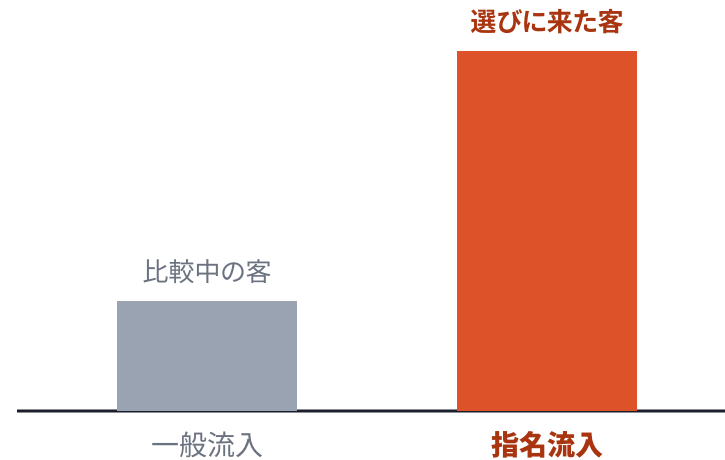
指名を育てる

広告を止めても来る流入をつくる。

つまり

オーガニックを“記事作成”で終わらせない。**見つかる・載る・引用される**を一体で設計するから、広告依存を脱せる。

CVR・LTV ↑



成果が出る会社は、ここを見ている

順位より、『指名流入のLTV』。

なるほど

一般検索の流入は“比較中”の冷たい客。**指名検索**は“あなたを選びに来た”濃い客で、CVRもLTVも段違い。だから指名を育てる投資が効く。

Next step / 無料

あなたのオーガニックの 資産診断を、受けてみる。

エレビスタは、**SEO・AIO・LLMOを一気通貫**で扱います。「見つかる・載る・引用される」を一つの設計でつなぎ、広告に依存しない流入資産づくりをお手伝いします。

01

3点の現状可視化／SEO・AIO・LLMOで今どこにいるかを実測。

02

積む順番の提示／どの資産から手を付けるかを提示。

03

指名と引用の設計／広告を止めても来る流入をつくる。

無料で「オーガニック資産診断」を申し込むオンライン60分 / 対象サイトのURLをご用意ください

EREVISTA Inc. / エレビスタ株式会社

オーガニック(SEO／AIO／LLMO)

勝つ姿で、
人に、火をつける。