



2026 年 9 月 4 日

各 位

会 社 名 株式会社ネオマーケティング
代表者名 代表取締役 橋本 光伸
(コード：4196、東証スタンダード・名証メイン)
問合せ先 取締役 CFO 森田 尚希
(TEL. 03-6328-2880)

検索エンジンにも生成 AI にも、そして人にも「選ばれる」コンテンツへ
コンテンツマーケティング支援サービスを強化

株式会社ネオマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役：橋本 光伸、証券コード：4196）は、生成 AI の普及に伴う生活者の情報探索行動の変化を踏まえ、従来の SEO（検索エンジン最適化）を中心としたコンテンツ制作サービスを拡充し、AI 検索最適化（AIO）に対応したコンテンツマーケティング支援サービスの提供を強化いたしましたのでお知らせいたします。

以 上

検索エンジンにも生成 AI にも、そして人にも「選ばれる」 コンテンツへ コンテンツマーケティング支援サービスを強化

～生活者の 65.8%が「AI で調べた情報が購入に直結」と回答～

SEO に加え AEO・GEO の視点を統合。

自主調査データとインタビュー取材による一次情報、生成 AI からの引用が広がる
動画コンテンツまで、記事×動画のダブルアプローチでワンストップ支援

株式会社ネオマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役：橋本 光伸）は、生成 AI の普及に伴う生活者の情報探索行動の変化を踏まえ、従来の SEO（検索エンジン最適化）を中心としたコンテンツ制作サービスを拡充し、AI 検索最適化（AIO）に対応したコンテンツマーケティング支援サービスの提供を強化いたします。SEO に加え AEO（Answer Engine Optimization）・GEO（Generative Engine Optimization）の視点を統合し、さらに記事コンテンツと連動した動画制作支援を組み合わせることで、検索エンジンと生成 AI の双方から「信頼される」コンテンツの制作を、記事から動画まで一気通貫で支援します。

■サービス強化の背景

「検索される」から「AI に選ばれる」時代へ

生成 AI の台頭により、ユーザーの情報探索行動は大きく変化しています。従来の SEO 対策で検索結果の上位表示やクリックによる流入増加を実現しても、AI の回答に採用・引用される保証はありません。これからのコンテンツマーケティングに求められるのは、「流入」だけでなく「言及」を成果指標とし、検索エンジンにも AI にも信頼されるコンテンツ設計です。

■AI 時代の最適化概念 AEO・GEO・LLMO を統合した「AIO」

AI 時代の検索最適化は、「何を最適化しているか」によって以下の 3 つの概念に整理できます。

- ・ **AEO（Answer Engine Optimization）**：強調スニペットや音声検索、AI の回答において「その場で採用される」コンテンツを設計する、「回答」に選ばれるための最適化
- ・ **GEO（Generative Engine Optimization）**：一次情報・独自データの公開や E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）の強化により、生成 AI に引用・参照される情報源となるための最適化

- ・ **LLMO (LLM Optimization)** : 文脈の明確さや一貫した表現など、AI にとって読みやすい情報設計により LLM に正しく理解・学習されるための最適化

ネオマーケティングは、SEO・AEO・GEO を包括する「AIO (AI Optimization)」の全領域をカバーするコンテンツ制作を通じて、単なる記事制作にとどまらない、検索エンジンにも AI にも、そしてターゲットとなる生活者にも選ばれるコンテンツ制作を支援します。

■【自主調査】AI で調べた情報が購入に直結する生活者は 65.8%、AI への信頼度は企業広告を上回る

ネオマーケティングが実施した自主調査レポート「AICAS モデルの実態調査」(2026 年 6 月 15 日～17 日実施／WEB アンケート／直近 1 か月以内に AI を使用して商品・サービス情報収集を行った全国 20～69 歳の男女／n=1,000) では、AI 時代における生活者の購買行動の実態が明らかになりました。

- ・ **AI で調べた情報が実際の購入につながった経験** : 「よくある」 14.3% + 「たまにある」 51.5% = 65.8%
- ・ **情報源としての信頼度** : 「AI の推薦の方が信頼できる」 32.4% > 「企業の広告の方が信頼できる」 18.0% (差 14.4 ポイント)
- ・ **新規取引先探しに AI を利用する BtoB 企業における発注実績 (n=159)** : AI に推薦された企業へ発注した経験がある割合 76.1%
- ・ **AI 回答の引用元リンクを確認する生活者** : 69.4% (「必ず確認」 14.6% + 「確認することが多い」 54.8%)
- ・ **今後も AI を利用したい生活者** : 86.9% (うち 20 代は「積極的に利用したい」が 37.5%と特に高い)

生活者は AI を単なる「検索」の代替ではなく、「相談・判断委譲」の窓口として活用し始めており、AI 経由の情報接触がそのまま購買行動や BtoB の取引先選定に直結する時代に突入しています。

※出典：株式会社ネオマーケティング自主調査レポート「AICAS モデルの実態調査」(2026 年 6 月 15 日～17 日実施／WEB アンケート／n=1,000)

参考：https://corp.neo-m.jp/report/investigation/life_087_aicas-model-survey

■動画コンテンツの AI 引用力にも対応 「記事×動画」のダブルアプローチを推進

生成 AI の回答において、動画・SNS が引用される機会は急速に拡大しています。株式会社 Wallabee が提供する GEO/AIO 分析ツール「Optyino.ai」が生成 AI の回答 66,095 件を分析した調査（2026 年 4 月 21 日～7 月 9 日実施）によると、生成 AI の回答全体の 34.62%が SNS を引用しており、その引用元の 52.10%を YouTube が占めています（note27.85%と合わせ約 8 割）。また Wallabee が別途実施した調査（2025 年 8 月 11 日～2026 年 5 月 11 日、AI 回答 59,440 件を分析）では、YouTube 単体の引用率は全体の 17.0%、業界によっては 31.5%に達しており、動画は生成 AI から引用される情報源として存在感を高めています。

こうした動向を踏まえ、ネオマーケティングは記事コンテンツと連動した動画制作支援を強化します。関連記事の内容をもとに動画用の台本を作成し、クライアント企業の担当者による解説・対談形式で撮影。E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）を体現する一次情報コンテンツとして編集・テロップ入れを行い、YouTube および記事ページ内に掲載します。記事と動画を相互にリンクさせることで、多角的に信頼性の高い情報を届け、AI からの引用・参照機会の最大化を図ります。

- ・①**記事コンテンツを台本化**：関心度の高い記事コンテンツをもとに、動画用の台本を作成します。
- ・②**解説・対談形式で撮影**：クライアント企業の担当者による解説や対談形式で撮影し、AIO を意識した構成・編集で動画コンテンツ化します。
- ・③**YouTube・記事へ掲載**：完成した動画を YouTube や記事内に掲載し、検索・AI 回答で見つかりやすい情報資産として活用します。

※出典：株式会社 Wallabee「Optyino.ai」調査（生成 AI 回答 66,095 件を分析、2026 年 4 月 21 日～7 月 9 日／生成 AI 回答 59,440 件を分析、2025 年 8 月 11 日～2026 年 5 月 11 日）

■E-E-A-T を重視したインタビュー取材によるコンテンツ制作

ネオマーケティングは、Web 調査データに加え、顧客インタビューや開発者インタビューなど一次情報の収集を重視したコンテンツ制作を行います。Experience（経験）・Expertise（専門性）・Authoritativeness（権威性）・Trustworthiness（信頼性）の観点を満たす情報発信により、AI から引用されやすい情報資産の構築を支援します。

■コンテンツマーケティング 概要ページはこちら

<https://corp.neo-m.jp/service/communication-planning/digital-marketing/contents-marketing/>

■コンテンツ制作フロー

STEP01 ヒアリング SEO 対策の目的・KPI などをお伺いします。

STEP02 インタビューフロー作成 クライアント企業のキーマンとなる方への質問項目を洗い出します。

STEP03 ヒアリング・インタビュー・撮影 インタビューを実施し、「思い」や「強み」などの自論を引き出します。

STEP04 構成案作成 お伺いした内容や現状の上位記事などを踏まえ、記事の構成を組みます。

STEP05 記事制作 FIX した構成案をもとに、掲載する記事文章を作成します。（記事を軸に動画制作を組み合わせることも可能です）

企業の Web サイトだけでは、AI に十分認識されるとは限りません。ネオマーケティングは、独自の自主調査データやインタビューによる一次情報、そして生成 AI からの引用が広がる動画コンテンツを組み合わせたコンテンツ制作を通じて、企業・ブランドが検索エンジンだけでなく生成 AI からも適切に認識・参照される情報環境の構築を、今後も支援してまいります。

会社名：株式会社ネオマーケティング

本社：東京都渋谷区南平台町 16-25 養命酒ビル 11F

代表者：代表取締役 橋本 光伸

証券コード：4196（東京証券取引所 スタンダード市場）

事業内容：マーケティング支援事業

URL：<https://corp.neo-m.jp/>

加盟団体：一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会（会員社 No：20220）