



「AI検索」を 利用する際の留意点

米Googleはことし8月、人工知能（AI）が検索結果を要約する新機能の提供を、日本を含む計6か国で始めたことを発表しました。AI検索のメリット・デメリットと、利用する際の留意点を解説します。

AI総研代表
AIコンサルタント
西 本 匠

AI検索 とは

AI検索とは、ユーザーが検索したワードに対し、生成AIが検索結果を要約し、回答する機能やサービスのことです。

生成AIとは、文章や画像などのコンテンツを生成できるAIの一種で、OpenAIの「ChatGPT」やGoogleの「Gemini」などが有名です。学

習済みの膨大なテキストデータに基づき、人間が書いたような自然な文章をつくり出します。

なお、本稿で「AI」と記載した場合には、別段の断りがない限り生成AIのことを指すものとします。

AI検索は、次の①と②の2つのタイプに分けられます。

① 検索結果にAIの要約回答が表示されるツール

Google等の検索エンジン

での検索結果に、AIの回答が表示されるものです。

たとえばGoogleで「AI検索とは」と検索すると、AI検索に関するWebサイトに加えて、AI検索の定義や特徴を簡潔に示したAIによる要約回答が表示されます（左図）。

AIによる回答は、検索結果の上部に表示されるため、ユーザーは簡潔でわかりやすい回答をすぐに得ることができます。

このタイプのAI検索の代表例として、Googleの「AI Overview」が挙げられます。これは、Google検索の結果画面の上部にAIによる要約回答が表示される機能です。

もともとGoogle SGE（Search Generative Experience）というプロトタイプのサービスとして2023年春頃から米国で試験運用が開始されたものです。このSGEは、2023年8月から日本でも試験導入されています。

その後、2024年5月からAI Overviewとして米国で正式に導入されました。2024年8月には、日本でも試験導入されており、私たちの検索体験を大きく変えると言われています。

② Web検索が可能なAIツール もう一方のタイプは、ユーザーの質問に対し、Web上のサイトの内容を反映した回答ができるAIツールです。

通常、AIは、学習済みのデータに基づいて回答するため、Web上の最新情報を反映した回答はできません。しかし、GoogleやBingなどの検索エンジンを搭載することで、Web検索の結果を反映した回答ができるようになります。

このAIツールに質問を入力すると、AIがWeb上を巡回し、質問に対する回答として最適な情報を抽出します。この情報をもとに、AIの自然言語処理によってユーザーの質問に沿うかたちで要約し、回答します。その際、参照したWebサイトのURLも表示されるので、ユーザーは回答の参照元を簡単にたどれます。

このタイプのAIツールの代表例として、米国のAIスタートアップが提供するPerplexityや、OpenAIが2024年7月に新たに発表したSearchGPTなどが挙げられます。これらのAIツールは、主にリサーチを効率化するツールとして広

く利用されています。

AI検索のメリット

(1) 検索時間の短縮・効率化

1つ目のメリットは、検索時間が短縮され、リサーチ作業を効率化できることです。

AI検索を利用することで、ユーザーは疑問点に対する直接の回答をすぐに得ることができ、通常の検索では、Webサイトにアクセスして、自分が求める答えを探すために複数のサイトを確認することになります。

AI検索では、Webサイトにアクセスしなくても、求める答えを得られるため、リサーチ作業を効率化することができます。

(2) 難しい概念も直感的に理解可能

2つ目のメリットは、難しい概念であっても直感的に理解できることです。

AI検索は、複数のWebサイトに掲載された情報をわかりやすく要約して、回答します。そのため、難しい専門用語や学術用語でも、AIの要約回答により容易に内容を理解できます。

ただし、あまりにもマイナーな用語や専門的な用語については、回答できない場合があります。

(3) 情報の正確性や真偽をURLから確認できる

3つ目のメリットは、AIが参照したWebサイトの情報を確認できることです。

AI検索では、通常、回答の参

照元となったWebサイトのURLも回答とともに表示されます。

このURLからアクセスすることで、より詳しい情報を得たり、AIの回答の真偽や正確性を確かめたりすることができます。

AI検索のデメリット

(1) 回答が誤っている場合がある

1つ目のデメリットは、AI検索の回答が誤っている場合があることです。

AI検索に限らず、AI全般に起こり得る問題として、ハルシネーション（幻覚）と呼ばれるものがあります。これはAIが、ユーザーの質問に対して誤った回答を生成する現象のことです。

AI検索は、Webサイトに掲載された情報に基づいて回答するため、通常のAIと比べるとハルシネーションのリスクは低いです。しかし、Web検索の結果をAIが処理する過程で誤りが混在する可能性は否定できません。

現に、米国では、AI Overviewsが、ユーザーの質問に対して誤っ

た回答を表示したという内容のSNS投稿が多数あがっています。

たとえば、あるユーザーが「岩を何個食べるべきか」と質問すると、「カリフォルニア大学バークレー校の地質学者によると、少なくとも1日に1個は食べるべきだ」というおかしな回答が表示されたケースもあります。

(2) 偏った意見が表示される場合がある

2つ目のデメリットは、偏った意見が表示される場合があります。

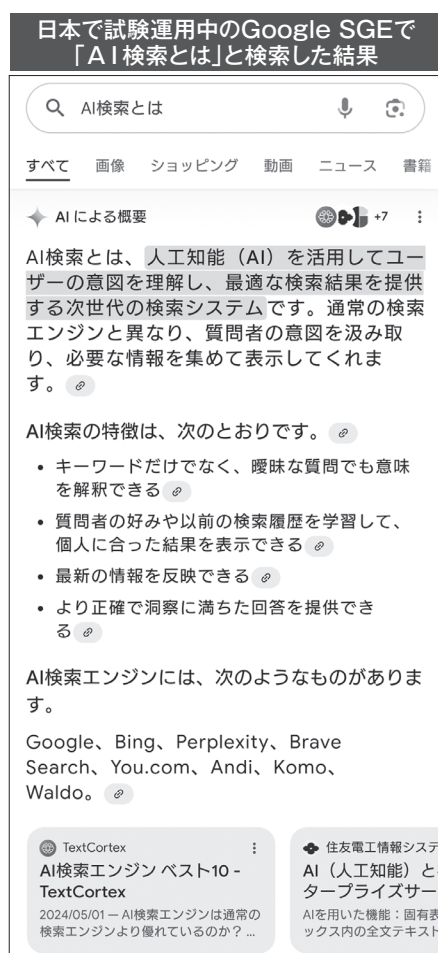
AI検索は、Webサイトから得られた情報と学習済みの情報をもとに、特定のアルゴリズムに基づいて回答を表示します。

回答の参照元としてのWebサイトを選択するか、選択したWebサイトの情報のうちの部分を要約するかといったことは、AIのアルゴリズムに基づいて判断されるため、質問内容によって、偏った意見や見解が表示される場合もあります。

(3) 著作権を侵害するリスクがある

3つ目のデメリットは、使い方に気を付けないと著作権を侵害するリスクがあることです。

一般的に、AI検索に著作物



(思想または感情を創作的に表現したもの。本の一節やイラストなど)を入力して学習させるだけでは、著作権侵害に当たらないとされています。

しかし、AI検索が出力した回答が、ある人物が書いた文章をそのまま流用したものであった場合、これを丸ごとコピーして業務に活用すると著作権侵害に該当する可能性があります。

そのため、AI検索の回答を業務で活用する場合には、回答の参照元をたどり、著作権等を侵害するものでないかを確認することが重要です。

AI検索を活用する際のポイントと注意点

(1) 難しい概念を理解するための
とっかかりとして使う

AI検索は、難しい専門用語や学術用語でもわかりやすく要約してくれるため、ざっくりとイメージを理解するのに役立ちます。

イメージをつかんだうえで、より詳細、正確な情報をWebサイトや文献等で調べることで、効率的なリサーチが可能となります。

(2) 引用元をたどって確認する

AI検索の回答を鵜呑みにせず、必ず参照元のWebサイトを

確認し、AIの回答が正しいかチェックすることが重要です。

(3) 引用元として引用されていないサイトも確認する

AI検索の回答が重要な情報をすべて網羅しているとは限りません。また、AI検索が参照したWebサイトよりも価値のある情報を掲載しているWebサイトが他に存在する可能性もあり得ます。引用元以外のWebサイトも当たってみることが重要です。

(4) 2つのタイプのAI検索を上手に使い分ける

前述の①②の2つのタイプのAI検索を上手に使い分けることで、検索やリサーチ業務の質を大幅に高めることができます。

①のタイプは、AIの回答とGoogle検索の結果が同時に表示されるため、検索者はAIの回答で概要を把握しながら、Webサイトにアクセスしてより詳細な情報を得ることができます。

そのため、あるテーマについて本格的にリサーチをしたい場合におすすめです。一方で、このタイプのAI検索は、要約で回答するのが困難な検索キーワードについてはAIの回答が表示されない場合

合もあるので注意しましょう。

②のタイプは、AIの回答がメインに表示され、Webサイトについては、URLのみが表示されます。そのため、①のタイプと同様、AIの回答で概要を把握しつつ、Webサイト上でより詳細な内容を調べることが可能です。

さらに、単に質問に対する要約回答を示すだけでなく、関連する想定質問を提案してくれます。

そのため、知りたいことが明確に定まっていない場合の論点の幅出しやアイデア出しにも利用することができそうです。

たとえば、Perplexityで「日本企業によるAIの活用事例」と入力すると、AIを活用している企業名と事例についての回答の下に、関連質問として「日本の製造業界でAIを活用している具体的な事例は」「日本のIT企業がAIを活用する方法は」など、関連する質問を提案します。

(5) 企業のWebサイトへの流入
や広告収入の減少への対策

AI検索が普及すると、AI検索の回答に満足して、企業のWebサイトへの流入や広告収入が減る可能性があることは否定できません。

一方で、AI検索がありながらもWebサイトにアクセスするユーザーは、検索キーワードに強い関心を抱いていると考えられ、リードの質が上がるという側面もあります。

特に、AI検索の回答の参照元を選ばれると、自社サイトのURLが回答のなかに表示されるため、ユーザーからのアクセスを集められる可能性が高まります。

Webサイトを運営する企業としては、AIに参照されやすい質の高いコンテンツを提供できるかがカギになってくるでしょう。具体的には、日本語として適切な文章、しっかりと構造化された文章、内容が正確でわかりやすい文章などは、AIに参照されやすいと考えられます。

このように、AI検索を上手に活用すれば、業務の生産性を高めることができるようになります。

企業としては、従業員がAI検索を適切に使えるように、ガイドラインやマニュアルを策定したり、使い方講座や研修を実施したりするなど、従業員のAIリテラシーを高める取組みを行なっていくことが重要です。

にしもと たくみ ポストンコンサルティンググループを経て、(株)CREX代表取締役社長に就任。国内最大級のビジネス向けAIメディア「AI総研」や企業向けAIコンサルティング・研修事業を展開する。