

検索ユーザーに使われないページをGoogleはインデックスから削除する

ユーザーの役に立たないウェブページは Google のインデックスから最終的に削除される可能性がある

ユーザーの役に立たないウェブページは Google のインデックスから最終的に削除される可能性があります。

インデックスされているのに検索結果に表示されない理由

自分のサイトはインデックスに登録されていて、ページもサイトマップに追加されているが、それでも検索結果に表示されません。

この質問に、Google の Martin Splitt(マーティン・スプリット)氏が動画で回答しました。

これは確かに起こり得ることだ。

検索結果に表示されるには、いくつかの段階を経る必要がある。この仕組みについては「検索の仕組み」に関するリンクをコメントで紹介するつもりだが、ここではその基本だけを押さえておこう。

まず最初に、我々がそのURLの存在を認識する必要がある。これを「ディスカバリー(発見)」と呼ぶ。その次に、実際にその URL にアクセスして、そこに何があるのかを確認する必要がある。それから、それを我々が「インデックス」と呼ぶデータベースに保存する場合がある。

そして誰かが検索を行い、その検索に対してそのページが適切だと我々が判断すれば、そのページを検索結果として表示することになる。これがいわゆる「ランキング(順位づけ)」と呼ばれるもので、我々は「サービング(配信)」とも呼んでいる。

サイトマップは、この最初の段階であるディスカバリーにおいて役立つ。サイトマップが存在することで、「このウェブサイトにはこの URL がある」と我々に知らせてくれる。すでにインデックスに登録されているということは、ディスカバリーの段階は完了しているということだ。つまり、サイトマップは機能していると考えられる。我々はそのサイトをクロールしている。そうでなければインデックスに登録するのも難しいからだ。ただし、例外としてクロールせずにインデックスする場合もあるが、今回のケースではおそらくクロールした上でインデックスに追加したと見ていい。つまり、「このページには何かしらの価値がある」と我々は判断したわけだ。ここまでは問題ない。

しかし、誰かが検索を行ったときに、我々はインデックス内のすべてのページのなかから、その質問やクエリに対して良い答えや結果になりそうなものを探す。そして、どうやら今回はあなたのページが選ばれていないということになる。



検索ユーザーに使われないページをGoogleはインデックスから削除する

ユーザーの役に立たないウェブページは Google のインデックスから最終的に削除される可能性がある

つまり、検索結果に表示されていない理由としては、クエリがやや特殊であったり、そもそもそのクエリ自体があまり検索されていなかったり、もしくは我々が「他のページの方がユーザーの役に立つ」と判断した可能性がある。これは「パフォーマンスの問題」であり、ページ上のコンテンツに関係していることが多い。したがって、コンテンツを確認すべきである。特に、インデックスに登録されていたページが再び除外されているような場合、それは「最初是有用だと判断したが、実際にはユーザーに使われなかった」という結果である。我々は、「まあ、一度はチャンスを与えたけど、他のページの方が良かったな」と判断したわけだ。

したがって、コンテンツを見直すべきである。おそらく、あなたのコンテンツは実際の検索クエリに対して十分に機能しておらず、そのために検索結果に表示されていないのだ。

ユーザーに使われないページはインデックスされても検索からいずれ除外される

ページがいったんはインデックスされたのに消えてしまう現象は、技術的な問題を除けばたいいていの場合、コンテンツ品質が原因です。

スプリット氏の後半の発言が重要です。

我々が「他のページの方がユーザーの役に立つ」と判断した可能性がある。これは「パフォーマンスの問題」であり、ページ上のコンテンツに関係していることが多い。したがって、コンテンツを確認すべきである。特に、インデックスに登録されていたページが再び除外されているような場合、それは「**最初是有用だと判断したが、実際にはユーザーに使われなかった**」という結果である。我々は、「まあ、一度はチャンスを与えたけど、他のページの方が良かったな」と判断したわけだ。

ユーザーに使われなかったケースとしてはたとえば次のような状況が考えられます。

- コンテンツがかなり特殊で、ユーザーが検索しない内容である
- 関連性が低く、検索結果で見てももらえない(順位が低すぎてユーザーの目に触れない)
- ユーザーの反応が悪い(すぐに直帰するとか検索を繰り返すとか)

要は、検索結果に表示してもユーザーの役に立っていないと判断されればインデックスから削除される可能性があるということです。

だれの役にも立たないページをインデックスに保存しておくのはリソースの無駄づかいです。

特に、歴史の浅いサイトでは、そのサイトの信頼度を Google が十分に把握していないため、コンテンツ公開直後はとりあえず上位表示させるものの、ユーザーにとって有用ではないとの結論に至ると順位を下げる、あるいは最悪のケースではインデックスから削除することが普通に起こります。

検索ユーザーに使われないページをGoogleはインデックスから削除する

ユーザーの役に立たないウェブページは Google のインデックスから最終的に削除される可能性がある

スプリット氏のこの発言です。

「まあ、一度はチャンスを与えたけど、他のページの方が良かったな」と判断した

品質が低いページばかりを公開しているとサイト全体として低品質のラベルを貼られてしまいます。
結果として、以降は仮に品質が高いコンテンツを公開しても、インデックスされないこともあります。

確実なインデックスを保証するには、品質を確保したコンテンツを継続的に公開することが重要です。

Google Search Consoleパフォーマンスレポートの24時間ビューデータをAPI経由で間もなく入手可能に

Google 検索関連ツールのアップデート情報を 2 つ紹介する——パフォーマンスレポート24時間ビューデータのAPI提供と、Googlebot の IP アドレスリストの毎日更新

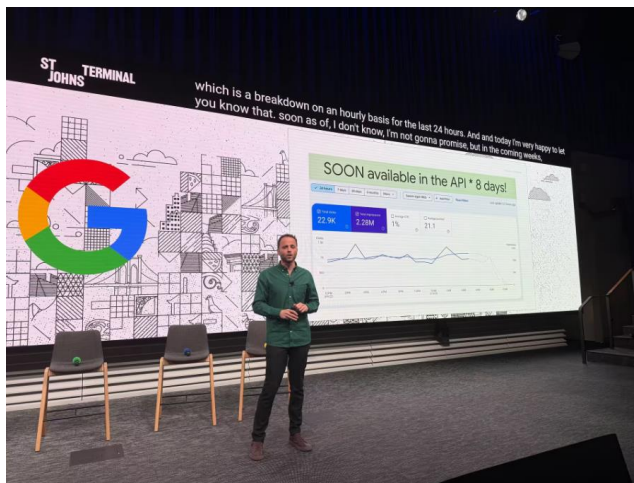
この記事では、Google 検索関連ツールのアップデート情報を 2 つ紹介します。

Search Console API 経由の 24 時間ビューデータ

Google Search Console パフォーマンスレポートの [24 時間ビュー](#)のデータを Search Console API 経由でももたしく入手できるようになります。

24 時間ビューは、UI 版の Search Console で確認するか、データとしては、Google スプレッドシート/Excel/CSV ファイルとしてはエクスポートできました。しかし、API 経由では入手できませんでした。

Search Console API を通しての利用が今後数週間で可能になることを、米ニューヨークで先日開催された Search Central Live で [Daniel Weisberg\(ダニエル・ウェイズバーグ\)](#)氏が明かしました。



画像は Barry の許可を得て転載

Search Central Live が開催されたのは 3 月 21 日です。

数週間というと、4 月半ばくらいまででしょうか。

ただし、「約束はできない」とも発言したようなので、もっと遅くなる可能性もありそうです。

いずれにしても、最新 24 時間のパフォーマンスレポート データが Search Console API 経由で近いうちに入手できるようになります。

独自ツールで分析している人は心待ちにしてください。

Google Search Consoleパフォーマンスレポートの24時間ビューデータをAPI経由で間もなく入手可能に

Google 検索関連ツールのアップデート情報を 2 つ紹介する——パフォーマンスレポート24時間ビューデータのAPI提供と、Googlebot の IP アドレスリストの毎日更新

Googlebot の IP アドレスリストが毎日更新に

もう 1 つの検索関連ツールのアップデートは、Googlebot が使用する [IP アドレスのリスト](#)の更新間隔が毎日更新になったことです。

これまでは毎週更新でした。

要望に応じて更新間隔を短くしたとのこと。

[LinkedIn](#) で Gary Illyes(ゲイリー・イリース)氏が公表しました。

大規模ネットワーク事業者からのフィードバックに基づき、Google のクローラーおよびフェッチャーの IP アドレス範囲を含む JSON オブジェクトの更新頻度を、週次から日次へ変更しました。

これらのファイルを利用しており、IP アドレス範囲の変更を反映させる必要がある場合は、ライブラリの更新が必要になることがあります。



Googlebot の IP アドレスが記載された JSON ファイルを自動で取得するプログラムを組んでいるなら、必要に応じて修正してください。

Bing AI検索がCopilot検索として一般向けテスト開始

Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた AI 検索が、テストが続いているものの一般向けに公開された。

Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた [AI 検索](#)が、テストが続いているものの一般向けに公開されました。
[Windows Latest](#) が報じています。

Copilot 検索として試験公開

Bing 検索トップページの上部に表示される検索タイプのメニューに Copilot アイコンが付いた「検索」があります。

これが、AI 検索です。

以前は、通常の Copilot に移動していましたが、ウェブ検索とより密接に連動する Copilot 検索に切り替わります。



Copilot 検索に切り替わらない場合は、<https://www.bing.com/copilotsearch> からアクセスできます。

AI が回答を生成する Copilot 検索

Copilot 検索は、従来の検索のようにウェブ上のページ(コンテンツ)を並べた検索結果を提供しません。

クエリに対する回答を AI (Copilot) が生成します。

こちらは【おすすめ bluetoothスピーカー】の Copilot 検索結果です。

音質や防水性能などの観点から考慮したおすすめの bluetooth スピーカーを簡潔な説明とともに提案してきます。

関連するウェブページが並んだ検索結果ではありません。

Bing AI検索がCopilot検索として一般向けテスト開始

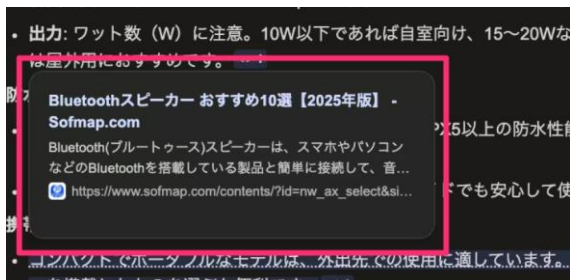
Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた AI 検索が、テストが続いているものの一般向けに公開された。



Copilot 検索結果の大きな特徴の 1 つは、参照元となる外部ソースへのリンクを確実に提供している点です。

上のキャプチャで見るように、結果の右には参照ソースがカードで掲載されています。

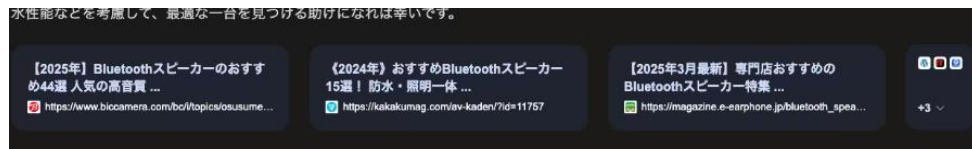
また、点下線が引かれた段落にマウスを当てると、参照ソースがレイオーバーで表示されます。



Bing AI検索がCopilot検索として一般向けテスト開始

Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた AI 検索が、テストが続いているものの一般向けに公開された。

結果の下には、カルーセル形式で参照ソースを提示します。



「すべてのリンクを見る」を選択すると、関連ソースをすべて表示します。



「すべてのリンク」は従来の
検索結果のようにも見えます。

Bing AI検索がCopilot検索として一般向けテスト開始

Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた AI 検索が、テストが続いているものの一般向けに公開された。

フォローアップ質問にも対応

追加で質問を継続できるのも AI チャットの特徴をいかした Copilot 検索の強みです。

先ほどの結果に続けて、[おすすめモデルのスペックを比較して] と指示しました。

すると、おすすめとして提案してきたモデルのスペックを比較してくれます。

The screenshot displays a Bing search result for "Bluetoothスピーカー" (Bluetooth speakers). The page features a dark theme and includes a comparison table of recommended models. The table lists the following models and their specifications:

Model	Power	Codecs	Waterproof	Runtime	Size	Weight
SONY 「ULT FIELD 1」	20W	SBC, AAC	IP67	約12時間	206x77x76mm	650g
JBL 「Charge 5」	30W	SBC	IP67	約20時間	223x66.5x64mm	960g
BOSE 「SoundLink Mini Bluetooth speaker II」	非公表	SBC, AAC	IPX4	約12時間	180x51x59mm	680g
Anker Soundcore 3	16W	SBC	IPX7	最大24時間	約174	

Below the table, there are three buttons for further actions: "Bluetoothスピーカーのおすすめモデル29", "Bluetoothスピーカーおすすめ16選！", and "Bluetoothスピーカーおすすめ16選！".

Bing AI検索がCopilot検索として一般向けテスト開始

Microsoft Bing が 2 月下旬にこっそりとテストを始めた AI 検索が、テストが続いているものの一般向けに公開された。

ちょっと見づらいので [比較を表にして] と頼みました。
見やすい表に整えてくれました。



モデル名	音質評価	バッテリー持続時間	特徴	防水性能	価格帯
Sony SRS-RA3000	★★★★★	約12時間	360°全方位サウンド	IPX7	約29,800円
JBL Flip 6	★★★★☆	約12時間	ステレオサウンド、PartyBoost機能	IP67	約13,800円
Bose SoundLink Flex	★★★★★	約12時間	パワフルな低音	IP67	約24,200円
Anker Soundcore 2	★★★★☆	約24時間	手頃な価格で重低音が強化	IPX7	約5,000円
Marshall Emberton	★★★★☆	約20時間	コンパクトで高音質なデザイン	IPX7	約22,000円
JBL GO3	★★★★☆	約5時間	コンパクト、持ち運びしやすい	IP67	約6,500円
Sony SRS-XB23	★★★★☆	約12時間	コンパクトでバランスの良い音質	IP67	約10,000円
Bose SoundLink Micro	★★★★☆	約6時間	小型でありながら迫力の低音	IP67	約12,800円

コンテキストを保ったまま、やり取りが続けられるのは便利です。

基本的にやれることは、[Google が試験を始めた AI Mode](#) と大差ありませんが、Copilot 検索の方が外部ソースを参照しやすいように感じました。
テストの行末を見守ります。

【UPDATE (2025/4/5)】
Colilot 検索の正式リリースを [Microsoft Bing Blog が発表](#)しました。
<https://aka.ms/CopilotSearchinBing> からアクセスできます。

AI主導の検索環境で勝ち残るためのSEO戦略とは？ Microsoft Bingプロダクトマネージャからのアドバイス

Microsoft Bing のファブリス・キャネル氏が AI 時代の SEO 戦略を Microsoft 主催のカンファレンスで提案した

Microsoft がドミニカ共和国で開催した Microsoft Advertising Accelerate では、人工知能(AI)が主要テーマとなり、デジタルマーケティングと検索技術の大きな転換点が示されました。

このカンファレンスでの、Microsoft Bing の プリンシパル プロダクト マネージャである [Fabrice Canel\(ファブリス・キャネル\)氏の講演](#)のハイライトをこの記事で紹介します。

AI がもたらす検索体験の革新

AI が検索エコシステムに「全面的な破壊」をもたらしており、従来の SEO 手法はすでに時代遅れになりつつあるとキャネル氏は述べました。

そして、この変化に対応できない企業は、ユーザーへの露出と成果の面で後れを取るリスクがあると警告しています。

AI がもたらす検索体験の革新としてキャネル氏が強調したのは次の 4 つの局面です。

- 対話型検索体験の実現：

AI は、検索をより自然で会話的なインタラクションへと進化させている。もはや青いリンクの一覧ではなく、検索エンジンがユーザーと会話しながら回答を提供することで、利便性とユーザー体験が大きく向上した。

- コンバージョンの加速：

AI は、ユーザーのニーズを予測し、文脈に即したパーソナライズされた結果を即座に提示することで、意思決定までのプロセスを簡略化する。その結果、ユーザーは少ないステップで目的を達成でき、コンバージョン率の向上に直結する。

- 検索結果の質的向上：

AIは、クロールすべき最適なウェブサイトを選別することで、検索結果の関連性と品質を向上させている。これにより、ユーザーは信頼性の高い情報を効率的に得ることができ、誤情報の排除にもつながる。

- 高度な自然言語処理(NLP)：

強化された NLP 機能により、人間の言語、スラングや慣用語、文脈を含めた複雑な表現をより正確に AI は理解できるようになった。これにより、ユーザーの意図に真にマッチした検索結果の提供が可能になる。

AI主導の検索環境で勝ち残るためのSEO戦略とは？ Microsoft Bingプロダクトマネージャからのアドバイス

Microsoft Bing のファブリス・チャンネル氏が AI 時代の SEO 戦略を Microsoft 主催のカンファレンスで提案した

マーケターが取るべき戦略的対応

AI 主導の検索環境で勝ち残るためには、次のような戦略的取り組みがマーケターに求められるとチャンネル氏は主張します。

- 高速でシームレス、かつ行動を喚起するようにランディングページを最適化する
- AI が示す傾向やデータを活用して、
 - ユーザーのニーズや行動を予測する
 - 個々のユーザーの意図に合わせて細かくパーソナライズしたコンテンツを提供する
 - 意思決定をスムーズにする
- クリックの質を高め、コンバージョン率を最大化することに注力する

このように、ユーザーの期待と行動の変化に即応するため、マーケティング戦略とツールの継続的な変革が不可欠であるとチャンネル氏は結論づけます。

今後の SEO 施策の参考にしてください。

昔のBaiduspiderよりひどい？ 悪質AIクローラーが世界のサイトをゲリラ攻撃【海外&国内SEO情報ウォッチ】

Web担当者Forum の連載コーナー「海外&国内SEO情報ウォッチ」を更新。生成 AI がモーレツな人気だが、その裏で悪質な AI 用クローラーが暴れていることをご存じだろうか。SEO 関係者なら「Baiduspider の行儀が悪かった」ことを覚えているかもしれないが、それを超えるひどさなのだという

[Web担当者Forum](#) の連載コラム、「[海外&国内SEO情報ウォッチ](#)」を更新しました。

今週のピックアップはこちらです。

- ・ 昔のBaiduspiderよりひどい？ 悪質AIクローラーが世界のサイトをゲリラ攻撃



ほかにも、ウェブサイト運営や SEO に役立つ、次のような情報を取り上げました。

- ・ 生成AI経由の米国小売サイトへのトラフィックが1,200%爆増↑
 - ・ 現代のSEOを勝ち抜くカギは「ブランド」力
 - ・ 検索スパムは「コンテンツ」ではなく「行為」で判定。不正な「手法」には相当に対処
 - ・ 2025年3月のオフィシアワー：新規ユーザーのアクセス減少、PDFをクロール対象外にしたい、サイトがアダルト判定を受ける条件など
 - ・ X/Twitter投稿のベスト時間帯→水曜9:00【2025年版】
 - ・ 【Googlebot再入門その2】robots metaタグ／ヘッダー
 - ・ 「Google全クエリの15%は新しいもの」、AI時代も変わらないこの数字
 - ・ 特典を見返りにGoogleマップの口コミを集めた←グーグルポリシー違反だけでなく法律違反！
 - ・ Googleニュースのパブリケーションページが完全自動化、パブリッシャーセンターでの管理は終了
- こちらからどうぞ。

- ・ [昔のBaiduspiderよりひどい？ 悪質AIクローラーが世界のサイトをゲリラ攻撃【SEO情報まとめ】](#)

指定したトピックでGoogle NotebookLMがウェブから情報収集、コンテンツ作成に利用可能

指定したトピックで、Google の NotebookLM がウェブから関連リソースを収集できるようになった。独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうだ。

指定したトピックで、Google の [NotebookLM](#) が [ウェブから関連リソースを収集できる](#) になりました。
独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうです。

ウェブのリソースをキュレートする NotebookLM

ソース追加のダイアログボックスの右上に「提供元を見る」というボタンが表示されています。



このボタンをクリックして、調べたいトピックを入力します。
ここでは「海外旅行に持っていくのにおすすめのBluetoothスピーカー」を指定しました。



指定したトピックでGoogle NotebookLMがウェブから情報収集、コンテンツ作成に利用可能

指定したトピックで、Google の NotebookLM がウェブから関連リソースを収集できるようになった。独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうだ。

指定したトピックについて書かれている記事を NotebookLM がウェブから集めてきました。



利用したいリソースにチェックを入れて選択し、あとはそれらのリソースに関して NotebookLM にタスクを実行させられます。

集めたリソースをコンテンツ作成にどのように利用するか？

NotebookLM が集めてきたリソースをコンテンツ作成にどのように利用できるでしょうか？

単純にまとめ記事を書かせることは可能ですが、それではなんの価値もありません。
むしろ盗作と誹られても否定できません。

単なる要約にとどまらず、独自の価値を加えた「海外旅行向けおすすめ Bluetooth スピーカー」に関するオリジナル記事を作成するために、NotebookLM が集めたリソースをたとえば次のように利用できます。

指定したトピックでGoogle NotebookLMがウェブから情報収集、コンテンツ作成に利用可能

指定したトピックで、Google の NotebookLM がウェブから関連リソースを収集できるようになった。独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうだ。

- **共通認識と共通点の特定:**

複数の情報源で一貫して言及されているスピーカーや主要な特徴(携帯性、バッテリー持続時間、耐久性・防水性、サイズに見合った音質など)を把握する。こうすることで、人気があり評価の高い選択肢の基本線を確立できる。

- **意見の相違の発見:**

分析を深め、独自の視点を加えるために次のような相違点を調べる。

- 情報源の間で意見が異なる点はどこか？

- スピーカーのランキングは異なるか？

- 同じスピーカーに対して、異なる長所や短所を強調しているか？

- **主要なデータポイントの抽出:**

すべての情報源から、具体的なデータ(重量、サイズ、公称バッテリー持続時間、IP等級、価格帯、Bluetooth バージョン)を体系的に収集する。これらを独自の比較表にまとめることができる。

- **評価基準の分析:**

各情報源がスピーカーをどのように評価したかを理解する。頑丈さ、音の忠実度、価格対性能、サイズのどれを優先しているか？ これらは、自身の評価基準を定義するのに役立つ。ただし、自身の基準は、特定の切り口(例:超軽量オプションのみに焦点を当てる、ホステル環境 vs. ビーチ旅行に最適なスピーカー)によって異なる場合がある。

- **欠けている情報の特定:**

海外旅行中に Bluetooth スピーカーを使用するうえで、情報源が十分にカバーしていない側面はないか？ たとえば、異なる国での充電に関する考慮事項(アダプター/電圧)、グループ向けの複数スピーカーのペアリング、特定の利用シーン(ハイキング、都市観光、出張)、セキュリティ/盗難の懸念、共有スペースでの騒音レベルに関するエチケットなど。これらの欠けている情報に対処することで、独自の価値が加わる。

- **具体的な切り口の定義:**

単に「最高のスピーカー」について書くのではなく、ニッチに絞る。

例:

- バックパッカー向けのオススメ超軽量スピーカー

- アドベンチャートラベル向けの最も耐久性のあるスピーカー

- 5000円以下の最高のコストパフォーマンスを持つトラベルスピーカー

- デジタルノマド向けの携帯性と音質のバランスが取れたスピーカー

こうした独自の切り口が、分析とスピーカー選びの指針になる。

指定したトピックでGoogle NotebookLMがウェブから情報収集、コンテンツ作成に利用可能

指定したトピックで、Google の NotebookLM がウェブから関連リソースを収集できるようになった。独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうだ。

- 要約ではなく、統合する：

「情報源 A はスピーカー X を、情報源 B はスピーカー Y を気に入った」と言うのではなく、調査結果を統合する。たとえば、複数の情報源がスピーカー X のバッテリー持続時間(レビュー全体で平均 15 時間)を賞賛していますが、頑丈さを優先する旅行者にとっては、情報源 C、D、F が言及している IP67 等級を誇るスピーカー Y が有力な候補として浮上します。ただし、そのバッテリー持続時間は約 10 時間と短めです。

のように記述する。

- あなた自身の視点と調査結果の拡充：

- 個人的な経験：

実際にそのトラベルスピーカーを使用し、その直接的な経験から得られた洞察を共有する。

- 旅行のシナリオ：

特定の旅行シナリオに基づいて推奨事項を組み立てる。例：

水辺にすることが多いなら、スピーカー Z の IPX7 等級は不可欠ですが、長時間のバス移動には、スピーカー Q の卓越したバッテリー持続時間の方が重要かもしれません。

- 独自の比較：

選択した基準や切り口に基づき、収集したデータを使って独自の比較を作成する。

- 欠けている情報を補う：

情報源の記事で見落とされていたトピック(海外での充電、旅行での活用術など)に関する情報やアドバイスを提供する。

- 価値を高める構成：

独自の切り口を中心に論理的に記事を構成する。旅行スタイル別、主要な特徴別(耐久性、バッテリーなど)、または価格帯別にスピーカーをグループ化することも考えられる。作成したデータ表、独自の洞察、そして不足情報を補う内容を使って、あなたの推奨事項を裏付ける。

こんなふうに、情報源を単なる要約の対象としてではなく、データ収集、トレンドの特定、独自の分析機会発見のための基盤として活用することで、オリジナリティと価値の高い記事を作成できます。

ちなみに、ここで紹介したリソースの利用方法は Gemini に考えてもらいました。

体験談は自分で試す必要がありますが(実体験は重要！)、それ以外の分析や深掘りは、そのまま NotebookLM に作業させられます。

記事のドラフトと推敲も任せられます。

比較表の作成もあつという間です。

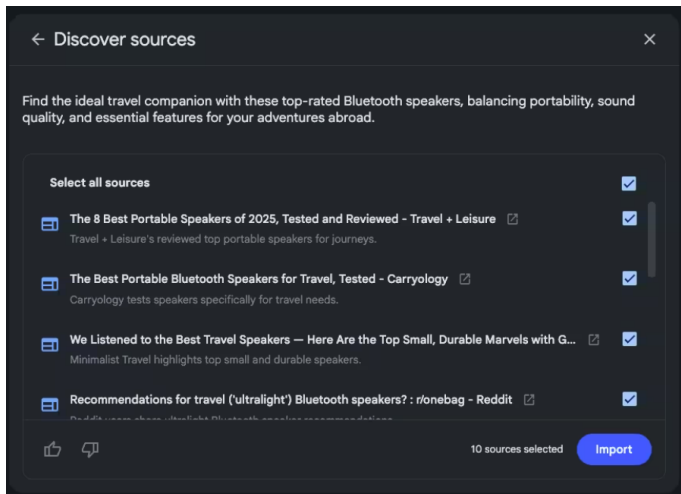
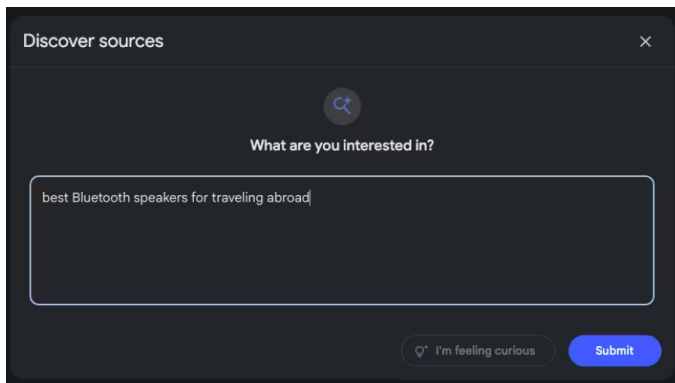
LLM は本当に有能です。

指定したトピックでGoogle NotebookLMがウェブから情報収集、コンテンツ作成に利用可能

指定したトピックで、Google の NotebookLM がウェブから関連リソースを収集できるようになった。独自価値を加えたコンテンツ作成に役立ちそうだ。

なお、NotebookLM が集めたリソースだけではなく、そのクエリで検索して上位に表示されているページを追加して分析してもいいでしょう。

さらに、英語のリソースも利用してもいいかもしれません。



日本語記事とは違った視点で書かれている可能性もありそうです。
独自の記事を書くヒントになるかもしれません。

NotebookLM は、基本的に提供したリソースに基づいてやり取りするので、ハルシネーションを最小限に抑えられる利点があります。
活用してみてください。