

AI Modelは最終的にAI Overviewやメインの検索体験に移行する、Google CEOがコメント

「AI Mode で成功が証明された機能は、最終的に、AI Overview やメインの検索体験に移行する」、Google の CEO であるスンダー・ピチャイ氏はインタビューでこのように発言した。

AI Mode で成功が証明された機能は、最終的に、AI Overview やメインの検索体験に移行する

Google の CEO である Sundar Pichai(スンダー・ピチャイ)氏は Lex Fridman(レックス・フリードマン)氏とのインタビューのなかでこのように述べました。

このインタビューは、ピチャイ氏の生い立ちや彼の現在の役割から始まり、その後、検索ほか Chrome や Android などのプロダクトや将来の構想など多岐にわたるトピックで進行します。この記事では、AI Mode と検索に関する部分にフォーカスして主要点を紹介します。

AI による Google 検索の進化

Google 検索は常に進化を続けています。

AI の高度化が現在は大きな原動力であり、ピチャイ氏は、AI を文脈・要約・対話を提供する「レイヤー」と位置付けつつも、ユーザーが最終的にウェブ情報へ到達するという核心原則は変わらないと語りました。

AI モードでは深掘りするツールとして検索を用い、1 件のクエリに対し複数検索を “[query fan-out](#) (クエリ・ファンアウト)” で展開し統合する最良モデルを投入しています。

この手法を「ページに進む前に文脈を提示する強力な仕組み」としてフリードマン氏は評価しました。

AI Mode と AI Overview

AI モードは現在、最先端の体験を求めるユーザー向けに独立タブで提供されています。

ここで成功した機能は順次 AI Overview やメイン検索へ移行するという連続的な設計になっているとのことです。

標準検索ページは 10 件の青いリンクの上に AI Overview を表示し、拡張可能な要約と出典リンクを提供しています。

ただし現時点で AI Mode は、メイン検索と同等の成熟度にはないともピチャイ氏は認識しています。

アクセシビリティと言語

AI モードの大きな利点は非英語話者への支援です。

Gemini の翻訳能力により、情報探索中に英語サイトの内容を処理でき、母国語で入手できるウェブ情報が限られるユーザーの認知的可能性を解放します。

AI Modelは最終的にAI Overviewやメインの検索体験に移行する、Google CEOがコメント

「AI Mode で成功が証明された機能は、最終的に、AI Overview やメインの検索体験に移行する」、Google の CEO であるスンダー・ピチャイ氏はインタビューでこのように発言した。

AI Mode における広告

フリードマン氏は AI Mode への広告導入時期を質問し、AdSense がオンライン広告を変革した点を指摘しました。

ピチャイ氏は、初期段階ではオーガニック体験に注力すると述べ、広告を「商業情報」とみなし他の情報と同じ品質指標を適用する考え方を伝えます。

将来的には AI が最適な広告統合方法を導き出すとし、YouTube でのサブスクリプションと広告の併用を例示して「広告の在り方を再考する」ともピチャイ氏は語りました。

AI Mode とウェブの未来

AI Mode の核心的な設計原則は、依然としてユーザーを人間が作成したウェブに誘導することです。

ピチャイ氏は、最終的にこの進化を推進するのはユーザーであると強調しました。

フリードマン氏は、AI Mode がインターネットをどのように変えるかについて、興奮とわずかな懸念を表明しつつも、ユーザーがすでに劇的に異なり、より長い質問をするようになっており、それが好奇心を刺激していると指摘します。

一方でピチャイ氏は、こうした変化によって、ユーザーが探しているものを見つけ、探し、意図を満たす可能性が高まる、より質の高い紹介につながると考えています。

ジャーナリズムと人間の創造への影響

変化がジャーナリストなどのクリエイターを不安にさせていることもフリードマン氏は指摘します。

この指摘に対してピチャイ氏は、ニュースとジャーナリズムの将来の重要性を強調し、Google がそのエコシステムを支援することにコミットしていると述べました。

クラウドソース情報と高品質ジャーナリズムは補完的であり、双方が極めて重要な役割を果たすといいます。

AI Modelは最終的にAI Overviewやメインの検索体験に移行する、Google CEOがコメント

「AI Mode で成功が証明された機能は、最終的に、AI Overview やメインの検索体験に移行する」、Google の CEO であるスンダー・ピチャイ氏はインタビューでこのように発言した。

主要ポイント

インタビュー内の検索関連のやりとりの主要点をまとめます。

- AI は Google 検索に統合され、query fan-out などの高度なプロセスで文脈・要約・対話を提供する。
- AI Mode は現在は独立した最先端体験だが、その成果は最終的にメイン検索へ波及する。
- AI Mode は非英語話者のアクセシビリティを向上させ、他言語コンテンツを処理できる。
- 広告は将来的に AI Mode にも組み込まれ、広告を価値ある商業情報として Google は再設計する計画である。AI Mode は人間が創るウェブへの誘導を重視し、高品質なトラフィックとユーザーの好奇心を促進する。
- 人間向け AI 向けのウェブは共存可能で、高品質ジャーナリズムの重要性は継続する。

最近は意図的に AI Mode を僕は使うようにしています。

Gemini や ChatGPT の方が的確な回答を返すときもあります、AI Mode がよりしつくりくる回答を返すときもあります。

AI Mode を使うことで、これまでの如くウェブ検索して結果に出てきたページを訪問し求めていた情報を自分で理解するというプロセスが確実に簡略化されるのは事実です。

最終的には AI Mode がメインの検索体験になるというピチャイ CEO の構想はしごく現実的に感じます。

インタビュー動画はこちらです。

また、[文字起こしがこちら](#)で公開されています。



ポイントプログラム用の構造化データをGoogleがサポート開始

ポイントプログラム用の構造化データを Google がサポートするようになった。

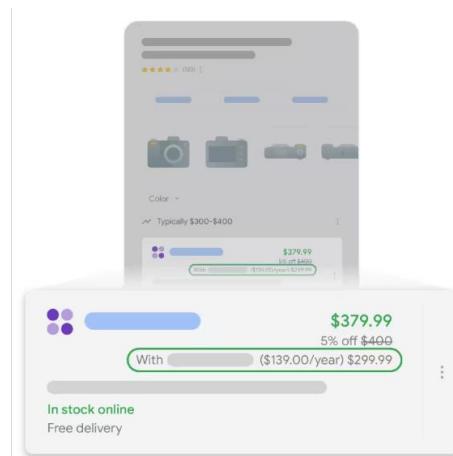
ポイントプログラム用の構造化データを Google がサポートするようになりました。

ポイントプログラムの特典を検索結果でリッチリザルト表示

メンバーシップポイントや会員向け価格など特典を提供するポイントプログラムをショッピングが提供している場合、それを検索結果に表示できます。

こんなイメージで表示されるようです(探してみたけれど、実物は見つけられなかった)。

「With XXX」で会員向けの金額が掲載されています。



ポイントプログラム用の構造化データをGoogleがサポート開始

ポイントプログラム用の構造化データを Google がサポートするようになった。

MemberProgram 構造化データでマークアップ

ポイントプログラムの特典を検索結果に表示するには [MemberProgram 構造化データ](#)でマークアップします。

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "MemberProgram",
  "name": "Membership Plus",
  "description": "For frequent shoppers this is our top-rated loyalty program",
  "url": "https://www.example.com/membership-plus",
  "hasTiers": [
    {
      "@type": "MemberProgramTier",
      "id": "plus-tier-silver",
      "name": "Silver",
      "url": "https://www.example.com/membership-plus-silver",
      "hasTierBenefit": [
        "https://schema.org/TierBenefitLoyaltyPoints"
      ],
      "membershipPointsEarned": 5
    },
    {
      "@type": "MemberProgramTier",
      "id": "plus-tier-gold",
      "name": "Gold",
      "url": "https://www.example.com/membership-plus-gold",
      "hasTierRequirement": [
        "https://schema.org/CreditCard",
        "name": "Example platinum card plus"
      ],
      "hasTierBenefit": [
        "https://schema.org/TierBenefitLoyaltyPrice",
        "https://schema.org/TierBenefitLoyaltyPoints"
      ],
      "membershipPointsEarned": 10
    }
  ]
}</script>
```

日本では提供されていない？

Merchant Center には「[販売者ポイントプログラム](#)」の追加機能が提供されています。

MemberProgram 構造化データはこの機能と同等の働きをします。

Merchant Center の販売者ポイント プログラムを設定している場合はそちらが優先されるので、あえて構造化データを構成する必要はありません。

Merchant Center を使えない環境でポイント特典を商品情報として掲載したいときに利用できます。

ここで重要なことがあります。

Merchant Center の販売者ポイント プログラムは、米国と英国、オーストラリアの販売者だけを対象としています。

MemberProgram 構造化データのドキュメントでは触れられていませんが、こちらも同じように米・英・豪の Google 検索でのみ有効だと判断します。

実際にどうなのか確認してみます。

追加情報が得られたら追記します。