Akamai お客様事例

Akamai、AI 検索に向けた最適化を実現

Akamai は、自社の AI Brand Presence ソリューションにより、AI 検索における自社ブランドの可視性とサイテーション数を向上させました

85%
サイテーション（引用）が増加

ブランドプレゼンスが 364% 向上

AI の可視性が向上

AI ファーストなインターネット時代における、デジタルプレゼンスの再構築

Akamai は、グローバルな**サイバーセキュリティ**とクラウドコンピューティングを提供する企業です。AI エージェントが購買者のソリューション選定プロセスを再定義する中、Akamai は自社ブランドの可視性を維持し、正確な情報として認識され続けることに注力しました。

AI 検索が広がりを見せる中Akamai は増大する課題に直面していました。自社のコンテンツが、AI が生成する回答内に安定して表示されていないという問題です。この課題に対処するため、Akamai は **AI Brand Presence** を開発しました。このソリューションは AI エージェントを検知し、機械が解釈しやすい形式へコンテンツを変換した上で、エッジ側で最適化された体験を提供します。その結果、AI プラットフォーム全体において、サイテーション数、メンション数、そして競合に対する可視性が大幅に向上しました。

SEO から AI 駆動型の情報発見（ディスカバリー）へのシフトを察知

長年にわたり、Akamai はクラウドコンピューティング、Web オペレーション、サイバーセキュリティの各領域で購買層にアプローチするため、SEO に大規模な投資を行ってきました。しかし、購買層の行動様式は変化しました。

Web Strategy & Operations 担当 Senior Director の Jessie Dawson と、Digital Technology, Insights & Operations 担当 Vice President の Annalisa Church は、AI 検索が購買旅程（バイヤージャーニー）にどのような影響を与えているかの調査に着手しました。「AI 検索が重要なコンタクトポイント（流入経路）になりつつあるという初期の兆候が見え始めており、当社がそこでどのように表示されているかを把握する必要がありました」と Dawson は語ります。

顧客データの社内調査により AI 駆動型の情報発見(ディスカバリー) の急激な台頭が確認され、Akamai のブランドにとって新たな市場機会、そしてリスクが浮き彫りになりました。そこで、CMO の Kim Salem-Jackson は新たな方針を打ち出しました。

彼女は次のように語っています。「当社の購買層がソリューションを発見、評価、比較するあらゆる場所において、Akamai は常に可視性を確保しなければなりません。そして今や、そこには AI 検索も含まれています」

所在地
マサチューセッツ州
ケンブリッジ
akamai.com

業種
ソフトウェアおよび SaaS

ソリューション
セキュリティ

製品
AI Brand Presence

Akamai Security

AI 回答エンジンにおける「可視性のギャップ（認知・表示の乖離）」への対処

チームが調査を一層深めるにつれて、AI が生成する回答内で Akamai がどのように表示されているか、そして競合他社と比較してどのような状況にあるかについての可視性（状況の把握）が不足していることに気づきました。「AI の回答内におけるメンション数、サイテーション数、またはポジショニングを追跡する手段が当社には存在しませんでした」と Church は振り返ります。「私たちは実質的にゼロからのスタートでした」

同時に、チームは構造的な問題の存在を認識しました。AI は人間のように Web サイトを閲覧するわけではありません。コンテンツを解析（パース）し、再構成しているのです。「コンテンツが AI 向けに構造化されていなければ、情報が埋もれてしまったり、誤って伝わったりしてしまいます」と Dawson は説明します。

手動での最適化は、現実的な選択肢ではありませんでした。「ページを 1 つずつ AI 向けに再構築しようとしても、スケールしません（拡張性がありません）」と彼女は付け加えました。「コンテンツ作成の問題ではなく、再構築の課題です」

> **AI Brand Presence を導入することで、人間と AI エージェントの双方がそれぞれ必要とするコンテンツ体験を提供できるようになります。**
>
> **Annalisa Church**
> **Vice President of Digital Technology, Insights & Operations, Akamai**

AI エージェントへの最適化を担う AI Brand Presence の構築

これに対処するため、Akamai は AI システムへのコンテンツの配信方法を自社で制御・最適化するソリューション AI Brand Presence を独自に構築しました。従来の最適化アプローチとは異なり、AI Brand Presence はエッジ環境で動作し、バックエンドの変更、業務ワークフローの混乱、あるいは人間による介入を必要とせず、リアルタイムでコンテンツ配信を最適化します。

オリジンに到達する前に、AI トラフィックをインターセプトします。不要なコードを削除し、Web ページを AI による利用に最適化された機械可読形式に再構成します。購入者の体験を変えることはありません。

「私たちは 2 つの異なる体験を生み出しました」と Church は説明しました。「人間はサイトを設計どおりに見ています。一方、AI エージェントには、情報を解釈する方法に合わせて構造化されたコンテンツが提供されます」

AI Brand Presence は、2 つの主要な機能を組み合わせています。

- **AI 向けに最適化されたコンテキスト配信：**AI システムが容易に解釈できるよう、コンテンツを構造化された形式に動的に変換して提供します。既存の CMS プラットフォームを変更する必要はなく、人間のユーザー体験にも影響を与えません。
- **可視性と知見：**AI システムがどのコンテンツにアクセスし、何を利用しているかを示す、統合されたダッシュボードビューを提供します。そのコンテンツがその後のエンゲージメントやリファラルトラフィックにどのような影響を与えるかを追跡します。

「これで、AI システム向けにコンテンツを簡単に最適化し、その消費状況をモニタリングし、AI が正確に解釈できる形式で確実に配信できるようになりました。しかも、すべてエッジで保護されます」と Dawson は述べました。

> **AI Brand Presence の導入により、当社が AI の回答内に登場する頻度と正確性が大幅に向上しました。モデル内シェア（Share of Model）の獲得は、Akamai の将来にとって極めて重要です。**
>
> **Kim Salem-Jackson**
> **CMO, Akamai**

可視性ゼロから、実行可能な AI 知見と測定可能な成果へ

Akamai はまず、**Akamai Inference Cloud** のサービスに関連する Web ページの一部に焦点を当てました。チームはまず、主要なプロンプト全体でパフォーマンスをベンチマークしました。AI Brand Presence の導入により、Akamai は AI 主導のディスカバリーに関する深い知見を迅速に獲得しました。Dawson によると、「初めて、AI の回答において自社がどのように表示されているかを確認できるようになりました」

しかし、本当のメリットは、そうした知見を実際の施策に活かすことから生まれました。「私たちは測定からリアルタイムの最適化へと迅速に移行しました」と Church は強調しました。AI Brand Presence は、Akamai が既に保有しているコンテンツを統合してページを最適化し、AI エージェントが容易に解釈できる形式でコンテンツを直接提供しました。

初期の成果は目覚ましいものでした。

- 最適化されたページのサイテーション総数が 85% 増加
- より幅広いプロンプト全体でサイテーションが 38% 増加
- ブランド名を含まないプロンプトでのブランドプレゼンスが 364% 増加 [1]
- ChatGPT における競合他社と比較したブランドプレゼンスが 133% 増加

「リアルタイムの知見を獲得し続けることで、当社は AEO（回答エンジン最適化）や GEO（生成エンジン最適化）の領域で常に優位に立ち、自社ブランドを『決定的な回答』としてポジショニングできています」と Dawson は続けます。「これまで参入できていなかった領域での議論（会話）においても、自社ブランドが露出するようになりました」

> **AI Brand Presence によって、AI 検索を測定・最適化可能なチャネルに変えることができました。**
>
> **Jessie Dawson**
> **Senior Director of Web Strategy & Operations, Akamai**

企業全体で AI Brand Presence の展開を拡大する

初期導入の成功を受け、Akamai は Web サイト全体への AI Brand Presence の展開を拡大しています。その目標とは、すべてのページを、人間の訪問者だけでなく、購買意思決定においてますます大きな役割を果たす AI エージェント向けにも最適化することです。「これはインターネットにおける新たなレイヤーです」と Dawson は述べました。「そして、私たちはそのための基盤を構築しています」

AI が情報の発見方法や消費方法を変革し続ける中、Akamai はその変革の最前線に立つ存在として自らを位置付けています。「AI ファーストの体験において、私たちのブランドがどのように表示されるかを自らコントロールできるようになりつつあります」と Salem-Jackson は付け加えました。

> **私が話をするすべての企業が、同じ問いに頭を悩ませています。エージェントが情報探索を担うようになったとき、私たちはどうすれば可視性を維持できるのでしょうか? 企業が求めているのはコンテンツプロジェクトではありません。求めているのは、エッジでの制御ポイントです。この 6 か月で、こうした会話へと変わってきました。**
>
> **Mark Kilmer**
> **Director, Field Technology Services, Akamai**

[1] ユーザーがすでにブランドを指名していない場合に AI がそのブランドを推奨する頻度を示します。たとえば、「リアルタイム AI 推論をより高速かつ安全に実行できるクラウドはどれですか?」といった質問が該当します。

AI ファーストのデジタルプレゼンスを実現する

Akamai の取り組みは、より大きな変化を浮き彫りにしています。つまり、成功は今や、コンテンツが従来の検索と AI によるディスカバリーの両方でどれだけ効果を発揮するかにかかっています。SEO と AI 最適化のどちらかを選ぶのではなく、Akamai は両方のコンテキストで機能するコンテンツを構築し、検索で上位に表示されると同時に、AI システムによって正確に解釈されるようにしています。

「これを早期に把握した企業は、真の優位性を得ることができます。なぜなら、そのギャップがパイプラインに表れる頃には、すでに測定可能になっており、修正することも難しくなっているからです」と Salem-Jackson は締めくくりました。

Akamai は、オンラインビジネスの力となり、守るサイバーセキュリティおよびクラウドコンピューティング企業です。当社の市場をリードするセキュリティソリューション、優れた脅威インテリジェンス、グローバル運用チームによって、あらゆる場所でエンタープライズデータとアプリケーションを保護する多層防御を利用いただけます。Akamai のフルスタック・クラウド・コンピューティング・ソリューションは、世界で最も分散化されたプラットフォームで高いパフォーマンスとコストを実現しています。多くのグローバル企業が、ビジネスの成長に必要な業界最高レベルの信頼性、拡張性、専門知識を提供できる Akamai に信頼を寄せています。詳細については、akamai.com および akamai.com/blog をご覧いただくか、X や LinkedIn で Akamai Technologies をフォローしてください。

©2026 Akamai Technologies | サポート | | 公開日：2026 年 6 月

akamai.com