seocrawl AI

調査レポート・2026年10月

トラフィック白書
AI vs オーガニック
2026

16,000以上のWebサイトが明らかにする、Googleクリックの減少、AI流入の台頭、そして実際にトラフィックを送っているのは誰か。

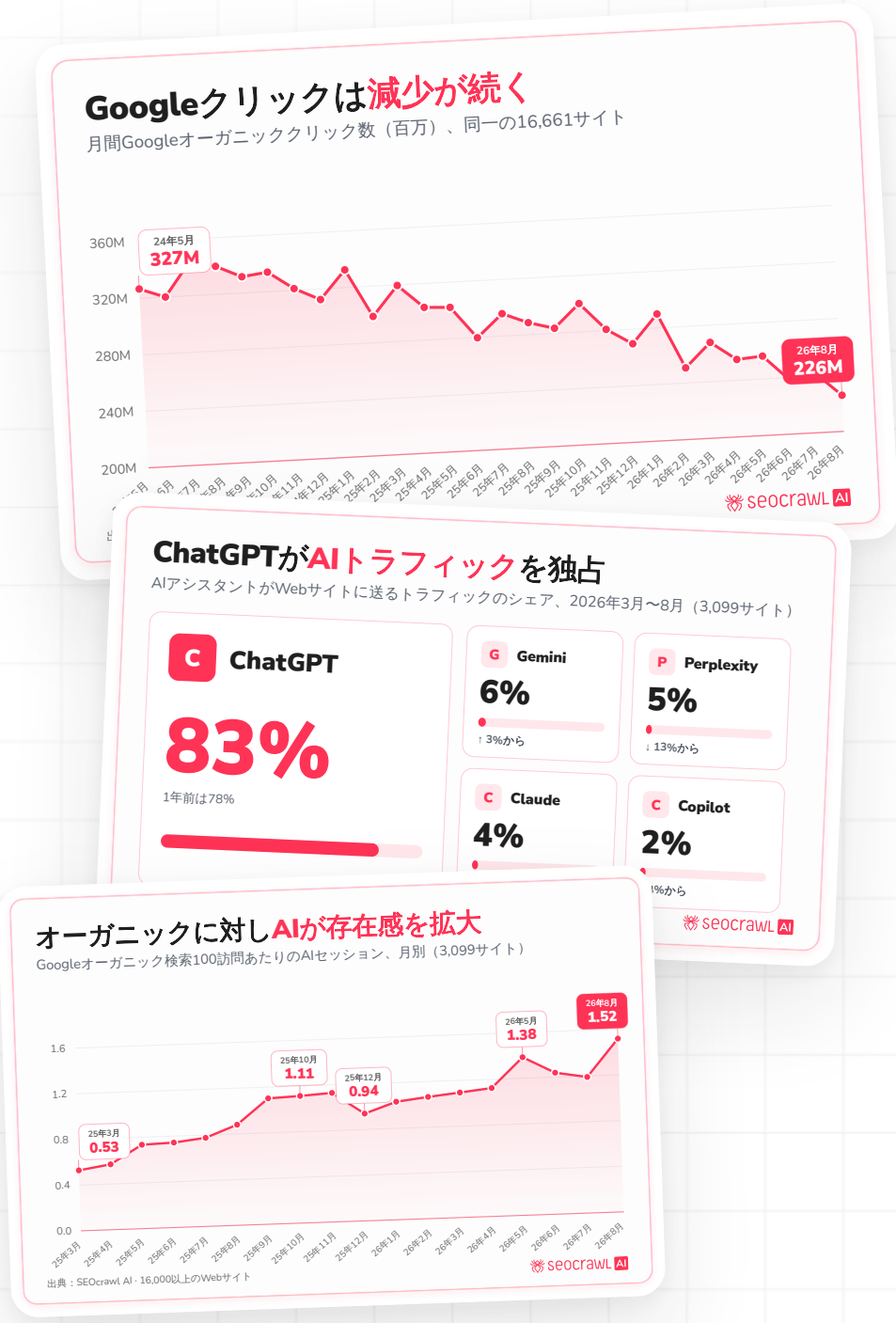
16,661
サイト、Google Search Console

3,949
GA4連携サイト AIトラフィック

15
業界を比較

28
か月のデータ 2024年5月〜2026年8月

David Kaufmann · SEOcrawl AI CEO兼共同創業者





著者より

AIはトラフィックを奪っているのか？ 意見ではなくデータで答えました。

長年、SEOの話題はいつもGoogleから始まっていました。2026年、その多くは別の問いから始まります。AIはトラフィックを奪っているのか？ SEOcrawl AIには、16,000以上のWebサイトのGoogle Search ConsoleとGoogle Analytics 4という、事実で答えるためのデータがありました。だから答えを出しました。

答えは見出しが伝えるよりも複雑です。AIはまだトラフィックを奪ってはいません。Googleが送る100訪問に対して、AIが送るのは約1訪問です。しかしGoogleが送るクリックは毎月減っており、AIチャネルは他のどのチャネルよりも速く成長しています。しかも、その一部はAIとして記録すらされていません。

このレポートは、実際の数字に基づいて判断したいSEO・マーケティングチームのためのものです。ぜひ活用・共有してください。自社サイトでこれらの数値を確認したい方は、私までご連絡ください。

David Kaufmann

SEOcrawl AI CEO兼共同創業者

メール info@seocrawl.com　LINKEDIN linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b

X @Davidkaufmann16　WEB seocrawl.ai

0 エグゼクティブサマリーと調査方法 4

1 Googleオーガニック検索 6

2 AI参照トラフィック 10

3 トラフィックを送るAIアシスタント 16

4 業界別分析 20

5 誰も数えていないトラフィック 27

6 次にやるべきこと 28

A 付録：データ 29

本レポートについて。 すべての数値は、SEOcrawl AIに連携しているWebサイトのうち、所有者が匿名分析を許可したサイトの、集計・匿名化された実際のGoogle Search ConsoleとGoogle Analytics 4のデータに基づいています。個別のWebサイトが特定されることはなく、10サイト未満に基づく数値はありません。グラフは、出典の明記と**seocrawl.ai/blog/ai-traffic-vs-organic-search-study**へのリンクを条件に再利用できます。

エグゼクティブサマリー

AIトラフィックは急成長中。それでもGoogleの代わりには、まだなっていない。

1. **Googleオーガニッククリックは前年比15%減少**（16,661サイト）。中央値のサイトは20%減で、69%のサイトが減少しました。
2. **減少は加速しています：**前年比は2025年5月の−7.5%から2026年8月には−21.8%に。
3. **AI経由のセッションは約45%増加**（3,099サイトの厳密なコホートでは41%）。
4. **AIはまだ小さい：**Googleオーガニック100訪問あたりAI 1.25訪問。1年前の0.70から増加（2026年8月は1.52）。
5. **AI参照トラフィックの83%はChatGPT。**最も伸びたのはClaude（×6.6）とGemini（×2.8）、Perplexityは半減。
6. **Googleクリックを最も失っているのは求人、SaaS、教育。**AI流入の伸びが最も大きいのは旅行（+120%）とEC（+54%）。

AIトラフィック vs Google：4つの数字

16,000以上のサイトが示す2026年の検索

−15%	+45%	1.25	83%
Googleオーガニッククリック 前年比	AI経由のセッション 前年比	AI訪問数 Google 100訪問あたり	AI参照トラフィックの ChatGPT経由

出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

「AIがすでにトラフィックを奪っている、という見出しを打つのは簡単ですが、それはまだ事実ではありません。重要なのはスピードであり、このペースが続けば、AI検索への備えはもはや選択肢ではなくなります。」

David Kaufmann、SEOcrawl AI CEO兼共同創業者

調査方法

アンケートではなく、実際のWebサイトの実データ

Googleオーガニック：プロパティ単位のSearch Consoleのクリック数と表示回数。全地域・全デバイス、2024年5月〜2026年8月（28か月）。

AI参照トラフィック：参照元がAIアシスタントのドメイン（chatgpt.com、gemini.google.com、perplexity.ai、claude.ai、copilot.microsoft.comなど）であるGA4セッション。2025年3月〜2026年8月。有料メディアは除外。

比較期間：Googleは2025年9月〜2026年8月とその前の12か月、AIは2026年3月〜8月と2025年3月〜8月。

中央値を使う理由：上位1%のサイトが全クリックの約70%を占めるため、業界別・規模別の数値は中央値のサイトを用い、25サイト以上のグループのみ公表しています。



1.

Googleオーガニック検索

同じ16,661サイトで、Googleが送るクリックは毎月減っており、前年との差は広がり続けています。

−15.0%
Googleクリック合計、前年比

−20.1%
中央値のサイトの変化

69%
のサイトでGoogleクリックが減少

1 · GOOGLEオーガニック検索

Googleが送るクリックは1年前より15%少ない

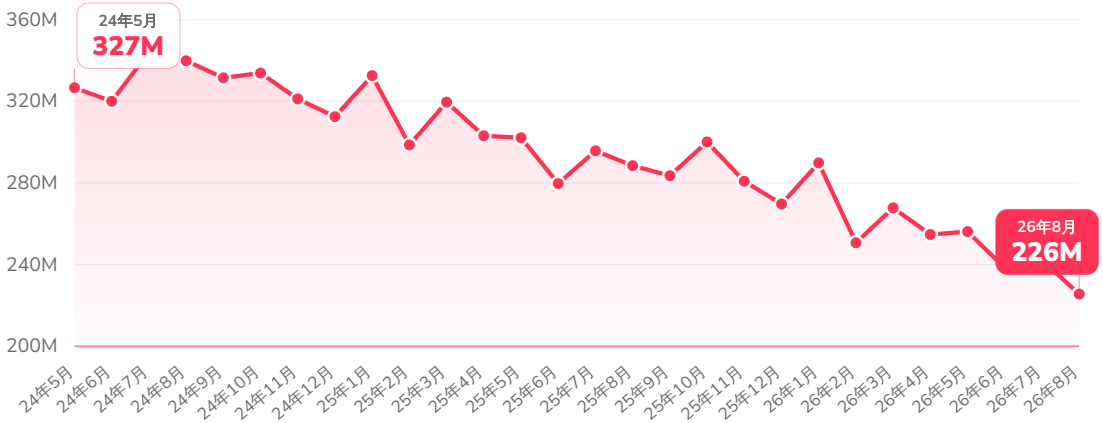
Googleオーガニッククリックは**37.2億**（2024年9月〜2025年8月）から**31.6億**（2025年9月〜2026年8月）に減少。クリック数にして5億5,900万の減少です。

中央値は合計よりも悪い結果です。合計値は大規模サイトに支えられており、一般的なWebサイトはGoogleクリックの5分の1を失いました。2024年5月から2026年8月にかけて、コホートの月間クリック数は31%減少しました。

ポイント：季節性では説明できません。8月同士で比べても、クリック数は21.8%減少しています。

Googleクリックは減少が続く

月間Googleオーガニッククリック数（百万）、同一の16,661サイト



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

1 · GOOGLEオーガニック検索

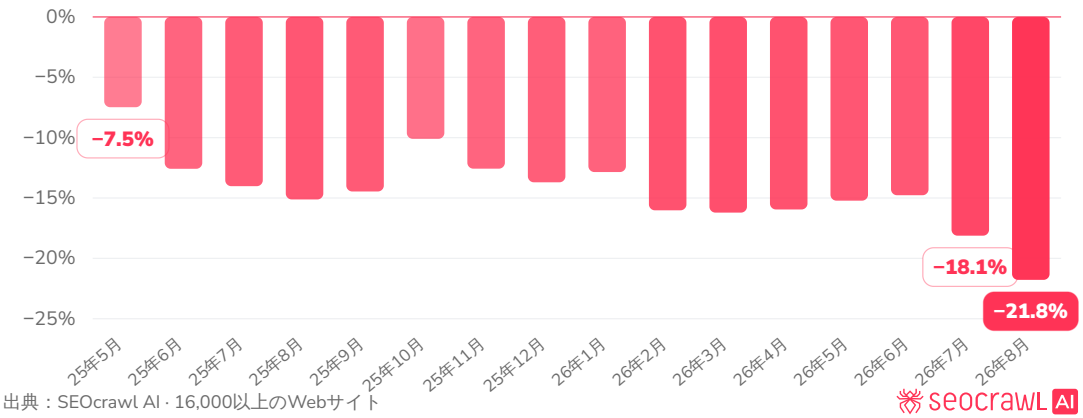
減少は横ばいになるどころか、加速している

2025年5月以降、すべての月で前年同月を下回っています。差は2025年春には1桁台（5月は−7.5%）で、冬の間は−10%〜−16%で推移した後、再び拡大しました。**2026年7月は−18.1%、8月は−21.8%**と、調査期間で最も大きな減少です。

このパターンは、AI Overviews、AI Mode、その他のリッチリザルトによって、検索結果ページ上で答えが完結する検索が増えている状況と一致します。

オーガニックの減少は加速している

Googleクリック数の月別前年比、同一の16,661サイト



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

1 · GOOGLEオーガニック検索

表示は維持。クリックは減少。

表示回数の合計は前年比で横ばい（+0.4%）だった一方、クリック数は15%減少しました。サイトは引き続き表示されていますが、クリックされる回数が減っています。

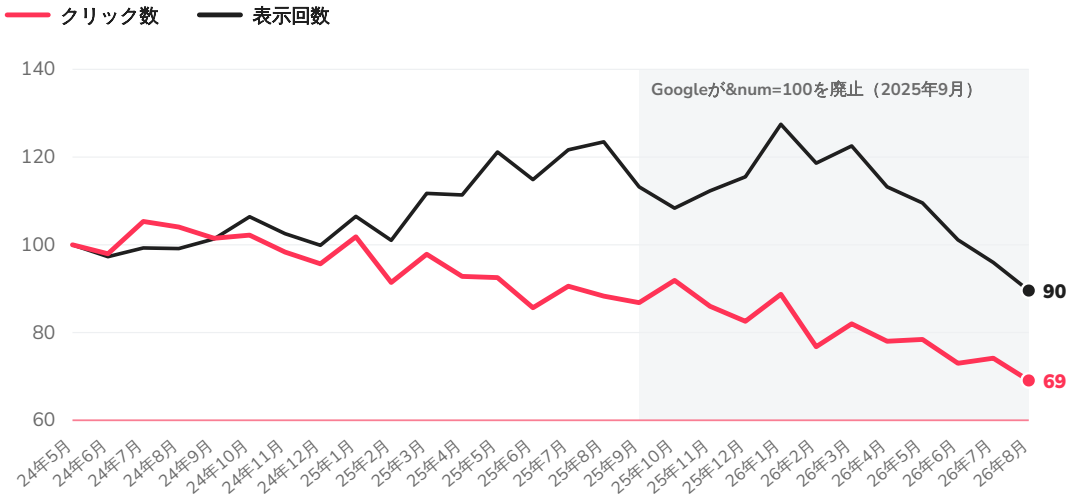
表示回数は2025年のほとんどの期間で増加した一方、クリック数はじわじわ減少しました。クリック率が圧迫されている典型的な兆候です。2025年9月からは、Googleが100件表示のパラメータを廃止したことで業界全体の表示回数が減少したため、グラフの網掛け部分は主に計測方法の変化によるものです。

✓ やるべきこと

- [ ] オーガニックの健全性の指標として、表示回数ではなくクリック数を追跡する。
- [ ] 毎月、前年同月と比較する。
- [ ] 表示回数を維持したままクリックを失ったクエリを確認する。それらは検索結果ページ上で答えが完結しています。

表示は維持。クリックは減少。

指数（2024年5月 = 100）、同一の16,661サイト



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

2.

AI参照トラフィック

AIアシスタントはWebサイト訪問の最も急成長している流入源です。実際のサイトで計測すると、Googleからの100訪問に対して約1訪問にとどまっています。

+44.6%
AI経由のセッション、前年比

1.25
Googleオーガニック100訪問あたりのAI訪問

0.36%
Webサイトの全セッションに占める割合

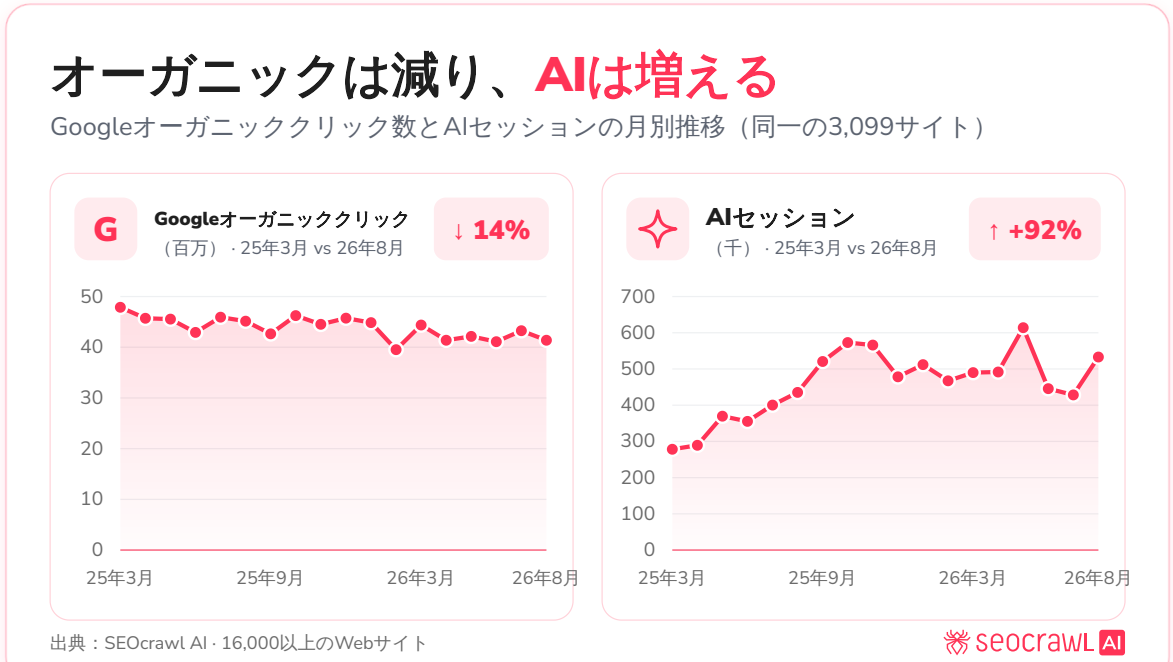
2・AI参照トラフィック

オーガニックは減り、AIは増える

GA4の履歴がそろっている同じ3,099サイトで、2025年3月から2026年8月にかけてGoogleオーガニッククリックは14%減少し、AI経由のセッションは92%増加しました。

前年比（2026年3月〜8月と2025年の比較）で、AIセッションは3,949サイトのパネルで**44.6%**、厳密なコホートで**41.1%**増加しました。213万セッションから300万セッションへの増加です。

全員が勝っているわけではありません：AIセッションが伸びたのは57.6%のサイト。残りの4割では、AI流入は横ばいか減少でした。



2 · AI参照トラフィック

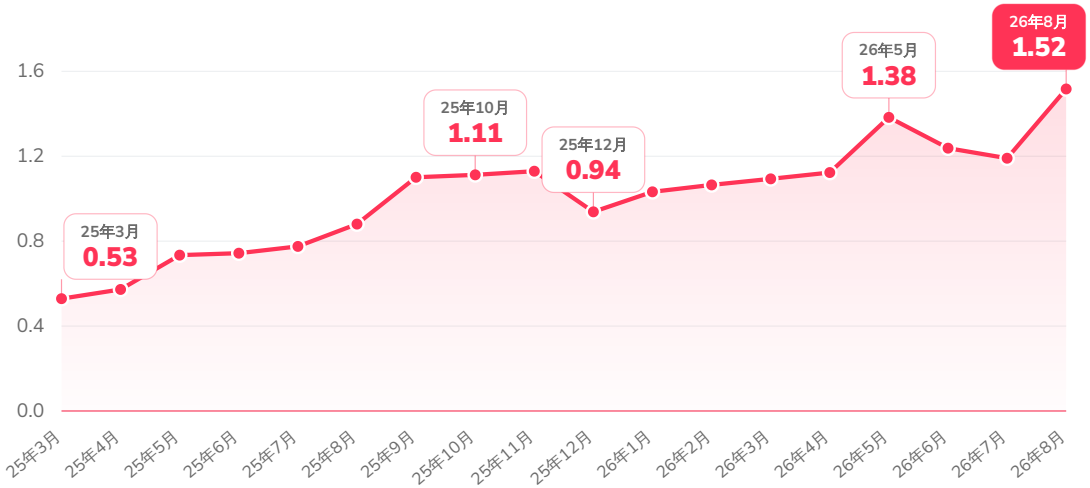
Google 100訪問あたり、AIは約1訪問

Googleオーガニック検索から届く100セッションに対し、AIアシスタントが送るのは現在**1.25**（2026年3月〜8月）で、1年前の0.70から増加しました。2026年8月にはこの比率が**1.52**に達しています。

成長は一直線ではありません。AI流入は2025年秋に急増し、11月から4月にかけて横ばいとなり、2026年5月から再び上昇しました。

オーガニックに対しAIが存在感を拡大

Googleオーガニック検索100訪問あたりのAIセッション、月別（3,099サイト）



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

2・AI参照トラフィック

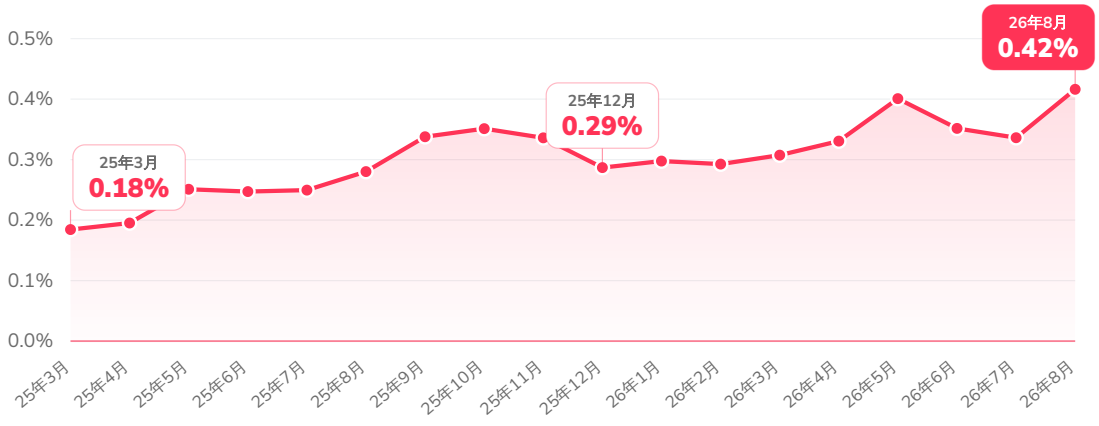
急成長中のチャネル、ただしごく小さな規模から

Webサイトの**全**セッションに占める割合で見ると、AIは0.23%（2025年3月〜8月）から0.36%（2026年3月〜8月）に上昇し、2026年8月には0.42%に達しました。それでも全訪問の0.5%未満です。

全体像：Googleオーガニックは依然として、すべてのAIアシスタントの合計の約80倍の訪問をもたらしています。

AIはいまも全訪問の0.5%未満

Webサイトの全セッションに占めるAI経由セッションの割合、月別（3,099サイト）



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

2 · AI参照トラフィック

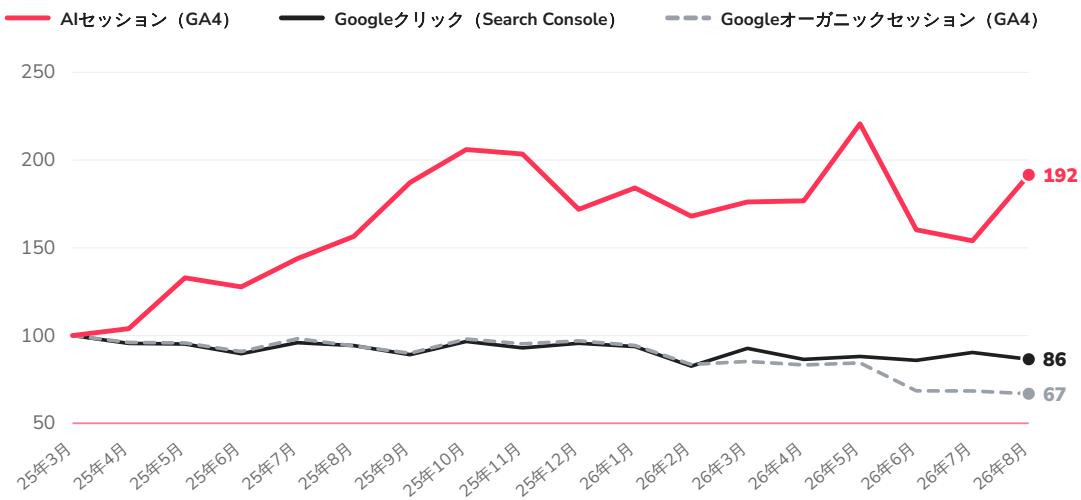
Googleが縮小する中、AIは拡大

2025年3月を100とした指数で、AI経由のセッションはほぼ2倍になりました（2026年8月の指数は192）。同じ期間に、GoogleオーガニックからのGA4セッションは67、Search Consoleのクリック数は86に低下しました。

各線の規模は大きく異なります。このコホートではAIセッションが月約50万であるのに対し、Googleからは3,500万〜5,000万です。小さな数字が2倍になっても、非常に大きな数字の減少はまだ埋め合わせられません。

Googleが縮小する中、AIは拡大

指数（2025年3月 = 100）、同一の3,099サイト



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

2・AI参照トラフィック

どう測っても同じ傾向

GA4の数値はサイトがトラッキングを変更すると変動するため、比率を3通りの方法で確認しました。

指標	2025	2026
GA4 Googleオーガニック100あたりのAI（3,099）	0.70	1.25
同指標、大規模サイトのみ（1,193）	0.68	1.21
Search Console 100クリックあたりのAI	0.78	1.18

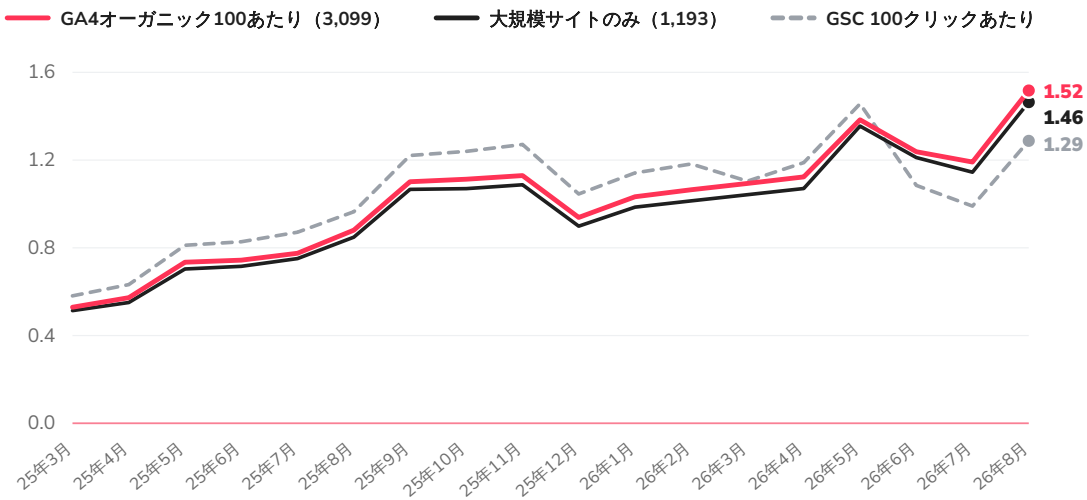
各年3月〜8月。いずれの方法でも、AIは18か月でGoogleに対しておよそ2倍になり、依然として100訪問あたり1訪問前後にとどまっています。

やるべきこと

- [ ] AIアシスタントのドメインからのGA4セッションを、アシスタント別にセグメント化する。
- [ ] 毎月Googleオーガニックと比較する。その比率が基準値になります。
- [ ] ダイレクトとして届くアプリ経由のトラフィックに注意する。実際のAIの影響はもっと大きい。

どう測っても同じ傾向

Google 100訪問あたりのAIセッション、3通りの計測



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

3.

トラフィックを送るAIアシスタント

AIトラフィックは検索市場よりもはるかに集中しており、追う側の順位は変わり続けています。

83.3%
のAI流入はChatGPTから

×6.6
Claudeからの流入の伸び

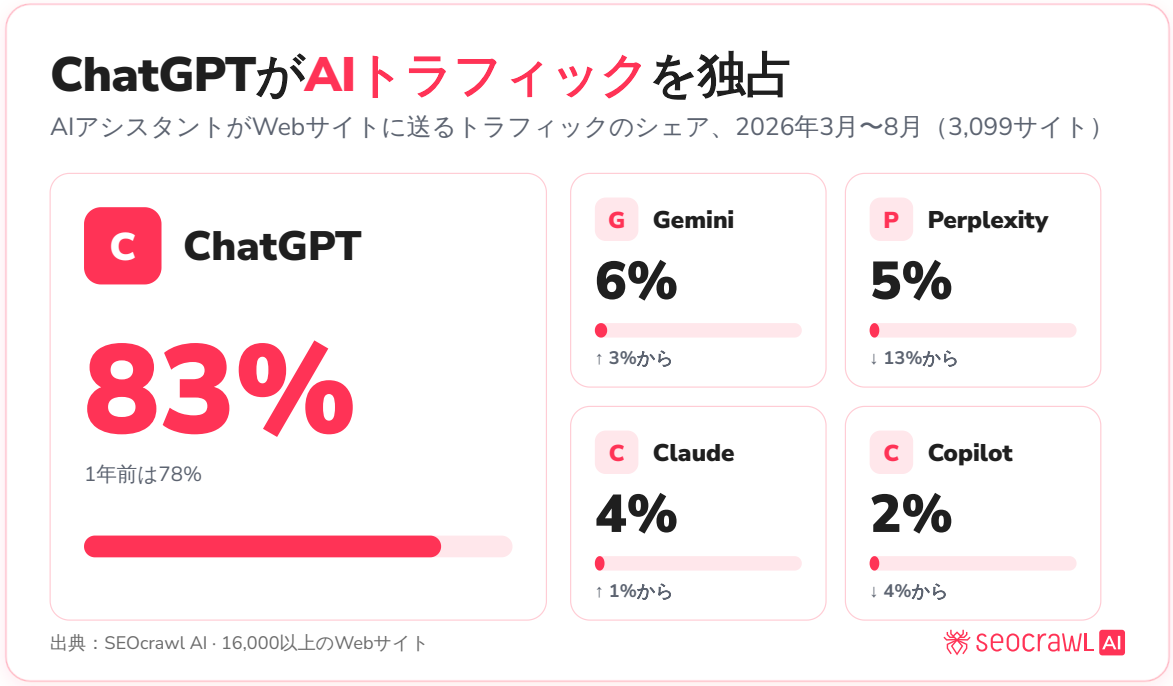
−50%
Perplexityからの流入、前年比

3 · トラフィックを送るAIアシスタント

AI参照トラフィックの83%はChatGPT

2026年3月〜8月、AI経由のセッションの**83.3%**をChatGPTが占め、Gemini（6.0%）、Perplexity（4.7%）、Claude（3.7%）、Copilot（2.1%）が続きました。2026年8月単月では、ChatGPTのシェアは91%に達しています。

ブランドにとって、AIチャネルでの可視性は現時点ではほぼひとつのプロダクトの中で決まっています。



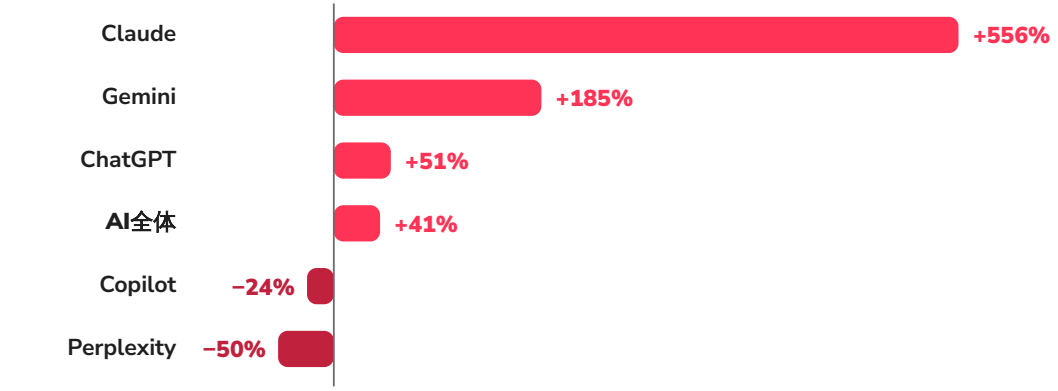
3 · トラフィックを送るAIアシスタント

ClaudeとGeminiが最も急成長、Perplexityは半減

Claudeからの流入は6.6倍（AIトラフィックの0.8%から3.7%へ）、Geminiはほぼ3倍（3.0%から6.0%へ）に伸びました。ChatGPTは51%増と、チャネル全体を上回るペースです。Perplexityからの流入は半減し、シェアは13.1%から4.7%に低下。Copilotは24%減少しました。

ClaudeとGeminiが最も急成長

AIアシスタント別のAI経由セッションの変化、2026年3月〜8月 vs 2025年3月〜8月



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

3・トラフィックを送るAIアシスタント

月別のAIの構成

月別に見ると、AI流入に占めるChatGPTのシェアは2025年3月の78%から2026年8月には91%に上昇しました。Perplexityは逆に18%から2%に低下しています。

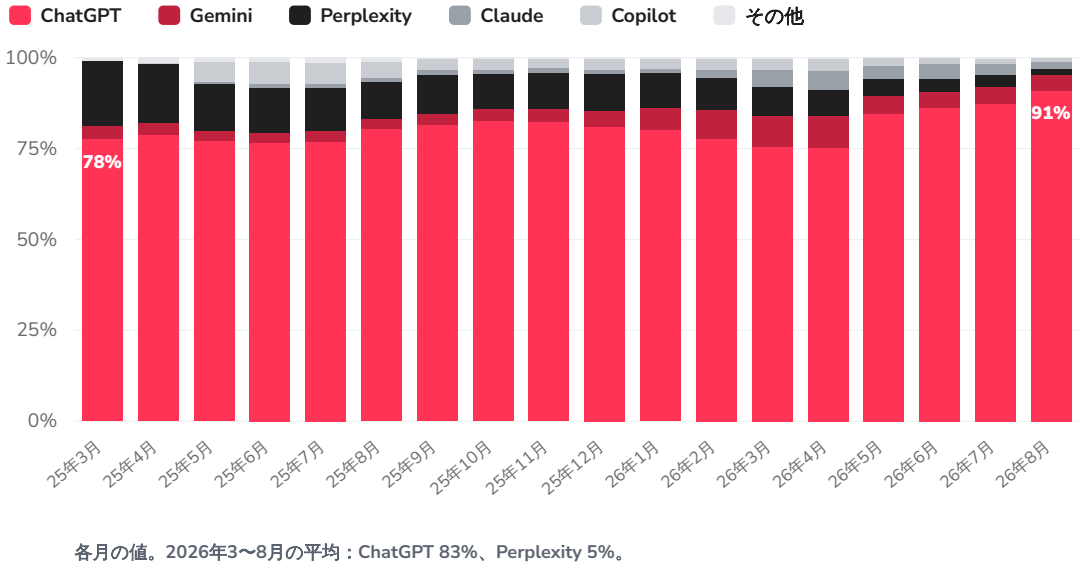
ClaudeとGeminiは小さいながらも伸びており、追う側の順位は18か月で何度も入れ替わっています。

✓ やるべきこと

- [ ] まずChatGPTに最適化する。AI訪問の83%はここから始まります。
- [ ] GeminiとClaudeも追跡する。最も急成長しているアシスタントです。
- [ ] 四半期ごとに構成を見直す。18か月で何度も変化しています。

月別のAIの構成

AIアシスタント別のAI経由セッションのシェア（3,099サイト）



各月の値。2026年3〜8月の平均：ChatGPT 83%、Perplexity 5%。

出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

4.

業界別分析

全クリックの99%を占める大規模サイト6,700件を15業界に分類し、各業界の中央値のサイトを比較しました。これにより、1つの大規模サイトが結果をゆがめることはありません。

−38%
Googleクリック、求人の中央値サイト

+120%
AI流入、旅行の中央値サイト

2.68
Google 100あたりのAI訪問、教育

4 · 業界別分析

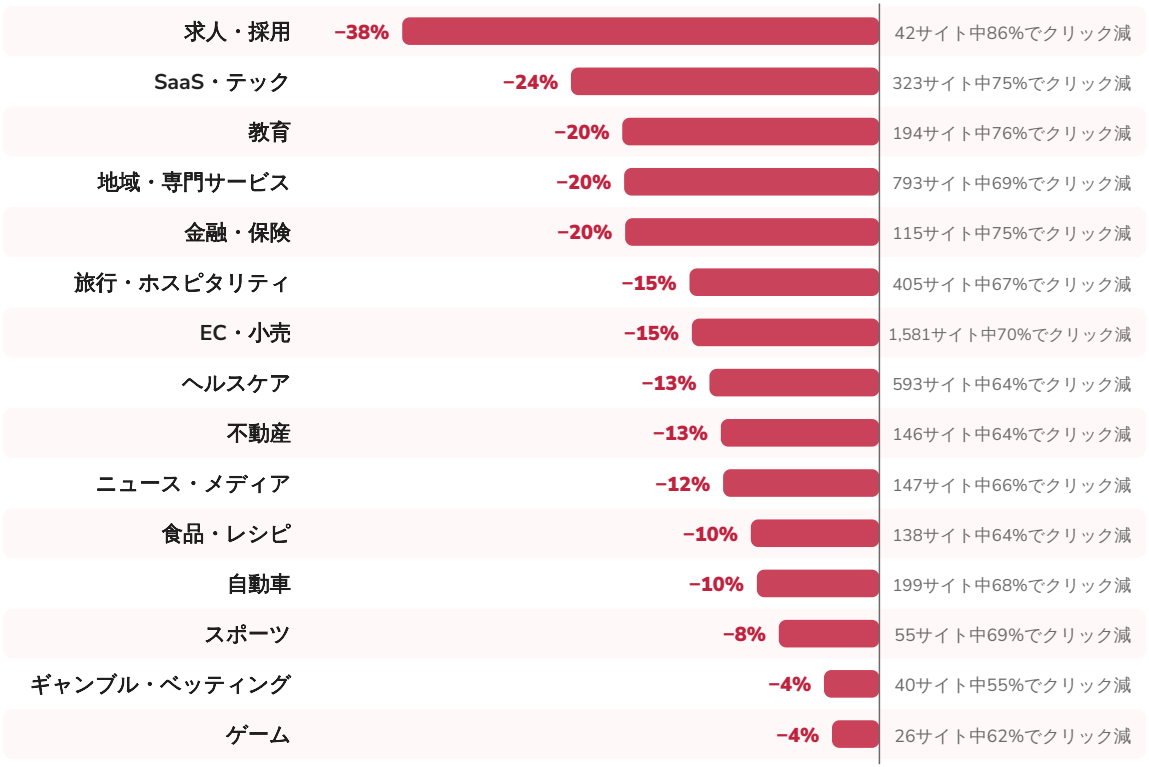
Googleで最も打撃を受けているのは求人、SaaS、教育

すべての業界でGoogleクリックが減少しましたが、その度合いは同じではありません。**求人・採用**の中央値のサイトは**38%**を失い、そうしたサイトの86%で減少しました。**SaaS・テック**は24%、**教育、地域サービス、金融**は約20%の減少。**ゲーム、ギャンブル、スポーツ**は4〜8%の減少にとどまりました。

「やり方」、定義、比較、キャリアの質問といった情報収集型のクエリを基盤とする業界こそ、今やGoogleとAIが直接答えてしまう領域です。遊ぶ、賭ける、試合を追う、買うといった目的の場面では、クリックは残っています。

業界別のGoogleクリック

サイトあたりのGoogleオーガニッククリックの変化（中央値）、2025年9月〜2026年8月、前年比



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

4 · 業界別分析

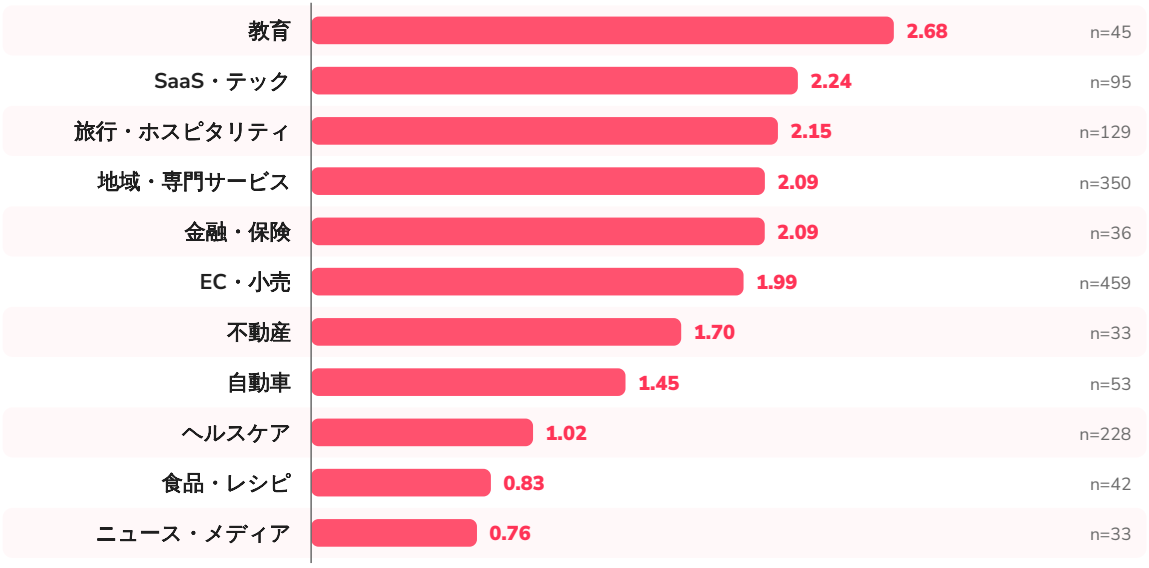
AIトラフィックが最も多いのは教育、SaaS、旅行

Googleからのトラフィックとの比較で、AIからの訪問が最も多いのは**教育**サイトです。中央値のサイトで**Googleオーガニック100訪問あたり2.68**と、分類対象の全サイトの1.71を上回ります。

SaaS・テック（2.24）、**旅行（2.15）**、**地域サービスと金融（2.09）**、**EC（1.99）**が続きます。最も少ないのは**ニュース（0.76）**、**食品（0.83）**、**ヘルスケア（1.02）**です。

AIトラフィックが最も多いのは

サイトあたりのGoogleオーガニック100セッションあたりAIセッション（中央値）、2026年3月〜8月



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

4 · 業界別分析

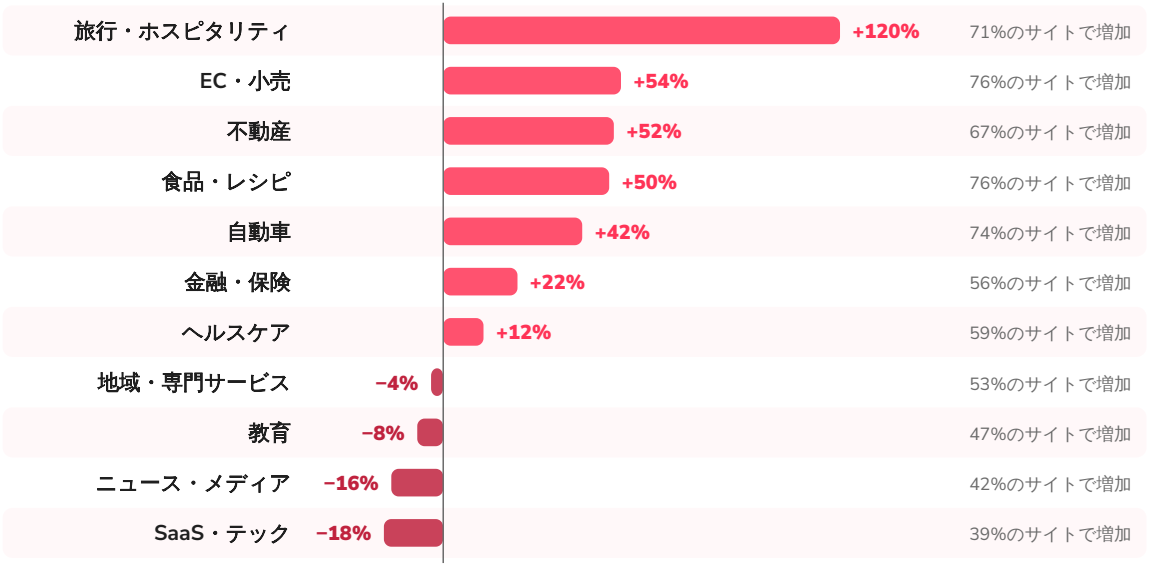
AIの伸び：旅行とショッピングがリード

AIトラフィックが**伸びている**業界は、また別の顔ぶれです。**旅行**の中央値のサイトはAI流入を2倍以上に増やし（**+120%**）、**EC（+54%）**、**不動産（+52%）**、**食品（+50%）**、**自動車（+42%）**が続きます。これらの業界では、3分の2から4分の3のサイトでAIトラフィックが増加しました。

SaaS・テック、教育、ニュースは逆の動き。中央値のサイトでAI流入が減少しました。

AIの伸びは旅行とショッピングがリード

サイトあたりのAI経由セッションの変化（中央値）、2026年3月〜8月 vs 2025年3月〜8月



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

4 · 業界別分析

Googleで失い、AIで得ているのか？

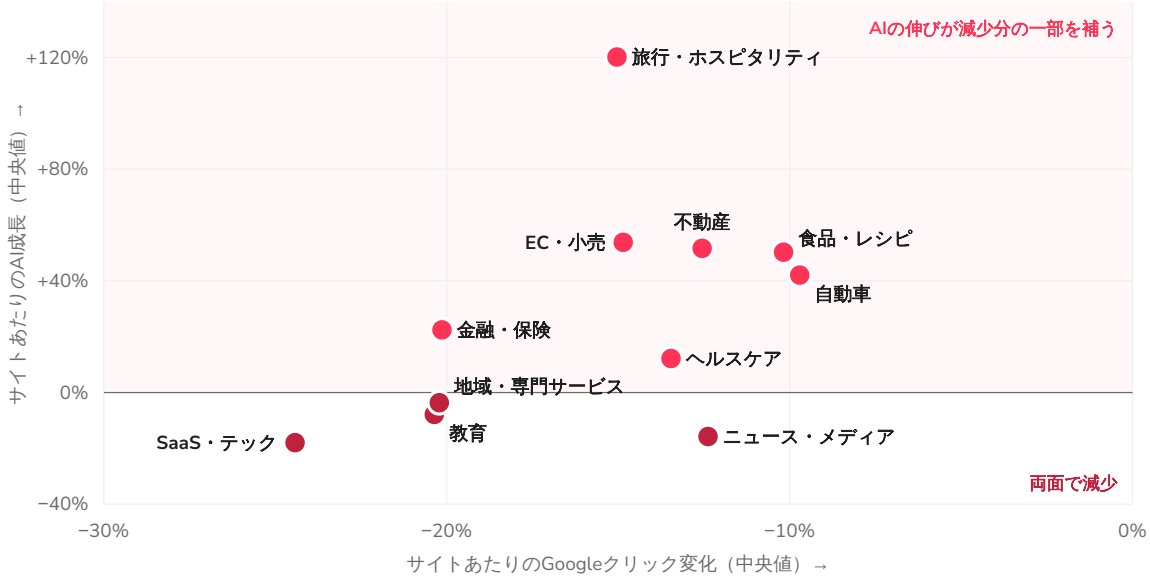
各業界のGoogleの変化とAIの伸びをプロットすると、2つのグループに分かれます。

トランザクション型の業界（旅行、EC、不動産、食品、自動車）はGoogleクリックを10〜15%失う一方、AI流入は40〜120%増加しています。旅行の予約や商品の購入には、依然としてクリックが必要です。

情報収集型の業界（SaaS・テック、教育、ニュース）は両面で減少。アシスタントが訪問を送らずに質問に答えるケースが増えています。

Googleで失い、AIで得る？

各点は1業界：Google変化の中央値（x）とAI成長の中央値（y）



出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

4・業界別分析

業界ごとに異なるAIの構成

ChatGPTはどの業界でもトップですが、その度合いは異なります。**旅行**ではAI流入の**96%**を占めています。

ニュース・メディアでは**Perplexity**が**21%**を占め、平均の5%を大きく上回ります。出典を明示した最新の情報源を重視するためです。

SaaS・テックは最も多様な業界で、Geminiが8%、**Claudeが5.7%**を占めています。ClaudeのEC業界でのシェアの5倍以上です。

業界ごとに異なるAIの構成

AIアシスタント別のAI経由セッションのシェア、2026年3月〜8月

	ChatGPT	Gemini	Perplexity	Claude
旅行・ホスピタリティ	96.2%	1.4%	1.3%	0.4%
EC・小売	90.4%	4.0%	3.3%	1.0%
自動車	89.8%	4.1%	3.3%	1.1%
ヘルスケア	85.1%	4.9%	5.1%	1.8%
教育	84.8%	5.1%	4.8%	2.1%
SaaS・テック	78.2%	8.0%	5.9%	5.7%
ニュース・メディア	62.8%	5.2%	21.4%	4.4%

出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

4 · 業界別分析

最も打撃を受けているのは中規模サイト

減少**前**のGoogleトラフィックでサイトをグループ分けすると、**月1,000〜10,000クリックの中規模サイトが最も大きく落ち込み、中央値で−28%**、78%のサイトで減少しました。最小規模（−14%）と最大規模（−16%）は比較的持ちこたえています。

小規模サイトはAIの影響も受けやすく、月1,000クリック未満のサイトでは**Google 100訪問あたり約4のAI訪問**があります。これは最大規模のサイト（1.02）の4倍の比率です。

やるべきこと

- [ ] 市場全体の見出しではなく、自社の業界の中央値と比較する。
- [ ] 「やり方」コンテンツに頼っているなら、GoogleとAIの両方からのクリック減少を想定する。
- [ ] トランザクション型のサイトは、AIアシスタントが自社を推薦・リンクできるようにする。

中規模サイトが最も大きく減少

減少前の月間平均Googleクリック数別（2024年9月〜2025年8月）

<100	100–1k	1k–10k	10k–100k	100k+
クリック数／月	クリック数／月	クリック数／月	クリック数／月	クリック数／月
−14%	−19%	−28%	−21%	−16%
Googleクリック中央値	Googleクリック中央値	Googleクリック中央値	Googleクリック中央値	Googleクリック中央値
5,377サイト中60% ↓	4,806サイト中69% ↓	3,915サイト中78% ↓	1,571サイト中76% ↓	397サイト中77% ↓
3.98	3.84	2.48	1.61	1.02
100あたりのAI訪問 Google訪問	100あたりのAI訪問 Google訪問	100あたりのAI訪問 Google訪問	100あたりのAI訪問 Google訪問	100あたりのAI訪問 Google訪問
AI 前年比+3%	AI 前年比+50%	AI 前年比+43%	AI 前年比+34%	AI 前年比+44%

出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

実際のAIの数値がもっと大きい理由

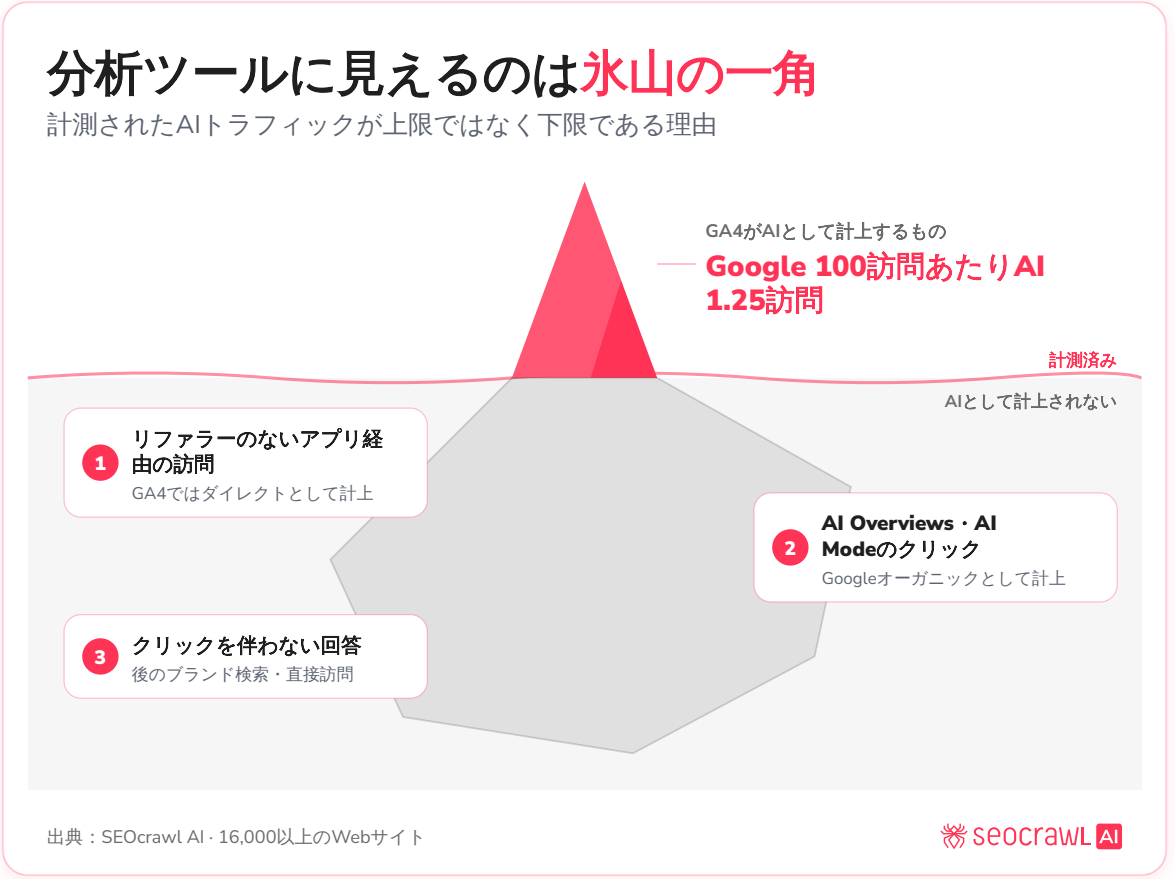
本レポートの数値はすべて、上限ではなく下限です。

1. リファラーのないアプリ経由のトラフィック。 ChatGPTのモバイル・デスクトップアプリからの訪問は、参照元の情報なしで届くことが多く、GA4ではAIではなくダイレクトトラフィックとして記録されます。

2. GoogleのAI回答はオーガニックに見える。 AI OverviewsやAI Modeからのクリックは、Search Consoleでは通常のオーガニッククリックとして報告されます。

3. クリックを伴わない回答。 ユーザーはおすすめを読み、後からブランド名で検索したりURLを入力したりします。

> **「私たちが見ているのは氷山の一角にすぎないことを忘れてはいけません。AIトラフィックの一部は、そもそもAIとして記録されていないのです。」**
>
> David Kaufmann、SEOcrawl AI CEO兼共同創業者



6 · 次にやるべきこと

SEO・マーケティングチームのための6つのアクション

サイトが従来の検索で失っている分は、AIでは取り戻せていません。少なくとも現在の規模では。しかしAIチャネルは急成長しており、アシスタント内のポジションは今まさに埋まりつつあります。

AIが大きくなるまで待ってから取り組むのは誤りです。

ひとつの場所で計測する：SEOcrawl AIなら、Google Search Console、アシスタント別のGA4のAI流入、AIが自社ブランドについて何と言っているかを並べて確認できます。

次にやるべきこと：6つのアクション

16,000以上のサイトに基づく、SEO・マーケティングチームのための実践プラン

今週 ····· 今月 ····· 今四半期

01 AI流入を計測する

GA4のセッションをアシスタント別に分け、毎月Googleオーガニックと比較する。

02 業界と比較する

GoogleとAIの変化を、見出しではなく業界の中央値と比べる。

03 AIの発言を追跡する

顧客が尋ねるプロンプトを監視：自社は言及・引用されているか？

04 残っているクリックを獲得する

タイトル、スニペット、構造化データ、AI Overviewでの引用が訪問を左右する。

05 「やり方」コンテンツのプランB

AIが代替できないものに投資：ツール、データ、コミュニティ、ブランド指名需要。

06 ChatGPTでリードし、他も注視

AIトラフィックの83%はChatGPT。最も急成長しているのはClaudeとGemini。

常に：**オーガニック検索への投資を続ける。** Googleはいまもすべての AIアシスタントの約80倍の訪問をもたらしている。

出典：SEOcrawl AI · 16,000以上のWebサイト

seocrawl AI

付録A

Googleオーガニック、月別 — 16,661サイト

月	クリック数（百万）	表示回数（十億）	クリック数 前年比
24年5月	326.6	8.96	–
24年6月	320.0	8.72	–
24年7月	344.0	8.90	–
24年8月	339.8	8.89	–
24年9月	331.5	9.09	–
24年10月	333.8	9.54	–
24年11月	321.2	9.19	–
24年12月	312.5	8.95	–
25年1月	332.5	9.55	–
25年2月	298.6	9.06	–
25年3月	319.6	10.01	–
25年4月	303.1	9.98	–
25年5月	302.2	10.86	−7.5%
25年6月	279.7	10.30	−12.6%

月	クリック数（百万）	表示回数（十億）	クリック数 前年比
25年7月	295.8	10.90	−14.0%
25年8月	288.5	11.07	−15.1%
25年9月	283.6	10.15	−14.5%
25年10月	300.1	9.71	−10.1%
25年11月	280.8	10.07	−12.6%
25年12月	269.7	10.35	−13.7%
26年1月	289.8	11.43	−12.8%
26年2月	250.8	10.63	−16.0%
26年3月	267.8	10.98	−16.2%
26年4月	254.8	10.15	−16.0%
26年5月	256.2	9.82	−15.2%
26年6月	238.4	9.06	−14.8%
26年7月	242.2	8.60	−18.1%
26年8月	225.6	8.03	−21.8%

2025年9月以降の表示回数は、Googleによる&num=100パラメータの廃止の影響を受けています。

付録B

AI参照トラフィック、月別 — 3,099サイト

月	AIセッション	GOOGLEオーガニック100あたり	全セッションに占める割合	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY	CLAUDE	COPILOT
25年3月	278,167	0.53	0.18%	77.8%	3.5%	17.9%	0.1%	0.0%
25年4月	289,169	0.57	0.20%	78.9%	3.2%	16.2%	0.2%	0.1%
25年5月	369,672	0.73	0.25%	77.2%	2.6%	12.9%	0.5%	5.5%
25年6月	355,239	0.74	0.25%	76.6%	2.8%	12.3%	1.2%	5.9%
25年7月	400,249	0.78	0.25%	76.9%	3.1%	11.7%	1.3%	5.5%
25年8月	435,379	0.88	0.28%	80.5%	2.7%	10.3%	1.1%	4.2%
25年9月	520,705	1.10	0.34%	81.6%	3.0%	10.8%	1.1%	3.2%
25年10月	573,115	1.11	0.35%	82.7%	3.2%	9.7%	1.1%	2.9%
25年11月	565,987	1.13	0.34%	82.5%	3.4%	10.1%	1.2%	2.5%
25年12月	478,309	0.94	0.29%	80.9%	4.6%	10.1%	1.1%	2.9%
26年1月	512,128	1.03	0.30%	80.2%	6.1%	9.5%	1.1%	2.7%
26年2月	467,276	1.06	0.29%	77.8%	7.7%	9.0%	2.2%	2.9%
26年3月	489,974	1.09	0.31%	75.5%	8.6%	8.0%	4.5%	3.0%
26年4月	491,708	1.12	0.33%	75.2%	8.8%	7.1%	5.2%	3.3%
26年5月	613,916	1.38	0.40%	84.5%	5.0%	4.6%	3.8%	2.1%
26年6月	445,820	1.24	0.35%	86.1%	4.6%	3.6%	4.0%	1.7%
26年7月	428,419	1.19	0.34%	87.3%	4.8%	3.1%	3.0%	1.5%
26年8月	532,941	1.52	0.42%	91.1%	4.1%	1.8%	1.8%	1.0%

アシスタントのシェアはAI経由の全セッションに対する割合で、残りはDeepSeekなどのアシスタントです。

付録C

業界 — 中央値のWebサイト

業界	サイト数（GOOGLE）	GOOGLEクリック、変化の中央値	クリックが減少したサイト	GOOGLE 100あたりのAI訪問	AI流入、変化の中央値	AIが伸びたサイト
求人・採用	42	−38%	86%	–	–	–
SaaS・テック	323	−24%	75%	2.24	−18%	39%
教育	194	−20%	76%	2.68	−8%	47%
地域・専門サービス	793	−20%	69%	2.09	−4%	53%
金融・保険	115	−20%	75%	2.09	+22%	56%
旅行・ホスピタリティ	405	−15%	67%	2.15	+120%	71%
EC・小売	1,581	−15%	70%	1.99	+54%	76%
ヘルスケア	593	−13%	64%	1.02	+12%	59%
不動産	146	−13%	64%	1.70	+52%	67%
ニュース・メディア	147	−12%	66%	0.76	−16%	42%
食品・レシピ	138	−10%	64%	0.83	+50%	76%
自動車	199	−10%	68%	1.45	+42%	74%
スポーツ	55	−8%	69%	–	–	–
ギャンブル・ベッティング	40	−4%	55%	–	–	–
ゲーム	26	−4%	62%	–	–	–

Google：2025年9月〜2026年8月と前年の比較、月1,000クリック以上のサイト。AI：2026年3月〜8月と2025年の比較、GA4連携サイト。AIデータのあるサイトが25〜30未満の場合は「–」。

自社のAIとオーガニックのトラフィックを計測する

この調査は、GoogleとAIアシスタントでの可視性とトラフィックをひとつのダッシュボードで計測するSEO・GEOプラットフォーム、SEOcrawl AIで作成しました。

GA4のAIトラフィック

ChatGPT、Gemini、Perplexity、Claude、Copilotがどれだけの訪問を送っているかを、Googleオーガニックと並べて月別に確認。

Prompt Tracking

顧客が尋ねるプロンプトに対し、AIアシスタントが自社ブランドに言及・引用しているかを競合と比較。

大規模なSearch Console分析

あらゆる変化の背景にあるクリック数、掲載順位、ページ、クエリ。SEOcrawl AI MCPを通じてChatGPTやClaudeの中でも利用できます。

seocrawl.aiで無料で始める



David Kaufmann

SEOcrawl AI CEO兼共同創業者 · 本調査の著者

メール info@seocrawl.com　LINKEDIN linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b　X @Davidkaufmann16　WEB seocrawl.ai

引用方法：SEOcrawl AI「AI vs オーガニック トラフィック白書 2026」、2026年10月、seocrawl.ai/blog/ai-traffic-vs-organic-search-study · お問い合わせ：info@seocrawl.com ·

© 2026 SEOcrawl SL