

2026 年 10 月 26 日

株式会社博報堂 D Y ホールディングス

株式会社博報堂

博報堂、新聞社・出版社の編集力を生成 AI 時代の  
ブランドコミュニケーションに生かすプロジェクト「Shomei AIO」を始動  
—第一弾として、生活者の AI への“問い”を起点にしたタイアップ企画を提供開始—

博報堂 D Y グループの株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）は、「AIO（※1）時代のパブリッシャーの価値を証明する」をコンセプトに、新聞社・出版社を中心とするメディアが培ってきた取材・編集の力を、生成 AI 時代の広告主のブランドコミュニケーションに生かすプロジェクト「Shomei AIO（ショウメイ・エーアイオー）※商標登録出願準備中」を始動します。

第一弾として、パブリッシャーの編集部とともに、生活者が商品やサービスについて AI に投げかける“問い”を起点にしたタイアップ記事を AIO 知見と掛け合わせて企画・制作し、AIO 時代のメディア価値を最大化する取り組みを開始します。

（※1）AIO（AI Optimization）は、AEO（Answer Engine Optimization）、GEO（Generative Engine Optimization）、LLMO（Large Language Model Optimization）等を含む、生成 AI の回答における情報の表示・引用を最適化する手法を指します。



Signature of Human Originality × Media Editorial Intelligence

## ■ 「Shomei AIO」とは

「Shomei AIO」の名称である「Shomei」には三つの意味を重ねています。

- **証明**：取材と事実確認に裏打ちされた編集コンテンツの価値を、AI 時代にも示していく
- **署名**：誰が書き、どの媒体が責任を持つ情報なのかが明らかであることの価値を高める
- **照明**：情報があふれる時代に、価値あるコンテンツに光を当てる

また「Shomei」は、Signature of Human Originality（人の独創性の署名）と、Media Editorial Intelligence（メディアの編集知）の頭文字にも由来します。

## ■ プロジェクト始動の背景

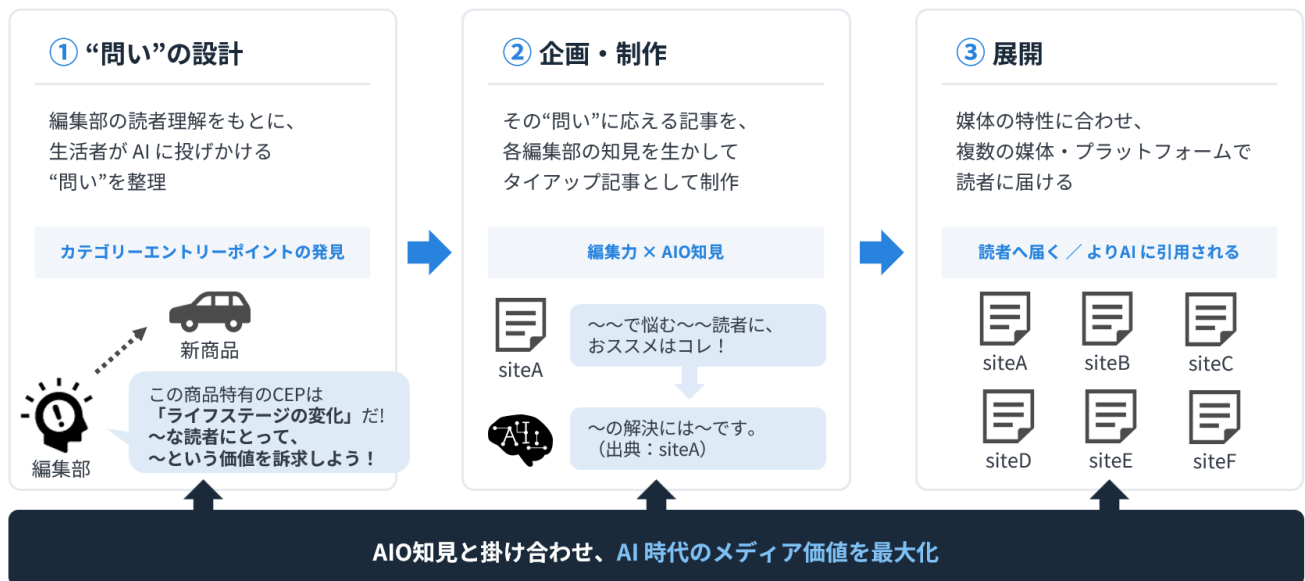
生成 AI を使った検索や、AI が回答をまとめて示すサービスが広がり、生活者が商品やサービスについて「AI に尋ねる」場面が増えています。広告主にとっては、AI の回答の中で自社のブランドがどのように語られるかが、新たな関心事になりつつあります。また新聞社・出版社は、取材と事実確認にもとづいて記事をつくり、読者の関心や悩みに長年向き合ってきました。

こうした背景のなか博報堂は、新聞社・出版社の編集の力が、AI時代に生活者から信頼される情報をブランドが届けうるうえで大きな役割を果たすと考え、「Shomei AIO」プロジェクトを始動しました。

## ■ 第一弾：パブリッシャーの編集部とともに、生成 AI への“問い”を起点にタイアップ記事を企画

「Shomei AIO」プロジェクトの取り組み第一弾として、パブリッシャーの編集部と連携し、生成 AI への“問い”を起点にタイアップ記事を企画・提供します。なお取り組みにあたっては、各メディアの編集方針や生成 AI への対応方針を尊重し、読者に役立つ記事づくりを前提とし、広告であることを明示します。

- ① “問い”の設計：編集部が持つ読者理解をもとに、生活者があるカテゴリで AI に投げかける“問い”を、カテゴリエントリーポイント（※2）の観点から整理します。
- ② 企画・制作：その“問い”に応える記事を、各編集部の知見を生かしてタイアップ記事として企画・制作し、AIO 知見と掛け合わせることで、価値を最大化します。
- ③ 展開：媒体の特性に合わせ、複数の媒体・プラットフォームで読者に届けます。



※ 取り組みにあたっては、各メディアの編集方針や生成 AI への対応方針を尊重し、読者に役立つ記事づくりを前提とします。

（※2）生活者があるカテゴリの商品・サービスを思い浮かべ、検討を始めるきっかけとなる状況や動機のこと。

今後、AI への“問い”を起点としたタイアップ記事のプランニングを最適化し、AI にいかに実際に引用されたかを可視化し証明するためのツール「Shomei AIO プランナー（仮）」を開発中です。「Shomei AIO プランナー（仮）」は、生活者が AI に相談する場面において、自社商品と競合商品の引用状況を診断し、どの場面の記事をどの編集部とつくるかの意思決定と、制作後の情報資産化をサポートします。

また、対象とするカテゴリや参画するメディアを順次拡大予定です。

<「Shomei AIO プランナー（仮）」イメージ> ※画面はいずれも開発中のものです。

1：AI の引用状況を診断

Shomei AIO プランナー

自社SUV  
サンプル自動車

プランニング

01 診断  
AIの引用状況を照らす

02 設計  
問い×編集部を決める

03 資産化  
引用の推移を追う

連携メディア 5

A 全国紙A 新聞

B 地方紙B 新聞

C ファミリー誌C 雑誌

D アウトドア誌D 雑誌

E 自動車専門E 専門誌

各メディアの編集方針と、生成AIへの対応方針を尊重して運用します。

表示中のブランド・媒体・数値は、すべて架空のサンプルです。

サンプル自動車 / 自社SUV / 診断

サンプルデータ ● 計測パートナーのデータを週次で取り込み 共有

01 診断 | 照明

生活者の問いに、AIは誰を薦めているか

ライフステージの変化から生まれる24の問いを、4つの生成AIに複数回たずねました。

生成AI 4サービス 問い 24 直近7日間

3 / 24 自社が語られた問い

14 / 24 競合だけが語られた問い

7 / 24 まだ誰も語られていない“空白”の問い

61% 回答の出力のうち 新聞・雑誌・専門誌の記事

| 生活の場面  | 生活者の問い 24件中10件を表示       | 生成AI |   |   |   | 判定   |
|--------|-------------------------|------|---|---|---|------|
|        |                         | A    | B | C | D |      |
| 家族が増える | チャイルドシート2台、乗せ降ろしが楽な車は？  | ◆    | ◆ | ◆ | ○ | 競合のみ |
|        | 3人目が生まれたら、コンパクトSUVでは狭い？ | ○    | ○ | ○ | ○ | 空白   |
|        | 子どもの送迎用に、小回りが利く車は？      | ●    | ◆ | ● | ◆ | 自社   |
| 親を支える  | 親の通院の送迎。乗り降りしやすい車は？     | ◆    | ◆ | ○ | ◆ | 競合のみ |
|        | 高齢の親の運転、安全装備は何があれば安心？   | ○    | ○ | ○ | ○ | 空白   |
| 移り住む   | 雪国に転勤。4WDは本当に必要？        | ◆    | ◆ | ◆ | ◆ | 競合のみ |
|        | 地方に移住したら、EVとハイブリッドどっち？  | ○    | ○ | ○ | ○ | 空白   |
| 趣味を始める | キャンプ道具が積めて、街でも乗りやすい車は？  | ◆    | ◆ | ◆ | ○ | 競合のみ |
|        | 車中泊できるコンパクトSUVは？        | ●    | ○ | ◆ | ○ | 自社   |
| 家計を見直す | 維持費込みで、月いくらなら乗れる？       | ○    | ◆ | ○ | ○ | 競合のみ |

● 自社が語られた ◆ 競合だけが語られた ○ ブランド名なし 24件すべて表示 >

選択中の問い 「チャイルドシート2台、乗せ降ろしが楽な車は？」

B 生成AI B の回答(代表例) ほぼ毎回、同じ趣旨 チャイルドシート2台なら、後席ドアが大きく開く 競合SUV A や 競合SUV B が候補です<sup>①</sup>。決め手は、ドアの開口幅と座面の高さです<sup>②</sup>。

生成AI B の回答で語られた割合

● 自社SUV 0%

◆ 競合SUV A 82%

◆ 競合SUV B 64%

回答の出力

① ファミリー誌C 編集部の実地検証 雑誌

② 自動車専門E 計測による比較記事 専門誌

③ 口コミサイト オーナーの投稿 口コミ

見立て 根拠は編集部の実地検証。 自社SUVは未登場です。 設計する →

2：どの編集部と制作するか意思決定をサポート

Shomei AIO プランナー

自社SUV  
サンプル自動車

プランニング

01 診断  
AIの引用状況を照らす

02 設計  
問い×編集部を決める

03 資産化  
引用の推移を追う

連携メディア 5

A 全国紙A 新聞

B 地方紙B 新聞

C ファミリー誌C 雑誌

D アウトドア誌D 雑誌

E 自動車専門E 専門誌

各メディアの編集方針と、生成AIへの対応方針を尊重して運用します。

表示中のブランド・媒体・数値は、すべて架空のサンプルです。

サンプル自動車 / 自社SUV / 設計

サンプルデータ ● 計測パートナーのデータを週次で取り込み 共有

02 設計 | 署名

どの問いの記事を、どの編集部とつくるか

「競合のみ」「空白」の問いを、読者・取材・AIの出力の3つの観点で、編集部と結びます。

対象 競合のみ・空白の問い 連携メディア 5

| 生活者の問い                  | A 全国紙A 新聞 | B 地方紙B 新聞 | C ファミリー誌C 雑誌 | D アウトドア誌D 雑誌 | E 自動車専門E 専門誌 |
|-------------------------|-----------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| チャイルドシート2台、乗せ降ろしが楽な車は？  | ●         |           | 候補           | ●            | ●            |
| 競合のみ 家族が増える             |           |           |              |              |              |
| 高齢の親の運転、安全装備は何があれば安心？   | 候補        | ●         |              |              | ●            |
| 空白 親を支える                |           |           |              |              |              |
| 雪国に転勤。4WDは本当に必要？        | ●         | 候補        |              | ●            | ●            |
| 競合のみ 移り住む               |           |           |              |              |              |
| キャンプ道具が積めて、街でも乗りやすい車は？  |           | ●         | ●            | 候補           | ●            |
| 競合のみ 趣味を始める             |           |           |              |              |              |
| 地方に移住したら、EVとハイブリッドどっち？  | ●         | ●         |              | ●            | 候補           |
| 空白 移り住む                 |           |           |              |              |              |
| 3人目が生まれたら、コンパクトSUVでは狭い？ | ●         |           | ●            |              | ●            |
| 空白 家族が増える               |           |           |              |              |              |

● 相性 高 ● 中 ● 低 企画候補 相性＝読者の重なり×取材実績×AIの回答での出典実績

企画候補 5 本 A B C D E

カバーできる問い 10 (競合のみ 6・空白 4)

新聞 2・雑誌 2・専門誌 1

相読メモを作成

編集部に相談する

選択中の組み合わせ 「高齢の親の運転、安全装備は何があれば安心？」

× A 全国紙A 新聞 企画候補

この編集部と組む理由

読者 40～60代が中心。 親の運転を気にかける世代 ●●●

取材 高齢ドライバーと安全技術を、継続して取材。関連記事 38本 ●●●

AIの出典 周辺の問いの回答で、出典の18%を占める ●●●

企画の切り口(たたき台)

親のクルマの安全装備を、家族で確かめるポイント

取材先の例:交通安全の研究者、販売店の整備担当

編集部と決めること

✓ 生成AIへの対応方針 確認済み

□ 切り口・取材先 編集部と相談

□ 掲載期間・PR表記 メディアの規定に従う

① 企画の採否と内容は、編集部が判断します。

3：記事の資産化をサポート



なお、本プロジェクトは博報堂D Yグループの横断的な AI 専門家集団「HCAI Professionals」の活動の一環としても推進されています。

博報堂は今後も、メディアとともに生活者に信頼される情報の価値を高め、AI 時代における広告主のブランドづくりと、メディアの持続的な発展に貢献してまいります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂D Yホールディングス      グループ広報・IR室 [koho.mail@hakuhodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuhodo.co.jp)