

# AIで記事を出し続ける、 その前に決めること。

B2Bオウンドメディアで成果につなげる運用設計

## この資料で分かること

- AIで書いた記事が読まれない典型的な理由
- 本数を増やす前に決めておく設計
- 検索から来た人を問い合わせにつなぐ導線
- 人が手を入れるべき工程の見極め
- 続けられる運用体制の作り方

オプティソース株式会社 / 2026年版

AIを使えば記事の本数は簡単に増やせます。しかし**本数を増やただけで問い合わせが増えることは、ほとんどありません**。効くのは、誰のどんな検索に答えるかを決めることと、読んだ人が次に進める場所を用意することです。

## 増やすべきは本数ではなく**答えられる検索の種類**

同じテーマで似た記事を量産しても、検索結果では共倒れになります。本数を増やす前に、自社が答えられる問いを洗い出し、1つの問いに1本を割り当てるほうが結果につながります。書く速さより、何について書くかを決める工程に時間をかけてください。

### AIに任せる工程・人が持つ工程

調査の整理、構成案、初稿の作成はAIが速い。一方で、テーマの選定、自社の経験の差し込み、事実確認は人が持つべき工程です。全部任せると、どこかで見たことのある記事になり、読み手の記憶に残りません。

#### 01

### 誰の検索に答えるか

検索している人の職種と困りごとまで具体化します。ここが曖昧だと誰にも刺さりません。

#### 02

### 自社が答えられるか

実務で経験していないテーマは、調べて書いても薄くなります。

#### 03

### 読んだ後の行き先

資料の請求、相談、事例。次に進める場所が無い記事は、読まれても何も残りません。

# 工程ごとの分担

| 工程      | 担い手  | 理由                          |
|---------|------|-----------------------------|
| テーマを決める | 人    | 検索需要と自社の実務が重なる場所を選ぶ判断が要る    |
| 構成を作る   | AI+人 | AIで案を出し、答えるべき問いに合っているかを人が見る |
| 初稿を書く   | AI   | 速さが効く工程。ここは任せてよい            |
| 経験を差し込む | 人    | 実際の案件で見た事実。ここだけは代わりが利かない    |
| 事実の確認   | 人    | 数字と出典。誤りは信用に直結する            |

## 本数を増やす前の8つの確認点

- ✓

読み手を1人に絞ったか  
職種・役職・困りごとまで具体化します。
- ✓

答えられる問いを数えたか  
自社の経験から書ける問いの数が、記事数の上限です。
- ✓

1問い1記事になっているか  
似たテーマの重複は、検索で共倒れになります。
- ✓

次の行き先があるか  
資料・相談・事例。記事ごとに1つ用意します。
- ✓

誰が事実を確認するか  
数字と出典の確認を通す人を決めます。
- ✓

更新の担当と頻度  
出しっぱなしにせず、古くなった記事を直す担当を決めます。
- ✓

成果を何で見るか  
PVではなく、資料請求や相談の件数で見ます。
- ✓

続けられる本数か  
毎週何本なら無理なく回せるかを先に決めます。

### 問いの棚卸しから始める

書ける問いを一覧にしてから、本数の計画を立てます。

### 自社の経験を必ず入れる

調べれば分かることだけの記事は、読まれても残りません。

### 導線を記事ごとに置く

読み終わった人が次に進める場所を必ず用意します。

### 成果はPVで見ない

問い合わせと資料請求の件数で判断します。

AIで変わるのは**書く速さであって、読まれる理由ではありません**。答えられる問いを棚卸しし、1問い1記事で出していくほうが結果につながります。当社は自社メディアをこの形で運用しており、その仕組みごと提供しています。

### 相談は無料です

現状を伺ったうえで、やらない方がよい場合はその理由をお伝えします。／ [optisource.co.jp](https://optisource.co.jp)