

Innova Inc.

PROPOSAL

AI対策診断・改善 伴走支援サービス のご紹介

生成AI時代における企業のAI上の露出・引用・評価を可視化し、改善につなげる AIO/LLMP診断改善

背景

AI検索と生成AI回答の普及が、従来SEOでは捉えられない顧客接点の課題を生んでいる。

AI経由トラフィックのビジネスインパクト

①

比較検討・評判・価格確認でAIの影響が拡大

企業では、比較検討、評判確認、価格確認の文脈でAI回答の影響が大きくなりやすい

②

AIにどう見られているか把握できていない

AIにどう見られているか、何が引用されているか、どの情報が誤っているかを把握できていない企業が多い

③

従来の流入データではAI上の言及・引用状況が把握できない

従来の流入データだけでは、AI上での言及・引用状況が把握できない

5.1倍

AI検索からの平均コンバージョン率

従来の検索エンジン経由との比較

出典：superprompt

37% ↑

AIからの引用/推奨率

LLMOの実施前後の比較

出典：プリンストン大学ほか



“今” AI対策が必要とされる理由

多くの企業が、AI上の自社の状況を把握できていない。現状を可視化し、AIとも良好な関係を築いていくための第一歩が必要。

01 AI上で自社がどの程度言及（引用・推奨）されているか
見えていない

02 比較文脈で競合とどう語り分けられているか不明

03 公式情報とAI回答のあいだにズレがあっても検知しづら
い

04 既存コンテンツがAIに引用されやすい構造になっていな
い可能性がある

05 情報更新や一次情報整備が運用設計されていない

06 生成AIを使って自社でコンテンツを内製しているが、検
索エンジンからも生成AIからも評価されていない

07 これまでもSEOはやってきたが、従来のやり方の延長の
みで良いか迷っている



サービス概要

現状把握から継続的な改善定着まで、4つのフェーズで支援

01

診断

貴社サイト・外部露出を主要LLMで観測し、AI上の実態を可視化する

- 引用元・回答の質・SOMを計測
- 競合との差分を数値で把握
- ハルシネーション箇所を特定

02

戦略立案

診断結果をもとに改善優先順位・対策方針を数値根拠と共に提示

- 改善インパクト順にロードマップ化
- コンテンツ・PR施策の優先付け
- GEO-SFE改善計画の策定

03

改善・運用

改善施策を実行し、月次の継続運用で成果を定着させる

施策実行

[詳細P.7-9→](#)

コンテンツ整備（リライト・FAQ改善・新規設計）、PR・情報強化の候補先（メディア・PR・寄稿）を選定・提案など

継続運用

- 月次レポート・誤情報対応
- クエリリセット・競合比較の更新

04

計測

設計した観測基盤で対策効果をROI可視化・継続診断する

- KGI/KPI達成率のレポート
- AI引用率の前後比較
- 施策ROIの定量評価

期待成果：AI上の露出を可視化 | 課題の優先順位を明確化 | 引用率向上のコンテンツ改善 | 継続運用の型を構築



AI対策状況を可視化する4つの観点

定量・定性の両面から、AI上の自社ポジションを多角的に把握

① ブランド言及率の診断

- ・メンション率（言及頻度）
- ・推奨順位スコア
- ・競合比較（自社を候補やおすすめに選んだ割合の差）

② 参照元の診断

- ・引用ドメイン特定
- ・外部露出状況
- ・参照元の偏り

③ 回答の質に関する診断

- ・ハルシネーション確認
- ・属性タグ確認
- ・ネガティブ文脈検出

④ コンテンツの構造・鮮度に関する診断

- ・コンテンツの構造化
- ・AIクローラビリティ



AI上の「自社の状況」を正しく把握するための診断基準

AIによる回答は流動的なため、場当たりの検索では課題を見抜けない。3つの診断基準を固定し、自社の立ち位置を正確に可視化する。

①

「貴社の悩み」に合わせた質問（プロンプト）の設計

- ・ブランドの確認：「[自社名]の評判は？」
→正しい情報が伝えられているか確認
- ・おススメの調査：「[カテゴリ名]で選ぶならどこ？」
→推奨順位や選定理由を確認
- ・課題解決の確認：「[悩み]を解決する方法は？」
→解決策として真っ先に思い出されるかを確認
- ・引用元の特定：
AIがどこから情報を拾っているかを把握

②

主要AIにおける貴社の定点観測

- ・ChatGPT、Gemini、Claude、Perplexityといった主要AIを対象に定期観測
- ・露出度：10回質問して何回自社が登場するか
- ・評価スコア：AIが何番目に自社を勧めているか
- ・情報の正しさ：古いデータや間違っただスペックが語られていないか

③

貴社と競合の「差」の見える化

- ・自社と競合を同一条件で比較し、AIの中での「差」を明確にする
- ・評価軸の差：自社 vs 他社の強みの違いをAIがどう認識しているか
- ・外部露出の差：第三者評価の不足を確認
- ・コンテンツ構造の差：AIに読み取られやすい「情報の書き方」の差を分析



診断内容を踏まえた改善施策

診断内容を踏まえて、下記の4つの施策をご提示・ご提案いたします

1. 既存コンテンツ改善

AIに好まれる構造・FAQ・比較表現・内部リンクの整理・リライトを実施

期待できる効果

AI回答での引用率・推奨率が向上し、比較検討文脈での露出増加が見込める

3. 新規コンテンツ設計

比較検討・ブランド防衛・調査レポートなど、AIによる引用/推奨を狙う新規コンテンツを設計・企画

期待できる効果

新規検索文脈でのAI露出機会が拡大し、潜在顧客との接点が増加する

2. 情報強化

一次情報の充実と更新運用ルールの整備により、AIに自社を正確に認識させる情報体制を構築

期待できる効果

誤情報・属性ズレが解消され、正しいブランド認識がAIに定着する

4. 外部露出・PR施策

第三者メディア掲載・プレスリリース・寄稿・コメント提供の候補先を選定・提案

期待できる効果

第三者からの引用により権威性が向上し、AIの学習データへの露出拡大が期待できる



改善施策①：コンテンツ整備

診断結果をもとに、イノーバが直接実施するコンテンツ改善施策

✓ イノーバで直接実施可能

1. 既存コンテンツ改善

- AIが好む文章構成（構造化）リライト
- FAQの改善
- 比較表現の整理
- 内部リンク整理

3. 新規コンテンツ設計

- プロンプト（質問）起点のテーマ設計
- 比較検討向けコンテンツ設計
- ブランド防衛向けのFAQ設計
- 調査レポートや署名記事の企画

コンテンツ系施策はイノーバが一次情報・構造・文脈まで含めて直接整備



改善施策②：情報・PR整備

診断結果をもとに、イノーバが提案・選定までサポート

方針やアイデアをご提案いたします。※当プランには以下の実行は含まれません

2. 情報強化

- ・ 一次情報の追加要素の提案
- ・ 更新運用ルール of 提案
- ・ AIに自社を正しく認識させる情報の整備

4. 外部露出・PR施策

- ・ 第三者メディア掲載強化の提案
- ・ プレスリリース配信先の選定
- ・ 寄稿先の選定

PR・露出系施策はイノーバが方針・候補先の選定・提案まで担当し、実行・承認は貴社にて行っていただきます。



計測設計

継続観測に用いる主要指標を設計する

主要指標イメージ

メンション（紹介/推奨）率

推奨順位スコア

自社引用割合

引用ドメイン変化

誤情報件数

属性変化

第三者掲載件数

更新実施状況

観測の考え方

月次観測を通じて、上記指標の変化を継続的に確認する。メンション（紹介/推奨）・引用・誤情報・第三者露出・更新実施の変化を追い、次月の改善施策へ反映する。

指標は、現状把握だけでなく改善優先順位の見直しにも活用する。



役割分担と運用設計

月次サイクルで改善を定着させるための責任分担と運用体制

貴社の役割

- ・ 一次情報・独自データの提供
- ・ 専門家コメントの提供
- ・ 掲載内容の事実確認
- ・ 公開・承認の最終判断



イノーバの役割

- ・ 診断設計
- ・ ログ整理
- ・ 改善提案
- ・ リライト支援
- ・ 外部露出施策支援
- ・ 月次モニタリング

月次サイクル：観測 → 競合比較 → 誤情報修正 → 更新優先度見直し → クエリセット更新 → PRアクション見直し



期待される成果

診断・改善・継続観測を通じて得られる成果

- AI上での露出状況を可視化できる
- 比較検討文脈での弱点を把握できる
- 誤情報やズレの修正箇所が明確になる
- 引用されやすいコンテンツ改善の方向性が見える
- 第三者露出を含む改善施策の優先順位が整理できる
- 継続運用の型ができる
- AIの引用率向上が見込める

サービス内容に関してご不明点がございましたら
下記のボタンよりお気軽にお問い合わせください

[ご質問・お問合せはこちら](#)

株式会社イノーバ マーケティング部

電話: 03-4405-7431

メール: mktg@innova-jp.com

Webサイト: <https://innova-jp.com/>



個人と企業にイノベーションの力を与える