

AIO/GEO/LLMO対策サービス資料



アドマノ株式会社

1. LLMOとは

生成AI流入・LLMO主要指標データ
生成AIが引用するドメイン

2. LLMOを理解する

SEOとLLMOの違いと特徴
LLMOとSEOの関係性
ユーザーの検索行動の変化：流入から推奨へ
LLMOにつながるSEO
エンティティ対策とLLMO対策
クエリファンアウト

3. 具体的な施策（LLMO対策）

LLMO対策 全体図
LLMO戦略策定
LLMO内部対策 全施策一覧
サイト内部修正診断書（SEO+LLMO）
構造化データの実装
LLMO外部対策 全施策一覧

4. 施策実施のスケジュール

5. 効果測定

6. 各コース料金

LLMO対策 基本コース

LLMOコンサルティング 各コース概要

各コース概要 - オプション -

7. Why 東京SEOメーカー？

8. 会社概要

LLMOとは

LLMO (Large Language Model Optimization)

LLMOとは、ChatGPTやGeminiなどの生成AI（LLM：大規模言語モデル）に最適化する施策を指します。生成AIが出力する回答や要約において、自社のコンテンツが引用・参照されること、自社ブランド名が言及されることを目的とします。

LLMOの現在地

01

生成AIの回答で
引用・参照される

02

ブランド
認知の拡大

03

「先回りする施策」
急拡大する新規流入面に
先回りする施策として位置づけ

※ Ahrefs調査（2025年7月）

Google検索経由41.9%に対してChatGPT経由は0.19%程度。

<https://ahrefs.com/blog/ai-traffic-research/>

※ Adobe Analytics

生成AI経由流入が2024年7月～2025年2月で10倍超へ増加（小売＋1,200%、旅行＋1,700%）。

<https://blog.adobe.com/en/publish/2025/03/17/adobe-analytics-traffic...>

※ Previsible社（米国SEO会社）

2024/2025年1～5月比較でAI経由セッション17,076→107,100件へ527%増。ChatGPT月600→22,000訪問超。

<https://searchengineland.com/ai-traffic-up-seo-rewritten-459954>

◎ 生成AI経由のCVR（コンバージョン率）が非常に高い。生成AI経由のCVが非常に増加している傾向が強い。

📈 トラフィック急増データ

AI流入セッション増加率
(前年同期比)

+527%

Previsible社
【米国】の調査

生成AIトラフィック増加
(2年間)

+796%

WebFX社【米国】
(23億セッション)の調査

生成AIコンバージョン増加
(2年間)

+6,432%

WebFX社【米国】
(23億セッション)の調査

💡 CVR（コンバージョン率）比較データ

ChatGPT経由 CVR

15.9%

Seer Interactive社【米国】の調査

Googleオーガニック経由 CVR

1.76%

Seer Interactive社【米国】の調査

LLM訪問者のCVR優位性

4.4倍

Semrush【米国】の調査

1次情報出典元

- ・ WebFX社（生成AIトラフィック・コンバージョン）
- ・ Seer Interactive社（ChatGPT・Google CVR比較）
- ・ Previsible社（AI流入セッション527%増）

<https://www.webfx.com/blog/seo/gen-ai-search-trends/>

<https://www.position.digital/blog/ai-seo-statistics/>

<https://searchengineland.com/ai-traffic-up-seo-rewritten-459954>

■ 総合引用ランキング (5プラットフォーム合算)

順位	ドメイン	総引用数	登場PF数	引用されていたAIプラットフォーム
1位	YouTube	3,318,795	3	AIモード・AI Overviews・Perplexity
2位	Wikipedia日本語版	978,834	4	ChatGPT・AIモード・AI Overviews・Copilot・Perplexity
3位	Google	906,952	1	AIモードのみ
5位	note.com	384,517	4	ChatGPT・AI Overviews・Copilot・Perplexity
6位	Amazon.co.jp	360,091	1	AIモードのみ
9位	PR TIMES	95,655	1	ChatGPTのみ (公式情報として認識)

■ AIプラットフォーム別 引用ドメイン比較

ドメイン	ChatGPT	AIモード	AI Overviews	Copilot	Perplexity	登場数
YouTube	—	●	●	—	●	3
Wikipedia日本語版	●	●	●	●	●	5
note.com	●	—	●	●	●	4
Ameblo (アメブロ)	★1位	—	—	●	—	2
PR TIMES	●	—	—	—	—	1
Google / Amazon.co.jp	—	●	—	—	—	1

● = 当該プラットフォームのTOP5内に登場 ★1位 = ChatGPT内で最多引用 出典：Ahrefs ブランドレーダー (2025年12月～2026年3月)
※4位・7位・8位・10位は公開テキストに記載なし <https://ahrefs.com/blog/ja/brand-radar-top-10-cited-domains-2026-update/>

LLMOを理解する

◎ユーザーの情報収集行動が「検索→クリック」から「AI質問→回答確認」へ変化しつつある。両チャネルへの対応が不可欠。

	SEO 検索エンジン最適化	LLMO Large Language Model Optimization
対象	検索エンジン（Google・Bing etc）	生成AI（ChatGPT・Claude etc）
目的	検索エンジンでの上位表示による サイト訪問数の増加とCV獲得	生成AIに引用される。おすすめ質問に出てくるようにする。
ユーザーの 検索行動	検索 → クリック → サイト訪問	質問 → AI回答確認 → 情報取得・サイト訪問
現在の 流入比率	55億回/日 1兆8,600億回/年 前年比0.51%減 AI関連の 34倍	2億3,310万回/日 552億回/年 前年比80.92%増 SEOの 34分の1
注力したい 最適化の方法	・SEO内部対策 ・テクニカルSEO ・コンテンツSEO ・SEO外部対策 ・EEAT・Core WEB Vital	・EEAT、エンティティの強化 ・AIに引用されるコンテンツ設計（クエリファンアウト型トピッククラスター） ・テクニカルLLMO（構造化データなど） ・コンテンツLLMO ・サイテーションや他メディアの掲載
効果測定	・検索順位・ランキング数 ・オーガニック流入数・クリック率 ・CV率・直帰率・滞在時間	・AI回答内の言及・引用数 ・生成AIからのリファラー流入 ・ブランドクエリ増加率

LLMOの 土台は SEO

Google公式が認める SEOファーストの原則

LLMO（生成AI最適化）

SEO（検索エンジン最適化）

↑ SEOを土台に、LLMOで上積みする
Google Search Central 公式

「SEOのベストプラクティスは、AI機能（AI Overviewや AIモード）でも有効。AI機能のための追加要件はなく、別途の最適化も不要。ただし、SEO基本のベストプラクティスを再確認することは常に効果的。」

出典：developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features

◎ SEOとLLMOは別物だが連動する部分もある。しかし乖離が急速に広がっている → 今すぐLLMO対策が必要

▼ 3つの軸で整理する （1次データ）

① SEO順位だけでは不十分

LLM引用の

80%

がGoogleトップ100外

ChatGPT・Gemini・CopilotがGoogle
トップ10を引用するのはわずか12%

出典：Ahrefs（2025年8月・15,000クエリ）

△ SEO順位が高くてもLLMには引用されない

② ただしSEOも有効

Googleトップページ掲載でAI言及

72%

の相関

Perplexity 77%、ChatGPT 67%（400クエリ）
（トップ3ならChatGPT 72%・Perplexity 82%）

出典：Grow & Convert（2025年）

✓ SEOはLLMO対策の土台になる

③ 乖離は急速に拡大中

AI Overview引用のトップ10比率

76%→38%

（8か月で半減）

2025年7月76% → 2026年3月38%

AI Overviewが独自ソースを引用する傾向急増

出典：Ahrefs（2025年7月→2026年3月）

⚡ LLMOの独自対策が急務

補足データ

④ ブランド検索量がLLM引用の最強シグナル

相関係数0.334。バックリンクなど従来のSEO指標を上回る最強の予測因子。

出典：Profound（6.8億引用分析）

⑤ LLM言及数とGoogleオーガニックに強い相関

LLMでの言及数とGoogleオーガニックキーワード数の間に相関係数0.65の強い相関が確認されている。

出典：t2d3.pro調査

<結論>

SEOとLLMOは別物だが連動する部分もある。

しかし

乖離が加速中

→

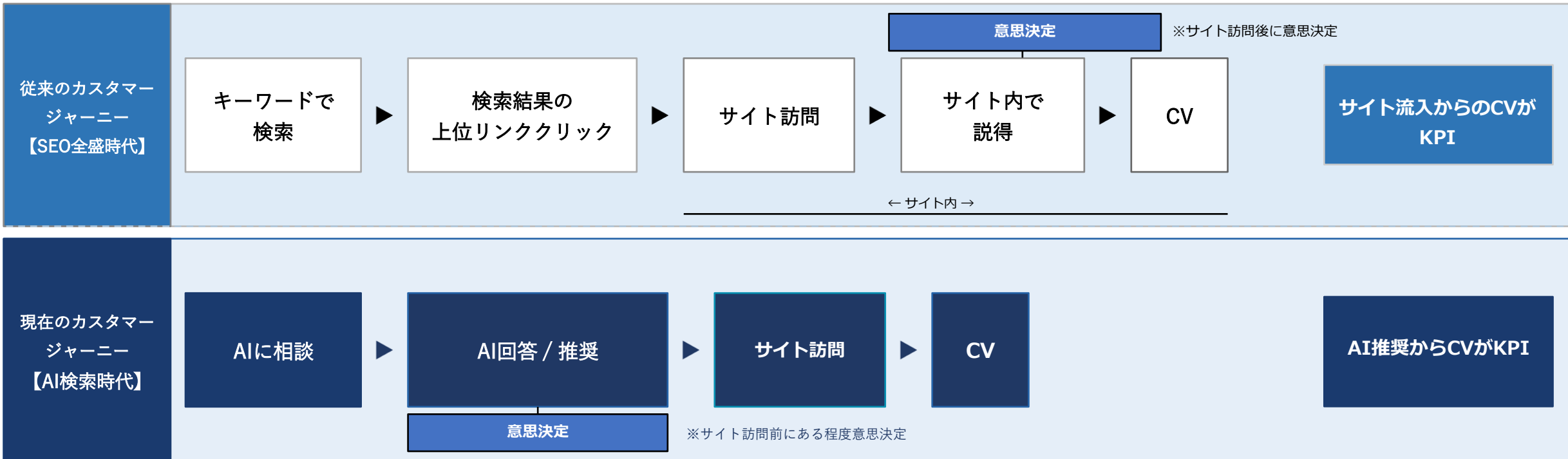
今すぐ

LLMO対策が必要

■ ユーザーの検索行動の変化：流入から推奨へ

◎ ユーザーの意思決定タイミングが「サイト訪問後」から「AI回答確認時（サイト訪問前）」へ移行。マーケティングのゴールが「流入獲得」から「AI推奨獲得」に変わりつつある。

検索におけるユーザー行動・マーケティングのゴールの変容



インサイト（洞察）

- AI時代のユーザーは「サイトを訪れる前に」AIの回答で意思決定を完了させてしまう。クリックされる前に選ばれている状態が重要になる。
- 「AI推奨される＝ほぼ成約」という構造が生まれつつある。LLMOはCVを直接狙える、最もROIの高い新チャネルになりうる。
- 従来のSEOは「流入を増やし、サイト内でCVさせる」。LLMOは「AIに推奨させ、確認のためだけに訪問させる」へとゲームルールが変わっている。



エンティティ (Entity)

検索エンジンが「固有の意味を持つもの」として認識する対象のことです。例：apple（リンゴ・企業名）。Googleはキーワード一致ではなく、「そのキーワードが指す実体（エンティティ）」を理解して検索結果を表示しています。Googleに「誰について語っているか」「何について書かれているか」を明確に伝えることが大切です。EEATにもつながります。

EEAT



GoogleがWebサイトやコンテンツの品質を評価する際に用いる基準。「Experience（経験）」「Expertise（専門性）」「Authoritativeness（権威性）」「Trust（信頼性）」の4要素の頭文字。

トピッククラスター



1つの中心的なテーマ（ピラーページ）と、それに関連する複数の詳細なサブトピック（クラスターページ）を内部リンクで戦略的につなぎ合わせたコンテンツ群。内部リンクと見出し語の統一で関係を明示すると、エンティティと属性・因果が学習され、生成回答の参照元として選ばれやすくなります。

エンティティ (Entity)

定義

エンティティとは、検索エンジンが「固有の意味を持つもの」として認識する対象のことです。例：人名（イーロン・マスク）、地名（東京）、企業名（Google）、製品（iPhone）など。

SEOとの関係

Googleは単なるキーワード一致ではなく、「そのキーワードが指す実体（エンティティ）」を理解し、検索結果を表示しています。Googleに「誰について語っているか」「何について書かれているか」を明確に伝えることが大事。EEATにもつながります。

▶ 対策

3C分析

Google Business Profile

会社概要・特徴・実績・事例ページ

ナレッジパネル

外部への情報発信

robots.txtのAI対応

Wikipediaページ

LLMO

定義

LLMO（Large Language Model Optimization）とは、ChatGPTやGeminiなどの生成AI（LLM：大規模言語モデル）に最適化する施策を指します。

SEOとの関係

GoogleやBingなどの検索エンジンでは、AIによる検索アンサー（AI Overviews）が増加しており、今後は「AIが参考にするコンテンツ」が検索流入に影響します。LLMに引用・推奨されるコンテンツ設計が、これからのSEOの競争優位につながります。

▶ 対策

一次情報のコンテンツ

質問ベースのコンテンツ設計

SNS戦略

動画マーケティング

ブランディング戦略

EEAT

llms.txtの設置

AIが読みやすい情報設計

構造化データの導入

© AI OverviewとAIモードの返答生成で「クエリファンアウト」手法が使われている。

クエリファンアウト (Query Fan-out)

質問を細かく分けて、幅広い情報源から集め、最後にまとめ直すやり方。AIがユーザーの質問を受け取り、複数の観点から情報を検索・収集・要約して最終的に「統合回答」を生成する仕組み。

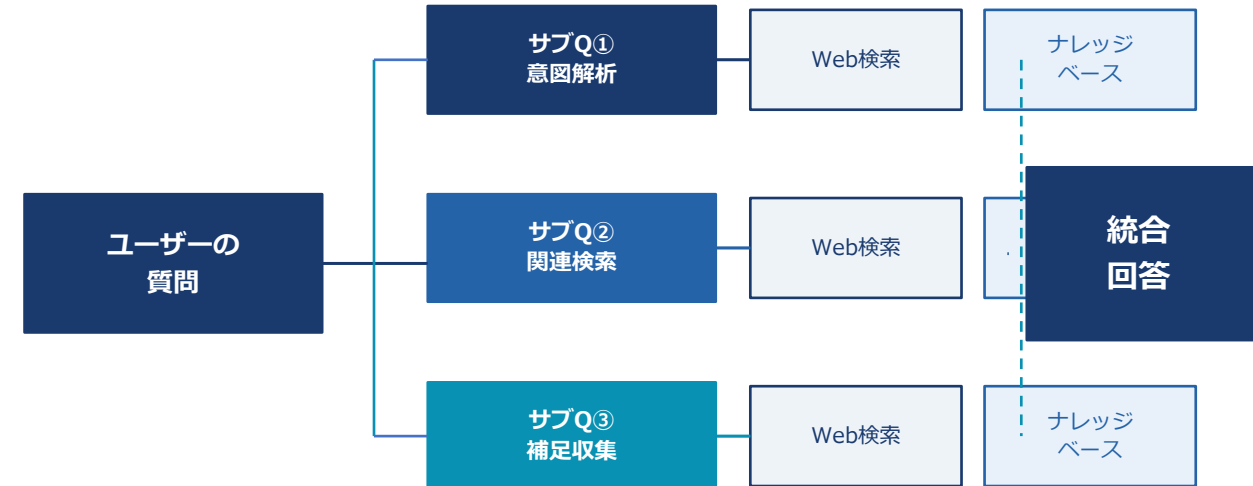
« 大きく以下の5ステップ »

- 1 ユーザーのクエリを意味的に分解する
- 2 複数のサブクエリを生成
- 3 サブクエリごとに検索・情報取得
- 4 情報の統合とスコアリング
- 5 自然言語での再構成と出力

« 処理ステップ »

- 1 入力文を意味解析 → 関連トピック抽出
- 2 各トピックに対して検索（Web・知識ベースなど）を実施
- 3 取得結果を要約・統合し整合性を評価
- 4 最終的な回答文を生成（自然言語化）

クエリファンアウトの仕組み



- ① ユーザーの質問を複数のサブクエリに分解
- ② それぞれが異なるソースから情報を収集（RAG）
- ③ 全情報を統合して「最終回答」を生成

📺 AI Mode Query Fan-Out（動画）

<https://youtu.be/AnKaUXbwL20?si=wZqd7fbzXql8VK2z>

📄 情報元 : Google Search Central

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja>

※ 参考動画・ドキュメントはリンク先をご参照ください

→このクエリファンアウトに合わせた生成AIに引用されるようにする記事群の作成手法をクエリファンアウト型トピッククラスターと言います。

動画▶<https://youtu.be/GWqkvfoUL3k?si=8u8yp57IP3dK0Lvl>

具体的な施策

◎ 戦略策定 → 内部対策 → 外部対策 → 効果測定 の4フェーズで「AIに選ばれ、語られる存在」を構築する

① LLMO 戦略策定

AIに選ばれる戦略を
5つのマップで体系化

認知～意思決定フェーズ全体

1 プロンプトマップ (82問い)

2 AI選定軸マップ (47軸)

3 RAG接点設計マップ (61面)

4 証拠設計マップ (36根拠)

5 クエリファンアウト型
トピッククラスター

② LLMO 内部対策

サイト内の構造・コンテンツ・
技術をAI向けに最適化

合計20施策

1 コンテンツ対策 (6施策)

2 技術対策 (4施策)

3 サイト構造対策 (3施策)

4 信頼性対策 (3施策)

5 運用体制対策 (4施策)

③ LLMO 外部対策

第三者の言及・評価を通じて
AIに信頼される存在を構築

合計16施策

1 ブランディング施策

2 サイトーション・外部リンク獲得

3 SNS・動画による専門性可視化

4 実績・事例の外部展開

5 第一想起の形成

④ LLMO 効果測定

AI引用・流入・ブランド指標を
可視化し継続改善を回す

継続的な運用

1 AI引用状況のモニタリング

2 生成AI経由の流入計測

3 ブランドクエリ増加率確認

4 KPI達成状況の管理

5 改善優先順位の整理・実行

戦略策定 → 内部対策 → 外部対策 → 効果測定 → 改善 のPDCAサイクルで、AIに継続的に「選ばれる企業」を構築する

LLMO戦略策定

◎ LLMOは「誰に・どんな問いで・どこに・何を・どう根拠を示すか」の5マップで戦略を体系化する。認知から意思決定まで全フェーズをカバー。[サンプルはこちら](#)

認知フェーズ	比較・評価フェーズ	情報配置・RAG連動	推薦・意思決定フェーズ	コンテンツ設計・内部リンク
① プロンプトマップ 82問い A～Dランク カテゴリーエントリーポイント設計表 AIにどんな問いで登場したいかを定義する スコア = 商談性×2 + AI適性×2 + 差別化余地 主な設計内容 ■ 問いの設計 ■ ペルソナ別 ■ AIチャネル別 ■ スコアリング	② AI選定軸マップ 47評価軸 強化アクション付き AIが使う評価軸を先回りして定義 AIが会社を「なぜ選ぶか」の評価軸を特定 乖離スコア = 重視度 - 現状達成度 主な設計内容 ■ 選定基準の特定 ■ 現状達成度評価 ■ 乖離スコア ■ 強化アクション整理	③ RAG接点設計マップ 61面 クエリ系48+媒体系13 AIが情報を引っ張る場所を特定・配置 AIがRAGで参照するクエリ・媒体・チャンネルを網羅 接触スコア = 重要度×2 + 自社露出率×2 主な設計内容 ■ クエリ系48面 ■ 媒体系13面 ■ 露出優先度 ■ 整備コンテンツ定義	④ 証拠設計マップ 36根拠 根拠強度スコア付き AIに選ばれる根拠を作り・置き・伝える 「なぜこの会社か」をAIが引用できる根拠ステートメントとして設計・配置 主な設計内容 ■ 根拠ステートメント ■ 証拠力評価 ■ 転用性評価 ■ 配置ページ定義	⑤ クエリファンアウト型トピッククラスター 48コンテンツ 8 Hub トピック クエリファンアウト型コンテンツ設計表 AIが問いをファンアウトさせる経路を可視化 Hub→Spoke→Supporting の3層構造 主な設計内容 ■ Hub（中心） ■ Spoke（周辺） ■ Supporting（補強） ■ 優先度・ステータス

⑥ ソース一覧

参照URL・調査根拠10件を収録。各施策のエビデンス管理に活用。

⑦ 動画観点追加

参考動画から抽出したLLMO改善観点10項目と各シートへの反映内容を記録。

凡例

優先度：H（最優先）M（H完了後）L（補完的）
ステータス：未着手 / 進行中 / 完了

スコアの読み方

各マップのスコアが高いほど優先度が高い設計。入力値は1～5で後から調整可能。

※サイトとサービス内容により各項目の個数は変わります。

LLMO内部対策

◎ AIに引用・推奨されるサイトを構築するための5カテゴリ・20施策

◎エンティティとLLMO施策チェックシート - Google スプレッドシート

コンテンツ対策 6	技術対策 4	サイト構造対策 3	信頼性対策 3	運用体制対策 4
クエリファンアウト分析 生成AIが展開するサブクエリを分析し、必要な情報テーマを洗い出す	構造化データの設計・最適化 FAQ・組織情報などを機械可読な形で整理しAIの解釈を助ける	内部リンク構造の最適化 関連ページを論理的につなぎAIが情報の関係性を追いやすくする	エンティティ情報の整理 企業名・サービス名・専門領域・実績を一貫性ある形でAIに認識させる	現状診断・AI検索の可視化 ChatGPT等での自社・競合の扱われ方を確認し改善課題を可視化
トピッククラスター設計 ピラー・クラスターページを体系設計しAIが理解・統合しやすい構造を構築	HTML構造の最適化 見出し階層・意味構造を整理し重要情報を読み取りやすくする	ディレクトリ構造の最適化 カテゴリ・URL階層を整理しサイトを知識ネットワークとして認識させる	E-E-A-Tの明文化 経験・専門性・権威性・信頼性が伝わる運営者情報・実績を整備する	改善優先順位の整理 課題を洗い出したうえで「今やるべき施策」の順番を段階的に決める
AI引用されやすい文章構造設計 結論先出し・Q&A・比較・手順等でAIが要点を抽出しやすく整える	llms.txt・robots.txtのAI対応 AIクローラーに取得・解析しやすい情報を制御する技術設定	サイト全体の意味構造の整理 「何の専門サイトか」がサイト全体として伝わる構造に設計する	実在性・専門性・信頼性の整理 「実在する会社か」「どの専門家か」が明確に伝わる情報を整理する	LLMOの基礎理解と内製化設計 社内での役割分担を整理し社内でも運用できる体制を作る
既存コンテンツのリライト改善 既存記事・サービスページをAIが引用しやすい構成へ見直す	クローラビリティ・速度・UX改善 クローリングしやすさ・表示速度・UXを改善しAI評価の土台を整える			実務伴走・実装トレーニング 判断基準・進め方を社内に残し継続改善できる状態を目指す
Q&A・プロンプト適性の強化 質問と回答を整理しAI回答に使われやすいページにする				
根拠ある専門コンテンツの強化 一次情報・実績・事例・エビデンスを加え信頼性を高める				

※基本的なSEO対策ができていないサイトは、SEOの内部対策から始めます。

サイト修正診断書/内部対策

施策カテゴリー	特徴・概要	診断・修正項目の例			
▶ SEO対策（従来のSEO施策 — タイトル・テクニカル・コンテンツの最適化）					
サイト内部修正診断書 （基本編）	上位表示に必要な基本的なサイト内部の修正診断書。PDFとエクセルシートで納品します。	タイトル	メタディスクリプション	Hタグ	言語設定
		alt属性	内部リンク	重複調査	ディレクトリ
テクニカルSEO 修正診断書	キーワード最適化後にテクニカルの修正に入ります。URL構造化データを最適化します。	構造化データ	リンク切れ	Core web vital	ソースコード
		EFO改善	CTA改善	HTTPステータス	hreflang
サイト内部修正診断書 （応用編）	Google APIコンテンツ倉庫を参考に修正指示書を作成。弊社の研究でプラス評価だけの施策をピックアップ。	Author属性	コンテンツ問題	Page speed	日付更新
		文字フォント	UIUXの不備	Core update対応	Helpfulcontents update
コンテンツSEO 指南書	コンテンツSEOのやり方を資料をお渡ししてオンラインでレクチャー。インハウス化も可能です。	ペルソナ	カスタマージャーニー	SEO記事の書き方	ディレクション
		ライター発注	コンテンツSEO	検索意図	SEO構成
▶ LLMO固有対策（AI検索・生成AI最適化 — SEO対策と重複しないLLMO専用の施策					
LLMOコンテンツ 対策診断	AIに引用されやすいコンテンツ構造を診断。クエリファンアウト型トピッククラスター設計やAIが要約・引用しやすい文章構造を確認。	コンテンツの独創性維持	リンク先コンテンツとのミスマッチ修正	AI引用されやすい文章構造	クエリファンアウト型コンテンツ設計
		FAQ・Q&A構造のLLMO最適化	コラム・一次情報のAI引用適性	結論先出し・箇条書き構造	サービスページのAI引用向け改善
LLMOテクニカル 対策診断	AIクローラー向け技術設定を診断。llms.txt・robots.txtのAI対応、構造化データのLLMO最適化など。	llms.txt対応・設置	robots.txtのAIクローラー設定	構造化データのLLMO最適化	UXページネーションの整備
		パラペーター（不要パラ対策）	AIが参照しやすいHTML構造	サイトスピードのAI最適化	AI参照面のURL設計
LLMOエンティティ・ 信頼性診断	AIにブランドを正しく認識させるための設計を診断。エンティティ・EEAT・サイテーション・AI引用状況まで確認。	エンティティ情報の整備	EEAT（著者・監修情報）設計	AI引用状況の現状診断	サイテーション設計の評価
		ブランド情報の一貫性チェック	内部リンクとトピッククラスター	GBPのAI対応確認	ナレッジパネル・外部言及確認

◎ AIは自然文だけでなく、ページ内に埋め込まれたSchema.orgのJSON-LDデータを読み取り、「このページが何を扱っているか」を理解・評価します。

Schema.org 構造化データ タイプ一覧		
カテゴリ	内容の概要	主な表示例
記事（Article）	ニュース・ブログ・スポーツなどの記事に画像付きで表示	サムネイル付きタイトル
パンくずリスト	サイト階層を示す	パンくずリンク表示
カラーセル	同一サイトの複数情報をスライド表示	レシピ・コース・映画など
コースリスト	教育コースの一覧表示	タイトル・提供者・説明
データセット	データセット検索での表示	科学・統計データなど
ディスカッションフォーラム	ユーザー投稿のスレッド型コンテンツ	フォーラムや掲示板
教育向けQ&A	学習用の質問・回答形式	フラッシュカード形式
雇用主の総合評価	企業の評価を表示	Google求人検索での評価
イベント	日時・場所付きイベント情報	コンサート・展示会など
よくある質問（FAQ）	質問と回答のリスト形式	折りたたみ式の質問一覧
画像メタデータ	著者・ライセンス情報など	画像検索での表示
求人情報	仕事の詳細情報	求人検索リッチリザルト
ローカルビジネス	店舗情報や営業時間	ナレッジパネル
数学の解法	数学問題と解法を提示	チュートリアル形式
映画	映画リストのカラーセル表示	タイトル・監督・画像
組織	企業名・ロゴ・連絡先	ナレッジパネル
商品（Product）	価格・在庫・レビュー情報	ECサイトの商品情報
Q&Aページ	質問と複数回答の形式	質問スレッド表示
レシピ（Recipe）	材料や調理時間などを表示	カラーセル表示
クチコミ抜粋	レビューや星評価を表示	星付きスニペット
民泊	宿泊施設情報・評価	民泊リスト表示
動画（Video）	動画情報やライブ配信	検索結果で再生可能

構造化データの実装例			
▶ 全ページ共通の基本設定			
ページ種別	schema.orgタイプ	主なプロパティ	目的 / SEO効果
全ページ	Organization / Corporation	name / url / logo / sameAs	サイト運営主体の明確化（E-E-A-T補強）
全ページ	WebSite	url / name / potentialAction(SearchAction)	サイト構造理解・検索補助
全ページ（階層あり）	BreadcrumbList	itemListElement（name・item・position）	カテゴリ階層の明示・内部構造理解
▶ 不動産サイトの場合：物件一覧ページ			
ページ種別	schema.orgタイプ	主なプロパティ	実装ポイント
物件一覧	CollectionPage	name / description / url	ページの性質を明示
物件一覧	ItemList	itemListElement（各物件URL）	表示している物件だけ入れる
物件一覧	ListItem	position / url	ページネーション単位でOK
▶ 不動産サイトの場合：物件詳細ページ			
要素	schema.orgタイプ	主なプロパティ	備考
掲載情報	RealEstateListing	name/url/description/image/datePosted	ページ全体の主エンティティ
実体の物件	Apartment/House/SingleFamilyResidence/Residence	floorSize/numberOfRooms/yearBuilt/address/geo	mainEntityとして紐づけ
住所	PostalAddress	addressRegion/addressLocality/streetAddress/postalCode	日本住所OK
取引条件	Offer	price/priceCurrency/availability	売買・賃貸どちらも対応
地図	GeoCoordinates	latitude/longitude	あれば強い（必須ではない）
▶ 構造化データ チェック・実装支援ツール			
構造化データチェックツール		https://validator.schema.org/	
構造化データ マークアップ支援ツール		https://www.google.com/webmasters/markup-helper/	
WordPressプラグイン		Markup (JSON-LD) structured in schema.org など	

※ 詳細はご依頼後、具体的に構造化データを作成します。

LLMO外部対策

◎ 外部からの言及・実績・評価を通じて、生成AIに「信頼できる企業」「語るべきブランド」として認識させる施策。検索順位ではなく、AIの判断軸に働きかけるブランド構築。

ブランディング施策 (権威性の構築)	サイテーション・ 外部リンク獲得	SNS・動画による 専門性の可視化	実績・事例を軸にした 第一想起の形成
権威あるメディア・専門サイトへの掲載支援 業界メディア・専門サイトに掲載されることで、AIが参照する第三者の文脈でブランドを確立する	外部リンクの戦略的獲得 SEOと連動しながら、AIが信頼シグナルとして参照する高品質な外部リンクを獲得する。比較記事	X・Instagram・Facebook・YouTube発信設計 各プラットフォームで専門情報を発信し、AIが参照する外部情報源として認識させる	顧客事例・導入実績の外部公開 顧客事例や導入実績を外部メディア・比較サイトに公開し、AIが信頼の根拠として引用できる情報を増やす
プレスリリースの企画・配信・引用促進 プレスリリースを引用されやすい構造で設計し、AIが参照する情報源に掲載させる	サイテーション（言及）の増加施策 リンクの有無を問わない第三者言及を増やし、AIに「実在し評価されている企業」として認識させる	発信テーマ・表現の統一によるエンティティ強化 発信テーマと表現を一貫させることで、AIに「この分野の専門家・企業」として定着させる	数値・成果・比較データの明確化 具体的な数値・成果・比較データを引用されやすい構造で提示し、AIの回答根拠に使われる証拠を整備する
業界紙・専門誌への寄稿記事設計 専門領域での寄稿記事を設計し、権威ある文脈でブランドの専門性を外部に確立する	引用されやすいブランド文脈の設計 サービス・実績・専門領域を明確に伝え、第三者が自然に引用・言及したくなる文脈を設計する	AIに拾われやすい専門コメント・解説コンテンツ 業界トレンドへの解説・専門コメントを発信し、AIが引用・参照する外部情報を増やす	ブランド名×カテゴリの一貫した文脈設計 「〇〇といえば△△」という文脈を外部メディアやSNSで統一し、AI内でのブランド第一想起を形成する
書籍・ホワイトペーパーなどの知的資産活用 書籍・白書などを知的権威の証拠として外部展開し、AIに引用されやすい形で提示する	第三者文脈での一貫した情報整合 外部メディア・Q&Aサイト・比較サイト等で語られる情報を一貫させ、AIへの信頼シグナルを強化する	SNS・動画でのブランド認知拡大 動画コンテンツ（YouTube等）での情報発信を通じて、AIが第三者として参照できる情報量を増やす	レビュー・評価・口コミの獲得と整備 Googleレビュー・比較サイト掲載・第三者評価などを戦略的に獲得し、AIの信頼スコアを高める

💡 内部対策との違い

内部対策

自社サイト内の構造・コンテンツ・技術を最適化してAIに「理解してもらう」

外部対策

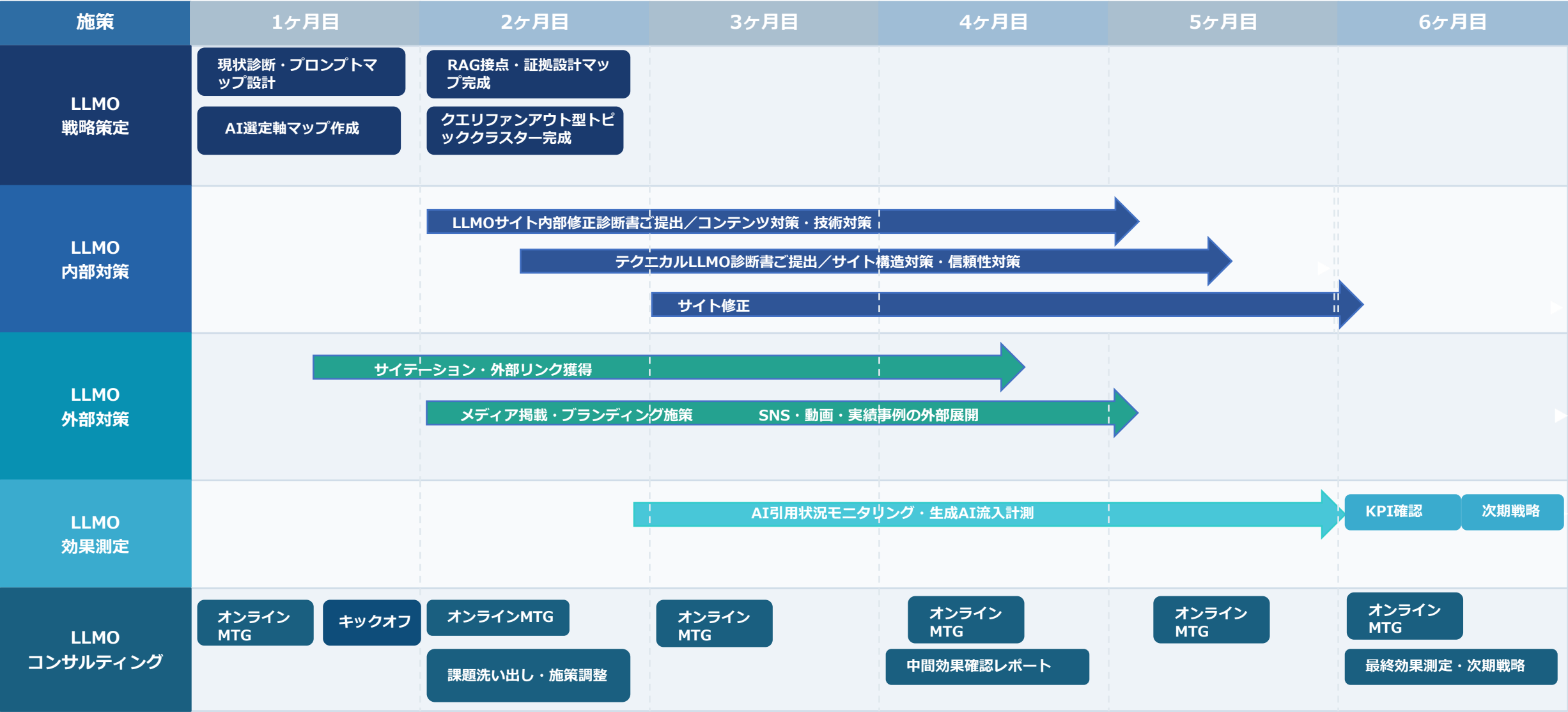
第三者の文脈・言及・評価を通じてAIに「信頼してもらい、語ってもらう」

組み合わせ

内部対策×外部対策×コンテンツLLMOの3つを組み合わせることでAIに推薦される状態を最大化する

LLMO対策 施策実施のスケジュール

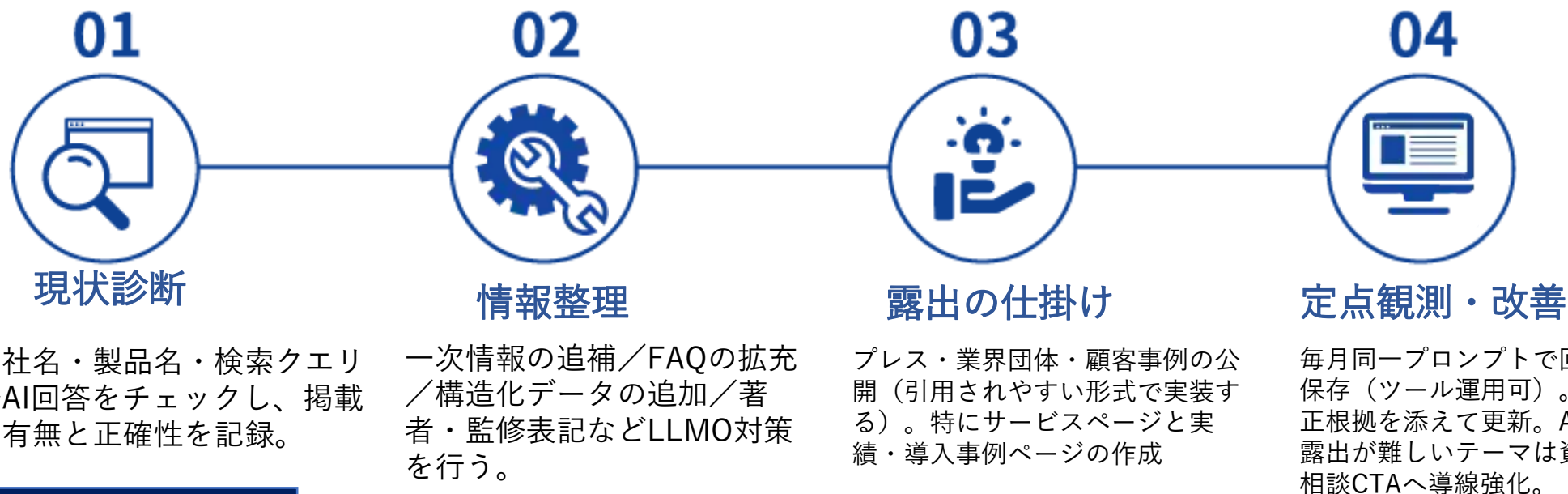
施策実施の大まかなスケジュールとなります。



詳細は施策開始後のキックオフミーティングで詳細を詰めさせて頂く予定です。

効果測定

効果測定



効果測定の方法

回答占有率の測定	主要20～50質問で「自社が回答内に登場／引用される割合」をトラッキング。
GA4によるAIリファラー計測	GA4のリファラー分類にAIカテゴリーを作り主要AIからの流入を計測します。
ツールによる計測	Ahrefs Brandraderによるブランド言及頻度を計測。
間接指標による評価	Google Search Consoleでブランドクエリ数の計測。指名検索増・商談化率などを評価。

各コース料金

LLMO対策
(戦略のみ)

1回

550,000

円 (税込)

初期調査・現状分析・戦略策定・LLMO対策の優先付け

AIによる現状引用状況の診断

プロンプトマップ (優先問い設計)

AI選定軸マップ (どの軸で選ばれるか)

RAG接点設計マップ

証拠設計マップ

LLMO対策の優先付け

LLMO対策
(6ヵ月)

6ヵ月

1,980,000

円 (税込)

/月 33万円 (税込)

LLMOコンサルティング・LLMO内部対策・LLMO外部対策・実行支援・効果観測・改善レポート

LLMOコンサルティング	LLMO内部対策	LLMO外部対策	LLMO効果測定
クエリファンアウト型トピッククラスター設計 月1回コンサルティング 優先順位の決定と実行指示	コンテンツ対策 (AI引用されやすい構造設計) 技術対策 (llms.txt・構造化データ設置) サイト構造対策 (内部リンク最適化) 信頼性対策 (EEAT・エンティティ整備) 運用体制対策 (継続改善サイクル)	ブランディング施策のコンサル支援 サイテーション・外部リンク獲得実行 SNS・動画による専門性可視化コンサル 実績・事例の外部展開指示 第一想起の形成支援	AI回答占有率の定点観測 GA4によるAIリファラー流入計測 ブランドクエリ増加率の確認 KPI達成状況の管理・改善 最終効果測定・次期戦略提案

※ 詳しくはお問合せ下さい。

	LLMO内部対策	LLMO外部対策	コース料金
LLMOサイト内部 サポートコース (内部のみ)	初回コンサルとサイト診断 御社のAI引用状況・サイト構造・コンテンツを診断し、効果的なLLMO対策の方向性を決定します。クエリファンアウト型トピッククラスター設計まで行います。サイト内部修正診断書提出		初期調査 550,000円 (税込) + 月110,000円 (税込) 6カ月 1210,000 円 (税込)
LLMOノーマル コース (内部+外部)	サイト診断・内部対策 御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO対策・テクニカルLLMO対策 4. 効果測定 & WEB解析 (全2回)	サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成を行います。 外部対策 3項目サポート KPI : AI回答占有率向上・ブランドクエリ数増加	初期調査 550,000円 (税込) + 月220,000円 (税込) 6カ月 1,870,000 円 (税込)
LLMOスタンダード コース (内部+外部)	サイト診断・内部対策 御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO・テクニカルLLMO対策 4. エンティティ・信頼性対策 (EEAT強化) 5. クエリファンアウト型トピッククラスター設計 6. 効果測定 & WEB解析 (全2回)	サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成、クロスメディア記事設計、メディア掲載支援、SNS、動画戦略を行います。 外部対策 7項目 KPI : AI回答占有率・生成AI流入数・ブランドクエリ数	初期調査 550,000円 (税込) + 月330,000円 (税込) 6カ月 2,530,000 円 (税込)
LLMOプレミアム コース (内部+外部)	サイト診断・内部対策 御社サイトと競合サイトのAI引用状況を総合的に診断し、問題点をピックアップ。 1. AI引用状況の現状診断 2. プロンプトマップ・AI選定軸マップ・RAG接点・証拠設計マップ 3. コンテンツLLMO・テクニカルLLMO対策 4. エンティティ・信頼性対策 (EEAT強化) 5. クエリファンアウト型トピッククラスター設計 6. 効果測定 & WEB解析 (全2回)	サイテーション獲得・外部リンク獲得、プレスリリース文書作成、クロスメディア記事設計、メディア掲載支援、SNS、動画戦略など外部対策全て行います。 外部対策 16項目 KPI : AI回答占有率・生成AI流入・指名検索増加・商談化率	初期調査 550,000円 (税込) + 月550,000円 (税込) 6カ月 3,850,000 円 (税込)

	1記事	ユニットコンテンツ
LLMOコンテンツ記事 【日本語】	1記事 3000文字程度 33,000円（税込）	12記事 1記事3000文字程度 385,000円（税込）
LLMOコンテンツ記事 【英語】	AIに引用されやすい構造で提案したLLMO対策キーワードの記事を1000単語で1本作成し、納品します。 AI検索・LLMに最適化されたローカライズLLMOライティング記事です。 1記事 55,000円（税込） YMYL・専門記事 1記事 110,000円（税込）～	AIに引用されやすい構造で提案したLLMO対策キーワードの記事を1000単語で12本作成。クエリファンアウト型トピッククラスター化まで対応致します。 ・引用獲得済みページ さらにリッチコンテンツ化 ・未引用ページ 新規LLMOコンテンツの実装 12記事 635,000円（税込）
LLMOコンテンツ記事 【タイ語】	→ 英語コースに準拠。料金は御見積します。	
LLMOコンテンツ記事 【ドイツ語・フランス語】	→ 英語コースに準拠。料金は御見積します。	

会社概要



「利他」と「挑戦」で明日をつくる

世の為、人の為に活躍する愛情深い企業の発展を一社でも
多くサポートし、利他と愛と感謝を世界に増やす。

高水準なWEBマーケティングの知見とSEO技術で、より多くの企業を世界基準へ。
SEO専門のデジタルマーケティングカンパニーとして全てのお客様と成功まで伴走します。
弊社は、長年にわたるGoogleアルゴリズムの研究と検証で上位表示のSEOノウハウとSEO技術を蓄積してきました。
アメリカの最先端のデジタルマーケティングを研究することにより世界基準の高水準なWEBマーケティングをご提供しています。
東京から世界基準のマーケティングを皆様にお届けできるよう日々スタッフ一同努力精進してまいります。

弊社のご紹介

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>

2,000社+

支援実績
創業14年

YouTube
チャンネル

会員登録
17400人

7冊

SEO関連
書籍出版



確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

✓ 14年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。大手企業の支援多数。

✓ 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積

✓ Google検索【SEOコンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】】【格安LLMO】など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン

✓ YouTubeチャンネル登録者数が、業界トップの17300人

✓ SEO関連書籍7冊刊行。

会社情報

サイト屋号	東京SEOメーカーAIO戦略室	https://www.switchitmaker2.com/
会社名	アドマノ株式会社	https://admano.co.jp/
会社法人等番号	0115-01-017825	
設立日	平成24年7月11日	
代表者	天野 剛志	
資本金	10,000,000円	
TEL	03-5981-9788 03-5980-8022	
FAX	03-5980-9170	
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨1丁目14-7 青葉ビル7階	
アメリカ オフィス	2570 North First Street 2nd Floor PMB #Sj2-531 San Jose, CA 95131	
フランス オフィス	2, Impasse les Coteaux de Barbière 26130 Saint-Paul-Trois-Châteaux France	
タイ オフィス	257/76 Soi Pracha Chuen 30, Wong Sawang, Bang Sue, Bangkok 10800	
事業内容	検索エンジン最適化（SEM・SEO） / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業	
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部 みずほ銀行 大塚支店	

国内コンサルティングチーム



代表取締役 SEOコンサルタント

天野 剛志

マーケティングのエキスパート。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。日本大学法学部を卒業後、オーストラリア・イタリア・フランス・タイ・カンボジアなど世界各国を旅した後、イギリスで1年半生活し語学力と国際的視野を磨く。日本帰国後は広告代理店で営業を経験。2012年にアドマノを設立。



Webマーケター SEOコンサルタント

永島 拓朗

WEBサイト制作とコーディングに従事し、デザインと構築の両面から数多くのプロジェクトを支援。UI/UXの視点と技術的な知見を活かし、テクニカルSEOを強みに持つSEOコンサルタント。緻密なデータ分析と柔軟な発想力を武器に、クライアントの課題解決に真摯に向き合う。アドマノ参画後は、戦略立案から実装支援までを一貫して担当し、サイト最適化に全力を尽くしている。



Webマーケター SEOコンサルタント

大瀧 典宣

広告運用と求人採用支援に長年携わるスペシャリスト。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。広告代理店に20年勤務し、マーケターとして求人分野を中心に各種広告コンテンツをトータルで支援。アドマノ参画後は、主に求人サイトSEO・オウンドメディアの戦略立案コンサルを担当。

海外コンサルティングチーム



Web解析コンサルタント Paveena Suphawet

サファウェット パヴィーナ

担当：英語圏、タイ

英語・タイ語・日本語のトリリンガルで、海外SEOの実績多数。タイのアサンプションインターナショナル大学で最先端のIT技術を学んだ後、イギリスのグリニッジ大学大学院に留学し国際ビジネスを専攻。アメリカに本社を持つエクソンモービル社タイ支局に勤務後、設立時からアドマノへ参画。



コンテンツディレクター・ライター Preusler Katrin Sophie

プロイスラー カトリン ソフィー

担当：ドイツ、ヨーロッパ

英語とドイツ語が専門のコンテンツディレクター。ドイツ出身。来日後は大学でドイツ語の講義を担当した後、国際特許事務所への勤務を経てアドマノへ参画。海外コンテンツチームでは主にヨーロッパ向けの英語・ドイツ語コンテンツを担当。ネイティブな知見を活かした記事作成を得意とする。



SEOコンサルタント Jayde Crawford

ジェイド クロフォード

担当：アメリカ

ワシントン州シアトル出身。ウェスタンガバナーズ大学でデジタルマーケティングの修士号を取得。2020年に日本に移住後、国際教育分野で働いた後、ソーシャルメディアとコンテンツ戦略に特化したデジタルマーケティングコンサルティングに従事。アドマノでは、英語コンテンツの作成に加え、欧米市場向けのSEOやデジタルマーケティング戦略に関するコンサルティングを提供。

エンジニア・コンテンツスタッフ



コンテンツディレクター・ライター

加藤 紅実子

最難関私大文学部を卒業後、大手新聞社に就職。その後、編集プロダクションに所属。「文章を書くこと」に深い誇りを持ち、あらゆるジャンルのコンテンツの編集、監修を担っている。「正確な校閲視点」と「読者の検索意図を深く読み解く力」で様々なクライアントのメディアの価値を高めている。SEO視点でのコンテンツディレクションからライティングのスキルも高く、たくさんの記事で1位獲得実績がある。



SEOコンサルタント・コンテンツディレクター

五十嵐 凌

出版社にてWeb・紙媒体の編集およびコンテンツディレクションを経験。検索意図を踏まえた企画設計から構成作成、原稿進行管理、品質チェックまでを一貫して担当。音楽専門Webメディアでは、コンテンツ改善と運用最適化により、閲覧数を2年間で3倍以上、SNSフォロワー数を2倍以上に成長させた。その後、技術専門出版社にて専門誌およびWebメディアの編集を担当。検索成果と品質を両立させるディレクションを強みとしている。

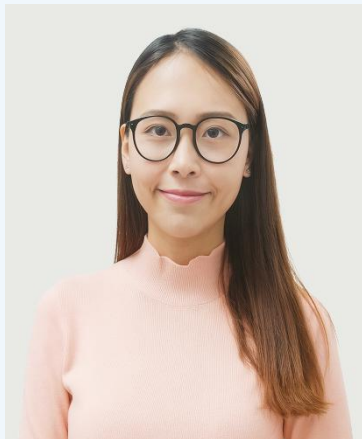


SEOコンサルタント・WEBエンジニア

鈴木 聡子

WEB制作会社で4年働いた後、アドマノに参画。テクニカルSEO領域を担当し、SEO設計のWEBサイト構築を得意としている。フロントエンドエンジニアとバックエンドエンジニアの領域をこなす。PHP, Wordpressが得意。ECサイトや求人サイトの構築も手掛け、社内ツールの開発も担当している。

サポートスタッフ



WEBデザイナー UI/UX担当

伊藤 美穂

新卒入社後、デザイナーとしてキャリアをスタート。Webデザイン制作を中心に、コンテンツ設計やUI/UXの改善に携わる。ユーザー視点を重視したデザイン提案を得意とし、データや要件を踏まえた柔軟な表現力が強み。トレンドや最新のデザイン手法を積極的に取り入れながら、チームやクライアントの意図を的確に形にすることで、プロジェクト全体を支えている。



WEBマーケター Mathieu, Julien VILLARD

マチュー ヴィラルド

担当：フランス語圏

フランス グルノーブル大学日本語学科卒業、Brevet de technicien supérieur MCO（商業運営管理）取得、Diplôme Européen d'Études Supérieures en Marketing（ヨーロッパマーケティング高等学位ディプロマ）取得、フランス企業で日本の原子力産業における日本の公共関係を担当し、日本の文化や歴史に精通。コーディングやテクニカルSEOが得意。アドマノのフランス支店の担当者として活躍中。



コンテンツライター Greer Julianna Hope

グリア ジュリアナ ホープ

担当：英語圏

英語圏のコピーライティングとマーケティングが専門の海外SEOコンサルタント。オレゴン州立大学ニューメディアコミュニケーション学部を卒業後、アメリカのSEO企業で活躍。Googleの本場アメリカ最先端のマーケティング・SEO技術に精通し、現地のネイティブな視点で海外向け戦略を提案。

※ 他社内にデザイナー2名、エンジニア2名、コンテンツスタッフ3名在籍

Why Admano?

アドマノ株式会社（東京SEOメーカー【世界基準でSEO / LLMOを設計するプロ集団】）が選ばれる理由

01

長年のSEO研究で独自ノウハウを蓄積

弊社は最新GoogleアルゴリズムとWEB全般を研究することにより、独自の技術とノウハウを蓄積しました。SEO技術が高いことがUSPであります。



02

WEBマーケティング各分野のプロが在籍

弊社には、コンサルタント／解析士／ディレクター／ライター／エンジニアなど、WEBマーケティング各分野のプロが在籍しています。最低3人によるチーム制でプロジェクトにアサインします。



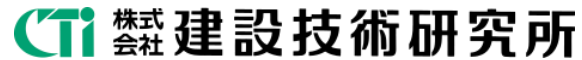
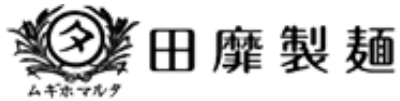
03

国内／海外の実績が豊富

お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛け、2025年現在は国内と海外2,500社以上の支援を実現しました。



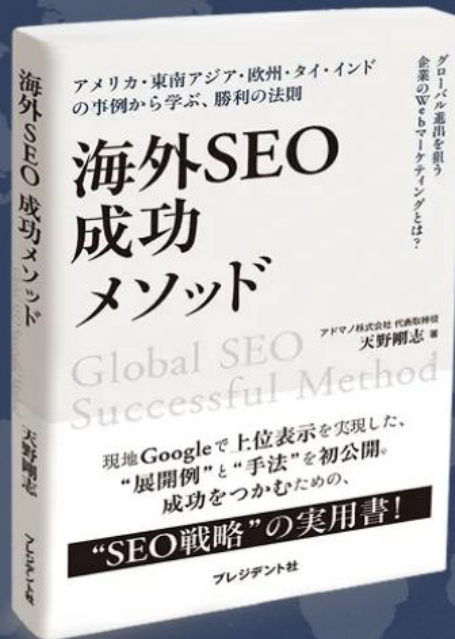
国内企業様取引先一例



グローバル企業様取引一例



書籍のご紹介



最新書籍

1万8000社が挑む海外市場で成功するための
海外SEO「成功」メソッドをまとめました。

弊社の海外SEO対策の実務からノウハウを
凝縮し事例から学べる勝利の法則をご覧ください。

2025年10月16日プレジデント社より新発売

書籍のご紹介



最新書籍

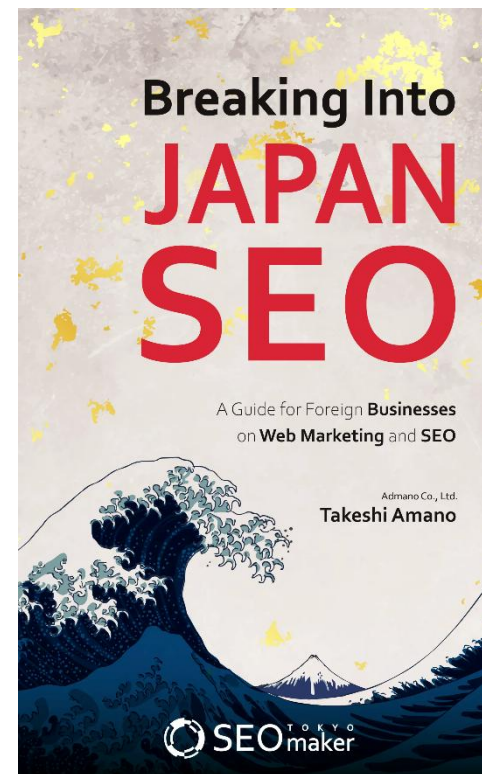
LLMOが網羅的にわかる一冊。
LLMO実践ロードマップの決定版。

検索エンジンを長年研究してきた
プロによるLLMO成功メソッドをご覧ください。

©2025年12月25日Amazonより新発売!

≫Amazonでの購入はこちら

書籍のご紹介



▶Amazon Kindleの読み放題プランで読んでいただけます。

東京SEOメーカーは、確かな戦略コンサルで「あらゆる課題」を解決するデジタルマーケティングのプロ集団です。

検索エンジン黎明期から様々な観点でSEOを中心にWebを研究し続けていた代表が2012年に創業。長年にわたるアルゴリズム研究と検証で独自の上位表示ノウハウを蓄積しつつ、無駄を省いた社内システムを構築することでクオリティの高いサービスを実現しました。

現在ではSEOのみならず、技術と知見を常に最先端へとアップデートしながら、デジタルマーケティング全般へと事業を拡大。マーケティングはいわば「物やサービスを売る仕組みづくり」です。

この仕組みを「効率よく最適化することが、収益アップの最短ルート」であり、検索エンジンを最適化するSEOと本質は同じだと私たちは考えます。研究と実践で培った技術を出し惜しみせず、お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛けることで、2024年現在は国内外あわせて2000社以上の支援を実現しました。