

(クライアント名) 御中

AI可視化レポート

貴社と競合企業との比較からみる現状

対象サイト : <https://XXXXXXXX.com>

報告日 : 2026年●月●日

01

AI可視性の競合調査

貴社、競合A、競合Bのサイト主要指標の比較とプラットフォーム別のAI引用数の比較

02

AI回答内のブランド言及調査

プロンプトにおけるブランド言及の競合比較

AI可視性の競合調査

3社サマリー | 主要指標を一覧で比較

Google自然検索（日本） | DR=ドメイン評価、流入・KW は月間推計、AI引用は5プラットフォーム合計 | 出典：Ahrefs（2026年5月時点）

サイト	DR	月間流入	総KW数	1-3位KW	参照ドメイン	AI引用合計
★貴社	55	20,896	1,951	411	2,785	295
競合A	38	124,376	11,799	3,703	1,046	2,005
競合B	25	6,732	791	99	845	60

流入1位は競合A

124,376

貴社の約6.0倍。市場全体での差は依然として大きい状況。

権威性1位は自社

DR 55 / DA 30

Ahrefs・MOZともに3社中最高。権威性の土台は貴社が優位。

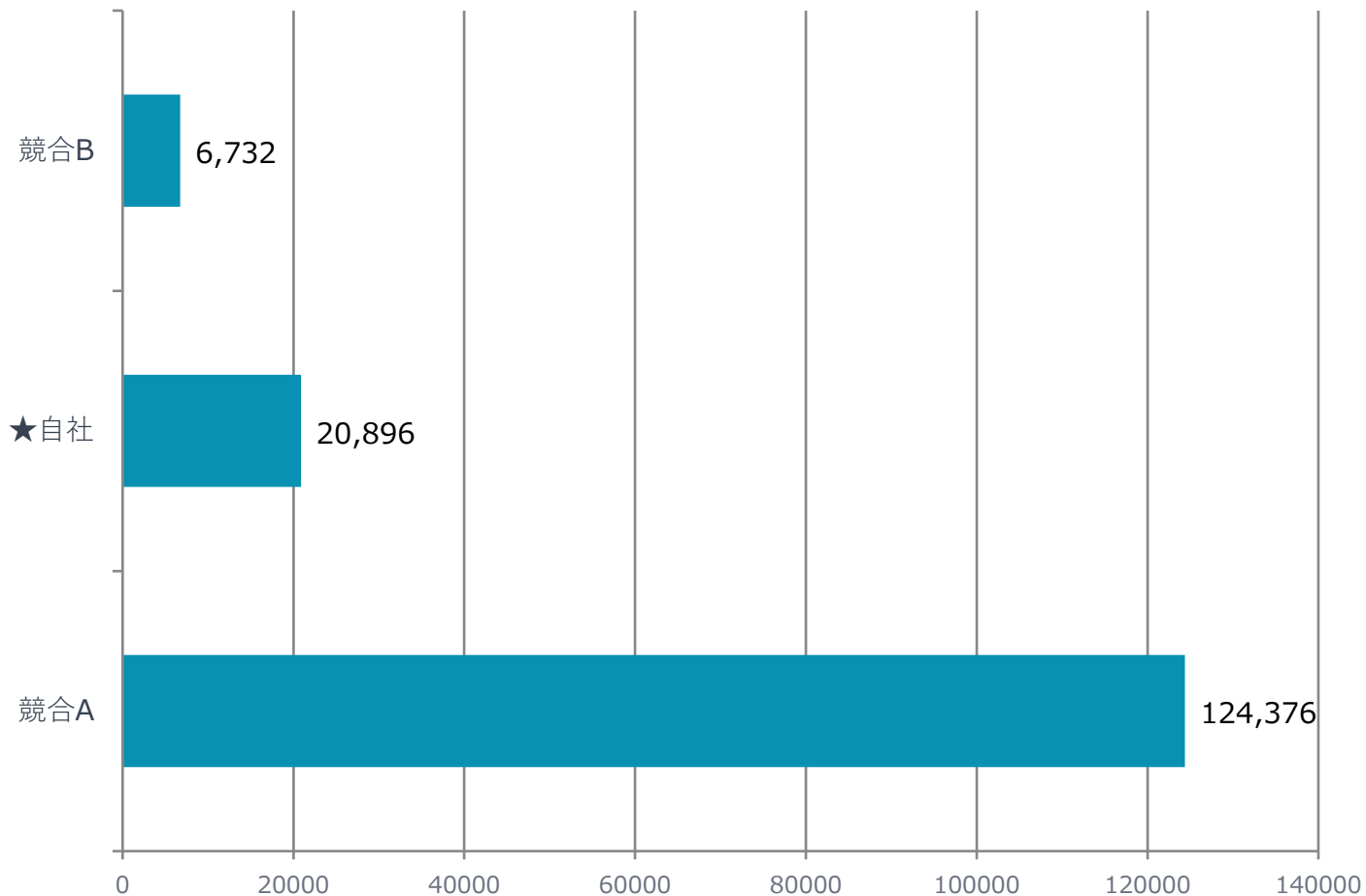
AI引用1位は競合A

2,005

貴社は295で2位、約14.7%にとどまる。

月間自然検索流入の比較

Google自然検索（日本）の推定月間流入数 | 出典：Ahrefs



約6.0倍

競合Aの月間流入は自社の約6.0倍です。

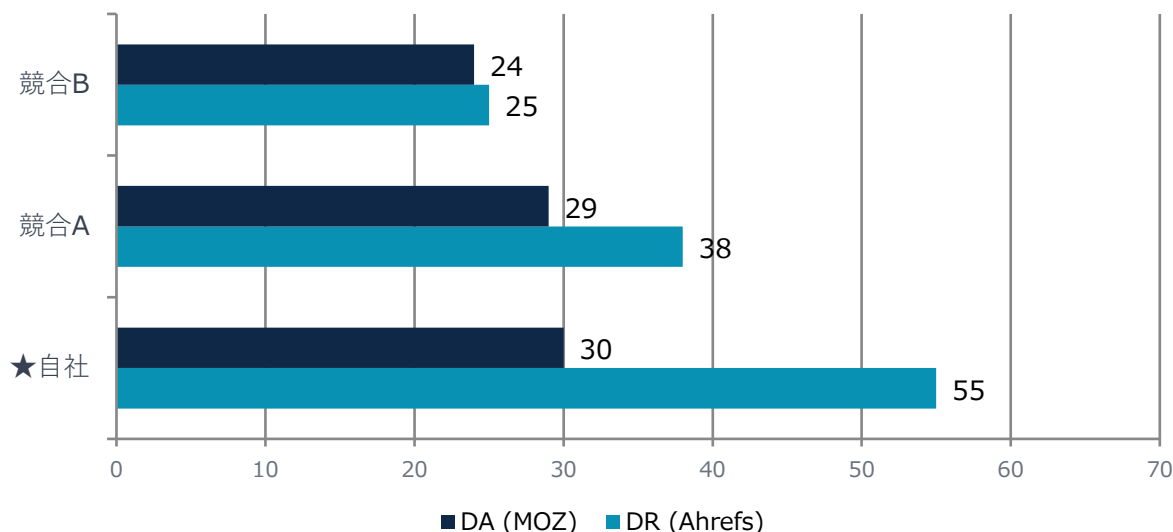
2位 / 3社中

自社の流入は3社中2位です。

ドメイン評価と被リンク | Ahrefs × MOZ

DR=Ahrefs Domain Rating（100点）、DA=MOZ Domain Authority（100点）、参照ドメイン=リンク元サイト数 | 出典：Ahrefs / MOZ

① ドメイン評価（2ツール比較）



② 参照ドメイン・被リンク数（2ツール比較）

サイト	参照ドメイン (Ahrefs)	Linking Domains (MOZ)	被リンク数 (Ahrefs)	Inbound Links (MOZ)
★貴社	2,785	467	9,838	10.7k
競合A	1,046	453	61,463	21.8k
競合B	845	214	1,677	95.2k

考察 | 2ツールでクロス検証して見える構図

✓ 権威性は貴社が1位（2ツール一致）

DR55・DA30ともに3社中最高。AhrefsとMOZという独立した2ツール調査。

✓ 参照ドメインも貴社が1位

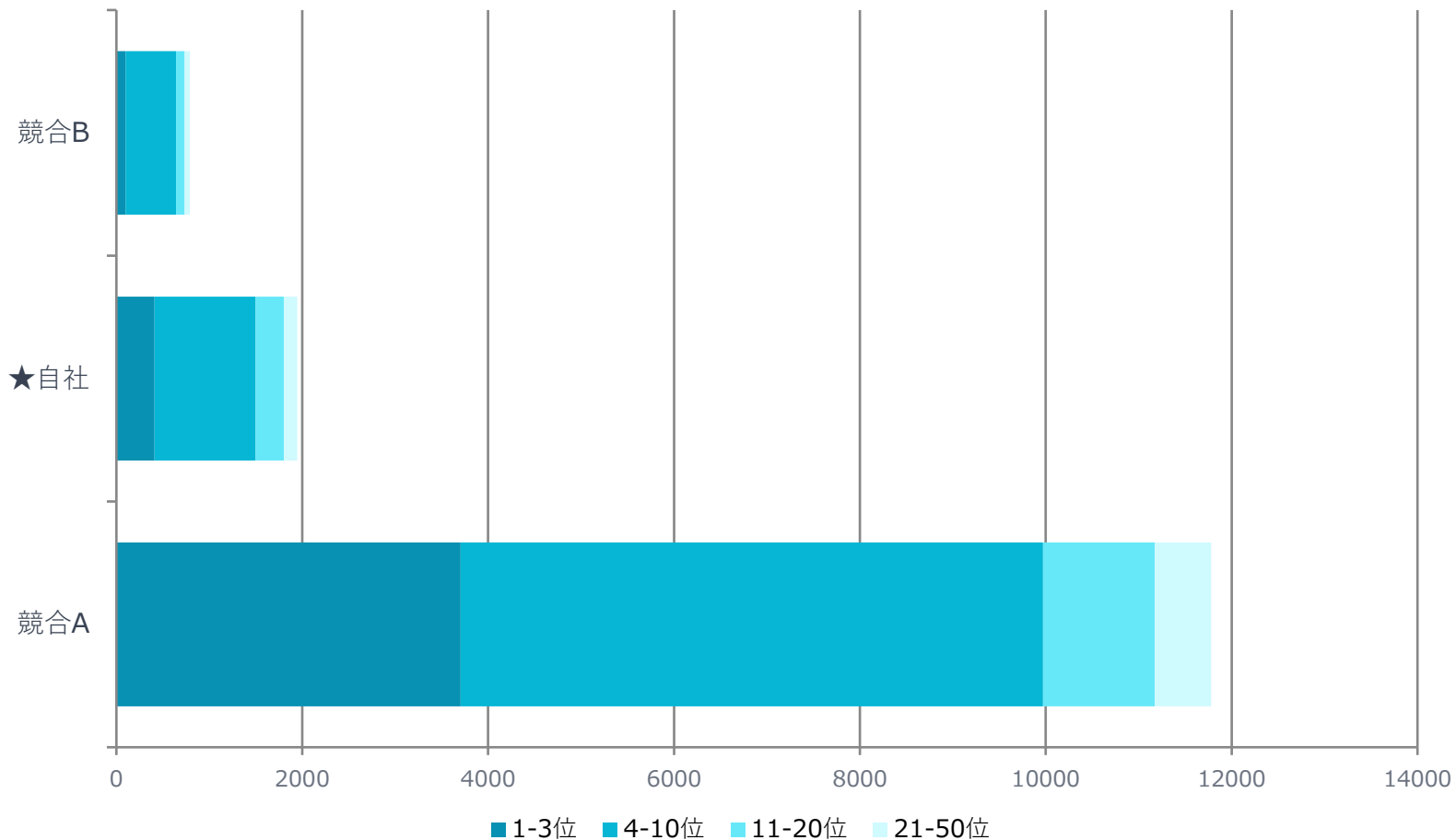
Ahrefs 2,785、MOZ 467ともに最多。リンク元の「多様性・自然さ」では既に優位。

△ 競合Bの被リンク95.2k = 偏在の疑い

MOZで競合Bが突出（IL/LD≒445）。同一サイトからの大量リンクが含まれる可能性が高い。

順位帯別キーワード分布

上位表示（1-3位）をどれだけ持つかで、実際の流入力が決まる | 出典：Ahrefs



ポイント

競合Aは1-3位が多い

上位3位以内に3,703語がランクインしており、これが流入の主な要因になっています。

自社は上位が少なめ

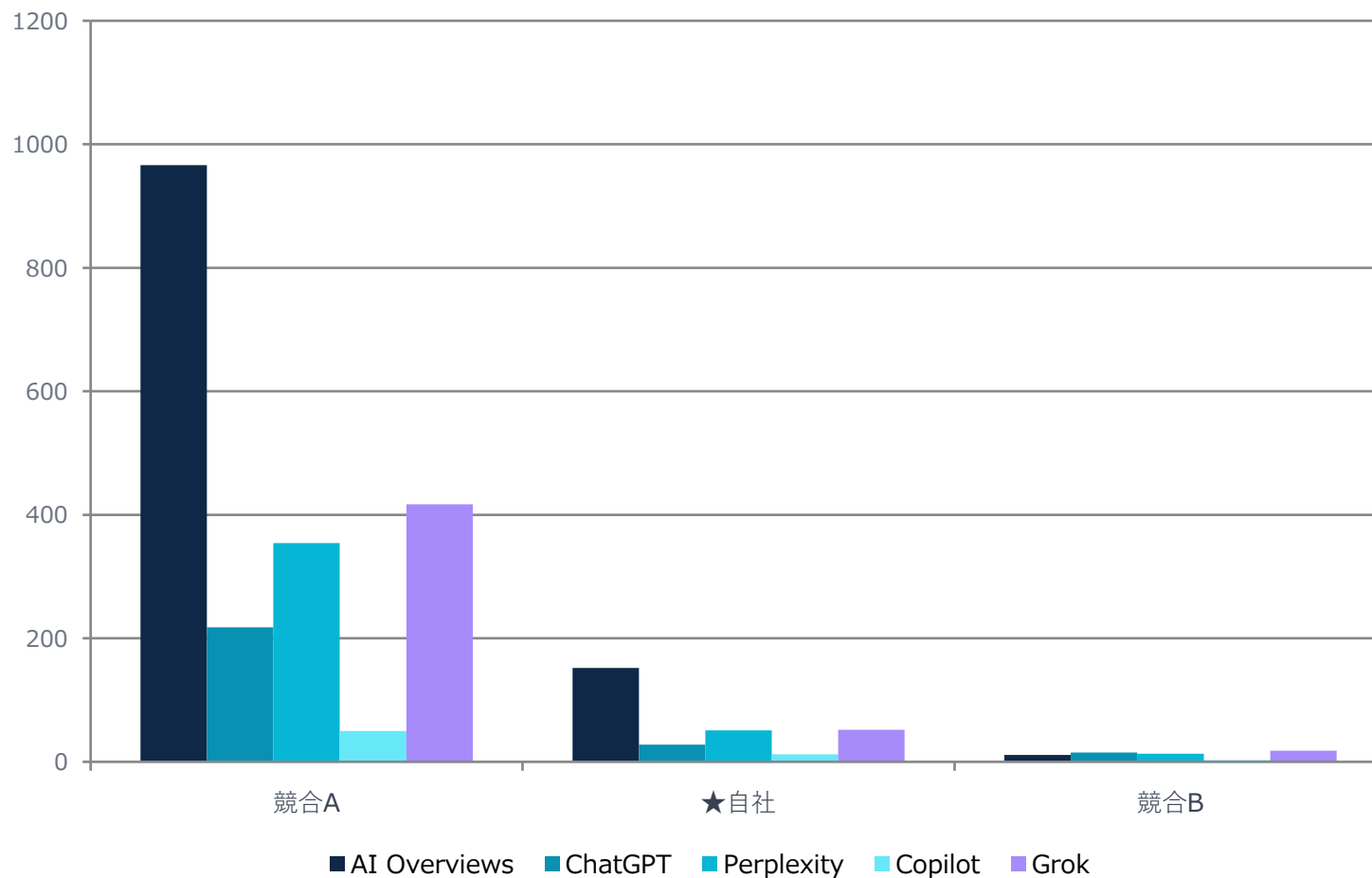
1-3位411語・4-10位1,087語と、上位の構築が今後の課題です。

改善の方向性

2ページ目（11-20位）に控える306語を1ページ目へ押し上げれば、流入の増加が見込めます。

AIプラットフォーム別 引用数の比較

AI検索での引用獲得状況 | 出典：Ahrefs Brand Radar（2026年5月時点）



考察

AI Overviewsで差が大きい

競合A966に対し自社は152、約15.7%。Google検索での強さがAI Overviewsの引用に表れています。

自社は中位にとどまる

どのAIでも引用数は2位ですが、首位とは大きな差。特に目立った強みはありません。

AI引用は全体に減少傾向

直近は各社とも引用数が減っており、AI側の選定基準が変化していることがうかがえます。

自社の伸びしろ

Grok 52・Perplexity 51と一部AIで競合Aに対し相対的に健闘。AI最適化の余地があります。

AI引用 詳細データ（プラットフォーム別）

各AIプラットフォームでの引用数 | 出典：Ahrefs Brand Radar（2026年5月時点）

サイト	AI Overviews	ChatGPT	Perplexity	Copilot	Grok	合計
競合A	966	218	354	50	417	2,005
★貴社	152	28	51	12	52	295
競合B	11	15	13	3	18	60

AI Overviewsが高シェア

3社とも引用の大半がAI Overviewsです。競合Aは2,005件中966件（48%）、貴社は295件中152件（52%）。ここでの露出がAI引用全体に大きく影響します。

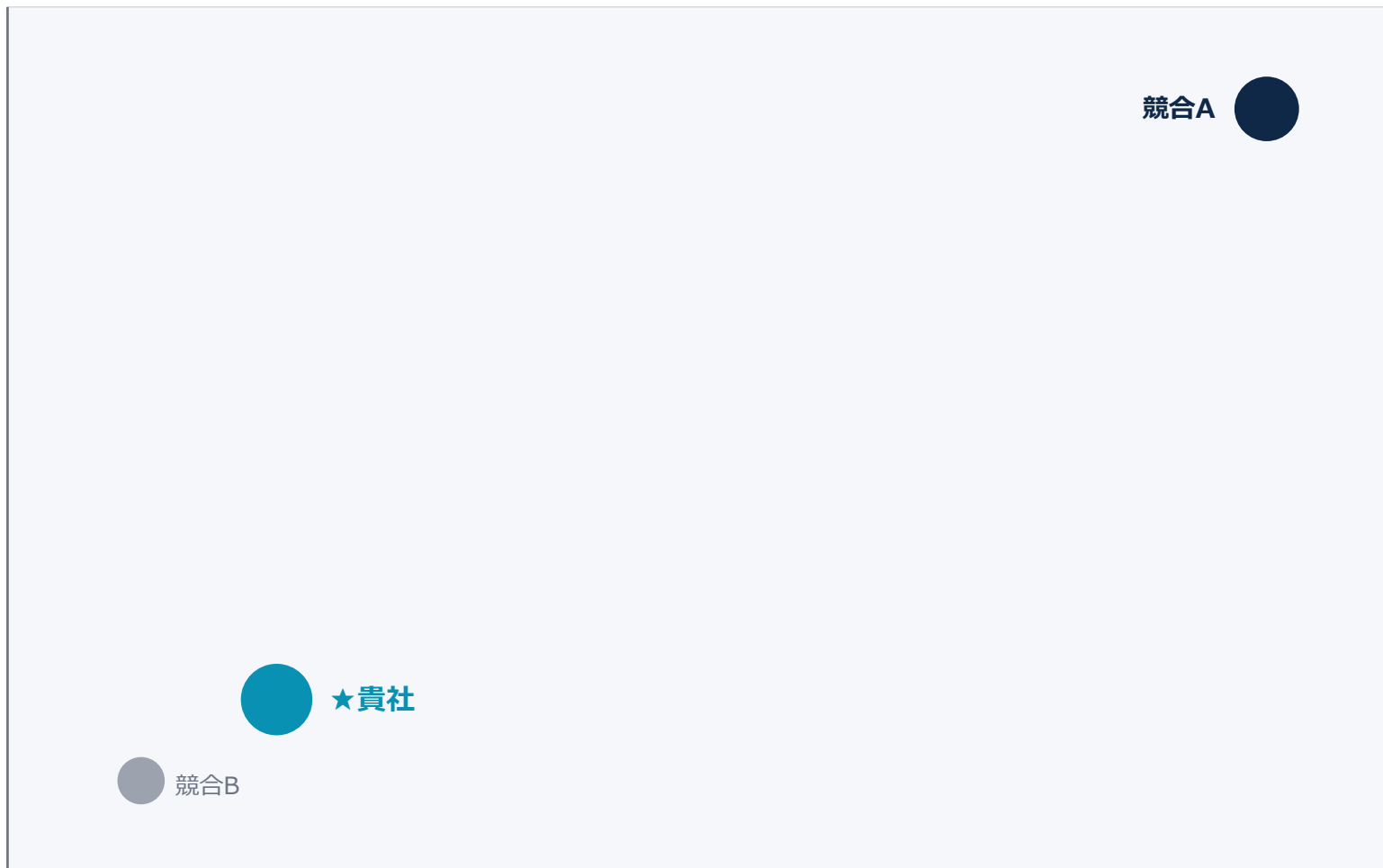
貴社の状況

合計295で2位、競合Aの約14.7%です。AI Overviewsでの引用（152）を増やすことが当面の重点になります。

検索流入 × AI引用 のポジショニングマップ

横軸=月間自然検索流入、縦軸=AI引用合計。右上ほど両面で強い | 出典：Ahrefs

AI引用 ↑



検索流入 →

ポイント

競合Aが右上に位置し、貴社・競合Bを引き離しています。

貴社は中央寄りのポジションで、流入・AI引用ともに伸ばす余地があります。

検索流入が多い会社ほど、AI引用も多くなる傾向が見られます。

AI回答内のブランド言及調査

●●系プロンプトでのブランド露出比較

AI回答内ブランド言及分析 | AIに質問した際の回答内で各ブランドがどれだけ言及されるかを計測 | ●●系80トピック（AIプロンプト総ボリューム約136万件）

★貴社

言及数カバートピック

65/80 (6.2%)

競合A

言及数カバートピック

12371/80 (88.8%)

競合B

言及数カバートピック

1916/80 (20.0%)

貴社が言及されているのは **5/80 トピック（6.2%）** → 競合A（88.8%）との露出ギャップは **約14倍**

✓ 貴社が言及されている●●系トピック（全5件）

#	トピック	AIボリューム	自社	競合A	競合B	自社の位置
1	●●●●●●●●●●	326,891	1	0	0	単独1位
2	●●●●●●●●●●	80,324	2	0	0	単独1位
3	●●●●●●●●●●	51,434	1	1	0	1位タイ
4	●●●●●●●●●●	2,764	1	3	1	言及あり（地域商用）
5	●●●●●●●●●●	920	1	2	0	言及あり（地域商用）

貴社が取りこぼしている「●●」直結トピック 10選

AI回答内ブランド言及分析 | 貴社=0言及かつ競合が言及獲得の●●●系トピックを抽出

#	トピック	AIボリューム	自社	競合A	競合B
1	●●●●●●●●●●	32,095	0	2	0
2	●●●●●●●●●●	17,758	0	5	0
3	●●●●●●●●●●	12,797	0	2	1
4	●●●●●●●●●●	12,133	0	1	1
5	●●●●●●●●●●	9,442	0	5	0
6	●●●●●●●●●●	2,627	0	2	0
7	●●●●●●●●●●	1,518	0	2	0
8	●●●●●●●●●●	1,498	0	3	1
9	●●●●●●●●●●	12,316	0	1	0
10	●●●●●●●●●●	336	0	1	0
10トピック 合計		102,520	0	24	3

ポイント

コアビジネス領域での取りこぼし

「●●●●●●●●●●」「●●●●●●●●●●」など、自社の中核ターゲットで言及0。

10トピックで約10万のAI露出機会

10トピックのAIプロンプト総ボリューム102,520件のうち、貴社の取り分は0件。競合Aは24件獲得。

優先施策の方向

上位3トピック（●●●●●●●●／●●●●●●●●／●●●●●●●●）から着手することで、AI可視性を底上げできる可能性。

具体的に言及されているプロンプト | ●●●●●●●●

プロンプト	AIの回答	自社ブランド	ブラン...	ソース
海外向けブログを最適化するための具体的な手順と、使うべきツールを教えてください。	 海外向けブログ（英語圏・多言語向け）を最適化する場合、日本向けSEOとは違って「言語」「地域」「検索文化」の3つを同時に最適化する必要があります。特に重要なのは：ターゲット国ごとの検索意図 hreflang設定 英語ネイティブ品質... 完全な回答を表示	引用	11	28
日本語以外の言語を対象にする場合、検索エンジンのアルゴリズムの違いを踏まえた最適化のコツを具体的に教えてください。	 日本語以外の言語を対象にする場合、アルゴリズムの根本的な仕組み（ユーザーにとって有益な情報を出す）は共通していますが、「言語特有の処理」「国・地域ごとの慣習」「使用される検索エンジンの違い」の3点に大きな違いがありま... 完全な回答を表示	引用	4	7
海外SEO総合ガイド	 海外SEO（グローバルSEO）とは、海外のユーザーに向けて自社サイトを現地の検索エンジンで上位表示させるための施策です。基本的な考え方は国内SEOと共通していますが、言語・文化・検索行動・検索エンジン が国ごとに異なるため... 完全な回答を表示	引用	4	18
海外 seo 対策	 海外SEO対策は、ターゲット国の言語・文化に合わせた「ローカライズ」と技術的最適化が必須です。具体的には、地域別ドメイン（.com, .uk等）やサブディレクトリの採用、hreflangタグによる言語設定、現地の検索意図を反映したネー... 完全な回答を表示	引用	4	12
海外SEOと多言語SEOの違いは何ですか？初心者が最初に押さえるべきポイントを教えてください。	 海外SEOと多言語SEOは似ていますが、「対象の広さ」と「設計の焦点」が少し違います。初心者はこの違いをまず押さえると混乱しません。 ■ 海外SEOと多言語SEOの違い ● 海外SEO（Global SEO） 海外SEO（Global SEO）は、海外の... 完全な回答を表示	引用	2	12

プロンプト詳細 | ●●●●●●●●

プロンプト

JP | ChatGPT | Last update: 2026年5月16日

海外向けブログを最適化の際の具体的な手順と、使うべきツールを教えてください。

出現したブランド 11

Your brand not mentioned google ahrefs wpml deepl weglot semrush chatgpt gtmatrix polylang wordpress grammarly

回答

海外向けブログ（英語圏・多言語向け）を最適化する場合、日本向けSEOとは違って「言語」「地域」「検索文化」の3つを同時に最適化する必要があります。

特に重要なのは：

- ターゲット国ごとの検索意図
- hreflang設定
- 英語ネイティブ品質
- サイト速度（Core Web Vitals）
- 現地キーワード調査

です。

以下に、実務ベースで「やる順番」と「使うべきツール」をまとめます。

海外向けブログ最適化の全体フロー

① ターゲット国・言語を決める

最初にやるべきは「どこの国を狙うか」です。

例えば：

- アメリカ（en-US）
- イギリス（en-GB）
- シンガポール（en-SG）
- ドイツ（de-DE）

同じ英語でも検索キーワードが違います。

ソース

自社 1

<https://www.switchitmaker2.com/g...>
switchitmaker2.com+1

その他 27

<https://ahrefs.com>
Ahrefs
<https://www.semrush.com>
Semrush
<https://ads.google.com/home/tools...>
Google Keyword Planner
<https://www.digitalapplied.com/blo...>
デジタルアプライド+1
<https://launchmind.io/blog/hreflang...>
Launchmind+1
<https://samuelochoa.com/expertise...>
Samuel Ochoa+2
https://www.reddit.com/r/u_Anjali_r...
Reddit+1
<https://pagespeed.web.dev>
Google PageSpeed Insights
<https://gtmetrix.com>
GTmetrix
<https://featured.com>
Featured.com
[Show all\(17\)](#)

例：

- US: "apartment"
- UK: "flat"

海外SEOでは「翻訳」より「現地検索文化」が重要です。

② 現地キーワード調査をする

日本語記事を直訳すると、ほぼ失敗します。

おすすめツール

1.

海外SEOでは定番。

できること：

- 国別検索ボリューム
- 競合分析
- 被リンク分析
- SERP分析

2.

大企業系に強い。

特に便利：

- 国別順位追跡
- コンテンツギャップ分析
- テクニカルSEO監査

3.

無料で使える。

地域と言語を指定できるので、「USだけで検索されている単語」を調査可能。

③ コンテンツを“翻訳”ではなく“ローカライズ”する

これは超重要です。

Googleは機械翻訳だけの薄いコンテンツを評価しにくい傾向があります。

悪い例

日本語：

「おすすめの副業5選」

英訳：

"5 Recommended Side Jobs"

→ ネイティブは検索しない