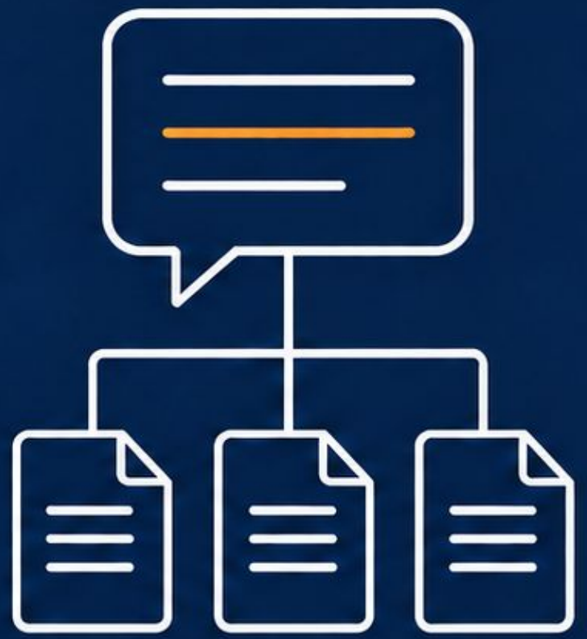
サクッとLLMO

LLMO、何から始めればいいか分からない企業へ。



単発で試せる

30万円（税別）

まずは無料診断から

株式会社沖プロ

AIが、商品・サービスを選ぶときの判断材料になっています

当社調査の回答者では



83.5%

商品・サービス選びで生成AIを利用

223人／267人



84.2%

AIの回答が購入判断に影響

187人／有効回答222人



70.4%

AI利用後に公式サイトを閲覧

157人／AI利用者223人

出典：当社「生成AIの商品・サービス選び行動調査」（2026年7月実施）
クラウドワークスで募集した18歳以上。有効回答267人（300回答から再回答33件を除外）。
AI利用者が多い回答者構成で、日本全体を代表する調査ではありません。

サクッとLLMOはこんな企業様におすすめ

お悩み①



何をすればいいか分からない

LLMO（AI検索対策）で何から手を付けるか、迷っている

SEO（検索エンジン対策）と何が違うのかが、はっきりしない

お悩み②



AIに聞いても、自社が出てこない

自社のサービスを、AIにきちんと紹介してほしい

サクッとLLMOとは

単発で、LLMOの施策を一通り試せるサービスです

契約
単発

料金
30万円（税別）

対象
推薦を目指す1つの質問

実施期間の目安は約1か月です

SEO：検索結果での順位を整える取り組み

LLMO（AI検索対策）：AIの回答の中での紹介と推薦を整える取り組み

支援の全体像

狙う質問と課題を整理し、施策の実行・報告まで行います

課題

何から始めれば
よいか分からない

AIに聞いても、
自社が出てこない

行うこと

狙う質問・課題・計画
の整理

公式ページ・外部施策
の実行

実施報告と前後比較

得られること

自社の課題と、
取り組む順番

施策の実施内容と
結果の報告

社名なしの1問で
推薦候補を目指す

推薦候補＝AIのおすすめとして名前が挙がること

※AIの回答は日々変わるため、表示や順位は保証しません。
選んだ1つの質問に向けた施策を一通り行い、実施内容と前後の変化をご報告します。

サクッとLLMOの5つの施策

狙う質問と課題を整理し、施策の実行から結果の報告まで行います

施策	お渡しするもの・ご説明すること
① 狙う質問・課題・計画の整理	計画書「現状と施策の全体像」と内容の説明
② 公式ページの改善	修正案・原稿、反映済みURL（当社が入稿した場合）
③ 外部媒体への働きかけ	依頼先・依頼内容・実施状況・返答・掲載状況の報告
④ 必要な情報の対外発信	作成した原稿・公開先・実施状況の報告（実施した場合）
⑤ 効果測定（AI回答の前後比較）	比較レポートと、結果を踏まえた計画書の更新

公式ページは既存3ページまで。対外発信は必要に応じて手段を選びます。

① 狙う質問・課題・計画の整理

社名なしの1問で推薦を目指すために、現状と取り組む順番を整理します

狙う質問を決める



社名なしの質問10問程度を、各AIで1回ずつ調査

傾向をつかみ、推薦を目指す1問を選ぶ

説明のずれを調べる



社名で聞く質問2〜3問で、不足・誤りを確認

強みや条件が正しく伝わるように整える

施策と順番を決める



どの情報を、どこで改善・発信するかを整理

計画書「現状と施策の全体像」

調査後に作成してご説明し、実施後に更新します



10問程度の調査は傾向の把握に使い、前後比較には使いません。

② 公式ページの改善

狙う質問への回答と伝えたい情報の差から、改善するページを決めます

AIの回答

今の御社の説明

公式情報

本来伝えたいこと

差：足りない情報・違っている情報

- 対象は既存ページ3ページまで
- 管理画面の権限をいただければ、ページへの反映（入稿）まで当社が行います

お渡しするもの　修正案・原稿、反映済みURL（当社が入稿した場合）

確かめる指標：説明の正確さ・引用

③ 外部媒体への働きかけ

AIが参考にする外部の情報を整えるため、更新や新規掲載を依頼します

今ある情報の更新



AIが参考にしている
記事の書き換え依頼

新しい掲載



比較記事などへの
新規掲載営業



ご報告すること

依頼先・依頼内容・実施状況・返答・掲載状況

依頼だけで終わらず、
実施内容と結果をご報告します



※外部媒体への掲載は掲載先の判断となるため、保証しません。

④ 必要な情報の対外発信

外部に出ていない必要な情報を、自社から発信します

不足している情報を整理

選ばれるために、
何を伝える必要があるか

手段を選んで発信

自社発信・プレスリリースなど
必要に応じて実施

お渡し・ご報告するもの｜作成した原稿・公開先・実施状況（実施した場合）

プレスリリースは手段の一つです

必要に応じて1本。原稿作成・配信手配は基本料金に含みます。
配信サービス利用料は別途です。

⑤ 効果測定

同じ質問を同じ条件で聞き直し、3つの指標を分けて報告します

実施前



各AIで、
同じ条件で3回ずつ

実施後



測定条件	社名で聞く質問2〜3問と、狙う1問
使うAI	ChatGPT・GoogleのAI概要（ほかのAIは初回ヒアリングでご相談）

説明の正確さ

対象質問	社名で聞く質問で確認
何を見るか	強みや条件が正しく伝わるか

推薦候補

対象質問	狙う1問で確認
何を見るか	おすすめに名前が挙がるか

引用

対象質問	社名で聞く質問で確認
何を見るか	参照元に御社のページが入るか

成果物	お渡しするもの：比較レポートと、結果を踏まえた計画書の更新

※前後の違いは観測の記録です。施策との因果関係を断定するものではありません。

⑤ 効果測定の見本

社名で聞いたときの説明を、4つの判定で前後比較します

架空のA社（オフィス向けの観葉植物レンタル）に「A社はどんな会社？」と聞いた例

架空の例

	実施前		実施後	
対応エリア	誤り	「関西だけで対応しています」	→ 正確	「首都圏と関西で対応しています」
料金の考え方	一部	「月額制です」	→ 正確	「鉢ごとの月額料金で、初期費用はかかりません」
強み	欠落	触れられない	変化なし → 欠落	触れられない

改善2項目・変化なし1項目

正確：正しく伝わる ｜ 一部：一部だけ伝わる ｜ 欠落：触れられない ｜ 誤り：事実と違う

※見方を説明するための架空の例です。実在の会社・回答・実績ではありません。
※変化の大きさの見込みを示すものではありません。

実施の流れ

約1か月を目安に、調査・計画・実施・報告の順に進めます

調査



狙う質問と、
現状の課題を整理

計画



施策と順番をまとめ、
計画書をご説明

実施



公式ページの改善・
掲載依頼・必要な
対外発信

報告・比較



実施報告とAI回答の
比較、計画書の更新

※期間は目安1か月です。公開の時期や進み具合によって、6週間程度に延びることもあります。
※終了時に変化が見えないこともあります。その結果も計画書に反映します。

お客様にお願いすること

お客様にお願いするのは、次の4つです

- 初回ヒアリングへのご参加
- 強み・実績などの情報のご提供
- 管理画面の権限（当社が入稿する場合）
- 公開日のご確認

初回ヒアリングで決めること

- 狙う1問の確定
- どの質問で、どう選ばれたいか
- 伝えたい強みと根拠
- ページを直す担当と公開日

実績：推薦候補

継続支援先が、ChatGPTのおすすめに挙がった例

当社の継続支援先で、実際のAIの回答を確認した事例です（社名は匿名）

法人向けクラウドサービスの企業　継続支援の事例

主な取り組み

- 公式サイトの構成
- FAQ
- 外部掲載など

→

確認した回答

SNSキャンペーンツールのおすすめを聞く質問で、ChatGPTがサービス名を紹介

過去の回答画面で確認

※過去の1回の回答例です。現在の表示や順位を示すものではありません。
※単発の支援で同じ結果が出るとは限りません。施策との因果関係は断定しません。
※継続支援には、サイト構成の変更などサクッとLLMOに含まれない施策もあります。

実績：店舗の推薦

継続支援で、整体のおすすめの候補の1つに名指しされた例

当社の継続支援先で、月次の計測と実際のAIの回答の観測により確認した変化です（社名は匿名）

整体サロン

約3〜5か月の継続支援

支援を始めたとき

地域名とサービスで聞いても、
AIに店舗が挙がらない状態

主な取り組み

- 店舗ページ
- FAQ
- 店舗情報の構造化データ
- 店舗名義の比較記事
- 外部掲載

構造化データ＝AIが読み取りやすい形式

確認した変化

地域名＋整体のおすすめを聞く質問で、
AI検索のPerplexityが候補の1つとして
店舗を名指し

2026年7月7日観測

AI経由の予約クリックなど　月2件→月10件

参考値

※予約クリックなどは2026年3月中旬（計測開始）〜4月中旬と5月中旬〜6月中旬の比較です。件数が少ないため参考値です。
※AIの回答は日々変わります。観測日時点の結果で、単発の支援で同じ結果が出るとは限りません。因果関係は断定しません。
※継続支援には、サクッとLLMOに含まれない施策もあります。予約クリックは来店・売上を保証しません。

実績：引用と紹介

継続支援で、GoogleのAI概要の筆頭の引用元になった例

当社の継続支援先で、月次の計測と実際のAIの回答の観測により確認した変化です（社名は匿名）

デジタルプラットフォーム企業　約4か月の継続支援

支援を始めたとき



GoogleのAI概要で、
引用されていなかった状態

→

確認した変化



コンテンツ販売プラットフォームを比べる質問で、
GoogleのAI概要の筆頭の引用元に
手数料などの数字も正しく紹介されている

2026年7月6日・初回の観測・1問

※AIの回答は日々変わります。観測日時点の結果で、単発の支援で同じ結果が出るとは限りません。因果関係は断定しません。
※初回の観測は、その後も同じ結果が出るかをまだ確かめていません。

実績：AI経由の訪問

継続支援で、対策した11キーワード中9つでAI経由の訪問が発生した例

当社の継続支援先で、月次の計測と実際のAIの回答の観測により確認した変化です（社名は匿名）

教育サービス事業者　継続支援

確認した変化

① 対策した11キーワードのうち9つでAI経由の訪問が発生

② 社名で「評判は？」と聞くと、ChatGPT・Geminiが好意的に紹介　2026年6月11日観測

継続支援の中で確認した変化で、その最初の一手を単発で試せるのがサクッとLLMOです。

※AIの回答は日々変わります。観測日時点の結果で、単発の支援で同じ結果が出るとは限りません。因果関係は断定しません。
※Geminiは、GoogleのAIです。

会社と支援チーム

SEO・LLMO戦略、コンテンツ制作、AI活用を支援します

株式会社沖プロ
LLMOプロを運営



宍戸 僚

SEO・LLMO戦略



辻川 倖平

コンテンツ制作・編集



菅 大介

AI活用・実装

料金

単発・30万円（税別）で、LLMOを一通り試せます

30万円（税別）

継続契約を結ばずに、単発で試せます

基本の支援は30万円（税別）です

別途費用：プレスリリースの
配信サービス利用料／大規模な
改修・実装が必要な場合の個別見積もり

※AIの回答は日々変わるため、表示や順位は保証しません。
そのかわり、選んだ1つの質問に向けた施策は一通りやりきり、実施前後で何が変わったかを同じ条件で確かめます。

継続支援への展開

続ける場合は、計画書で示した次の質問へ広げていきます

サクッとLLMO

- 契約：単発（実施の目安は約1か月）
- 料金：30万円（税別）
- 範囲：1つの質問に絞って実施

次の質問へ広げる

継続支援（LLMOプロ）

- 期間：6か月の契約（以降は1か月ごとの更新）
- 料金：月額30万円（税別）
- 範囲：計画書で示した次の質問へ広げる

- サクッとLLMOとは別のご契約です
- サクッとLLMOの実施期間は、継続支援の契約期間に含みません

よくある質問

表示の保証、追加費用、お客様の作業、継続契約についてお答えします

施策を行えば、必ず表示されますか？

表示や順位は保証しません。1つの質問に向けた施策を一通り行い、実施前後を同じ条件で確かめます。

追加費用はありますか？

プレスリリースの配信料は別途ご負担いただきます。大規模な改修・実装が必要な場合は、別途お見積もりします。

お客様側の作業は何ですか？

初回ヒアリング、強み・実績などの情報提供、管理画面の権限（当社が入稿する場合）、公開日の確認です。

終了後の継続契約は必須ですか？

必須ではありません。続ける場合は別契約となり、今回の結果と計画書を見てから判断できます。

無料診断・相談

まずはAIO無料診断から。無料相談で、狙う1問を一緒に仮決めします

1. **AIO無料診断・相談の申し込み**
   
   AIOとは、Googleの AI概要への対策のことです
2. **無料相談**
   
   診断レポートの解説と、狙う1問の仮決め
3. **お申し込み**
   
4. **初回ヒアリング**
   
5. **開始**
   

AIO無料診断では、自社と競合の、AIからの流入（推定を含む）や対策の度合いをレポートにまとめ、無料相談で解説します。

AIO無料診断を申し込む　　**相談する**

株式会社沖プロ（LLMOプロ）　okipro.co.jp/llmo/