

Audit2Build

自社と競合3社の SEO・GEO・AIO 比較

競合比較レポート

診断日 2026-09-17

案件名

Webサイト改善検討（サンプル）

クライアント名

サンプル株式会社

代理店名

サンプル広告代理店

担当者

山田 太郎（サンプル）

提出日

2026-09-18

G

C

G

診断概要

自社と競合3社を、3つのAIがそれぞれ同じ25項目で評価しました

区分	名称	URL
自社	サンプル株式会社	https://example.com/
競合1	競合サンプルA社	https://example.net/
競合2	競合サンプルB社	https://example.org/
競合3	競合サンプルC社	https://example.jp/

評価の方法

- 評価AI：GPT・Claude・Grok
- 観点：SEO（検索エンジン）／GEO（生成AI）／AIO（AIでの引用・回答）
- 採点：25項目×10点＝各観点250点満点
- 同じAIの評価の中で自社と競合を比較
- AIをまたいだ合算・平均・順位付けはしません

「差」＝自社の点数－競合3社の最高点。マイナスは競合に負けていることを示します。

※ 本資料は検索順位、生成AIでの掲載・引用、成果を保証するものではありません。

サマリー

自社の点数と、競合3社の最高点との差（AIごと）

G GPT

SEO 競合最高との差
146 / 250 **58.4/100** **-31**
4社中 3位

GEO 競合最高との差
160 / 250 **64.0/100** **-7**
4社中 2位

AIO 競合最高との差
160 / 250 **64.0/100** **-22**
4社中 2位

C Claude

SEO 競合最高との差
155 / 250 **62.0/100** **-4**
4社中 2位

GEO 競合最高との差
155 / 250 **62.0/100** **-12**
4社中 2位

AIO 競合最高との差
147 / 250 **58.8/100** **-15**
4社中 2位

G Grok

SEO 競合最高との差
180 / 250 **72.0/100** **-17**
4社中 2位

GEO 競合最高との差
162 / 250 **64.8/100** **-34**
4社中 2位

AIO 競合最高との差
179 / 250 **71.6/100** **-23**
4社中 2位

GPTの競合比較

各観点250点満点



点数

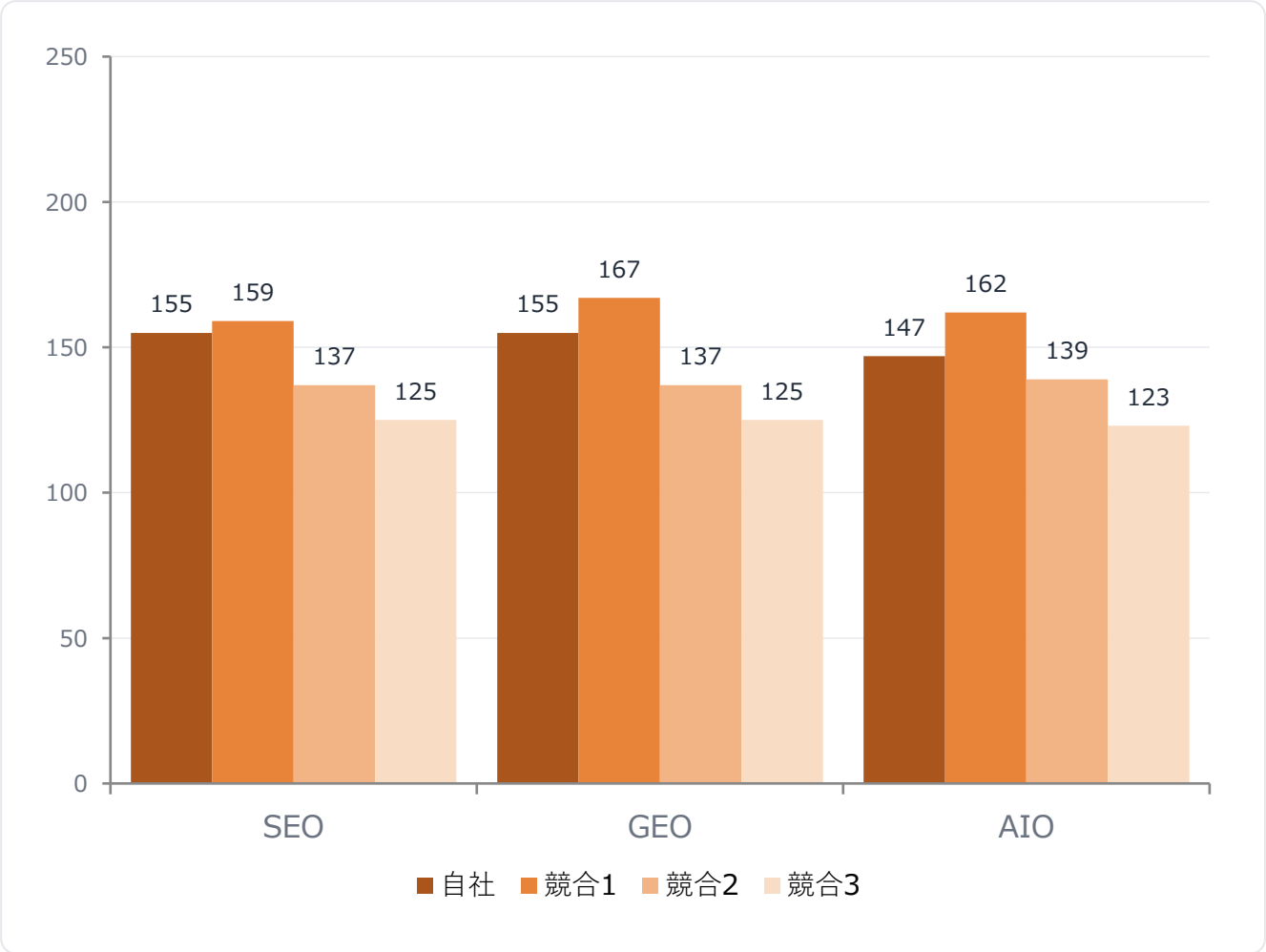
	SEO	GEO	AIO
自社	146 58.4/100	160 64.0/100	160 64.0/100
競合1	177 70.8/100	167 66.8/100	182 72.8/100
競合2	155 62.0/100	139 55.6/100	152 60.8/100
競合3	141 56.4/100	145 58.0/100	130 52.0/100

自社との差（プラスは自社が上回る）

	SEO	GEO	AIO
競合1	-31	-7	-22
競合2	-9	+21	+8
競合3	+5	+15	+30

Claudeの競合比較

各観点250点満点



点数

	SEO	GEO	AIO
自社	155 62.0/100	155 62.0/100	147 58.8/100
競合1	159 63.6/100	167 66.8/100	162 64.8/100
競合2	137 54.8/100	137 54.8/100	139 55.6/100
競合3	125 50.0/100	125 50.0/100	123 49.2/100

自社との差（プラスは自社が上回る）

	SEO	GEO	AIO
競合1	-4	-12	-15
競合2	+18	+18	+8
競合3	+30	+30	+24

Grokの競合比較

各観点250点満点



点数

	SEO	GEO	AIO
自社	180 72.0/100	162 64.8/100	179 71.6/100
競合1	197 78.8/100	196 78.4/100	202 80.8/100
競合2	166 66.4/100	157 62.8/100	167 66.8/100
競合3	153 61.2/100	147 58.8/100	154 61.6/100

自社との差（プラスは自社が上回る）

	SEO	GEO	AIO
競合1	-17	-34	-23
競合2	+14	+5	+12
競合3	+27	+15	+25

GPT | 自社の強み・弱み

項目別の差（SEO / GEO / AIO）から抽出



強み（競合と同等以上）

3件

F-12	比較・選び方情報	0 / -1 / +2
F-10	AIが引用しやすい定義文	-1 / +1 / 0
F-15	要点の構造化	-1 / -1 / +2

弱み（競合より大きく劣る）

5件

F-07	見出し構造	-3 / -4 / -1
F-08	検索意図との一致	-2 / -1 / -4
F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	-1 / -2 / -4
F-25	制作担当への指示しやすさ	-3 / -3 / -1
F-03	誰向けかの明確さ	-2 / -1 / -3

判定 強み：差の合計0以上／やや劣る：-1～-5（15件）／弱み：-6以下

Claude | 自社の強み・弱み

項目別の差（SEO / GEO / AIO）から抽出



強み（競合と同等以上）

5件

F-01	ページ目的の明確さ	+1 / -1 / +1
F-15	要点の構造化	+2 / +1 / -2
F-18	会社情報の明確さ	+2 / 0 / -1
F-12	比較・選び方情報	-1 / +1 / 0
F-20	誇大表現リスク	-1 / 0 / +1

弱み（競合より大きく劣る）

2件

F-04	解決する課題の具体性	-3 / -1 / -3
F-10	AIが引用しやすい定義文	-2 / -2 / -2

判定 強み：差の合計0以上／やや劣る：-1～-5（17件）／弱み：-6以下

Grok | 自社の強み・弱み



項目別の差（SEO / GEO / AIO）から抽出

強み（競合と同等以上）			4件
F-03	誰向けかの明確さ	+1 / +1 / 0	
F-02	何のサービス/商品かの分かりやすさ	-2 / +2 / 0	
F-16	根拠・実績の明示	-1 / -1 / +2	
F-21	他社との違い	+2 / +2 / -4	

弱み（競合より大きく劣る）			4件
F-11	FAQの有無と質	-4 / -4 / -2	
F-12	比較・選び方情報	0 / -6 / -2	
F-09	内部リンク/関連導線	-2 / -3 / -2	
F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	-2 / -1 / -4	

判定 強み：差の合計0以上／やや劣る：-1～-5（17件）／弱み：-6以下

改善機会一覧（優先度順）

競合との差が大きい項目から抽出／AI名を伏せ「評価資料A・B・C」として検討

優先度	No	評価項目	比較の確認方法	根拠資料	担当
1	F-08	検索意図との一致	AI別の比較を参照	A / B / C	SEO担当
1	F-04	解決する課題の具体性	AI別の比較を参照	A / B / C	コンテンツ担当
2	F-25	制作担当への指示しやすさ	AI別の比較を参照	A / B / C	制作責任者
2	F-07	見出し構造	AI別の比較を参照	A / C	フロントエンド担当
3	F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	AI別の比較を参照	A / C	コンテンツ担当
3	F-11	FAQの有無と質	AI別の比較を参照	A / C	サポート担当

優先度は5段階・1が最優先。AI-1/AI-2/AI-3を同一基準で個別評価し、点数の合算・平均・順位付けはしません。

改善機会の詳細（1～2）

競合との差・改善提案・担当・確認方法

優先度 1

F-08 検索意図との一致

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】想定される検索語ごとに、ページ内で答える内容を整理して追記する。

担当

SEO担当

確認方法

【サンプル】対象の検索語で知りたい内容がページ内にあるか確認する。

根拠資料

評価資料 A / B / C

優先度 1

F-04 解決する課題の具体性

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】利用者が抱える課題を、具体的な場面で3例示す。

担当

コンテンツ担当

確認方法

【サンプル】課題の例が冒頭から読める位置にあるか確認する。

根拠資料

評価資料 A / B / C

改善機会の詳細（3～4）

競合との差・改善提案・担当・確認方法

優先度 2

F-25 制作担当への指示しやすさ

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】制作物の仕様（形式・修正回数・納期）を一覧で示す。

担当

制作責任者

確認方法

【サンプル】仕様一覧が公開ページに掲載されているか確認する。

根拠資料

評価資料 A / B / C

優先度 2

F-07 見出し構造

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】見出しの階層（H1～H3）を、内容の親子関係に合わせて整える。

担当

フロントエンド担当

確認方法

【サンプル】HTMLの見出し一覧で階層と順番を確認する。

根拠資料

評価資料 A / C

改善機会の詳細（5～6）

競合との差・改善提案・担当・確認方法

優先度 3

F-14 AI回答に使いやすいQ&A性

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】よくある質問の回答を、結論から始まる短い文にそろえる。

担当

コンテンツ担当

確認方法

【サンプル】各回答の1文目だけで答えが分かるか確認する。

根拠資料

評価資料 A / C

優先度 3

F-11 FAQの有無と質

競合との差

【サンプル】AI-1・AI-2・AI-3の資料を同じ基準で個別に確認し、項目ごとの改善点を検討する。

改善提案

【サンプル】競合が扱っている質問を参考に、FAQの件数と範囲を増やす。

担当

サポート担当

確認方法

【サンプル】追加した質問と回答が公開ページで読めるか確認する。

根拠資料

評価資料 A / C

X・評判リサーチ

自社と競合に関する公開情報

事実 自社 | X投稿

【サンプル】ブランド名での投稿は確認できなかった。

<https://example.com/>

主張 競合1 | Web評判

【サンプル】公式サイトで導入実績を掲載している（当事者の説明）。

<https://example.net/>

未検証 競合2 | X投稿

【サンプル】価格に関する個人の感想投稿が1件。少数のため一般化しない。

<https://example.org/>

事実 競合3 | Web評判

【サンプル】第三者の比較記事に掲載されている。

<https://example.jp/>

区分 事実：確認できた情報／主張：発信者の主張／未検証：内容を確認できていない情報

次の行動

最優先（優先度1）の改善から着手します

最優先の改善

優先度 1

F-08 検索意図との一致

【サンプル】想定される検索語ごとに、ページ内で答える内容を整理して追記する。

担当：SEO担当

優先度 1

F-04 解決する課題の具体性

【サンプル】利用者が抱える課題を、具体的な場面で3例示す。

担当：コンテンツ担当

進め方

1

【サンプル】最優先の2項目について、担当と実施時期を決めます。

2

【サンプル】競合の該当ページを確認し、参考にする点を整理します。

3

【サンプル】改善後に同じ条件で再診断し、差の変化を確認します。

やらないこと

競合の文章の転用、確認していない情報の断定。

※ 提案内容の実装・公開・効果測定は、この資料の作成には含まれません。