

Audit2Build

診断結果と根拠に基づく提案

サイト診断・改善提案

対象URL <https://bizai-evo.com/audit2build/>

診断日 2026-09-17

クライアント

サンプル株式会社

案件名

Webサイト改善検討（サンプル）

提出日

2026-09-17

G

C

G

診断概要

3つのAIが同じページをそれぞれ独立して評価しました

対象URL	https://bizai-evo.com/audit2build/
診断日	2026-09-17
評価AI	GPT・Claude・Grok
評価の観点	SEO（検索エンジン）／GEO（生成AI）／AIO（AIでの引用・回答）
採点	各観点25項目×10点＝250点満点
評価方式	各AIが独立して評価。点数の合算・平均・順位付けは行いません

本資料の構成

- 1. スコア一覧
- 2. AI別の評価と改善提案
- 3. 改善方針と改善一覧
- 4. 改善の詳細
- 5. X・Webリサーチ
- 6. 次の行動

※ 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。

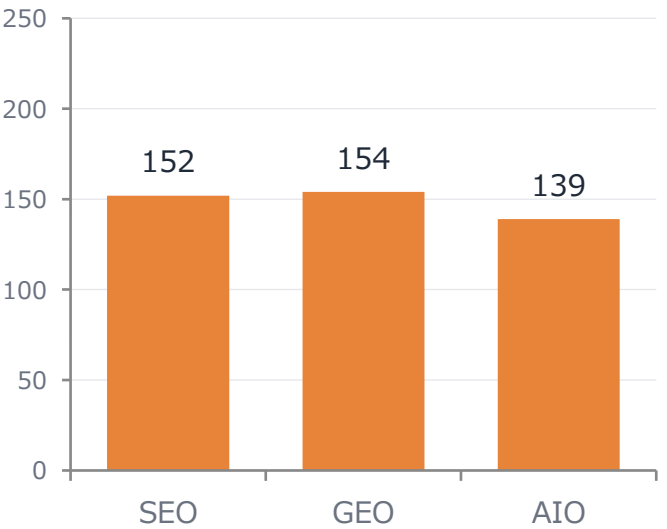
SEO・GEO・AIO スコア

各観点250点満点／AIごとの独立評価（AI間の比較・合算はしません）

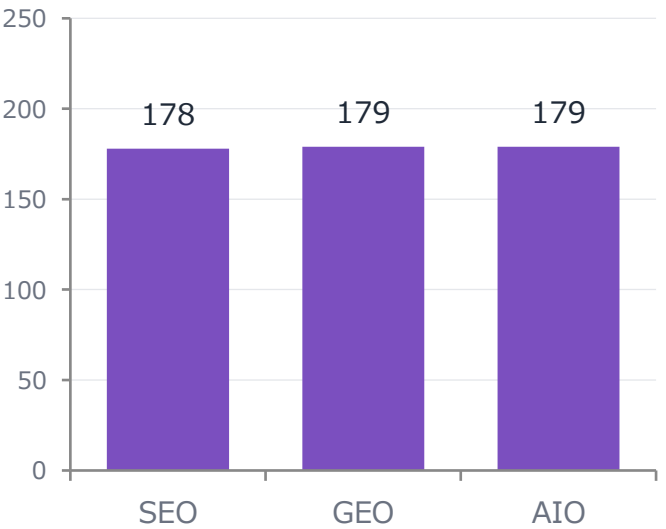
G GPT



C Claude



G Grok



GPTの評価要約

診断日 2026-09-17



目的・対象者・料金・FAQ・制約は具体的で、非エンジニア向け診断サービスとして理解しやすい。一方、HTML見出し、構造化データ、会社詳細、外部実績、比較・不向き条件は不足または未確認。取得テキストでは視覚品質・実速度・検索順位・実際のAI引用実績は確認できない。

SEO **164** / 250 65.6/100

GEO **180** / 250 72.0/100

AIO **180** / 250 72.0/100

主な課題

HTML見出し、FAQ構造化データ、内部リンク
先は取得テキストだけでは確認できない。

影響

検索エンジンと生成AIが章構造やQ&Aを正確
に解釈できない可能性が残る。

次の行動

H1～H3、内部リンク、FAQPageの実装を検査
し、エラーと重複を修正する。

GPTの改善提案

G

評価で見つかった課題と対応策

1

HTML見出し、FAQ構造化データ、内部リンク先は取得テキストだけでは確認できない。

対応

H1～H3、内部リンク、FAQPageの実装を検査し、エラーと重複を修正する。

期待する影響

検索エンジンと生成AIが章構造やQ&Aを正確に解釈できない可能性が残る。

担当

フロントエンド担当・SEO担当

確認方法

HTML検査と構造化データ検証を行い、見出し階層・リンク・FAQ項目を照合する。

2

運営者詳細、導入事例、第三者検証など信頼性を裏付ける情報が不足している。

対応

正式な運営者情報と、条件・結果・限界を明記した許諾済み事例を追加する。

期待する影響

高関与商材の比較検討やAI回答で、信頼できる根拠として採用されにくい。

担当

運営責任者・法務・マーケティング

確認方法

会社情報の各項目と、出典確認可能な事例が公開ページから到達できるか確認する。

3

公開テスト中で診断実行・購入が開始前のため、CTA後の期待と実行可能範囲に差がある。

対応

開始前に可能な操作、開始予定の通知方法、販売開始後の手順をCTA直下で分離する。

期待する影響

離脱や誤認を招き、問い合わせ・見積導線の成果測定も難しくなる。

担当

プロダクト責任者・Web担当

確認方法

各CTAを実操作し、表示説明と遷移先で可能な行動が一致するか確認する。

Claudeの評価要約

診断日 2026-09-17



Audit2Buildの公開LPは、目的・対象者・成果物（Web結果＋6シートExcel）・料金pt体系・FAQが本文で確認でき、基本情報の整備度は高い。一方、導入実績・事例・第三者評価が確認できず、運営者情報は「運営：BizAI-Evo」のみで所在地や責任者が不明。向かないケースや他社比較、未検証のAIモデル名表記が弱点。取得テキストのみのため視覚品質・実表示速度・検索順位・実際のAI引用実績は確認できず、成功も失敗も断定しない。

SEO **152** / 250 60.8/100

GEO **154** / 250 61.6/100

AIO **139** / 250 55.6/100

主な課題

向かないケースと他手段との比較が無く、外部確認できないAIモデル名が併存

影響

適合判断ができずミスマッチや期待過大を招き、表記の正確性も疑われやすい

次の行動

不向き条件・非対応範囲の節を追加し、使用AIは公開名称と確認日で表記する

Claudeの改善提案

評価で見つかった課題と対応策



1

向かないケースと他手段との比較が無く、外部確認できないAIモデル名が併存

対応

不向き条件・非対応範囲の節を追加し、使用AIは公開名称と確認日で表記する

期待する影響

適合判断ができずミスマッチや期待過大を招き、表記の正確性も疑われやすい

担当

コンテンツ担当

確認方法

不向き条件が3件以上明記され、モデル名が提供元公開名と一致することを確認

2

運営者情報が「運営：BizAI-Evo」のみで所在地・責任者・連絡手段が不明

対応

運営者情報・特商法表記ページを作成し、フッターと料金節からリンクする

期待する影響

有料販売開始時の信頼性と法令表記の不足リスク、AIの発行元特定も困難

担当

管理部門

確認方法

事業者名・所在地・責任者・連絡先・返金条件が記載され本文から到達できるか確認

3

導入実績・事例・第三者評価が本文で確認できず、精度主張の裏付けが自社説明のみ

対応

匿名事例3件（課題・診断結果・実施改善・数値変化）と累計診断件数を掲載

期待する影響

検討者とAIの双方が信頼判断材料を得られず、比較時に採用理由を示しにくい

担当

サービス責任者

確認方法

事例ページ公開後、本文からのリンクと数値の出典日付が表示されることを確認

Grokの評価要約

診断日 2026-09-17



公開LPはSEO/GEO/AIOの3AI独立診断とExcel成果物・料金・FAQ・公開テスト制約を具体的に説明。視覚品質・実速度・検索順位・AI引用実績は取得テキストでは未確認。第三者の顧客実績はページ上になく、会社所在等はフッターの運営名止まり。調査では公式以外の評判は見つからず、業界ではGEO監査の価格・レポート不満が一般論として出る。

SEO **178** / 250 71.2/100

GEO **179** / 250 71.6/100

AIO **179** / 250 71.6/100

主な課題

公開テストと実行未開始の制約が分散

影響

初見が購入可能と誤解する余地

次の行動

できる/できないを冒頭要約に固定

Grokの改善提案

評価で見つかった課題と対応策

G

1

公開テストと実行未開始の制約が分散

対応

できる/できないを冒頭要約に固定

期待する影響

初見が購入可能と誤解する余地

担当

LP担当

確認方法

冒頭3行以内に実行不可が含まれる

2

向かないケースと比較表がない

対応

非適合3点と単一AI監査との差分表

期待する影響

誤期待と他手段との選択が難しい

担当

サービス企画

確認方法

向かない/差分が見出しで独立して確認できる

3

顧客実績・法人詳細が本頁に薄い

対応

運営主体の確認情報とサンプル範囲を併記

期待する影響

信頼性判断とAI引用の主体特定が弱い

担当

コンテンツ

確認方法

所在または特商法要約と事例範囲が同一頁で読める

改善方針

3AIの評価をもとにした改善の考え方

- 3AIの評価は公開LPの目的・対象者・料金・FAQ・制約の明確さを共通して評価し、運営者情報の不足、実績・第三者検証の欠如、向かないケース未記載、公開テスト中のCTA期待差、確認不能なAIモデル名や「高性能」表記を共通課題とした。
- 見出し構造と内部リンクはAIの間で見解が分かれるため、HTML実検査で解決する。
- Xリサーチはブランド言及0件で業界一般論のみ、Web評判は公式2ページのみで第三者評判は未確認。
- 両資料は分けて扱い、未確認事項は改善根拠に用いない。

優先度の見方

5段階で、1が最優先

元の評価点は変更しません

改善項目一覧（優先度順）

優先度は5段階・1が最優先

No	優先度	改善項目	担当
1	1	運営者情報・特定商取引法表記の整備	管理部門・法務（責任者は要決定）
2	1	実績・事例の表記の明確化	サービス責任者・マーケティング
3	2	「向かないケース」の明記	サービス企画・コンテンツ担当
4	2	CTAで「今できること」と「販売開始後」を分けて表示	プロダクト責任者・Web担当
5	2	AIモデル名・「高性能」表記の見直し	コンテンツ担当・サービス責任者
6	3	見出し構造（H1～H3）の整理	フロントエンド担当・SEO担当
7	3	FAQの拡充と構造化データの確認	コンテンツ担当・フロントエンド担当
8	3	プランの選び方・他手段との違いの追加	サービス企画
9	3	専門用語の言い換えと用語集	コンテンツ担当
10	3	冒頭要約の再構成	LP担当
11	3	注意事項の集約	サービス責任者・コンテンツ担当
12	4	リンク・遷移先の検証と文脈リンク	Web担当・SEO担当

改善の詳細（1～2）

対応内容・担当・確認方法

優先度 1

改善1 運営者情報・特定商取引法表記の整備

対応

運営者情報・特定商取引法表記ページを作成し、事業者名（法人種別含む）・所在地・責任者・連絡先・返金条件を記載。LPフッターの「運営：BizAI-Evo」直下と料金節末尾に「運営者情報・特商法表記」リンクを追加し、本文側にも事業者名と連絡手段の要約1行を置く。

期待する影響

有料販売開始時の法令表記不足リスクを解消し、検討者と生成AIが発行主体を特定できる状態にする。

担当

管理部門・法務（責任者は要決定）

確認方法

LPフッターと料金節から1クリックで到達でき、事業者名・所在地・責任者・連絡先・返金条件の5項目が表示されることを実ページで確認。

やらないこと

所在地・責任者が未確定の状態で暫定表記や推測記載をしない。LP本文に長文の会社沿革を入れて要約性を落とさない。

優先度 1

改善2 実績・事例の表記の明確化

対応

「匿名サンプルを見る」の近くに「実績・事例：公開テスト中のため未公開。サンプルは診断手順の確認用で成果を示すものではない」と明記し、作成条件と作成日を併記。販売開始後は許諾済み事例を条件・実施内容・結果・限界の4要素で追加する専用節を用意する。

期待する影響

サンプルが実績と誤認される余地をなくし、事例公開時の記載フォーマットを事前に固定できる。

担当

サービス責任者・マーケティング

確認方法

サンプル導線に未公開表記・作成条件・日付があること、事例節のテンプレートが4要素で構成されていることを確認。

やらないこと

架空・未許諾・数値推定の事例を掲載しない。X調査資料の業界一般論を自社実績や顧客評価のように引用しない。

改善の詳細（3～4）

対応内容・担当・確認方法

優先度 2

改善3 「向かないケース」の明記

対応

対象者01～03の直後に独立見出し「向かないケース」を追加し、順位・成果保証を求める場合、即時の実装代行が必要な場合、非公開・ログイン必須サイト、大規模サイトの全ページ診断など非対応・不向き条件を3件以上箇条書きで明記する。

期待する影響

ミスマッチによる離脱や期待過大を減らし、AI回答時に適用範囲が正確に抜き出される。

担当

サービス企画・コンテンツ担当

確認方法

独立見出しの下に不向き条件が3件以上あり、FAQや制約節と矛盾しないことを照合する。

やらないこと

向く人の記述を削って補うことはしない。非対応条件を利用規約のみに置いて本文から見えない状態にしない。

優先度 2

改善4 CTAで「今できること」と「販売開始後」を分けて表示

対応

各CTA直下に「今できること（見積確認・サンプル閲覧・問い合わせ）」と「販売開始後にできること（診断実行・購入）」を分けて表示し、開始予定の通知方法を記載。本文中にも問い合わせ導線を追加し、受付方法・返信目安・相談可能な内容を明記する。

期待する影響

公開テスト中の誤認離脱を抑え、問い合わせ・見積導線の成果測定を可能にする。

担当

プロダクト責任者・Web担当

確認方法

各CTAを実操作し、表示説明と遷移先で可能な行動が一致すること、返信目安が本文に記載されることを確認。

やらないこと

販売開始前に購入可能と読める文言やボタンを置かない。CTA数を増やして冒頭要約の可読性を落とさない。

改善の詳細（5～6）

対応内容・担当・確認方法

優先度 2

改善5 AIモデル名・「高性能」表記の見直し

対応

「高性能3AI」は削除するか評価基準を併記する。「評価AI-5.6 Sol」等の表記は提供元の公開名称と確認日に置き換え、未確定なら「予定」と明記。PowerPoint等の準備中成果物は提供予定時期または「時期未定」を条件付きで記載。タイトルの「制作へ」が提供実態と一致するか合わせて見直す。

期待する影響

検証不能な表記による信頼低下を防ぎ、成果非保証の姿勢と表現の整合が取れる。

担当

コンテンツ担当・サービス責任者

確認方法

モデル名が提供元公開名と一致し確認日があること、「高性能」の残存有無と準備中項目の時期表記を確認。

やらないこと

提供元未公開の名称を推測で記載しない。成果を示唆する比較表現を別の言い換えで追加しない。

優先度 3

改善6 見出し構造（H1～H3）の整理

対応

Claudeは見出し相当で辿れると判断し、GPT・Grokは階層未確認とした差はHTML実検査で解決する。H1を1つに限定し、「特長／ご利用の流れ／結果画面／成果物／料金／よくある質問」をH2、その下位をH3に揃え、各節冒頭に要約1文を置く。

期待する影響

検索エンジンと生成AIが章構造を正確に解釈できる状態を確定できる。

担当

フロントエンド担当・SEO担当

確認方法

HTML検査でH1の一意性とH2/H3階層がメニュー名と一致すること、各節に要約文があることを確認。

やらないこと

見出しタグを装飾目的で使わない。検証前に階層が正しい／誤っていると断定した記述を成果物に残さない。

改善の詳細（7～8）

対応内容・担当・確認方法

優先度 3

改善7 FAQの拡充と構造化データの確認

対応

既存6問の各回答を結論先出し1～2文 + 例外の形に統一し、解約方法、返金条件、診断データの保存期間・削除方法、対応不能URL、X Deep取得失敗時のpt扱いを追加して10問超にする。FAQPage構造化データの実装有無を検証し、未実装なら追加する。

期待する影響

購入前の疑問に回答が揃い、AI回答での質問単位の抽出精度が上がる。

担当

コンテンツ担当・フロントエンド担当

確認方法

FAQ件数と結論先出し形式を目視確認し、構造化データ検証ツールでFAQPageがエラーなく認識されることを確認。

やらないこと

回答内に宣伝文を混ぜない。返金・保存期間など運用が未決定の項目を仮回答で公開しない。

優先度 3

改善8 プランの選び方・他手段との違いの追加

対応

料金節に「無料体験／1回利用／Standard」を利用頻度・案件数別に選ぶ基準表を追加。別途「一般的な単一AI診断・手動監査との違い」を、独立記録・出典管理・成果物選択など客観軸で中立に表形式で示す。

期待する影響

プラン選択と他手段との使い分けが本文だけで判断でき、比較検討型の検索意図にも対応する。

担当

サービス企画

確認方法

選択基準表と差分表が見出しで独立し、各セルの記述が本文の機能説明と矛盾しないことを確認。

やらないこと

特定他社名を挙げた優劣比較や検証していない性能比較を掲載しない。他社を不利に見せる根拠なしの表現を使わない。

改善の詳細（9～10）

対応内容・担当・確認方法

優先度 3

改善9 専門用語の言い換えと用語集

対応

pt・X Deep・Markdownの初出直後に括弧で1行の言い換えを置き、料金節付近に用語集（4～6語）と「最短利用例：URL入力→無料診断→結果画面確認」の3行を配置する。

期待する影響

非エンジニアの初回判断負荷を下げ、対象者設定と本文の用語密度の乖離を解消する。

担当

コンテンツ担当

確認方法

3用語の初出位置に言い換えがあること、用語集と最短利用例がスクロール1～2画面内で到達できることを確認。

やらないこと

専門用語を全面的に削除して仕様の正確性を落とさない。用語集を別ページのみに置いて本文から離さない。

優先度 3

改善10 冒頭要約の再構成

対応

冒頭を「対象者（非エンジニアのフリーランス・広告担当・代理店）／得られるもの（Web結果画面＋6シートExcel）／現在の提供状態（公開テスト中、診断実行・購入は開始前）／価格帯（0円～4,980円税別）」の3～4行要約に再構成し、直下に「今できないこと」を箇条書きする。

期待する影響

初見が3行で価値と制約を把握でき、誤認による離脱を抑える。

担当

LP担当

確認方法

冒頭3～4行以内に対象者・成果物・提供状態・価格帯が含まれ、実行不可の記載があることを確認。

やらないこと

要約に効果や成果を示唆する語を入れない。料金の断定表記で見積が正本である旨と矛盾させない。

改善の詳細（11～12）

対応内容・担当・確認方法

優先度 3

改善11 注意事項の集約

対応

分散している「公開テスト中」「成果の見通しは目安」「税別」「pt繰越180日」を「注意事項」節に集約し、取得不能URLの条件、X Deep取得失敗時の表示とpt扱い、診断データの保持期間を追記する。各所の既存表記は短い参照文に置き換える。

期待する影響

制約の見落としを減らし、AI回答で注意点がまとまって引用されやすくなる。

担当

サービス責任者・コンテンツ担当

確認方法

注意事項節に上記項目が揃い、FAQ・料金節の記述と内容が一致することを照合する。

やらないこと

集約を理由にCTA近くの公開テスト表記を完全に削除しない。保持期間など未決定事項を推測で記載しない。

優先度 4

改善12 リンク・遷移先の検証と文脈リンク

対応

「匿名サンプルを見る」「診断画面へ」「運営サイト」「お問い合わせ」の遷移先とアンカーテキストを実ページで検証し、用語解説・サンプル解説・注意事項への固定アンカーを本文から文脈リンクする。運営サイトとの相互リンクにAudit2Build説明の整合を持たせる。

期待する影響

回遊性とリンク切れ有無が確定し、関連情報へ到達しやすくなる。

担当

Web担当・SEO担当

確認方法

全リンクを実クリックし、遷移先の到達可否・アンカー文と内容の一致・固定アンカーの動作を記録する。

やらないこと

回遊目的で内容の薄い下層ページを量産しない。検証前に回遊性の良否を断定した記述を残さない。

Xリサーチ

調査日 2026-09-17 / 状態 : 実施済み

調査結果の要点

ブランド名キーワードは0件。業界は英語圏中心で、GEO監査のOSS化・代理店高額監査への不満・診断を営業入口にする話が確認。雇用・職場のブランド評判は無し。少数投稿を全体評価にしない。日本語需要の一次投稿は今回ヒットせず。

主張

業界の動向

GEO監査OSSが月2千～1.2万ドル相当と主張。Audit2Build言及なし。当事者宣伝に近い投稿。

<https://x.com/sairahul1/status/2043327671275499566>

主張

業界の動向

SEO監査2千～5千ドルとAI代行価格の主張。ブランド無関係。料金感の一般論。

https://x.com/neil_xbt/status/2066766723726864834

未検証

業界の動向

代理店レポート過多・実行不足への顧客不満の個人体験談。少数例で一般化不可。

<https://x.com/noahiglerSEO/status/2098101448689041694>

主張

業界の動向

静的PDF監査への不満と診断リード磁石の広告投稿。ブランド無関係。

<https://x.com/chelseamedia/status/2100224886190788854>

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

Web評判

調査日 2026-09-17／状態：実施済み

調査結果の要点

確認できた事実は公式2ページのみ。口コミ検索は無関係サービスが混入し、Audit2Build/BizAI-Evoの第三者良い・悪い評判は未確認。競合比較材料になる独立レビューは見つからず、欠落は悪評証明ではない。

事実

ブランド関連

公式LPがヒット。販売開始前・先行体験準備中と価格・3AI診断の当事者説明。第三者レビューではない。

<https://bizai-evo.com/audit2build/>

事実

ブランド関連

BizAI-Evo運営サイト。DX・AIコーディネートの別サービス説明。Audit2Buildの顧客評価はなし。

<https://bizai-evo.com/index.html>

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

次の行動と実施範囲

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

改善1 運営者情報・特定商取引法表記の整備

期待する影響

有料販売開始時の法令表記不足リスクを解消し、検討者と生成AIが発行主体を特定できる状態にする。

担当

管理部門・法務（責任者は要決定）

優先度 1

改善2 実績・事例の表記の明確化

期待する影響

サンプルが実績と誤認される余地をなくし、事例公開時の記載フォーマットを事前に固定できる。

担当

サービス責任者・マーケティング

進め方

1

最優先の改善（運営者情報・実績表記）から着手します。

2

各改善項目の担当・確認方法・実施時期を合意します。

3

確認方法が未記録の項目は、着手前に確認方法を決めます。

やらないこと

未確認の情報の断定、評価点の再採点、根拠のない競合順位付け。

※ 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。