

SEO / GEO / AIO 診断レポート

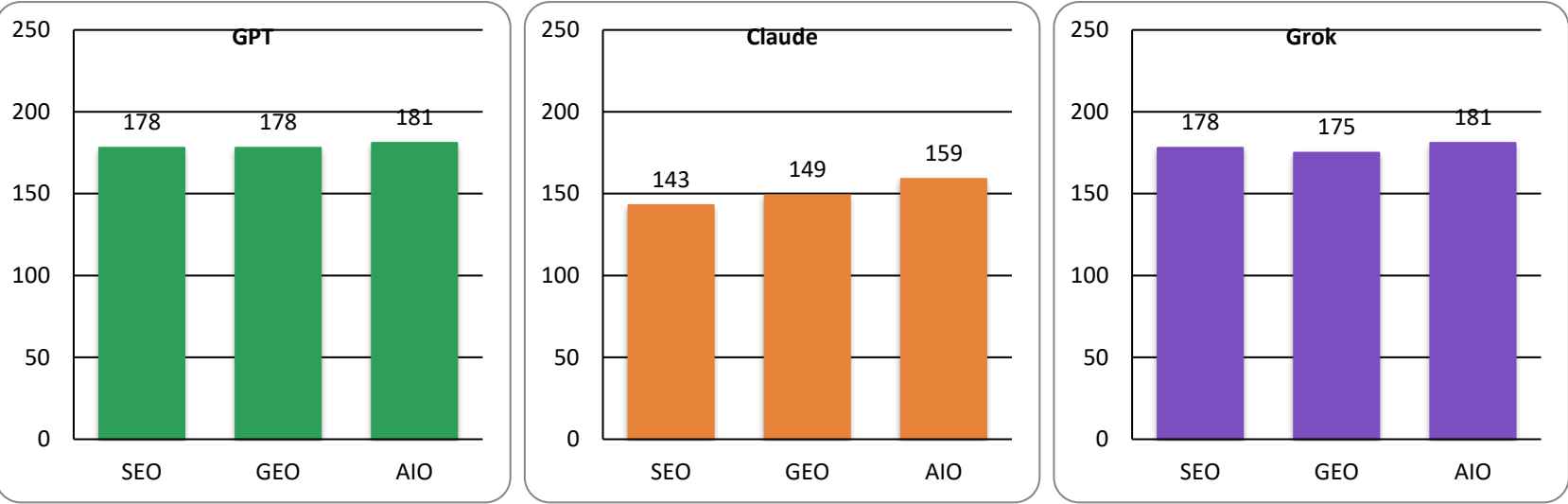
Audit2Build

対象URL	https://bizai-evo.com/audit2build/
コース	Standard
診断日	2026-09-17 11:41
評価方式	GPT・Claude・Grok がそれぞれ独立して評価（点数の合算・平均・順位付けは行いません）

評価スコア（各250点満点）

AI	使用モデル	SEO	GEO	AIO	総評
GPT	gpt-5.6-sol	178	178	181	目的、対象者、料金、工程、FAQ、制約は具体的で、初見でも全体像を把握しやすい。一方、導入実績、第三者根拠、競合比較、運営会社の詳細が弱い。取得テキストのみの評価であり、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。
		71.2/100	71.2/100	72.4/100	
Claude	claude-opus-5	143	149	159	取得テキストのみで評価。サービス内容・対象者・4コースの料金とptは明記され、FAQ9問と「保証するサービスではありません」等の制約表示が充実。一方で運営会社情報（所在地・法人格・特商法）、第三者が検証できる実績・事例数値、他社比較、向かない利用者像が確認できない。内部リンクは少数。視覚品質・実表示速度・検索順位・実際のAI引用実績は本テキストでは確認できず、成功とも失敗とも断定しない。
		57.2/100	59.6/100	63.6/100	
Grok	grok-4.6	178	175	181	対象LPはSEO・GEO・AIO診断から画像・LP制作までの流れ、対象者、料金表、FAQ、非保証を本文で明示。第三者実績・法人所在・視覚/速度/順位は未確認。宣伝を実績とみなさない。X上のブランド言及は検索したが該当なし。
		71.2/100	70.0/100	72.4/100	

AI別スコア



最優先の改善事項（優先度1）

No	評価項目	改善提案
F-18	会社情報の明確さ	既存の運営者情報・規約・プライバシー表示を棚卸しし、本文末とフッターから案内する。欠けている場合は、確認済みの運営主体、責任者、連絡方法を掲載し、所在地等の表示範囲と特商法表示の適用を法務確認して補う。
F-19	料金/プラン/条件の明確さ	料金表に「税込価格／都度・月額／更新条件／付与pt／有効期限・繰越／追加pt価格／不足時の扱い／解約方法」を追加する。販売設定で確認できた条件だけを記載し、変動価格は適用条件と購入前の確認箇所を明示する。

※ 点数の下の小さい数字は100点換算（点数÷2.5）。全項目は「改善策」シートを参照。本レポートは検索順位・AIでの掲載・引用を保証するものではありません。

GPT | 評価・分析

対象: <https://bizai-evo.com/audit2build/> 診断日: 2026-09-17 11:41 使用モデル: gpt-5.6-sol

各項目 0～10点。点数が低い項目ほど改善の余地があります。

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-01	ページ目的の明確さ	8	8	8	診断から制作・納品まで支援するページ目的が冒頭から一貫している。	「Evo診断から制作まで、迷わず進める」	主目的と最終成果物を1文でさらに短く要約する。
F-02	何のサービス/商品かの分かりやすさ	8	8	8	診断、画像、LP、コード制作という提供範囲を具体的に説明している。	「現状診断から画像制作・編集、LP・Web制作まで」	診断サービスと制作サービスの境界を冒頭の表で示す。
F-03	誰向けかの明確さ	8	8	8	主要対象者が明記され、実務利用場面も後続セクションで補足されている。	「非エンジニア、フリーランス、ビジネス利用者に向けて」	対象者別の典型課題と推奨コースを対応させる。
F-04	解決する課題の具体性	8	8	8	検索発見性、自己評価、素材不足、制作依頼などの課題が具体的である。	「検索しても見つかりにくい」「自分では良し悪しを判断できない」	課題ごとに得られる診断項目と成果物を直結させる。
F-05	冒頭要約の分かりやすさ	8	8	8	冒頭だけで対象者、提供範囲、利用方法の概略を理解できる。	冒頭の対象者・支援範囲・言語対応の説明	料金開始額、必要アカウント、非保証事項も3行要約に含める。
F-06	タイトルの明確さ	7	7	7	表示上の名称は明確だが、title要素や検索結果での表示は取得文から確認できない。	「SEO・GEO・AIO評価スコア診断エボ」	title要素を主要対象者、診断、制作まで含む簡潔な表現にする。
F-07	見出し構造	8	8	8	大区分、下位項目、工程番号があり、長文でも内容を追いつやすい。	「01」から「09」までの番号付きセクション	HTMLのH1～H3階層が表示構造と一致するか実装確認する。
F-08	検索意図との一致	8	7	8	サービス名検索や比較検討意図には強いが、一般的な診断方法の解説は限定的。	SEO・GEO・AIOの説明、料金、FAQ、開始導線を掲載	「SEO・GEO・AIO診断とは」など情報探索向け解説を追加する。
F-09	内部リンク/関連導線	6	5	6	関連導線名はあるが、取得文ではリンク先、文脈、遷移の正常性を確認できない。	メニューの「Web診断」「Portfolio」「ご相談」	料金、事例、会社情報、FAQへ本文内の説明付き内部リンクを設ける。
F-10	AIが引用しやすい定義文	7	8	8	SEO、GEO、AIOを短文で定義しており引用しやすいが、出典や適用範囲はない。	「GEO 生成AIに内容を伝える」の説明文	各用語を主語付きの1文で定義し、業界標準との差異や出典を添える。
F-11	FAQの有無と質	8	8	8	料金範囲、AI選択、画像、保証、公開、秘密情報まで実用的に回答している。	「09 / Before you begin」の質問・回答群	各回答に対象コースと更新日を付け、質問別の固有URLを用意する。
F-12	比較・選び方情報	8	8	8	価格、ポイント、AI、成果物、利用目安を比較できるが選定基準は分散している。	Free、Lite、Standard、Proの料金・成果物比較	対象者、目的、成果物、制限を横並びにした比較表を追加する。
F-13	向いている/向かないケース	6	7	7	向かない条件は複数示すが、利用者タイプ別の適否としては整理されていない。	Freeの対象外、非保証、自動公開なしを明記	おすすめ・非推奨ケースをコース別に箇条書きで明示する。

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	8	8	8	自然文の質問と直接回答があり、検索結果やAI回答へ転用しやすい。	「検索順位やAIへの掲載は保証されますか？」などのQ&A	回答冒頭を結論の1文に統一し、FAQ構造化データを実装確認する。
F-15	要点の構造化	8	8	8	工程、機能、料金、FAQが番号やカテゴリで構造化され、抽出しやすい。	15メニュー、6工程、料金コースを分類して掲載	冒頭に目次と要点表を設け、各区分の重複説明を整理する。
F-16	根拠・実績の明示	4	4	4	仕様は具体的だが、顧客事例、数値成果、レビュー、検証方法の証拠が不足している。	工程や成果物の説明はあるが導入実績・第三者根拠は確認できない	許諾済み事例を課題、実施内容、前後指標、測定条件付きで掲載する。
F-17	注意点・制約条件	8	8	8	非保証、利用権、ポイント変動、自動公開なし、秘密情報禁止を明記している。	「検索順位、生成AIによる掲載・引用…を保証するサービスではありません」	主要制約を料金表直下にも集約し、変更条件と更新日を示す。
F-18	会社情報の明確さ	3	3	3	ブランド名は確認できるが、法人名、所在地、責任者、連絡先詳細は取得文にない。	フッターの「BizAI-Evo」と「ご相談」	運営主体、所在地、代表者、連絡方法、規約類への明確な導線を掲載する。
F-19	料金/プラン/条件の明確さ	8	8	8	主要料金とポイント量は明確だが、追加ポイントの金額は購入前画面での確認となる。	「0円」「980円（税込）」「2,980円（税込）」「月額4,980円」	追加ポイント価格、課金周期、解約条件、超過時の扱いを同じ表に明記する。
F-20	誇大表現リスク	8	8	8	保証否定や未確認区分があり誇大化を抑制しているが、品質実績の検証資料はない。	「取得できなかった情報は…確認できていないことが分かる形で扱います」	「クールなWeb制作」など主観表現を具体的な納品仕様へ置き換える。
F-21	他社との違い	4	4	4	一貫工程という差異は示すが、代替サービスとの客観的比較や選択基準はない。	「診断、画像、コードを別々に終わらせず」	制作会社、単体診断ツール、一般AI利用との違いを条件別に比較する。
F-22	強みの具体性	6	6	7	成果物と工程は具体的だが、精度、工数削減、品質を裏付ける実測値はない。	複数AI比較、Excel、画像QA、ZIP、配置メモを説明	サンプル成果物と評価手順を公開し、強みを検証可能な指標で示す。
F-23	初見ユーザーへの分かりやすさ	8	8	8	平易な説明、用途別分類、順番案内があり、非エンジニアにも理解しやすい。	「専門用語が分からなくても、番号または目的を一文で入力」	専門用語とポイント制度を説明する短い用語集を冒頭付近に置く。
F-24	問い合わせ導線	7	7	7	主要CTAは反復されているが、取得文では遷移先URLやフォーム品質を確認できない。	冒頭と末尾の「GPTで診断を始める」および「ご相談」	相談、無料診断、有料購入を目的別CTAに分け、遷移先と必要時間を明示する。
F-25	制作担当への指示しやすさ	8	8	8	根拠、確定文言、画像、コード、配置メモが対応し、制作依頼へ転用しやすい。	「HTML／CSS／JS・ZIP」「配置メモ」「変更点」	実際のExcel、指示書、ZIP構成の匿名サンプルをダウンロード可能にする。
合計（各250点）		178	178	181			
100点換算		71.2	71.2	72.4			

Claude | 評価・分析

対象: <https://bizai-evo.com/audit2build/> 診断日: 2026-09-17 11:41 使用モデル: claude-opus-5

各項目 0～10点。点数が低い項目ほど改善の余地があります。

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-01	ページ目的の明確さ	7	7	8	診断から制作までという提供目的が冒頭と各セクションで一貫して示されている	「Evo診断から制作まで、迷わず進める。」と01～09の構成	冒頭に「誰が・何を・どこまで得られるか」を1文で定義し、成果物名を先に置く
F-02	何のサービス/商品かの分かりやすさ	7	7	8	Custom GPT上で診断・画像制作・LP制作を行うサービスと読み取れる	「SEO・GEO・AIO評価スコア診断エボ」「GPTで診断を始める」	「ChatGPT上で動くCustom GPT型サービス」と定義文で明示し提供形態の誤解を防ぐ
F-03	誰向けかの明確さ	7	8	8	対象者が明記され、フリーランスの納品支援など利用文脈も記載されている	「非エンジニア、フリーランス、ビジネス利用者に向けて」	業種・規模・担当職種（例:個人EC運営者、社内Web担当）まで具体化する
F-04	解決する課題の具体性	6	6	6	課題は提示されるが、発生状況や影響の具体例・数値的説明がない	「検索しても見つかりにくい」「自分では良し悪しを判断できない」	典型的な課題シーンを3例、診断で判明する不足項目の実例とともに記載する
F-05	冒頭要約の分かりやすさ	6	7	7	冒頭で範囲と多言語対応は分かるが、料金や前提条件は下部まで読む必要がある	冒頭「現状診断から画像制作・編集、LP・Web制作までを会話で支援」	冒頭に要約ブロック（対象者・提供物・料金レンジ・前提ChatGPTアカウント）を追加
F-06	タイトルの明確さ	5	6	6	英語名が長く、日本語検索語との対応が弱い。metaタグ自体は本文から確認不可	先頭表記「Evo AI Search Audit & Landing Page + Web Coding」	タイトルを「SEO・GEO・AIO診断 〜」の日本語主語+要素順に再設計する
F-07	見出し構造	6	7	7	番号付きで話題が整理されるが、見出しタグ階層は取得テキストでは確認できない	「01 / A clearer starting point」～「09 / Before you begin」の番号見出し	各セクション見出しを日本語主題語で始め、h2/h3階層を検証可能な形に整える
F-08	検索意図との一致	7	7	7	「診断サービスを探す」意図の比較検討情報は揃うが、用語解説型の情報は薄い	料金表・FAQ・診断メニュー15種の併記	「GEOとは」「AIOとは」の解説節を追加し、情報収集段階の検索意図も受け止める
F-09	内部リンク/関連導線	4	4	5	15メニューや各コースの詳細ページへの内部導線が確認できず回遊が限定的	リンク表記はホーム/Portfolio/GitHub/note/QGA Scaler/ご相談のみ	コース別・メニュー別の詳細ページを作り本文内からアンカーリンクを張る
F-10	AIが引用しやすい定義文	5	6	6	各用語に一文説明はあるが「～とは…である」形の引用可能な定義文になっていない	「GEO 生成AIに内容を伝える」等3視点の短い説明文	「SEO/GEO/AIOとは～」の定義文を各40～80字で明記し冒頭近くに配置
F-11	FAQの有無と質	7	8	8	料金範囲・保証しない点・入力禁止情報まで踏み込んだFAQで判断材料になる	「09 / Before you begin」に9件の質問と回答	FAQPage構造化データの付与と、解約・返金・データ取扱いの質問を追加
F-12	比較・選び方情報	5	5	6	自社コース比較は可能だが、選び方の判断基準や他手段との比較軸がない	Free/Lite/Standard/Proの内容・料金・pt目安の併記	「こんな人はLite/Pro」の選択フローチャートと比較表の判断列を追加する
F-13	向いている/向かないケース	4	4	5	機能制約は書かれるが、向かない利用者・非推奨ケースの明示が確認できない	「Freeは現状分析の6シートが対象」「保証するサービスではありません」	「向いている人／向かない人」を各3項目、条件付きで箇条書き明記する

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	7	8	7	質問が実際の検索語に近い自然文で、回答も限定条件付きで引用に耐える	「検索順位やAIへの掲載は保証されますか？」等の自然文Q&A	回答冒頭を結論一文にし、コース名や数値を回答内に再掲して単独引用可に
F-15	要点の構造化	7	7	8	工程・コース・機能が短文中で構造化され要点を追やすい	「01診断根拠を整理」～「06確認・納品」の6工程と機能一覧	各セクション末に3行要約を置き、表形式で仕様（成果物/pt/所要）を統一
F-16	根拠・実績の明示	2	2	3	Portfolioリンクはあるが本文に検証可能な利用実績・改善結果の根拠がない	実績数値・導入事例・第三者評価の記載を確認できず	利用件数、診断前後の具体例、許諾済み事例、外部評価を日付付きで掲載
F-17	注意点・制約条件	8	8	8	非保証・自動公開しない・秘密情報入力禁止など制約が複数明示されている	「本番サーバーやCMSへ自動で公開するサービスではありません」	pt消費の上振れ条件や外部AI利用不可時の代替をFAQ内に条件付きで補足
F-18	会社情報の明確さ	2	2	2	運営主体・連絡先・特商法表記が本文から確認できず信頼性の裏付けが弱い	「© 2026 BizAI-Evo」と屋号表記のみ、所在地・法人格は不記載	運営者名・所在地・連絡先・特商法表記ページを作りフッターから常時リンク
F-19	料金/プラン/条件の明確さ	6	6	6	金額とpt目安は明示だが、Lite/Standardの課金周期や追加pt価格は未記載	「980円（税込）500pt」「月額4,980円（税込）毎月2,000pt」	各コースの課金周期・更新条件・追加pt単価・解約方法を表内に明記する
F-20	誇大表現リスク	8	8	8	効果断定表現を避け、未確認情報を未確認として扱う方針が繰り返し記載	「検索順位、生成AIによる掲載・引用、問い合わせ数や売上を保証」しない旨	「迷わず進める」等の体験表現にも前提条件を添え、根拠の所在を示す
F-21	他社との違い	3	3	4	マルチAIや確認用エリアは述べるが、代替手段との差分が比較可能な形でない	他社名・他サービスとの比較記述は本文で確認できず	一般的なSEO診断ツール/制作会社との違いを項目別比較表で事実ベース記載
F-22	強みの具体性	6	6	7	使用AIや成果物数は具体的だが、その優位性を示す検証データがない	「Claude Opus 5 + Grok 4.3 + X標準 + GPT画像」「9シート」	シート項目名や採点ロジックの概要、サンプル出力を公開して具体性を裏付ける
F-23	初見ユーザーへの分かりやすさ	6	6	6	配慮表現はあるがpt・OGP・Custom GPT等の前提用語が説明なく多用される	「専門用語が分からなくても、番号または目的を一文で入力」	用語ミニ解説（pt/LP/OGP/確認用Userエリア）と利用開始3ステップ図を追加
F-24	問い合わせ導線	6	5	6	CTAは冒頭と末尾に配置されるが、相談手段や返信条件は本文で確認できない	「GPTで診断を始める（新しいタブ）」とメニュー「ご相談ス」	問い合わせ方法・受付時間・返信目安を明記し、フォームへの導線を本文中に
F-25	制作担当への指示しやすさ	6	6	7	納品物と工程は指示しやすいが、対応環境や修正回数などの仕様条件が不明	「HTML／CSS／JS・ZIPを書き出す」「alt・OGP・配置メモ」	成果物仕様（対応ブラウザ・修正回数・納期・素材要件）を一覧化して明記
合計（各250点）		143	149	159			
100点換算		57.2	59.6	63.6			

Grok | 評価・分析

対象: <https://bizai-evo.com/audit2build/> 診断日: 2026-09-17 11:41 使用モデル: grok-4.6

各項目 0～10点。点数が低い項目ほど改善の余地があります。

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-01	ページ目的の明確さ	8	8	8	診断から制作までのページ目的が冒頭で明示。	「Evo診断から制作まで、迷わず進める。」	一行で成果物と対象URL種別を先に固定する。
F-02	何のサービス/商品かの分かりやすさ	8	8	8	診断・画像・コーディング支援の中身が列挙されている。	「現状診断から画像制作・編集、LP・Web制作まで」	無料診断と有料制作の境界を冒頭1文で再掲。
F-03	誰向けかの明確さ	8	8	8	想定読者が明示され検索意図と整合。	「非エンジニア、フリーランス、ビジネス利用者に向けて」	代理店/社内担当の別ニーズを短く分ける。
F-04	解決する課題の具体性	7	7	7	課題は具体だが定量や失敗例は薄い。	「検索しても見つかりにくい」「良し悪しを判断できない」	診断前によくある不足情報の例を追加。
F-05	冒頭要約の分かりやすさ	7	8	7	冒頭要約はあるがコース分岐は後段。	「検索にも、生成AIにも。伝わり方を見直す。」	最初の画面でFree可否と必要アカウントを併記。
F-06	タイトルの明確さ	8	8	7	主題は明確。取得テキストではtitleタグ未確認。	見出し「SEO / GEO / AIO Diagnosis」	検索向けに診断対象と非保証をtitle付近へ。
F-07	見出し構造	8	8	8	階層は追やすい。視覚見出し階層は未確認。	01～09の番号付きセクション	H2/H3対応表を制作指示に残す。
F-08	検索意図との一致	7	7	7	診断LP意図と一致。順位実績は未確認と明記。	「ページの情報を3つの視点で整理します」	用語定義と料金の入口を検索意図別に分ける。
F-09	内部リンク/関連導線	6	5	6	導線はあるが関連記事・用語集は本文に乏しい。	「ホーム / SEO・GEO・AIO」「Portfolio」「ご相談」	Audit2Buildや会社概要への文脈リンクを増やす。
F-10	AIが引用しやすい定義文	7	8	8	短い定義があり引用向き。業界定義との差分は未注。	「SEO検索で見つけてもらう」「GEO生成AIに内容を伝える」	自社定義と一般用語の対応を1段落で示す。
F-11	FAQの有無と質	8	8	8	範囲・保証・公開可否をFAQで具体化。	「ご利用前に。」複数Q&A	pt加算条件をFAQに数値例で追加。
F-12	比較・選び方情報	8	7	8	コース比較は十分。他社ツール比較は自社主張。	Free/Lite/Standard/Proの料金と対象	成果物の有無を表の先頭列に固定。
F-13	向いている/向かないケース	6	6	7	不向きは制約として書けるがケース表は弱い。	「本番サーバーへ自動公開する機能ではありません」	向かない（順位保証希望等）を箇条書き化。

No	評価項目	SEO	GEO	AIO	評価	根拠	改善の所見
F-14	AI回答に使いやすいQ&A性	7	8	8	Q&A性が高くAI回答に転用しやすい。	FAQ「検索順位やAIへの掲載は保証されますか？」	各Qの直後に1文結論を置く。
F-15	要点の構造化	8	8	8	メニューと工程が構造化されている。	「15の診断・制作メニュー」 DIAGNOSE/CREATE/DELIVER	初見向けに最短経路を3ステップで要約。
F-16	根拠・実績の明示	4	3	4	根拠は仕様説明。実績証明は未確認。宣伝は実績扱いしない。	第三者事例・顧客名は本文に見当たらず	許諾済み事例かサンプル成果物を区別して掲載。
F-17	注意点・制約条件	8	8	8	制約・権利・未確認の扱いが具体。	「保証するサービスではありません」「秘密情報を入力しない」	外部AI利用権が無い場合の代替を表にする。
F-18	会社情報の明確さ	5	5	5	屋号は分かるが所在・責任者は本ページ未確認。	フッター「© 2026 BizAI-Evo」程度	運営者情報への固定リンクを本文下に置く。
F-19	料金/プラン/条件の明確さ	8	7	8	プラン金額は明示。追加pt金額は購入前画面依存。	「0円」「980円」「2,980円」「月額4,980円」とpt目安	税込/税別と追加pt単価を同一表に揃える。
F-20	誇大表現リスク	7	7	7	誇大は抑制。効果断定はFAQで否定。視覚品質は未確認。	「クールなWeb制作」一方で順位非保証	形容詞を成果物範囲の事実文に置換。
F-21	他社との違い	6	6	7	違いの主張はあるが第三者比較は無い。	マルチAIと「質問は一度に1〜3項目」	一般SEO監査との差分を検証可能な項目で書く。
F-22	強みの具体性	7	7	7	強みは工程具体。実速度・引用実績は未確認。	「診断根拠を整理」からZIP納品までの6段	各段の成果物ファイル名例を付ける。
F-23	初見ユーザーへの分かりやすさ	6	6	6	基本は分かるが用語・pt・複数AIが初見負荷。	長文と「ChatGPTアカウントが必要」	最初に必要物チェックリストを置く。
F-24	問い合わせ導線	8	7	8	主CTAは明確。相談リンクはフッター。	「GPTで診断を始める（新しいタブ）」	Free開始と有料見積のCTAを役割分け。
F-25	制作担当への指示しやすさ	8	7	8	制作指示に転用しやすい納品定義がある。	確認用表示・ZIP・配置メモ・QA区分	未確認項目の記入テンプレを1枚にする。
合計（各250点）		178	175	181			
100点換算		71.2	70.0	72.4			

改善策（優先度順）

対象: <https://bizai-evo.com/audit2build/> 3AIの指摘をもとに作成。優先度 1＝最優先

優先度	No	評価項目	改善提案	担当	期待効果	注意（やらないこと）	確認方法	参考資料
1（高）	F-18	会社情報の明確さ	既存の運営者情報・規約・プライバシー表示を棚卸しし、本文末とフッターから案内する。欠けている場合は、確認済みの運営主体、責任者、連絡方法を掲載し、所在地等の表示範囲と特商法表示の適用を法務確認して補う。	運営責任者・法務担当	有料利用前に契約相手と連絡先を確認できる状態を目指す。	法人であると推定しない。取得本文にないだけで既存ページを不存在扱いしない。未確認の住所・責任者を掲載しない。	本文とフッターから到達し、運営記録・契約条件との一致を確認。法人の場合は登記とも照合する。	
1（高）	F-19	料金/プラン/条件の明確さ	料金表に「税込価格／都度・月額／更新条件／付与pt／有効期限・繰越／追加pt価格／不足時の扱い／解約方法」を追加する。販売設定で確認できた条件だけを記載し、変動価格は適用条件と購入前の確認箇所を明示する。	商品企画・決済運用担当	購入前に総費用と継続条件を説明でき、課金認識のずれを減らす。	Lite・Standardの課金周期や追加pt単価を推測しない。表示整理に伴って価格・契約条件を無断変更しない。	料金表・FAQ・購入画面を突合し、課金周期や追加ptの記載不足がどこにあるかを確定する。	
2（中）	F-05	冒頭要約の分かりやすさ	冒頭CTAの直前に「非エンジニア・フリーランス・ビジネス利用者向けに、診断から画像・LP・Web制作まで会話で支援します」と置く。続けて対象成果物、Freeの対象外、必要アカウント、確認済み料金、順位・引用非保証を短い要約表に集約する。	LP編集担当・プロダクト担当	冒頭だけで利用対象、費用の入口、開始条件、提供範囲を把握できる。	読みやすさの評価差を多数決で解決しない。資料からモデル名や提供会社を推定して補記しない。	初見利用者3名に冒頭のみ提示し、Freeの範囲・必要物・非保証を説明できるか確認する。	
2（中）	F-11	FAQの有無と質	既存FAQを維持し、解約・返金・入力データの取扱い・pt変動条件を確認済み方針に基づき補足する。各回答は結論一文から始め、対象コースと条件を回答内に記載する。更新日を示し、料金表と同じ情報源で管理する。	サポート担当・法務担当・商品企画担当	利用前の疑問と条件確認を自己解決でき、説明の食い違いを減らす。	返金・保存期間・学習利用の扱いを推測しない。FAQ構造化データを無条件に追加したり、検索表示・AI引用を保証したりしない。	FAQを規約・決済設定・データ運用と照合し、単独回答でも適用条件が分かるか確認する。	
2（中）	F-12	比較・選び方情報	既存4コース表の先頭を成果物とし、「利用目的／対象範囲／対象外／必要な利用権／費用条件」を横並びにする。表の直前に「現状把握か、制作まで必要か」で分岐する選択案内を置き、各分岐を確認済みのコース仕様に結び付ける。	サービス企画担当・UX担当	価格だけでなく目的と対象範囲に基づいてコースを選ぶ。	上位プランへ誘導するために制限を隠さない。他社比較の有無は現行本文で確認し、未検証の比較・優位性を追加しない。	初見利用者に目的別課題を提示し、選択理由と対象外機能を説明できるか確認する。	
2（中）	F-13	向いている/向かないケース	料金表直下に「利用前に確認したい適否」を追加する。「順位・AI掲載の保証が必須の場合、本サービスは要件に合いません」「本番サーバーやCMSへの自動公開が必須の場合、本サービスだけでは完結しません」と既存制約を利用場面に置き換える。	コピー担当・サービス企画担当	申し込み前に必須要件との不一致を判断でき、期待値のずれを減らす。	既存の制約表示を削除しない。自動公開不可をコード納品不可に拡張するなど、対象外範囲を広げない。	各適否文を既存FAQ・仕様と照合し、利用者が非推奨理由を説明できるか確認する。	
2（中）	F-16	根拠・実績の明示	料金表の前に「成果物サンプル」を設け、匿名化した診断出力と改善指示を掲載する。実案件は許諾・対象期間・測定条件・出典を添え、デモは「説明用サンプル、実績ではありません」と明記する。実績未取得なら数値欄を設けない。	コンテンツ担当・品質管理担当	仕様説明だけでなく、出力内容と根拠の追跡可能性で購入判断できる。	公式の宣伝、デモ、一般業界記事を第三者実績に扱わない。X投稿未検出や口コミ未取得を高評価に読み替えない。	原本・匿名化・公開許諾を照合。成果数値がある場合は期間、測定方法、他施策の影響も確認する。	
2（中）	F-24	問い合わせ導線	開始CTAと相談CTAを役割別に表示し、それぞれ遷移後に行う操作、必要アカウント、新しいタブで開く旨を添える。相談先には運用確認済みの連絡方法と返信目安を記載する。無料開始の表示は遷移先の実際の条件を確認して採用する。	UX担当・カスタマーサポート担当	利用開始と事前相談を区別でき、遷移先での戸惑いを減らす。	存在未確認の見積フォームや購入導線を作った前提で書かない。実態にない無料表示や返信時間を約束しない。	未ログイン状態で各CTAを操作し、ラベルと遷移先の一致、入力負荷、スマートフォン表示を確認する。	

優先度	No	評価項目	改善提案	担当	期待効果	注意（やらないこと）	確認方法	参考資料
2（中）	F-25	制作担当への指示しやすさ	納品説明の直後に「成果物形式／ファイル構成／配置メモ／確認項目／未確認事項／公開担当」の仕様表と匿名テンプレートを置く。対応ブラウザ、修正回数、納期、素材要件は運用実態を確認し、未確定なら個別確認が必要と記載する。	制作責任者・品質管理担当	診断結果から実装・受入確認へ引き継げる制作指示を揃える。	未確定の納期・修正回数を約束しない。ZIP納品を本番公開完了と同一視しない。サンプルに秘密情報を含めない。	制作担当がサンプルだけで配置と確認を進められるか試行し、不足仕様を記録する。	
3（低）	F-07	見出し構造	現行HTMLを調べ、ページ主題をH1、主要セクションをH2、配下の項目をH3として意味構造を整理する。番号や英語表記は補助に残し、日本語の主題を先に置く。変更前後の見出し対応表を制作資料に添付する。	フロントエンド担当・編集担当	見出し一覧だけでも内容と親子関係を追える状態にする。	取得テキストだけでHTML階層の不備を断定しない。文字サイズだけで見出しを表現しない。順位改善を保証しない。	DOMとアクセシビリティツリーの見出し一覧を取得し、表示順・階層・重複を確認する。	
3（低）	F-09	内部リンク/関連導線	既存リンクと遷移先を棚卸しし、冒頭に「料金・成果物サンプル・FAQ・運営者情報」の目次を設置する。同一ページの項目はアンカーで案内し、別ページは内容と公開状態を確認してから説明付きリンクを設ける。	Web運用担当	比較検討に必要な情報へ迷わず到達できる導線を整える。	未取得のリンク先URLを推測しない。導線を増やす目的だけで薄いコース別・メニュー別ページを量産しない。	PC・スマートフォンで全リンクを操作し、到達先、アンカー位置、リンク切れを確認する。	
3（低）	F-10	AIが引用しやすい定義文	既存のSEO・GEO・AIO説明を主語付きの一文に整える。AIOには「本サービスではAIOを次の意味で使用します」と付け、確認した定義を続ける。一般用語との相違は注記し、参照記事は用語説明の出典としてのみ添える。	編集担当・サービス仕様責任者	単独で読んでも適用範囲が伝わり、用語の意味の混同を減らす。	「とは」形式でないだけで定義がないと断定しない。記事を統一的な業界標準やサービスの推薦と扱わない。	現行文に主語・定義・適用範囲があるか照合し、参照記事間のAIO定義差を確認する。	https://www.gogochimp.com/blog/geo-vs-seo-vs-aeo-vs-aio https://ecorpit.com/aeo-vs-geo-vs-seo-complete-guide/

Web・X リサーチ

調査日: 2026-09-17 11:41 調査: grok-4.6

調査状況 X上の該当投稿：取得なし / Web上の情報：調査済み

種別	参照URL	内容・分析
Web評判	https://bizai-evo.com/	公式トップ。非エンジニア向けAI支援工房と自称。顧客レビューではなく当事者説明。
Web評判	https://bizai-evo.com/audit2build/	Audit2Buildは販売開始前・先行体験準備中と公式が記載。対象ページと関連する当事者主張。
Web評判	https://www.gogochimp.com/blog/geo-vs-seo-vs-aeo-vs-aio	業界文脈。GEOは生成AI内引用最適化、SEOは従来順位、AIO定義は媒体により不一致。
Web評判	https://ecorpit.com/aeo-vs-geo-vs-seo-complete-guide/	業界ガイド。AIOをブランド実体最適化とする説明。BizAI-Evo固有評価ではない。