

# LLM0対策に関する資料

テクロ株式会社



# COMPANY

テクロ株式会社について

01

PHILOSOPHY

モノづくりから、コトづくりへ

繋げよう企業から世界

VALUES

パートナーを大切に

チカラを合わせて

公平性と誠実さ

成長のためにトライ

価値観を大切に

きっちりかっちり

仕事を楽しむ

## COMPANY

会社名	テクロ株式会社
所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-5-8 神宮前タワービルディング12階
設立日	2016年10月12日
代表取締役	天野 央登
事業内容	BtoBマーケティング支援
従業員数	138名
上場市場	福岡証券取引所

FUKUOKA  
STOCK EXCHANGE

BtoBを主軸に

マーケティング支援

をしている会社です



# 3年間で100社以上のBtoB企業様にご利用いただいています

ZENKIGEN      Acaric アカリク  
 Advancer      en-courage  
 Professional Bank

人材

KPMG      Being Consulting  
 adish      自治体ビジネスドットコム  
 営業DX.jp

コンサルティング

Sankei Engineering      YAEGAKI Biotechnology  
 スリーアールソリューション      TATSUMURA Art textiles  
 D-CLUE Technologies      佐々木染工

製造業

DAiKO      kuzen  
 CiLEL      Lychee Redmine  
 ネクプロ nex-pro.com      とFAQ  
 ingage - Make IT Easy -      Waitka Inc.  
 Scene Live confidence is everything      TERRADA  
 GAPRISE      INTEC TIS INTEC Group  
 RASHIN      ShareWis

IT・ソフトウェア

intage 株式会社インテージヘルスケア      THOMSON MEDICAL  
 Remedy & Company      ATOM MEDICAL  
 のぞみ医療

医療・ヘルスケア

Daishinsha Communication Design Inc.  
 ジエイアンドユー  
 wevnal

広告代理店

S&P Global Mobility  
 BIZLAB.

調査会社

NTM  
 SOTA PROJECT  
 onenet

テレアポ

RELO CLUB  
 KIWI GO

福利厚生

NTT印刷  
 Timers

BPO

NearMe  
 RALSNET  
 MONOLITH LAW OFFICE

その他

テクロが選ばれる理由

# 超伴走型

「初めてのデジタルマーケティングが不安…」

そんな会社様でも**弊社の伴走型支援**にてマーケティングの知識をつけながら結果も出していく

これがテクロのマーケティング支援です

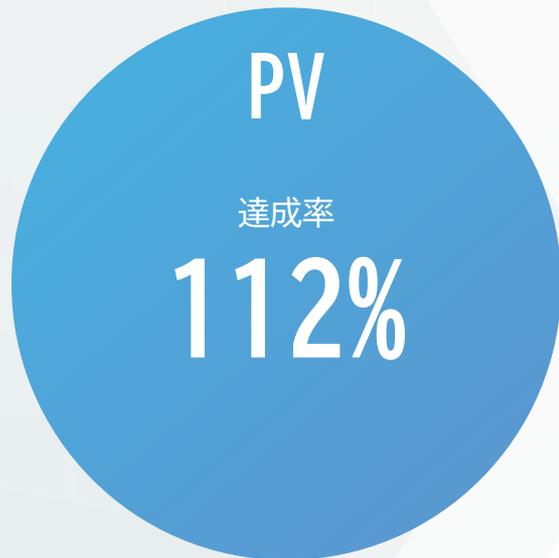
## テクロが選ばれる理由

高いKPI達成率

プロフェッショナル  
集団

顧客満足度

## 高いKPI達成率



テクロ株式会社で実行しているプロジェクトにはすべてKPIを設けています。

またこのKPI数値はご契約前に弊社よりシミュレーションをお出しし、両社合意の上でKPI数値として設定しております。

## 高いKPI達成率

開封率

達成率

142%

クリック率

達成率

186%

テクロ株式会社で実行しているプロジェクトにはすべてKPIを設けています。

またこのKPI数値はご契約前に弊社よりシミュレーションをお出しし、両社合意の上でKPI数値として設定しております。

# プロフェッショナル集団

テクロ株式会社のプロジェクトマネージャーは  
全員下記の経験を保有しています。

BtoBマーケ  
経験

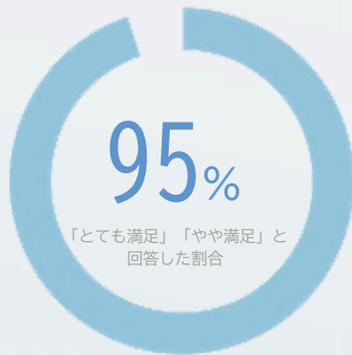
クライアントワーク  
経験

SEO対策実践  
経験

解析&戦略構築  
経験

# テクロが選ばれる理由

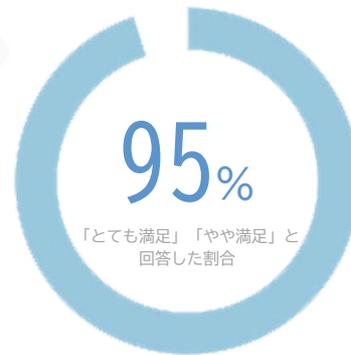
総合満足度



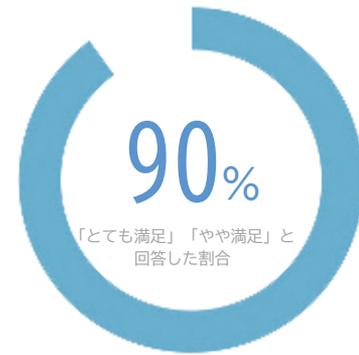
担当PMへの満足度



サービス継続希望度



コンテンツ品質の満足度



※回答数 167件

# LLMO対策とは？



## LLMO対策とは？

LLMO (Large Language Model Optimization) とは、大規模言語モデルの最適化を意味します。

生成AI



Gemini

Claude

ChatGPT

Copilot

AI OverView

Google

ジュビロ磐田 弱い要因

すべて ニュース 画像 動画 ショッピング

Search Labs | AI による概要

ジュビロ磐田が弱い要因として、次のようなことが挙げられます。

- 2023シーズンは補強禁止処分により厳しいシーズンスタートとなった
- J1仕様の強度を満たせず、シーズンを通じて苦しい戦いを強いられた

もっと見る

webスポルティーバ  
https://sportiva.shueisha.co.jp - cim

ジュビロ磐田のかなり厳しい現状 酷いサッカーをしているわけではない...

2023/05/05 - というのも、スタート大失敗の清水の影に隠れてはいたが、今季J2では昇格候補と目されな

Google

ジュビロ磐田 弱い要因

すべて ニュース 画像 動画 ショッピング

Search Labs | AI による概要

ジュビロ磐田が弱い要因として、次のようなことが挙げられます。

- 2023シーズンは補強禁止処分により厳しいシーズンスタートとなった
- J1仕様の強度を満たせず、シーズンを通じて苦しい戦いを強いられた
- 鈴木海音や藤川虎太郎など4人のレンタルバック組と高校2年生の後藤啓介をユースからトップへ昇格させたものの、戦力的には十分な上積みがあったとは言えない

また、2024年5月29日時点では、引き分けの試合が多く、全体の勝ち点差が詰まった例年よりもかなりの困り状態だったという指摘もあります。

- J1仕様の強度を満たせず、シーズンを通じて苦しい戦いを強いられた
- 鈴木海音や藤川虎太郎など4人のレンタルバック組と高校2年生の後藤啓介をユースからトップへ昇格させたものの、戦力的には十分な上積みがあったとは言えない

また、2024年5月29日時点では、引き分けの試合が多く、全体の勝ち点差が詰まった例年よりもかなりの困り状態だったという指摘もあります。

湘南ベルマーレ

2024年7月14日 (日) 第23節  
VS ジュビロ磐田 @ 湘南ベ...

2024/07/14 - やっぱり良役が必要だと思うので、相手を見て判断する、選...

ジュビロ磐田  
ファビアン  
関する国際  
・ジュビロ磐田  
として、今後2

生成 AI は試験運用中です。 詳細

webスポルティーバ  
https://sportiva.shueisha.co.jp - cim

ジュビロ磐田のかなり厳しい現状 酷

## なぜLLM0対策は必要か？

AIによるコンテンツ生成が普及し、ウェブサイトにおける検索結果やユーザーのインタラクションに影響を及ぼしています。

### Google検索のシェア

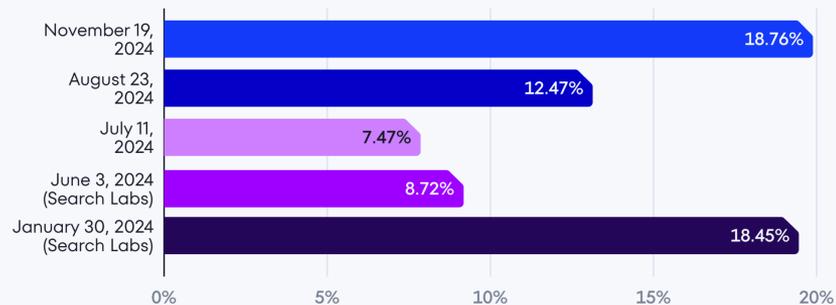
Google検索の検索エンジン利用シェアが  
4年で2.5%減少

2021.04 92.3%

2025.04 89.7%

### AI OverViewが現れる割合

#### AI Overviews search presence in 2024



## LLMO対策とSEOの関係

各種生成AIは、入力された質問を元にGoogle検索を”代行して”データを取得しています。

### Google検索のシェア



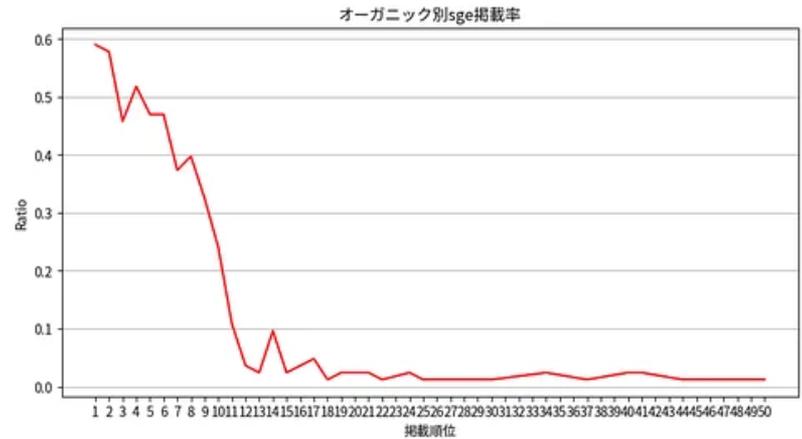
情報参照



Gemini



AI Overviewは特に上位の記事を参照している



## LLM0対策の実践方法

1

### ユーザー意図に沿ったコンテンツ作成=SEO対策と同じ

検索意図を粒度まで分解し、Q&Aと独自データで価値を示し、E-E-A-T可視化でAI引用を狙う。

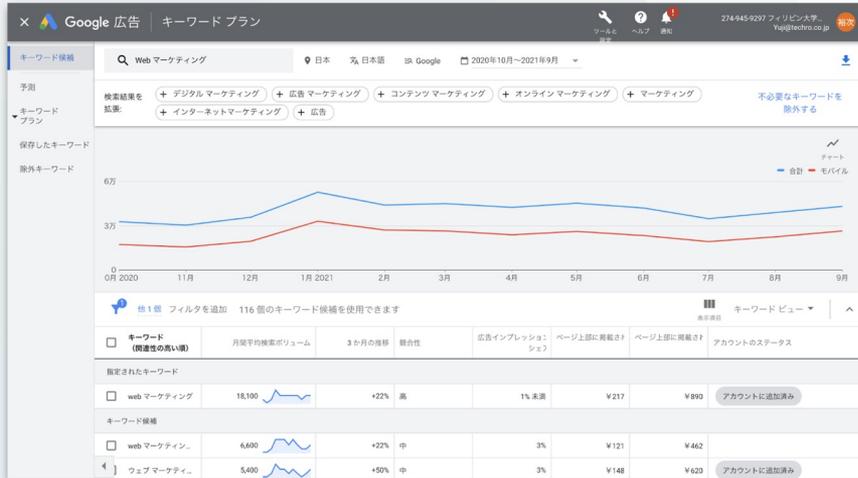
2

### テクニカルSEOの実施=SEO対策よりも重要度が高い

llms.txt設置+JSON-LD構造化、内部リンク最適化とCWV改善でAI・検索ボットのクロール効率と信頼を高める。

## ユーザー意図に沿ったコンテンツ作成

Googleのデータを用いてキーワード調査と競合分析、  
ターゲット調査を行いオウンドメディアの全体戦略を決める

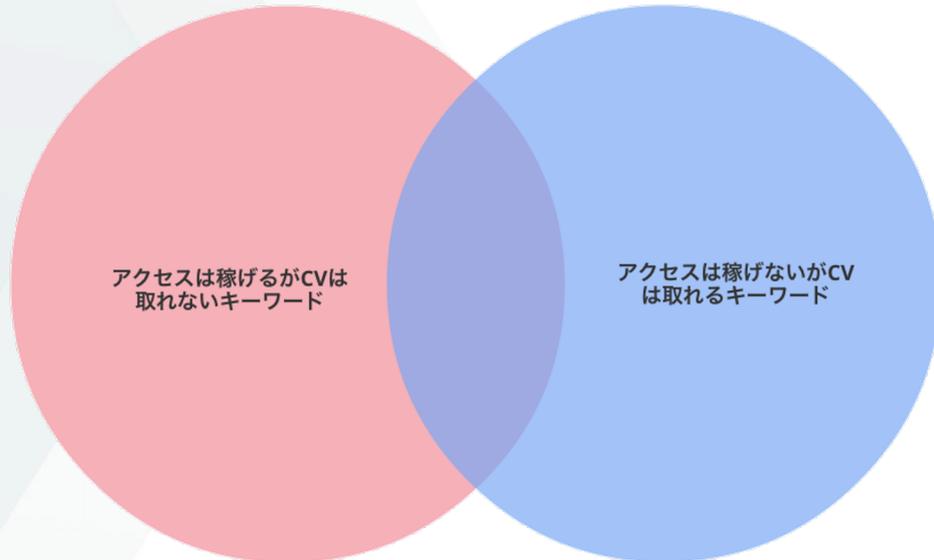


キーワード	vol	タイトル (原則32文字以内)	URL
dx 戦略 (デジタルトランスフォーメーション)	720	DX戦略が必要な理由とは？策定時に考慮すべき事項	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
dx 検定	320	DX検定とは？受験までの流れや勉強方法・難易度を	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
dx マーケティング (デジタルトランスフォーメーション)	170	マーケティングDXとは？期待できる効果3つと事例を	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
dx セキュリティ (デジタルトランスフォーメーション)	140	DX時代に求められるセキュリティ対策とは？導入の	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo	48000	タグ: seo	
seo対策 (とは、わかりやすく、やり方、キーワード)	24600		
seo チェキ (使い方)	21500		
seo対策 会社	1000	SEO対策会社40選！費用相場と失敗しない選び方	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo対策 費用	830	【業種別】SEO対策の費用・料金相場は？おすすめ	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo対策 本	270	SEO対策ならこの本！プロがすすめる良書15選 (基	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo対策 依頼	200	SEO対策の見積もり依頼前に担当者が知っておくべ	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo対策 上位表示	20	SEO対策で上位表示するには？実施すべきポイント	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo対策 基本	30	SEO対策の基本を徹底解説！施策や7つのステップ	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
seo コンサルティング (コンサルタント)	940	おすすめのSEOコンサルティング会社6選！会社を選	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
blab マーケティング	1300	タグ: blab マーケティング	
blab マーケティング (とは、戦略)	1100	Blabマーケティングとは？施策の流れや手法を徹底	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
blab マーケティング セミナー	100	【2021年版】Blabマーケティングセミナーを開催し	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
b to b マーケティング 本	40	【Blabマーケティング本30選】 目的別におすすめの	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
b to b マーケティング 企業	40	Blab向けマーケティング支援企業10選と失敗しない	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
blab マーケティング 手法	30	Blabマーケティングを始める前に知っておきたい定	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
blab マーケティング ツール	20	Blab向けのマーケティングオートメーションツール	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
コンテンツマーケティング	6300	タグ: コンテンツマーケティング	
コンテンツマーケティングとは	1300	コンテンツマーケティングとは？進め方を4つのステ	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>
コンテンツマーケティング 事例	470	コンテンツマーケティング成功事例16選！分野別に	<a href="https://techo.co">https://techo.co</a>

## ユーザー意図に沿ったコンテンツ作成

貴社の事業内容に興味関心がある層を獲得するためのキーワードで記事を展開

※プロジェクト開始前に、改めて認識を合わせてから執筆スタートいたします  
※想定キーワードは、SEOと相性の良さそうなサービスに落とし込むことを想定して選定しています



## テクニカルSEO対策の実施

1

### クローリング最適化

robots.txt・llms.txt・XMLサイトマップで巡回制御し、重要ページへクローリングバジェット集中

2

### 構造化データ実装

JSON-LDでArticle・FAQ・Breadcrumb等をマークし、AIと検索エンジンに文脈を正確伝達

3

### 表示速度 & CWV改善

LCP2.5秒・CLS0.1以下を目標に画像圧縮、遅延読み込み、HTTP/2でUXとランキングを向上

## 構造化データマークアップ

構造化データマークアップとは、検索エンジンがウェブページの内容をより正確に理解し、適切に表示できるようにするためのマークアップ（タグ付け）のことです。主に Schema.org の仕様に基づいて記述され、検索結果のリッチリザルト（リッチスニペット）を表示するのに役立ちます。

### 設定しておきたい構造化データの項目10選

- 項目01 記事 (Article・NewsArticle・BlogPosting)
- 項目02 よくある質問 (FAQPage・Question・Answer)
- 項目03 パンくずリスト (BreadcrumbList)
- 項目04 商品 (Product・Review・Offer)
- 項目05 レシピ (Recipe・HowTo・ItemList)
- 項目06 求人検索用の求人情報 (JobPosting)
- 項目07 動画 (VideoObject・Clip・BroadcastEvent)
- 項目08 ローカル ビジネス (LocalBusiness)
- 項目09 イベント (Event)
- 項目10 サイトリンク検索ボックス (WebSite)



構造化データマークアップは生成AIの検索結果に取り入れられています。

## FAQ構造化データへの対応

FAQ構造化データは、Googleが推奨する Schema.org の FAQPage スキーマ を用いたマークアップです。これにより、検索結果にQ&A形式で直接表示される可能性があります。

### FAQ構造化データのメリット

#### ● 検索結果での視認性向上

FAQがリッチリザルトとして表示されるため、検索結果が目立ちやすくなります。

#### ● クリック率（CTR）の向上

検索結果で直接情報を提供するため、ユーザーのクリック率が向上する可能性があります。

#### ● ユーザー体験（UX）の向上

訪問前にユーザーが疑問を解決できるため、より良いUXを提供できます。

#### ● 音声検索対応

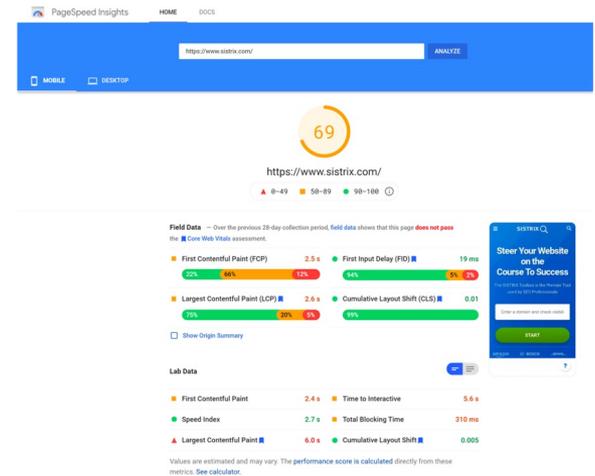
Googleアシスタントなどの音声検索でも適切に情報が読み上げられる可能性があります。

The screenshot shows the 'Rich Results Test' interface. At the top, there's a search bar with 'URL' and 'コード' (Code) options. Below it, a large heading asks 'ページはリッチリザルトに対応していますか?' (Is your page compatible with rich results?). The main content is a code editor showing HTML markup for a FAQ schema. The code includes a section with class 'recruit-faq' and itemscope, containing a question and an answer. The question text is '企業理念について教えてください。' and the answer text is '企業理念のページをご覧ください。' with a link to '/company/philosophy/'. At the bottom right, there are buttons for 'スマートフォン用 Googlebot' and 'コードをテスト' (Test code).

## PageSpeedへの対応

PageSpeed InsightsはWebサイトの表示速度を測定・評価する分析ツールです。Googleが無料で提供しており、広く使われています。モバイルとPC両方のデバイスに対応しており、一度の分析でそれぞれの分析結果を確認できます。

弊社サービスでは、Pagespeedの改善を数々のサイトでこなしてきたエンジニアがスピード改善を実施していきます。



## GoogleはPageSpeedをSEOの結果に連動させています

PageSpeedは画像のWebP化（拡張子の変更）で画像圧縮したり不要なCSSを削除することで改善されますが、サーバーが問題の根本原因となっていたりWordpressのテーマ自体が原因となっ

## テクロのLLM0対策：解析&定点観測

キーワードごとにAI Overviewの有無・Linkの有無を解析します。

AI OverView経由でLinkされている記事を特定します。

KEYWORD	URL	SEARCH VOL.	SEARCH INTENT	ORGANIC-AI OVERLAP
□ オウンドメディア会社	<a href="#">↔</a>	40	1	4 (20%)
□ オウンドメディア運用代行	<a href="#">↔</a>	480	1	8 (40%)
□ btob コンテンツマーケティング 代行	<a href="#">↔</a>	10	1	—
□ オウンドメディア btob	<a href="#">↔</a>	320	1	—
□ 広告代理店会社	<a href="#">↔</a>	90	1	6 (30%)
□ btobマーケティング会社	<a href="#">↔</a>	50	1	10 (50%)
□ btob SEO対策	<a href="#">↔</a>	170	1	5 (25%)
□ btob SEO会社	<a href="#">↔</a>	10	1	4 (20%)

AI による概要

オウンドメディアとは、企業が自社で運営するウェブサイトやブログなどのメディアのことです。情報をコントロールし、ブランディング、採用、リード獲得、広告費削減などを目的として活用されます。

具体的には、以下のようなものがオウンドメディアとして考えられます：

- **企業のウェブサイト**: 製品やサービスに関する情報、企業理念、ニュースなどを掲載。
- **ブログ**: 専門的な知識やノウハウ、業界情報などを発信する。
- **SNSアカウント**: 企業アカウントを通じて、情報発信や顧客とのコミュニケーションを行う。
- **ニュースレター**: 定期的な情報を配信し、顧客との関係を維持する。
- **YouTubeチャンネル**: 動画コンテンツを通じて、企業や製品の魅力を伝える。

オウンドメディアの主な目的は、以下の4つに分類できます：

1. **ブランディング**: 企業のブランドイメージを向上させ、認知度を高める。
2. **採用**: 優秀な人材を獲得するために、企業の魅力を発信する。
3. **リード獲得**: 見込み顧客を獲得し、商談につなげる。
4. **広告宣伝費の削減**: 外部メディアへの広告掲載を減らし、費用を抑える。

オウンドメディアを成功させるためには、以下の3つのポイントが重要です：

広報PR担当者が選ぶオウンドメディアの成功事例15選【成功要因...】

2020/10/16 — オウンドメディアは、企業が所有している独自運営のWebサイトな...

PR TIMES

オウンドメディアの成功事例18選と企業一覧。失敗しない構築・運用...

2022/03/02 — オウンドメディアとは、企業が運営しているWebメディアの総称で...

テクロ株式会社

オウンドメディア制作会社17選比較。選び方と発注時の最重要事項...

2024/08/02 — そもそもオウンドメディアとは、オウンドメディアとは、企業や組織...

BPOサービス比較サイト

オウンドメディア分野に本格進出！株式会社朝日新聞社のプレスリリース

2016/04/14 — 東京（東京都）・渋谷に、

# テクロのLLM0対策：コンテンツ作成

リードジェネレーションのやり方には、以下の通り9つの手法があります。

リードジェネレーションのオンライン手法	リードジェネレーションのオフライン手法
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツマーケティング</li> <li>SNS</li> <li>ホワイトペーパー</li> <li>Web広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー</li> <li>展示会</li> <li>テレマーケティング</li> <li>ダイレクトメール・ポスティング</li> <li>飛び込み営業</li> </ul>

それぞれの詳細について解説します。

## オンライン手法

オンラインのリードジェネレーション手法は、以下の4つです。

1. コンテンツマーケティング
2. SNS
3. ホワイトペーパー
4. Web広告

地域や時間に制限されず効果の測定が可能な手法であるため、近年のマーケティングでは業種・業界を問わず様々な分野で導入されています。

それぞれの詳しい内容を説明します。

### 手法1. コンテンツマーケティング

コンテンツマーケティングとは、**ユーザーにとって興味関心や価値のあるコンテンツを作り発信する手法**です。

記事作成を徹底的にマニュアル化  
記事品質を保ちつつ記事を量産することが  
可能です

## 本文を書く上での基本ルール

- 01 本文の文字数は原則4000～4999文字（文字数指定がある場合はそれに従う）  
 >> 指定の文字数を超える場合は事前にご連絡ください

- 02 代名詞を多用しない  
 「これ」「あれ」「それ」などの代名詞が何を指すのか、ユーザーに伝わりづらい。読者でつなぐために、具体的な単語や数字を用いると伝わりやすくなります。

- 03 ですます調で統一

- 04 数字は英数字かつ半角で統一（タイトル・見

- 05 専門用語や難しい言葉は控え、わかりやすい  
 もし使用する際には説明文や内部リンクを挿入

- 06 表記ゆれを避ける（例：「WEB」や「ウェブ」）

- 07 漢字が4つ以上続くときはひらく（例：基本

- 08 メディアにとってマイナスな表現は避け

## リード文作成のポイント

- 01 原則150～250文字以内（記事内容を端的に紹介）  
 02 「～ではないでしょうか」など悩みに寄り添う  
 03 記事を読むメリット（ベネフィット）を提示する

参考

<https://ferret-plus.com/8964>  
<https://go-writing.com/lead-sentence/>  
[https://twitter.com/affib\\_writing/status/127806843171533312](https://twitter.com/affib_writing/status/127806843171533312)

記事作成、最終チェックまで全てテクロで担当

## テクロのLLM0対策：テクニカルSEO対策

- Pagespeed対策
- hタグ対策
- 構造化マークアップ
  - ↳ よくある質問セクションの追加
- EEAT対策
  - ↳ 著者情報の追加

## テクロのLLM対策支援とは？

03

## LLMO/AIO

LLMO対策/AIO対策支援

BtoB企業様のLLMO対策/AIO対策を支援いたします。

キーワードの選定と記事作成(オプション)から記事順位の改善、リード数の改善やダウンロードのためのホワイトペーパー資料の作成(オプション)、Wordpressの保守管理やテクニカルSEO対策までLLMO対策/AIO対策に必要な業務を行います。

# 40万円/月額

### 付加可能オプション

記事ライティング  
(1本3万円~)

メルマガ作成  
(1本3万円~)

ホワイトペーパー作成  
(1本30万円~)

LP作成  
(1本70万円~)



# SMAPS

株式会社リンクス様 / SMS配信ツール会社



## 支援内容

- 1 オウンドメディア運用支援
- 2 LLMO対策

## 具体的な効果

ChatGPT/AI Overviewでの参照元に表示

生成AI検索(Chatgpt経由)でのCVあり

