TACTICSVC
Expand your business

AI RECOMMENDATION BRIEFING

AI推薦とは

AIに「おすすめの会社」と言ってもらうまでの、考え方と作業工程

地域の経営者のための解説資料｜2026年11月版

AI推薦には、2つの方向があります

TACTICSVC
Expand your business

この資料は、地域の会社にとって先に関わる「AIに、すすめられる」方を中心に説明します。

方向① AIが、お客様に会社をすすめる（中心）

お客様がChatGPTやGemini、Googleの「AIによる概要」などに質問すると、AIが数社を選び、理由をそえてすすめます。

質問の例

> ◯◯市で、雨もりの修理を頼むならどこがいい？

会社は**「すすめられる側」**です。情報がなければ、候補に入ることができません。

方向② 会社が、お客様に商品をすすめる（18ページ）

通販サイトやアプリが、お客様の行動をもとに「次はこれがおすすめです」と自動で示す仕組みです。レコメンドとも呼ばれます。

身近な例

> この商品を買った人は、こんな商品も買っています

会社は「すすめる側」です。お客様のデータがたまってから取り組む話です。

呼び方について：方向①は、LLMO、GEO、AEO、AI検索対策などとも呼ばれます。呼び方は違っても、目指すところは同じです。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

お客様の代わりに、AIが調べるようになります

TACTICSVC
Expand your business

だから、お客様が知りたいことへの答えを、読み取りやすい形で出しておくことが大切になります。

	必要になる	調べる	決める
これまで	「雨もりを直したい」	雨もり 修理 ◯◯市 お客様が自分で検索して、**上に出たページを順に**読みます。	家族と比べて、2〜3社に電話します。
これから	「雨もりを直したい」	雨もり 原因　修理 費用の目安　業者の選び方 ◯◯市 工務店 口コミ　火災保険は使える？　◯◯工務店 評判 ◯◯工務店 事例　土日の対応 **AIが関連する内容を一度に調べて**、答えをまとめます。	AIが候補と理由を示します。お客様は名前を確かめてから、連絡します。

Googleも、AIによる概要とAIモードが関連する検索を同時に行う場合があること（クエリファンアウト）を説明しています。図は説明のための例です。出典は20ページ。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

AIの答えに出る形は、2つあります

TACTICSVC
Expand your business

「名前が挙がる」ことと「出典に載る」ことは別です。両方を確かめます。

イメージ

質問：◯◯市で雨もり修理を頼むなら、どこがいい？

◯◯市で候補になるのは、次の会社です。

A工務店：屋根の修理事例が多く、土日も相談できます。

B建設：地域で創業40年です。

Cリフォーム：見積もりが無料です。

出典

地域の比較サイト

A工務店「雨もり修理の費用」のページ

Googleマップの情報

言及 — 名前が挙がる

AIの答えの中に、会社やサービスの名前が出ることです。「比べる」段階のお客様に届きます。

引用 — 出典に載る

答えのもとになったページとして、自社のページが示されることです。「知る」段階のお客様に届きます。

引用されても、名前が挙がるとは限りません。逆も同じです。だから分けて記録します。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

なぜ今、経営者が知っておくべきなのか

TACTICSVC
Expand your business

アメリカでは数字に出始めています。日本の中小企業では、当社の伴走先でも動きが出ています。

AIに地域のお店を聞く人

6% → 45%

地域のお店や会社の紹介をAIに求めた人が、1年で増えました。

BrightLocal 2026年（アメリカ）

検索1位のクリック

−34.5%

AIによる概要が出ると、1位のページのクリックは平均でこれだけ減りました。

Ahrefs 2025年（アメリカ）

地域の建築系企業の記録

約10か月

2025年12月に準備を始め、AIでの推薦表示が続いています。受注へのつながりは2026年3月から現れました。

当社の伴走先1社の記録

数字の読み方：上の2つはアメリカの調査で、日本の数字ではありません。伴走先の記録は1社の例で、受注の何%にAI推薦が効いたかは検証中です。同じ結果を約束するものではありません。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

お客様がAIに聞くことは、段階で変わります

TACTICSVC
Expand your business

それぞれの段階で、会社が用意しておくものが違います。

知る

雨もりの原因は？
修理の費用はどのくらい？

AIで起きること
解説のもとになったページが**引用**されます。

用意するもの
解説のページ、費用の考え方

▶

比べる

○○市で雨もり修理のおすすめは？

AIで起きること
候補として、名前が**言及**されます。

用意するもの
対応地域、強み、事例、Googleビジネスプロフィール

▶

確かめる

○○工務店の評判は？
頼んで大丈夫？

AIで起きること
言及の中身が、最後の判断を左右します。

用意するもの
よくある質問、お客様の声、口コミへの返信

▶

問い合わせ
来店・相談

質問は、工務店の場合の例です。業種に合わせて、実際のお客様の言葉で作ります。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

段階ごとの打ち手

TACTICSVC
Expand your business

サイトの中、サイトの技術、サイトの外。この3つを、段階に合わせて組み合わせます。

段階	質問の例	ねらい	サイトの情報	サイトの技術	サイトの外の情報
知る	◯◯とは？ ◯◯の費用は？	解説の出典に載り、会社を知ってもらう	✓ お客様の疑問に答える解説ページ ✓ 費用の考え方	✓ AIの巡回を受け入れる設定 ✓ 検索に正しく登録される状態 ✓ 構造化データ ✓ 表示の速さ	✓ SNSでの発信 ✓ 動画
比べる	◯◯市のおすすめは？ ◯◯と△△の違いは？	候補の数社に、名前が挙がる	✓ サービスごとのページ ✓ 対応地域、強み、事例		✓ Googleビジネスプロフィール ✓ 業種のポータルサイト ✓ 地域のメディア
確かめる	◯◯社の評判は？ 頼んで大丈夫？	正しい文脈で語られ、不安を減らす	✓ 会話の形のよくある質問 ✓ 事例、お客様の声		✓ 口コミと、その返信 ✓ 現場の写真と動画

当社は、提案だけでなく、制作・設定・運用まで行います。社内で回せるようにする指導にも対応します。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

作業工程

TACTICSVC
Expand your business

全体の流れ — 5つの工程をくり返します

AIは答えの作り方を変え続けます。一度作って終わりにせず、結果を見て次の一手を決めます。

調査と現状診断	方針と計画	情報の整備	毎月の測定	受注まで確認
工程1	工程2	工程3	工程4	工程5
✓ お客様の質問を洗い出す	✓ 選ばれる位置を決める	✓ サイトの情報	✓ 同じ質問で確かめる	✓ 相談を受注につなげる
✓ AIの答えを記録する	✓ やること・やらないこと	✓ サイトの技術	✓ 競合と比べる	✓ 現場で無理なく進める
✓ 競合と地域を調べる	✓ 社内の役割を決める	✓ サイトの外の情報	✓ 問い合わせ経路を聞く	✓ 経営数字で確かめる
✓ 初回レポートを作る			✓ 定期的に報告する	

結果を見て、工程2に戻り、次の一手を決めます

顧問契約の場合、調査はご契約のあとに行います。初回の無料個別診断では、目標とお悩みを伺います（決算書をお持ちの場合に備えて、秘密保持契約を結びます）。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程1

調査と現状診断 — いま、AIにどう答えられているか

お客様の立場と立ち位置（最寄りの駅、商圏の中心など）で、複数のAIに質問して記録します。

調査すること

- ✓ サイトの改善点
- ✓ サービスの利益率
- ✓ エリアマーケティング（顧客の視点）
- ✓ エリアマーケティング（競合の視点）

自社開発のエリア分析ツール

市内の競合の調査、口コミの感情分析、競合との比較まで。お客様と同じ画面を見ながら進めます。

初回レポート

調査の結果を、30ページ程度のレポートにまとめます。
競合が多い場合は、さらに増えます。

AIの答えの確認表 サンプル

質問		名前（言及）		出典（引用）	
		自社	競合	自社	競合
知る	雨もりの原因は？	×	×	○	○
	修理の費用は？	×	×	×	○
比べる	○○市のおすすめは？	○	○	×	○
	○○市の工務店を比較	×	○	×	○
確かめる	自社の評判は？	○	×	○	×
	頼んで大丈夫？	○	×	×	×

×のところのうち、**売上に近い質問**から手を打ちます。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程2

方針と計画 — この街で、どの位置に立つか

AIに「この街ならここ」と言ってもらえる位置を決めてから、作業に入ります。

1 選ばれる位置を決める

地域の競合の口コミ・評価・料金・強みを踏まえて、どのお客様に、何で選ばれるのかを決めます。

2 会社の情報を、一つの言葉にそろえる

事業内容、地域、強みをまとめ、どこで見ても同じ情報にします。

3 やること・やらないことを決める

中期・長期の計画を立て、業種的に効果の薄い施策は使いません。

AIは7つの情報源を照らし合わせます。だから、全社の役割分担が必要です。

情報源	主に担当する人
Googleビジネスプロフィール	店舗・現場
口コミ（お願いの声かけ）	接客するスタッフ
業種のポータルサイト	店舗・現場
SNS	広報・マーケティング
地域のメディア	経営者
自社のホームページ	WEB担当
動画	現場と広報

誰が、どの情報を、どのくらいの頻度で更新するかを決めて、マニュアルにします。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程3-1

情報の整備 — サイトの情報

「仕込み」の中心です。AIが引用できる、根拠のある情報を先に置いておきます。

まとめと詳しいページ

分野を深く説明している会社だと伝わる形にします。

屋根の修理のすべて

▼

雨もり　塗装　葺き替え

当社のサイトも、この形で作っています。

会話の形のよくある質問

AIへの質問は話し言葉です。お客様が実際に口にする形で書き、結論から答えます。

よい例：土日に来てもらえる水まわりの修理は、いくらかかりますか？

よくない例：料金について

その会社にしかない情報

どこにでもある一般論は選ばれにくくなります。社内にある情報を出します。

- ✓ 自社の事例
- ✓ 現場の数字と写真
- ✓ お客様の声
- ✓ 地域の季節や決まりごと

やらないこと：質問の言い回しごとに、中身の薄いページを大量に作ることはしません。Googleも、検索の順位を操作する目的での量産はスパムにあたると説明しています。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程3-1

情報の整備 — 記事・ページの制作の流れ

情報を集めて確かめてから、AIで調査と制作を進めます。

準備：情報収集 → 事実確認 → AIでエリアマーケティング・競合調査

エリアマーケティング	一次情報をAIに入れる	AIで制作	採点	事実確認	公開と公開チェック
✓ 顧客層 ✓ 口コミ分析 ✓ 競合を含むフィードバック ✓ ターゲット選定	✓ 事例 ✓ 現場の数字 ✓ お客様の声	✓ 調査と一次情報をもとに制作する	✓ できあがった内容を採点する	✓ 内容と数字を確かめる	✓ 公開する ✓ 公開後の状態を確かめる

同時に①：Googleビジネスプロフィールに、サービスとキーワードを登録します。

同時に②：LP、または予約へ誘導する流れを整えます。

実際の作業は、さらに細かく分かれます。細部は変わっても、流れは同じです。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程3-2

情報の整備 — サイトの技術

土台を確認して、影響の大きいところから直します。特別な裏技はありません。

確認する	直す順番を決める	直して確かめる
✓ AIの巡回を受け入れる設定	✓ 問い合わせに近いページから	✓ 修正の結果を確かめる
✓ 検索に正しく登録されているか	✓ AIへの影響の大きさで判断	✓ 検索とAIでの表示を確認する
✓ 構造化データ	✓ 修正の手間と比べて決める	✓ 次の月の測定につなげる
✓ 表示の速さ		
✓ Search Consoleの生成AI機能の設定		

知っておきたいこと：Googleは、AIの機能に表示されるために追加の技術的な条件はないとしています。llms.txtもGoogle検索には不要です。「専用の設定をすれば出る」という説明には注意してください。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程3-3

TACTICSVC
Expand your business

情報の整備 — サイトの外の情報

AIはホームページだけで判断しません。現場の毎日が、そのままAIの判断材料になります。

Googleビジネスプロフィール
サービスとキーワードを登録し、顔・外観・中の様子・実績の写真を15枚以上そろえます。

口コミ
具体的な体験が書かれた口コミが集まる流れを、接客の中に組み込みます。すべてに返信します。

業種のポータルサイト
登録する情報をそろえて、自社サイトと同じ内容にします。

SNS
定期的に発信して、ほかの場所でも名前が見つかるようにします。

地域のメディア
地域の集まりや取材を通じて、地域での評判を積み上げます。

動画
説明動画と実績動画で、会社の雰囲気と働く人の顔を伝えます。

外部サイトへの登録：お客様ご自身で登録するほうが早いため、代表者名、住所、ホームページアドレスなどの入力内容をテキストでお渡しし、ご登録いただきます。一括で登録できるMEOシステムもありますが、月3万円以上かかります。

守ること：口コミは、お願いの声かけはできますが、見返りをつけたり、よい口コミだけを選んで頼んだりすることはGoogleのポリシーで禁止されています。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程4

TACTICSVC
Expand your business

毎月の測定 — 検索の順位から、名前が挙がる割合へ

月に1回、お客様の立場で同じ質問をして、記録します。この割合をSOV（シェア・オブ・ボイス）と呼びます。

1. **同じ質問をする**
   ChatGPT、Gemini、Perplexity、GoogleのAIによる概要に聞きます。

2. **記録する**
   自社と競合の名前、出典、書かれ方を残します。

3. **問い合わせ経路を聞く**
   「何を見てご連絡いただいたか」を確認します。

4. **次の一手を決める**
   競合の動きと比べて、翌月の作業を決めます。

計算の例

20回聞いて、6回名前が挙がった場合

SOV 30%

Search Consoleにも、生成AI機能の成果を確認できるレポートが加わりました。AI以外の数字とあわせて見ます。

AIの答えは、聞き方や時期で変わります。1回の結果では判断せず、同じ条件で続けて見ます。

ご報告

契約に応じて、2か月に1度お伝えします。順位の急な低下やクレームの口コミなど、緊急のものはすぐにお知らせします。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

工程5

TACTICSVC
Expand your business

受注まで確認 — 当社のLLMOは、現場マネジメント付きです

AIに推薦された、その先で問い合わせは来たのか。社員は説明できたのか。受注し、無理なく進められたのかまで見ます。

見つけてもらう	相談を受注へ	仕事を進める	数字で確かめる
✓ 市場分析	✓ 営業台本	✓ 役割と対応の確認	✓ 売上・人件費・外注費
✓ SEO・MEO・AI検索	✓ 説明資料	✓ 納品と入金の確認	✓ 受注残・手元資金
✓ LP・動画	✓ 社内研修	✓ 必要な資金の準備	✓ 実績と見込みを分ける

伴走先の記録から：2025年12月の準備の時点では、AIに表示されても受注につながっていませんでした。3か月後、会社案内と営業台本を整えた時期と重なるように、「表示 → 問い合わせ → 受注」のつながりが現れ始めました。ただし、毎回ではありません。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

始める前に、正直にお伝えすること

TACTICSVC
Expand your business

都合のよい話だけでは、判断を誤ります。

表示や順位は、約束できません

AIの答えは、聞き方、時期、競合の動きで変わります。「必ず出します」とは言えません。

土台がなければ、効きにくいです

AI対策は「対策」ではなく「仕込み」です。SEO・MEOとLP・動画などの資産があって、はじめて低コストで効きます。

受注への寄与は、測りにくいです

何がどれだけ効いたかは、まだはっきり測れません。問い合わせ経路を聞き、売上と照らし合わせて確かめます。

チェックの道具に、先に費用をかけません

AI推薦を確認するシステムもありますが、中小企業は先に土台を整えるほうが、決算書につながります。

だからこそ、「いつか」ではなく「今」できることからです。正確な情報、新しい写真、口コミへの返信は、特別な技術がなくても今日から始められます。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

方向②

もう一つのAI推薦 — 会社がお客様にすすめる

通販やアプリなど、お客様の行動データがある会社に関わる話です。

4つのステップをくり返す仕組み

① 行動を記録する	② 好みを学ぶ
④ 結果を測って学び直す	③ 最適な1つを示す

④を回す運用がないと、設置しただけで終わります。

小さく試す

今あるデータで、1か所を4週間。おすすめを出す場合と出さない場合を比べます。

よく引用される数字

+5〜15%	最大−50%	+10〜30%
売上	顧客獲得コスト	マーケティングROI

出典：McKinsey & Company「What is personalization?」

読み方：データの基盤、検証の体制、組織を整えた企業の数字です。入れただけで出る数字ではありません。「Amazonの売上の35%」も古い推計に由来するため、投資の計算には使いません。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

次の一歩

TACTICSVC
Expand your business

読み終えたら、まずAIに、自社の業種と地域で聞いてみてください。



スマートフォンで読み取って友だち追加いただくと、「AI推薦診断ワークブック」など4つの実務セットを無料でお受け取りいただけます。

今日できること

- ✓ 「◯◯市で◯◯のおすすめは？」とAIに聞く
- ✓ 自社と競合の名前が出るか記録する
- ✓ 自社の評判をAIに聞いて、誤りを確かめる

無料個別診断（45分）

目標とお悩みを伺います。

お申し込みはこちら

会社のサイト：www.tacticsvc.online

©TacticsVC.LLC タクティックスVC

出典一覧

内容	出典
AIに地域のお店を聞く人（6%→45%）	BrightLocal「Local Consumer Review Survey 2026」 https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/
AIによる概要とクリック（−34.5%）	Ahrefs「AI Overviews Reduce Clicks by 34.5%」2025年 https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks/
関連検索（クエリファンアウト）／追加の技術的な条件がないこと	Google「AI Features and Your Website」 https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features
量産への注意／llms.txtが不要であること	Google「Optimizing your website for generative AI features on Google Search」 https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide
Search Consoleの生成AIレポート	Google「Introducing Search Generative AI performance reports in Search Console」2026年6月 https://developers.google.com/search/blog/2026/06/gen-ai-performance-reports
口コミのポリシー	Google「投稿のポリシー」（クチコミの禁止事項） https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114
売上+5〜15%ほか	McKinsey & Company「What is personalization?」 https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-personalization
伴走先の記録	当社「検証① 売上約28倍。その間、何をしていたのか。」 https://www.tacticsvc.online/works/verify-01/

図の中の質問、確認表、SOVの計算は、説明のために作った例です。2026年11月時点の情報です。

©TacticsVC.LLC タクティックスVC