

LLMO診断レポート

AI検索における可視性・引用性の構造監査

対象ドメイン legacydram.com

診断日 2026年6月13日

診断元 Propel-Lab (llmoframework.com 標準策定元)

これは商品サンプルです。実在サイト legacydram.com を題材に、Tier 1「LLMO診断レポート (¥98,000)」の納品物フォーマットと分析の深さを示すために作成しました。本レポートの legacydram の数値はすべて実測値です。競合の被リンク数など外部ツールを要する一部の指標は、本番診断での取得項目として示しています。

エグゼクティブサマリー

legacydram.com の技術的な土台は、競合よりも明確に整っています。トップページのLLMOスコアは **93/100** で、実測した競合3サイト（平均50）を大きく上回り、4サイト中の最上位でした。AIクローラーが読み取る静的基板（llms.txt・robots.txt・構造化データ・メタ情報）は、すでに上位帯にあります。

それにもかかわらず、**AIの回答は legacydram.com を一度も引用しませんでした**。本診断では、このサイトが専用記事を持つ検索クエリで、AIの回答が競合メディアだけを引用し、legacydram.com を参照しない状態を実測しています。引用を勝ち取っている競合は、技術スコアではむしろ legacydram より低いサイトでした。

ここに、このサイトの状況が凝縮されています。**問題は技術ではありません**。直すべき技術的な穴は軽微で今週片付きます。本当の制約は、ドメインの権威性（外部からの参照＝被リンク）の不足にあり、これがAI引用と検索順位の両方の天井になっています。本レポートは、この「軽い技術課題」と「重い権威課題」を切り分け、優先度を P0 / P1 / P2 で示します。

KPIサマリー

このページだけで現状の要点が把握できます。各指標の詳細は後続セクションを参照してください。



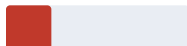
一言でいえば「技術はできている。足りないのは権威。」legacydramは競合より技術基板が優れているのに引用されていません。短期施策（P0/P1）で基板を完成させつつ、最も効果が大きく時間のかかる権威性（P2）に今から着手する、という二正面の戦略が必要です。

1. AI引用実測 — 中核診断

LLMOの最終的な成果は「AIの回答に引用されるか」です。スコアや構造は、この引用を成立させるための手段にすぎません。本診断はここを最初に、かつ最も重く扱います。legacydram.com が専用記事を持つクエリを実際にAI検索へ投入し、被引用状況を確認しました。

実測結果サマリー

legacydram.com



0/2 クエリ

競合メディア



2/2 クエリ

専用記事を保有する2クエリのいずれでも、AIの回答は競合だけを引用し、legacydram.com を一度も参照しませんでした。以下、クエリごとの実測です。

実測クエリ1: “Stephanie MacLeod master blender awards”

legacydram.com は、このテーマで専用記事（</blog/aberfeldy-12-stephanie-macleod-master-blender-trophies/>）を保有しています。

結果 — AIの回答は Bacardi 公式・Chilled Magazine・The Whiskey Wash・Moodie Davitt Report・Travel Markets Insider 等から合成されました。**legacydram.com は一度も引用されませんでした。**

この記事はファクトベースで内容も適切です。それでも引用されないのは、コンテンツの質ではなく、AIが参照先を選ぶ際の **権威性シグナル** で競合に劣るためです。後述のとおり、引用した競合（The Whiskey Wash 等）は legacydram より技術スコアが低いにもかかわらず選ばれています。差は技術ではなく、ドメインの権威にあります。

実測クエリ2: “legacydram whisky”（ブランド名）

結果 — AIはブランドを認識せず、Buffalo Trace の Legacy、Ardmore Legacy、Legacy Canadian Whisky といった別商品と混同しました。「legacydram という単一ブランドの結果は見つからなかった」と明示的に回答しています。

これは **Entity Clarity (エンティティの明確さ)** の課題です。AIの知識グラフ上で legacydram.com が独立したエンティティとして確立されておらず、ブランド名そのものが認識されていません。Organization 構造化データの **sameAs** (外部の権威ある参照先へのリンク) が不足していることが一因です。

本番診断での拡張 (商品仕様)

本サンプルでは、即時に再現できる2クエリの外部可視性プローブを示しました。Tier 1 本番診断では、これを以下の精度まで引き上げます。

- **4エンジン実測** — Perplexity / Claude / Gemini / ChatGPT のAPIを直接叩き、各エンジンの引用元を取得
- **引用率の算出** — クエリ × エンジン × 5試行で「引用率」を統計的に算出 (単発結果は確率的なため、試行回数を重ねて率で評価)
- **クエリセット** — お客様のSearch Console実クエリ + 狙いたいターゲットクエリから20~30本を構成
- **競合 Share of Voice** — お客様 vs 競合3社の引用シェアを1枚に可視化

2. 競合比較 — なぜ「技術で上」なのに負けるのか

legacydram が引用を奪われている相手を実測しました。対象は、セクション1のAI回答で実際に引用された、または同テーマで上位に出る whisky メディアです。各サイトの技術基板を llmo-checker で測定した結果が以下です。

LLMO基板スコア (実測)

legacydram.com

93

The Whiskey Wash

61

scotchwhisky.com

48

Whisky Advocate

42

核心 — 技術は勝ち、権威で負ける

引用を勝ち取っている代表格 The Whiskey Wash と並べると、構図が一目で分かります。

| 指標 | legacydram | 競合 (The Whiskey Wash) | 判定 |
|---------------|-------------|-----------------------|------|
| AI引用 (実測2クエリ) | 0% | 100% | ● 完敗 |
| LLMO基板スコア | 93 | 61 | ● 勝ち |
| 外部被リンク | 2件 (実測・90日) | 数千規模 (主要メディア・本番で定量化) | ● 完敗 |

技術 (基板スコア) では勝っているのに、AI引用では完敗している。差を生んでいるのは技術ではなく、被リンクに代表されるドメインの権威性です。改善の力点をここに置かなければ、技術をいくら磨いても引用は増えません。

比較表 (実測4サイト)

| 指標 | legacydram | The Whiskey Wash | scotchwhisky.com | Whisky Advocate |
|----------------|------------|------------------|------------------|-----------------|
| LLMO基板スコア (実測) | 93 ● | 61 | 48 | 42 |
| AI引用 (実測クエリ) | 0 ● | 引用される | 上位表示 | 引用される |
| 外部被リンク (権威性) | 2件 (90日) | 確立済み | 確立済み | 確立済み |

競合の被リンク実数は、本番診断で外部リンク計測ツール (ahrefs / Moz 等) を用いて定量化します。本サンプルでは legacydram の実測値 (90日で2件) のみを数値で示しています。

読み解き — この逆転が意味すること

legacydram の技術基板スコアは 93 で、引用を勝ち取っている競合 (61 / 48 / 42、平均50) を大きく上回っています。技術的には、legacydram の方が「AIに読まれる準備」ができています。

それでも引用されないという事実は、ひとつの結論を指しています。AI引用を決めているのは、この診断の前半で測る技術基板ではなく、ドメインの権威性 (外部からの参照の蓄積) です。競合は技術が粗くても、長年の被リンクと知名度で「信頼できる情報源」と見なされている。legacydram は逆に、技術は整っているが信頼の実績がまだ薄い。

これは戦略的にはむしろ good news です。技術の遅れを取り戻す必要はありません。すでに先行しています。残る課題は権威性ひとつに絞り込まれており、本レポートはそこに資源を集中させます。

3. LLMOスコア — 静的基板監査

llmo-checker は、AIクローラーがLLMを実行せずに抽出できる「基板シグナル」をスコア化します。これは引用そのものを予測する数値ではなく、引用が成立するための **必要条件** を測る数値です。土台が欠けていれば、どれだけ良いコンテンツでもAIに届きません。

ページ別スコア（実測）

| ページ | スコア | 相対評価 | 主な所見 |
|--------------------------------|-----|---------|--|
| トップ (/) | 93 | 競合4社中1位 | 基板はほぼ完成。JSON-LD のスキーマ種別が2種のみ |
| 記事一覧 (/blog/) | 72 | 要改善 | JSON-LD が皆無 (0点) 、description が77字で短い |
| 記事 (/blog/ aberfeldy-12-...) | 90 | 良好 | タイトル119字で長すぎ、JSON-LD は警告水準 |

チェック項目別の内訳（トップページ）

| チェック | 重み | 状態 | スコア | 所見 |
|-----------|----|------|-----|--|
| llms-txt | 20 | pass | 90 | 15,164バイト・9セクション構成と充実。ただし - [Title](url) 形式のリンク列が0件 |
| robots-ai | 15 | pass | 100 | 既知AIボット11種を認識、ブロック0、ワイルドカード許可あり |
| canonical | 15 | pass | 100 | canonical一致、hreflang 3言語 |
| jsonld | 20 | warn | 82 | WebSite・Organization の2種のみ。Article / BreadcrumbList 等の付与余地あり |
| meta | 15 | pass | 100 | タイトル56字・description 161字・h1単一・lang指定あり、すべて適正 |

読み解き — トップページの基板は上位帯です。減点は構造化データの種別の少なさととどまります。問題は一覧ページにあります。/blog/ のJSON-LDは**0点（皆無）**でした。記事一覧はAIがサイトの全体構造を把握する入口ですが、ここに構造化データがないため、AIは「このサイトにどんな記事が、どんな主題で存在するか」をテキストだけから推測せざるを得ません。これは後述のP0改善項目です。

4. 構造監査 — llms.txt / robots / 構造化データ / canonical / hreflang

| 監査項目 | 状態 | 詳細 |
|----------------------------------|-------------|---|
| llms.txt | ● 良好・改善余地あり | 設置済み・9セクション構成。ただし主要記事へのリンク列（ - [Title] (url) ）が未記載で、AIの記事発見を補助できていない |
| robots.txt (AI姿勢) | ● 適正 | GPTBot・ClaudeBot・PerplexityBot等を明示。ブロック0でAIクローラを全面許可 |
| JSON-LD (構造化データ) | ● 部分的 | トップ・記事には付与済み。一覧・カテゴリページに皆無。Article / BreadcrumbList / CollectionPageの付与余地 |
| canonical | ● 適正 | 正規URLが一致、重複の懸念なし |
| hreflang (多言語) | ● 適正 | EN / JAの相互指定あり（3言語分のalternate） |
| エンティティ構造 (Organization / Person) | ● 要強化 | Personスキーマ（記事のsubject）は導入済み。OrganizationのsameAsが薄く、ブランド認識に未接続 |

総評 — 構造の土台は整っており、致命的な欠陥はありません。改善の焦点は2点に絞られます。(1) 一覧・カテゴリページへの構造化データ付与、(2) エンティティの外部接続（sameAs）の強化です。

5. 検索パフォーマンス実データ（精密診断 / GA4・Search Console）

本セクションは、サイト所有者の権限下で取得した実データに基づきます（2026年6月12日取得、ローンチ約35日時点）。

インデックス状況

| 指標 | 値 | 評価 |
|-----------------------|---------------------|----------------|
| 公開記事数 | 76本 (EN 37 + JA 39) | — |
| Search Console 表示ページ数 | 53 | ● 6月初旬の4から大幅改善 |
| 表示インプレッション | 458 | ● 6月初旬の5から大幅増 |
| 90日クエリ数 | 14件 | ● まだ少ない |
| 90日クリック数 | 3件 | ● 流入未確立 |

読み解き — 「インデックスされない」という初期の律速はほぼ解消しました（表示ページ4→53）。次の律速は **クエリの幅と検索需要** に移っています。現状のクエリは「人名のロングテール（各1~5インプレッション、需要が極小）」と「一般銘柄クエリ（激戦区で順位が低い）」の二極に分かれ、その中間にある「銘柄 × 技術スペック」の複合ロングテールをまだ拾えていません。

順位の近接機会 (striking distance)

- **charles doig** (蒸留所建築家の人名) で **10位** — あと一押しで1ページ目上位
- **caol ila distillery** で 67.8位 — 激戦区のため新ドメインでは押し上げ困難

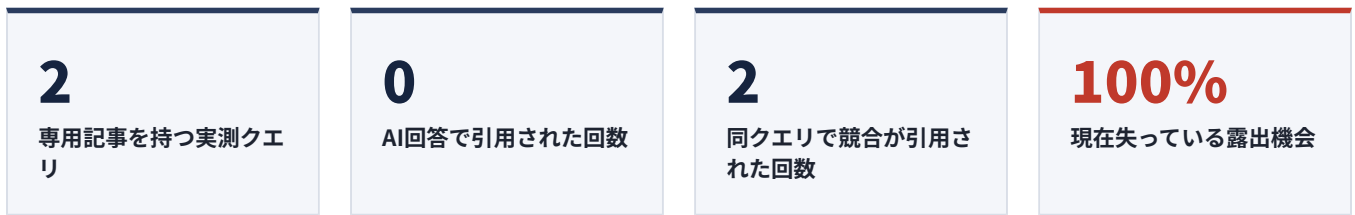
人名ロングテールは順位が近く、内部リンク集約で改善できる余地があります。

流入の質と最大の制約

GA4の90日データでは、Organic検索流入は2ユーザー、Direct流入53のうち実エンゲージメントは1のみでした。実ユーザーの流入はまだ立ち上がっていません。そして90日間の参照 (referral) 流入は **2件のみ** でした。これがドメイン権威性の天井であり、セクション1で見た「AIに引用されない」、セクション5で見た「激戦クエリで上がれない」両方の根本原因です。技術的な改善では超えられない壁で、外部からの被リンク獲得が必要です。

6. 失われている機会 — ビジネス影響

技術課題は、それ自体ではビジネスの言葉になりません。ここでは「引用されないことで、いま何を失っているか」を機会損失として可視化します。



意味 — legacydram は、専用記事という「答えそのもの」を用意しているにもかかわらず、AIがユーザーに提示する回答の中に一度も登場していません。同じ問いに対して競合は毎回登場しています。つまり、コンテンツ制作の投資はすでに行われているのに、その成果がAI検索の面でまるごと競合に渡っている状態です。

検索の主戦場がAI回答へ移行するほど、この機会損失は拡大します。本サンプルは実測2クエリでの提示ですが、本番診断ではお客様の主要20~30クエリに対して同じ損失構造を定量化し、「どのテーマで、どれだけの露出を競合に明け渡しているか」を一覧化します。

7. 改善ロードマップ (P0 / P1 / P2)

優先度は「効果の大きさ × 着手の早さ」で決定しています。P0は今週着手すべき即効項目、P1は1~2週間の構造改善、P2は数ヶ月の継続施策です。

P0 — 即効・低工数・高インパクト (今週)

| # | 施策 | 根拠 | 想定工数 |
|------|---|---|------|
| P0-1 | 記事一覧・カテゴリページにJSON-LD (CollectionPage + ItemList) を付与 | <code>/blog/</code> のJSON-LDスコアが0点。AIがサイト構造を読めない | 1~2日 |
| P0-2 | 実装済みのFAQ + FAQPage構造化データを本番デプロイ | 検索需要のある6記事分が実装済み・デプロイ待ち (commit <code>7bca102</code>)。反映で引用機会が即増 | 0.5日 |
| P0-3 | llms.txt に主要記事のリンク列 (- <code>[Title]</code> (<code>url</code>)) を追加 | linkCount 0。AIの記事発見を直接補助 | 0.5日 |
| P0-4 | 記事タイトルを70字以内に最適化 | 119字はAIスニペット・CTR両面で不利 | 1日 |

P1 — 構造改善（1～2週間）

| # | 施策 | 根拠 | 想定工数 |
|------|--|------------------------------------|------|
| P1-1 | Organization の sameAs を拡充（SNS・外部プロフィール等） | “legacydram whisky” がブランドとして認識されない | 1日 |
| P1-2 | striking-distance記事（charles doig 10位等）へ内部リンクを集約 | 順位が近く、内部リンクで1ページ目押し上げが狙える | 1～2日 |
| P1-3 | 一覧ページのdescriptionを80～200字のsweet-spotに調整 | 現状77字で短い | 0.5日 |
| P1-4 | craft系記事の技術用語SEO（still design / reflux / cask chemistry 等、競合が薄い領域） | 銘柄×技術スペックの複合ロングテールを拾う | 2～3日 |

P2 — 継続・外部依存（数ヶ月）

| # | 施策 | 根拠 | 想定 |
|------|--------------------------------|------------------------------|------|
| P2-1 | 外部被リンクの獲得（業界メディア寄稿・関連サイトからの参照） | 権威性の天井そのもの。AI引用・激戦クエリ両方の根本原因 | 継続施策 |
| P2-2 | AI引用率の月次定点観測（4エンジン × 主要クエリ） | 改善のbefore/afterを数値で追う | 月次 |

実行順序の指針 — P0の4項目はいずれも1～2日で完了し、AI可視性の土台に直接効きます。まずここを片付けてから、P1の構造改善、P2の権威性蓄積へと進めます。ただし最も効果が大きい権威性（P2）は最も時間がかかるため、P0/P1と並行して **今から** 着手すべきです。

8. 実施後の期待効果（Before / After 予測）

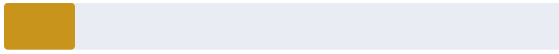
以下は、各フェーズ完了時のAI引用率の **推定レンジ** です。AI引用は最終的にドメイン権威性（被リンク）に依存するため、即効性のあるP0/P1だけでは引用率の伸びは限定的で、本質的な改善は権威性を積むP2の進行とともに現れます。本予測はこの依存関係を前提とした保守的な見積もりであり、保証値ではありません。

現状



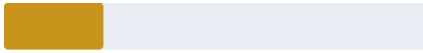
0%

P0 完了後



5~10% — ブランド名・ロングテールで引用が立ち上がる

P1 完了後



10~20% — 主題クラスターで引用候補に入る

P2 進行（権威性）



20~40% — 競合と引用を争えるレンジへ

※ 上記はAI引用率の**想定レンジ**であり、達成を保証する数値ではありません。引用率は最終的にドメイン権威性（被リンク）に依存します。

前提と読み方 — P0/P1 は「引用される資格」を整える工程です。技術基板はすでに競合を上回っているため、ここでブランド名や需要の小さいロングテールでの引用が立ち上がり始めます。一方、競合がすでに占有している主要クエリでの引用シェアを奪うには、被リンクによる権威性の蓄積（P2）が不可欠です。したがって投資対効果は「P0/P1 で素早く土台を完成 → P2 で時間をかけて引用シェアを取りに行く」という時間軸で考えるのが妥当です。

付録A — 診断の方法論と評価フレームワーク

本診断は、Propel-Lab が策定する **LLMO (Large Language Model Optimization) フレームワーク** に基づきます。AIに発見・理解・引用されるサイトを、次の5つの評価軸で構造的に診断します。

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| 01 Knowledge Clarity AIが内容を正しく理解できる明確さ | 02 Structural Formatting 機械可読な構造になっているか | 03 Retrieval Signals AIがコンテンツを発見できるか | 04 Authority Signals 専門性と信頼の根拠が示されているか | 05 Citation Signals AIが検証できる参照を提供しているか |
|--|---|--|--|--|

診断の中立性と再現性を担保するため、評価の構成を明示します。

| 構成要素 | 内容 |
|----------------|---|
| 評価軸（コアコンポーネント） | 5軸 — Knowledge Clarity / Structural Formatting / Retrieval Signals / Authority Signals / Citation Signals |
| 静的基板チェック | 5項目 — llms-txt(重み20) / jsonld(20) / robots-ai(15) / canonical(15) / meta(15)、OSS llmo-checker で実測 |
| AI引用実測 | 4エンジン — Perplexity / Claude / Gemini / ChatGPT（本番診断でAPI 直接実測） |
| 検索実データ | GA4 / Google Search Console（お客様の閲覧権限提供時） |

5コアコンポーネント別の評価（本診断の総括）

| コンポーネント | 評価 | 根拠 |
|--------------------------|--------|--|
| 1. Knowledge Clarity | ● 強い | タイトル・descriptionが主題を明確に表現。記事はファクトベース。記事タイトルが119字と長すぎる点のみ要調整 |
| 2. Structural Formatting | ● 部分的 | トップ・記事のJSON-LDは良好だが、一覧・カテゴリページに欠落。llms.txtのリンク列が空 |
| 3. Retrieval Signals | ● 改善途上 | robots-AI姿勢は満点、サイトマップ送信済み、インデックス53/76まで回復。llms.txtリンク列の補完で発見性をさらに底上げ可能 |
| 4. Authority Signals | ● 最弱点 | 外部被リンク90日で2件。専用記事を持つクエリでも技術スコアの低い競合に引用を奪われる |
| 5. Citation Signals | ● 要改善 | 記事は検証可能なファクトを備えるが、AI回答で引用されず、ブランドがエンティティとして認識されていない |

この¥98,000に含まれる作業

本診断は、以下の実測・分析・設計をすべて1ドメイン分まとめて行い、PDFレポート+改善チェックリストとして納品します。

- ✓ llmo-checker による全ページ静的スキャン（5チェック × ページ別）
- ✓ llms.txt / robots / JSON-LD / canonical / hreflang の構造監査
- ✓ 4エンジン（Perplexity / Claude / Gemini / ChatGPT）でのAI引用実測
- ✓ 競合サイトのLLMO基板スコア・ベンチマーク
- ✓ Search Console 実データ分析（インデックス・順位・クエリ）
- ✓ GA4 実データ分析（流入チャンネル・行動・エンゲージメント）
- ✓ 機会損失の定量化（引用シェアの競合明け渡し）
- ✓ P0 / P1 / P2 の優先度付き改善ロードマップの設計

付録B — LLMOスコアの定義と再現方法

llmo-checker v0.1 のスコアバンドは以下の通りです。

| バンド | スコア | 意味 |
|----------|--------|----------------------|
| ● Green | 85-100 | AI検索の基板が十分に整っている |
| ● Yellow | 65-84 | 改善余地あり。複数のシグナルが弱いか欠落 |
| ● Yellow | 40-64 | 不十分。基板に大きな欠落 |
| ● Red | 0-39 | 危機的。AIクローラーにほぼ不可視 |

本レポートの静的スコアは、以下のコマンドで誰でも再現できます。

```
npx llmo-checker https://legacydram.com --json
```

スコアが測るのは「引用そのもの」ではなく「引用が成立するための必要条件」です。Green帯にあっても引用されないことはあり（legacydramがまさにその実例です）、その差を埋めるのが本診断のAI引用実測・競合比較・権威性分析です。

付録C — 本診断の範囲外（次の選択肢）

本レポート（Tier 1）の範囲は **1ドメインの診断と改善ロードマップの提示** です。以下は範囲外であり、ご希望に応じて別途ご相談を承ります。

- 改善施策の実装代行
- 継続的なAI引用率の監視
- 複数ドメインの横断診断

本診断は「何を・どの順で・なぜ直すか」を特定するところまでです。そして本レポートが示したとおり、**被リンク（権威性）は施策を決めただけでは自動で増えません**。改善の実装と、AI引用率の継続観測まで伴走が必要な場合は、月次の再診断・改善実装支援・非同期の質問対応をまとめた継続プラン（Tier 2）をご用意しています。診断ご購入者様からのご指名のみでお受けしています。

本レポートは Propel-Lab が提供する LLMO診断サービスのサンプルです。診断元: Propel-Lab（LLMOフレームワーク標準策定元 / llmoframework.com） お問い合わせ: propel-lab.co.jp