

月次レポート・2026年10月

事例

日本発の業務アプリ基盤、米国のAI回答では1,198件中4件

対象言語・ENGLISH

プレゼンスマップ

プレゼンスマップ・2026年10月

本資料の内容

- | | | |
|----|------|----------------------|
| 01 | 測定方法 | 何を、どこで尋ね、回答をどう読んだか |
| 02 | 現在地 | AIの回答が挙げるブランドと、その情報源 |
| 03 | ギャップ | 回答が対象ブランドを挙げない理由 |
| 04 | 打ち手 | 何を、いつ作り、どう効果を確認するか |
| 05 | 付録 | スライドの元データ |

01 測定方法

02 現在地

03 ギャップ

04 打ち手

05 付録

01



測定方法

何を、どこで尋ね、回答をどう読んだか

プレゼンスマップ・英語(米国)・2026年10月

AIの回答をどう読んだか



315

問

購入検討者の言葉で300問、
定点観測用15問

界

4

AIエンジン

AI Overviews
AI Mode
ChatGPT
Gemini

読

1,198

読んだ回答

質問×エンジンごとに1件

引

4,730

引用リンク

回答が示したすべての出典

1
2

11

集計ブランド

言及・最初の言及・
自社サイト引用

すべての回答を同じ基準で読みます。どのブランドを、どの順で挙げ、どのページを引用したか。

質問・種類別

購入検討者の質問は5種類、それぞれ検討の段階が違う

問

例

90

おすすめ

“best low code platform for small business”

90

状況別の相談

“We need a flexible database tool but must store patient health information and sign a BAA. Which platforms work for us?”

45

比較

“free vs paid database app builders”

45

課題の理解

“low code platform examples for business”

30

定番の代替

“tools better than [競合A] for business”

このほか、300問と並行して定点観測用の15問。

01 測定方法

02 現在地

03 ギャップ

04 打ち手

05 付録

02



現在地

AIの回答が挙げるブランドと、その情報源

現在地

対象ブランドは挙がるが、競合Aがはるかに多い

対象ブランド

0.3 %



のAI回答が対象ブランドに言及(1,198件中4件)

VS

競合A

38 %



が競合Aに言及(最多、1,198件中453件)

競合Aに続いて多いのは競合B、競合C、競合D。

種類別の勝者

5種類中4種類で競合Aが首位、対象ブランドは0

	おすすめ	状況別の相談	比較	定番の代替	課題の理解
	337件	341件	173件	118件	170件
競合A	56 %	37 %	42 %	0	22 %
競合B	28 %	20 %	27 %	7 %	17 %
競合C	23 %	8 %	21 %	80 %	3 %
競合D	26 %	16 %	25 %	6 %	13 %
競合E	28 %	13 %	13 %	1 %	8 %
競合F	17 %	13 %	10 %	35 %	2 %
対象ブランド	1 %	0 %	0	0	0

その種類で最多

各種類の回答のうち、そのブランドに言及した割合。

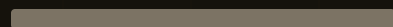
エンジン別

対象ブランドが最も挙がるのはAI Mode

AI OVERVIEWS

37 %

競合A・253件中93件



対象ブランド

0 %

253件中0件



AI MODE

43 %

競合A・315件中135件



対象ブランド

1 %

315件中4件



CHATGPT

31 %

競合A・315件中97件



対象ブランド

0 %

315件中0件



GEMINI

41 %

競合A・315件中128件



対象ブランド

0 %

315件中0件



質問×エンジンごとに1件。大きな数字は、各エンジンで最も挙がったブランド。

AIの語り方

AIは対象ブランドをどう語るか



出典・観測

広告を出ている。その上のAI Overviewsは名前を出さない

3件の検索で有料広告を出しているが、AI Overviewsが表示された2件の回答に名前はなし。253件中0件。

EVIDENCE

brand.example

次の打ち手

打ち手1・2で、回答が引用できる材料(移行ページと料金ページ)を自社サイトに置きます。



位置づけ・観測

挙がる時は「開発者のいない部門の業務アプリ」として

名前が出る4件はすべてAI Modeで、他の3エンジンでは0件。うち3件が部門の定型業務アプリとして紹介。

EVIDENCE

brand.example

次の打ち手

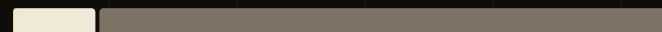
打ち手1で、この位置づけを移行ページの冒頭に明記し、引用される形にします。

回答の情報源

回答を支えるのは競合の自社サイト

87 %

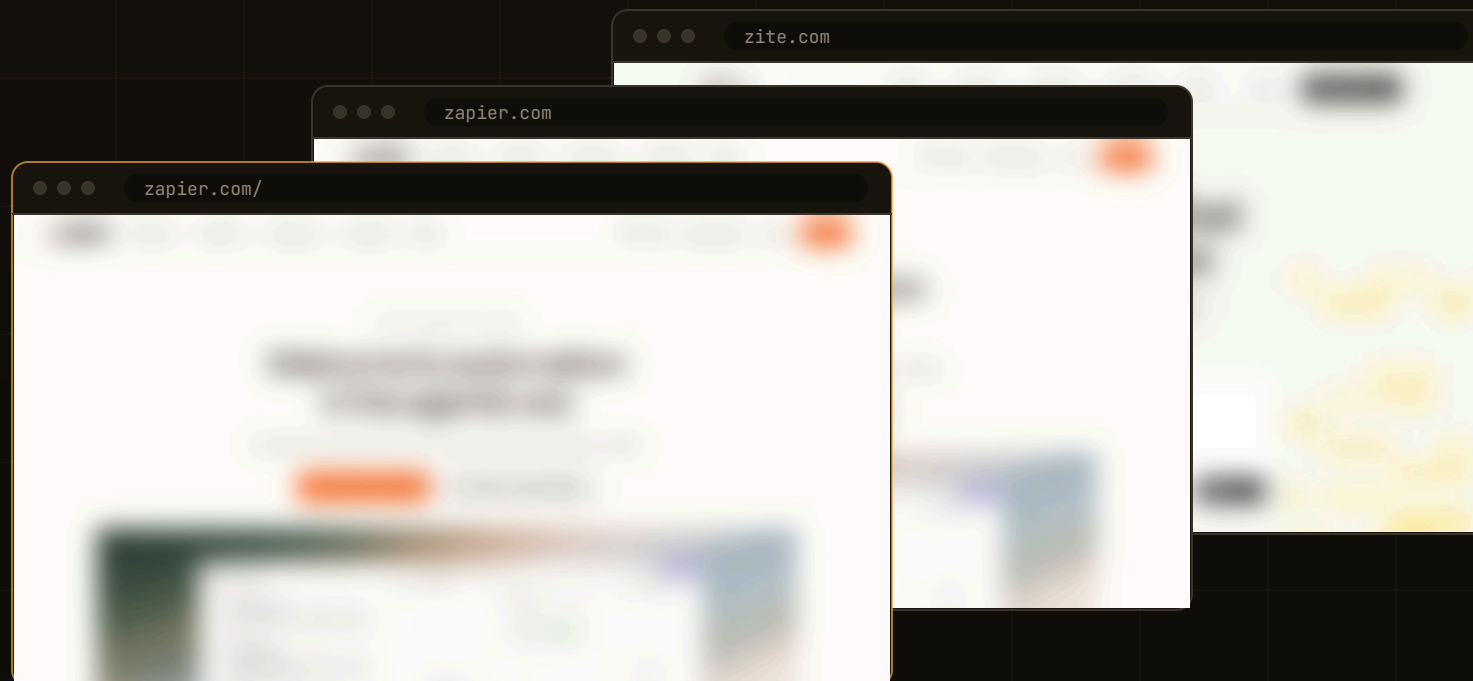
の回答リンクは第三者サイト(比較記事・ガイド・ディレクトリ)



■ 対象ブランドの自社サイト・0 %

■ 競合の自社サイト・13 %

■ その他



01 zapier.com:29件で引用、最初に挙げるのは競合G

02 zapier.com:27件で引用、最初に挙げるのは競合G

03 zite.com:24件で引用

01 測定方法

02 現在地

03 ギャップ

04 打ち手

05 付録

03



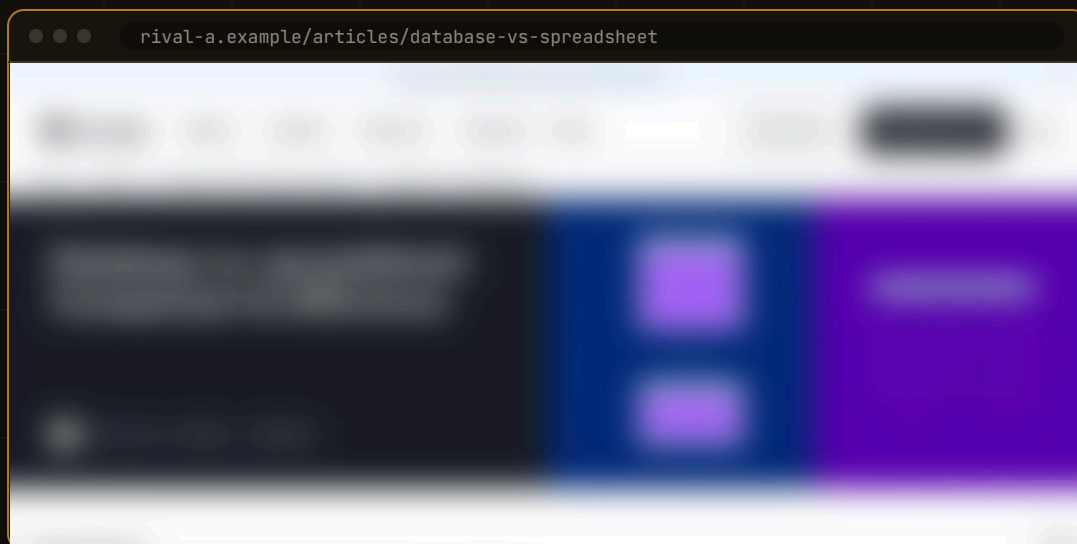
ギャップ

回答が対象ブランドを挙げない理由

ギャップ1・引用される自社ページ

競合の自社サイトは170件、対象ブランドは3件

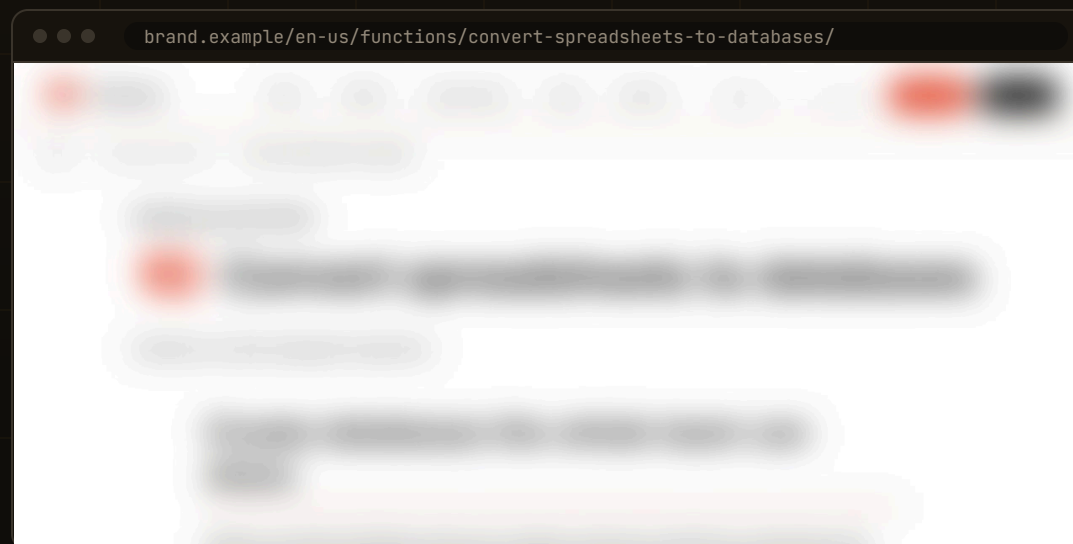
引用されているページ



rival-a.example:データベースと表計算の比較、6件で引用

- 自社サイトの引用は競合Cが170件、競合Aが122件。対象ブランドは1,198件中3件

対象ブランドのページ



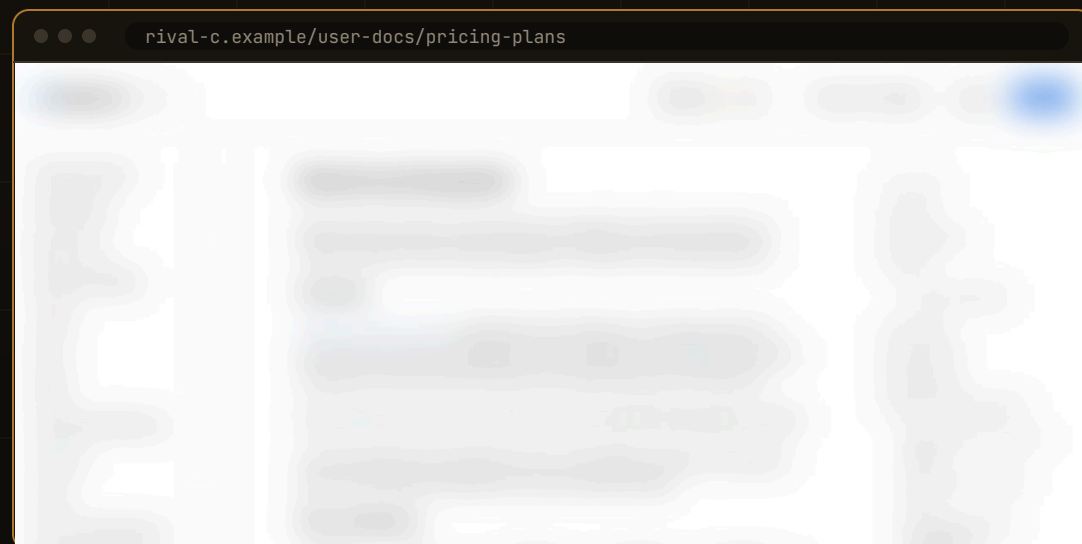
brand.example:2023年の機能紹介、引用0件

- 表計算からDBへの移行ページは2023年2月更新の機能紹介。Q&Aも表もない(2026年10月9日確認)

ギャップ2・質問に答える料金ページ

料金の質問は競合AとCへ。対象ブランドは188件中0件

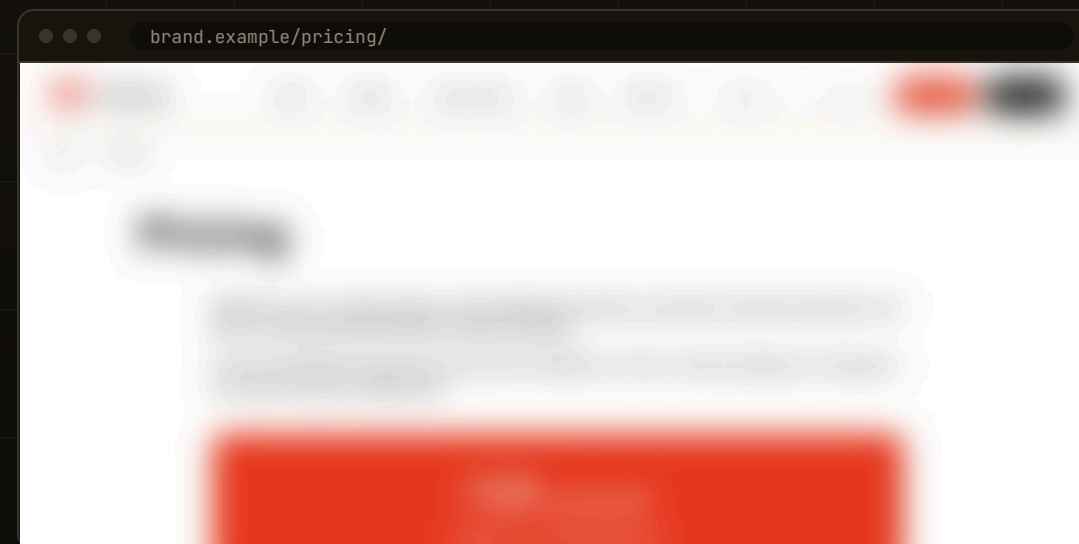
引用されているページ



rival-c.example:料金表とFAQ、13件で引用

- 料金ページは価格のみで、表も席数・上限のQ&Aもない。FAQは無料試用のみ (10月9日確認)

対象ブランドのページ



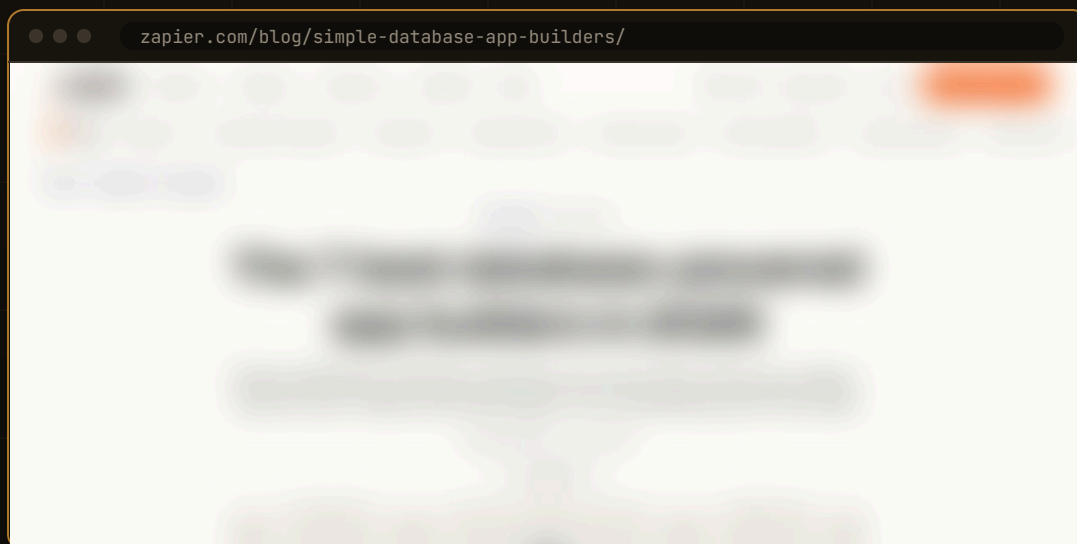
brand.example/pricing:価格のみ、表なし、引用0件

- 表とFAQのある競合Cの料金ページは13件、競合Aの料金ページは11件で引用

ギャップ3・Zapierの比較記事へ

Zapierの比較記事が回答を左右。対象ブランドは2本とも未掲載

引用されているページ



zapier.com:7サービス、7件で引用

- これらの質問で対象ブランドが挙がるのは259件中2件。最初に挙がるのは競合A 76件、競合B 53件、競合D 35件

対象ブランドのページ



対象ブランド:Zapierの2記事とも未掲載

- Zapierの「データベース型アプリビルダー7選」(7件で引用)は競合A・H・I・Cを掲載、対象ブランドはなし

01 測定方法

02 現在地

03 ギャップ

04 打ち手

05 付録

04



打ち手

何を、いつ作り、どう効果を確認めるか

打ち手1・御社チーム

つくるもの:引用される自社ページ



01 移行ページをQ&Aに

- 向いているのは、共有の表計算で業務を回している開発者のいない部門
- ドラッグ&ドロップで表計算を取り込み、ビュー・承認・部門やレコード単位の権限まで
- 現場向けのiOS・Androidネイティブアプリ
- 全機能1プラン、ユーザー単位の月額、最低5ユーザー

打ち手2・御社チーム

つくるもの:質問に答える料金ページ

brand.example/pricing/

購入検討者の質問に答える料金ページ

- 全機能を含む1プラン、ユーザー単位の月額
- 最低5ユーザーからの開始料金を明記
- 全機能を試せる30日間の無料試用、チームでの参加も可
- 閲覧のみ・たまに使うユーザーの課金と、アプリごとのレコード上限(39件と44件で問われている)

80 5・10・25・50ユーザーの費用表、続けて見出しごとに1問、答えを先に

打ち手3・代理店

つくるもの:Zapierの比較記事へ

 メール

宛先: zapier.com/blog/simple-database-app-builders

Zapier「データベース型アプリビルダー」記事への掲載提案

- 用途:部門の表計算を業務アプリに
- 特長:承認フロー、部門・アプリ・レコード単位の権限、ネイティブモバイルアプリ
- 料金:全機能1プラン、ユーザー単位の月額、最低5ユーザー

80 短いメール。記事の項目(向いている用途・特長・料金)に沿ったファクトシート

 メール

宛先: zapier.com/blog/best-no-code-app-builder

「ノーコードアプリビルダー」記事にも同じ内容で

- 用途:運用チームの業務アプリ
- 料金:ユーザー単位の月額、全機能込み

80 同じメールで1段落とファクトシート

スケジュール

4つの作業を1か月で

■ 打ち手1・引用される自社ページ

移行ページをQ&Aに

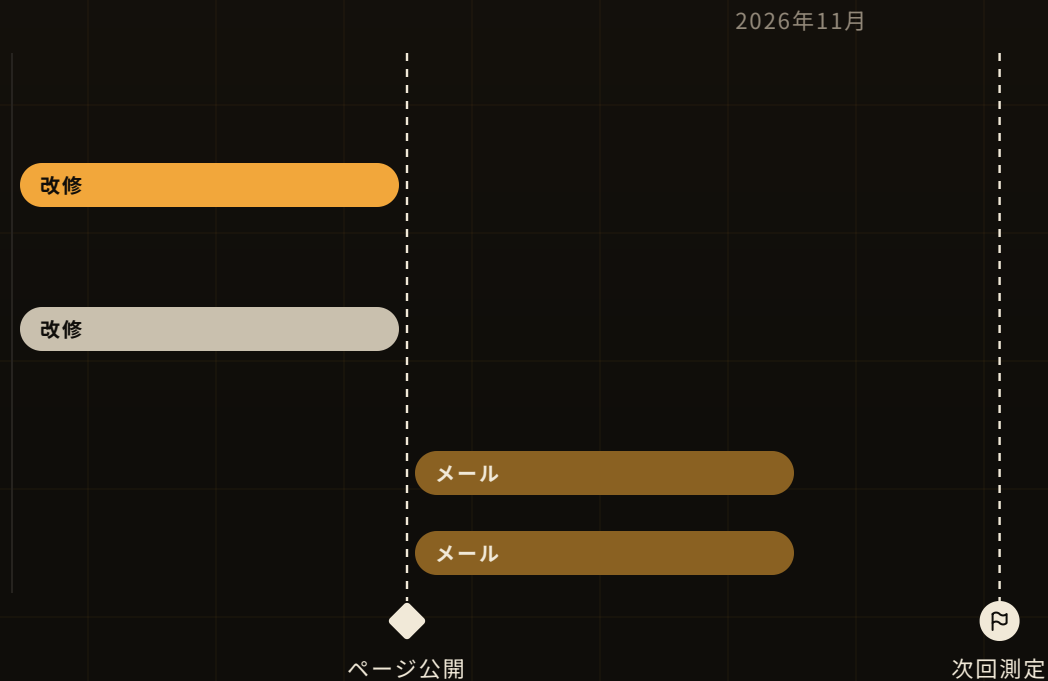
■ 打ち手2・質問に答える料金ページ

料金表とQ&A

■ 打ち手3・Zapierの比較記事へ

Zapier DB記事へ提案

Zapierノーコード記事へ



各制作物は当社が下書きし、御社がレビューして公開します。メールは、リンク先のページが公開されてから送ります。

効果の確かめ方

3つの数字を次回の測定で再確認

01

1198件中3件

自社サイトを引用した回答



打ち手1:引用される自社ページ

02

188件中0件

料金の質問で対象ブランドが挙げた回答



打ち手2:質問に答える料金ページ

03

259件中2件

アプリ作成の質問で対象ブランドが挙げた回答



打ち手3:Zapierの比較記事へ

各数字の下は、同じ指標で現在最も良いブランド。次回も同じ質問を同じエンジンで尋ねます。

まとめ

3つの打ち手を実行し、もう一度回答を読む

01 引用される自社ページ

移行ページをQ&Aに

02 質問に答える料金ページ

料金表とQ&A

03 Zapierの比較記事へ

Zapier DB記事へ提案

Zapierノーコード記事へ

01 測定方法

02 現在地

03 ギャップ

04 打ち手

05 付録

05

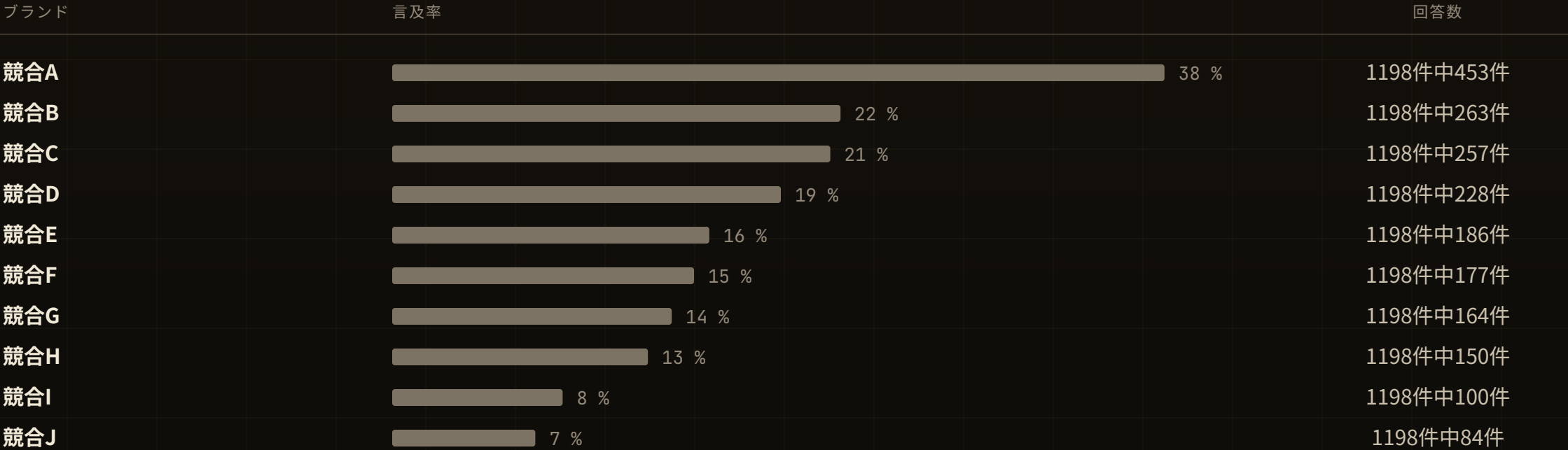


付録

スライドの元データ

付録・言及率

全ブランドの言及率



315問へのAI Overviews・AI Mode・ChatGPT・Geminiの回答1,198件、2026年10月。強調:対象ブランド。

付録・回答を左右するページ

最も引用されるページ、強調は打ち手の対象

ページ	引用数	掲載ブランド	打ち手
zapier.com	29	競合G、競合A、競合I	打ち手3
zapier.com	27	競合G、競合A、競合I	打ち手3
zite.com	24	追跡ブランドなし	
jetadmin.io	23	競合A、競合D	
kissflow.com	22	競合B	
jetadmin.io	22	競合A、競合D	
softr.io	22	競合A、競合G、競合F ほか2	
softr.io	21	競合A、競合G、競合F ほか2	

引用数:そのページを引用した回答数。掲載ブランド:ページが挙げる追跡ブランド。

付録・打ち手の背景にある質問

購入検討者の質問、打ち手ごとに

 打ち手1:引用される自社ページ

AIの回答では

1198件中3件

自社サイトを引用した回答

1,198件中1,195件の回答が自社サイトを引用せず

すべての質問と回答は、番号付きで付録のExcelにあります。

 打ち手2:質問に答える料金ページ

AIの回答では

188件中0件

料金の質問で対象ブランドが挙がった回答

落としている料金・席数の46問への回答:1,198件中176件

 打ち手3:Zapierの比較記事へ

AIの回答では

259件中2件

アプリ作成の質問で対象ブランドが挙がった回答

落としているアプリ作成の64問への回答:1,198件中244件

付録・すべての機会

8つの機会を実現しやすい順に

レベル	機会	対象となる回答
W3・実証済み・自社で可能	打ち手1:引用される自社ページ	1198件中1195件
W3・実証済み・自社で可能	打ち手2:質問に答える料金ページ	1198件中176件
W2・第三者が必要	打ち手3:Zapierの比較記事へ	1198件中244件
W2・第三者が必要	打ち手外:業種別の業務(バーコード・写真・署名の現場アプリ)	1198件中127件
W2・第三者が必要	打ち手外:表計算・Accessからの移行	1198件中121件
W1・仮説	打ち手外:回答が引用するYouTube	1198件中206件
W1・仮説	打ち手外:回答が引用するReddit	1198件中181件
W1・仮説	打ち手外:自社の「競合A代替」ページ	1198件中32件

実現しやすさで並べ、同じレベルでは対象となる回答数の多い順。W3:効果が実証され自社で動かせる。W2:第三者が必要。W1:仮説で、打ち手にはしない。打ち手はW2以上の上位3つ。