AI回答に記録されたURLの横断分析

不動産クラウドファンディング10サービス　2026年10月独自調査

2026年10月　株式会社ロックスライフ　AI検索通信簿

比較・ランキング・解説サイトが、保存URLの構成比42.6%で最大だった。ChatGPTは当該サービスの公式サイトが最大区分で、GeminiとGoogle AI Modeは比較・解説サイトが最大区分となった。一方、前回評価の上位3社に第三者サイトやPRのURLが多いという一律の特徴は確認できなかった。

測定したのは、保存された回答本文セルのURL文字列と、そのセルに記録されたハイパーリンク先URLです。AIが内部で参照したすべての情報源や、企業を紹介する判断の根拠を特定した調査ではありません。

添付10ファイルに実収録されているのは、各サービス55問・3AI、合計1,650レコード。元の65問・1,950件の設計に対し、追加10問分の300件は本添付に未収録である。本レポートは1,650件を全件検査した結果であり、未収録分を推測していない。

最も重要だった発見TOP5

1　比較・解説サイトが最大の区分

比較・ランキング・解説サイトは1,232組、全2,892組の42.6%。当該サービスの公式サイトの657組、22.7%を上回った。

2　AIごとにURLの構成が異なる

ChatGPTは当該サービスの公式サイトが32.5%で最大。Geminiは比較・解説サイトが65.9%、Google AI Modeも同区分が42.4%で最大だった。

3　第三者サイトのURLは956回答に記録

当該自社公式以外の分類済み掲載先は956回答、全1,650件の57.9%。当該公式は498回答、30.2%。両方がある260回答を含む。

4　上位企業ほど第三者やPRが多いという説明は支持されない

上位3社の第三者URLありは54.1%、その他7社は59.6%。PRは4.4%対12.5%、比較・解説は37.8%対37.9%だった。順位との因果関係は示さない。

5　保存形式と測定範囲が結果に影響する

ハイパーリンク先を含む主集計ではURLあり81.8%、本文のhttp/https文字列だけでは72.8%。特殊URLは164組、要確認は34組を別区分とした。

調査の対象とデータ構造

対象は、CAMEL、COZUCHI、GATES、CREAL、トーチーズ、TECROWD、OwnersBook、LEVECHY、利回り不動産、Rimpleの10サービス。各ファイルにはChatGPT、Gemini、Google AI Modeの3シートがあり、全30シートにQ01からQ55までの回答本文が収録されていた。実収録の1,650レコードをすべて検査し、主分析の対象とした。

元の調査設計は各サービス65問、3AI、合計1,950件である。今回の添付資料には追加10問に相当するQ56からQ65の300件が収録されていない。したがって、本レポートの割合の分母は実収録の1,650件とし、未収録分をURLなしの回答として扱っていない。

各シートのA5が質問ID、B5が質問、C5が回答の見出しである。サービス名とAIはA1、A2およびシート名、記録上の回答日はA2から確認した。採点欄と独立した引用元列はなく、回答本文中の引用や出典の表記は、本文に保存された説明として扱った。

サービス	記録上の回答日	AI別の質問数	実収録回答
CAMEL	2026-08-20	55問 × 3AI	165件
COZUCHI	2026-08-20	55問 × 3AI	165件
GATES	2026-08-20	55問 × 3AI	165件
CREAL	2026-08-24	55問 × 3AI	165件
トーチーズ	2026-08-27	55問 × 3AI	165件
TECROWD	2026-08-31	55問 × 3AI	165件
OwnersBook	2026-09-02	55問 × 3AI	165件
LEVECHY	2026-09-04	55問 × 3AI	165件
利回り不動産	2026-09-09	55問 × 3AI	165件
Rimple	2026-09-10	55問 × 3AI	165件

全30シートでQ01〜Q55を確認。C列回答本文の空欄は0件。回答日はシートのA2記載で、生成時刻を示す取得ログではない。

URLを抽出し分類する方法

主分析では、質問IDのある行のC列回答本文から、http://またはhttps://で始まる文字列と、同じ回答セルに保存されたハイパーリンク先URLを抽出した。ハイパーリンク先はExcelの記録であり、引用元であることの証拠としては扱っていない。http/httpsのないドメインや省略URL表記は、保存されたハイパーリンク先がない場合は数えていない。後から追加された可能性がある【参考資料に基づく確認結果】以降と、後続の補助セルやそこに保存されたハイパーリンクは主分析から除外し、生

データに分けて保持した。保存セル内の記述がすべてAIの元の出力であることまでは検証できない。

URLからホスト名を取り出して小文字化し、先頭のwww.のみ除去した。サブドメインは別ドメインとして保持した。同じ回答に同じドメインが複数回現れた場合は、1回答と1ドメインの組み合わせを1件とした。URL文字列そのものの出現記録は削除していない。

share.googleなどの共有用URL、短縮URL、リダイレクト、システムURLは、通常のサイトと区別してカテゴリIに分けた。データから転送先を確認できない場合は転送先を推測せず、分類が確定しないドメインは要確認とした。

公式サイトは、当該ログの調査対象サービスとその運営会社・親会社の公式サイトとした。競合サービスの公式サイトは当該サービスにとっての第三者サイトとしてその他第三者に分けた。官公庁・業界団体、PR配信、コミュニティ、比較・解説、一般ニュース、業界ニュースの順でサイトの役割を確認し、いずれにも当てはまらない第三者サイトをその他第三者とした。分類を確定できないものは要確認として区別した。

第三者サイトとは掲載先の区分であり、独立した第三者が評価したことを意味しない。プレスリリースには企業自身が作成した文章が掲載されるほか、比較記事には広告やPRとして作成されたものも含まれ得る。

分類確認日は2026年10月5日で、記録上の回答日とは異なる。ドメイン分類は代表URLと運営主体の確認に基づく。全URLの到達可能性や全ページの内容を検証したものではない。通常URLの分類確定率は、特殊URLを除く2,728組のうち2,694組、98.8%。要確認13ドメイン・34組は分類確定分から除外した。

全体のURL記録状況

項目	主集計結果
実収録の回答レコード	1,650件
URLが確認できた回答	1,349件　81.8%
URLが確認できなかった回答	301件　18.2%
ユニークドメイン	252ドメイン　特殊・要確認を含む
重複調整後の回答とドメインの組み合わせ	2,892組
主集計のURL出現記録	6,050件　本文・ハイパーリンク先の重複を含む

URLあり率の分母は1,650回答で、特殊URLしかない回答もURLありに含む。カテゴリの構成比は2,892組を分母とし、特殊URLと要確認を独立した区分に含める。同一回答の同一ドメインは1件にまとめるが、異なるドメインやカテゴリは複数計上する。

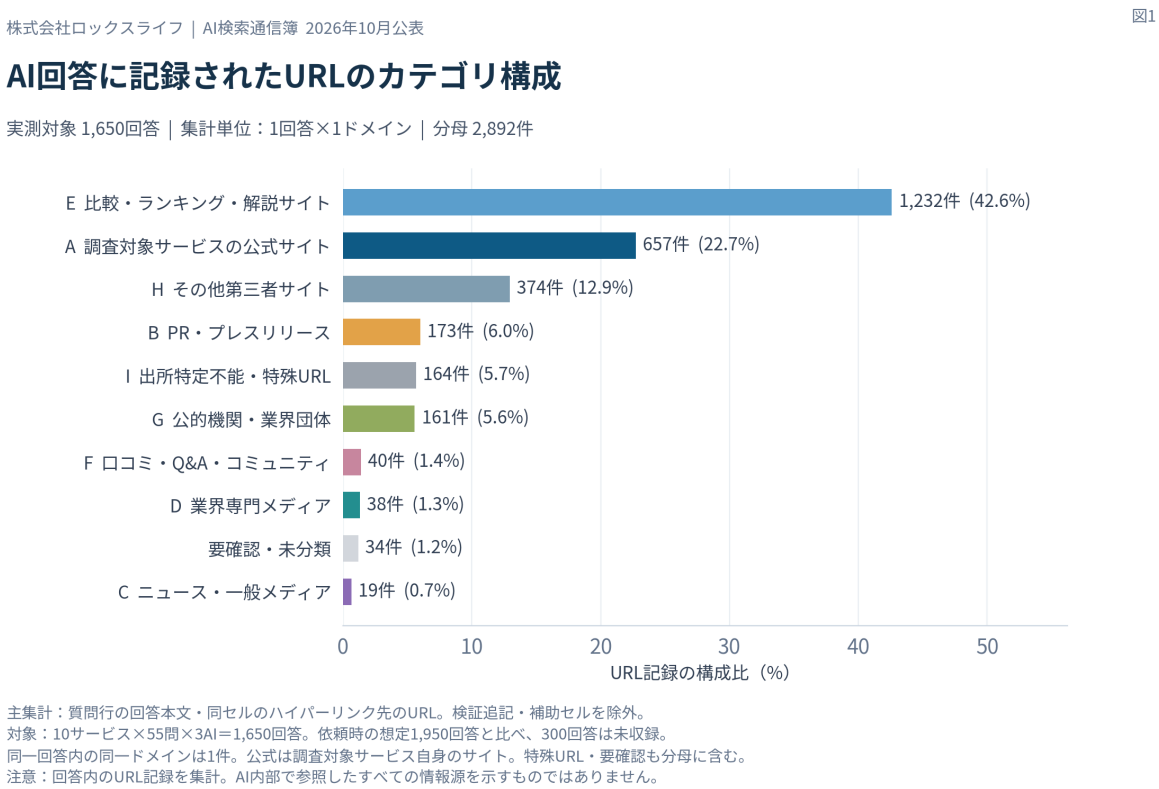


図1　保存された回答本文と同セルのハイパーリンク先URLの構成。単位は1回答×1ドメイン、合計2,892組。

カテゴリ	回答×ドメイン	構成比	登場した回答
A 企業・サービス公式サイト	657	22.7%	498
B PR・プレスリリース	173	6.0%	166
C ニュース・一般メディア	19	0.7%	15
D 業界専門メディア	38	1.3%	35
E 比較・ランキング・解説サイト	1,232	42.6%	625
F 口コミ・Q&A・コミュニティ	40	1.4%	37
G 公的機関・業界団体	161	5.6%	149
H その他第三者サイト	374	12.9%	213
I 出所特定不能・特殊URL	164	5.7%	161
U 要確認・未分類	34	1.2%	33

登場した回答数はカテゴリ間で重複するため合計しない。構成比は小数第1位へ丸めた。

当該公式サイトと第三者掲載先

当該サービスの公式サイトは498回答、30.2%に記録された。分類済みの第三者掲載先は956回答、57.9%で、両方にURLがある回答は260件、15.8%だった。公式のみは238件、第三者のみは696件、いずれも確認できないURLあり回答は155件。

特殊URL164組と要確認34組を除く分類確定2,694組では、当該公式657組が24.4%、第三者2,037組が75.6%を占める。第三者には競合サービスの公式サイト、企業発信のプレスリリース等が含まれ、独立した第三者評価と同義ではない。

AIごとに記録URLの構成が異なる

ChatGPTは当該公式サイトが32.5%で最大区分、比較・解説サイトは23.9%だった。Geminiは比較・解説サイトが65.9%、Google AI Modeは同42.4%で最大区分となった。Google AI Modeの特殊URLは22.2%を占めるため、通常の掲載先と分けて扱う必要がある。

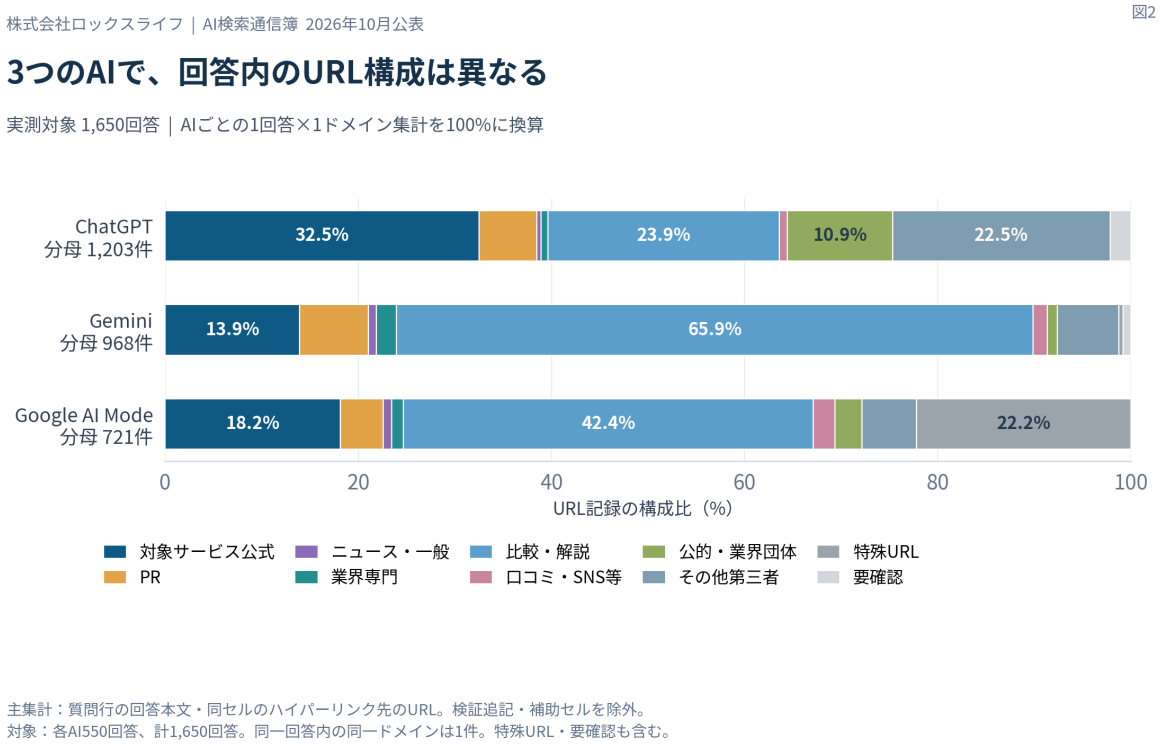


図2　AI別のURL構成。分母はChatGPT 1,203組、Gemini 968組、Google AI Mode 721組。

AI	URLあり回答	記録率	ドメイン数	当該公式あり	第三者あり
ChatGPT	521/550	94.7%	149	49.1%	64.2%
Gemini	439/550	79.8%	136	21.3%	74.5%
Google AI Mode	389/550	70.7%	99	20.2%	35.1%

記録率・当該公式あり・第三者ありの分母は各AIの550回答。公式と第三者は同じ回答に共存する。

AI	公式A	PR B	ニュースC	専門D	比較E	公的G	特殊I
ChatGPT	32.5%	6.0%	0.4%	0.7%	23.9%	10.9%	0.0%
Gemini	13.9%	7.1%	0.8%	2.1%	65.9%	1.0%	0.4%
Google AI Mode	18.2%	4.4%	0.8%	1.2%	42.4%	2.8%	22.2%

各AIの回答×ドメインを分母にした構成比。F、H、Uは図2および集計データに収録。

ニュース・専門メディアのURLがある回答はChatGPT 1.8%、Gemini 4.5%、Google AI Mode 2.4%。PRのURLがある回答は12.7%、11.6%、5.8%だった。これらは掲載先区分の記録率であり、情報の品質やAIの信頼度の評価ではない。

モデル、検索設定、取得環境、会話履歴、保存方法の同一性は確認できない。本文でhttp/httpsを省いた引用表記は、セルのハイパーリンク先がなければ抽出対象にならない。したがって、差をAIそのものの情報源選択の差と断定できない。

サービス別の比較は調査枠として読む

以下は各サービスに割り当てられた165回答の比較である。サービス名・運営会社名を質問文中に含まない質問は570件、34.5%あり、他サービスの公式URLや一般的な比較記事も登場する。各サービス自身の掲載回数を直接示す表ではない。

調査枠	URLあり	記録率	ドメイン数	当該公式あり	第三者あり
CAMEL	138	83.6%	64	31.5%	56.4%
COZUCHI	141	85.5%	62	34.5%	47.9%
GATES	128	77.6%	71	30.3%	49.7%
CREAL	129	78.2%	70	40.0%	50.9%
トーチーズ	115	69.7%	48	4.2%	55.8%
TECROWD	108	65.5%	42	23.0%	43.6%
OwnersBook	145	87.9%	71	52.7%	63.6%
LEVECHY	149	90.3%	79	50.9%	71.5%
利回り不動産	149	90.3%	63	15.2%	72.1%
Rimple	147	89.1%	59	19.4%	67.9%

回答ベースの割合。各調査枠の分母は165回答。特殊URL・要確認は公式と第三者から除く。

調査枠	公式A	PR B	メディアC+D	比較E	その他F+G+H	特殊I+U
CAMEL	27.2%	6.3%	1.3%	35.4%	19.6%	10.1%
COZUCHI	24.7%	4.5%	2.4%	39.4%	16.4%	12.5%
GATES	25.5%	4.5%	1.6%	37.1%	21.9%	9.4%
CREAL	30.0%	1.4%	5.2%	33.4%	20.6%	9.4%
トーチーズ	5.1%	22.8%	0.5%	34.5%	23.9%	13.2%
TECROWD	22.2%	9.7%	1.1%	38.1%	25.0%	4.0%
OwnersBook	27.7%	1.9%	1.9%	46.5%	18.6%	3.5%
LEVECHY	26.8%	8.4%	1.5%	46.1%	15.2%	1.9%
利回り不動産	10.9%	3.1%	1.3%	56.3%	24.5%	3.9%

調査枠	公式A	PR B	メディアC+D	比較E	その他F+G+H	特殊I+U
Rimple	12.9%	2.8%	2.4%	57.3%	20.6%	4.0%

回答×ドメインの構成比。Iは特殊URL、Uは要確認。その他に公的機関・業界団体も含む。

当該公式サイトの構成比はCREALの30.0%が最大、トーチーズの5.1%が最小だった。第三者掲載先の構成比は利回り不動産の85.2%が最大、CREALの60.6%が最小。対象10社のいずれも、当該公式サイトだけで全体の過半数を占める構成ではなかった。

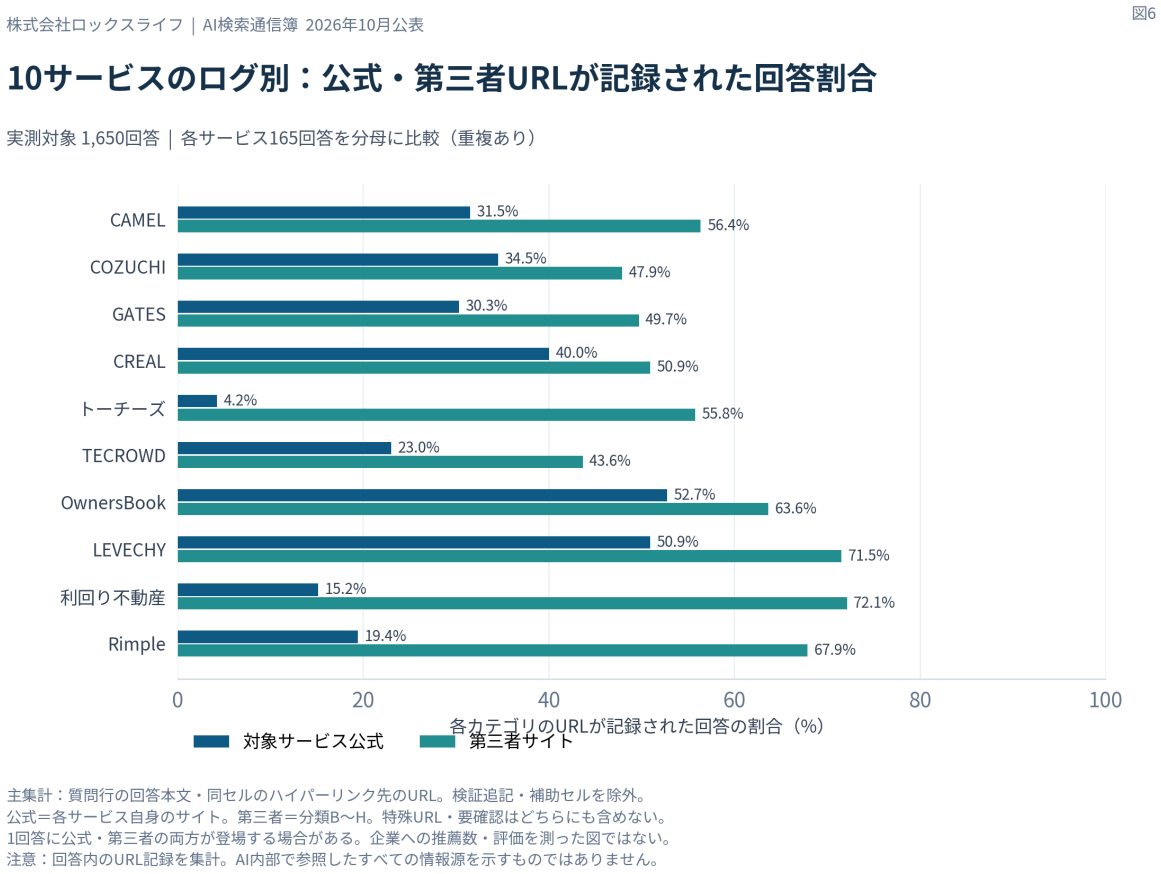


図6　企業別の保存URL構成。各社の調査枠に収録された回答の比較であり、対象企業自身を紹介したURLだけの集計ではない。

前回上位3社とその他7社の比較

前回の総合順位1〜3位であるCREAL、COZUCHI、OwnersBookを上位3社として区分した。順位は補助データであり、今回の主題はURLの構成である。前回順位は65問の評価に基づく一方、今回のURL分析は添付された55問分であり、両者の回答範囲は完全には一致しない。採点データは添付に収録されておらず、前回順位を再計算していない。

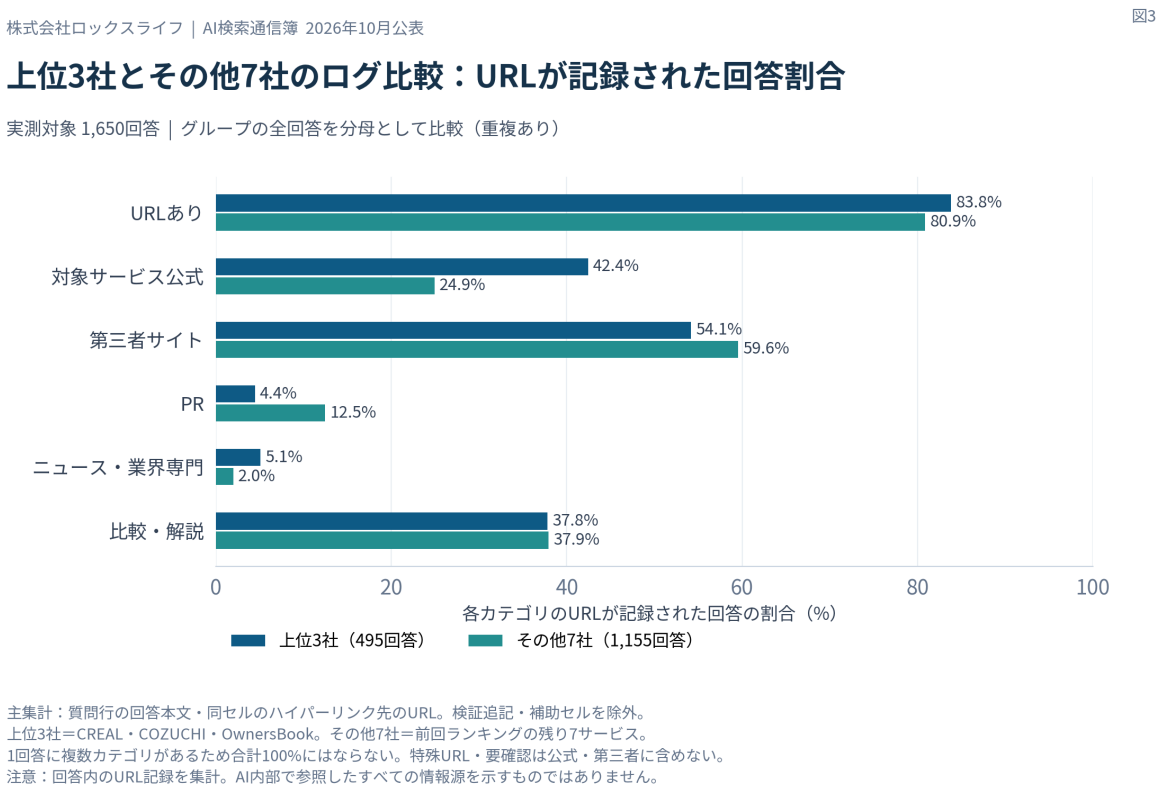


図3　前回上位3社とその他7社の比較。回答ベースの登場率で、上位群495回答、その他群1,155回答を分母とする。

指標	上位3社	その他7社
回答数	495	1,155
URLあり率	83.8%	80.9%
当該公式URLあり	42.4%	24.9%
第三者URLあり	54.1%	59.6%
PR URLあり	4.4%	12.5%
メディアURLあり	5.1%	2.0%
比較・解説URLあり	37.8%	37.9%
ユニークドメイン総数	124	194
企業ごとのドメイン数平均	67.7	60.9
1回答の分類済みドメイン数平均	1.77	1.58
企業ごとの分類済みカテゴリ数平均	7.7	7.6

分類済みはA〜H。企業数が異なるため、群のユニークドメイン総数だけで多様性を比較しない。各社の実収録回答数は165件で同じ。

上位3社は当該公式の登場率が42.4%と、その他7社の24.9%より高かった。一方、第三者サイトは54.1%対59.6%、PRは4.4%対12.5%で、上位群の方が低い。比較・解説サイトは37.8%対37.9%でほぼ同率だった。

ドメイン数の企業平均は上位群67.7、その他群60.9、1回答あたりの分類済みドメイン数は1.77対1.58だった。しかし、企業ごとの分類済みカテゴリ数平均は7.7対7.6と近い。多様性に関する指標は一方向に揃っておらず、「上位ほど幅広い種類の第三者情報が多い」とする一律の説明はできない。

LEVECHYの調査枠は、前回順位10位でもURLあり率90.3%、ユニークドメイン79と高い。記録URLの多さと評価順位は同じ指標ではない。対象10社に限る記述的な比較であり、統計的有意差や因果関係は主張しない。

URLが記録された回答数の多い通常ドメインTOP20

通常サイトのランキングは特殊URLを除いて作成した。単位は1回答×1ドメイン。サイト種別が公式であっても、当該サービスの調査枠ではA、他サービスの調査枠ではHになる。以下の回答数は全10調査枠を合計したドメインの登場数である。

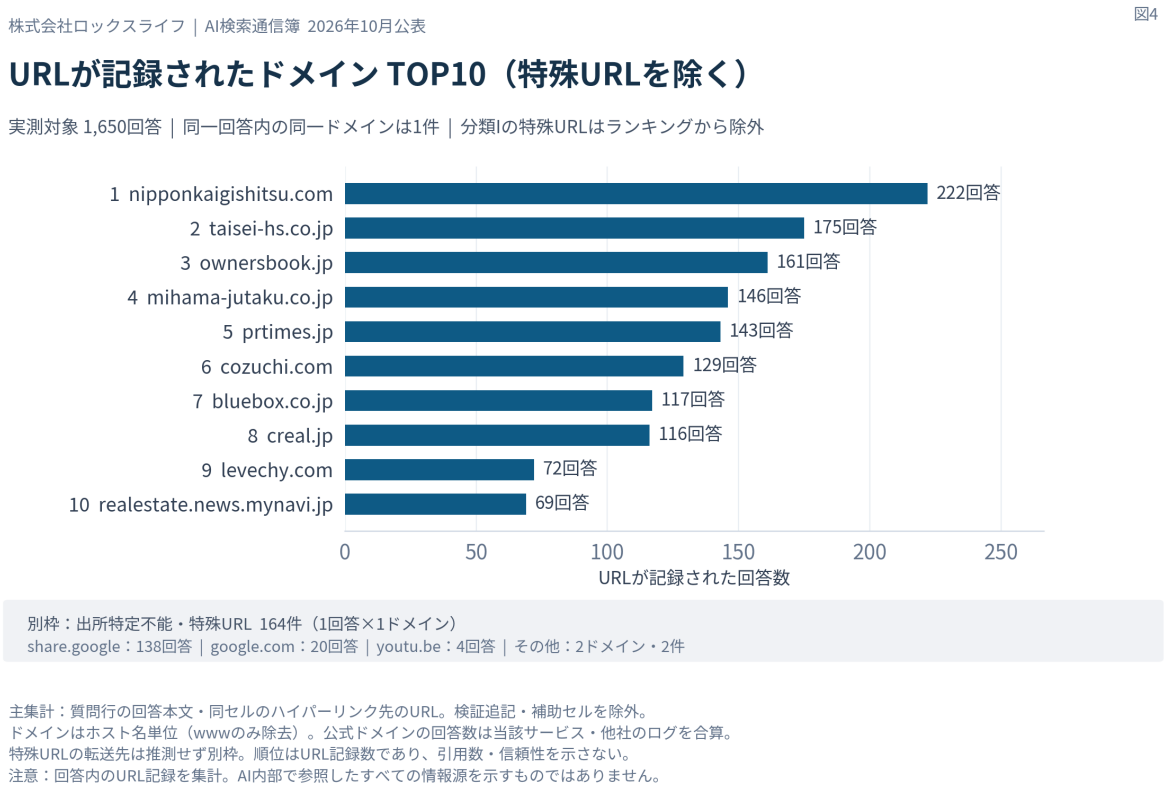


図4　通常ドメインTOP10と特殊URLを分離。すべて全1,650回答を対象とし、同一回答内の同一ドメインは1件。

順位	ドメイン	回答数	全回答比	サイト種別
1	nipponkaigishitsu.com	222	13.5%	比較・解説
2	taisei-hs.co.jp	175	10.6%	比較・解説
3	ownersbook.jp	161	9.8%	公式 当該A・他社H
4	mihama-jutaku.co.jp	146	8.8%	比較・解説
5	prtimes.jp	143	8.7%	PR・プレスリリース
6	cozuchi.com	129	7.8%	公式 当該A・他社H

順位	ドメイン	回答数	全回答比	サイト種別
7	bluebox.co.jp	117	7.1%	比較・解説
8	creal.jp	116	7.0%	公式 当該A・他社H
9	levechy.com	72	4.4%	公式 当該A・他社H
10	realestate.news.mynavi.jp	69	4.2%	比較・解説
11	fkr.or.jp	64	3.9%	公的・業界団体
12	corp.creal.jp	60	3.6%	公式 当該A・他社H
13	fantas-tech.co.jp	50	3.0%	比較・解説
14	tecrowd.jp	48	2.9%	公式 当該A・他社H
15	levechy.jp	44	2.7%	公式 当該A・他社H
16	vertex-j.com	44	2.7%	比較・解説
17	gokuraku.io	33	2.0%	比較・解説
18	mlit.go.jp	32	1.9%	公的・業界団体
19	universalhome.co.jp	32	1.9%	比較・解説
20	gatestokyo.co.jp	31	1.9%	公式 当該A・他社H

特殊URLを除く通常ドメインの順位。公式のサイト種別表示は、回答文脈ごとのA/H区分を統合したドメインの性質を示す。

特殊URLは通常サイトと分離

share.googleは138回答に記録され、全ドメインを並べれば6番目に多い。しかし、今回のログから転送先を確定できないため、通常の情報源として順位に混ぜていない。google.comなどのリダイレクト・システムURL、短縮URL、連結により通常の掲載先を特定できないURLもカテゴリIとして保持した。

特殊ドメイン	回答数
share.google	138
google.com	20
youtu.be	4
corp.torches.fundprtimes.jp	1
torches.fundprtimes.jp	1

PR TIMESは143回答、8.7%に記録され、通常ドメインでは5位。プレスリリース配信サイトとしてBに分類した。PRの記録があることと、独立した報道や第三者による推奨があることは同じではない。

AI別にURLが記録された回答数の多い通常ドメインTOP10

ChatGPT

順位	ドメイン	回答数	550回答比
1	ownersbook.jp	113	20.5%
2	cozuchi.com	101	18.4%
3	creal.jp	81	14.7%
4	prtimes.jp	59	10.7%
5	corp.creal.jp	51	9.3%
6	fkr.or.jp	37	6.7%
7	mihama-jutaku.co.jp	35	6.4%
8	mlit.go.jp	32	5.8%
9	tecrowd.jp	32	5.8%
10	levechy.com	31	5.6%

Gemini

順位	ドメイン	回答数	550回答比
1	nipponkaigishitsu.com	162	29.5%
2	taisei-hs.co.jp	111	20.2%
3	bluebox.co.jp	61	11.1%
4	mihama-jutaku.co.jp	61	11.1%
5	prtimes.jp	55	10.0%
6	fantas-tech.co.jp	33	6.0%
7	vertex-j.com	30	5.5%
8	realestate.news.mynavi.jp	24	4.4%
9	ownersbook.jp	23	4.2%
10	creal.jp	19	3.5%

Google AI Mode

順位	ドメイン	回答数	550回答比
1	mihama-jutaku.co.jp	50	9.1%
2	nipponkaigishitsu.com	49	8.9%
3	taisei-hs.co.jp	39	7.1%
4	bluebox.co.jp	38	6.9%
5	prtimes.jp	29	5.3%
6	levechy.com	27	4.9%
7	ownersbook.jp	25	4.5%
8	realestate.news.mynavi.jp	21	3.8%
9	fkr.or.jp	19	3.5%
10	cozuchi.com	18	3.3%

全AIで特殊URLを除いて再集計した。Google AI Modeのshare.google 138件とgoogle.com 20件は上表に含めない。通常URLの記録数はAIの内部参照回数を示さない。

特殊URLを含む主集計ドメインTOP20

以下は本文と同セルのハイパーリンク先を対象とする主集計で、特殊URLも含めた全ドメインの順位である。通常サイトだけの順位とは区別し、Iの特殊URLを分類欄に明示する。転送先を通常サイトとして扱った集計ではない。

全記録順位	ドメイン	回答数	区分
1	nipponkaigishitsu.com	222	比較・解説
2	taisei-hs.co.jp	175	比較・解説
3	ownersbook.jp	161	公式 当該A・他社H
4	mihama-jutaku.co.jp	146	比較・解説
5	prtimes.jp	143	PR・プレスリリース
6	share.google	138	I 特殊URL
7	cozuchi.com	129	公式 当該A・他社H
8	bluebox.co.jp	117	比較・解説
9	creal.jp	116	公式 当該A・他社H
10	levechy.com	72	公式 当該A・他社H
11	realestate.news.mynavi.jp	69	比較・解説
12	fkr.or.jp	64	公的・業界団体
13	corp.creal.jp	60	公式 当該A・他社H
14	fantas-tech.co.jp	50	比較・解説

全記録順位	ドメイン	回答数	区分
15	tecrowd.jp	48	公式 当該A・他社H
16	levechy.jp	44	公式 当該A・他社H
16	vertex-j.com	44	比較・解説
18	gokuraku.io	33	比較・解説
19	mlit.go.jp	32	公的・業界団体
19	universalhome.co.jp	32	比較・解説

ニュース性のある発見候補10

1　比較・ランキング・解説サイトが42.6%で最多。全2,892回答×ドメインを分母にした構成比。

2　Geminiの比較・解説サイト構成比65.9%に対し、ChatGPTは23.9%。保存されたURLの構成に差がある。

3　ChatGPTで最大の区分は当該サービスの公式サイト32.5%。3AIで最大区分が一致しない。

4　分類済み第三者サイトのURLは956回答、57.9%。当該公式サイトは498回答、30.2%。両方ある回答を含む。

5　上位3社のPR登場率4.4%は、その他7社の12.5%を下回った。PRが多いほど前回順位が高いという結論にはならない。

6　上位3社とその他7社の比較・解説サイト登場率は37.8%と37.9%。明確な差を示す結果ではない。

7　PR TIMESのドメインは143回答、全回答の8.7%に記録。特殊URLを除くドメイン順位で5位。

8　最も多くの回答に記録された通常ドメインはnipponkaigishitsu.comの222回答。次いでtaisei-hs.co.jpの175回答。

9　ニュース・一般メディアと業界専門メディアのいずれかがある回答は48件、2.9%。比較・解説サイトの625件、37.9%より少ない。

10　本文のURL文字列だけかハイパーリンク先を含めるかでURLあり率が72.8%から81.8%へ変わる。取得・保存形式を明示しないAI比較には注意が必要。

保存形式と重複に対する確認

集計範囲	回答数	URLあり	記録率	回答×ドメイン	ドメイン数
主集計 本文と同セルリンク先	1,650	1,349	81.8%	2,892	252
本文のhttp/https文字列のみ	1,650	1,202	72.8%	2,723	233
完全一致本文を全体で1件に統合	1,379	1,157	83.9%	2,464	252

完全一致統合は全体像の感度分析。最初のレコードの調査枠を保持するため、企業・AI別の比較には使わない。

無加工の回答本文が完全一致する109グループ、380レコードを確認した。各グループに1件だけ残した場合の重複超過は271件で、独自本文は1,379件となる。主集計では調査枠を保持するため削除していない。

完全一致本文を全体で統合しても、比較・解説サイトは41.4%で最大区分だった。ただし同じ本文のレコードに同じURLが保存されているとは限らず、これは独立した生成試行数を確定する処理ではない。保存形式や重複の扱いを変えると割合は変わるため、主集計と混同しない。

結果の読み方と制約

本調査が測定したのは、保存された回答本文セルのURL文字列と、そのセルに記録されたハイパーリンク先URLである。AI回答に表示されたURLは、AIが内部で参照したすべての情報源を表すものではない。URLがない回答について、Webの情報を使っていないと判断することもできない。

AIごとのモデル、検索設定、ログイン状態、会話履歴、取得方法などが完全に同一であることは、今回のファイルから確認できない。記録上の回答日もサービス間で異なる。AI別の差には、回答の保存方法や取得環境の影響が含まれる可能性がある。

同じ回答本文が複数のレコードに保存された事例があり、1,650件を独立した生成試行とは見なしていない。サービス別の集計は各サービスのログに付与された区分に基づくもので、そのサービスだけに言及した回答の集計ではない。一般的な質問には複数の競合サービスが現れる場合がある。

前回の総合順位は上位3社とその他7社を区分するための補助データとして使用した。順位とURL構成の違いが観察されても、情報源の構成が順位を高めたという因果関係は示さない。対象は一業界の10サービスであり、他業界やAI全般へそのまま一般化することはできない。

掲載先の多さから、AIの評価を高めるための施策の効果、掲載費用の妥当性、AIがそのページを読んだ事実は証明できない。今回の結果は、公式、比較、PR、公的資料などが保存回答にどのように現れているかを把握するための記述資料である。

ロックスライフの考察

AIを通じて企業がどのように説明されるかを確認するには、当該公式サイトの内容だけでなく、比較記事、プレスリリース、公的資料、競合企業の公式サイトを含むWeb上の記述を把握することが、一つの手がかりになる。今回のデータからは、第三者サイトへの掲載を増やせばAIの評価が高まるという結論は導けない。

最終確認

確認事項	確認結果
10社の全ファイルと全AIシート	確認済み 10ファイル 30シート
全回答の確認	実収録1,650件を全件確認 300件は未収録
URLとドメインの重複処理	同一回答の同一ドメインは1件 生記録は保持
特殊URLの扱い	Iとして分離 転送先を推測しない
内部参照についての表現	保存URLを測定 内部参照と断定しない
分類の根拠	分類辞書に記録 U13ドメインを保持
数字の整合	全体 AI 企業 カテゴリを照合
前回PRとの重複	順位は補助区分だけに使用
結論の公平性	上位群の第三者/PRが少ない結果も明記

調査対象には当社の支援先が含まれる。分類・集計は全サービスに共通する基準で実施した。

背景資料 博報堂買物研究所 AIショッパー調査 2026年6月2日公表 https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/267248/

前回順位の補助資料 依頼本文の順位指定。前回発表 https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000176171.html

株式会社ロックスライフについて

株式会社ロックスライフは、企業やサービスがAIの回答上でどのように説明されるかを調査する「AI検索通信簿」を提供しています。

PURPOSE 「価値があるのに、知られていない」をなくす。

MISSION 企業の正しい価値を、AIを通じて必要な人に届ける。

VISION 良い会社・良い商品・良いサービスが、AIを通じて正しく見つけてもらえる社会をつくる。

会社名 株式会社ロックスライフ
代表者 古谷隆一
所在地 東京都港区
公式サイト https://rocks-life.jp/
本調査に関するお問い合わせ https://rocks-life.jp/contact/