



依頼者はもう "AIに聞く"時代へ

法律事務所のための LLMO / AI検索対策

～ GVA 法人登記が自社で実証した、生成AIに"選ばれる"ための実践 ～

登壇: 有賀 之和 (GVA TECH株式会社 取締役・登記事業管掌)

本日の登壇者



山本 俊 Shun Yamamoto

GVA TECH株式会社 代表取締役（CEO）・弁護士

弁護士法人GVA法律事務所 創業者・弁護士／第二東京弁護士会

2012年にスタートアップ支援に特化したGVA法律事務所を設立。2017年にリーガルテックのGVA TECHを創業し、AI契約審査・法人登記等を展開。2024年12月に東証グロース市場へ上場。弁護士と経営者の両面から、法律×テクノロジーの実装を主導。



有賀 之和 Yukikazu Ariga

GVA TECH株式会社 取締役（登記事業 管掌）

GVA法人登記 統括

アスキー、ライブドア、楽天など複数のインターネット関連企業を経て、2011年に株式会社ベシックへ入社。取締役・子会社代表・SaaS事業責任者を歴任。2019年にGVA TECH入社、2021年取締役就任。現在は登記事業（GVA法人登記）を統括。

本日の流れ

オープニング

本日の狙いと進め方

山本

法律事務所集客への AIの影響

なぜ今、AI検索対策が必要か — データで説明

山本

【実践】GVA法人登記の LLMO

何をして、何が起きたか — 施策・成果・つまずき

有賀

法律事務所として何を行うべきか

GVA 法人登記の実践を、法律事務所向けに具体化

山本

Q&A + ご案内

質疑応答／無料相談

両名

本日の狙いと進め方

01

なぜ今か

依頼者の「相談行動」が、検索からAIへ移りつつある。

何が起きているのかを、データとともに共有します。

02

何を持ち帰るか

法律事務所が生成AIに「選ばれる」ために、明日から具体的に何をすべきか。施策の入口を明確にします。

03

進め方

- ①構造変化(山本)
- ②GVA法人登記の自社実証(有賀)
- ③事務所への翻訳(山本)

の順で進めます。

「ググる」から「AIに聞く」へ

「分からないことはググる」が当たり前だったように、
これからは「分からないことはAIに聞く」が当たり前になる。

これまで(Google検索)

- 「離婚 弁護士 ○○市」で検索
- 表示された複数の事務所サイトを
- 見比べてから問い合わせる

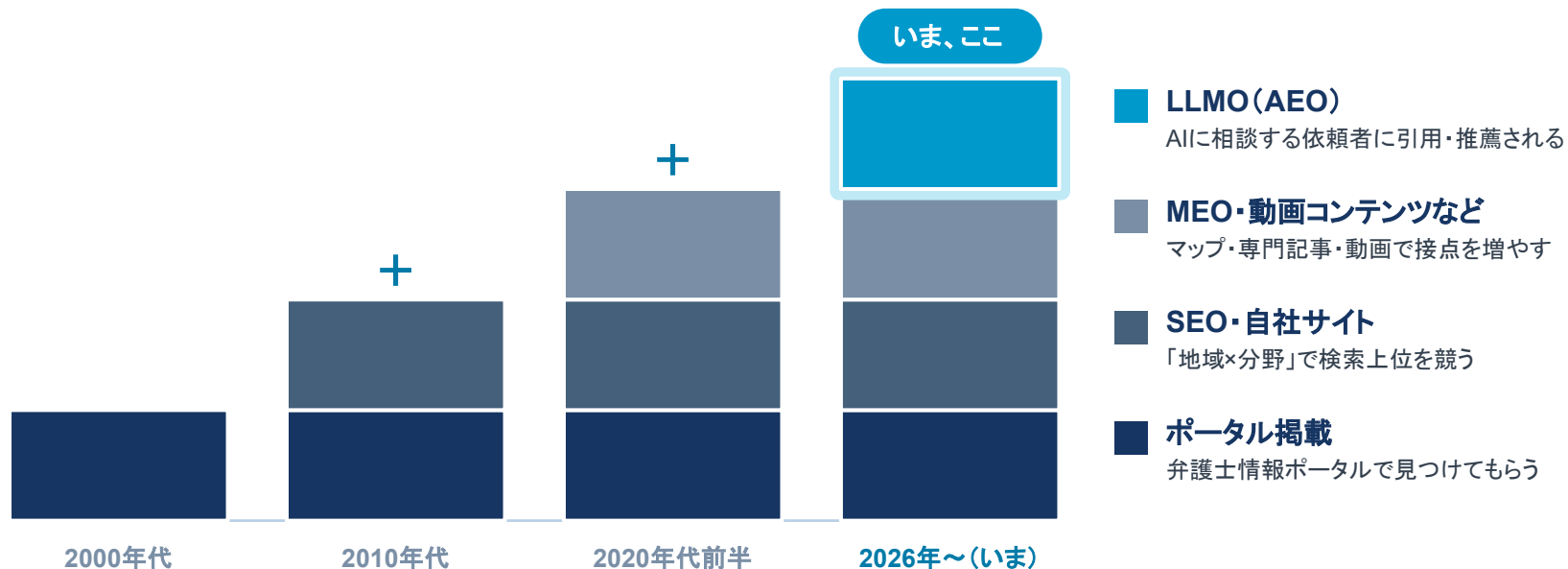


これから(AI検索)

- 「離婚したい。費用は？どの弁護士に？」と AIに相談
- AIが情報を統合し、特定の事務所を名指しで推薦
- 推薦された事務所に問い合わせる

※ 本資料では、AIに引用・推薦されるための最適化をLLMO(≒ AEO/GEO)と総称する。

集客の主戦場は、積み重なってきた



数字で見る、相談行動のシフト

AI流入は「法律」が業種別トップ

Superprompt 2025 ①

業種	AI流入比率	前年比成長率
法律	1.34%	+823%
金融	1.21%	+612%
ヘルスケア	0.89%	+445%
SMBツール	0.76%	+389%
保険	0.68%	+356%

AI経由のコンバージョン率

数倍

オーガニック検索比(業種横断)

AIで来た相談者は、成約に近い段階で訪れる。

Semrush ②

出典 ① superprompt.com/blog/ai-traffic-up-527-percent-how-to-get-cited-by-chatgpt-claude-perplexity-2025 ② semrush.com/blog/ai-search-seo-traffic-study

※ 海外・業種横断の調査に基づく参考値で、日本の法律事務所の実数ではありません。

なぜ「法律事務所に」特に効くのか

AI検索が評価する軸と、弁護士の強みが構造的に一致する。

法律はAI集客が最も伸びている

400サイト超の調査で、AI経由流入は法律が伸び(前年比+823%)・流入比率(総セッション1.34%)とも業種別トップ。需要が他業種に先んじて立ち上がっている。



AIは「信頼できる専門家」を引用する

AIはE-E-A-T＝経験・専門性・権威性・信頼性を厳しく見るため、汎用的な解説記事より、実在の専門家が引用される。



弁護士はその条件を初めから満たす

資格・実務経験・取扱実績・監修は、AIが求める信頼シグナルそのもの。多くの事務所は「信頼はあるのに可視化できていない」だけ。整えれば“引用される側”に回れる。

※ 出典: Superprompt 2025(S7と同じ)。E-E-A-T＝Googleが示すコンテンツ評価の観点で、単独の順位指標ではない。

実践

検索から「回答」の時代へ。 GVA 法人登記が実践してきた LLMO/AEOのリアル

何をして、何が起きたかー 施策・成果・つまずき

登壇 有賀 之和 (GVA TECH 取締役・登記事業管掌)

本日も話している内容

GVAシリーズとして 2019年以降、 SMBユーザー向けに法務手続きを支援

GVA 法人登記 / GVA 商標登録 /
GVA 労務書類 / GVA 登記簿取得 /



本セミナーについて

GVA 法人登記を中心に、SEO～LLMO (AEO) の実施内容をお伝えします

コンサル的な体系性・網羅性よりも
実際にやってきたことを重視した内容を意識

LLMOを自ら実践した当事者として、施策の実態をセミナー時間に絞って紹介します。

LLMO(AEO)とは？

LLMO / AEO (Large Language Model Optimization / Answer Engine Optimization)

生成AIやAI Overviewsでの「言及・推薦・アクセス」を最大化する取り組み

GA4に「AIアシスタント」チャンネルが登場 (2026年6月～)

検索→ソーシャル→AIと、重要チャンネルは時代ごとに拡張されてきた。AIアシスタントもすでに無視できないチャンネルになりつつある。

1	Organic Search	93,117 (79.7%)
2	Paid Search	12,716 (10.88%)
3	Direct	8,236 (7.05%)
4	Referral	1,743 (1.49%)
5	Cross-network	1,665 (1.43%)
6	AI Assistant	273 (0.23%)

LLMOが注目される背景

Google検索のAIOによるゼロクリック増加により
Webサイトへの来訪数が減少。

一方、世界的な生成AI利用ユーザーの急増を背景に
AIの回答経由の来訪、認知アップが発生。

また、集客だけでなく、生成AIによる業務自体への影
響も大きくなっている。

AIに実際に聞いてみると ...

「役員重任登記 自分で」 — AI Overviews / Gemini表示例

Google検索「役員重任登記 自分で」

3. 法務局へ申請する

必要書類と収入印紙を揃えたら、管轄の法務局へ提出します。 [free](#)

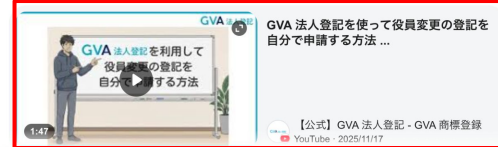
- 提出方法：窓口へ直接持参、または郵送（書留やレターパックなど追跡可能なもの）で提出します。
- 期限：重任の効力発生日（株主総会で決議した日）から2週間以内です。期限を過ぎると、裁判所から「登記懈怠」として過料（罰金のようなもの）が科されるリスクがあります。 [touki-otassuke.com](#)

便利ツールを活用する

法務局のサイトで一から書類を作成するのが不安な場合や、専門家に依頼するコストを抑えつつ手間を減らしたい場合は、「GVA 法人登記」や「free登記」などのオンライン登記支援サービスを利用すると便利です。画面の案内に沿って入力するだけで必要な書類が自動作成され、郵送申請などのサポートも受けることができます。 [touki-otassuke.com](#)

法務局が提供する正式な様式や詳しい記載例については、[法務省の商業・法人登記申請手続ページ](#)をご参照ください。

登記申請ソフトの入力手順や、法務局での手続きの流れをわかりやすく解説した動画です：



Gemini

「役員重任を時間をかけずに労力のかからない方法」

役員重任の登記をやっていなくて税理士に指摘されました。司法書士に依頼したことがあるのですが、高かったのと、打ち合わせなどの時間をかけずに労力のかからない方法はありませんか？

「費用を抑えたい」「打ち合わせの時間を省きたい」「とにかく労力をかけたくない」というご希望であれば、「オンライン登記作成サービス」の郵送オプションを利用するのがベストな選択です。

司法書士のように事前の面談や電話調整をスケジュールに組み込む必要はなく、ご自身のタイミングでネットから数分入力するだけで完結します。

具体的なサービス（GVA法人登記、free登記、LegalScriptなど）を使うことで、どのように「時間」と「労力」を削れるのか、3つのポイントにまとめました。

サイト来訪・CVへの影響も出ている

GVA 法人登記のGA4 ユーザー獲得チャネル — AIアシスタントが急速に成長

1	Organic Search	122,573 (79.52%)
2	Paid Search	16,179 (10.5%)
3	Direct	11,016 (7.15%)
4	Referral	2,290 (1.49%)
5	Cross-network	2,234 (1.45%)
6	AI Assistant	430 (0.28%)

AIアシスタントチャネルの特徴

- ・全体6番目のチャネルへ急成長
- ・短期間での成長率が特に高い
- ・コンバージョン率も高水準

重要チャネルとして台頭しつつある

1	chatgpt.com / ai-assistant	325 (75.58%)
2	copilot.com / ai-assistant	54 (12.56%)
3	gemini.google.com / ai-assistant	23 (5.35%)
4	perplexity.ai / ai-assistant	16 (3.72%)
5	claude.ai / ai-assistant	12 (2.79%)

各LLMの内訳

知名度の高さに比例。
直接来訪はもちろんだが、リンクしない言及でも指名検索が発生。
ブランド認知への影響も考えられる。

GVA 法人登記でやったこと — 3つのステップ

STEP 01

①土俵を決める

自社のビジネスのターゲット・課題を総合し、強みを発揮できる領域を先に設計する

STEP 02

②エンティティの確立

その土俵に貢献できる存在として客観的・多角的に認識される状態かを確認する

STEP 03

③ファクト作り

専門性のエビデンスとなるコンテンツを着実に発信し、ファクトとエンティティを両輪で積み上げる

ただし、これらはSEO基盤があって初めて機能する。ステップを順番に積み上げていくことが重要。

その前に、まず必要なのが「そこそこの SEO基盤」

GVA 法人登記では、2019年以降、記事・動画コンテンツを継続的に発信

- ・多様な検索ワードからの来訪を確立
- ・YouTubeチャンネルでの動画コンテンツ
- ・専門記事による長期的な集客

AIクローラーにも正しく読まれる土台を
ある程度作っておくことが重要
→最低限、事務所Webサイトがある状態



株主総会議事録 ひな形	77 (0.36%)	代表取締役会長	取締役会 書面決議	取締役社長 代表取締役社長 違い
常務とは	71 (0.33%)	商業登記簿謄本とは	定時株主総会議事録	合同会社 議事録
登記簿謄本 コンビニ	71 (0.33%)	履歴事項全部証明書	常務 専務	役員変更登記申請書
代表取締役 代表取締役社長 違い	66 (0.3%)	取締役会議事録 押印	登記事項証明書 履歴事項全部証明書 違い	東京法務局 アクセス
定時株主総会議事録 テンプレート	63 (0.29%)	登記とは	取締役決定書	株主総会議事録 役員報酬

自社が強みを発揮できる土俵(領域)を設計する

GVA 法人登記の場合:

「費用や手間をかけずに自分で法人変更登記を申請することを支援するサービス」

ポイント

- ・自社のターゲット・課題から「強みを発揮できる場所」を決める
- ・ちょうどいいレベルに絞る。抽象度を上げると難易度が高くなる(SEOというビッグワード)
- ・LLMOはニッチな質問・複雑な文脈でも対応できるため、特定領域への特化が有効

「土俵」設計の手順

- ① 自社のビジネスモデル・得意分野を整理
- ② ターゲットユーザーが抱える具体的な課題をリストアップ
- ③ 両者が重なる「勝てる領域(USP)」を定義する

土俵につながる入口(キーワード)をリストアップする

例:「自分で変更登記申請すること」に紐づく要素

費用

必要書類

ひな形・書式

登録免許税

やり方・手順

自分で申請

申請書の作り方

オンライン申請

法務局

これらを「カテゴリーエントリーポイント」としてファクト作りの設計図に活用する

土俵の具体例

土俵の例:

シード期の共同創業者間トラブル・資本政策のアドバイス

この土俵が解決できる質問の例

「3人で合同会社を作ったのですが、1人が音信不通になりました。その人の持っている持分(出資金)を買い取りたいのですが、定款に何も書いていません。どうすればいいですか？」
だれにアドバイスを求めるべきですか？

カテゴリーエントリーポイントの例

- ・共同創業者 株式 割合
- ・創業メンバー 持ち株比率
- ・創業株主間契約 ひな形
- ・共同創業者 契約書
- ・共同創業者 辞める 株式
- ・創業メンバートラブル 株
- ・スタートアップ 役員 退任 株式買取

ニッチな質問でも、AIはテキストで回答できる。「土俵」を研ぎ澄まし絞ることで、AIへの言及率が高まる。

AIに「信頼できる実在する存在」として認識されること

その土俵に貢献できる存在として、客観的・多角的なシグナルで認識されている状態をつくる

Web

Webサイト・プロフィール

ウェブサイト、書籍、寄稿、セミナー登壇など

Link

第三者からのリンク・言及

メディア掲載・専門誌・パートナーからの引用

Review

Googleクチコミ

実際のクライアントからのレビュー・評価

SNS

SNSでの言及

X・LinkedIn・YouTubeでの活動と言及

PR

プレスリリース

業界調査・独自データのプレスリリース発信

EEAT

EEAT(専門性・権威性)

法律分野はEEATの適性が元々高い

「広告出稿しておくこと」も意外に有効

土俵における優位をサポートする、 専門性のエビデンスとなるコンテンツを着実に発信

01

記事・動画・SNS・書籍など

土俵に対して専門性があることのエビデンスとなるコンテンツ。Q&A形式はAIが参照しやすい。

02

事例・お客様インタビュー

実際のサービス利用者の声・解決事例。EEAT強化とAIへの信頼シグナルになる。

03

調査リリース

業界調査・独自データのプレスリリース。第三者メディア掲載＝エンティティ強化。

04

サービスサイト・QAコンテンツ

費用・手順・実績など、AIが直接引用しやすい一次情報をHTML本文に記載。

つまり「自社・自分だからできること」を意識する

× 誰でもできること

- 汎用的な法律解説記事を書く
正解が決まっており差別化しにくい
- SEO事業者にも上位表示を依頼
- とにかくリスティング広告を出稿する
- とりあえず弁護士紹介サイトに掲載

従来のSEO対策は
こっちでした

○ 自社だからできること

- 特定の課題を解決するサービスを提供している
- 実際のサービス利用者がいて、問題解決に貢献している
- 事務所のメンバーを深掘りするコンテンツ
- これらを表現する情報が発信されており、第三者的な場所でも裏付けられている

[illegible]

付箋でご案内・印紙の貼付

申請受理の書類同封

法務局宛ての
レターバックを同封

まるごとおまかせプラン利用で、申請から登記完了までをフルサポート

GVA TECH(株) (GVA 法人登記)

日本、〒105-0001 東京都港区虎ノ門3丁目4-7 虎ノ門36森ビル 8階

[クチコミを書く](#)

3.6
★★★★☆
37 件のクチコミ
①

[すべて](#)
[司法書士 5](#)
[speedy response 3](#)
[smooth process 2](#)
[ease of use 2](#)

+6

並べ替え

[関連度順](#)
[新規順](#)
[評価の高い順](#)
[評価の低い順](#)

尾松 源
3 件のクチコミ・4 枚の写真

★★★★☆
3 か月前

会社の登記変更に伴う登記手続きで利用しました。

ガイドが丁寧で、専門知識があくてもスムーズに進められた点が非常に良かったです。必要書類の作成も効率的で、時間の節約につながりました。

オンラインでここまで完結できるのは大変助かります。

PR TIMES

プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES

プレスリリースを受信

[Top](#)
[テクノロジー](#)
[モバイル](#)
[アプリ](#)
[エンタメ](#)
[ビューティー](#)
[ファッション](#)
[ライフスタイル](#)
[ビジネス](#)
[グルメ](#)
[スポーツ](#)

GVA TECH株式会社

会社概要

GVA 法人登記の補正率についてアンケート調査を実施。約10％の利用者が登記申請後に補正を求められたことがあとと回答

GVA TECH株式会社
2023年12月4日 10時00分

「GVA 法人登記」などのリーガルテックサービスの開発・運営を行うGVA TECH株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：山本 貴）は、このたび「GVA 法人登記の利用企業303社を対象に、GVA 法人登記で登記申請書類を作成したものの補正（修正）率や補正理由についてアンケート調査を実施しました。

SEOの延長ではなく、Web全体の評判・総力戦になる

まとめ: AI時代に選ばれる法律サービスへ

今は「検索」から「AIへの問いかけ」へ移行する過渡期。変化に備えLLMO/AI検索の表出の蓋然性を高める活動を習慣化できるかがポイント

01. LLMO(AEO)対策の重要性

無視できない新規流入チャネルとしての AI

LLMやAI overviewsはユーザーの「意思決定」に直接介入します。

従来のSEOに留まらず、AIに"言及・推薦"されるための構造化データの最適化と、Web上の客観的事実(実証データ)の蓄積が重要度を増しています。

02. GVA TECHの実践アプローチ

現実的なアクションを重視

理論的な網羅性よりも「実際に自社サービス(GVA法人登記等)で検証し、効果のあった具体的な施策」を継続することが、事業者としてまずやるべきこと。

そのためにまずは自社が AIにどう評価されているかの現状把握から始めましょう。

従来SEOのような単発の外部施策だけではなく、日常的な活動として実施できている状態づくりが重要です。

翻訳

法律事務所として、何を行うべきか

GVA 法人登記の実践を、法律事務所向けに翻訳する

登壇 **山本 俊** (GVA TECH 代表取締役・弁護士)

GVA法人登記の3ステップを、事務所の言葉に翻訳

ステップ	GVA法人登記	法律事務所版
① 土俵を決める	費用や手間をかけず「自分で変更登記」を支援する領域に絞った	受任に近い「相談クエリ」で、勝てる領域を定義する
② エンティティ確立	客観的・多角的なシグナルで「実在し信頼できる」と認識される	弁護士の資格・実績・監修を、Web全体で可視化する
③ ファクト作り	専門性のエビデンスとなるコンテンツを着実に発信	引用される一次情報ページ(費用・流れ・事例・FAQ)を持つ

土俵を決める — 受任に近い「相談」で勝てる領域を絞る

設計の単位を変える

「キーワード」ではなく、依頼者の自然文の相談（intent）で設計する。

ちょうどよい粒度に絞る

地域 × 分野 × 依頼者像。抽象度を上げると難易度が上がる（SEOのビッグワードと同じ）。

ニッチでも、AIは答える

複雑な相談にもAIはテキストで回答できる。特定領域への特化が言及率を高める。

弱い質問 < 強い質問（受任に近いほど優先）

弱い（認知）	強い（受任に近い）
「離婚とは」	「離婚 弁護士費用 相場」
「残業代について」	「未払い残業代 弁護士 依頼」
「相続の基礎知識」	「遺産分割 もめたとき 弁護士」

STEP 02

エンティティを築く — 弁護士の信頼を可視化する

汎用的なSEOではなく、**弁護士ならではの一次情報と権威** で「信頼」を裏づける。

Web

事務所サイト・弁護士プロフィール（経歴・登録番号・取扱分野）。日弁連の弁護士検索とも一致させる。

Link

ポータルサイトへの掲載、業界 / 地域メディア・寄稿。事務所名・登録番号を統一。

Review

適正なGoogleクチコミ・依頼者の声。

SNS

X・YouTube等で専門解説を発信し、指名検索・第三者言及を増やす。

PR

専門分野の独自データ・調査をプレスリリースで発信。法律・業界メディアの第三者掲載で強化。

EEAT

「弁護士〇〇（登録番号）監修」を明示。判例での代理実績・弁護士会の役職で裏づけ。

ファクト作り – AIが安心して引用できる一次情報を持つ

法律事務所の引用されやすいページの作り方

- 結論・要点を冒頭に(相談内容・費用感・進め方)
- 1ページ1テーマ・質問形の見出し(「離婚の弁護士費用はいくら?」)
- 費用・期間・流れを表で明示／主張に根拠(条文・判例・公的統計・自所実績の数字)
- 「向いている相談／向いていない相談」を明記
- 著者・監修弁護士・更新日を示す(E-E-A-Tの可視化)

技術前提

どれだけ良い内容でも、AIが読めなければ引用されない。費用表・事例を画像やPDFだけに閉じ込めず、必ずHTML本文に記載する。

※ 出典: Aggarwal et al.「GEO: Generative Engine Optimization」(KDD 2024)。GEO-bench上の「可視性」指標で、流入・受任の増加を保証するものではありません。

「自分たちだからできること」に集中する



誰でもできること

- 汎用的な法律解説記事を量産する
(正解が決まっており、差別化しにくい)
- SEO業者に上位表示を丸投げ／惰性のリスティング
- とりあえず弁護士紹介サイトに掲載するだけ



自分たちだからできること

- 特定の課題を解決している実績がある
- 実際の依頼者がいて、解決に貢献している
- それを発信し、第三者の場でも裏付けられている
(受賞・専門認定／書籍・寄稿／メディア掲載／弁護士会の役職 等)

明日から、まず何を始めるか

01 現状把握

主要な相談クエリで、自所がAIにどう見えているか(言及・推薦・正確性)をまず確認する。

02 クエリの棚卸し

受任に近い相談クエリを、地域×分野×依頼者像で書き出す。意思決定の直前の質問を優先。

03 一次情報の整備

費用・流れ・事例・FAQを“規程を守って”具体的に。質問形の見出し+数字の根拠で書く。

ご清聴ありがとうございました

希望しかないLLMOの荒波をともに乗り越えましょう

※アンケート回答いただいた方には本日の資料を配布させていただきます。

お知らせ:「ベンパル LLMO/AI検索 スターターパック」開始します！

GVA 法人登記・GVA 商標登録・GVA 登記簿取得などリーガル領域でのノウハウ・経験をベースにしたコンサルティングサービス。本セミナーの3ステップの実行を伴走する、

3ヶ月でLLMO施策を自走できる状態づくりを支援する速習コンサルティング

😊 セミナー参加者限定！ 初期費用割引特典あり

ベンパルLLMO/AI検索 スターターパック

3ヶ月

たった3ヶ月でLLMO施策を自走へ。

「3ヶ月でLLMO施策3つのステップを自走できる状態づくりを支援する速習コンサルティング」

STARTER PACK

【初期費用】 10万円

【月額費用】 15万円 / 月

【3ヶ月合計費用】 計 55万円

1ヶ月目

土俵を決める



ターゲット・課題を分析し
強み領域を設計

2ヶ月目

エンティティの確立



多角的な認識を獲得し
信頼を構築。タスク実行

3ヶ月目

ファクト作り・自走



専門性のエビデンスを
積み上げ、発信を標準化・自走
モニタリングできる体制へ

オプションプラン



記事作成プラン

【費用】 1本5万円

【内容】 スターターパックで決めた方針に完全に合致した記事を作成。

【備考】 ※記事内容の監修は除きます。



サービス紹介用ランディングページ(LP)作成

【費用】 1 ページ 20 万円

【内容】 事務所の特長をヒアリングし、LLMOを重視したページを作成。

【備考】 ※Cloudflareでのページ公開支援は+10万円（ドメイン費用は除く）。



自走フェーズ相談プラン

【費用】 5万円 / 月

【内容】 3ヶ月のコンサル終了後の継続的な相談サポート（チャット形式）。

【備考】 ※原則SlackもしくはChatwork上での対応となります。



事例記事編集サポート

【費用】 20万円 / 1回

【内容】 LLMO施策に合わせたクライアントへの直接インタビューおよび記事編集。

【備考】 ※記事内容の監修は除きます。

GVA TECH株式会社（東証グロース上場）

〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-4-7 虎ノ門36 森ビル 8階

☎【お電話でのご相談】 03-6276-5066

🔗【Webからのお問い合わせ】 <https://benpal-legal.com/contact/>



NotebookLM