

防災グッズECサイト SEO対策

防災グッズECサイトの SEO/LLMO対策完全ガイド

まだ誰も取っていないKWで差をつける方法

約12万KWの実データ分析から見えた「主要企業の伸びしろ」を徹底解説

3倍 CV増加実績
(4ヶ月で9件→52件)

12万KW 調査・管理した
キーワード数

40~50% AI活用による
施策コスト削減率

監修：Marche（マルシェ）SEOチーム | 2026年4月 ※クライアント実績（2026年）

防災需要の急拡大

能登半島地震（2024年）以降、防災グッズへの関心が急速に高まり、国内防災関連EC市場は拡大が続いている。検索ボリュームは災害発生後に一時的に急増し、**平時でも継続して高い需要**が維持されている。

コスト効率の高さ

広告と異なり、SEOは**一度上位を獲得すれば継続的に集客**できる。EC運営において広告費を圧縮しながら安定した集客を実現できる唯一に近い手段。

検索ユーザーの高い購買意欲

「防災セット 家族4人」などと検索するユーザーは**すでに購入意欲が高い状態**にある。CVRが非常に高い集客チャネルであり、SEO投資の費用対効果は特に高い。

顕在ニーズとの一致

検索ユーザーのほぼ全員が「今すぐ揃えたい」「何を買えばいいか知りたい」という**具体的なニーズ**を持っており、成約率が高い。

POINT

防災グッズECのSEO最大のメリットは「検索＝購買ニーズの顕在化」。広告と異なりユーザーが自ら検索してくるため成約率が高く、SEO投資の費用対効果は特に高い。

1

対象者・シーン × 防災グッズ ターゲットKW

ニーズが明確で購買率が高いカテゴリ。ターゲット層ごとにLPを設けることで細かいニーズに対応できる。

防災セット 家族4人 | 一人暮らし 防災グッズ

会社 防災備蓄 | 赤ちゃん 防災グッズ

マンション 防災グッズ | 高齢者 防災セット

ペット 防災グッズ

2

商品カテゴリ × 用途・特性 商品軸KW

具体的な商品カテゴリに用途・特性を掛け合わせたKW。商品ページのSEO最適化と組み合わせると効果的。

非常食 5年保存 | 防災リュック 軽量

携帯トイレ 災害用 | 非常食 アレルギー対応

防災グッズ 賞味期限 長い | 防水 防災ポーチ

備蓄食料 まとめ買い

3

情報・まとめ系 情報収集KW

購入検討段階のユーザーを取り込む。コンテンツ記事として展開し購買ページへ内部リンクを設置するとCVにつながる。

防災グッズ チェックリスト

地震 備え 最低限 | 防災 何日分 必要

防災セット おすすめ | 非常食 ランキング

防災グッズ 費用 目安 | 地震対策 グッズ 一覧

次のステップ:「防災グッズ」「非常食」などの1~2語KWはすでに上位を確保している。一方、3~5語の複合KWにはまだ大きなシェア獲得余地が残されており、次の成長領域として対策を加速させることが重要。

前提

防災グッズは「命に関わるジャンル」として、Googleの評価基準が厳しいカテゴリ。**E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）**を意識した設計が必須であり、防災士資格・監修者情報・購入者レビューの充実が差別化の鍵となる。

1

一次情報・独自データを含める

自社の販売実績・購買者の声・実際の使用レビューなど**他サイトには書けない情報**が評価の鍵。Googleは「一次情報を持つコンテンツを高評価する」方向へシフト（2025～2026年傾向）。防災グッズは実際の使用経験や専門的な知識が信頼性に直結するため特に有効。

2

著者・専門家情報を明示する

防災士の資格保有者や監修者のプロフィール、自治体推奨品の掲載など。**信頼性（Trust）の担保**がこのジャンルでは特に重要。

3

定期的なリライトで「実質的な更新」を行う

日付だけの更新はGoogleに見抜かれる。防災グッズは賞味期限・規格変更・新製品発売などが頻繁にあるため、**実質的なコンテンツ更新**と合わせてリライトすることが必要。

技術SEO — 押さえるべき3点

① XMLサイトマップの登録

Search Consoleに登録することで新規商品ページのクロール速度が向上。商品数が多いECサイトほど効果が大きく、必須の対策。

→ Search Console > サイトマップ から送信

② Core Web Vitals (LCP) の最適化

スマートフォン検索が多い防災グッズ市場では表示速度が特に重要。商品画像が多いECサイトはファーストビュー画像の最適化が課題になりやすい。

→ PageSpeed Insights の Opportunities を優先対応

③ 重複コンテンツへの対処

「防災セット 3人家族」「防災セット 家族 3人分」など表記違いで類似ページが量産されると重複コンテンツとみなされるリスクがある。canonicalタグを適切に設定。

→ ページごとに固有コンテンツを付加し canonical を設定

KPI設定とROI換算の考え方

月間検索ボリューム × 想定CTR × CVR = 月間CV数

月間CV数 × 客単価 (平均購入単価) = ROI換算

$$\begin{array}{ccccccc} 10,000\text{回} & \times & 5\% & = & 500\text{件} & \times & 2\% & = & 10\text{件} \\ \text{月間検索数} & & \text{3位CTR} & & \text{月間訪問数} & & \text{CVR} & & \text{月間CV} \end{array}$$

月10件 × 客単価5,000円 = 月50,000円の売上貢献。広告のCPAと比較することでSEO投資対効果を説明できる。

防災グッズEC関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。楽天・mybest・無印良品などが上位を占め、上位企業の顔ぶれはほぼ固定されている。

順位	ドメイン	1位獲得数	シェア
1位	search.rakuten.co.jp	2,991件	13.57%
2位	my-best.com	2,135件	9.69%
3位	itumosimo.jp	763件	3.46%
4位	www.muji.com	718件	3.26%
5位	hands.net	699件	3.17%
6位	www.onisifoods.co.jp	589件	2.67%
7位	ranking.rakuten.co.jp	529件	2.40%
8~10位	food.biglobe.ne.jp 他2社	1,293件	5.86%

上位10社の合計シェア **約58%**

上位10社に名を連ねる主要な企業でも、語数別に分解すると取り切れていない大きな伸びしろが見えてくる →

※ Marche社調査データ（2026年）。全調査KWに対する1位獲得件数・シェアを集計。

防災グッズ × 属性・特性 × 価格帯 (3語)

26.9%

商品カテゴリ × 属性・特性 × 対象者 (3語)

27.1%

商品カテゴリ × 価格帯 × 情報形式 (3語)

24.4%

商品カテゴリ × 対象者 × 情報形式 (3語)

18.1%

商品カテゴリ × ブランド × 対象者 × 情報形式 (4語)

19.8%

結論

語数が増えるほど、主要な企業のシェアも低下している。3~4語の掛け合わせKWでは上位10社のシェアが18~27%まで低下。業界トップ企業でも、長尾KWには70~80%以上の未獲得領域が残っている。

✓ すでに上位を確保している1~2語KW

シェア高

防災グッズ おすすめ | 非常食 ランキング | 防災セット 人気

備蓄食料 まとめ | 防災グッズ 備蓄 | 地震対策 グッズ

非常食 セット | 防災リュック 人気

多くの主力企業がすでに強固なポジションを持つKW群。引き続き維持しながら、次の層への拡張を図る段階にある。

✓ 競合シェアが低い3~4語KW

シェア18~27%

防災セット 家族4人 賞味期限 長い

非常食 アレルギー対応 子供 おすすめ

防災リュック 一人暮らし 女性 軽量

携帯トイレ マンション 備蓄 何個

防災グッズ 赤ちゃん 0歳 必要なもの | 会社 防災備蓄 法律 何日分

備蓄 100均 シニア おすすめ | 非常食 5年保存 コスパ 最安値

防災グッズ 女性 一人暮らし 軽量

備蓄 マタニティ 非常食 おすすめ

防災セット ペット 犬 必要なもの

地震 備え 最低限 チェックリスト

主要な企業でもまだ十分に対策できていない高CVR領域。既存の強みを活かしながら今すぐ着手することで、大きなCV上乗せが見込める。

「防災グッズ」

情報収集段階

CVR 低



「防災セット おすすめ」

比較・検討段階

CVR 中



「防災リュック 一人暮らし 女性 軽量」

購入先を絞り込む段階

CVR 非常に高い

CV率が高い理由

「0件表示」でも需要は存在する

キーワードプランナーで月間検索数「0~10」表示でも、実際には月10~50件の検索が発生するケースは多い。「検索なし=需要なし」と判断すると隠れた需要を丸ごと見逃す。

語数が多い=ニーズが明確

語数が多いほど購買意欲が高くCVRが非常に高くなる傾向がある。少ない検索数でも成約率が10倍・20倍になれば十分な集客効果が得られる。

Google検索の約54%は3語以上のクエリ (Google公式調査)

AIで自動化できるSEO施策

- ✓ 対策KWの洗い出しと優先度付け
- ✓ 各KWに対応した記事・商品説明文の構成設計
- ✓ 競合と差別化する一次情報の挿入指示
- ✓ 月次の順位変動レポート自動生成

3倍

CV数を4ヶ月で増加
(9件→52件、2026年)

40~50%

施策コスト
削減率

無料プレゼント

多くの主力企業がまだ取り切れていない 次の成長KWとドメイン別順位データを 無料でもらう

防災グッズEC関連約22,000KWの調査データから「主要な企業がすでに持つ強みを活かして、さらにシェア拡大できるKW」と、各KWで現在1～10位を獲得しているドメイン一覧をまとめました。通常7万円相当のデータを今なら無料でご提供。

無料でKWデータを受け取る →

※ 下記よりお受け取りください（1～2営業日以内にお送りします）