

大きいサイズ専門アパレルECサイト SEO/LLMO対策

# 大きいサイズ専門アパレル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)

**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）

### 成長市場 × EC化率の上昇

国内アパレルEC市場は**2024年度で約2.8兆円・EC化率23.4%**に達し拡大を続けている。大きいサイズ専門ECは実店舗の少なさからECへの依存度が特に高く、検索流入の獲得が売上に直結する。

### 「試着できない」不安を検索で解消する層

大きいサイズユーザーは購入前に**サイズ感・着用感・体型別コード**を検索で念入りに調べる傾向がある。この情報収集段階で接触できれば、購買意欲の高いユーザーを継続的に獲得できる。

### コスト効率の高さ

広告と異なり、**一度上位を獲得すれば継続的に集客**できる。大きいサイズアパレルはリピート率が高く、一度信頼を得た顧客は季節ごとに再訪するため、SEO投資の累積効果が非常に大きい。

### 顕在ニーズとの一致でCVRが高い

「40代 ぽっちゃり 結婚式 ドレス 通販」のように**体型の悩み × 利用シーン**を組み合わせる検索するユーザーは購買意欲が非常に高く、専門ECが最も強みを発揮できるチャンネル。

#### POINT

大きいサイズ専門アパレルECのSEOの最大の強みは「**悩みが明確なユーザーが自ら検索してくる**」こと。切実なニーズを持つユーザーは購買意欲が高く、専門ECとしての品揃えと情報量で総合モールには真似できないポジションを築ける。

1

### Do系KW：購買意図フェーズ (サイズ × 商品カテゴリ)

購入先を探しているユーザーが検索するKW。サイズ展開の深さ（5L・6L以上）で差別化を図る。

3L ワンピース 通販 | 4L ニット 通販

大きいサイズ スーツ メンズ

ぽっちゃり ジャケット 通販

5L レディース トップス

大きいサイズ パンツ 洗える

6L 服 レディース 通販

大きいサイズ デニム 専門店

2

### Know系KW：情報収集フェーズ (体型 × ブランド比較)

購入前に情報を得るための検索。専門ECとしての知識・スタイリスト監修情報で信頼を獲得する。

大きいサイズ 通販 おすすめ

ぽっちゃり ブランド 比較 | 3Lとは 何センチ

着やせ ファッション 体型カバー

ぽっちゃり 似合う 服

大きいサイズ どこで買う

ぽっちゃり コーデ 秋冬

プラスサイズ ブランド 国内

3

### 利用シーン × 体型の悩み (ブルーオーシャン領域)

購買意欲が最も高い層が検索する。上位10社のシェアが30%台と最も参入余地が大きい領域。

結婚式 ぽっちゃり 服装 マナー

卒業式 大きいサイズ ママ 服装

40代 ぽっちゃり 着やせコーデ

通勤 大きいサイズ スーツ 女性

冬 ぽっちゃり アウター 選び方

デート 大きいサイズ おしゃれ

大きいサイズ 転職 スーツ 女性

夏 ぽっちゃり 着こなし 旅行

**次のステップ：**「大きいサイズ 通販」「3L ファッション」などの1~2語KWはすでに楽天・ニッセン・サカゼンが高いシェアを確保している。一方、3~5語の複合KWには大きな伸びしろが残っており、次の成長領域として対策を加速させることが重要。

## 前提

大きいサイズアパレルECは「試着できない不安を解消する情報」が最大の差別化ポイント。**着用者の身長・体重・サイズ感の詳細**など他サイトには書けない一次情報がGoogleのE-E-A-T評価を高める。

## 1

**着用モデルの体型情報・サイズ感の詳細記載**

着用者の身長・体重・ゆとりの量・丈感を詳細に記載したコンテンツが信頼性に直結。**複数アングルの着用写真・スタッフレビュー**をコンテンツ化することで検索評価も高まる。

## 2

**シーズン × 体型 × 利用シーンの掛け合わせコンテンツ**

「冬 ぽっちゃり アウター おすすめ 選び方」「春 大きいサイズ 結婚式 コーデ マナー」など季節・利用シーンと体型悩みを掛け合わせた記事は、**ロングテールKWを自然にカバー**しながら実購買層への訴求が高くなる。

## 3

**Q&A形式コンテンツでLLMO (AI検索) にも対応**

「大きいサイズとは何Lから?」「ぽっちゃりさんに似合うシルエットとは?」などのQ&A形式コンテンツは、ChatGPT・Gemini・Perplexityなどの**生成AI検索でも引用されやすく**、AI時代の新集客経路となる。

## 技術SEO — 押さえるべき3点

## ① サイズ・カテゴリ絞り込みページの重複コンテンツ対策

「3L」「4L」「5L以上」などフィルタリングURLが大量生成されるECに必須。  
canonicalタグで評価を代表URLに集中させる。

→ 売れ筋サイズ・カテゴリの代表URLを明確に定めて設定

## ② Core Web Vitals (LCP) の最適化

商品点数・サイズ展開が多いアパレルECは画像が多くLCPが低下しやすい。  
WebP変換・Lazy Load・CDN活用で速度改善。

→ PageSpeed Insights の Opportunities を優先対応

## ③ 商品ページの構造化マークアップ

Schema.orgで価格・在庫・レビューを記載しリッチスニペット表示を狙う。販売終了商品は301リダイレクトで処理。

→ Googleリッチリザルトテストで確認

## 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 (購入件数)

月間CV数 × LTV (客単価 × 平均購買回数) = 売上インパクト

$$\begin{array}{ccccccc} 3,000\text{回} & \times & 5\% & = & 150\text{件} & \times & 2\% & = & 3\text{件} \\ \text{月間検索数} & & \text{3位CTR} & & \text{月間訪問数} & & \text{CVR} & & \text{月間CV} \end{array}$$

月3件 × 客単価8,000円 × 年間4回購買 (LTV32,000円) = 月96,000円の売上貢献。リピート率の高いアパレルはLTV換算でROIが特に高い。

大きいサイズアパレル関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。上位10社の顔ぶれはほぼ固定されており、楽天に次ぐ2~4位を専門ECが占める構造は他EC市場と比べても特徴的。

順位	ドメイン	1位獲得数	シェア
1位	search.rakuten.co.jp	1,313件	28.5%
2位	www.nissen.co.jp	223件	4.84%
3位	www.sakazen.co.jp	220件	4.78%
4位	www.clubd.co.jp	159件	3.45%
5位	www.bigsize.co.jp	79件	1.71%
6位	storyweb.jp	75件	1.63%
7位	zozo.jp	72件	1.56%
8位	www.amarilyn.co.jp	68件	1.48%
9位	wear.jp	67件	1.45%
10位	www.magicmachine-rs.com	58件	1.26%

上位10社の合計シェア **約51%**

ニッセン・サカゼン・CLUBDなど専門ECが上位4位以内に入っており、専門性を持つアパレルECが大型モールに匹敵するシェアを獲得できる市場構造となっている。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。

## 「KWパターン別」に分解すると見えてくる、主要企業の伸びしろ

サイズ × 利用シーン × 商品カテゴリ × 属性・素材 (4語) 例: 3L フォーマル ワンピース 洗える **90.65%**



サイズ × 商品カテゴリ × 属性・素材 (3語) 例: 大きいサイズ スーツ メンズ **89.06%**



体型・年代 × 商品カテゴリ × ニーズ・悩み (3語) 例: ぽっちゃり ワンピース 着やせ **55.73%**



ニーズ・悩み × その他 × 体型・年代 (3語) 例: 着やせ コーデ 40代 ぽっちゃり **45.57%**



利用シーン × ニーズ・悩み × その他 (3語) 例: 結婚式 ぽっちゃり 服装 マナー **30.55%**



結論

KWパターンが変わるだけで競合状況はまったく異なる景色になる。「利用シーン × ニーズ・悩み」の3語掛け合わせでは上位10社のシェアが30%台まで低下。約70%が未獲得のまま残っており、専門ECとしての強みが最も活きるフィールド。

✓ **すでに上位を確保している2~3語KW**      **シェア89~91%**

3L パンツ 通販      大きいサイズ スーツ メンズ

4L ワンピース 通販      大きいサイズ ニット 洗える

ぽっちゃり ジャケット 通販      3L フォーマル ワンピース

大きいサイズ コート 秋冬      5L レディース トップス

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、利用シーン系の次の層への拡張を図る段階にある。

✓ **取り切れていない成長KW (3~4語)**      **シェア30~46%**

結婚式 大きいサイズ 服装 マナー      職場 ぽっちゃり 通勤コーデ

卒業式 大きいサイズ ママ      40代 ぽっちゃり 着やせコーデ

デート 大きいサイズ おしゃれ      冬 ぽっちゃり アウター 選び方

大きいサイズ 転職 スーツ      夏祭り 浴衣 大きいサイズ

ぽっちゃり 体型カバー ワンピ      お宮参り 大きいサイズ ママ

主要な企業でもまだ十分に対策できていない高CVR領域。利用シーン × 体型の悩みを持つユーザーは購買意欲が最も高く、専門ECとしての強みが直接活きる。

「大きいサイズ 通販」

情報収集段階  
CVR 低

「ぼっちゃり ワンピース 着やせ」

比較・検討段階  
CVR 中

「40代 ぼっちゃり 結婚式 ドレス 通販」

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「0~10」表示のKW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」と判断すると高CVRの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「サイズ・体型・利用シーン・予算まで絞り込んだ段階」のユーザーで、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10~20倍になれば十分な集客効果が得られる。

## AIで自動化できるSEO施策

- ✓ サイズ × 体型 × 利用シーンの膨大な掛け合わせKW洗い出し・優先度付け
- ✓ 各KWに対応した記事の構成設計（シーズン別・体型別コーデ提案）
- ✓ 競合と差別化する一次情報（スタイリスト監修・着用感レビュー）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  
(クライアント実績・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 取り切れていない成長KWとドメイン別順位データを 無料でもらう

大きいサイズ専門アパレルEC関連約12万KW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）