

オフィス家具EC SEO対策

オフィス家具ECの SEO/LLMO対策完全ガイド

まだ誰も取っていない商品KWで差をつける方法

約3,000KWの実データ分析から見えた「専門EC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)

3,000KW

調査・分析した
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（2025年）

オンライン購入が拡大

働き方の多様化でチェア・デスク・web会議ブースをオンライン比較・購入する企業が増加。検索流入が売上に直結。

検索の複合化が進行

「オフィスチェア おすすめ」だけでなくアイテム×メーカー×スペックの4~5語複合KWで探すユーザーが増加。

AI検索での引用機会

ユーザーがAIに条件・予算に合う商品を相談。メーカー横断の比較データを持つECが引用されやすい。

横断比較性が差別化軸

メーカー横断のスペック比較は1メーカー公式に出せない一次情報。SEO・AEO双方で評価される。

POINT

オフィス家具ECが持つアイテム別・メーカー別・スペック別の比較と価格データこそ、AI検索時代に引用される最大の強みになる。

1

アイテム軸

オフィスチェア・エルゴノミクスチェア・web会議ブースなどアイテムで展開する基本軸。

オフィスチェア おすすめ

エルゴノミクスチェア 比較

web会議ブース 販売 | 昇降デスク 通販

オフィスデスク 比較 | 会議用チェア

ブース 購入

2

メーカー・スペック軸

FlexiSpot・LOWYA・アイリスチトセなどのメーカーや、キャスター付き・収納付きなどの機能で絞る軸。

FlexiSpot | KANADEMOMO

アイリスチトセ | キャスター付き

収納付き | リクライニング | 折りたたみ

3

価格・用途軸

予算・価格・格安、執務用・来客用・休憩室などの価格や用途を掛け合わせる軸。

予算 | 価格 | 格安 | 執務用 | 来客用

休憩室 | 作業用

次のステップ：アイテム×サイズや購入方法の軸はECモール・メーカー公式が取り切っている。アイテム×メーカー×スペックの軸に最大の空白地帯が残っている。

前提

商品選びは**スペック・価格・在庫の正確さ**が要。構造化データと横断比較の差が、検索順位とAI引用の両方を分ける。

1

Product・Offer・Review構造化データ

メーカー・スペック・価格・在庫を機械可読に明示。検索エンジンとAI検索の双方が正確に理解できる。

2

メーカー横断のスペック比較表

利用シーン・組み立てやすさ・耐久性などの一次情報と横断比較表で、商品・カテゴリページの専門性を担保。

3

複合KW×メーカー・スペックへの迅速な対応

アイテム×メーカー×スペックのページは膨大。AIで構成設計と下書きを自動化し量産を現実的に。

技術SEO — 押さえるべき3点

① XMLサイトマップの登録

アイテム×メーカーページを量産する場合、Search Console登録でクロール速度が向上。必須対応。

→ Search Console > サイトマップ から送信

② Core Web Vitals (LCP) の最適化

スマホ検索が多く、商品画像が重いとランキングに影響。表示速度が重要。

→ PageSpeed Insights の Opportunities を優先対応

③ 重複コンテンツへの対処

類似商品ページ量産時はメーカー横断の比較情報を加え、canonicalを適切に設定。

→ メーカー別スベック・比較データを追加

KPI設定とROI換算の考え方

月間検索ボリューム × 想定CTR × 購入CVR = 月間購入数

月間購入数 × 平均購入単価 = ROI換算

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

月10件 × 平均購入単価 = SEO経由の月間売上貢献。広告のROASと比較してSEO投資対効果を説明できる。

オフィス家具関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。専門ECとECモール、メーカー公式が上位を占めるが、シェアは分散している。

順位	ドメイン / サービス名	1位獲得数	シェア
1位	オフィスコム	367件	10.0%
2位	楽天市場	296件	8.0%
3位	ハーマンミラー	220件	6.0%
4位	オフィスバスターズ	180件	4.9%
5位	FlexiSpot	124件	3.4%
6~10位	アスクル・家具屋蔵・kagg 他	414件	11.2%

上位5社の合計シェア **32.2%**

上位でもシェアは分散。軸を分解すると取り切れていない空白地帯がさらに鮮明に見えてくる →

※ Marche社調査データ（2026年）。オフィス家具関連 約3,000KWの1位獲得件数・シェアを集計。

製品名 × サイズ (FlexiSpot E7 奥行き / COFO Chair 省スペース)

56%

アイテム × 購入方法 (web会議ブース 一括購入 / エルゴチェア 大量購入)

55%

アイテム × スペック・機能 (web会議ブース 鍵付き / オフィスチェア 昇降)

51%

メーカー・ブランド (FlexiSpot / KANADEMONO / アイリスオーヤマ)

17%

アイテム × メーカー × スペック (web会議ブース アイリスチトセ キャスター付き)

17%

結論

メーカーとスペックを絡めるほど、主要ドメインのシェアが急落する。アイテム×メーカー×スペックでは上位3社シェアが17%まで下がり、専門ECが取りに行ける最大の空白地帯が残っている。

✓ すでに主要ドメインが強い軸

シェア最大56%

web会議ブース 一括購入

エルゴノミクスチェア 大量購入

FlexiSpot E7 奥行き

COFO Chair 省スペース

web会議ブース 鍵付き

オフィスチェア 昇降

web会議ブース 法人購入

オフィスチェア まとめ買い

✓ 競合シェアが低いメーカー×スペックKW

シェア17%前後

web会議ブース アイリスチトセ キャスター付き

エルゴノミクスチェア LOWYA 収納付き

web会議ブース ウチダ 折りたたみ

web会議ブース ニトリ 肘掛け

web会議ブース アイリスオーヤマ 販売

web会議ブース KANADEMOMO 購入

web会議ブース LOWYA 販売

web会議ブース エルゴヒューマン 価格

web会議ブース ハーマンミラー 費用

エルゴノミクスチェア FlexiSpot 予算

web会議ブース 無印良品 予算

web会議ブース 内田洋行 スタッキング

「オフィスチェア おすすめ」

情報収集段階
CVR 低

「エルゴチェア FlexiSpot 口コミ」

比較・検討段階
CVR 中

「エルゴチェア FlexiSpot 収納付き 予算」

絞り込み段階
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

アイテム×メーカー×スペックの複合KWはプランナー上で**検索ボリューム0**と表示されがち。だが実際には月10件前後の実需があり、「検索なし=需要なし」と判断すると隠れた需要を逃す。

語数が多い=ニーズが明確

アイテム・メーカー・スペックまで固めた利用者は**購入CVRが非常に高い**。
Google検索の約34%は4語以上のクエリ（Marche調査）

AIで自動化できるSEO施策

- ✓ 未対策KWの洗い出しと優先度付け
- ✓ アイテム×メーカー×スペックのページ構成設計
- ✓ 商品スペック・比較データを核にした差別化指示
- ✓ 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、2025年)**40～50%** 施策コスト削減率

無料プレゼント

多くの専門EC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

オフィス家具関連 約3,000KWの調査データから「主要ドメインのシェアが相対的に低く、コンテンツ整備で順位獲得できるキーワード」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）