

小柄女性用アパレル専門EC SEO/LLMO対策

小柄女性用アパレル専門EC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（2025年）

ニーズが明確なユーザーが検索してくる

「低身長に合う服が見つからない」という強い悩みを持つユーザーが自ら検索してくる。**CVRが非常に高い集客チャンネル**であり、SEO投資の費用対効果が高い。

LTV（顧客生涯価値）の高さ

小柄専門サイトへのロイヤリティが高く、「ここでしか合う服が見つからない」という**強い依存性とリピート率**が生まれやすい。LTVが大きい顧客層を獲得できる。

SNS・大型モールとの差別化

WEARや楽天が支配するコーデ・購買KWに対し、**骨格診断×パーソナルカラー×小柄サイズ**を掛け合わせた複合KWでは専門ECの参入余地が残っている。

継続集客とコスト効率

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。特に小柄特化コンテンツはSNSや大型モールが真似しにくく、長期的な優位性を築きやすい。

POINT

小柄アパレルECのSEOの最大の強みは「**悩みが非常に明確なユーザーが自ら検索してくる**」点。骨格診断・パーソナルカラーと小柄サイズを組み合わせた専門コンテンツは、大型プラットフォームには真似できない競争優位の源泉になる。

1

Know系KW 情報収集フェーズ

スタイリング・カラー・アイテムの3軸で専門コンテンツを作り、Doフェーズへ誘導する。

- 低身長 似合う服
- 小柄 スタイルアップ
- 骨格ウェーブ 低身長
- 150cm コーデ 大人
- 低身長 骨格診断
- 小柄 着やせ コツ
- 低身長 秋冬 コーデ
- 150cm 骨格 スタイル

2

Do系KW 購買意図フェーズ（最優先）

購入先を決めようとしている段階。専門ECならではの深い商品説明・丈感情報で差別化。

- 低身長 ワンピース 通販
- 小柄 ニット 通販
- 150cm スカート 丈短め
- 低身長 ジャケット 通販
- 小柄 アウター おすすめ
- 低身長 通勤服 通販
- 150cm コート 丈感
- 小柄 セットアップ 購入

3

骨格×パーソナルカラー系KW 伸びしろ領域（最重要）

診断系×小柄サイズの掛け合わせ。購買意欲が最も高い層が検索する伸びしろ領域。

- 骨格ウェーブ 低身長 スカート
- イエベ春 小柄 コーデ
- 150cm 骨格ストレート ワンピース
- ブルベ夏 低身長 コーデ
- 小柄 骨格ナチュラル アウター
- パーソナルカラー 低身長 服
- 骨格診断 小柄 通販
- イエベ秋 150cm ニット

次のステップ: 「低身長 コーデ」「小柄 服」などの1~2語KWはWEAR・楽天・SNSがすでに上位を確保している。一方、骨格診断×パーソナルカラー×小柄サイズの複合KWには今なお大きなシェア獲得余地が残っており、次の成長領域として着手することが重要。

前提

小柄アパレルECは「サイズ感の不安を解消する情報」が最大の差別化ポイント。**通販の不安を取り除く丈感・着用感の一次情報と、骨格診断×パーソナルカラーを掛け合わせた専門コンテンツ**が評価の核心になる。

1

身長別・サイズ別の丈感・着用感を詳細に記載する

着用スタッフの身長（例：148cm）・丈感・袖丈・ウエストのゆとりを詳細に記載。複数身長のスタッフによる着用比較写真は特に効果的。**他サイトには書けない一次情報**がGoogleの評価とユーザー信頼につながる。

2

骨格診断×パーソナルカラー×小柄サイズの掛け合わせコンテンツ

「骨格ウェーブの低身長さんに似合うスカートとは」「イエベ春×150cm台のニット選び方」など。競合のSNS記事はコーデ画像中心のため、「**なぜそのアイテムが小柄に似合うか**」の専門的解説を加えることで明確な差別化ができる。

3

Q&A形式コンテンツでLLMO（AI検索）対応を進める

「低身長さんにはどんな丈のスカートが似合う?」「150cm台がワンピースを着るときの注意点は?」などのQ&A形式は、**ChatGPT・Gemini・Perplexityなどの生成AI検索**で引用されやすく、AI時代の新しい集客経路になる。

技術SEO — 押さえるべき3点

① 身長別・サイズ別ページの重複コンテンツ対策

フィルタリングで生成されるURLにはcanonicalタグを設定し評価の分散を防ぐ。身長別コーデページは固有の身長×スタイリング情報を持たせて独立したコンテンツとして設計する。

→ canonicalタグ設定 + 身長別コンテンツの独自化

② Core Web Vitals (LCP) の最適化

コーデ画像・着用写真が多いため画像点数が多く、ページ読み込み速度が低下しやすい。スマートフォンからの購買が主流のファッションECでは特に重要。

→ WebP変換・Lazy Load・CDN活用

③ 商品ページの構造化マークアップ

価格・在庫・レビュー評価をSchema.orgで記載することでリッチスニペットが表示されCTRが向上。身長別・骨格タイプ別のディレクトリ構造整備も有効。

→ Product Schema + 身長別/骨格別URL構造の整備

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) = ROI換算

$$\begin{array}{ccccccc} 2,000\text{回} & \times & 5\% & = & 100\text{件} & \times & 3\% & = & 3\text{件} \\ \text{月間検索数} & & \text{3位CTR} & & \text{月間訪問数} & & \text{CVR} & & \text{月間CV} \end{array}$$

月3件 × LTV45,000円 (客単価9,000円×年5回) = 月135,000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。

小柄・低身長ファッション関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。楽天・WEARの2強が全体の約56%を占める構造。

順位	ドメイン	1位獲得数	シェア
1位	search.rakuten.co.jp	79,516件	37.87%
2位	wear.jp	39,668件	18.89%
3位	www.instagram.com	6,975件	3.32%
4位	item.rakuten.co.jp	6,686件	3.18%
5位	store.united-arrows.co.jp	5,662件	2.70%
6位	zozo.jp	4,137件	1.97%
7位	shopping.yahoo.co.jp	3,006件	1.43%
8位	www.lemon8-app.com	2,739件	1.30%
9位	www.lettuce.co.jp	2,541件	1.21%
10位	cohina.net	2,350件	1.12%

上位10社の合計シェア **約74%**

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。専門ECサイトcohina.netが10位（1.12%）に入っており、小柄専門ブランドECが確実に存在感を持てることが示されている。

「語数別」に分解すると見えてくる、主要企業の伸びしろ

サイズ × 服の種類別 (2語) 例: 低身長 パンツ

79.15%

サイズ × テイスト × 服の種類別 (3語) 例: 低身長 カジュアル パンツ

79.15%

サイズ × 季節 × ファッション (3語) 例: 低身長 冬 コーデ

70.5%

サイズ × ファッション × パーソナルカラー (3語) 例: 低身長 コーデ イエベ春

62.65%

サイズ × 骨格診断 × 服の種類 × 通販 (4語) 例: 骨格ウェーブ 低身長 スカート 通販

~50%

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。骨格診断×パーソナルカラー系の3~4語KWでは上位10社のシェアが50~62%まで低下。主要な企業でも、複合KWには40~50%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79%~

低身長 コーデ | 小柄 服 | 低身長 パンツ | 低身長 スカート

小柄 通販 | 150cm コーデ | 低身長 ワンピース

小柄 ファッション

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50~62%

骨格ウェーブ 低身長 スカート 通販 | イエベ春 小柄 ニット おすすめ

150cm 骨格ストレート ワンピース | ブルベ夏 低身長 コーデ 通販

小柄 骨格ナチュラル アウター | 147cm パーソナルカラー 服

低身長 骨格診断 通勤 ジャケット | イエベ秋 150cm ニット 通販

小柄 骨格ウェーブ 冬 コーデ | 低身長 30代 通勤 アウター

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。

「低身長 コーデ」

情報収集段階
CVR 低

「小柄 ワンピース 通販」

比較・検討段階
CVR 中

「骨格ウェーブ 低身長 スカート 通販 丈短め」

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。骨格×パーソナルカラー×サイズ×購入先まで絞り込んだ検索は成約率が極めて高い。

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

- ✓ 骨格×パーソナルカラー×サイズの膨大な組み合わせKWの洗い出し
- ✓ 各KWに対応した身長別コーデ記事の構成設計
- ✓ 競合と差別化する丈感・着用感の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
(クライアント実績、2025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

小柄女性用アパレル専門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）