

レストラン・居酒屋のオンライン予約サイト SEO/LLMO対策

レストラン・居酒屋のオンライン予約サイトの SEO/LLMO対策完全ガイド

食べログが強いKWの中で専門予約サービスが逆転できる領域とは

約381KWの実データ分析から見えた「シーン×雰囲気」で食べログを逆転できる伸びしろ」を徹底解説

3倍 CV増加実績
(4ヶ月で達成)

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5月 ※クライアント実績（2026年）

外食予約市場の急拡大と競争激化

食べログのネット予約数は前年比130~140%で増加し続けており、**食べログ・ホットペッパーグルメ・ぐるなびの3社が市場の大部分を掌握**。正面からの競争ではなく、領域の選択が重要になっている。

シーン×条件型ユーザーの高い予約意欲

「誕生日に個室レストラン」「宴会 20名 飲み放題 大阪」など**シーンや条件を絞って検索するユーザーは今すぐ予約意欲が高い状態**にある。このニーズに応えるほどCVRが高い。

シーン系KWで専門サービスが逆転できる

「サービス種別×シーン・雰囲気」のKWでは食べログ+HPグルメの合計シェアが**40%まで低下し、OZmall・一休などの専門予約サービスが60%を逆転している領域が存在する**。

AI検索時代の引用・推薦サービスになれる

ChatGPT・Geminiへの「個室レストランどこで予約すればいいか」という質問に対して**AIが推薦するサービスになれるかどうか**が、今後の集客に直結するようになっている。

POINT

シーン・雰囲気・価格帯で検索するユーザーには「大量掲載」よりも「厳選キュレーション」の方が選ばれる傾向がある。このニーズに対応したコンテンツが、SEO・AEO・LLMOの三者すべてに効く最重要施策となっている。

1

シーン × 予約 シーン・雰囲気KW

食べログが弱い領域。厳選キュレーション型サービスが強みを発揮できるカテゴリ。

レストラン 夜景 予約

レストラン 個室 記念日

レストラン テラス席 予約

居酒屋 おしゃれ 個室 | レストラン 夜景 比較

レストラン 個室 デート

居酒屋 テラス席 予約

レストラン 誕生日 個室

2

ジャンル × 価格帯 価格・条件KW

予算が決まっているユーザーは予約完了率が高い。価格帯を明示した専門コンテンツが効果的。

レストラン 1万円以上 予約

居酒屋 飲み放題 宴会

レストラン 5000円台 予約

居酒屋 個室 5000円 | レストラン 高級 比較

宴会 飲み放題 コース

居酒屋 20名 個室 予約

レストラン 接待 個室

3

ジャンル × 地域 情報・比較KW

サービス比較・ランキング・口コミ系の情報収集KW。一次データを持つ専門サービスに有利。

グルメサイト 比較 | 予約サイト おすすめ

レストラン 予約 手数料

飲食店予約 ポイント

グルメ予約 ランキング

レストラン 評判 口コミ

オンライン予約 比較 | 食べログ 代わり

次のステップ:「レストラン 予約」「居酒屋 東京」などの2語KWは食べログ・HPグルメがすでに強固なポジションを持つ。一方、シーン×価格帯×地域の3~5語複合KWには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

飲食予約サイトのコンテンツは「シーン別・価格帯別・地域別の予約実績データ」という一次情報の有無がE-E-A-T評価を大きく左右する。「誕生日予約数〇〇件以上」「個室宴会の成立率〇〇%」のような具体的なデータは食べログ・HPグルメの量産コンテンツでは代替できない専門サービスの強みとなる。

1 シーン別・条件別の一次データをコンテンツ化する

シーン別予約数・価格帯別人気店ランキング・宴会人数別の平均予約成立率・地域別の人気ジャンルデータをテーブル・グラフ形式で整理して公開する。AIが引用しやすい構造化データはAEO・LLMOにも直結する。Googleは一次情報を持つコンテンツを高評価するよう推移している（2025～2026年傾向）。

2 FAQPage スキーマとAEO対応コンテンツを整備する

「夜景の見えるレストランで予約できるのはどのサービスか?」「個室宴会を20名以上で予約できる居酒屋はどこで探せるか?」「飲み放題付き宴会プランが比較できるサイトはどれか?」などのFAQをスキーマとして実装することで、AIオーバービューや生成AI検索での引用頻度が上がる。

3 シーン×条件×地域×価格帯への迅速なコンテンツ対応

47都道府県×ジャンル×シーン×価格帯の膨大な組み合わせコンテンツはAIで量産・更新を自動化する。「誕生日 個室 レストラン 東京 夜景」「宴会 居酒屋 大阪 20名 飲み放題 5,000円 当日予約」のような複合KWを全国規模で整備することが次の成長余地となる。

技術SEO — 押さえるべき3点

① 構造化データの高度化 (Restaurant / FAQPage / AggregateRating)

店舗名・価格帯・料理ジャンルのRestaurantスキーマ、ユーザーレビューへのAggregateRatingに加えてFAQPageスキーマを実装。AIオーバービューへの引用機会を増やす。

→ Search Console の「リッチリザルト テスト」で実装確認

② Core Web Vitals (LCP) の最適化

スマートフォン検索が多いため表示速度が重要。シーン別・価格帯別の画像が多いサービスはファーストビュー画像の最適化が優先課題。

→ PageSpeed Insights の Opportunities を優先対応

③ 地域×シーン×価格帯ページの重複対策

地域別コンテンツを量産する場合、地域固有の予約実績・店舗データを差し込んで実質的な差別化を行い canonicalタグを適切に設定する。

→ 地域別の予約数・人気店ランキングデータを各ページに追加

KPI設定とROI換算の考え方

月間検索ボリューム × 想定CTR × CVR = 月間予約増加数
月間予約増加数 × 平均予約手数料 = ROI換算

$$\begin{array}{ccccccc} 3,000\text{PV} & \times & 8\% & = & 240\text{件} & \times & 500\text{円} & = \\ \text{月間流入増加} & & \text{予約CVR} & & \text{月間予約増加} & & \text{平均手数料} & \end{array}$$

12万円
月間収益貢献

AI検索 (Gemini・Perplexity) 経由で月500件の新規流入が増加した場合：
CVR10% × 平均手数料500円 = **月25万円の収益貢献 (試算)**。AEO対応の効果は広告CPAと比較して説明できる。

レストラン・居酒屋予約関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。2語KWは食べログ・HPグルメが支配するが、シーン系KWでは専門サービスが逆転している。

| 順位 | ドメイン / サービス名 | 1位獲得数 | シェア |
|-----|------------------------------------|-------|-------|
| 1位 | tabelog.com (食べログ) | 239件 | 62.7% |
| 2位 | hotpepper.jp (ホットペッパーグルメ) | 76件 | 19.9% |
| 3位 | ozmall.co.jp (OZmall) | 19件 | 5.0% |
| 4位 | restaurant.ikyuu.com (一休.comレストラン) | 13件 | 3.4% |
| 5位 | hitosara.com (ヒトサラ) | 8件 | 2.1% |
| 6位 | tripadvisor.jp | 3件 | 0.8% |
| 7位 | jalan.net (じゃらん) | 2件 | 0.5% |
| 8位 | retty.me (Retty) | 2件 | 0.5% |
| 9位 | tablecheck.com (TableCheck) | 1件 | 0.3% |
| 10位 | その他 (地域ポータル・個店等) | 17件 | 4.5% |

食べログ+HPグルメの合計シェア **82.6%**

ただしシーン・雰囲気軸のKWでは食べログ+HPグルメのシェアが40%まで低下し、OZmall・一休など専門サービスが60%を占める逆転領域が存在する。

「KWパターン別」に分解すると見えてくる、専門サービスの伸びしろ

条件×サービス種別×地域（3語） 例：オンライン予約 レストラン 東京都

100%

サービス種別×都道府県（2語） 例：レストラン 東京都 予約 / 居酒屋 大阪府 ランキング

95%

ジャンル×都道府県（2語） 例：イタリアン 大阪府 おすすめ / 焼肉 東京都 ランキング

91%

ジャンル×デザイン×都道府県（3語） 例：和食 夜景 滋賀県 比較 / フレンチ 個室 京都府 予約

62%

サービス種別×デザイン（シーン・雰囲気） 例：レストラン 夜景 予約 / 居酒屋 テラス席 予約

40%

結論

シーン・雰囲気が加わるほど、食べログ+HPグルメのシェアが低下している。「サービス種別×シーン・雰囲気」では食べログ+HPグルメの合計シェアが40%まで低下し、OZmall・一休・ヒトサラが60%を占める逆転状態が確認されている（Marche社調査、2026年）。

✓ 食べログ・HPグルメがすでに強い2語 KW シェア82~100%

オンライン予約 レストラン | 居酒屋 大阪府 ランキング

イタリアン 新宿区 | 焼肉 名古屋市 予約 | 居酒屋 東京都

レストラン 渋谷 おすすめ | 居酒屋 大阪 宴会

和食 東京 ランキング

食べログ・HPグルメがすでに強固なポジションを持つKW群。同じ土俵での対策はリソースの消耗が先に来る段階にある。

✓ 専門サービスのシェアが高い複合KW シェア40~62%

レストラン 夜景 個室 東京 | 居酒屋 個室 大阪 宴会 20名

フレンチ 個室 京都 記念日 | イタリアン テラス 神奈川 デート

和食 個室 東京 接待 1万円 | 焼肉 個室 名古屋 飲み放題

居酒屋 渋谷 個室 当日予約 | レストラン 夜景 比較 大阪

居酒屋 飲み放題 5000円 宴会 | レストラン 誕生日 個室 東京

多くの主力企業でもまだ十分に対策できていない高CVR領域。シーン×条件×地域の複合コンテンツを整備することで大きなCV上乗せが見込める。

「レストラン 予約」

情報収集段階
CVR 低



「個室 レストラン 東京」

比較・検討段階
CVR 中



「個室 夜景 東京 誕生日 2名 1万円」

予約先を絞り込む段階
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

「レストラン 夜景 テラス席 東京都 誕生日 2名 予算1万円」などの4~5語KWはキーワードプランナーで「0」と表示される。しかし実際には月10件前後の実需があり、「検索なし=需要なし」と判断すると最も予約意欲の高いユーザーとの接点を丸ごと逃す。

語数が多い=シーン・条件が明確=今すぐ予約

シーン・人数・予算・条件まで絞って検索するユーザーは今すぐ予約意欲が高い。CVRが非常に高く、キャンセル率も低い傾向がある。AI検索でもこの5語クエリで最終回答が生成される構造になっている。

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
- ✓ シーン×条件×地域×価格帯の掛け合わせコンテンツ構成設計
- ✓ 予約実績・シーン別人気店データのコンテンツ化
- ✓ 月次の順位変動レポートとAEO引用状況の自動生成

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 次の成長KWとドメイン別順位データを 無料でもらう

レストラン・居酒屋のオンライン予約関連約381KWの調査データから「シーン・雰囲気・価格帯が複合化すると食べログ・HPグルメのシェアが下がり、専門サービスが上位を取りに行ける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）