

# 製菓材料の SEO/LLMO対策完全ガイド

## 楽天・Amazon優位の中、まだ取り切れていないKWで 差をつける方法

約6,000KW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)

**6,000KW** 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）

### 検索行動の複合化・長語化

「薄力粉 通販」などの1~2語から「**グルテンフリー 米粉 クッキー 子供アレルギー**」のような4~5語の複合KWへのシフトが急速に進んでいる。楽天・Amazon優位の1~2語KWを超えた次の戦線が形成されつつある。

### AI検索 (AEO・LLMO) の急速な普及

「バレンタインチョコを初めて手作りするには?」「アレルギー対応のお菓子材料は?」といった質問をChatGPT・Geminiにする人が増加。**AI検索でどのサイトが引用・推薦されるか**が次の集客を左右する。

### 専門知識・コンテンツ資産が武器になる

「材料の選び方・使い分け・品質の違い」という専門コンテンツ領域では、楽天・Amazonの商品一覧ページが対応できていない。**製菓専門ECが持つ材料知識**がAEO・LLMO時代に最大の差別化要因になる。

### シーズン需要と通年需要の両立

バレンタイン・クリスマスのシーズンKWに加え、グルテンフリー・ヴィーガン・砂糖不使用といった**健康志向の通年需要**が拡大中。シーズン前にコンテンツを整備し通年型集客へ移行することが次のフェーズ。

#### POINT

製菓材料ECサイトのSEO最大の課題は「楽天・Amazonが独占する1~2語KWを越えて、3~5語の複合KWとAI検索でどれだけ専門コンテンツを整備できるか」。この領域こそが**次の成長エンジン**になる。

1

### 材料名 × 特徴・属性 専門性KW

「なぜこの材料を使うのか」を解説する専門コンテンツ。ECモールが弱いコンテンツ領域で製菓専門ECの知識が活きる。

クーベルチュール 違い 製菓用

薄力粉 グルテンフリー 代替

てんさい糖 精製 体に優しい

アーモンドプードル 国産 品質

米粉 種類 お菓子 選び方

バター 発酵 製菓 違い

ゼラチン 板粉 使い分け

バニラビーンズ 産地 品質比較

2

### アイテム × シーズン イベントKW

シーズン2~3ヶ月前に公開することで、競争が少ない状態で上位表示を確保できる。4~5語への複合化が特に有効。

クーベルチュール 小分け バレンタイン

ケーキ 材料 クリスマス 初心者

ホワイトチョコ バレンタイン 小分け

ガナッシュ 材料 セット バレンタイン

クリスマスケーキ 飾り 材料 手作り

ハロウィン 焼き菓子 材料 まとめ

生チョコ 材料 セット バレンタイン

ショートケーキ 材料 クリスマス

3

### 材料 × 対象者 × 課題 ニーズ特化KW

特定の対象者と課題を掛け合わせたKW。ECモールのシェアが13%まで下がり、製菓専門ECが圧倒的優位に立てる領域。

米粉 グルテンフリー 子供 アレルギー

てんさい糖 子供向け おやつ 健康

クーベルチュール 初心者 失敗しない

ビーガン チョコ 材料 植物性

砂糖不使用 お菓子 材料 糖質制限

アレルギー対応 製菓材料 卵なし

低糖質 ケーキ 材料 おすすめ

よもぎパウダー グルテンフリー 作り方

**次のステップ:**「製菓材料 通販」「お菓子材料 まとめ買い」などの1~2語KWでは楽天・Amazonが支配的。一方、3~5語の複合KWには取り切れていない成長KWが大量に残されており、この領域への展開が次のシェア拡大機会となる。

## 前提

製菓材料ECは「商品一覧ページ」だけでは楽天・Amazonに対抗できない。**材料の専門知識・使い分け・品質情報**を構造化したコンテンツがAEO・LLMO時代の最大の差別化要因。

## 1

**材料の専門知識・一次情報をコンテンツ化する**

「クーベルチュールと製菓用チョコの違い」「グルテンフリー材料の種類と選び方」など、プロのパティシエ・製菓学校との取引から得た**専門知識を比較表・FAQで構造化**する。AIはデータを引用しやすく、LLMO対策に直結する。

## 2

**Q&A形式のFAQコンテンツを整備する**

「薄力粉と強力粉のお菓子作りでの使い分けは?」「グルテンフリーのクッキーに米粉を使う際の注意点は?」などのQ&Aは**AI検索の回答生成に直接使われやすい**形式。FAQPageスキーマを実装し、AIオーバービューへの引用を最大化する。

## 3

**シーズン性コンテンツをピーク2~3ヶ月前に公開・更新する**

バレンタイン・クリスマスのシーズンKWはピーク1~2ヶ月前から検索が急増する。**AIでコンテンツを量産・更新**することで、これまで手作業では対応しきれなかった数百~数千の組み合わせコンテンツを整備し、シーズン流入を最大化できる。

## 技術SEO — 押さえるべき3点

## ① 構造化データの高度化 (Product・FAQPage・HowTo)

商品ページへのProductスキーマに加え、FAQPage・HowToスキーマを実装。AIオーバービューが自社コンテンツを引用する構造を作ることが目標。

→ 「生チョコ 作り方 材料 初心者」検索でAIに引用されるHowToを整備

## ② Core Web Vitals (LCP) の最適化

スマートフォン経由の製菓材料検索が多い。商品画像が重いとランキングに影響するため、ファーストビュー画像の最適化が優先。

→ PageSpeed Insights の Opportunities を優先対応

## ③ シーズンコンテンツの重複対策

「バレンタイン チョコ 材料」「クリスマス ケーキ 材料」など類似コンテンツを量産する場合は、canonicalタグと固有情報の追加が必須。

→ 地域・対象者・難易度の軸で固有コンテンツを差別化

## KPI設定とROI換算の考え方

月間オーガニック流入増加数 × 購買CVR = 月間購買増加数

月間購買増加数 × 平均注文単価 = ROI換算

$$10,000 \text{回} \times 5\% = 500 \text{件} \times 3\% =$$

月間検索数      3位CTR      月間訪問数      購買CVR

**15件**  
月間購買

月15件 × 平均注文単価3,500円 = 月**52,500円**の売上貢献。複合KWのCVRは単語KWの3~5倍になるケースも多い。

製菓材料関連KW（5,953件）の1位獲得数・シェアを集計。楽天が突出するが、情報コンテンツ領域ではクックパッドが3位に入り込んでいる。

順位	ドメイン	1位獲得数	シェア特性
1位	search.rakuten.co.jp	1,367件	製菓材料全般で圧倒的シェア（量・価格帯KWに強い）
2位	cookpad.com	329件	レシピ・材料の使い方KWで高シェア
3位	item.rakuten.co.jp	328件	個別商品ページで高シェア
4位	www.instagram.com	184件	ビジュアル系・材料紹介コンテンツ
5位	tomiz.com	155件	製菓専門EC最大手（富澤商店）
6位	www.amazon.co.jp	151件	量・価格帯KWに強い
7位	delishkitchen.tv	106件	動画レシピで存在感
8位	www.cotta.jp	99件	製菓専門EC 2位（cotta）
9～10位	store.shopping.yahoo.co.jp 他	141件	価格・量KWに強い

楽天合計シェア **約28.5%**

製菓専門EC全体（tomiz・cotta等）のシェアは約5.3%にとどまる。特に4～5語の「材料×対象者×課題」KWではほぼ未対策の状態が続いている。

※ Marche社調査データ（2026年）。製菓材料関連KW（5,953件）の1位獲得数（rank\_1）。

## 「語数別」に分解すると見えてくる、主要企業の伸びしろ

材料名×量（2～3語） 例：バター 大容量 / チョコレート 1kg / 薄力粉 業務用 54%



材料名×用途・シーン（3語） 例：薄力粉 クッキー 作り方 / アーモンドプードル タルト 27%



アイテム×イベント（2～3語） 例：クッキー バレンタイン / ケーキ クリスマス 材料 22%



材料×特徴・属性（3～4語） 例：クーベルチュール ビター 高カカオ / 米粉 グルテンフリー 国産 17%



材料×対象者×課題（4～5語） 例：てんさい糖 子供 体に優しい おやつ / 米粉 アレルギー 子供 グルテンフリー 13%



## 結論

語数が増えるほど、ECモールのシェアが急落する。「材料×対象者×課題（4～5語）」ではECモールシェアがわずか13%。製菓専門ECが持つ**専門知識コンテンツ**で取り切れていない大きな伸びしろが残っている。

✓ **すでに上位を確保している1~2語KW** **ECモール54%**

バター 大容量 | チョコレート 業務用 | 薄力粉 まとめ買い

製菓材料 安い | 生クリーム 通販 | アーモンドプードル 大容量

バニラエッセンス 業務用 | ベーキングパウダー まとめ

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。

✓ **ECモールシェアが低い3~5語の伸びしろKW** **ECモール13%**

クーベルチュール 小分け バレンタイン 初心者

米粉 グルテンフリー 子供 アレルギー | てんさい糖 子供 体に優しい おやつ

アーモンドプードル 国産 タルト 焦がしバター

よもぎパウダー グルテンフリー 作り方 | 砂糖不使用 チョコ 材料 糖質制限

ビーガン チョコ 材料 植物性 | ほうれん草パウダー アレルギー お菓子

きび砂糖 精製なし お菓子作り | バター不使用 ケーキ 材料 代替

主要な企業でもまだ十分に対策できていない高CVR領域。専門知識コンテンツを今すぐ整備することで、大きなCV上乗せが見込める。

## 「製菓材料 通販」

情報収集段階  
CVR 低



## 「クーベルチュール バレンタイン」

比較・検討段階  
CVR 中



## 「クーベルチュール 小分け バレンタイン 初心者 失敗しない」

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

「クーベルチュール 小分け バレンタイン 初心者 失敗しない」のような5語KWはキーワードプランナーで「0件」表示。しかし実際には月10~50件の検索が発生し、**AI検索でもこのクエリが使われる**。「0件=対策不要」の判断が機会損失を生む。

## 語数が多い=購買意欲が極めて高い

語数が多いほどニーズが明確で**CVRが非常に高くなる**傾向がある。「材料×シーズン×対象者×制約×用途」の組み合わせは数万通り存在し、この積み重ねが次の成長余地。

Google検索の約34%は4語以上のクエリ (Marche社調査)

## AIで自動化できるSEO/LLMO施策

- ✓ 材料×シーン×対象者×課題の掛け合わせKW洗い出し
- ✓ 専門知識コンテンツの構成設計・自動生成
- ✓ シーズン前コンテンツの量産・更新
- ✓ 月次の順位変動・AEO引用状況レポート自動生成

3倍

CV数を4ヶ月で増加  
(Marche社クライアント実績、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

製菓材料関連約6,000KW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）