

ヴィーガン・プラントベース食品専門ECサイト SEO/LLMO対策

ヴィーガン・プラントベース食品専門ECサイトの SEO/LLMO対策完全ガイド

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ヶ月で9件→52件)

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）

急成長する市場と競争の激化

国内プラントベース食品市場（豆乳含む）は2022年で前年比6.6%増・約1,234億円規模に拡大。健康志向・環境意識の高まりとともに、検索上位の争奪が激しくなっている。

大型モールが取れていない専門領域

楽天・Amazonは購買直結型KWを押さえているが、「代替食品の選び方」「評価・比較」系の専門的なKWでは専門ECサイトが上位を獲得できる構造になっている。

検索ユーザーの高いCV意欲

「代替肉 グルテンフリー 通販 比較」など複合KWで検索するユーザーは**購入先を絞り込む段階**にある。食の志向が明確な層は一度購入するとリピート率・LTVが特に高い。

YMYL領域での専門性が差別化になる

健康食品カテゴリはGoogleがYMYL（健康・生活に関わる情報）として扱い、E-E-A-T評価が重要。**管理栄養士監修・認証取得・試食レビュー**などの一次情報が競合との差別化になる。

POINT

ヴィーガン・プラントベース食品ECのSEO最大の強みは「検索＝顕在化した購買意欲」。食の志向・ライフスタイルに基づく購買行動はリピート率が高く、**SEO経由の1件獲得がもたらすLTVは特に大きい。**

1

Know系KW 情報収集フェーズ

購入前に基礎知識を得るフェーズ。信頼獲得でDoフェーズへ誘導できる。

ヴィーガン 食品 種類 | プラントベースとは

代替肉 選び方 初心者 | 植物性チーズ 違い

グルテンフリー 食品 一覧 | 代替卵 使い方

ヴィーガン ベジタリアン 違い

プラントベース 栄養 注意点

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の検索。CVRが最も高い最優先領域。

代替肉 通販 専門店

ヴィーガン食品 EC おすすめ

植物性チーズ 通販 比較

グルテンフリー 食品 お取り寄せ

ヴィーガンプロテイン 通販

代替卵 植物性 購入

プラントベース 食品 定期購入

ローフード 食品 通販

3

カテゴリ特化KW 伸びしろ領域

食の志向×用途×属性を掛け合わせたKW。競合カバー率が低く高CVR。

代替肉 グルテンフリー 比較

ヴィーガン サブスク 初心者

代替卵 植物性 料理 通販

プラントベース プロテイン 低糖質

ヴィーガン スイーツ 通販 認証

代替肉 有機 認定 通販

グルテンフリー パン 専門店 通販

アニマルフリー食品 定期便

次のステップ:「ヴィーガン 通販」「代替肉 購入」などの1~2語KWはすでに上位を確保している。一方、3~5語の複合KWにはまだ大きなシェア獲得余地が残されており、評価・比較・カテゴリ特化の領域を次の成長領域として対策を加速させることが重要。

前提

ヴィーガン・健康食品カテゴリはYMYL（健康・生活に関わるジャンル）。Googleの評価基準が特に厳しいカテゴリのため、E-E-A-T（経験・専門性・権威性・信頼性）を意識した設計が必須。LLMOへの対応も重要になっている。

1

一次情報・独自データを含める（YMYL対応）

原材料・認証情報（有機JAS・ヴィーガン認定等）・栄養成分の独自分析・試食レビューなど**大型モールには掲載されていない専門的な一次情報を積極的にコンテンツ化する**。上位記事調査でも認証・成分情報を持つサイトが高評価を受けている（2026年傾向）。

2

著者・専門性を明示してE-E-A-T評価を高める

管理栄養士・ヴィーガン料理研究家・認定ヴィーガンコーディネーターなどの資格・専門家の監修情報を明示。**自社独自の調査データや試食レビューがGoogleとAI検索（LLMO）両方での信頼性の根拠になる**。

3

商品情報の構造化とリライト継続

新商品の入荷・季節ギフトセット・認証取得情報など定期的な実質更新でGoogleの再クロールを促す。**商品情報のテーブル形式による構造化はAI検索（LLMO）での引用獲得にも有効で、代替食品・認証情報のQ&A整備も重要**。

技術SEO — 押さえるべき3点

① XMLサイトマップの登録とクロール管理

食の志向別・商品ジャンル別など複数軸でカテゴリが分かれるECサイトはクロール漏れが起きやすい。商品・カテゴリ・記事ページすべてのインデックス状況を定期確認。

→ 販売終了商品は関連商品への301リダイレクトを設定

② Core Web Vitals (LCP) の最適化

商品ラインナップが多く画像点数が多いECサイトは表示速度が低下しやすい。3秒以上で離脱率40%増というデータもある。

→ WebP変換・Lazy Load・CDN活用で速度を改善

③ 重複コンテンツへの対処

「食の志向別」「認証別」「価格帯別」など複数条件でURLが生成されるECサイトでは重複コンテンツが発生しやすい。

→ フィルタ生成URLにcanonicalタグを設定する

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

月間CV数 × LTV (客単価 × 平均購買回数) = 売上インパクト

$$\begin{array}{ccccccc} 10,000\text{回} & \times & 5\% & = & 500\text{件} & \times & 1\% & = & 5\text{件} \\ \text{月間検索数} & & \text{3位CTR} & & \text{月間訪問数} & & \text{CVR} & & \text{月間CV} \end{array}$$

月5件 × LTV30,000円 (客単価5,000円 × 年6回購買) = 月150,000円の売上貢献。リピート購買が多い健康食品はLTV換算でSEO投資対効果が特に大きい。

ヴィーガン・プラントベース食品関連KW全体を通じて1位獲得数・シェアを集計。楽天・専門ECサイト・比較メディアが上位を分け合っている。

順位	ドメイン	1位獲得数	シェア
1位	search.rakuten.co.jp	1,116件	20.79%
2位	www.greenculture-store.jp	375件	6.99%
3位	vegewel.com	189件	3.52%
4位	www.reddit.com	177件	3.30%
5位	www.amazon.co.jp	141件	2.63%
6位	veganguide.vcook.jp	132件	2.46%
7位	note.com	118件	2.20%
8位	my-best.com	115件	2.14%
9~10位	item.rakuten.co.jp 他1社	202件	3.76%

上位10社の合計シェア **約48%**

他のEC分野（70~80%台）と比べシェアが分散しており、残り約52%のキーワードは未対策のまま残っている。専門ECサイトが大型モールに次ぐシェアを獲得できている点が注目に値する。

※ Marche社調査データ（2026年）。全調査KWに対する1位獲得件数・シェアを集計。

「語数別」に分解すると見えてくる、主要企業の伸びしろ

食の志向 × 食品ジャンル × 価格関連 (3語) 例: ヴィーガン スイーツ 安い

78.59%

代替食品 × 購入方法 (2語) 例: 代替肉 通販

64.42%

食の志向 × 食品ジャンル × 購入方法 × 評価 (4語) 例: ヴィーガン 代替肉 通販 比較

47.26%

代替食品 × 購入方法 × 評価・比較 (3語) 例: 代替肉 宅配 おすすめ

41.93%

代替食品 × 評価・比較 (2語) 例: アニマルフリー食品 おすすめ

38.70%

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。「代替食品×評価・比較」の上位10社シェアは38.70%と最も低く、約61%のKWがまだ未対策の伸びしろ領域として残っている。

✓ **すでに上位を確保している2~3語KW シェア64~78%**

ヴィーガン スイーツ 安い | プラントベース 食品 価格

代替肉 通販 | ヴィーガン 食品 お取り寄せ | 代替肉 購入

植物性チーズ 通販 | ヴィーガン 食品 おすすめ

プラントベース 食品 EC

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、評価・比較・カテゴリ特化の次の層への拡張を図る段階にある。

✓ **競合シェアが低い評価・比較・特化系KW シェア38~47%**

アニマルフリーミート 通販 おすすめ | アニマルフリー食品 EC ランキング

サステナブルフード EC 比較 | アニマルフリーミート 宅配 評判

アニマルフリーミート 定期便 おすすめ

アニマルフリー食品 お取り寄せ ランキング

サステナブルフード お取り寄せ 比較 | 代替肉 グルテンフリー 通販 比較

植物性チーズ 認証 通販 | ヴィーガン プロテイン 低糖質 通販

多くの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ECとしての商品知識・試食レビュー・認証情報という一次情報を活かすことで、大きなCV上乗せが見込める。

「ヴィーガン 通販」

情報収集段階
CVR 低

「代替肉 宅配 おすすめ」

比較・検討段階
CVR 中

「代替肉 グルテンフリー 通販 比較 専門店」

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。食の志向が明確な層は一度購入するとリピート率・LTVが高く、1CV獲得の価値が特に大きい。

Googleの検索クエリの54%が3語以上 (Google Partners調査)

AIで自動化できるSEO施策

- ✓ 食の志向×商品ジャンル×用途の対策KW洗い出しと優先度付け
- ✓ 各KWに対応した記事の構成設計
- ✓ 競合と差別化する一次情報（認証・成分・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
(9件→52件、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

ヴィーガン・プラントベース食品関連約12万KWの調査データから「主要な企業がすでに持つ専門性を活かして、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）