

EC売上UPの虎の巻

Amazonノウハウまとめ

1. 各主要指標ごとの施策方向性
2. AmazonにおけるSEO対策
3. Amazon広告について
4. カートの取得について
5. フルフィルメント by Amazon (FBA) について
6. Amazonにおけるセール、クーポンについて
7. Amazon Vine(先取りプログラム) について

1. 各主要指標ごとの施策方向性

Amazonにおける各主要指標ごとの施策の方向性について以下の通りまとめました。アクセスで特に重要になる「SEO対策」「広告運用」については次ページ以降で詳細を解説します。

主要指標別施策案

項目	施策方向性
アクセス	<ul style="list-style-type: none">アクセス参照別の施策(アクセス対策に関しては重要になるため、詳細を右に記載)
CVR (転換率)	<ul style="list-style-type: none">ページ制作商品価格値引き、ポイント、クーポンレビュー施策
客単価	<ul style="list-style-type: none">同梱施策 (条件付きクーポン発行など)

アクセス参照元別打ち手案

項目	打ち手案
アクセス参照元 (流入元)	SEO
	広告
	SNS

	SEO	<ul style="list-style-type: none">SEO対策（検索上位施策） ⇒キーワード選定、商品名最適化など
	広告	<ul style="list-style-type: none">各種広告掲載 ⇒スポンサープロダクト広告、スポンサーブランド広告など
	SNS	<ul style="list-style-type: none">モール向けで活用すべきか検討

2. AmazonにおけるSEO対策

Amazonでは検索結果上位表示の条件が明確に提示されているわけではありませんが、Amazonの収益を上げられる商品が上位表示される傾向にあります。

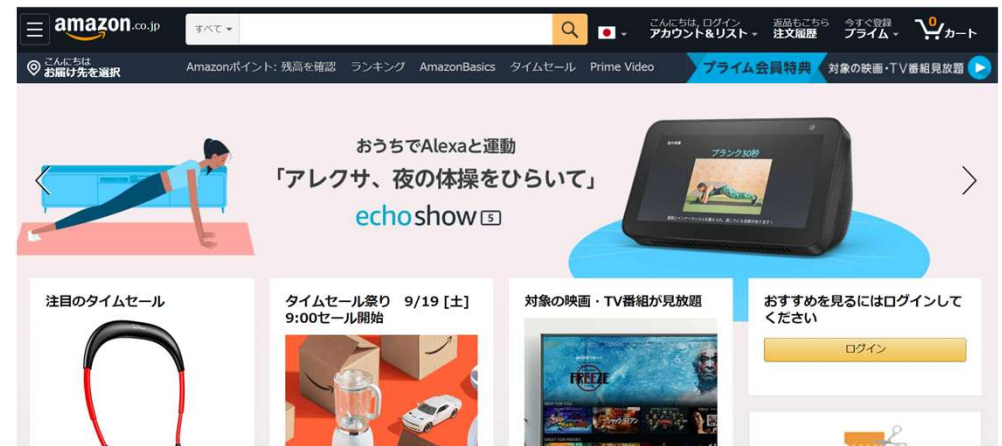
そもそもSEOとは

- Search Engine Optimizationの略で、検索エンジン最適化を意味します。
- 特定のキーワードで検索された場合の検索結果で上位に表示させるように、最適化することを指します。



AmazonにおけるSEOの考え方

- amazonはECサイトなので、売上を上げるために、売れる商品が優先的に表示されます。



2. AmazonにおけるSEO対策

Amazonで売れる可能性が高い商品として、Amazon側に認識させる必要があるため、売上を上げる要素を取り入れて改善していくことが重要になります。

直接的要因

検索キーワードとの商品
ページテキスト関連率

以下にキーワードを盛り込みます。
商品名、商品説明の箇条書き、商品紹介コン
テンツ、検索キーワード、商品説明文

商品の
直近売上

直近7-14日間の「注文件数」（売上金額、売
上個数、諸説あり）が基準となります。

CVR（ユニットセッ
ション率）

商品ページの閲覧者のなかでの注文件数が考
慮されます。

在庫
保持率

在庫には余裕を持つ必要があります。在庫切
れを起こしてSEOランキングが急降下した例
もあります。

商品価格

Amazonが想定している適切な価格帯に設定し
ている必要があります。
※極端に安いと検索順位が下がります。

間接的要因

FBAを
利用する

当日、翌日配送となることで、CV率が上がり、
結果的にSEOランキングに寄与します。

カスタマー
レビュー

高評価を得ることが重要です。

商品画像の最適化

7枚目までの商品画像をユーザーが購入できる
情報を提供できるよう最適化する。

商品紹介コンテンツ
を掲載する

商品説明を入れます。ヘッダー部分はh3要素
のため、GoogleSEO対策的にも重要です。

広告を
出稿する

広告をかけて、直近の売上をあげることで
SEOランキングを上げることができます。

クーポン設定および
プロモーションを設
定する

売上を向上することで、SEOランキングを上
昇できます。割引率は20%までに抑えること
が重要です。

2. AmazonにおけるSEO対策

商品ページの作成は、アクセス数とCVR向上の重要な要素です。SEO対象項目について、必ずすべての項目にキーワードを盛り込みながら、わかりやすく入力していくことが重要です。

商品ページイメージ

The screenshot shows an Amazon product page for '大原の里 W-20'. It features a grid of 10 product images (1), a detailed product description and pricing section (2), a '商品説明' (Product Description) section with a list of contents and a photo of the product being served (3), and a 'の説明' (Description) section with a list of contents and a photo of the product being served (4).

1 商品画像の最適化

2 商品名

3 商品説明の箇条書き

4 商品紹介コンテンツ

検索キーワード

商品説明文

SEO対象項目

1 商品画像の最適化

- 画像の最長辺のサイズを1,000px以上に設定する
- 画像枚数はかならず7枚以上用意する
- 実際に使用しているシーンを提供する

2 商品名

- 50文字から65文字程度
- 商品名のところに選定したキーワードを重要なワードから順に盛り込む

3 商品説明の箇条書き

- 5つすべてを記載
- 1つ100文字程度
- キーワードをできるだけ盛り込む

4 商品紹介コンテンツ

- 自社商品の特徴（他社との違い）
- 実際の使用例
- 詳細なスペック

検索キーワード

- タイトルや商品説明文には入れられないキーワードを入れる
- 表記ゆれやミススペルを入れる

商品説明文

- 重要性は低いと考えられるが、キーワードを盛り込む

3. Amazon広告について

Amazonで出稿可能な広告の種類は以下の通りです。

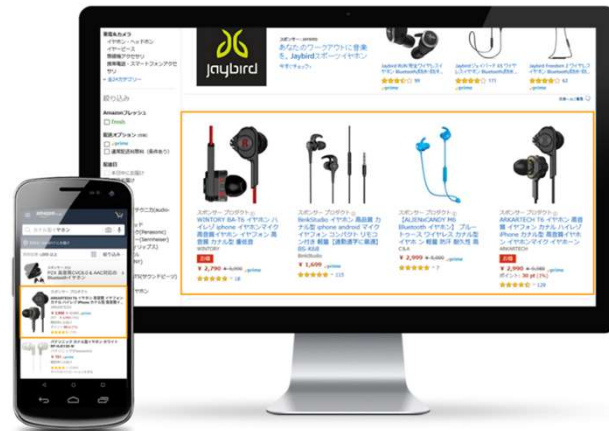
広告種別	出稿内容
スポンサー ブランド広告	<ul style="list-style-type: none">検索結果に表示され最大3つの商品に焦点を当てた、ブランドロゴとカスタマイズ可能な見出しを備えた広告ブランドの認知度の向上と自社のブランドページへの誘導が可能
スポンサー プロダクト広告	<ul style="list-style-type: none">出品する商品に類似した商品を検索しているユーザーに向けて出稿するユーザーがクリックしやすく、費用対効果が高いという特徴がある
スポンサー ディスプレイ広告	<ul style="list-style-type: none">商品の詳細ページに表示される広告オーディエンスと予算などを設定すれば、クリエイティブは自動生成競合他社の商品から自社商品への流入も期待できる
ストア広告	<ul style="list-style-type: none">広告主のブランド専用の複数ページにわたるウェブサイトを無料で作成できる自社のブランドストーリーを共有したり、サイトデザインもカスタマイズすることができるため、ユーザーへのブランディングに繋がる
ディスプレイ広告・ 動画広告	<ul style="list-style-type: none">時期と掲載場所、および掲載料を特定した上でAmazon内での「商品（サービス）告知」が可能。購買履歴に基づいたセグメント配信が可能。基本はimp課金（固定）最低出稿金額は150万円～
カスタム広告	<ul style="list-style-type: none">デジタル広告に加えてライブペイントなど、新しい広告形態を導入しているのが特徴革新的な体験を提供することで、ユーザーの関心を高めること

3. Amazon広告について（検索連動型）

スポンサーブランド広告・スポンサープロダクト広告・スポンサーディスプレイ広告はAmazonの検索結果に紐づいて表示される広告です。検索結果と連動しているため、費用対効果は高い傾向にあります。

スポンサープロダクト広告

- ・ 出品する商品に類似した商品を検索しているユーザーに向けて出稿する
- ・ ユーザーがクリックしやすく、費用対効果が高いという特徴がある



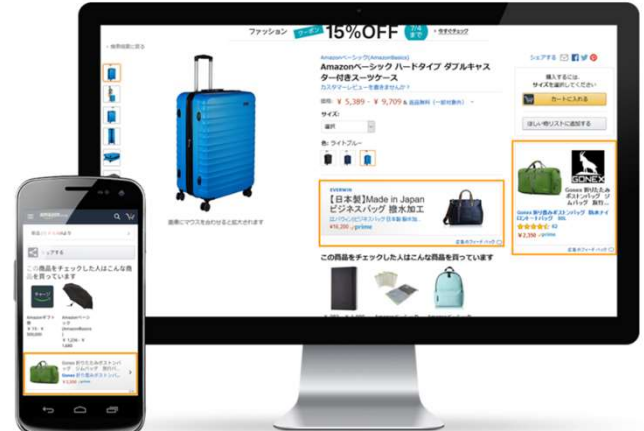
スポンサーブランド広告

- ・ 検索結果に表示され最大3つの商品に焦点を当てた、ブランドロゴとカスタマイズ可能な見出しを備えた広告
- ・ ブランドの認知度の向上と自社のブランドページへの誘導が可能



スポンサーディスプレイ広告

- ・ 商品の詳細ページに表示される広告
- ・ オーディエンスと予算などを設定すれば、クリエイティブは自動生成
- ・ 競合他社の商品から自社商品への流入も期待できる



3. Amazon広告について（ストア広告）

ストア広告は以下のイメージのように、Amazon内にブランドイメージを崩さないようにサイトを作成する事が可能です。

ストア広告のイメージ



3. Amazon広告について（ディスプレイ・動画広告）

ディスプレイ広告・動画広告は時期と掲載場所、および掲載料を特定した上でAmazon内での「商品（サービス）告知」ができます。基本はインプレッション課金で、購買履歴に基づいたセグメント配信が可能です。

広告の配信面イメージ

デスク
トップ



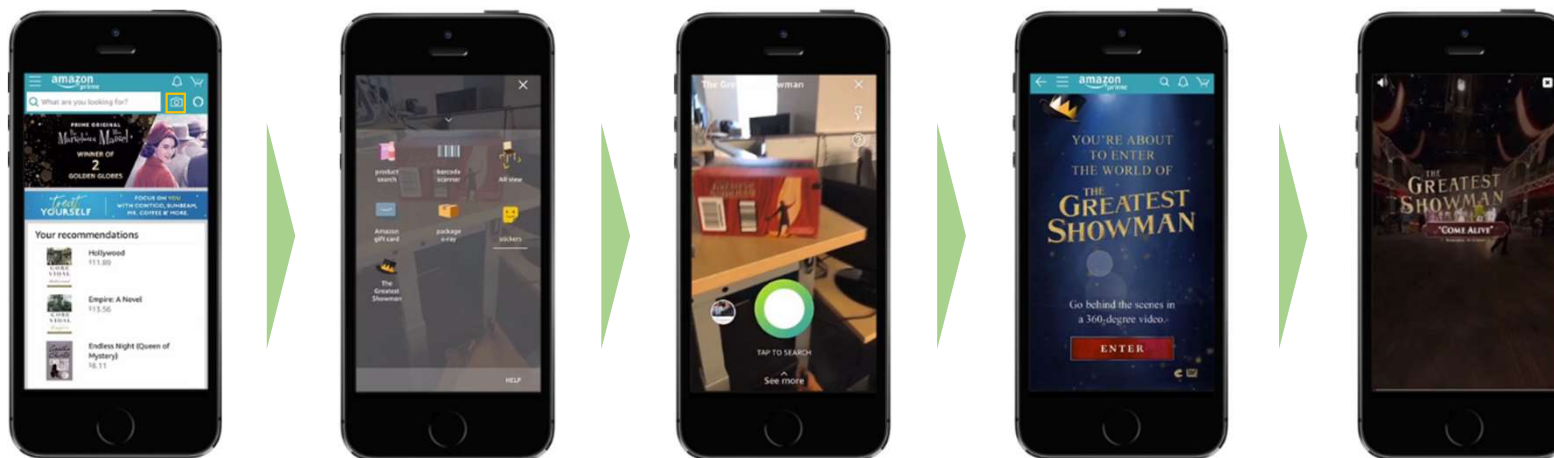
モバイル・
タブレット



3. Amazon広告について（カスタム広告）

カスタム広告はライブイベントなどの購入客にとって魅力的な利用体験を生み出す広告を配信できます。デジタル広告から輸送箱まで、Amazon が提供するタッチポイントを活用して、統合されたブランド体験を創出可能です。

カスタム広告の実施例（フォックススタジオ）



- Amazon TOPのカメラボタンを押します
- カメラモードに切り替わります
- 輸送BOXにカメラを当てます
- 特別な映像体験をすることが可能です

4. カートの取得について

Amazonにて商品出品者として売上を上げていくには「カートの取得」をする事が非常に重要です。

カート取得の概要



Nintendo Switch 本体 (ニンテンドー
スイッチ) Joy-Con(L) ネオンブルー
ー/(R) ネオンレッド(バッテリー持続
時間が長くなったモデル)
ブランド: 任天堂
プラットフォーム: Nintendo Switch
★★★★☆ 11,460個の評価
ベストセラー1位 - カテゴリ Nintendo Switch本体

価格: ¥40,700 通常配送無料 詳細
残り1点 ご注文はお早めに 在庫状況について
この商品に、Success55が販売し Amazon.co.jp が
発送します。
カラー: ネオンブルー/ネオンレッド

機種・種類: 本体のみ
フィルム+カバー付き
フィルム+ポーチ付き
フィルム付き 本体のみ

シェアする
☐ この注文でお急ぎ便、お届け日
時指定便を無料体験 Amazon
プライム無料体験について
あわせて購入:
☐ 【任天堂ライセンス商品】
Nintendo Switch専用液晶保護
フィルム 多機能 ¥1,473
カートに入れる
お客様情報を保護しています
☐ ギフトの設定
お届け先を選択
ほしい物リストに追加する
新品 & 中古品 (212)点:
¥38,780 + (無料配送)

- Amazonでは、一つの商品に対して、複数の商品出品者が存在しています。
- 左の画像のように出品者が表示され、実はAmazonだけではなく、各出品者から商品を購入しています。
- この販売者は、一定の基準を満たしたセラーが入れ替わりで表示されています。

ここでセラーに表示されることを「カートを獲得する」と言います

4. カートの取得について

カート取得につながりやすい項目とその詳細を以下の通りまとめました。各項目の基準を満たすことでカート獲得率を向上させることができます。

項目		詳細
大口出品登録		<ul style="list-style-type: none">月額4,900円 (固定) + 販売手数料一括出品ツール、注文管理レポート、多様の決済方法の提供、独自の配送料金の設定、お届け日時指定の設定
FBA		<ul style="list-style-type: none">商品の保管から注文処理、配送、返品に関するカスタマーサービスまで、Amazonが代行する
注文不良率	低評価率	<ul style="list-style-type: none">特定の期間に低い評価を付けられた注文数を全注文数で割った数
	Amazonマーケットプレイス保証申請率	<ul style="list-style-type: none">指定された60日間に該当する保証申請（以下を参照）が行われた注文数を全注文数で割った数
	クレジットカードのチャージバック率	<ul style="list-style-type: none">特定の期間にクレジットカードに関する問題による払い戻し（チャージバック）が発生した注文数を全注文数で割った数
キャンセル率		<ul style="list-style-type: none">指定された7日間の注文に対し、出品者都合でキャンセルされた注文の割合を表したもの ※キャンセル率が2.5%を超えていると、アカウントが利用停止になる可能性がある
出荷遅延率		<ul style="list-style-type: none">10日間または30日間の注文のうち、出荷予定日より後に出荷通知が送信された注文の割合
注文数が一定数ある		<ul style="list-style-type: none">ユーザーからの信頼がある商品をAmazonは優先的に表示するため、一定数の商品数が必要となる
価格が最安値である		<ul style="list-style-type: none">Amazon売上が上がる商品をできるだけ表示させるため、最安値で出品すると、カートが獲得しやすくなる

5. フルフィルメント by Amazon (FBA) について

商品の保管から注文処理、配送、返品に関するカスタマーサービスまでAmazonが代行してくれる物流サービスです。翌日・当日配送も可能になることでCVRの向上につながり、カート取得率の向上にも影響してきます。

FBAの仕組・概要

- ① フルフィルメントセンターへ商品を発送・納品
- ② 商品にプライムマークが付与（原則送料無料・当日翌日配送可）
- ③ Amazonにて受注処理～配達・カスタマーサービスを24時間365日対応



FBA利用後のイメージ





ユーザーが購入しやすい状態になるため
CVR向上も見込むことができる

6. Amazonにおけるセール・クーポンについて

商品別にタイムセール申し込みやクーポン設定をする事で、商品ページや検索結果商品情報に「セールバッジ」や「クーポンバッジ」の表示やクーポン・タイムセール特集ページへの商品表示によりCVR向上が狙えます。

セール・クーポンの概要

	特選 タイムセール	数量限定 タイムセール	Amazon クーポン
専属バッジ		なし	
割引率 (目安)	20%以上	15%以上	5%以上
プロモーション 期間	24時間	12時間	90日以内

※それぞれ利用条件には「販売履歴に対する基準」や「出品者評価・レビュー数に対する条件」があります

セール・クーポンイメージ







スポンサー
[Amazon限定ブランド] キリン LAKURASHI アルカリイオンの水...
★★★★☆ 21,011
プライムデーセール
¥956 (¥106/本) ¥1,125
11ポイント(1%)
5%オフ 最初の定期購入の注文限定
プライム会員は無料配送
Amazon限定



スポンサー
ULBO (アルボ) MACACHARGE シトルリンアルギニン 亜鉛 マカ 厳選10種類90粒 日本製
タブレット
3.9 ★★★★★ (11,251)
タイムセール
¥1,184 (¥1,184/袋) 過去: ¥1,499
定期おトク便の割引(適用で¥1,125)
この出品者から2点購入すると、5%割引
prime 無料配送 明日, 3月23日, 8:00 - 12:00
日本の中小企業



【Amazon.co.jp限定】ロワール地方の味わい広がるスパークリング6本セット 辛口~やや甘口まで (750mlx6) [フランス/Amazon.co.jp限定] シャルドネ
4.3 ★★★★★ (34)
¥12,329 (¥12,329/個)
123ポイント(1%)
定期おトク便の割引(適用で¥11,096)
20% OFF クーポンあり
prime

7. Amazon Vine(先取りプログラム) について

AmazonVine先取りプログラムとは、Amazonに選ばれた「AmazonVineメンバー」によって予約商品や新商品のサンプルを試してもらい、レビューを提供してもらうサービスで、商品ページへのレビュー増につながります。

AmazonVineの仕組・概要

- ① Amazon Vineに商品別に登録・FBA発送
- ② Vine先取りプログラムメンバーが利用・レビューへ書き込み



Amazon Vine参加条件

- ・ Amazonブランド登録で登録されているブランドである
- ・ 商品詳細ページのレビュー数が30件未満である
- ・ コンディションが「新品」の購入可能なFBA出品商品がある
- ・ アダルト商品ではない
- ・ Amazon Vine登録時に出品を開始している
- ・ 在庫がある
- ・ 商品の画像と説明がある

お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00～18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求（ダウンロード）

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績（導入事例）

<https://proteinum.co.jp/works/>