

# FBAに適した商品を選定しよう



記載の内容は2018年3月6日現在のものです。サービス内容、およびインターネットサイト上の表示等は変更となる場合がありますのでご了承ください。  
© Copyright 2018 Amazon.com, Inc. or its affiliates. All rights reserved. 無断転載・複製を禁止します。  
Amazon, アマゾン, Amazon.co.jp, Amazon Services Japan, Merchants@amazon.co.jp, フルフィルメント by Amazon, Amazon マーケットプレイス, セラーセントラル, Amazon プライム, Amazon ロゴ, Amazon.com, Amazon.co.jp ロゴ, Amazon 出品サービス, Amazon出品大学、その他Amazonの製品およびサービスに関するロゴは、Amazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です。

## 目次

FBAを利用してビジネスを拡大するには、FBAで販売するのに適した商品がどのような商品かを理解し、選定することが非常に重要です。この講座では、下記の3つの方法をご紹介しますので、ぜひご活用ください。

### 方法① ビジネスレポートを活用して出品商品から選定

- 概要編：ビジネスレポートとFBAの商品選定
- 実践編：実際にレポートをダウンロードしてみよう

### 方法② 週間出品おすすめデータを活用してAmazonの売れ筋商品から選定

### 方法③ 出品大学講座を活用して季節性の高い商品から選定



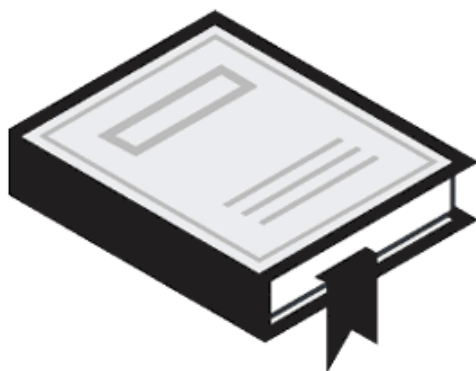
方法①：ビジネスレポートを活用して  
出品商品から選定

## 方法①：ビジネスレポートを活用して出品商品から選定しよう

出品中の商品からFBAに適した商品を選定するには、まずは出品商品の販売状況を把握することが重要です。そのためにはセラーセントラルの**ビジネスレポート**を活用します。ビジネスレポートでは下図のような悩みを解決することができます。



※ビジネスレポートはセラーセントラルログイン後、レポート>ビジネスレポートで閲覧できます。



概要編：  
ビジネスレポートとFBAの商品選定

## ➤ ビジネスレポートとは？

ビジネスレポートには以下の7種類のレポートがあり、各レポートの詳細は出品大学講座「[ビジネスレポートについて](#)」をご参照ください。FBAに適した商品を出品商品から選定するには「**(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック**」を利用します。

	レポート名	内容
1	売上ダッシュボード	売上金額や注文商品数などを時系列で表示
2	日付別> 売上・トラフィック	売上とトラフィックに関する情報を日・週・月単位で表示
3	日付別> 詳細ページ 売上・トラフィック	詳細ページに関する情報を日・週・月単位で表示
4	日付別> 出品者パフォーマンス	返品や評価などに関する情報を表示
5	ASIN別> 詳細ページ売上・トラフィック	ASIN別の重要指標を設定した期間で表示
6	(親)商品別詳細ページ 売上・トラフィック	親商品別の重要指標を設定した期間で表示
7	(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック	子商品別の重要指標を設定した期間で表示

## ➤ 「(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック」レポートとは？

「(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック」では、ASIN別の販売実績やセッション数、カートボックス獲得率が確認できます。(子)は商品バリエーションの子商品を指します。

(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック [詳細はこちら](#)  
この機能に関する感想をお聞かせください。

開始日: 2017/06/26 終了日: 2017/07/26

ダウンロード

<input type="checkbox"/>	(親)ASIN	(子)ASIN	商品名	セッション	セッションのパーセンテージ	ページビュー	ページビュー率	カートボックス獲得率	注文された商品点数	ユニットセッション率	注文商品売上	注文品目総数
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

※子商品とは色・サイズ違いなども含めた個々の商品のことです。詳しくは出品大学講座「[商品バリエーション \(概要編\)](#)」をご参照ください。

## > ビジネスレポートで注目する項目

レポート内の赤枠①～④はこのレポートで注目する項目となり、各項目の値を言い換えると以下になります。

(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック [詳細はこちら](#) 開始日: 2017/06/24 終了日: 2017/07/24  
[この機能に関する感想をお聞かせください。](#)

ダウンロード

	(親)ASIN	(子)ASIN	商品名	① セッション	セッションのパーセンテージ	ページビュー	ページビュー率	② カートボックス獲得率	③ 注文された商品点数	④ ユニットセッション率	注文商品売上	注文品目総数
<input type="checkbox"/>	<a href="#">B000000000</a>	<a href="#">B000000000</a>	商品名	2	10.00%	2	10.00%	100%	1	50.00%	100%	1

① セッション = 来客数

値が大きいほど来客数が多い人気商品

② カートボックス獲得率

値が大きいほど競合出品者に販売優位な商品

③ 注文された商品点数

値が大きいほど売れ筋の商品

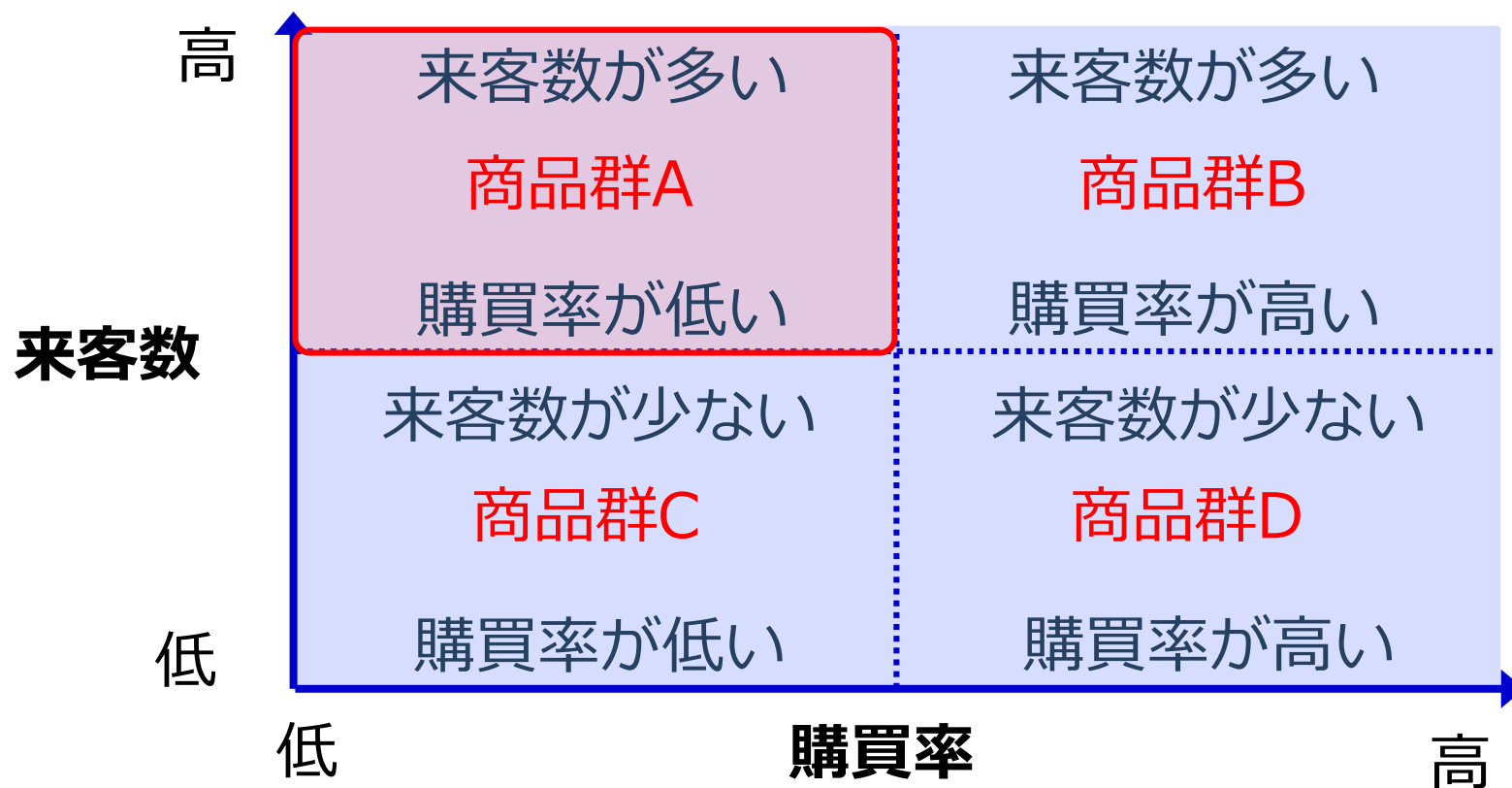
④ ユニットセッション率 = 購買率

セッション数に対する注文された商品点数の割合  
値が大きいほど購入され易い商品



## 出品商品の販売分析

来客数と購買率の関係から商品を以下4群に分け、FBAの利用に適した商品の優先順位をつけることができます。優先順位は出品者様の販売方針により異なりますが、一般的には商品群AがFBAを利用するのに最も適した商品群となります。理由を次ページでご説明します。



## ➤ なぜ商品群AがFBA利用に適しているのか

商品群Aは「来客数が多く購買率が低い」商品で、来客数が多いことから商品および商品ページの魅力はすでに高いため、購買率向上に繋がりやすいと考えられます。購買率をアップさせる3つのポイントと具体的な対応例は以下のとおりです。

①ショッピング  
カートボックス  
の獲得

対応例：価格、在庫状況、配送、カスタマーサービスの最適化 など

②購入者への付加価値  
や利便性の提供

対応例：プロモーション、決済手段の追加、お急ぎ便の利用、Amazonプライムの活用 など

③商品の特  
徴や価値を  
理解してもら  
う

対応例：メイン・サブ画像の見直し、商品紹介コンテンツの作成 など

※詳しくは、出品大学講座「[購買率アップの仕組みを理解しよう](#)」をご確認ください。

## ➤ なぜ商品群AがFBA利用に適しているのか

FBAを利用した商品はAmazonプライム対象商品となるため、赤字で示した項目に効果があると言えます。そのため**FBAを利用することは購買率をアップさせるための複数のポイントに効果があると言えます**。このことから購買率をアップさせる必要がある商品群AがFBAを利用することに最も効果があると言える理由です。

①ショッピング  
カートボックス  
の獲得

対応例：価格、在庫状況、  
配送、カスタマーサービスの  
最適化 など

②購入者へ  
の付加価値  
や利便性の  
提供

対応例：プロモーション、  
決済手段の追加、  
お急ぎ便の利用、  
Amazonプライムの  
活用 など

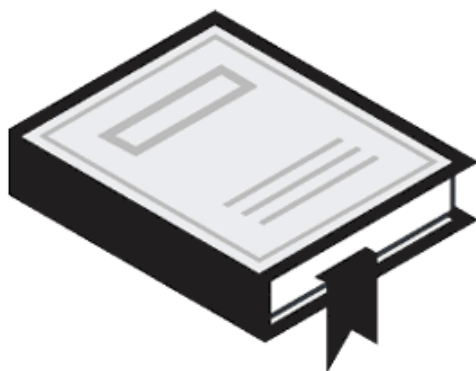
③商品の特  
徴や価値を  
理解してもら  
う

対応例：メイン・サブ画像の  
見直し、商品紹介コンテンツの  
作成 など

## ➤ まとめ) 概要編 : ビジネスレポートとFBAの商品選定について

1. ビジネスレポートはセラーセントラルで閲覧、ダウンロード可能なレポートで出品者様の販売状況を確認することができます。
2. 7種類あるビジネスレポートの中で、「(子) 商品別詳細ページ 売上・トラフィック」ではASIN別にセッション数(来客数)、ユニットセッション率(購買率)やカートボックス獲得率が確認できます。
3. FBAに適した商品を選定するには来客数と購買率の関係から4群に分け、優先順位をつけることが重要です。
4. FBAは購買率アップへの効果が見込まれることから、来客数は多いが購買率をアップさせる必要のある商品群からFBAの利用検討すると良い。

次ページからの実践編では選定する際の手順を中心に説明いたします。



実践編：  
実際にレポートをダウンロードしてみよう

## ➤ ビジネスレポートをダウンロードする

<概要編>での内容を踏まえて、ここからは実際にビジネスレポートを使ってFBA向きの商品選定を行ってみましょう。「(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック」のページを開きます。

The screenshot shows the Amazon Seller Central Japan dashboard. The left sidebar contains a navigation menu with the following items: ダッシュボード, 売上ダッシュボード, ビジネスレポート, 日付別 (売上・トラフィック, 詳細ページ 売上・トラフィック, 出品者パフォーマンス), ASIN 別 (詳細ページ 売上・トラフィック, (親)商品別詳細ページ 売上・トラフィック, (子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック), その他 (情報不足の出品商品一覧, 在庫量の管理), Amazon出品コーチ (お知らせ, 出品推奨商品). The main content area shows the 'Report' dropdown menu with options: ペイメント, Amazon出品コーチ, **ビジネスレポート** (highlighted with a red box), and フルフィルメント. Below the menu, the 'Date' dropdown is set to '本日 - 2014/12/08'. A table titled '売上スナップショット' is partially visible, showing columns for '注文品目数', '注文商品数', '注文商品の売上', and '品目あたりの平均商品数'. The first row shows a value of 1.00, and the second row shows 0.75.

① レポート>ビジネスレポートの順に選択

② 「(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック」をクリック

## 出品商品をセッション順に並び替える

「(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック」で、商品閲覧数が多いものを探してみましょう。**セッション欄を降順で並び替えます**。対象期間を短縮、延長する場合は右上の開始日、終了日のカレンダーマークをクリックし調整します。初期設定は過去30日です。

①セッションにカーソルを合わせる

レポート期間の調整

開始日: 2017/06/24 終了日: 2017/07/24

(親)ASIN	(子)ASIN	商品名	セッション	セッションのパーセンテージ	ページビュー	ページビュー率	カートボックス獲得率	注文された商品点数	ユニットセッション率	注文商品売上	注文品目総数
			1	18.35%	2	15.18%	15.97%		0.85%	48	
			4						0.85%	48	
			1						0.85%	48	

②並べ替え（降順）をクリック

セッション

セッションのパーセンテージ

並べ替え(降順)

並べ替え(昇順)

列を削除

説明

## ➤ FBAに適した商品を選定する

セッションを降順に並び替え、[＜説明編＞ビジネスレポートで注目する項目](#)に限定したビジネスレポートを以下とします。FBAの利用は購買率アップが期待できることから、[＜説明編＞セッションとユニットセッション率（購買率）](#)で商品群A（来客数が多い、購買率が低い）に該当する商品を優先的に選定すると良いでしょう。

セッション =閲覧数	ユニット セッション率 =購買率	カート ボックス 獲得率	注文された 商品の売上
<b>7,866</b>	<b>0.12%</b>	<b>23%</b>	<b>¥170,500</b>
6,787	0.00%	0%	¥0
6,099	10.68%	95%	¥540,000
<b>5,926</b>	<b>0.15%</b>	<b>20%</b>	<b>¥56,900</b>
5,652	15.24%	88%	¥370,000
<b>5,585</b>	<b>0.21%</b>	<b>5%</b>	<b>¥33,962</b>
5,447	0.00%	0%	¥0



## ➤ FBAに適した商品を選定する

その他、カートボックス獲得率、注文された商品の売上や個数から、売れ筋でカートボックス獲得率向上の伸びしろが大きいものを選定するという選定基準も良いでしょう。

セッション = 閲覧数	ユニット セッション率 = 購買率	カート ボックス 獲得率	注文された 商品の売上	
<b>7,866</b>	<b>0.12%</b>	<b>23%</b>	<b>¥170,500</b>	FBA選定候補
6,787	0.00%	0%	¥0	
6,099	10.68%	95%	¥540,000	
<b>5,926</b>	<b>0.15%</b>	<b>20%</b>	<b>¥56,900</b>	FBA選定候補
5,652	15.24%	88%	¥370,000	
<b>5,585</b>	<b>0.21%</b>	<b>5%</b>	<b>¥33,962</b>	FBA選定候補
5,447	0.00%	0%	¥0	

※実際の商品内容によってはFBA向きの商品選定の際の優先順位も異なります。当ページの説明はあくまでも選定の優先順位づけの考え方としてご参考になさってください。

## > 参考) ビジネスレポートのダウンロードと期間指定

商品数が多い場合は、レポートをダウンロードして分析すると便利です。また、カレンダーマークをクリックすることにより表示期間の指定を変更させることもできます。注文された商品点数はFBAの初回納品数を決定する際の有用な情報になりますので、納品頻度に応じて期間を調整してください。

カレンダーマークから期間を調整します

(子)商品別詳細ページ 売上・トラフィック [詳細はこちら](#)  
この機能に関する感想をお聞かせください。

開始日: 2017/06/24 終了日: 2017/07/24

ダウンロード  
CSV

<input type="checkbox"/>	(親)ASIN	ASIN	商品名	セッション	セッションのパーセンテージ	ページビュー	ページビュー率	カートボックス獲得率	注文された商品点数	ユニットセッション率	注文商品売上	注文品目総数
<input type="checkbox"/>				1	18.30%	2	18.18%	100%	0	0.00%	48	0
<input type="checkbox"/>				36%		4	36.36%	100%	0	0.00%	48	0
<input type="checkbox"/>				44%		1	44.44%	100%	0	0.00%	48	0

ダウンロード> CSVをクリック

## ➤ FBAと組み合わせて活用しましょう

購買率をアップさせるには、FBAの利用以外にも、価格や商品ページの画像・商品紹介コンテンツの見直し、出品コーチの活用という方法が考えられます。詳しくは、以下の出品大学各講座を参考にしてください。

### ➤ 価格について

出品大学講座「[競争力のある価格設定と手数料割引プロモーション](#)」

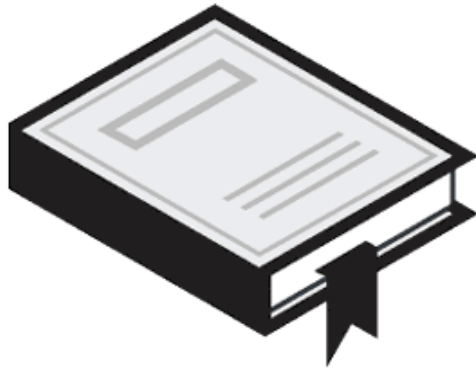
### ➤ 商品カタログについて

出品大学講座「[メイン画像・サブ画像について](#)」

出品大学講座「[商品紹介コンテンツの利用](#)」

### ➤ 出品コーチについて

出品大学講座「[出品コーチの概要](#)」



方法②：週間出品おすすめデータを活用して  
Amazonの売れ筋商品から選定しよう

## 週間出品おすすめデータの活用

新たにFBA販売用として商品を仕入れ販売する際には、週間出品おすすめデータを活用することも有効です。このデータは、先週の受注金額をベースに売れ筋ランキングや、品薄・欠品状態である商品のリストをカテゴリごとに掲載しています。詳しくは、出品大学講座「[週間出品おすすめデータ](#)」をご確認ください。

### 出品大学: 週間出品おすすめデータ

先週の受注金額をベースに、出品おすすめデータを作成しております。出品やFBAご利用の際にお役立てください。毎週火曜日、休日の場合は翌営業日更新（データの取得状況により更新が遅れることがあります）。

#### 掲載しているデータ例

- 受注金額が大きく伸びている「急上昇」商品
- FBA小型・軽量商品プログラムに登録可能な商品
- 「欠品・品薄」の可能性がある商品
- 最低価格
- Amazon直販部門およびFBAの出品数
- FBA出品おすすめデータ

※ストアによって掲載内容が異なります。Amazon仕入れ販売部門（直販部門）の受注金額は含みません。また、「本」のストアのデータのみ、閲覧数ベースで集計しています。

#### 閲覧方法

- 下記、ご覧になりたいレポートのカテゴリ名をクリックしてください。
- Microsoft Office Excel2007 以降のファイル形式でダウンロードできます。
- 文字化けが発生する場合、ブラウザのエンコード設定で日本語対応の文字コードを選択いただくか、別ブラウザをご利用ください。

本	ミュージック	DVD	TVゲーム
PCソフト	おもちゃホビー	AV機器・携帯電話	カメラ
パソコン周辺機器	家電 / 非家電	楽器	文房具オフィス用品
DIY工具	カー&バイク用品	スポーツ	産業研究開発用品
アパレル	シューズ&バッグ	ジュエリー	腕時計
ペット用品	ベビー・マタニティ用品	ドラッグストア	ビューティ
食品&飲料	お酒		

ご覧になりたいレポートの  
カテゴリ名をクリック

※ストア（商品カテゴリ）によって掲載内容が異なる場合がございます。



方法③：出品大学講座を活用して  
季節性の高い商品から選定しよう



