

# スポンサープロダクト広告をご利用のお取引会社様の声

スポンサープロダクト広告  
開設シリーズ

1	2
3	4

A 社様  
(ペット用品)

Amazon.co.jp における総売上に占める、スポンサープロダクト広告  
経由の売上の割合からも、スポンサー広告の販売促進の成果を実感。



卸・総合代理店にてメーカー営業をご担当。Amazon.co.jp およびその他のECサイトのリテール業務と、スポンサープロダクト広告の運用を兼務。

## スポンサープロダクト広告の効果を、どのように感じていらっしゃいますか？

スポンサープロダクト広告を経由した売上が、Amazon.co.jp における売上の全体の中に占める割合が大きくなってきている。つまり、スポンサープロダクト広告が商品売上の底上げとして機能していると感じている。

ペット用給水器が売れるシーズンで、特に手数をかけずとも売上があがった印象がある。

スポンサープロダクト広告経由の売上は現在、月 70 万円ほどとなっているが、これを月 100 万円にのせることが当座の目標となっている。

## スポンサープロダクト広告の広告費用はどの程度でしょうか？

最初はお試し感覚で月予算 1 万円ほどを想定してスタートさせた。広告のクリックが、商品の売上に繋がることをレポートで確認できたため、予算を徐々に上げていった。

広告キャンペーンの開始から 5 か月ほどを経て、現在では月 7 万円ほどの広告費をスポンサープロダクト広告に充てている。現在の成果が持続するのであれば、予算は月 10 万円越えも視野に入れている。

## スポンサープロダクト広告にかかる手間はどの程度でしょうか？

キャンペーンの設定・レポート分析・Amazon.co.jp 上での広告掲載の確認などを含めて、スポンサープロダクト広告の運用にかかる手間は、一日あたり 1 時間程度。

配信結果レポートから得られる、広告露出時にヒットした検索ワードの知見は、商品登録の情報にも活用している。

## スポンサープロダクト広告運用での留意点や今後の課題などをお聞かせください。

留意点は、①売上高広告費比率でバランスをみつつ、入札額を上げてトータルの売上アップを狙う。②広告の露出数が減った際には、キャンペーン設定を要チェック（キーワード・入札額・宣伝商品）。

スポンサープロダクト広告を使って売れ筋商品を宣伝することで、強い競合が存在するカテゴリーにおけるシェアの拡大を狙っている。Amazon.co.jp の売れ筋ランキングで取り扱いブランドの立ち位置を確認しながら広告キャンペーンを運用している。

スポンサープロダクト広告は、Amazon Advertising の広告アカウントがあれば作成できます。

Amazon Advertising の広告アカウントは簡単に無料で開設できます。

ベンダーセントラル・e 託販売サービスの「集客強化」タブより Amazon Advertising の広告アカウントを作成ください。

※ 各サービスの詳細な情報、細則等は、下記 URL でご確認ください。  
[advertising.amazon.co.jp/products/sponsored-products/](https://advertising.amazon.co.jp/products/sponsored-products/)



# スポンサー広告を ご利用のお取引会社様の声

スポンサープロダクト広告  
開設シリーズ

1	2
3	4

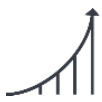
**B 社様**  
(ソフトウェア他)

前年度比での出来高が大きく上昇。  
検索順位でも上位に商品が表示されるようになった。



総合販売代理店の営業本部・マーケティンググループに所属。PC 周辺機器やオフィス家具を含めた数多くのブランドの、店頭からオンラインまで横断的な販売促進をご担当。

## スポンサープロダクト広告の効果を、どのように感じていらっしゃいますか？



ソフトウェア商材を主に担当している。商品カテゴリー上、競合他社も同じ商品を扱うとなると、値段競争のほかには、無料コンテンツなどのおまけをつけるなどが、訴求ポイントとなる。そんな中で、広告からの売上はもちろん、検索結果ページでも目立っているのは大きな魅力。売れ数でいうと、前年度が1ケタ、今年は何十倍の成果となっている。

## スポンサープロダクト広告の広告費用はどの程度でしょうか？



各商品のカテゴリーごとに、Amazon.co.jp用の販売促進予算があり、その中でクーポンやタイムセールを含めて管理している。カテゴリーで異なるが、それぞれの予算は20~60万円/月程度。成果が上がれば、翌月にその何パーセントかを上乘せする試みもしている。新製品の発売タイミングでは、広告キャンペーンで扱う宣伝商品を絞り込むなど、商品当たりボリュームをもたせた予算で成果を出すように心がけてもいる。

## スポンサープロダクト広告にかかる手間はどの程度でしょうか？



新しく広告キャンペーンを作成した場合、まず安定運用にのせるのが重要だと考えている。一日30分~1時間かけて、キャンペーンのキーワードや入札額の整備・調整をはかっている。通常運用時にかかる手間は、一週間あたり1~1.5時間程度。

## スポンサープロダクト広告運用での留意点や今後の課題などをお聞かせください。



留意点は、①メーカーと設定した販売数の達成が目標だが、予算は厳重管理。②毎日の広告キャンペーン確認は難しいが、最低でも週一回。③キーワードの追加を心がける。競争の激しいPC周辺機器カテゴリーでは、入札額の上昇と、売上高広告費比率の見極めが必要だと感じている。その意味でも、取扱商品にベストマッチして、かつ競合の少ないキーワードを開発したい。

スポンサープロダクト広告は、Amazon Advertising の広告アカウントがあれば作成できます。

Amazon Advertising の広告アカウントは簡単に無料で開設できます。

ベンダーセントラル・e 託販売サービスの「集客強化」タブより Amazon Advertising の広告アカウントを作成ください。

※ 各サービスの詳細な情報、細則等は、下記 URL でご確認ください。  
[advertising.amazon.co.jp/products/sponsored-products/](https://advertising.amazon.co.jp/products/sponsored-products/)

