

オリジナルブランド販売における商品ページの作成方法を解説！！新規出品登録の重要な項目とは？

オリジナルブランド販売を実践していく上で、カタログページを1から作成する必要があります。

Amazonで新規出品登録をおこなう手順と検索エンジンを意識した作成方法をお伝えします。

オリジナルブランド販売における商品ページの
作成方法を解説！！新規出品登録の重要な項目とは？

■ はじめに

このレポートの利用に際しては、以下の条件を遵守してください。

このレポートに含まれる一切の内容に関する著作権は、レポート作成者に帰属し、日本の著作権法や国際条約などで保護されています。

著作権法上、認められた場合を除き、著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を、複製、転載、販売、その他の二次利用行為を行うことを禁じます。

これに違反する行為を行った場合には、関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負うことがあります。

レポート作成者は、このレポートの内容の正確性、安全性、有用性等について、一切の保証を与えるものではありません。また、このレポートに含まれる情報及び内容の利用によって、直接・間接的に生じた損害について一切の責任を負わないものとします。

このレポートの使用に当たっては、以上にご同意いただいた上、ご自身の責任のもとご活用いただきますようお願いいたします。

■ 目次

■ はじめに	2
商品登録とは	4
新規出品の手順	5
カテゴリ規制の出品申請	7
重要情報の入力	10
出品情報を入力	13
画像の選択	15
説明文の入力	17
キーワードの入力	18
詳細の入力	21
まとめ	22
発行者情報	23

商品登録とは

Amazon での出品方法は 2 つあり、「マーケットプレイス出品」と「新規出品」があります。

マーケットプレイス出品とは、Amazon で既に登録・販売されている商品を出品することです。

既に出品されているもののページに相乗りする形で表示されます。

新規出品とは、まだ Amazon に出品されていないものや、OEM 商品を新たに出品することを行います。

そのため、Amazon に新規で出品登録して商品ページを作る必要があります。

商品登録（ページの作成）の手順は、慣れてしまえば難しいものではありません。

ただし Amazon の定める規約をしっかりと把握しておく必要があるので、その点も踏まえて次項で手順をご紹介します。

新規出品の手順

①セラーセントラルにログインし、ページ上部にある「カタログ」から「商品登録」をクリックします。



②「Amazon で販売されていない商品を追加します」をクリックします。



③登録する商品の商品カテゴリーを選択します。



例えば、バックを出品したい場合は『シューズ&バッグ』から、『バッグ・スーツケース』を選んでいきます。

↓

更に、小カテゴリーまで選んでいきましょう。

商品名	商品の種類	操作
☆ その他(バッグ)	BAG	カテゴリを選択
☆ クラッチ・セカンドバッグ	HANDBAG	カテゴリを選択
☆ ショルダーバッグ	HANDBAG	カテゴリを選択
☆ トートバッグ	TOTE BAG	カテゴリを選択
☆ ビジネスバッグ	HANDBAG	カテゴリを選択
☆ ボディバッグ・ワンショルダー	HANDRAG	カテゴリを選択

もしも、出品カテゴリがはっきりとしない場合は、類似している商品があるカテゴリを選択しましょう。

『服&ファッション小物』や『バッグ&シューズ』での出品は事前に申請が必要です。このように特定の商品に制限が掛かっているケースがあるので出品申請をしておきましょう。

カテゴリ規制の出品申請

1. セラーセントラルにログイン→カタログ→商品登録をクリックします。

レポートタイトル

The screenshot shows the Amazon Seller Central dashboard. At the top, there's a navigation bar with 'amazon sellercentral' on the left and 'Anshishopping【年中無休/全国...】 日本語 検索' on the right. Below this is a secondary navigation bar with links like 'カタログ', '在庫', '価格', '注文', '広告', 'ストア', '販売機会拡大', 'レポート', 'パフォーマンス', 'パートナーネットワーク', and 'B2B'. A red box highlights the '商品登録' (Product Registration) link. Below it, there's a search bar with the text 'Amazonのカatalogから商品を検索する' and a search input field containing '商品名, JAN, UPC, EAN, ISBN, ASIN'. To the left of the search bar is a sidebar with 'カテゴリで絞り込む' (Filter by category) and a list of categories: 'すべてのカテゴリ', 'ホーム&キッチン (25,412,927)', 'DIY・工具・ガーデン (4,644,746)', '家電&カメラ (2,791,278)', and 'ファッション (1,614,597)'. The main content area shows '1,504,213 件の 1-10 件を表示' (Display 1-10 items of 1,504,213 items) and a product listing for a red bus toy with the title 'ルームアンドホーム キッズデント 子供用デント 収納玩 具 室内キャンプ キャンピングカーポップアップテント 70×110×70cm'. The listing includes the EAN '0804371548558', a sales ranking of 37, and '0 オファー' (0 offers).

2. 出品したい商品名やASINを入力します。

This screenshot shows the same Amazon Seller Central interface as above, but with the search bar containing the word 'ファッション' (Fashion). The search results now show '35,028,934 件の 1-10 件を表示' (Display 1-10 items of 35,028,934 items). The category list on the left is updated, with 'ファッション (14,616,214)' at the top, followed by '服&ファッション小物 (9,162,411)', 'ホーム&キッチン (8,677,437)', '家電&カメラ (6,536,587)', 'ジュエリー (3,552,976)', 'シューズ&バッグ (3,438,034)', and 'スポーツ&アウトドア (2,444,444)'. The product listing area shows two items: 'ナチススイスチーズ' (Nazi Swiss Cheese) with EAN '4562133713982', a sales ranking of 22,613, and '9 オファー' (9 offers); and 'クアファッショングット反応クッション ネイビー' (Qua Fashion Good Reaction Cushion Navy) with EAN '4500604050121', a sales ranking of 680,260, and '3 オファー' (3 offers).

例えば、服&ファッションのカテゴリーを出品したい場合は検索窓にファッションなど入力するか、左のカテゴリー、一覧から選びましょう。

3. 該当する商品を検索すると「出品許可を申請」というのがあるのでクリックします。



4. 「出品許可申請」をクリックして申請手続き始めます。

出品申請

以下は出品許可が必要です：

- 新品, 中古, 再生品, コレクター商品のコンディションのAIXUA

出品許可を申請する

以下は出品申請を受け付けていません：

注意することは、Amazon 独自の審査になるので通らない場合もあります。

審査が問題なく通れば出品は可能です。

参考：出品許可が必要なカテゴリと商品

https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/help.html?itemID=200333160&language=ja_JP&ref=efph_200333160_relt_G200333160

重要情報の入力

アスタリスクマークのある項目は必ず入力しなければならない項目です。

重要情報 バリエーション 出品情報 コンプライアンス情報 画像 説明 キーワード 詳細

バリエーション 商品にはバリエーションがありますか? はい いいえ

* 商品コード(JANコード等) 選択

商品コードの有効性は、GS1 GEPRおよびGS1.orgデータベースと照合されます。製品コードがGS1に登録されていない場合は、リンクされているASINが検索対象外になり、商品作成権限が取り消される可能性があります。

* 商品名

* ブランド名

この商品にはブランド名がありません [ブランド名のポリシーの詳細はこちら](#)

* メーカー型番

* 対象年齢・性別

サイズ

サイズマップ

カラー

カラーマップ

不備があると終了することができないので、見落としなどがないようにしましょう。

①商品名

商品名を入力する項目がありますが、

「ブランド名 (カタカナ)」「ブランド名 (英語表記)」「商品名 サイズなど」という順序が定められています。

単語と単語の間には半角スペースを入れておきましょう。

商品名で設定できる文字数のルールは、**スペースも含め英数字および全角長くても 80 文字以内**で入力します。

但し、商品タイトル（文字数は簡潔）にすることで SEO に有利に働きます。

65 文字未満がお勧めです。

また、Amazon には商品名に使えない **NG ワード** もあります。

「お得な」「激安」「送料無料」などの特にアピールしたいワードも実は NG。

意外に NG になっているワードが多いので、1 度一覧表を確認しておきましょう。

Amazon 商品名のガイドラインをご参照下さい。

↓

<https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/YTR6SYGFA5E3EQC>

ガイドライン：商品登録ルール

<https://sellercentral-japan.amazon.com/help/hub/reference/200329080?ie=UTF8>

NGワードを使っている出品者もいますが、規約違反となりいずれかは、商品の削除や出品停止になる可能性があるため規約は守った方がいいです。

②ブランド名

ブランド名はご自身が考えた「アルファベット表記」、「カタカナ表記」、で正確に入力してください。

ただノーブランド品を新規登録する場合は商品名には「ノーブランド」と記載する必要があります。

③商品コード(JANコード等)

UPC、EAN、ISBNなど製品コード/バーコード番号を入力します。

商品に標準の製品コードがない場合は、クリックして免除を申請できます。

製品コード番号の取得については事前に申請する必要があります。

④メーカー型番

品番や型番など自由に設定できますので、ご自身が管理しやすい番号を入力しましょう。

⑤対象年齢・性別

ここでは「メンズ、レディース、キッズ」、など対象となる性別を入力します。

出品情報を入力

SKU（商品管理番号）や価格、在庫、出荷方法などを入力していきます。

The screenshot shows a web form for product information. The '出品情報' (Product Information) tab is highlighted with a red box. The form contains the following fields:

- 出品者SKU: 15700 (locked icon)
- 商品タックスコード: A_GEN_STANDARD
- 配送パターン: 移行された配送パターン (dropdown menu)
- * 販売価格: JPY¥ 例: 50 (highlighted with a red box)
- ポイント: [] %
- セール価格: JPY¥ 例: 50
- セール特ポイント: [] %
- セール開始日: YYYY/MM/DD
- セール終了日: YYYY/MM/DD
- メーカー希望価格: JPY¥ 例: 50
- * コンディション: 新品 (highlighted with a red box, dropdown menu)

①出品者 SKU

出品者 SKU は独自の商品管理番号が設定できますが、任意の入力項目です。
入力しない場合（空欄）は、自動で SKU が作成されます。

SKU に記録しておきたい情報（年月日、仕入値など）を入力し管理することもできます。

②販売価格

販売価格はカテゴリー市場を参考にして、利益を得られる価格を設定していきましょう。

例えば、ショルダーバックの売れ筋ランキングを参考にするなどです。

amazon ランキング 売れ筋ランキング
Amazon.co.jpの売れ筋ランキング。ランキングは1時間ごとに更新されます。

すべてのカテゴリー
シューズ&バッグ
バッグ・スーツケース
メンズバッグ・財布
バッグ
クラッチセカンドバッグ
ショルダーバッグ
トートバッグ
ボディバッグ・フンショルダー
リュック
ビジネスバッグ

メンズショルダーバッグの売れ筋ランキング

順位	商品名	価格	評価
#1	BLUE SINCERE 取柄士監修 ショルダーバッグ メンズ 撥水 防臭 防虫 防UV UP1D スキニー	¥2,999 (prime)	★★★★☆ 2,045
#2	[チャムス] ショルダーバッグ Booby Canvas Shoulder	¥2,814 (prime)	★★★★☆ 513
#3	[ザノースフェイス] ショルダーバッグ Musette Bag ミュゼットバッグ NMB2041	¥3,461 (prime)	★★★★☆ 366

この場合ですと2~3千円が市場相場だということがわかります。

③コンディション

コンディションは新規出品なので、プルダウンから「新品」を選びましょう。

④フルフィルメントチャネル

最後のフルフィルメントチャンネルは、以下2つのパターンから選ぶことができます。

フルフィルメントチャンネル

私はこの商品を自分で発送します
(出品者から出荷)

Amazonが発送し、カスタマーサービスを提供します
(Amazonから出荷)

① この商品の注文は、Amazon から出荷するよう指定されており、Amazon が出品者から商品を受領すると販売可能となります。ご利用にはフルフィルメント by Amazon の手数料がかかります。詳細はこちら

- ・ 私はこの商品を自分で発送します(出品者から出荷)
- ・ Amazon が発送し、カスタマーサービスを提供します(Amazon から出荷)

商品登録の際は上の(出品者から出荷) を選んでおくことをお勧めします。

Amazon から出荷を選ぶと、納品画面にジャンプするので、ややこしくなります。

画像の選択



「画像」をクリックから商品画像をアップロードしていきます。

Amazon ではメイン画像 1 枚、サブ画像 6 枚の合計 7 枚を設定していきます。

Amazon では商品画像にも規約があります。

メイン画像

背景は白で販売商品のみ表示する。グラフィック効果やイラスト、ロゴや文字の入力は不可。
画像全体の 85%以上を商品が占める必要がある。

サブ画像

商品の詳細や使用方法など文字入れが可能。ただし、「送料無料」「〇%オフ」などの文言の使用は不可。

といった決まりがあります。

これも違反してしまうと出品ができなくなってしまう可能性があるため、しっかりと規約を確認しましょう。

説明文の入力

The screenshot shows the Amazon Seller Central interface for a product listing. The navigation bar includes tabs for '重要情報' (Important Information), 'バリエーション' (Variations), '出品情報' (Listing Information), 'コンプライアンス情報' (Compliance Information), '画像' (Images), '説明' (Description), 'キーワード' (Keywords), and '詳細' (Details). The '説明' tab is highlighted with a red box. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: シューズ&バッグ > バッグ・スーツケース > メンズバッグ・財布 > バッグ > ショルダーバッグ. A blue information banner states: 複数の出品者が商品詳細ページを介して同一の商品を販売する場合、購入者がお買い物を楽しめるように、Amazonは最適な商品情報を組み合わせて表示します。 The main content area has two input fields: '商品説明文' (Product Description) and '商品の仕様' (Product Specifications). The '商品の仕様' field is highlighted with a red box and contains five empty rows for text entry. A '最後を削除' (Delete Last) link is located at the bottom of the '商品の仕様' field.

①商品の仕様

商品の魅力や特徴を伝えたりする部分になるので、しっかりと活用しましょう。

商品の仕様は5行のうち、1項目100文字以内の制限があります。

簡潔にわかりやすく、お客さまに商品の魅力やサイズなどの内容を記載しましょう。

商品説明文で意識しておくといふ4つのポイントを抑えておきましょう。

レポートタイトル

↓↓

- ・長々とした説明文よりもシンプルで分かりやすくする
- ・発送方法や返品保証など不安な要素を明記する
- ・商品のこだわりポイントや容量などの詳細をアピールする
- ・サイズ、対象年齢なども記載する

重要性が高い内容を商品仕様で簡潔に伝えることが大切です。

キーワードの入力

The screenshot shows the 'Keywords' section of the Amazon Seller Central interface. The 'Keyword' tab is highlighted with a red box. Below the navigation tabs, there is a breadcrumb trail: シューズ&バッグ > バッグ・スーツケース > メンズバッグ・財布 > バッグ > ショルダーバッグ. A blue information icon (i) is followed by a note: 複数の出品者が商品詳細ページを介して同一の商品を販売する場合、購入者がお買い物を楽しめるように、Amazonは最適な商品情報を組み合わせて表示します。 Below this, there are four input fields: 'ターゲットユーザーのキーワード' (Target User Keyword) with 'メンズ' entered; 'スタイルキーワード' (Style Keyword) with an empty field and 'さらに登録' (Register) below it; '検索キーワード' (Search Keyword) with '子供用' entered and highlighted with a red box; and 'ブランドキーワード' (Brand Keyword) with an empty field and 'さらに登録' (Register) below it. A '詳細表示' (Show Details) toggle is visible in the top right corner.

ここで入力したキーワードは検索エンジンに有利に働くので、ユーザーが検索した場合、その検索結果に表示されやすくなると言えます。

ですので、もしここを空欄にしてしまうと検索に引っかからず Amazon ユーザーの目に留ま

る機会を逃してしまいます。

当然ながら商品が表示されなければ商品も売れませんので、キーワード設定は重要なポイントになります。

1つの商品に対して100文字未満でキーワードを設定することができるので、たくさんの人に見てもらうためにも、キーワードは意識して設定しておきましょう。

キーワードの選び方が分からないという方は、「Amazonのサジェスト機能」や「キーワードプランナー」を使って探して下さい。

(Amazon サジェスト)

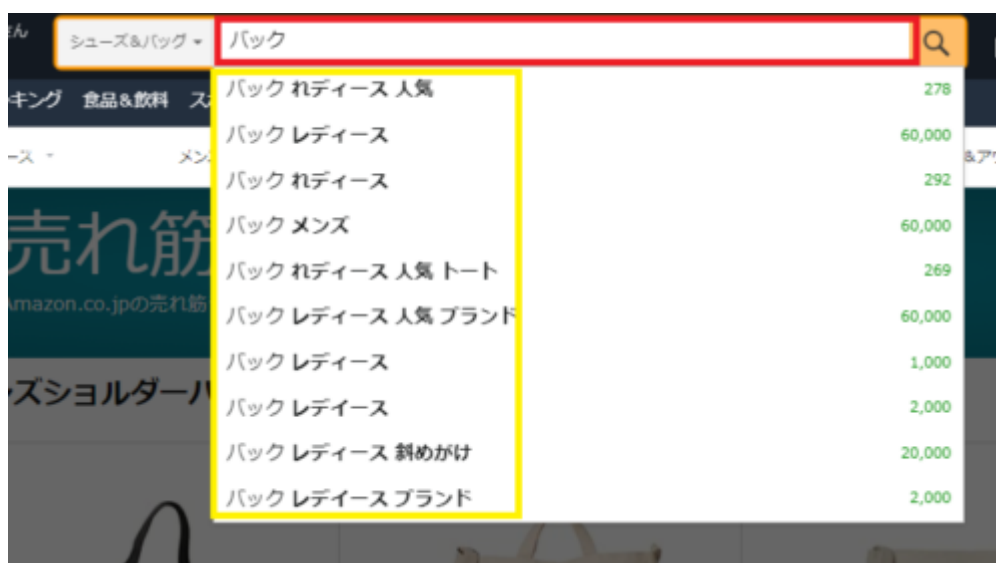
<https://www.azkw.net/>

(キーワードプランナー)

https://ads.google.com/intl/ja_jp/getstarted/?subid=jp-ja-ha-awa-sk-c-s00!o3~CjwKCAjwXZqSBhAHEiwASr9n9PAAXq10F6sPyGrEnWtuhEuRiFdPR-kuUBePd48E0zNU4vmqgRhx0BoCWGkQAvD_BwE~130687383341~kwd-87791948946~16380805420~584102955523&gclid=CjwKCAjwXZqSBhAHEiwASr9n9PAAXq10F6sPyGrEnWtuhEuRiFdPR-kuUBePd48E0zNU4vmqgRhx0BoCWGkQAvD_BwE&gclid=aw.ds

サジェストというのは、Amazonでユーザーがよく検索されるキーワードを表示してくれる機能です。

例えば、検索窓に「バック」と入力すると、このように複合キーワードが表示されます。



つまり、サジェストから表示される複合キーワードはユーザーが検索していることが明確なので、ヒットしやすくなります。

キーワードプランナーも同じような機能なので、お勧めです。

商品ページの作成で最もキーワードを意識しておく箇所は、「商品タイトル」と「キーワード」になります。

商品タイトルは、左詰めから検索数の多いキーワードを順に設定していくことで、より検索結果一覧に表示されやすくなります。

検索キーワードの設定では、商品と「関連性のあるキーワード」をできるだけ多く入力することが大切です。

関連性の低いキーワードを設定すると検索エンジンが商品とキーワードがマッチしていないとみなし広告運用の際や検索結果に表示されずらくなるので、気をつけましょう。

詳細の入力

最後に商品の詳細の入力です。

ここも必須項目ではありませんが、「サイズと重量」は入力しておくとい手は助かります。

また FBA で販売する場合は「包装の寸法」は入力しておきましょう。

 重要情報	バリエーション	 出品情報	コンプライアンス情報	画像	説明	キーワード	詳細
商品の表示寸法							
長さ	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
item_display_width	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
item_display_height	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
包装の寸法							
高さ	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
長さ	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
幅	<input type="text" value="0.0"/>	選択					
商品パッケージの重量 	<input type="text" value="0.0"/>	選択					

FBAに納品する時に寸法や重量の入力が必要になるので、始めのこの段階で設定しておくといいです。

【最後に「保存して終了」をクリックして完了】

もしも「保存して終了」欄をクリックできない状態になっている場合は、入力漏れがあるので再確認してください。

クリックできる状態になれば、不備なく入力が完了したことになります。これで、商品登録の手順は以上になります。

まとめ

最初は慣れるまで難しく感じますが、意味を理解し経験を重ねると、そんなに難しいものではなくります。

また Amazon では出品規約に限らずルールが細かくあり、思いもよらない事が NG だったりするので、規定を全て把握しておく必要があります。

定められたルールの中でいかに魅力的な商品を販売できるか、また出品者の正しい判断が必要になってきます。規約を守った上で売れる商品ページをどんどん作って行って下さい。

発行者情報

作者：ひゆん

運営ブログ：<https://hiyun.jp/>

お問い合わせフォーム：<https://hiyun.jp/contact/>

: