

Amazon 自動入札エンジン

AI駆動型 広告入札最適化システム

3時間

ごとに自動最適化

1500+

キーワードを同時処理

100%

自動化率

エグゼクティブサマリー

本システムの概要と価値提案

このツールは何をするのか？

Amazon広告のキーワード入札価格を、パフォーマンスデータに基づいて**3時間ごとに自動最適化**するシステムです。売上最大化とコスト効率化を両立し、手動作業を完全に排除します。

15-30%

セール期間中の売上向上

10-20%

ACOS（広告費売上比率）削減

0時間

手動入札調整の工数



データ駆動型意思決定

14以上の指標を分析し、最適な入札額を算出

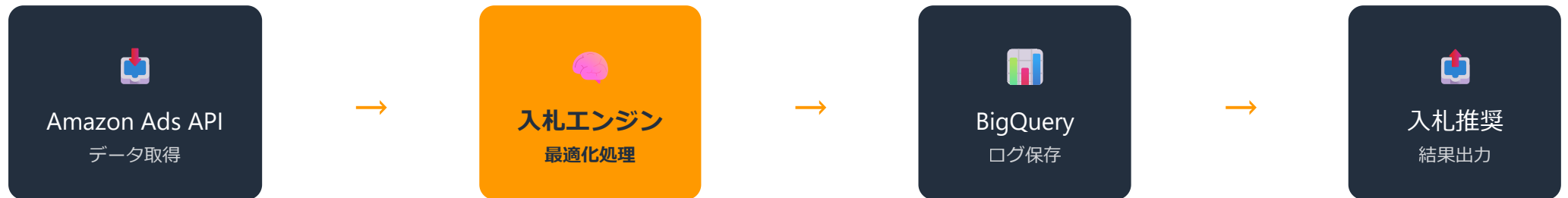


リスク管理機能

損失防止のための自動停止機能を搭載

システム全体像

データの流れと処理フロー



1

データ収集

Amazon Ads APIから1500+キーワードのパフォーマンスデータを取得

2

アクション判定

CVR、ACOS、ランキング等を分析し、6種類のアクションから最適なものを決定

3

係数計算

8つの調整係数を掛け合わせ、最終的な入札変更率を算出

4

結果出力

推奨入札額と判断理由を出力し、BigQueryに記録

アクション判定ロジック

パフォーマンスに基づく6段階の意思決定

アクション	判定条件	入札変更	シナリオ
STRONG_UP	CVR +30%以上向上、ACOS目標以下	+20～50%	絶好調
MILD_UP	CVR改善傾向、ACOS許容範囲内	+5～25%	好調
KEEP	パフォーマンス安定、データ不足	±0%	様子見
MILD_DOWN	CVR微減、ACOS上昇傾向	-5～35%	要注意
STRONG_DOWN	CVR -20%以上低下、ACOS目標×1.5超	-20～70%	不調
STOP	ACOS目標×3.0超（致命的赤字）	停止	緊急停止

アップの判断基準

- CVR（転換率）向上：商品の魅力度上昇
- ACOS健全：広告効率が良好
- ランク改善余地：競争力強化の機会

ダウンの判断基準

- CVR低下：需要減少のサイン
- ACOS悪化：広告費の無駄遣い
- 競合優位：撤退も戦略の一つ

8つの調整係数

多角的な分析による精密な入札調整

フェーズ係数

0.0 ~ 1.8

セールの段階に応じた強弱調整

CVR係数

0.7 ~ 1.5

転換率の変化に応じた調整

ランク係数

1.0 ~ 1.3

目標順位との差に基づく調整

競合係数

1.0 ~ 1.25

競合の入札動向への対応

ブランド係数

0.8 ~ 1.2

自社/競合ブランドの戦略差

リスク係数

0.8 ~ 1.1

リスクの高いKWには慎重に

統計係数

0.5 ~ 1.1

データ量に応じた信頼度調整

TOS係数

1.0 ~ 1.8

検索上位表示への積極投資

最終変更率の計算式

最終変更率 = 基本変更率 × フェーズ × CVR × ランク × 競合 × ブランド × リスク × 統計 × TOS

💡 計算例

基本変更率 25% × フェーズ 1.5 × CVR 1.2 × ランク 1.2 × 競合 1.1 × ブランド 1.0 × リスク 1.0 × 統計 1.1 × TOS 1.3 = **67%増**

2つの動作モード

通常運用とセール期間で最適な戦略を自動切替

● NORMALモード

目的：安定した利益確保

入札上限：最大 +60%

戦略：保守的・効率重視

適用：通常営業日

リスク許容度：低

● S_MODE（セールモード）

目的：売上最大化

入札上限：最大 +150～200%

戦略：積極的・シェア拡大

適用：セール・プロモーション期間

リスク許容度：高

セールフェーズ別の自動調整



安全機構とリスク管理

損失を防ぐ多層的な保護システム

ACOS安全装置

ソフトストップ（警告）

$ACOS \geq \text{目標値} \times 1.5\text{倍}$
→ STRONG_DOWN（大幅入札減）

ハードストップ（緊急）

$ACOS \geq \text{目標値} \times 3.0\text{倍}$
→ STOP（広告一時停止）

入札上限制御

複数の上限チェック

- ・ 現在入札 $\times 3.0$ を超えない
- ・ 競合CPC $\times 1.15$ を超えない
- ・ ベースラインCPC $\times 2.5$ を超えない
- ・ 最低入札額 ¥10 を下回らない

ブランド保護機能

自社ブランドKW

絶対にSTOPしない
STRONG_DOWNを制限
ダウン時は係数0.8で抑制

Amazon 自動入札エンジン

競合ブランドKW

慎重な入札増加
アップ時は係数0.9
ROI重視の保守的運用

一般キーワード

標準ルール適用
係数1.0
パフォーマンス重視

TOS（検索上位表示）戦略

プレミアムポジション獲得のための積極投資

TOS（Top of Search）とは？

検索結果ページの最上部に表示される広告枠。最も視認性が高く、クリック率・転換率ともに通常枠の**1.5～2倍**を記録。高コストだが、ブランド認知と売上に大きく貢献する戦略的ポジション。

✔ TOS対象条件

条件	閾値
クリック数（3時間）	40回以上
優先度スコア	0.8以上
TOS価値スコア	1.5以上
リスクペナルティ	0.3未満

🚀 TOS対象時の特典

200%

最大入札増加率

1.8x

TOS係数上限

通常の150%上限を超え、最大200%までの入札増加が可能。高い投資対効果が見込めるキーワードのみに適用。

TOS係数の計算

TOS係数 = 1.0 + (CTR倍率 × 0.2) + (CVR倍率 × 0.2) + (CPC差額 / 100 × 0.1)

透明性と説明可能性

すべての判断に理由を付与

なぜ透明性が重要か？

AI・自動化システムへの信頼構築には、「なぜその判断をしたか」の説明が不可欠。本システムは全ての推奨に対して**3つの観点から理由を明示**します。

Facts（事実）

現在の数値データ

例：「CVR: 8.0%（基準: 6.0%、+33%）、
ACOS: 15%（目標: 20%）」

Logic（論理）

判断の根拠

例：「CVR向上 → ACOS良好 → TOS対象 →
STRONG_UP」

Impact（影響）

期待される効果

例：「入札: ¥150 → ¥225（+50%）、ク
リック増加を期待」

出力例（JSON）

```
{
  "keyword_id": "kw001",
  "action": "STRONG_UP",
  "current_bid": 150,
  "new_bid": 225,
  "change_rate": 0.50,
  "reason_facts": "CVR: 8.0%（基準: 6.0%, +33%）, ACOS: 15%（目標: 20%）",
}
```

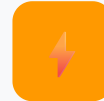
まとめ

Amazon自動入札エンジンの価値



精度の高い最適化

14以上の指標 × 8つの係数による多角的分析で、人間では不可能な精密さを実現



リアルタイム対応

3時間ごとの自動実行で、市場変化に即座に対応。セール期間も最適戦略を自動切替



リスク管理

ACOS監視、入札上限、ブランド保護など多層的な安全機構で損失を防止



完全な透明性

全ての判断に理由を付与。BigQueryへのログ保存で完全な監査証跡を確保

期待される成果

15-30%

セール期間売上向上

10-20%

ACOS削減

100%

作業自動化

24/7

継続的最適化