



# Amazon.com（アメリカ）向け 商品画像作成の重要性と AI新機能のご紹介

2026/02/27

記載の内容は2026年02月27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。

Amazon、Amazon Business、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴはAmazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です。  
Amazon, Amazon.co.jp and all related logos are trademarks of Amazon.com, Inc. or its affiliates.

JAPAN  STORE



amazon

JETRO

## Table of Contents

- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

## Table of Contents

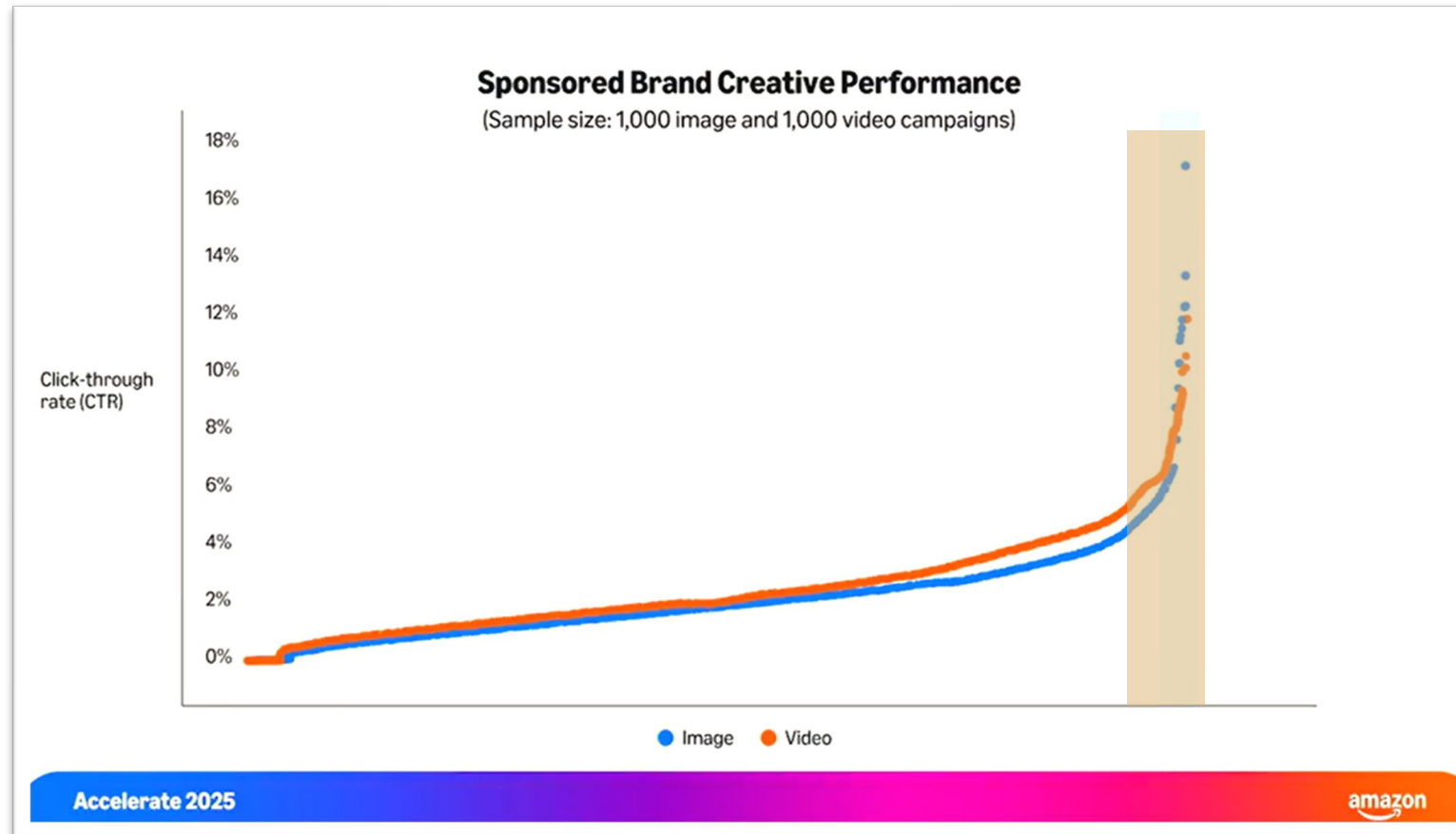
- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

# Amazonにおける商品画像の役割



# Amazon.com(アメリカ)での現状

Amazonが実施したスポンサーブランド広告2000件のサンプル調査では、約5%の画像および動画広告のみ高いクリック率（CTR）を記録しました。



# クリエイティブの特徴

高いクリック率を記録した約5%のクリエイティブにみられる特徴は4つです。



(日本語訳)

# クリエイティブの効果

高品質な画像により、得られるメリットは以下のとおりです。

## 高品質画像の効果

- 1 購入者が商品を**正確に評価**できるようになる
- 2 検索で商品を見つげやすくなる
- 3 購入者が購入を決定する際の**確信度を高める**
- 4 期待との不一致による**商品の返品を減らす**

# 商品画像の基本要件

高クオリティの商品画像は、Amazonサイトでの**売上拡大**に重要な要素です。  
メイン画像とサブ画像の違いは下記です。

## メイン画像（1枚目）

ページ上で最初に表示される画像です。  
白抜きで、基本的に商品以外が表示されてはいけません。

## サブ画像（2枚目以降）

使用中の商品の状態や、ある環境に置かれた状態など、  
さまざまな角度から商品の特徴が表示されます。  
購入者が商品を検討しやすくするために、  
魅力的な画像を6枚以上提供することが推奨されています。

# サブ画像の役割

サブ画像は検索結果でのクリック獲得よりも、**購入検討段階での意思決定に大きく影響します。**  
そのため、製品の特徴、使用方法、多様な角度からの撮影など、  
**購入者が必要とする情報を適切に提供することが重要です。**

1

## 商品詳細情報の視覚化

- インフォグラフィック  
(特徴、仕様)
- 比較表
- サイズ表、寸法図

2

## 使用イメージを沸かせる

- ライフスタイル画像
- 使用方法の説明
- 使用した結果どう変わるかを説明

3

## 商品の信用性を高める

- 認証・品質保証の表示
- 商品やブランドのストーリーを説明
- パッケージ内容の表示

4

## ペルソナに合わせた 購買意欲の喚起

- 複数のカラーバリエーション
- セット内容の魅力的な提示
- ギフト用途の提案

## Table of Contents

- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

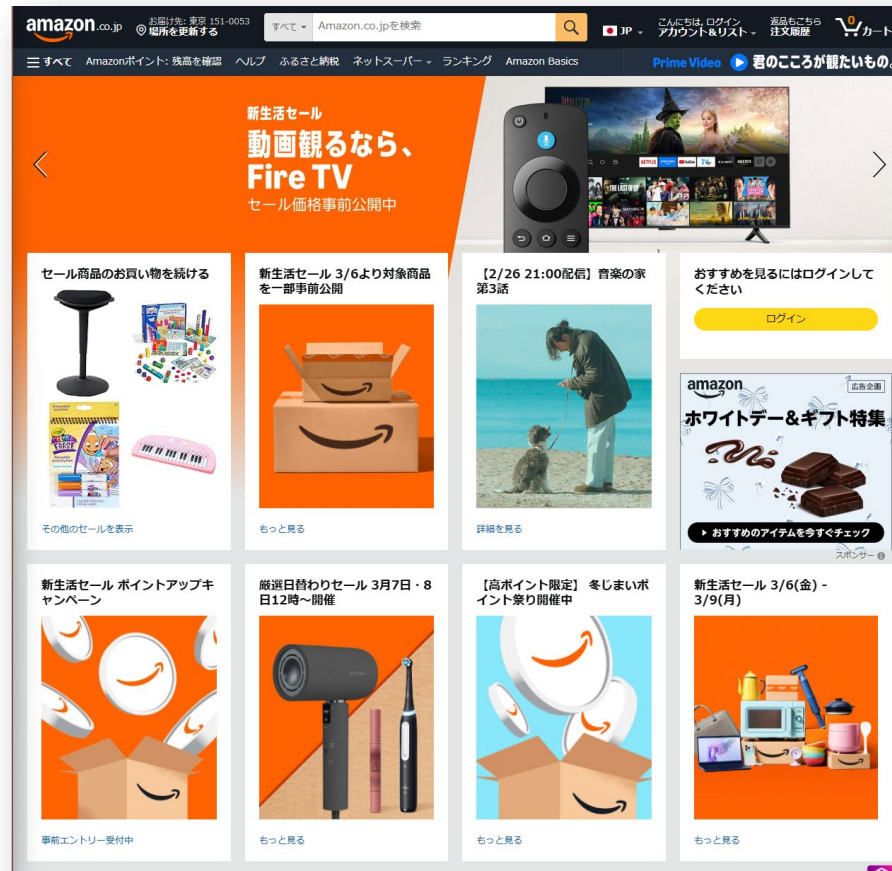
# なぜAmazon.com（アメリカ）向け の商品画像作成が重要か



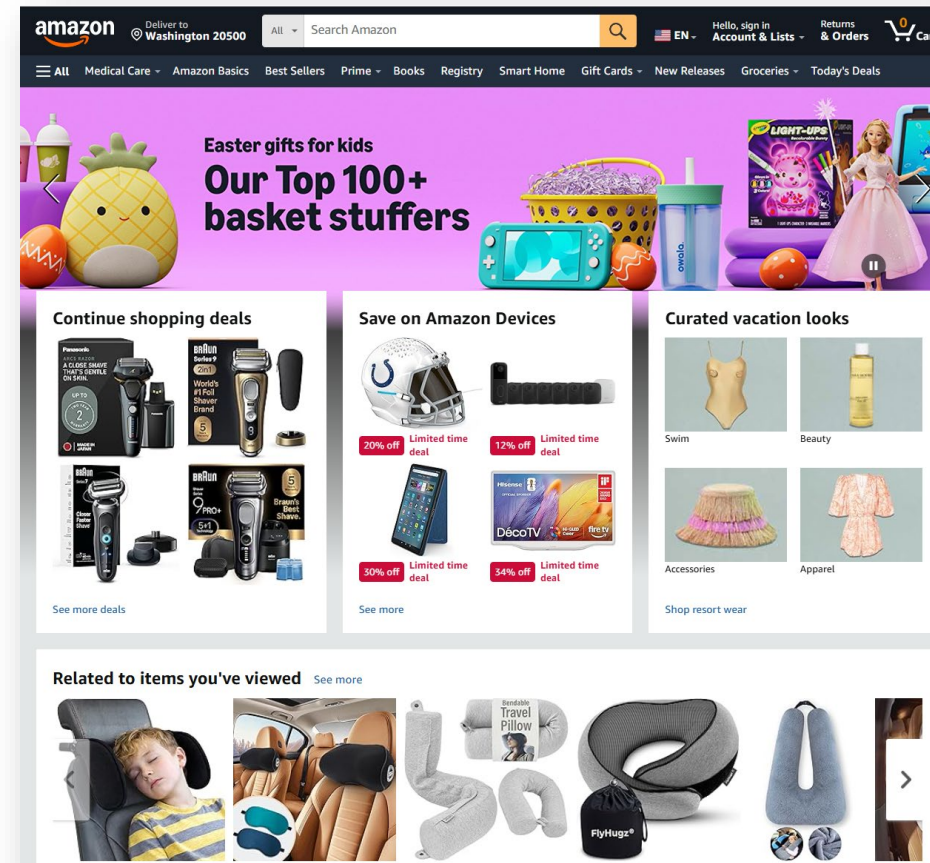
# 日米でのデザインに求められるアプローチの違い

日本とアメリカでは、言語だけでなく、文化やライフスタイルが根本的に異なります。その大きな違いにより、同じ商品でも異なる商品ページデザインで購入者にアプローチする必要があります。

## Amazon.co.jp



## Amazon.com (アメリカ)



# 日米でのデザインに求められるアプローチの違い

アメリカでは、明快、シンプルに印象付けるアプローチが求められる傾向にあります。

“日本で成功したデザイン ≠ アメリカでも成功するデザイン”

日本の文化	アメリカの文化
説明を重視する傾向にある ↓ 商品の魅力を <b>文字で説明</b>	第一印象で素早く判断する ↓ <b>明快・シンプル</b> に印象づける

# アメリカの購入者に印象付けるためのデザイン

「最初に目に入るデザイン要素の優先順位」 × 「伝わる情報の優先順位」を意識したデザインにより、短時間で情報を伝えやすくなります。



# 日本事業者が直面するクリエイティブの課題

アメリカ向けに商品ページの**クリエイティブ**を工夫していない場合、商品の魅力がアメリカ購入者に伝えきれていない可能性があります。

日本語表記が  
残ったまま

情報を詰め込みすぎて  
訴求ポイントが目立たない

ターゲットを  
意識していない  
モデルや  
ライフスタイルを採用

## Table of Contents

- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

# Amazon.com（アメリカ）で 効果的な画像とは



# 効果的なサブ画像の要素（一部）

要素	黒字：日本と共通要素 赤字：アメリカ特有の要素
画像サイズ	最低1000px×1000px、推奨2000px×2000px以上
画像枚数	なるべく多く設定（サブ画像最大8枚）
適切な照明	影や暗すぎる部分がない
多角度表示	商品の正面、側面、背面、上部など複数角度
比較表	差別化ポイントを図示
サイズ感	サイズ感がわかる画像を入れる比較表
訴求ポイント	商品によって、購入者が得られるメリットを明記する 1画像につき3つまでの主要メッセージに絞る
一貫性	すべての画像でデザインスタイル(テーマカラーやフォントなど)を統一
カラースキーム	ブランドカラーを効果的に使用
使用シーン/モデル	購入者が具体的にイメージしやすいようなシーンをターゲットに合わせて表示 アメリカのライフスタイル、アメリカのターゲット層にあったモデルを起用
文字サイズ/テキスト量	テキストは読みやすいフォント（×筆記体）、また画像の15-20%以下の量に抑える
言語	現地言語でテキストを記載する（英語）
単位	インチ、フィート、ポンドなどを使用

# 事業者様の事例① 株式会社愛媛朝日テレビ様

現地の季節やイベント、  
ライフスタイルにあった画像

色の数が少なく  
ブランドカラーで統一

環境に配慮している  
ストーリー

Home & Kitchen › Bath › Towels › Bath Towels

MATERIAL: 100% ORGANIC COTTON  
PILE YARN: 30/2 (TWO-PLY, NO. 30 YARN)  
PILE RATIO: 6.5X ABSORBENCY  
PROUDLY MADE IN: IMABARI, JAPAN

### Extra Absorbent Organic Cotton Bath Towels, Soft & Lightweight Plush, Made in Japan, Oeko-Tex Class 1 Certified, 28 x 53 inch, White, Pack of 2 – Proof of Purity

Visit the IKEUCHI ORGANIC Store

4.7 ★★★★★ (47) | Search this product

Organic content

\$78.00  
Price history  
Or \$19.00

Thank you for your purchase. We are pleased to have your approval for Amazon Visa.

Color: White

\$78.00 (\$39.00 / count)	\$82.00 (\$41.00 / count)	\$82.00 (\$41.00 / count)

Size: Bath Towel Set of 2

Bath Towel Set of 2 Wash Towel

Color: White  
Brand: IKEUCHI ORGANIC  
Towel form type: Bath Towel  
Material: Cotton  
Product Dimensions: 53"L x 28"W

#### About this item

TO MINIMIZE ENVIRONMENTAL IMPACT, WE USE A GREEN POWER CERTIFICATE SYSTEM TO INDIRECTLY SUPPLY 100% OF THE ELECTRICITY USED IN OUR WEAVING FACTORY WITH WIND-GENERATED POWER. TOWELS MADE THROUGH THIS INITIATIVE ARE AFFECTIONATELY KNOWN AS "WOVEN BY WIND."

Home & Kitchen › Bath › Towels

long enough.  
Let your gift be the comfort they need.

CRAFTED FOR LASTING COMFORT

PERFECT GIFT FOR:

- THOSE WHO VALUE LASTING COMFORT
- EVERYDAY MADE BETTER

Click to see full view

VIDEO

# 事業者様の事例② 株式会社リガト様

The image shows a screenshot of an Amazon product page for SUITENDO "Wakasumi" Japanese Matcha Green Tea Powder. The page features a main product image of a matcha tin, a list of smaller images, and a detailed description. Three callout boxes highlight specific marketing strategies:

- 写真メインで少ないテキスト量** (Mainly photos with little text): Points to the top banner image showing a matcha field and a mountain.
- 自然光で健康的な印象** (Natural light, healthy impression): Points to a close-up image of fresh matcha leaves in a basket.
- ライフスタイルにあった画像** (Images suited to the lifestyle): Points to an image of a woman practicing yoga in a bright room.

Additional text on the page includes:

- 100% First Harvest, Grown in Kagoshima, Japan.
- Smooth. Earthy. Japanese. A quiet reset in a fast world.
- From a small family farm, with Rainforest Alliance certification for sustainable practices.
- Clean Energy. Calm Focus. Powered by Caffeine & L-Theanine

# ベンチマーク商品をみよう

サブ画像で必要な要素は  
売る商品、カテゴリーによって細かく変わります



商品画像作成の際は、  
Amazon.com（アメリカ）で売れている  
他社商品の画像のデザイン要素を  
参考にしましょう。

## Table of Contents

- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

# クリエイティブスタジオを使った 画像生成方法



# Amazon Creative Studioの概要

AI技術を活用した画像・動画生成ツールで、  
専門知識不要で誰でもプロ品質のコンテンツを作成可能  
Amazon Adsコンソールから無料で利用できます

## 主要機能

### 4つのツールで広告クリエイティブを最適化

#### クリエイティブエージェント

AIとのチャットを通じて様々なクリエイティブ案を  
創出

#### 画像生成ツール

画像の作成、編集、アニメーション化が可能

#### 動画生成ツール

ワンクリックで商品を魅力的な動画へ変換

#### インスピレーションギャラリー

成功事例からインスピレーションを得る

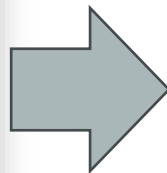
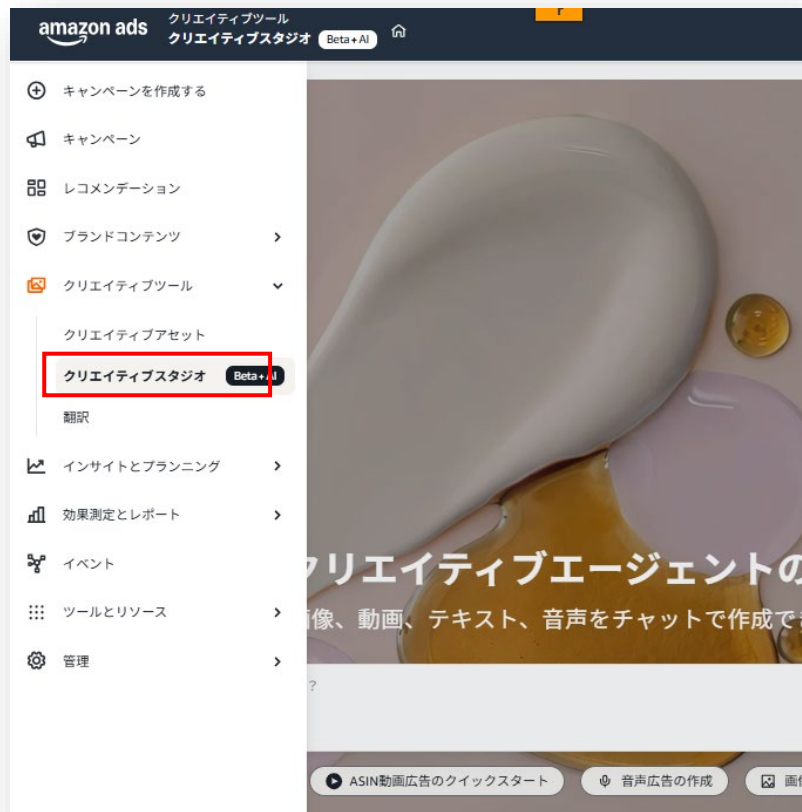
# クリエイティブスタジオ使用方法

※Amazon.com (アメリカ) のセラーアカウントが必要です。

1. セラーアカウントにログイン
2. 左上メニューをクリック
3. 広告>広告キャンペーンマネージャー



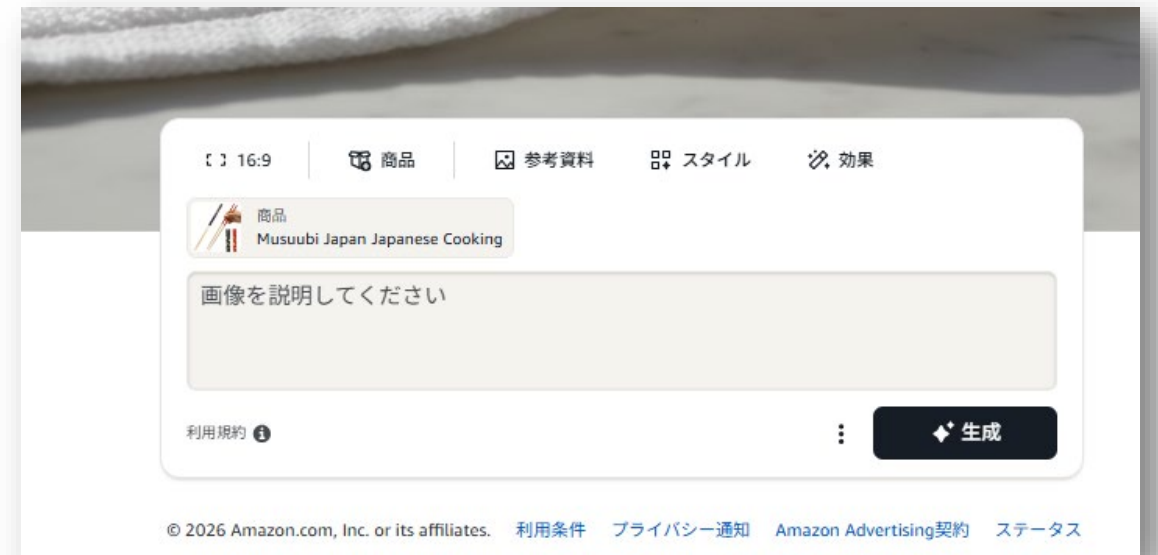
# クリエイティブスタジオ使用方法



# 画像生成方法

1. 画面下ツールバーの「画像を説明してください」をクリック
2. 商品を追加（任意）
  1. 販売商品のASINを追加
  2. 商品登録がまだの場合は他社商品の追加も可能
3. 画像説明文(プロンプト)を追加（任意）
4. 画像縦横比率
  1. 商品画像の場合、4:5（縦）か1:1（正方形）に変更
5. 参考資料、スタイル、効果を設定（任意）
  1. 参考資料：参考にしたい画像を設定
  2. スタイル：背景になる場所やシーンを設定
  3. 効果：照明/カメラアングル/トーンとカラーを設定

※ 1&2は商品追加時のみ使用可能
6. 生成



# 画像生成方法

## 7. 生成した画像の修正

1. 各画像の編集をクリック
2. 変えたい内容を明確に説明  
例：「フライパンをしゃぶしゃぶ用の取っ手が短い日本鍋に変えて…」

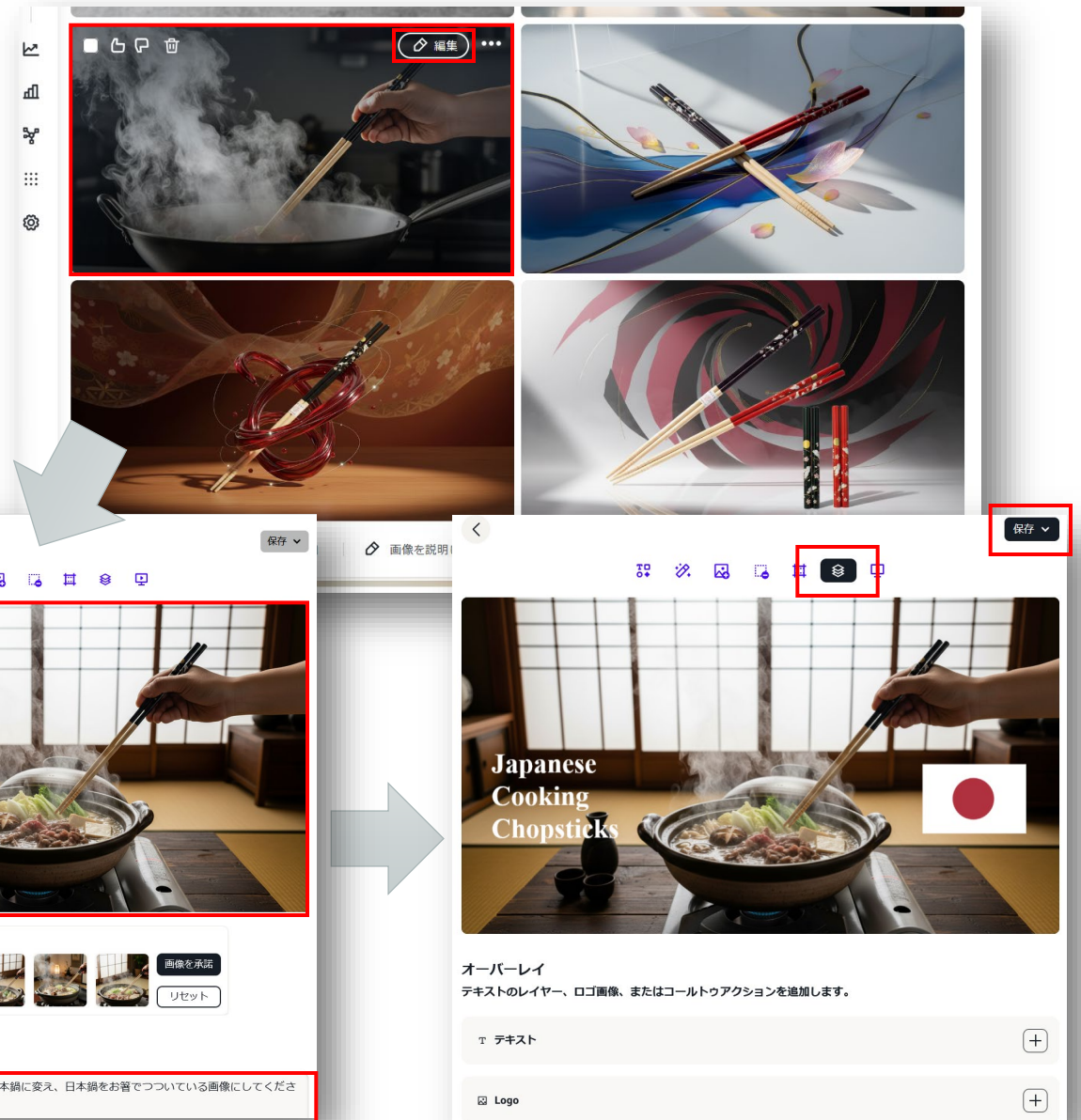
## 8. 文字やロゴを入れる（任意）

1. 画像に手動で追加編集が可能
2. オーバーレイ機能  
→テキストやブランドロゴなどを追加可能

## 9. 完成

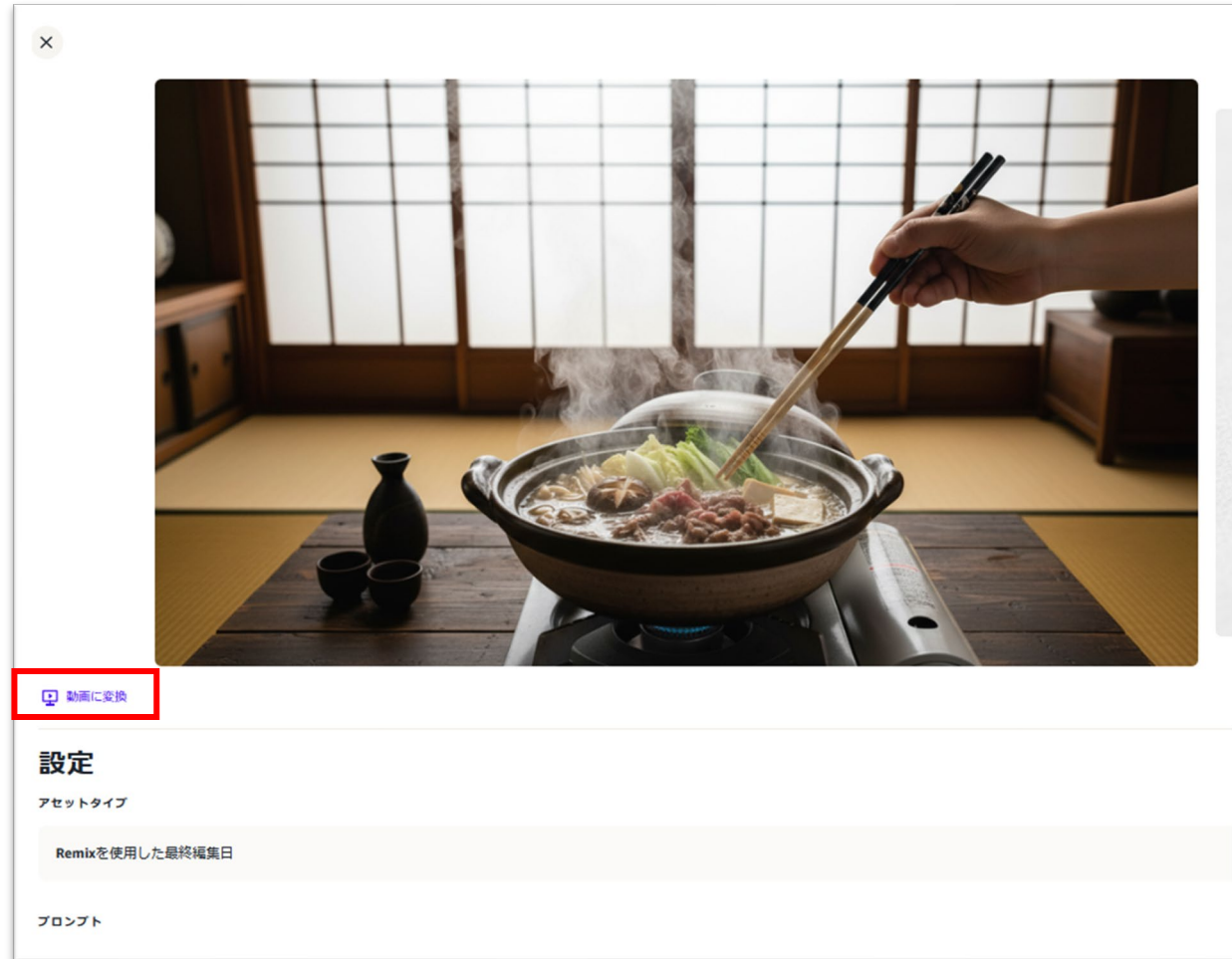
7. 右上の保存から保存

作成した画像が[Amazonポリシー](#)に反していないか必ずご確認ください



# 生成した画像から動画を作る方法

生成した画像から動画に変換することも可能です。



The screenshot displays a video generation interface. At the top, there is a close button (X). Below it is a large image of a hot pot (nabe) cooking on a stove, with steam rising from it. A hand is using chopsticks to stir the ingredients. The background shows a traditional Japanese room with a tatami floor and a sliding door (shoji). Below the image, there is a red-bordered button labeled "動画に変換" (Convert to Video). Underneath the button, there is a section titled "設定" (Settings) with the following options:

- アセットタイプ (Asset Type)
- Remixを使用した最終編集日 (Final edit date using Remix)
- プロンプト (Prompt)

# 生成した画像から動画を作る方法

---

生成した画像から動画に変換することも可能です。



# プロンプト記述のコツ

この4原則を意識することで、試行錯誤の回数削減が期待できます

- 1 具体性 Specificity**  
抽象的な表現を避け、具体的に描写する
- 2 簡潔性 Conciseness**  
適切な文字数で必要な情報だけを記述（推奨：50～150文字程度）
- 3 明確性 Clarity**  
場所、時間帯、角度、周辺小物などを明示
- 4 一貫性 Consistency**  
ブランドイメージに合わせた統一感のあるトーンを維持

※効果は参考例であり、画像品質の向上を保証するものではありません

# 失敗しやすいプロンプトの特徴

失敗パターンを理解することで、試行錯誤の回数削減と品質向上が期待できます

失敗例

## NG プロンプト

### 失敗例①：抽象的すぎる

おしゃれな背景で

問題点

AIは「おしゃれ」を解釈できず、意図しない結果になる可能性が高い

### 失敗例②：情報過多

明るくて清潔感があって北欧風でモダンでシンプルでナチュラルで温かみのあるリビング...

問題点

矛盾する要素が多すぎて、AIが混乱し一貫性のない画像が生成される

### 失敗例③：商品配置不明確

キッチンに商品を置く

問題点

どこに、どのように配置するかが不明で、商品が小さく映る可能性がある

改善例

## OK プロンプト

### 改善例①：具体的に描写

北欧風のミニマルなリビング、白い壁、木製家具

改善点

視覚的に描写可能な具体的な要素を記述することで、意図通りの画像生成が期待できる

### 改善例②：シンプルに絞る

明るい北欧風リビング、白い壁、木製テーブル

改善点

重要な要素3つに絞ることで、一貫性のある高品質な画像生成が期待できる

### 改善例③：配置を明確化

キッチンカウンターの中央、正面から見える位置に商品を配置

改善点

配置場所と角度を明確にすることで、商品が大きく鮮明に映る画像生成が期待できる

# プロンプトの構造テンプレート例

## テンプレート①

### ライフスタイル画像 (使用シーン)

[場所・環境] + [時間帯・照明] +  
[商品の配置] + [周辺小物] +  
[人物] + [角度・構図]

#### 実例：ティーポット

明るいダイニングルーム、午前の自然光、木製テーブルの中央にティーポット配置、カップとクッキーを添えて、女性の手がカップに注ぐ様子、斜め上から撮影

- 生活シーンをリアルに表現
- 使用イメージが伝わる構図



# そのまま使えるプロンプト例①

## 背景の削除



背景を削除して、シューズだけに焦点を合わせる



## ライフスタイルシーン



キッチン家電をモダンなキッチン環境に配置する



## そのまま使えるプロンプト例②

### サイバーパンクスタイル



カメラ商品でサイバーパンク風のシーンを作成する



### デモグラフィックとライフスタイル



多様なデモグラフィックで構成される家族のシーンを作成してください



# そのまま使えるプロンプト例③

## 複数シーンによる商品紹介



ランニングシューズをジム、屋外の小道、自宅でのワークアウトのシーンに置きます



# 修正する際のプロンプト例

生成した画像を修正するためのプロンプトを紹介します。

## アウトペインティング

元の商品の細部を完璧に維持しながら、画像の境界を拡張します。商品テキスト、ロゴ、ブランド整合性を保つために不可欠です。

アウトペインティング技法を使用して商品の正確さを維持してください



## 商品のスケーリング

品質を損なわず最適な視認性を確保するため、シーン内での商品サイズや存在感を調整します。

商品を大きくしてシーンに合わせる



## アスペクト比

プラットフォームやキャンペーン要件に合わせて、画像のサイズやフォーマット比率を変更します。

この画像を16:9のアスペクト比に変更する



# 修正する際のプロンプト例

例

## 商品の忠実性に関する問題

シーンに追加すると、商品の文字、ロゴ、またはブランドがゆがんだり読めなくなったりする

× 修正なし



ボタニカルヘアケア商品をサロンシーンに追加する



✓ 修正あり



アウトペインティング技法を使って、私のボタニカルヘアケア商品を美容室のシーンに追加してください



Amazon, [クリエイティブエージェントのユーザーガイド](#)

# 修正する際のプロンプト例

例

## 商品スケールの問題

生成されたシーンで、商品が小さすぎる、大きすぎる、または不均衡に見える

× 修正なし



このシーンに商品を追加する



✓ 修正あり



商品を大きくして、シーンに合わせる



Amazon, [クリエイティブエージェントのユーザーガイド](#)

# Amazon.com(アメリカ)の商品画像の要件

## 商品画像の要件（一部）

- 出品する商品を正確に表すこと。
- 商品名を一致させること。
- ナードや性的なものを示唆させる画像ではないこと。これには、モデルと絵の両方が該当します。
- 子ども用およびベビー用下着、レオタード、水着、および同様の身体にフィットする商品は、モデルなしの平置きの状態で撮影すること。
- カスタマーレビュー、星5つのイメージ、配送料無料などの文言、または販売パートナー固有の情報に関する画像ではないこと。
- テキストや価格の詳細がないこと（サンプル画像のみ）。
- Amazonのロゴや商標、およびそれらに類似したバリエーション、修正、紛らわしい表記がないこと。これには、「Amazon」、「Amazonプライム」、「Alexa」、またはAmazon Smileデザインが付いた用語やロゴが含まれますが、これらに限定されません。
- Amazonで使用されるマーク、およびマークに類似したバリエーション、修正、紛らわしい表記がないこと。  
これには、「Amazonおすすめ」、「Premium Choice」、「Amazon Alexa」、「Works with Amazon Alexa」、「ベストセラー」、「トップセラー」などが含まれますが、これらに限定されません。

詳しくは、[出品者の知的財産権ポリシー - 商標](#)をご覧ください。

# Amazon.com(アメリカ)の商品画像の要件

## トラブルシューティング

- 許可されている画像のバリエーションの種類については、[画像のバリエーション](#)をご覧ください。
- 独自の画像を作成する場合は、Amazonが提供する [画像処理製品](#) および [撮影に関する動画](#) が役に立ちます。
- 技術的要件またはコンプライアンス要件を満たしていない画像ファイルを確認するには、下記手順で確認します。  
カタログ>画像のアップロード>[送信ステータス](#)>[問題の原因](#)>レポートを確認  
レポートでハイライトされた問題を必ず解決してから、再度アップロードするようにしてください。  
Amazonのポリシーに準拠していない問題の原因については、[画像に関する問題](#)をご覧ください。
- 商品詳細ページに画像が表示されない理由を確認するには、[商品詳細ページに画像が表示されない](#)をご覧ください。

## その他のヘルプページ参照方法

セラーセントラルお悩み解決フローガイドは[こちら](#)

## Table of Contents

- I. Amazonにおける商品画像の役割
- II. なぜAmazon.com（アメリカ）向けの商品画像作成が重要か
- III. Amazon.com（アメリカ）で効果的な画像とは
- IV. クリエイティブスタジオを使った画像生成方法
- V. QAセッション

# 本セミナーのまとめ

効果的な商品画像を作成することで、商品の魅力をしっかり伝えましょう

## 第1章

### 商品画像の役割

- 商品詳細情報の視覚化
- 使用イメージを沸かせる
- 商品/ブランドの信用性を高める
- 購買意欲の喚起

## 第2章

### 画像をアメリカ向けにする必要性

- 文化/ライフスタイルの違い
- 明快・シンプルに印象づけるアプローチ
- 意識すべきデザイン要素

## 第3章

### Amazon.comで効果的な画像

- 米国特有の要素
  - ・簡潔/インパクトある訴求ポイント
  - ・現地ライフスタイル、モデル
- ベンチマーク商品を参考にする

## 第4章

### クリエイティブスタジオ活用法

- 高いクオリティでの画像/動画生成が数分で可能
- プロンプトのコツ：4原則（具体・簡潔・明確・一貫性）
- 注意点：Amazonポリシー準拠、Amazon.com(アメリカ)セラーアカウントのみ

# よくある質問と回答

---

Q.モデルが日本人のままだとダメですか？

A.いいえ。

ターゲットとしている層がアメリカ在住のアジア系であったり、日本らしさをアピールしたい場合は効果的です。

Q.クリエイティブスタジオは日本のアカウントでも使えますか？

A.現時点での利用対象地域はアメリカのみです。

Q.クリエイティブスタジオでA+や広告用のクリエイティブも作成できますか？

A.できます。作成する画像の大きさを目的に合わせて変更してください。

Q.どうやってアイデアを生み出せばいいですか？

A. 他社の商品ページのデザインや、

クリエイティブスタジオの「インスピレーションギャラリー」をご覧ください。それがおすすめです。

**Thank you**

