

Amazon商品ページ 自己診断チェックリスト

全20項目 | Amazon情報局

各項目を ○=できている / △=怪しい / ×=できていない で自己採点。×と△が多いブロックから直すと、少ない手数で数字が動きます。

A. メイン画像（クリック率を決める）

- ☐ 1. 商品が画像の面積の8割以上を占めている（余白が広すぎない）
- ☐ 2. 競合10商品と並べたとき、自分の画像が「同じ」に見えない差がある
- ☐ 3. スマホの検索結果サイズでも何の商品か3秒で分かる
- ☐ 4. 白背景のルールを守りつつ、角度・寄りで魅力が伝わっている

B. サブ画像（購入率を決める）

- ☐ 5. 1枚目に「結論（誰の・どんな悩みが解決するか）」を置いている
- ☐ 6. 使用シーンの画像がある（使っている場面が想像できる）
- ☐ 7. サイズ比較画像がある（手・身近な物・設置場所と並べている）
- ☐ 8. 使い方が3ステップで分かる画像がある
- ☐ 9. 悪いレビューで多い不満に、先回りで答える画像がある
- ☐ 10. 1画像1メッセージになっている（盛りすぎていない）

C. 商品名・検索対策（見つけてもらえるか）

- ☐ 11. 商品名の先頭30文字に「主要キーワード+用途」が入っている
- ☐ 12. 主要キーワードで検索して、実際に表示されることを確認した
- ☐ 13. 検索キーワード欄を、商品名と重複させず埋めている
- ☐ 14. 専門用語ではなく「お客様が検索する言葉」で書いている

D. 説明文・A+（最後の一押し）

- ☐ 15. 1文が40文字以内で、スマホで読んでもつかえない
- ☐ 16. 結論→理由の順で書かれている（逆になっていない）
- ☐ 17. A+コンテンツで比較表や世界観を用意している（登録済みの場合）

E. レビュー・信頼（買う直前の不安を消せるか）

- ☐ 18. 直近の悪いレビューに「反論」ではなく「改善」で対応できている
- ☐ 19. サイズ・色・使い方など、返品につながる誤解を画像で潰している
- ☐ 20. レビュー依頼（同梱カード／リクエスト機能）を規約の範囲で行う

採点の目安

×と△が合計6個以上: まず入口(A・B)から。ここが弱いと他を直しても流入が増えません
×と△が3〜5個: C・Dの言葉まわりを整えると、今ある流入の取りこぼしが減ります
×と△が2個以下: 土台はできています。E(レビュー資産)を伸ばす段階です

もっと具体的に見てほしいときは

商品ページのURLを貼るだけで、外から「直すべき順に3点」を無料で返します（毎月5名）。

<https://amazon-johokyoku-form.pages.dev/>