



株式会社いつも作成 別冊参考資料

2023 年度版

i. 商品撮影のポイント～基礎編～

『商品撮影のポイント～基礎編～』

ネット通販において、商品を検討する際には多くの人がまず写真を見て商品を選別しています。そのため商品写真はネット通販において、売上を大きく左右する重要なコンテンツとなります。

各モールによって画像の規定は異なりますが、まずは全てに共通するポイントをしっかり押さえていきましょう。

まず商品写真において重要なポイントは3つです。

ポイント 1. 目的に合致した写真を使う

ポイント 2. ターゲットが知りたがっている情報を写真に盛り込む

ポイント 3. スマートフォンサイトでの見やすさを意識する

事例を基に、3つのポイントをおさえて、第一印象の良いサイトにしていきましょう。

ポイント 1. 目的に合致した写真を使う

ここで重要なことは「誰に」、「何を」売るのがかを明確にして最適な写真を選ぶことです。

食品ジャンルであれば、消費者が求めていることはヘルシーさなのか、ボリューム感なのか、商品によってどんな特徴があるのかを理解し、そのイメージを表現することが重要です。

ギフト用に購入されることが多い商品であれば、贈る側の視点を意識して、プレゼントラッピングがされた商品の写真などを掲載することも必要です。

<商品画像事例 1>



「青森期待の新人商店」

<https://www.rakuten.co.jp/world-wand/>

<商品画像事例 2>



「抹茶スイーツ宇治茶 伊藤久右衛門」

<https://www.rakuten.co.jp/itohkyuemon/>

ポイント 2. ターゲットが知りたがっている情報を写真に盛り込む

2 つ目に重要なポイントは「お客様が知りたい情報＝商品を使用した時のイメージ」が写真に含まれているかということです。

特に食品に関しては、商品が口に入る前段階の写真や、食卓に商品が並んだ時の風景などの写真が効果的です。特に商品ページのファーストビュー（サイトにアクセスして 1 番最初に表示される部分）は、第一印象を決めるコンテンツとなりますので、その商品の特徴をしっかりと伝えられる画像を用意しましょう。

食品ジャンルでよくある良くない事例としては、商品パッケージの写真しか掲載していないような写真は NG です。お客様が知りたいのは中身の情報です。

こういった写真が必要な、お客様のニーズを調べるにはお客様からいただくレビューや、商品ページに流入した人が使っている検索キーワードを参考にすると良いでしょう。

<商品画像事例 3>



「玉華堂」

<https://www.rakuten.ne.jp/gold/gyokkado/>

<https://store.shopping.yahoo.co.jp/gyokkado/>

<商品画像事例 4>



「TORIYAMA」

<https://www.rakuten.ne.jp/gold/akagi-beef/>

ポイント 3. スマートフォンサイトでの見やすさを意識する

3つ目のポイントは、スマートフォンでも見やすい写真を使用することです。パソコンサイトに合わせて画像を選んでしまうと、加工した文字や商品の細部が小さくて見ることができないということがあります。

現状ネット通販のアクセス数は半分以上をスマートフォンが占めている為、写真だけでなく、ページをチェックする際は、パソコンとスマートフォンどちらの端末から見ても「見やすい」というポイントをしっかり押さえましょう。

<パソコン>



<スマートフォン>



「抹茶スイーツ宇治茶 伊藤久右衛門」

<https://www.rakuten.co.jp/itohkyuemon/>

<https://shopping.geocities.jp/itohkyuemon/pc/index.html>

自社での撮影時に効率良く撮影するためのノウハウ 14 条

ネット通販の写真は、「自社で撮影する」「プロのカメラマンに外注する」「メーカー提供の写真を使う」と大きく分けて 3 パターンがあります。出店して間もない場合は、自社で撮影した写真を使用することをおすすめしますが、戦略的に販売する商品やどうしても売りたい商品などがあれば、「プロに外注」して、撮影してもらうと良いでしょう。

まずは自社で撮影を行う出店者向けに、効率良く進めるためのノウハウをお伝えします。

■撮影ノウハウ 14 条

- ①機材はできる限り常に出しておき、効率的に撮影できるようにする
- ②設定はカメラに任せる（撮影モードはオートで悩まないようにする）
- ③クイックシュー（三脚の雲台にワンタッチで取り付けられるパーツ）は常にカメラに付けておく。
- ④点光源と面光源を理解する（くっきりした固い光の点光源、ふわっとした柔らかい光の面光源）
- ⑤撮影の構図は、撮影前に決めておく
- ⑥商品と撮影道具は整理整頓
- ⑦「不織布」「エアダスター」は用意しておく
- ⑧同じカットは最低 2 枚撮影をしておく
- ⑨撮影する商品が複数ある場合は、「大物」から撮影する
- ⑩映り込みは防がない
- ⑪背景が多少切れても OK（トリミングで修正可能）
- ⑫Web 用の画像で、「大」サイズは不要（印刷用途がなければ、「中」サイズのみで OK）
- ⑬予備カットの撮影
- ⑭撮影後の写真のファイルは、撮影日や商品名で管理する



自社での撮影時に気をつけるべきポイント～デジカメ編～

① 露出補正

・露出補正を変更しながら数枚撮影することで、写真の画像ソフトで明るくする必要がなくなる。ある程度の暗さはフォトショップなどのソフトで直すことが可能だが、撮影画像が白飛びしていると直すことができないため注意する。

② 光の調整

- ・太陽光がベストだが、左右されるため、基本は蛍光灯
- ・内蔵フラッシュは禁止
- ・ズームを最大にして、遠くから撮影すると、形が最も正確になる

③ 手ブレ補正

- ・フォーカスロック（シャッターボタン半押しの活用）
- ・三脚の活用（自分の胸の高さまでであるものが理想。縦位置になるものが良い）

④ 撮影に必要なもの※

- ・レフ板（A4 大の白いレフ板を準備）
- ・演出用の小道具
- ・証明器具（最初は蛍光灯、もしくは太陽光が望ましい）

⑤ 撮影のポイント

- ・1 番見せたいところはドアップで撮影する
- ・脇役はちらっと見せる
- ・実際に食べるより、低い位置で撮影する
- ・食べる瞬間の写真がベスト（口に入る瞬間）

※このような撮影キットも販売しています。



PULUZ 公式ショップ

https://www.amazon.co.jp/PULUZ/b/ref=bl_dp_s_web_3969336051?ie=UTF8&node=3969336051&field-lbr_brands_browse-bin=PULUZ