

CREATIVE TREND

2023年8-9月

LINEヤフー株式会社

2023/11

LINEヤフー

LINE広告・Yahoo!広告のスペシャリストが
独自に考察したポイントや、
効果の出やすい
クリエイティブのパターンをシェアします

LINE広告のトレンド

共通パターン

Yahoo!広告のトレンド

※本資料は、広告クリエイティブのトレンドをご紹介します。表現をそっくり真似したり要素をそのまま踏襲することを推奨する内容ではございません。

※各商材やサービスの特性・ターゲットユーザーのインサイトなどを考慮しユニーク性のある最適な表現をご検討ください。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※業界×フォーマットごとに売上上位アカウントを対象に集計、その中でもCTR,コストなど相対的に数値が良好なもの、かつ、広告表現として新しいものを優先的にピックアップしています。またimpsがあまりにも少ないクリエイティブは除外しています。

※CTR：クリック率、imps：インプレッション（広告表示回数）

CREATIVE TREND 2023年8-9月 Contents

業種を問わないトレンド

LINE広告・Yahoo!広告

- p.5 静止画
- p.7 タイトル

業種別で見られたトレンド

LINE広告

Yahoo!広告

- p.9 金融・保険
- p.19 美容・健康食品
- p.29 コスメ
- p.39 ゲーム
- p.49 自動車
- p.58 ファッション

LINE広告・Yahoo!広告 業種を問わないトレンド



Category : ゲーム



Category : ファッション



POINT

特徴

商材を並列で配置し、どちらかを選ぶように促す表現

期待できる効果

選択を促すことでユーザーが自分に当てはめて考えやすくなる

展開しやすい商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

複数パターンを見せる



Category : ファッション



[LINE Creative Labの
テンプレートはこちら](#)

Category : 人材サービス



POINT

特徴

商材に関する画像を複数配置する

期待できる 効果

- 複数の画像を見せることで、それぞれの詳細に関心を引くことができる
- 遷移先で得られる情報への期待も高めることができる

展開しやすい 商材・業種

バリエーションがある商品を取り扱う業種
例) ファッション、旅行、人材など

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。
※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。
※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

共通

タイトルトレンド

LINE広告・Yahoo!広告
タイトル

☑ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

口語体

コスメ

「使ってよかった！」

旅行

次の連休、もう予定決まった？

金融・保険

え、まだ知らないの？節約できる自転車保険とは

美容・健康食品

「すごっ…」試してみて！

メッセージのような文体で
親近感がわきやすい

問いかけ

ゲーム

キミはクリアできるかな？

不動産

お引越しを検討中ですか？

自動車

どのクルマと出かけたらい？

美容・健康食品

この商品が人気の理由
知ってる？

問いかけることでユーザーが
自分に当てはめて考えやすくなる

結論を言わない

金融・保険

審査に申し込んでみた結果…

不動産

お得な物件を見つけた方法とは

美容・健康食品

注文殺到「これオススメ」
その理由が…

コスメ

SNSで話題！乾燥の原因は…

文末を途中で止めることで
続きを想像させ、クリックを促す

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告/Yahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

LINE広告・Yahoo!広告 業種別で見られたトレンド



金融・保険 Summary

ビジュアル

ターゲットに馴染みのあるデザインを取り入れたものが見られた

キャッチコピー

ターゲットを限定する文言

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	新聞を模したデザイン
期待できる効果	ユーザーが見慣れたデザインにすることで、パッと見て視覚的に注目を集めやすくなる
展開しやすい商材・業種	新聞をよく読む層をターゲットにした業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

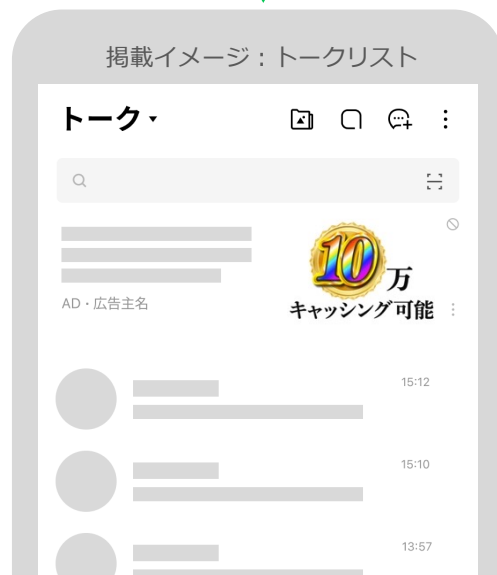
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

目立つ色彩のデザイン

LINE広告
画像（小）

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	文言の一部を目立たせるデザイン
期待できる効果	強調したい文言を目立つ色彩のデザインにすることで、ユーザーからの注目を集めやすくなる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

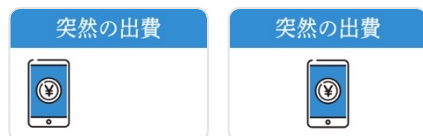
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材に関するイラストが横にスクロールし続ける動き
期待できる効果	繰り返しイラストが出現することにより、目で追うように注目を集めることができる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がありますのでご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ターゲットを限定する文言

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	ターゲットを限定する文言のコピーを用いる
期待できる効果	ターゲットに関する文言で、ユーザーに自分ごと化を促す
展開しやすい商材・業種	ターゲットの人物像が明確な業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。

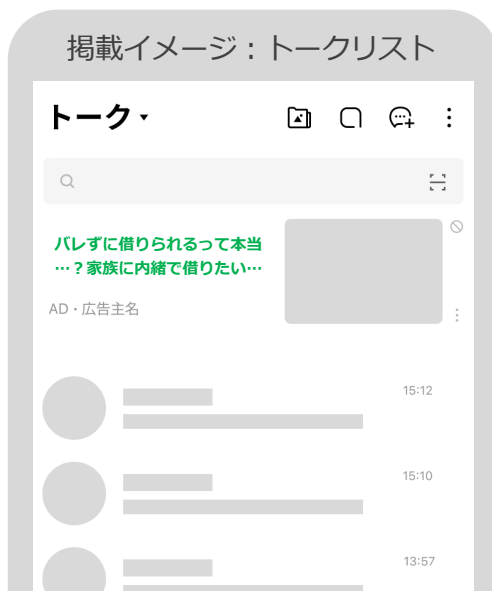
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がございますのでご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

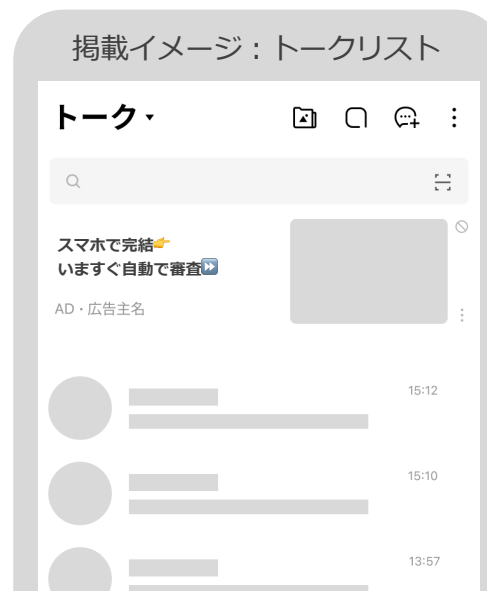
✓ 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

ユーザー心理に寄り添う



ユーザーの持つ不安要素を言語化し、自分ごと化を促すことができる

右向きの矢印・指差し



右向きの矢印や絵文字を使うことで、画像に注目を集めやすい

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



金融・保険 Summary

ビジュアル

スーツ姿の男性や、カードやサービスのアップのクリエイティブが多くあった

キャッチコピー

口語体のタイトルや、業界の動向に言及したテキストが好調

画像で工夫した例



POINT

特徴	スーツなどビジネスフォーマルな服装の男性画像
期待できる効果	フォーマルな装いでサービス自体の信頼感アップを期待できる
展開しやすい商材・業種	サービスへの信頼感が重要な職種 ・ BtoB向けの商材 ・ カスタマーサービス

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

画像で工夫した例



POINT

特徴

クレジットカードやアプリを
実際に使用している様子

期待できる
効果

実際の決済時やサービス利用時の
視点を具体的にイメージさせることで
より身近に感じやすくなる

展開しやすい
商材・業種

有形商材 × IT系などの通信ビジネス

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

業界有名人の動向

著名トレーダー絶賛！次に来るのはこの市場

広告 ⓘ

あのピーターを超える大富豪がついに登場？

広告 ⓘ

市場の注目度や動向について触れることで、情報感度の高いユーザーにアプローチできる

ビジネス特化のカード

ビジネスカードなら、この1枚。

広告 ⓘ

ビジネスオーナー必見！経理に強いABCカード

広告 ⓘ

ターゲットを絞り、利用シーンも追記することで、より深くユーザーにメリットを伝えることができる

口語体での問いかけ

え、まだ知らないの？節約できる自転車保険とは

広告 ⓘ

自己負担がこんなに安くなるがん保険があるの？

広告 ⓘ

口語体で疑問を投げかけることで、ユーザーの共感を生み出しやすくなる

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



美容・健康食品 Summary

クリエイティブ

2分割のレイアウトでより多くの情報を伝える工夫が多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

2分割のレイアウトと長文の配置

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	2分割のレイアウトで片方に画像を、もう片方に長文を配置するレイアウト
期待できる効果	画像と文言を明確に分けてレイアウトすることで可読性が高まり商材理解を促しやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

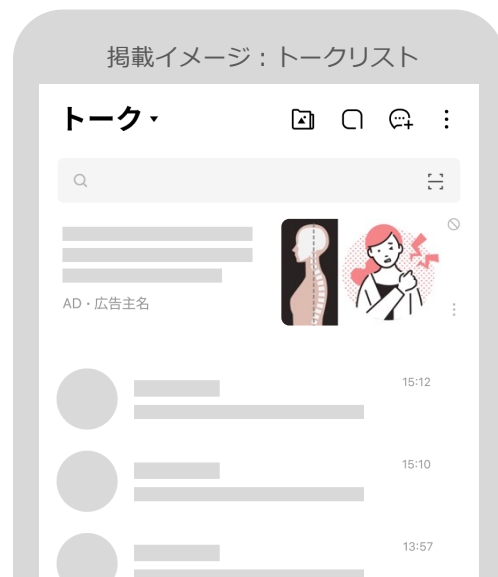
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

異なるイラストを2分割のレイアウトで配置

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	異なるイラスト画像を2分割で見せるレイアウト
期待できる効果	2枚の異なるイラストの掛け合わせで、商材の特徴を多角的に理解してもらいやすくなる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

商材のイラストが横にスライドし続ける

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴	商材に関するイラストが横にスクロールし続ける動き
期待できる効果	繰り返しイラストが出現することにより、自然と目で追うように注目を集めることができる
展開しやすい商材・業種	有形商材を扱う業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴

動画の冒頭で「xxのためにやったこと〇選」などの、コンテンツ感がある演出

期待できる効果

コンテンツ感を持たせることで、広告色が薄くなり、視聴継続につながりやすい

展開しやすい商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

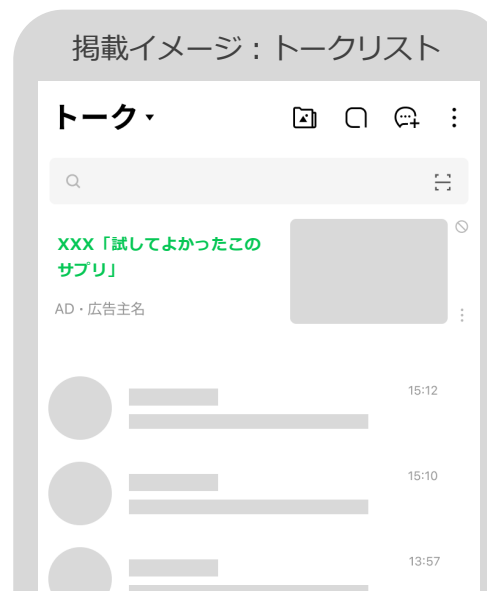
✓ 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

空白が目立たせる



空白スペースを文字の間に入れることで可読性が高まり、注目を集めやすくなる

著名人の名前を用いる



著名人の名前を用いることで、信頼感を醸成しやすい

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



美容・健康食品 Summary

ビジュアル

パッケージを見せるものが多く見られた

キャッチコピー

購入制限や金額など数字情報を強調する
ものが多い見られた

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

「初回限定」「1人1回限り」などの購入制限表記がある

期待できる効果

- 一度しか購入できない特別感で目を引くことができる
- 「試してみよう」という気持ちを高めやすくなる

展開しやすい
商材・業種

購入条件がある場合に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

安い価格の常時表示

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

「半額」「本日500円」などの価格情報が常時表示されている

期待できる効果

- お得感が一目で伝わりやすい
- キャッチーな表記をすることでユーザーの興味を引きやすくなる

展開しやすい商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

タイトルトレンド

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

結論を言わない

注文殺到「これオススメ」
その理由が…

広告 ⓘ

母60歳「おいしい」続けた
結果は…

広告 ⓘ

文末を途中で止めることで
続きを想像させ、クリックを促す

あの〇〇

あのモデルが絶賛！「これはいい
ね」

広告 ⓘ

あのビタミンサプリがお得な
価格で

広告 ⓘ

「あの」を付けることで商品名や人物名を
強調し、印象を残しやすくなる

手軽さ

健康な人は試してる**手軽な**習慣

広告 ⓘ

栄養補給が簡単**にお手軽に**

広告 ⓘ

導入しやすさを伝えることで、
購買ハードルを下げやすくなる

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



コスメ Summary

ビジュアル

商材に、光る動きやイラストなどのあし
らいを加える工夫が多く見られた

キャッチコピー

Webでしか買えないことを強調する工夫
が多く見られた

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	部位の写真に、手書き風の矢印で商品の特徴を書き入れたようなデザイン
期待できる効果	矢印で注目をあつめ、イメージと商品の特徴を同時に伝える効果が期待できる
展開しやすい商材・業種	商材のメリットをパーツごとに伝えられる業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	Webでしか買えないことをコピーで明記する
期待できる効果	オンラインで購入することの必然性と希少価値が感じられ、クリックしてもらいやすくなる
展開しやすい商材・業種	Web限定のプランや販売商材がある業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

セット内容を切り抜き画像で全て見せる

ビジュアルで工夫した例



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材のセット内容を切り抜き画像で全て見せる
期待できる効果	ユーザーが商材の内容を視覚的に理解でき、購買意欲がわきやすくなる
展開しやすい商材・業種	複数の商材をセットで販売する業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

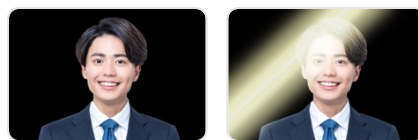
ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



▼アニメーションの動き



POINT

特徴

画像が光るようなエフェクトを加える

期待できる効果

光る演出を加えることで、より注目を集めやすくなる

展開しやすい商材・業種

画像1枚で商材の訴求ができる業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がございますのでご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。 LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✓ 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

日付を強調



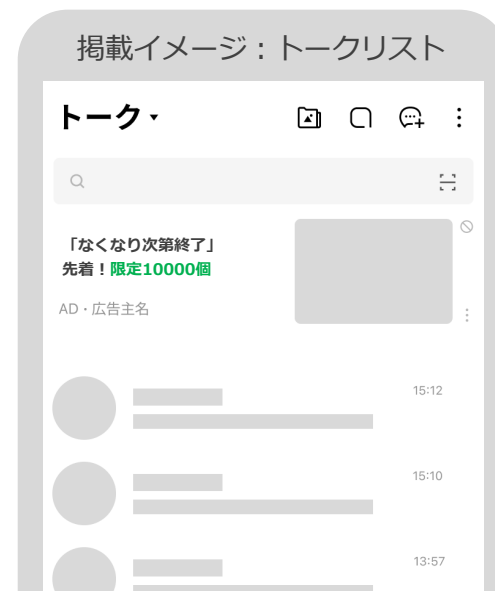
特定の日付を強調することにより、ユーザーの行動を後押しできる

言い切らない



語尾で言い切らないことで、続きや結果が気になったユーザーからクリックしてもらいやすくなる

数量限定



数量が限られていることを伝えることで、ユーザーが今クリックする行動を後押しできる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



コスメ Summary

ビジュアル

実際に手に取る様子や使用感を伝える
クリエイティブが多く見られた

キャッチコピー

購入制限や金額など数字情報を強調する
ものが多く見られた

セット内容を見せる

画像で工夫した例



POINT

特徴	商品の内容量やセット内容が伝わる画像
期待できる効果	- 商品の全体像がわかりやすくなる - セットの場合、各商品の詳細を気にさせることができる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

画像で工夫した例



POINT

特徴

画面内がビジュアルとテキスト情報に分けて配置されている

期待できる効果

情報整理がしやすく、テキスト視認性を高めることができる

展開しやすい商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

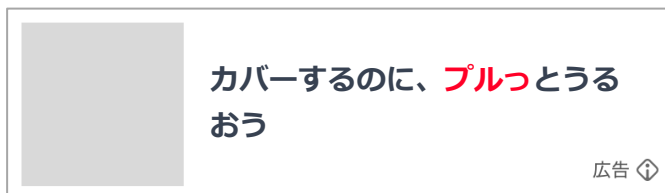
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

オノマトペ



感覚的な表現にすることで
使用感を想像しやすくなる

〇〇級



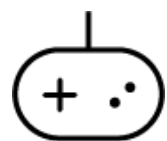
キャッチーな表現を使うことで、
ユーザーの興味を引きやすくなる

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



ゲーム Summary

ビジュアル

キャラクターの魅力を伝える工夫が多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	キャラクターのスペック詳細を、パラメータ付きで見せる
期待できる効果	特定のキャラクターに興味を持ったユーザーからクリックしてもらいやすくなる
展開しやすい商材・業種	特になし

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	著名なキャラクターを前面に、実際のゲーム画面を背面に複数配置するレイアウト
期待できる効果	著名なキャラクターのビジュアルで注目を集めつつ、実際のゲーム画面を複数並べることでイメージがしやすくなる
展開しやすい商材・業種	特になし

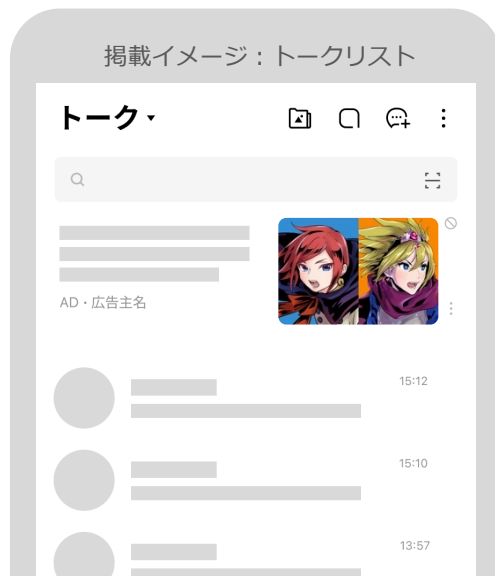
※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	キャラクターのアップを2分割で見せるレイアウト
期待できる効果	2枚の画像のどちらかに興味を持ったユーザーからクリックしてもらいやすくなる
展開しやすい商材・業種	商材のパターンが複数ある業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

複数のキャラクターが次々に登場する

LINE広告
画像（アニメーション）

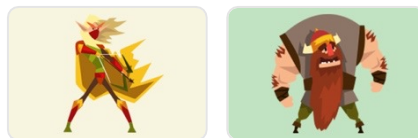
ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



▼アニメーションの動き



POINT

特徴

ゲームのキャラクターが矢継ぎ早に切り替わる動き

期待できる効果

複数のキャラクターを見せることで、どれか1つでも気になったユーザーからクリックしてもらいやすくなる

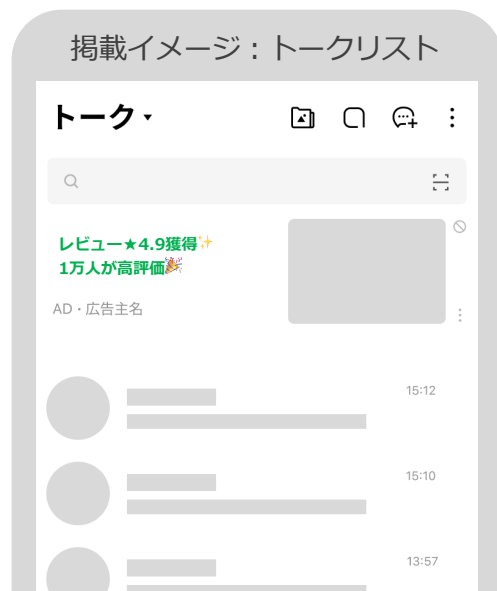
展開しやすい商材・業種

商材のパターンが複数ある業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がございますのでご注意ください。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✓ 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

レビュー評価の良さ



レビュー評価が高いことを伝えることで、信頼感を与えることができる

著名なキャラクターのセリフ



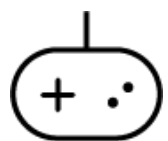
著名なキャラクターのセリフで、ゲームへの期待感を持たせることができる

問いかけ



ユーザーの挑戦心を煽る問いかけで、ゲームをプレイする意欲を持たせることができる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



ゲーム Summary

ビジュアル

リッチなCGアニメーションで、ユーザーの興味を引く動画が多くあった

キャッチコピー

手軽さを訴求したり、中高年男性に訴求するテキストが多くあった



POINT

特徴

キャラクターのどちらかを選ぶように促す表現

期待できる効果

- ・ ユーザーに「どちらを選ぶか」を考えさせることで印象に残りやすくなる
- ・ 知らないタイトルの場合でも有効

展開しやすい
商材・業種

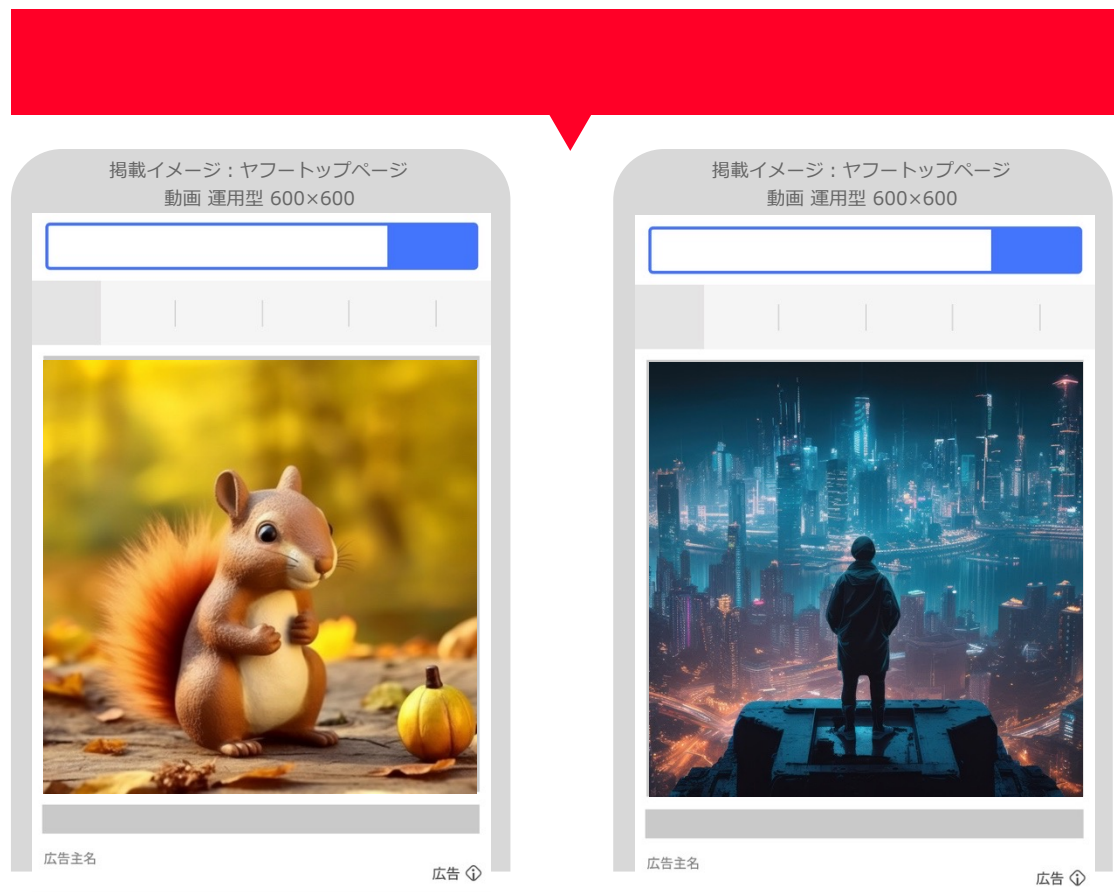
カラーなど複数のバリエーションがある有形商材

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



POINT

特徴

CGアニメーション映画並の映像美

期待できる
効果

- ・ リッチな映像表現で、ユーザーの目を引くことができる
- ・ 世界観やストーリーが伝わりやすく、期待感を醸成できる

展開しやすい
商材・業種

エンタメ系サービス

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

無料

【無料】馬育成ゲームはじめよう！ABCホース

広告 ⓘ

無課金で始められる！人気の脳トレアプリBEST10

広告 ⓘ

手軽に始められることで心理的ハードルが下がり、ユーザーが試しやすくなる

待望のタイトル

話題沸騰！あの伝説のアニメがゲーム化！

広告 ⓘ

待望の続編！Zゲームsecond

広告 ⓘ

多くの人が待ち望んでいることを伝えることで期待感を醸成できる

中高年層からの人気

おじいもハマる！「通勤中の暇つぶしに...」

広告 ⓘ

40代男性に人気！アイドル育成ゲー

広告 ⓘ

中高年層以上も楽しめることを伝えてゲームに馴染みがない層にもアピール

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



自動車 Summary

ビジュアル

コンテンツ感のある内容で、遷移を促す工夫が多く見られた

キャッチコピー

期限を明記し、ユーザーの行動を後押しする表現が多く見られた

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

インタビュー記事などのコンテンツに遷移させるために、「聞いてみた」など企画感のある表現を用いる

期待できる効果

コンテンツ記事であることを伝えることで、クリックの心理的ハードルを下げることができる

展開しやすい商材・業種

他社のレビューが参考にされやすい検討期間の長い業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	特典の実施期間を明記し、強調する
期待できる効果	指定日時を強調することで、ユーザーの行動を後押しできる
展開しやすい商材・業種	期間が決められたキャンペーン等の実施が多い業種

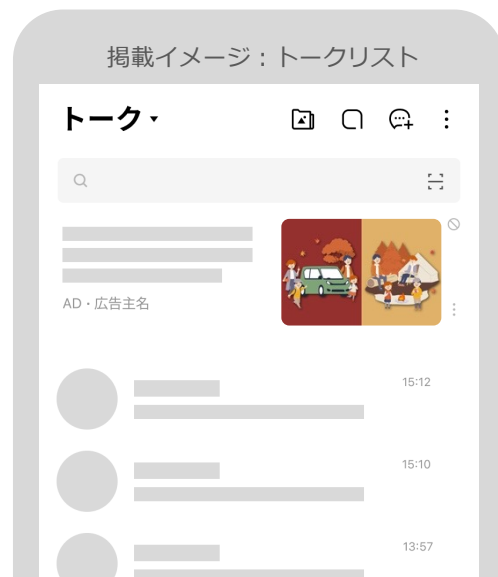
※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材に関して、利用シーンが異なる画像を2分割で見せるレイアウト
期待できる効果	2枚の画像のどちらかに興味を持ったユーザーからクリックしてもらいやすくなる
展開しやすい商材・業種	利用シーンのパターンが複数ある業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

👍 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

車種を強調



特定の車種を強調することで、その車種に興味関心があるユーザーからクリックしてもらいやすくなる

期日を明記



特定の日付けを強調し、ユーザーが今行動することを後押しできる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。
※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



自動車 Summary

ビジュアル

キャンペーン情報がブランドイメージの
どちらかを伝えるクリエイティブが多い

キャッチコピー

類似特徴なし

画像とキャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

商品より文字が大きく、
すぐにキャンペーンなどの情報が
目に入る

期待できる
効果

- お得な情報は幅広いユーザーの
購買意欲を高めやすい

展開しやすい
商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

画像とキャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

ユーザーが試乗しながら
感想を述べる映像

期待できる
効果

- 実際の試乗シーンを
見せることで説得力が増す
- 乗り心地を疑似体験することが
できる

展開しやすい
商材・業種

ファッション、
オンラインゲーム・ゲームアプリ

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

車種名×機能

SUV×広々トランク

広告 ⓘ

国産EV×ワゴン

広告 ⓘ

他社と差別化できる特徴を抜き出して
伝えることで、一眼で広告内容が伝えられる

【 】

【実施中】購入支援金がもらえる

広告 ⓘ

自動車購入するなら【新車】

広告 ⓘ

【 】でキーワードを強調する、
または記号化することができ
タイトル全体の視認性を高められる

問いかけ

新機能を体験しませんか？

広告 ⓘ

どのクルマと出かけたい？

広告 ⓘ

問いかけることでユーザーが
自分に当てはめて考えやすくなる

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



ファッション Summary

ビジュアル

商材を強調したり、バリエーションを見せる工夫が多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴

分割のレイアウトで、色違いの着用画像を2つ並べる

期待できる効果

カラーバリエーションを訴求することで、どちらか一方が気になったユーザーからクリックしてもらいやすくなる

展開しやすい商材・業種

色違いで商材を展開する業種

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時からの審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材の周りに、イラストで目立つあしらいを加える
期待できる効果	視覚的に注目させたい商材を強調することで、ユーザーの目に留まりやすくなる
展開しやすい商材・業種	有形商材

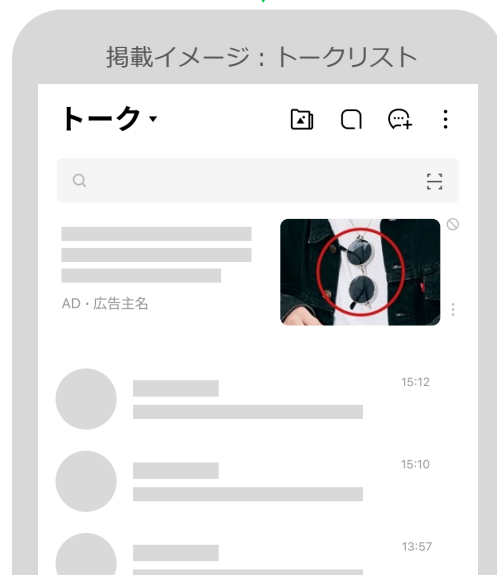
※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴

商材を記号や丸で囲む動作で強調する

期待できる効果

視覚的に注目させたい商材を強調することで、ユーザーの目に留まりやすくなる

展開しやすい商材・業種

有形商材

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がありますのでご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

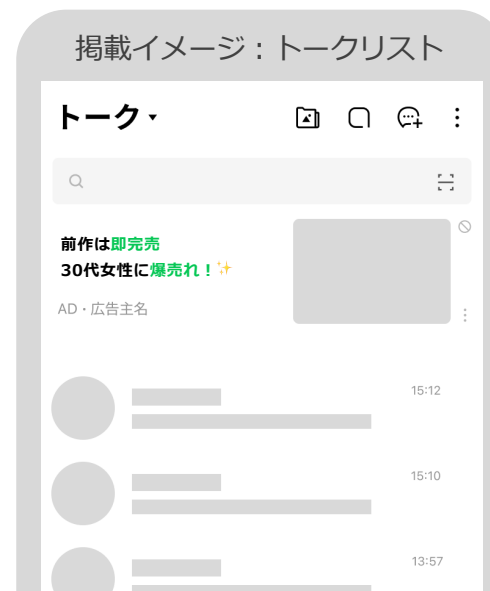
✓ 下記のような要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

個数限定



数量が限られていることを、ユーザーが今クリックすることを後押しできる

売れ行きの良さ



売れ行きが良いことを伝えることで、信頼感を与えることができる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年10月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



ファッション Summary

ビジュアル

商品をバリエーションで見せるクリエイティブが多く見られた

キャッチコピー

セール情報を伝えるクリエイティブが多く見られた

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

「高レビュー」「人気」「売れ筋」等のキャッチコピーを使用

期待できる効果

- 商品の評判や流行性をアピールし、関心を引く

展開しやすい
商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

画像&キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

利用シーンを具体的に明記

期待できる
効果

- ・ 利用シーンを具体的に見せることでユーザーの共感を得られる
- ・ 商品のメリットや特徴を具体的に理解しやすい

展開しやすい
商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。

✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

韓国アイテム

最新の**韓国アイテム**入荷！

広告 ⓘ

韓国で今流行りのセットアップ特集

広告 ⓘ

注目ジャンルをタイトルに含めて
感度の高いユーザーにアプローチ

値下げ・セール

注目の今治デニムが大幅**値下げ**！

広告 ⓘ

【**サマーセール**】今季のトレンド
Tシャツがお得に

広告 ⓘ

通常より安く購入できるチャンスで
あることをストレートに伝える

ナレッジやレビュー風

オーダーメイド革靴の**履き心地**
は？

広告 ⓘ

人気シューズを海外ショップから
取り寄せてみた**感想**

広告 ⓘ

ユーザーの疑問解消やコンテンツ風に
することで興味関心を得られる

※実際のクリエイティブを参考に、傾向を一般化した内容となります。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証するものではありませんのでご注意ください。

※クリエイティブのフォーマットや掲載面、および展開案はあくまでも一例です。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。予めご了承ください。



LINEヤフー