

CREATIVE TREND

2023年10-11月

LINEヤフー株式会社

2024/2

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

注意事項

本資料について

- 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。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。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。
- 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。（UIは資料公開日時点のUIです）
- 紹介している内容は配信効果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）

広告審査について

- 本資料は、作成時点でのLINE広告審査ガイドライン、Yahoo!広告 広告掲載基準、Yahoo!広告入稿規定（以下「各種規定」と表記）に基づき作成しております。今後内容を見直すことがありますのでご理解ください。
- LINE広告とYahoo!広告には上記の通り別々の規定がありますのでご注意ください。
また、本資料は各種規定の内容の一部を抜粋して作成しておりますので、出稿の際は各種規定の全項目を必ずご確認ください。
- 本資料で紹介した内容に準拠した広告の場合でも、各種法律に違反しないことや弊社での広告の掲載を保証するものではありません。ご理解いただいた上で、貴社の広告宣伝活動にご利用ください。

CREATIVE TREND 2023年10-11月 Contents

業種を問わないトレンド

LINE広告・Yahoo!広告

- p.6 静止画
- p.7 動画
- p.8 タイトル

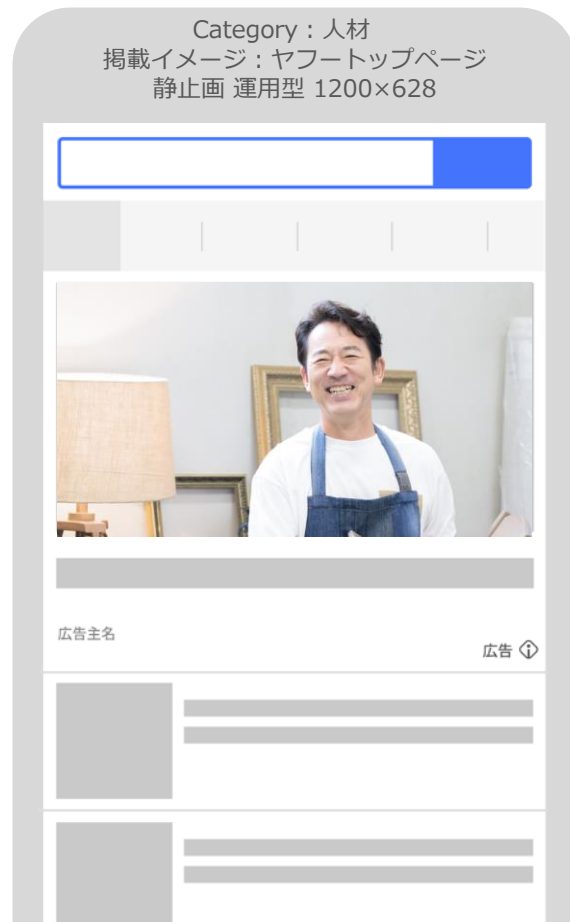
業種別で見られたトレンド

LINE広告

Yahoo!広告

- p.10 金融・保険
- p.17 コスメ
- p.24 美容・健康食品
- p.31 人材サービス
- p.38 旅行
- p.46 不動産

LINE広告・Yahoo!広告 業種を問わないトレンド



POINT

特徴

ターゲット層の人物写真やイラストをメインに使用

期待できる
効果

広告を見たユーザーに自分が対象だと認識してもらえる

展開しやすい
商材・業種

明確なターゲット属性が存在している商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

静止画の一部が動いている

LINE広告・Yahoo!広告
動画



▼動画の構成



POINT

特徴	静止画をベースに、重要な箇所のみアニメーションされる
期待できる効果	静止画の閲覧のしやすさと、動画ならではの目を引く動きをかけ合わせることができる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

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。

「 」 【 】

美容

使用した感想「**試してよかった！**」

美容・健康食品

主婦歴20年が教える【**テクニック**】

コスメ

簡単『**乾燥対策**』が話題

人材

【**30代**】栄養管理士の募集多数

「 」 や 【 】 でキーワードを強調することで
情報を視認性高く伝えられる

問かけ

人材

「介護経験者は**いらっしゃいませんか？**」

ゲーム

今何してる？ 暇なら〇〇！

人材

スキルアップ目指して兼業OKの職場で
働きませんか？

美容・健康食品

この商品が人気の理由**知ってる？**

問かけることでユーザーが
自分ごと化して考えやすくなる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

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

文字を目立たせるような工夫をしたデザインが多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

数値を変化させる動き

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き

30万

利用限度額

500万

利用限度額

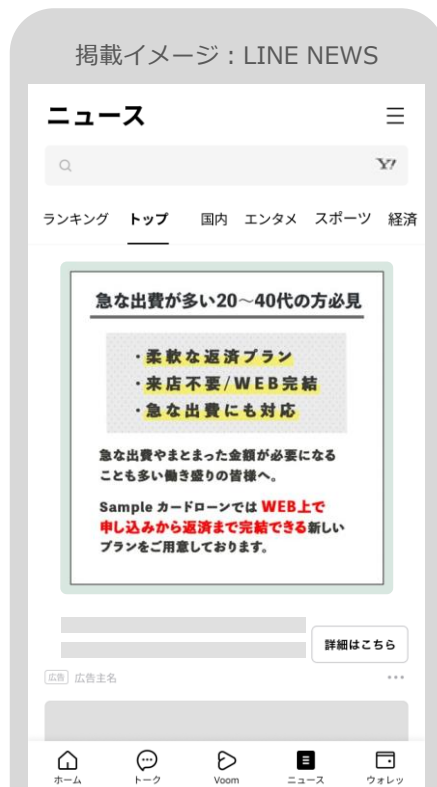
[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

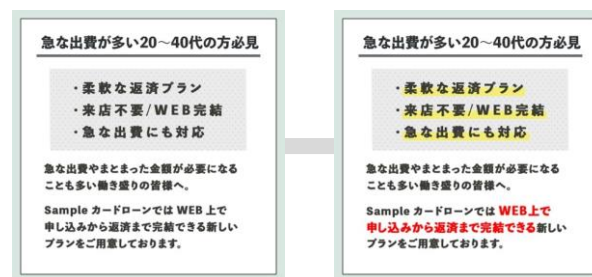
特徴	数値を変化させる動き
期待できる効果	借入額や貯金額など金額をアニメーションさせることで、注目を集める
展開しやすい商材・業種	金額など、数値が訴求として重要な商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



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で装飾することで、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

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

👍 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。

問いかけ

掲載イメージ：トークリスト



問いかける表現によって、
自分ごと化を促しやすくなる

答えが気になる表現

掲載イメージ：トークリスト



答えが気になる表現を用いることで、
遷移先に誘導しやすくなる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



金融・保険 Summary

ビジュアル

ターゲット像が商品のメリットを伝える
画像が多く見られた

キャッチコピー

「相談」や「はじめやすさ」などの
ユーザーに寄り添う訴求が多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

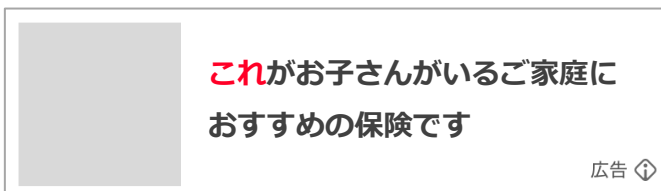
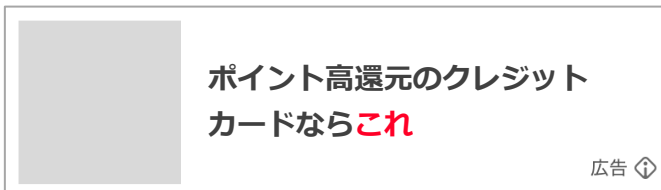
特徴	相談できるサービスがあることを伝える
期待できる効果	気軽に相談できることを訴求し、検討ユーザーの行動を促す
展開しやすい商材・業種	申し込みや契約が必要な商材、長期検討されやすい業種

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

タイトルトレンド

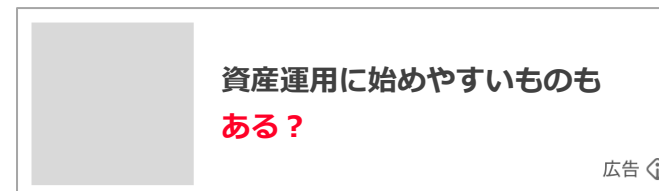
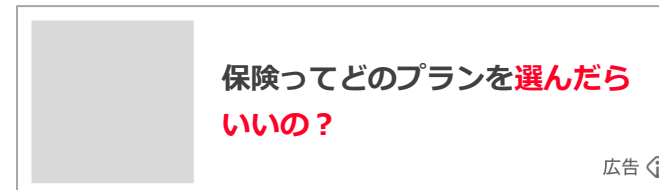
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

これ



口語体の「これ」で強調することで、
詳細を気にさせることができる

疑問



ユーザーが持ちそうな疑問を代弁することで、
共感を得られやすい

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



コスメ Summary

ビジュアル

UGCの人物画像や動画を用いた表現が多く見られた

キャッチコピー

オノマトペや口語など、親しみやすい表現を用いたコピーが多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴	オノマトペやラフな口語を用いる
期待できる効果	- オノマトペで効果効能を直感的にイメージしやすくなる - 口語調のテロップを動画の冒頭で用いることで、親近感をもたせやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

切り抜き動画風の表現

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴	横長動画の上下に文字を配置
期待できる効果	見慣れたフォーマットの動画で、広告感を弱めて違和感なく視聴してもらいやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

👍 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。

販売実績

掲載イメージ：トークリスト



具体的な販売実績を明記することで、
信頼感を醸成できる

今行動する後押し

掲載イメージ：トークリスト



「本日」「今すぐ」などの表現で、
ユーザーが今行動することを後押しできる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



コスメ Summary

ビジュアル

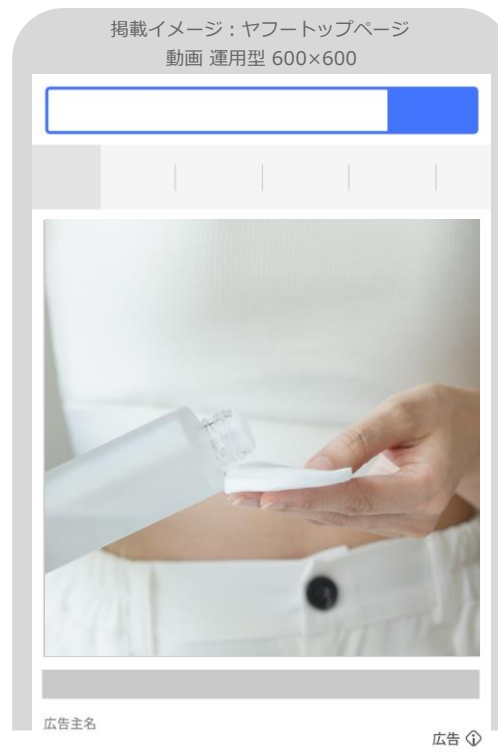
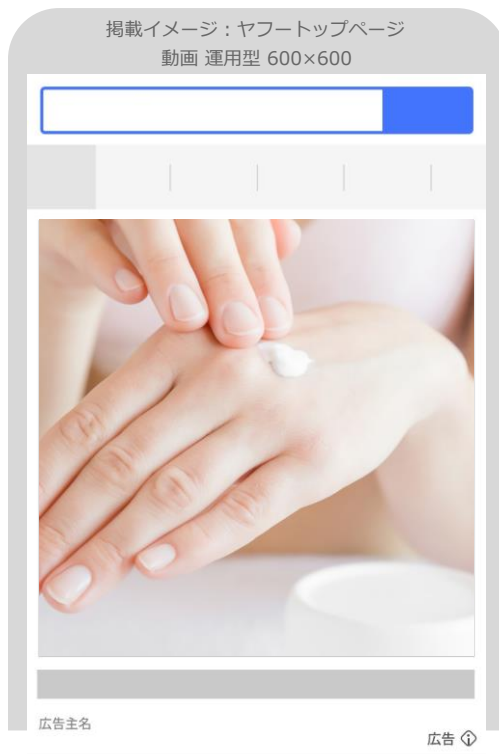
人気度や使用シーンを想起させる
表現が多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

画像で工夫した例



POINT

特徴	使用方法や質感を見せる
期待できる効果	実際に使用した際のイメージがしやすく、ユーザーの興味を引く
展開しやすい商材・業種	消耗品ではなく、道具やグッズなど、利用することが主となる商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

『』で強調

簡単『乾燥対策』が話題

広告 ⓘ

大人気『薬用化粧水』が
リニューアル

広告 ⓘ

アピールポイントに視線誘導ができ、
他商品と差別化できる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



美容・健康食品 Summary

ビジュアル

文字を目立たせるような工夫をしたデザインが多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

割引率を目立たせる

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](#)



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	割引額だけを文字で訴求する
期待できる効果	お得感だけをシンプルに見せることで、パッと見でお得感を伝えやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴

動画内のコピーにアンダーラインや装飾を入れ、動きをつける表現

期待できる効果

静止画の閲覧のしやすさと、動画ならではの目を引く動きをかけ合わせることができる

展開しやすい
商材・業種

あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

話題性

掲載イメージ：トークリスト



SNS等で話題になっていることを
ユーザーに印象付けることができる
※事実であることが前提

「 」

掲載イメージ：トークリスト



「 」を使ったセリフ調の表現で、
親近感を持たせることができる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



美容・健康食品 Summary

ビジュアル

「安さ」がわかりやすいデザインが
効果が高い傾向にあった

キャッチコピー

金額などの数字を用いて
商品説明するものが見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

クーポン風の表現

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	紙媒体のクーポン風の表現
期待できる効果	日常で見慣れた表現にすることで、より視覚的に割引を想起させる
展開しやすい商材・業種	オンライン上で決済に繋がる業種

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

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。

日数あたりの単価

休息をサポート **ひと月500円**

広告

1日50円でスッキリ

広告

日数あたりの単価を記載することで、
手軽に始めるイメージを持つことができる

トレンド

SNSで話題！ 腸内の善玉菌を
パワーアップ

広告

【この季節は今すぐ飲んで】
お酒を飲む方の必需サプリ

広告

トレンドの商品であることを
ユーザーに印象付けることができる
※事実であることが前提

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



人材サービス Summary

ビジュアル

複数の求人情報を提示するデザインが多く見られた

キャッチコピー

具体的な年収などの条件を明記するコピーが多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

矢印を動かす

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	矢印を特定の向きに繰り返し動かす
期待できる効果	矢印を動かすことで、ユーザーの視線をイラストやタイトルに誘導しやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

求人職種のバリエーション

LINE広告
静止画・画像（小）

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](#)



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	複数の求人職種を提示する
期待できる効果	複数の求人職種を提示することで、どれか1つ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	バリエーションが複数ある商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

空白スペースが目立たせる

掲載イメージ：トークリスト



空白スペースを文字の間に入れることで、
文言を目立たせることができる

絵文字を用いた呼びかけ

掲載イメージ：トークリスト



絵文字を用いて表現することで、
訴求内容がより伝わりやすくなる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



人材サービス Summary

ビジュアル

目を引くデザインでテキスト情報を伝えるものが見られた

キャッチコピー

募集業種や対象属性をわかりやすく伝えるものが見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

静止画＋一部のテキストのみ動きあり

画像とキャッチコピーで工夫した例



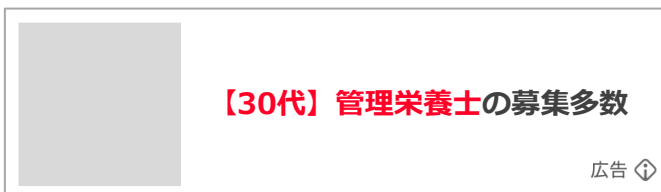
POINT

特徴	一部のテキストのみ動きをつけて強調
期待できる効果	より伝えたい情報に目が行きやすく、訴求項目に強弱をつけられる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

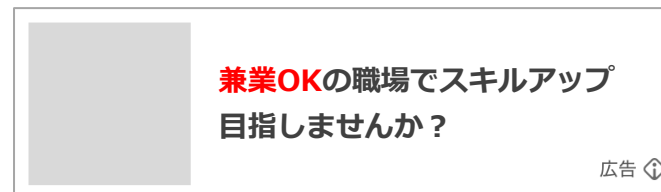
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

属性や職種を明記



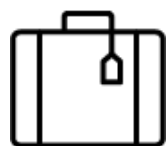
属性（主婦、シニア、学生など）や職種を明記することで、募集情報の自分ごと化を促す

多様な働き方の提案



働き方や場所などの提示で新しい価値観や環境の変化を想起させ、ユーザーの行動を促す

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



旅行 Summary

ビジュアル

旅行先に関する具体的な画像を用いた
デザインが多く見られた

キャッチコピー

類似特徴なし

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴	ユーザー投稿風の画像やテキスト
期待できる効果	旅行先に対して親近感を抱きやすくなる
展開しやすい商材・業種	旅行

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

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](#)[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴

複数の旅行中の情景を見せる

期待できる
効果

複数の景色や旅行中の様子を画像で見せることで、よりイメージが沸きやすくなる

展開しやすい
商材・業種

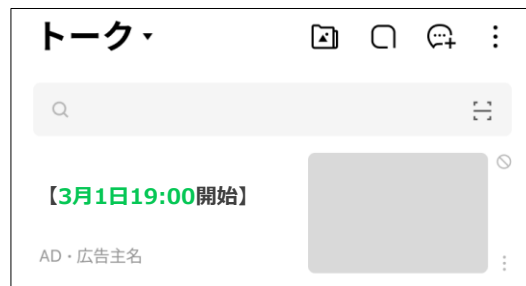
旅行

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

具体的な日時

掲載イメージ：トークリスト



セール開始や期限を明記することで、
キャンペーンへの参加意欲を高められる

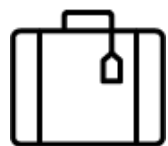
旅行先に関する絵文字

掲載イメージ：トークリスト



絵文字を用いることで、旅行先を
よりイメージしやすくなる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



旅行 Summary

ビジュアル

複数画像や実際の動画で旅先のイメージを膨らませる広告が多く見られた

キャッチコピー

グルメやアクティビティなどのテーマを持った旅を訴求するものが多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴

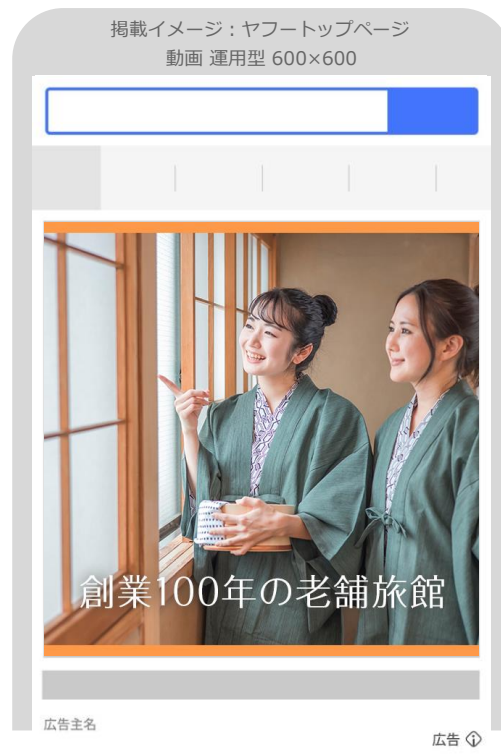
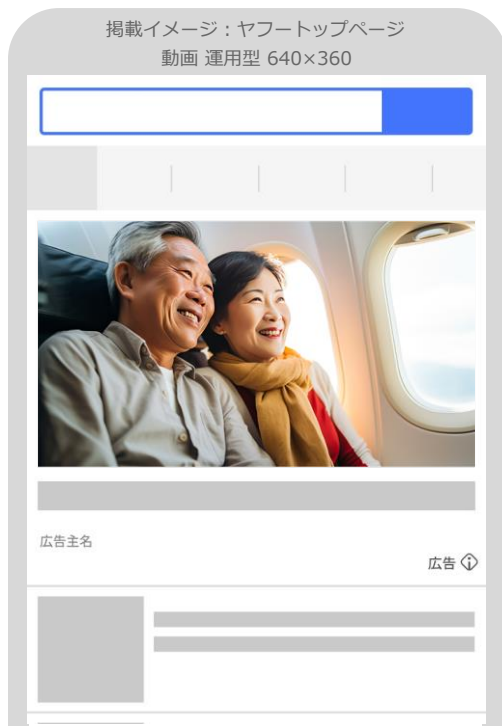
画像を分割で見せる

期待できる
効果画像を複数見せることで、
旅行先をイメージ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

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴

実際の体験シーンを見せる

期待できる
効果疑似体験をさせることで自分ごと化を
促し、具体的な旅のイメージをもたせる展開しやすい
商材・業種やや高価格帯の商品や、体験などの
無形商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

+α

紅葉名所を一望できる温泉宿

広告

スノボと温泉を楽しむ日帰り旅行

広告

宿泊・入浴以外にプラスで楽しめる要素を
アピールすることで、差別化できる

プランを紹介

お部屋アップグレードと
豪華食事プランが選べる

広告

対象宿800軒以上、1200種の
プラン

広告

オプションや選択枝の豊富さを伝え、
詳細を気にさせることができる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



不動産 Summary

ビジュアル

視覚的に条件が伝わりやすいように、
イラストを用いた表現が多く見られた

キャッチコピー

特定の条件を明記したコピーが多く
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](#)[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	地域に関連する画像やイラストを配置
期待できる効果	該当する地域に関心のあるユーザーの興味を引きやすく、自分ごと化を促す
展開しやすい商材・業種	旅行・不動産・来店系の商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

不動産

特定の条件を強調

LINE広告
画像（小）

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](#)



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴

物件に関する特定の条件を文字で大きく表示

期待できる
効果

その条件で物件を探しているユーザーからの注目を集めやすい

展開しやすい
商材・業種

不動産

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 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。

答えが気になる表現

掲載イメージ：トークリスト



答えが気になる表現を用いることで、
遷移先に誘導しやすくなる

特定エリアを明記

掲載イメージ：トークリスト



特定のエリアを具体的に明記することで、
対象のユーザーから注目を集めやすい

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



不動産 Summary

ビジュアル

金額などのキャッチーな情報に
注目させる表現が多く見られた

キャッチコピー

企業名を画像内に明記するなど、
信頼性を伝える表現が多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴

企業名を大きく配置する

期待できる
効果

- ・ 安心感を得られる
- ・ 広告の主体者がわかりやすく、他社と差別化できる

展開しやすい
商材・業種

高額商品や長期契約など、
購入の際に慎重になる商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

数字にカウントアップするアニメーションなどをつける

期待できる
効果

- いくら？という問いかけで興味を引きやすい
- 数字のアニメーションが止まるまで、視聴維持しやすい

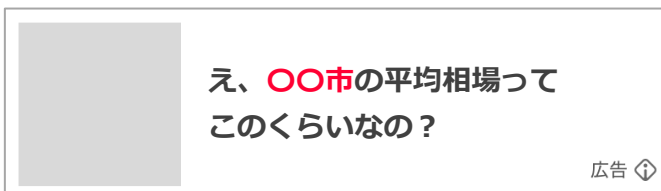
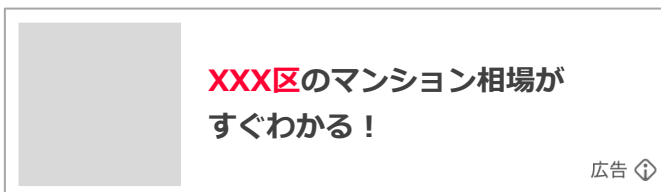
展開しやすい
商材・業種

金融・保険、美容・健康食品

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

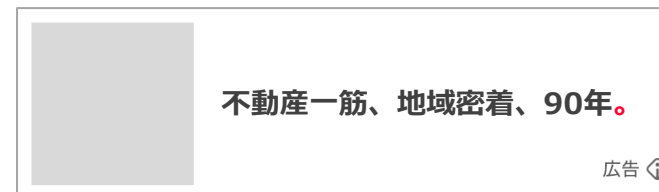
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

特定エリア名



特定エリア名を明記することで、
ユーザーの自分ごと化を促進できる

「。」で落ち着きを演出



文末に「。」を用いることで、
落ち着きや高級感を演出できる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



LINEヤフー