

CREATIVE TREND

2023年 自動車

LINEヤフー株式会社

2024/3

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は画像制作日時点の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 Contents

自動車で見られたトレンド

p.05 LINE広告

p.07 静止画

p.10 タイトル

p.11 Yahoo!広告

p.13 静止画

p.14 動画

p.15 タイトル

LINE広告で見られたトレンド



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

※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



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 Creative Labのテンプレートはこちら](#)

※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



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 Creative Labのテンプレートはこちら](#)

※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。

利用シーンが異なる画像の2分割レイアウト

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	複数配置することで、利用イメージをより具体的に想起してもらいやすい
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

※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。

車種を強調



期日を明記



※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。

Yahoo!広告で見られたトレンド



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

キャンペーンや商品特徴をわかりやすく
伝える工夫が多く見られた

※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。

キャンペーンを強調

Yahoo!広告
静止画

ビジュアル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

※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

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

※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。

問いかけ



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

【 】



【 】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

車種名×機能



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

※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