

CREATIVE TREND

2023年 ファッション

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するものです。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

ファッションで見られたトレンド

p.05 LINE広告

p.07 静止画

p.11 画像アニメーション

p.12 タイトル

p.14 Yahoo!広告

p.16 動画

p.19 静止画・動画共通

p.20 タイトル

LINE広告で見られたトレンド



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

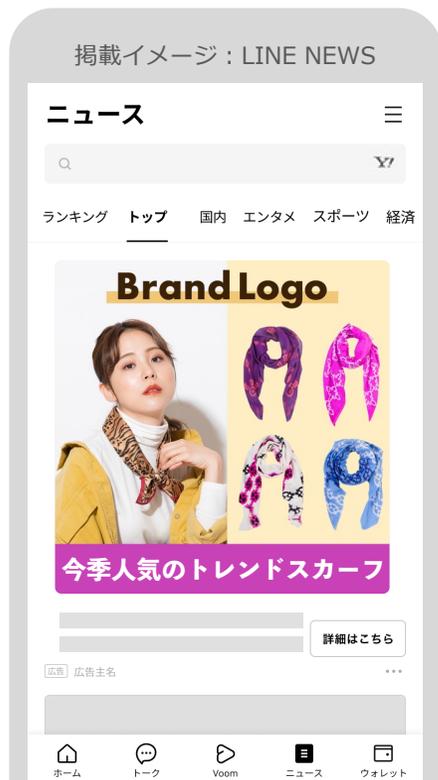
人気や季節性でクリックを促す表現が多く見られた

※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。

バリエーション提示×着用画像

LINE広告
静止画スクエア

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

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> • いくつかの商材バリエーションを切り抜き画像で見せる • 着用（使用）画像
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> • バリエーションのいずれかに興味を持ってもらいやすくなる • 着用画像は実物をイメージしやすくなる
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>商材バリエーションが複数展開されている商材 例) コスメ・通販</p>

※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。

色違いの着用画像を2つ並べる

LINE広告
静止画スクエア

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](#)

※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。

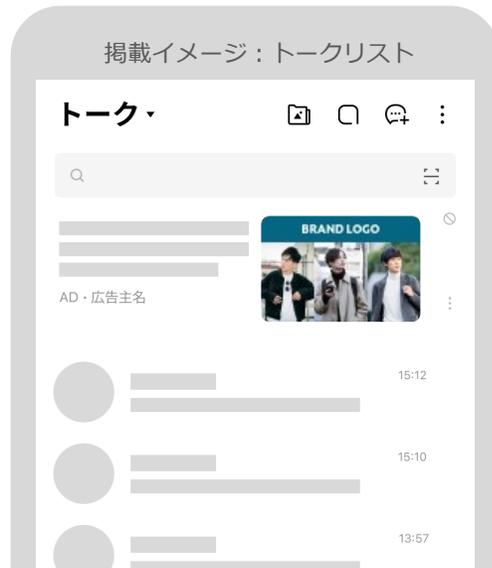
POINT

<p>特徴</p>	<p>分割のレイアウトで、色違いの着用画像を2つ並べる</p>
<p>期待できる効果</p>	<p>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</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>色違いで商材を展開する業種</p>

分割レイアウトで着用画像を見せる

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

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 複数分割のレイアウト 異なるバリエーションやコーディネートを見せる
<p>期待できる効果</p>	<p>どれか1つに興味を持ったユーザーからクリックされやすい</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>商材バリエーションが複数展開されている商材 例) コスメ・通販</p>

※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。

商材などをイラスト効果で強調

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](#)

POINT

<p>特徴</p>	<p>商材の周りに、イラストで目立つあしらいを加える</p>
<p>期待できる効果</p>	<p>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</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>有形商材</p>

※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。

商品を○で強調

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



[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

※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。

ユーザー視点の文言

掲載イメージ：トークリスト



ユーザー視点の文言で、
親近感を醸成することができる

コンテンツ感

掲載イメージ：トークリスト



コンテンツを訴求することで
購入モチベーションがまだ高くない
ユーザーでも興味を持ってもらいやすい

※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。

✓ 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。

個数限定



数量が限られていることで、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

※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



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

人気や季節性でクリックを促す表現が
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

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 商品画像を複数並べて配置
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 複数を見せることで、各商品の詳細も気にさせることが可能 遷移先への期待も高めることができる
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>バリエーションがある商品を取り扱う業種 例) 旅行、人材</p>

※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

※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。

具体的な利用シーン

画像&キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<p>利用シーンを具体的に明記</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>あらゆる業種に展開可能</p>

※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



※自社内での比較情報のみ掲載可

※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。

POINT

特徴	商品をランキング形式で紹介
期待できる効果	商品を単に表示するだけでなく、ランキング形式で提示することで興味を引き、視聴継続やクリックを促進する
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) 自動車、人材

✓ 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。

入手しやすさ



【ノンリターゲティング広告向き】
欲しい時に手に入るウェブショップの特性を
改めてアピールすることでユーザーの購買を促す

発信地



【ノンリターゲティング広告向き】
発信地の明記によってブランドの背景を想起する
ことができ、商品イメージの醸成が期待できる

※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。

☑ 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!**
〇〇ストア 広告

 **韓国で今流行りのセットアップ特集**
〇〇ストア 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

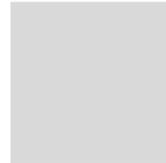
 **【サマーセール】今季のトレンド
Tシャツがお得に**
〇〇ストア 広告

 **注目の今治デニムが大幅値下げ!**
〇〇ストア 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

ナレツジやレビュー風

 **オーダーメイド革靴の履き心地は?**
〇〇ストア 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**
〇〇ストア 広告

ユーザーの疑問解消やコンテンツ風
することで興味関心を得られる

※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