

CREATIVE TREND

2023年 美容・健康食品

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

美容・健康食品で見られたトレンド

p.05 LINE広告

p.07 静止画

p.12 動画

p.17 タイトル

p.19 Yahoo!広告

p.21 静止画

p.26 動画

p.27 タイトル

LINE広告で見られたトレンド



美容・健康食品 Summary

クリエイティブ

イラストや図形を用いて、文字などの情報を伝わりやすくする工夫が見られた

キャッチコピー

お得な情報を端的に伝える内容が多く見られた

※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



[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

- 『注目』などのアテンションを促す文言
- 目立つ色彩とテロップ風の背景デザイン

期待できる効果

見慣れた装飾にすることで、自然に注目してもらいやすい

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。

2分割のレイアウトと長文の配置

LINE広告
静止画

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

※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。

お得な情報があることを伝える

LINE広告
画像（小）・静止画

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

- ・ 一目でお得な情報が伝わる
- ・ 内容に興味を持ったユーザーから、クリックされやすい

期待できる効果

吹き出しなどの背景に、お得な情報があることを伝えるコピーを配置

展開しやすい商材・業種

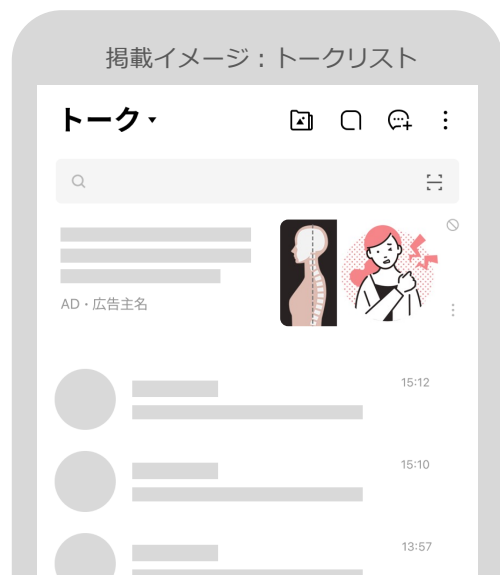
インセンティブや割引がある商材

※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。

異なるイラストを2分割のレイアウトで配置

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

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

※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

LINE広告
画像（小）

ビジュアルで工夫した例



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。

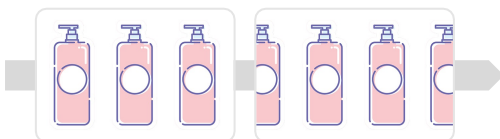
商材がスクロールする動き

LINE広告
画像（アニメーション）・動画

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	商材のイラストが複数、横・縦にスクロールし続ける動き
期待できる効果	動きで注目を集めつつ、商材やパッケージの印象を与えやすい
展開しやすい商材・業種	有形商材を扱う業種

※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。

2つのUGC動画を並べる

LINE広告
動画

ビジュアルで工夫した例



※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	- UGC動画 - ターゲットの人物像に近い人物の動画素材と、商材の利用シーンの動画素材を分割レイアウトで2つ並べる
期待できる効果	UGC動画を使用しユーザーに親近感を与えるとともに、1つの動画素材よりも多くの情報を受け取ってもらいやすい
展開しやすい商材・業種	商材の使用感を映像で伝えやすい商材 例) コスメ・美容・ファッション・フィットネス

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

※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。

動画の一部のみ目立たせる動き

LINE広告
動画

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。

コンテンツ感のある動画

LINE広告
動画

ビジュアルで工夫した例



▼動画の構成



POINT

特徴	動画冒頭で「xxのためにやったこと ○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

※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

LINE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。

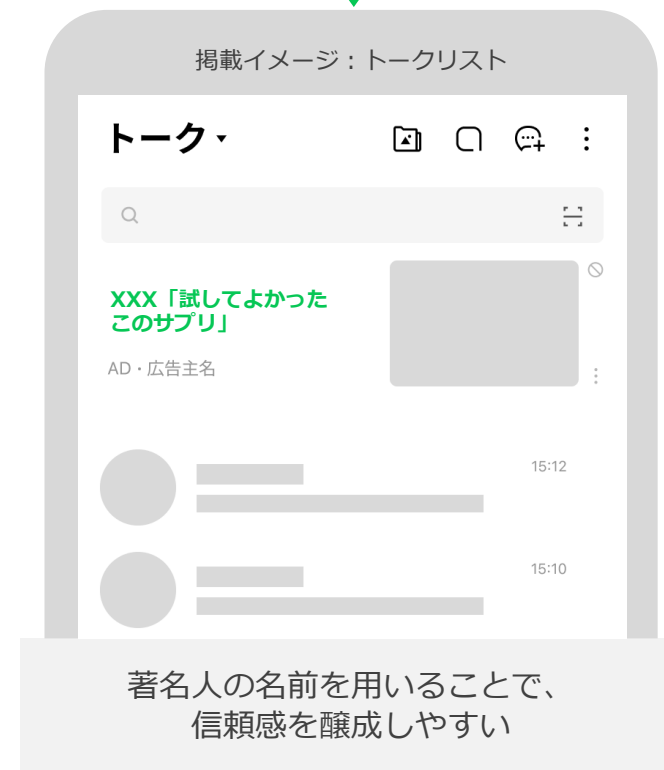
空白スペースを1字ずつ入れる



「スカッと」などオノマトペ



著名人の名前を用いる



※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。

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。

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。

Yahoo!広告で見られたトレンド



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、
「安さ」がわかりやすいデザインが効果
の高い傾向にあった

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。

スーパーの半額シール風

Yahoo!広告
静止画

ビジュアルで工夫した例

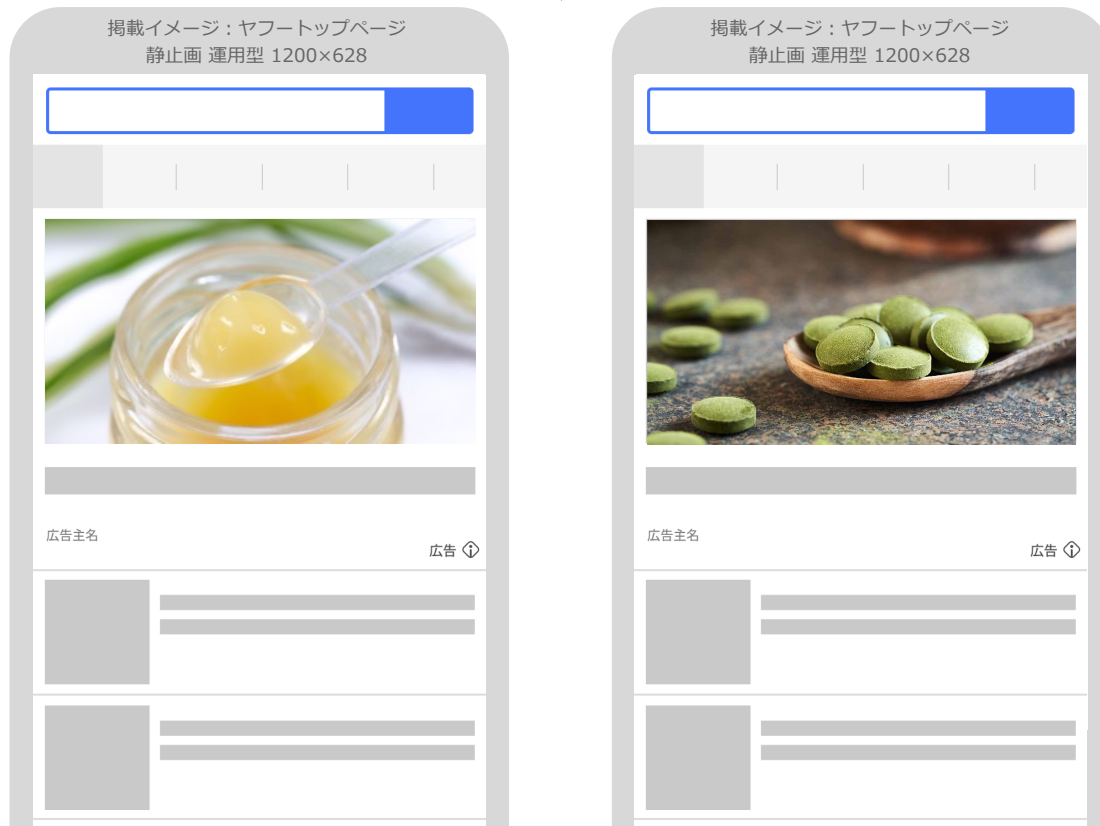


POINT

特徴	スーパーの半額シール風の装飾
期待できる効果	見慣れた物理的なシールを模した表現で目をひき、割引を直感的に連想させる
展開しやすい商材・業種	スーパーなどの小売店で見られる価格帯の商材

※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。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	スプーンで商材をすくうような画像
期待できる効果	商品を手にとった様子を連想できより直感的に魅力が伝えられる
展開しやすい商材・業種	シズル感が重要な業種 例：食品・飲料、コスメ

※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。 ※ 本ページのサンプル画像は、画像生成AIを用いて、一般化して制作した画像を含みます。特定の商材や商品を意図して作成したものではありません。

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	「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

※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

Yahoo!広告
静止画

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。

短いひらがな

Yahoo!広告
静止画

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	感嘆詞などの非常に短い一言のみをコピーに用いる
期待できる効果	短いひらがなだけで、強い印象を与えつつ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

※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。

安い価格の常時表示

Yahoo!広告
動画

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

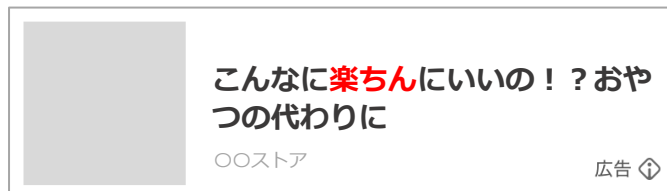
※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

タイトルトレンド

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

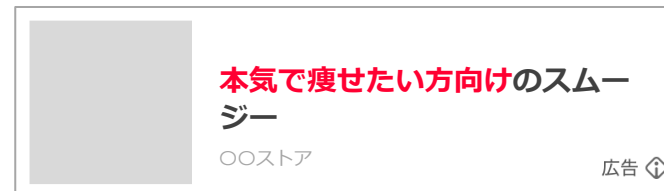
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

続けやすさ



使いやすさを伝えることで日常生活へ
取り入れるハードルを下げるができる

ターゲットを明示※



どのような層に向けた商品なのかを伝えることで、
該当するユーザーの関心を高める

※ユーザーに不快感、嫌悪感を与える表現は掲載不可

※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。

タイトルトレンド

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

✓ 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...

〇〇食品

広告

母60歳「おいしい」続けた
結果は...

〇〇食品

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」

〇〇食品

広告

あのビタミンサプリがお得な
価格で

〇〇食品

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

〇〇食品

広告

栄養補給が簡単**にお手軽に**

〇〇食品

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

※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

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

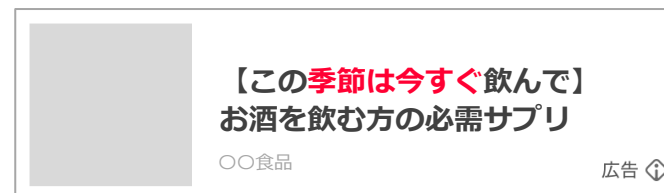
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

日数あたりの単価



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



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。



LINEヤフー