

LINEプロモーションスタンプ

# トレンド・事例集 (2024年1月-3月)

LINEヤフー株式会社

2024/8

LINEヤフー

# Contents

## 01 1月-3月トレンド

人気の表現 / 人気表現の特徴

リリース件数が多いが、利用が伸びづらい表現

PR傾向

## 02 有料スタンプのトレンド

各種表現

## 03 その他

LINEスタンプ\_壁紙配布による即ブロック改善効果

# 1月-3月トレンド

# 人気の表現

ポジティブな返答などの定番表現は、送信率が高い傾向にあります。

賛同・承諾



無言・無表情



お辞儀



お疲れ様



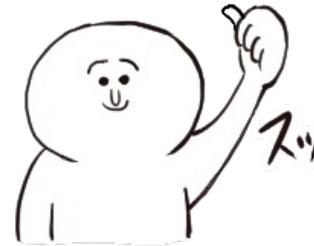
おやすみ



おはよう



サムズアップ



ハート



# 人気表現の特徴

人気表現にはどのような傾向があるのかご紹介します。

## 賛同・承諾

High

「O」の中にキャラクターを入れ込む構図が人気で送信率も高い傾向があります。



## お辞儀

High

「ペコリ」やテキストなしが使われやすい傾向があります。



## Point

賛同・承諾は大きく作成いただくことでキャラクターの表情が伝わりやすいためおすすめです。  
お辞儀は受信者に向けた右向き（右斜め向き）に作成いただくことで、意図が伝わりやすくなります。

# 人気表現の特徴

人気表現にはどのような傾向があるのかご紹介します。

## ハート

High

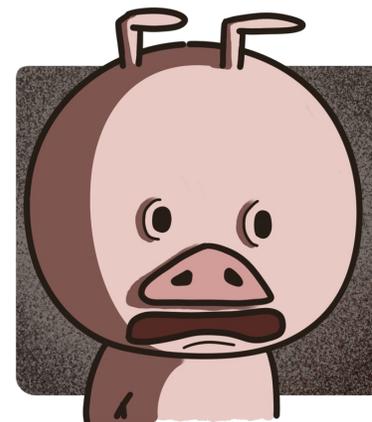
相手に向けてハートを飛ばしている表現が人気の傾向があります。



## 無言・無表情

High

コミカルな表情+テキストなしが人気の傾向があります。



## Point

ハート表現はハートを大きく作成いただき、ピンクや赤など分かりやすい色合いの方が使用されやすいため推奨いたします。無言・無表情表現はテキストなしのほうが、トークの合間で使用されやすいためおすすめです。

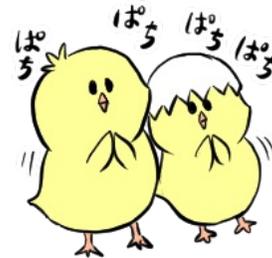
# リリース件数が多いが、利用が伸びづらい表現

利用シーンが限定的であったり、ネガティブ・会話の返答に困る表現などは、送信率が低い傾向にあります。

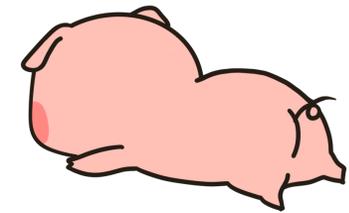
移動



祝う



退屈



謝る



焦る



誘う



# PR傾向

LINEプロモーションスタンプにおけるPRは表現の組み合わせ方によって傾向が分かれました。

## 人気表現との組み合わせ

High

P4-6などの人気表現とPR表現を組み合わせただくことで送信率が高くなる傾向があります。



## 伸びづらい表現との組み合わせ

Low

P7などの利用シーンが限定的な表現との組み合わせは送信率が低い傾向があります。



Point

商品や企業ロゴが目立っていても、人気表現と掛け合わせることで利用されやすい傾向があります。PR表現のスタンプを制作する際は、汎用性の高い表現を選定いただくことをおすすめします。

# 有料スタンプのトレンド

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 情熱的な表現

High

「燃える」など興奮や情熱的な感情を表す表現は人気な傾向がありました。



## 丁寧な返信表現

Low

「こちらこそ」などの丁寧な返信表現は送信率が低い傾向がありました。



## Point

「燃える」など情熱的な表現は強い感情をダイレクトに伝え、共感を呼ぶため人気が高いと考えられます。  
「こちらこそ」などは、丁寧に返信する場面での使用となるため、利用シーンが限られ汎用性が低いと考えられます。

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 掛け声の表現

High

「おー!」「うおおお!」など特有の掛け声を表す表現は人気な傾向がありました。



## 冷たい表現

Low

「いいんじゃない?」などといったバリエーションは、投げやり・冷たさが伝わるため、送信率が低い傾向にありました。



Point

「おー!」など掛け声を表す表現は、盛り上がりようとする際や、大きな喜びとして使えるため、好まれると考えられます。「いいんじゃない?」は相手への思いやりがあまりないことから、ユーザーから敬遠されやすいと考えられます。

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 猫表現

High

猫特有の表現が人気でした。特にくねくねと背中を動かすような動きや、オノマトペなどの猫表現は人気な傾向がありました。



## 疲れた表現

Low

ネガティブな感情を伝えてしまう疲れた表現は送信率が低い傾向がありました。



Point

疲れた表現はネガティブな雰囲気を生むため、ユーザーが避ける傾向にあると考えられます。猫表現は可愛さや癒しを与えながらも、会話の合間を埋めやすく、利用しやすいことが考えられる。

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 絶望感がある表現

High

「悔しい・悲しい・つらい」といったバリエーションは、ポジティブやコミカルな表情も入れた表現が送信率が高い傾向でした。



## 会話を終わらせる表現

Low

「またね」などといった会話を終わらせる表現は送信率が低い傾向がありました。



Point

「悔しい・悲しい・つらい」の表現は、コミカルな絶望を表わすリアクションとして使われたと考えられます。「またね」の表現は会話の最後での使用となるため、利用シーンが限られ汎用性が低いと考えられます。

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 勢い表現

## 軽めの驚き表現

High

叫び声や掛け声は、送信率が高い傾向がありました。



Low

「ええー?!」など軽めの驚き表現は送信率が低い傾向がありました。



Point

「勢い」の表現は感情を伝えやすく、エネルギッシュな感情を伝える場面で重宝されていると考えられます。「ええー?!」などの表現は軽めな気持ちを伝えてしまうため、ユーザーが避ける傾向にあると考えられます。

# 有料スタンプのトレンド情報

有料スタンプの傾向をご紹介します。

## 楽しみ表現

High

「わーい」「イエーイ」など楽しみを表す表現は送信率が、上位～中位ほどで使われる傾向にあります。



Low

反対に「ばんざい」は喜ばしい、おめでたいことが起こった瞬間の利用のため、使用ハードルが高く下位傾向にありました。



Point

楽しみ表現は会話の中で使いやすく、汎用性が高いと考えられます。表情を大きく見せると更に好まれます。

# その他

# 壁紙配布による即ブロック<sup>※</sup>改善効果

あいさつメッセージで壁紙配布予告をすることで、即ブロック率が下がる結果に！

LINEスタンプ実施時に、あいさつメッセージの内容をABテストで出し分け（ポイント訴求vs壁紙訴求）を行ったところ、壁紙配布を予告することで0.92%即ブロックを防止できる結果に。友だち追加数が直近平均の約226万人と仮定した場合、**約20,000人の即ブロック防止効果**があり、壁紙制作費が10万円と仮定すると**CPF4.8円で非常に安価にターゲットリーチ増加**が見込める。さらに、壁紙配布後もブロック数が増加することもなく、友だちを継続していた。

A：通常（ポイント訴求）の  
あいさつメッセージ



B：壁紙配布予告の  
あいさつメッセージ



結果：グループABの差異

グループ	即ブロック率	即ブロック数想定値	CPF
A：通常	53.9%	1,218,773人	-
B：壁紙	52.98%	1,197,970人	-
差分	<b>0.92%</b>	<b>20,803人</b>	<b>4.8円</b>

即ブロック数想定値：直近3年の友だち追加平均数（2,261,174）×即ブロック率  
CPF：壁紙制作費が10万円だった場合のブロックされない友だち単価

※即ブロック：友だち追加当日中のブロック数。2024年5月にLINEサービス内のLINE公式アカウントで配信。配信数・開封数はほぼ同数での結果。  
壁紙制作はクリエイターによって制作費用が異なります。制作ご希望の場合は必ず事前にお知らせください。バナーは実例を元にマスクしたイメージです。

**LINEヤフー**