LINEプロモーションスタンプ

トレンド・事例集（2024年4月-6月）

LINEヤフー株式会社

2024/11

LINEヤフー

© LY Corporation

Contents

01　4月-6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、利用が伸びつらい表現

PR傾向

02　有料スタンプのトレンド

© LY Corporation

4月-6月トレンド

© LY Corporation

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

感謝

おはよう

サムズアップ

ハート

※2024年4-6月のスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプ、ミッションスタンプの配信結果（終了日までの数値）に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

お疲れ様

High

お茶などの飲み物やケーキなどの食べ物を持ち、相手に向けてお疲れ様表現が人気の傾向があります。

賛同・承諾

High

「了解」「OK」などのテキストを入れる賛同・承諾表現が人気の傾向があります。

Point

お疲れ様は受信者に向けた右向きまたは正面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。
賛同・承諾はキャラクターが敬礼する姿を作成いただくことで、より伝わりやすくなるためおすすめです。

※2024年4-6月のスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプ、ミッションスタンプの配信結果（終了日までの数値）に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

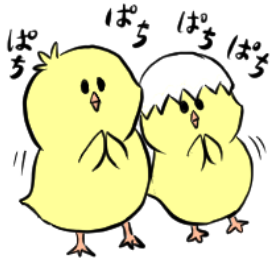
驚く

落ち込む

謝る

休む

祝う



照れる

※2024年4-6月のスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプ、ミッションスタンプの配信結果（終了日までの数値）に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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

「賛同・承諾」「ハート」などの人気表現（P4）とPR表現を組み合わせていただくことで送信率が高くなる傾向がありました。

Point

商品や企業ロゴが目立っていても、人気表現と組み合わせることで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。

© LY Corporation

※2024年4-6月のスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプ、ミッションスタンプの配信結果（終了日までの数値）に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

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。

伸びづらい表現との組み合わせ

Low

「伺う」「謝る」などの伸びづらい表現（P6）とPR表現を組み合わせていただくことで送信率が低くなる傾向がありました。

Point

利用シーンが限定的な表現と組み合わせると、商品や企業ロゴが目立ってしまうので、利用しづらい傾向があります。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。

© LY Corporation

※2024年4-6月のスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプ、ミッションスタンプの配信結果（終了日までの数値）に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

有料スタンプのトレンド

© LY Corporation

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。

関西方言を入れた定番表現

High

「おおきに」「ありがたや」などの関西方言を使った定番バリエーションは人気な傾向がありました。

Point

ほか「ええや～ん」「了解やで」などの関西方言を入れた豊かな表現は面白く、好まれると考えられます。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

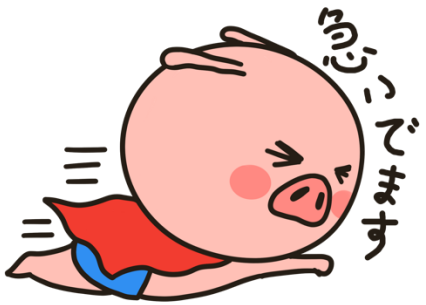
移動

High

ただ無心に移動している表現は人気な傾向がありました。

Low

「急いでます」「向かってます」などの移動表現は送信率が低い傾向にありました。



Point

移動表現は常に送信数が低いですが、ただ無心に移動している表現は「急いでます」「向かってます」をポップに伝えたい時に使いやすいため、好まれると考えられます。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

ツッコミ表現

High

ツッコミ表現はあえてオーバーな表現にすることで、冗談っぽくなり、利用されやすい傾向にありました。

夏表現

High

ぐったりしている夏表現は人気な傾向がありました。

Point

ツッコミ表現は、相手にストレートに気持ちを伝えられるため、使われやすかったと考えられます。
また、暑くなり始めた6月にぐったりして暑がる表現が共感を呼び、使われやすかったと考えられます。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

仕事で使うような表現

Low

「出社です」「在宅です」などの仕事で使うような表現は送信率が低い傾向にありました。

Point

仕事で使うような表現は、利用シーンが限られることから送信数が低いと考えられます。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

無気力な表現

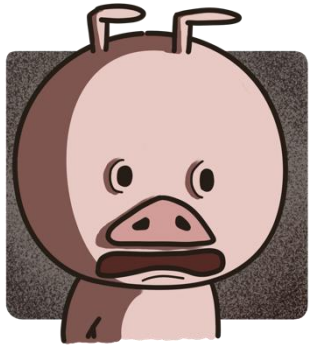
High

「働きたくない」などといった無気力な表現は5月に伸びやすい傾向にありました。

ドアップ表現

High

インパクトのあるドアップ表現は人気な傾向がありました。



Point

「働きたくない」という表現は言葉で言いづらいですが、スタンプにすることで感情を気軽に伝えられるため好まれると考えられます。インパクトのあるドアップ表現はテキストなしの方が、トークの合間で使用されやすいためおすすめです。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

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。

涙表現

High

涙表現はネガティブな表現としてもよく使われる傾向にありました。

特定の相槌表現

Low

相槌表現は常に人気ですが、「ふむふむ」のテキストの場合は送信率が低い傾向にありました。

Point

涙表現はテキストなし＆深刻すぎないイラストのほうが相手に気持ちを委ねやすいのでおすすめです。
「ふむふむ」のテキストが入っている相槌表現は、深刻に話を聞いているように見えるため、話の途中で送りづらいと考えられます。

※2024年4-6月の「公式スタンプ」と「クリエイターズスタンプ」といった有料スタンプの配信結果に基づく実績です。
※イラストはサンプル画像です。

© LY Corporation

LINEヤフー

© LY Corporation