

LINEプロモーションスタンプ

トレンド・事例集（2024年10月-12月）

LINEヤフー株式会社

2025/06

LINEヤフー

Contents

01 10月-12月トレンド

人気のクリエイター

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

年末年始の利用数・ダウンロード数

02 有料スタンプのトレンド

各種表現

10月-12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



お辞儀



お疲れ様



無言・無表情



おはよう



ハート



感謝



笑う



人気表現の特徴

「サムズアップ」などの賛同・承諾表現はいつも人気の表現として送信率が高い傾向がありました。しかし、具体的なクリエイティブ表現によって送信率が異なるため、その傾向を紹介します。

賛同・承諾



サムズアップする手を大きく表現した場合、送信率が高い傾向がありました。



サムズアップする手を小さく表現した場合、送信率がやや低くなる傾向がありました。

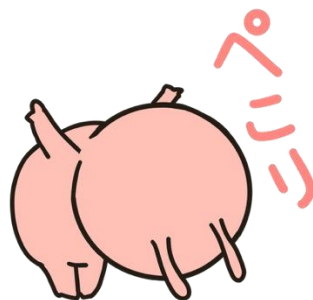
Point

顔のパーツや手のポーズなど、感情を表現しているパーツを大きめに描いていただけると、より表現がわかりやすくなり感情がより伝わりやすくなるためおすすめいたします。

人気表現の特徴

「ぺこり」などのお辞儀表現はいつも人気の表現として送信率が高い傾向がありました。
しかし、具体的なクリエイティブ表現によって送信率が異なるため、その傾向を紹介します。

お辞儀



キャラクターが大きく腰をかがめて、顔が見えなくなるほどのお辞儀表現は、特に人気がありました。



単に軽く頭を下げる程度の「ぺこり」では、送信率がやや低くなる傾向がありました。

Point

キャラクターが大きくお辞儀する表現は、受信者に親しみを与えやすく、特に顔が見えなくなるくらい深いお辞儀は、動作が大きく印象に残りやすいため、おすすめです。

シーズナルのクリエイティブ傾向

「あけおめ」「良いお年を」などの年末年始表現は10月～12月の時期における人気の表現としてよく配信されました。
しかし、具体的なクリエイティブ表現によって送信率が異なるため、その傾向を紹介します。

今年もよろしく



イラストにその年の干支の要素（例：蛇年なら蛇の要素）を取り入れた年末の表現は、送信率が高い傾向がありました。



イラストに新年の雰囲気を感じさせる装飾やあしらいが少ない表現は、送信率が低い傾向がありました。

Point

年末年始に干支や新年の象徴的な要素を取り入れることで、ユーザーに新年の祝祭気分をより強く届けることができ、自然と関心を引きやすくなるため、おすすめします。

シーズナルのクリエイティブ傾向

「メリークリスマス」などのクリスマス表現は10月～12月の時期における人気の表現としてよく配信されました。しかし、具体的なクリエイティブ表現によって送信率が異なるため、その傾向を紹介します。

メリークリスマス



クリスマスツリーやクリスマスリースなど、クリスマスの象徴的要素を使用したイラストは、送信率が高い傾向がありました。



クリスマスらしいあしらいや装飾があっても、テキスト部分で「メリークリスマス」といった明確な祝意が示されていない場合、送信率が低い傾向がありました。

Point

クリスマス要素を取り入れたデザインは、季節の特別感を効果的に伝えます。特に「メリークリスマス」とのテキストを加えると、祝福の気持ちが増し、ユーザーの気分を高めると考えられます。

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。

応援する



呼びかけ



驚く



擬音



疑問



祝う



PR表現の傾向

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配信効果が異なるため、その傾向を紹介します。

人気表現との組み合わせ

High

感謝や嬉しいなどの表現と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した。



伸びづらい表現との組み合わせ

Low

移動系などの利用シーンが限定的表現とPR表現を組み合わせただくことで送信率が低くなる傾向がありました。



Point

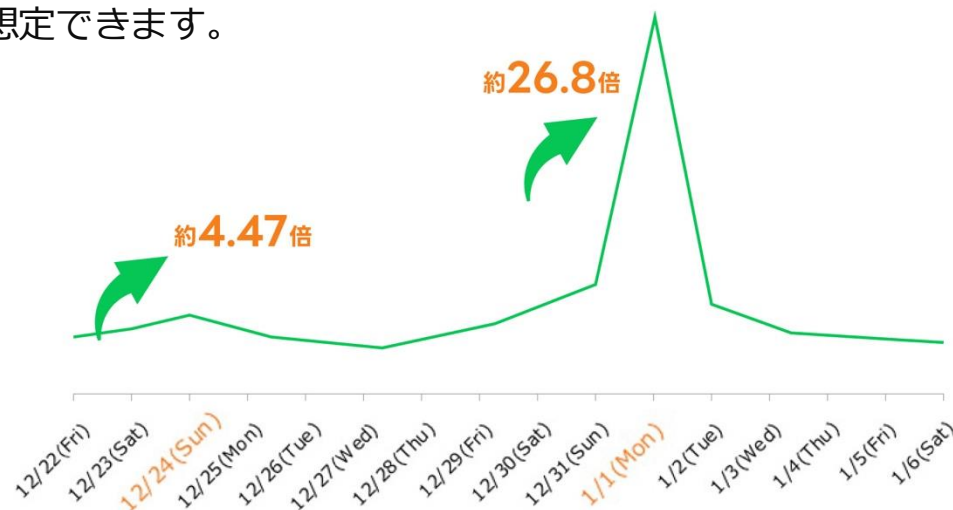
キャラクターの衣服に企業名や企業ロゴを入れても、汎用性の高い表現を組み合わせることで、送信率が高くなる傾向があるため、PR表現のスタンプを制作する際は、汎用性の高い表現を選ぶことをおすすめします。

年末年始の利用数・ダウンロード数

クリスマス、年始は送信数、ダウンロード数ともに伸びやすい傾向にあります。

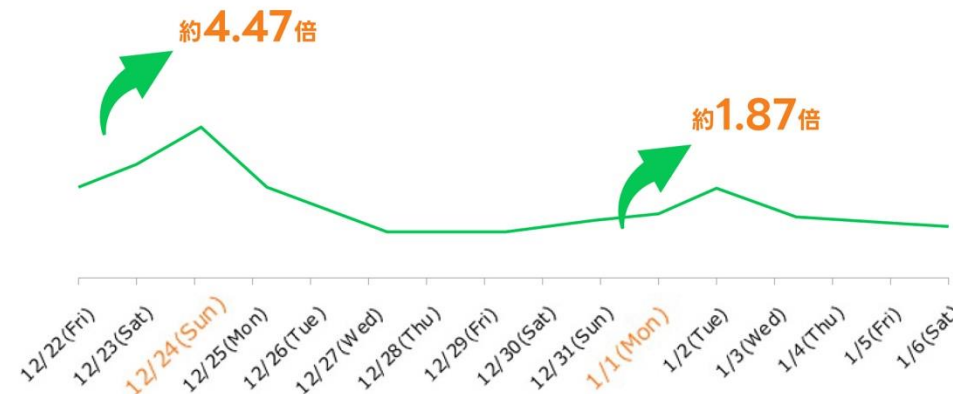
送信数

「メリークリスマス」「あけましておめでとう」「今年もよろしく」の挨拶表現の送信数が伸びました。特に1/1は、年始の挨拶でスタンプの利用が大きく伸長しました。イベントとの相性の良さが想定できます。



ダウンロード数

送信数と合わせてダウンロード数も伸びました。特に1/1はショッ
プ掲載日よりダウンロードされていて、年始挨拶をきっかけにダ
ウンロードが伸びたと想定されます。



Point

ダウンロードや利用の拡大に繋がりやすいため、年賀挨拶表現を1～3個ご用意されることを推奨いたします。

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。

喜び表現

High

ダンス、ルンルン、わーい、ゴーゴーなどの喜び表現は人気な傾向がありました。



ごろごろ表現

High

寝ているわけでも疲れているわけでもない、ごろごろしている様子の表現は、よく使われる傾向にありました。



Point

喜びの表現は、友達と出かける約束をした時など、ポジティブな会話で使いやすいため、好まれると考えられます。ごろごろする表現は、リラックスした日常や、特に何もしていない休日の一コマを伝えるのに適しているため、人気が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。

ニコニコ表現

High

「ニコニコ」などの笑顔や幸せを象徴する表現は人気な傾向がありました。



軽度な困る表現

High

「やばい」「ごくり」などの軽度な困る表現は人気のある傾向がありました。



Point

ニコニコ表現は、意味やシーンを問わず、テキストに添えることで全体の雰囲気や和らげたり、親しみを持たせる効果があるため好まれると考えられます。軽度な困り表現は、適度な面白さがあるため、重すぎず様々な場面で使いやすく、好まれると考えられます。

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。

幸運祈願表現

High

「君に幸あれ」「福来い来い」などの幸運祈願表現は、人気のある傾向がありました。



殿堂入り表現

High

「大吉」「開運」などの殿堂入り表現が人気のある傾向がありました。



Point

幸運祈願の表現は、ポジティブな意味合いで使いやすく、特に年末年始の時期には祝福を込めたメッセージとして多く使われます。殿堂入り表現は、新年に特に好まれ、運を呼び込む縁起の良さから多くの場面で好まれると考えられます。

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。

エモい表現

Low

「エモい」「エモいっす」などのエモい表現は送信率が低い傾向がありました。



余裕表現

Low

「余裕っす」「余裕だ」などの余裕表現は送信率が低い傾向がありました。



Point

エモい表現は、感情が過剰でネガティブと捉えられやすく、ユーザーから敬遠されやすいと考えられます。
余裕表現はイラストが傲慢な印象を与え、利用シーンが限られるため、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。

季節の挨拶表現

Low

「寒中お見舞い、申し上げます」などの季節の挨拶表現は送信率が低い傾向がありました。



師走・大掃除表現

Low

「モヤモヤ」「さあ、片付けるわよ」などの師走・大掃除表現は送信率が低い傾向がありました。



Point

寒中お見舞いは、身内の不幸があった時など機会が限定されているため、送信率が低いと考えられます。年末年始の大掃除や年越し準備といった具体的なシチュエーションで使えるが、忙しい時期に送るタイミングが難しいため、送信率が低いと考えられます。



LINEヤフー