

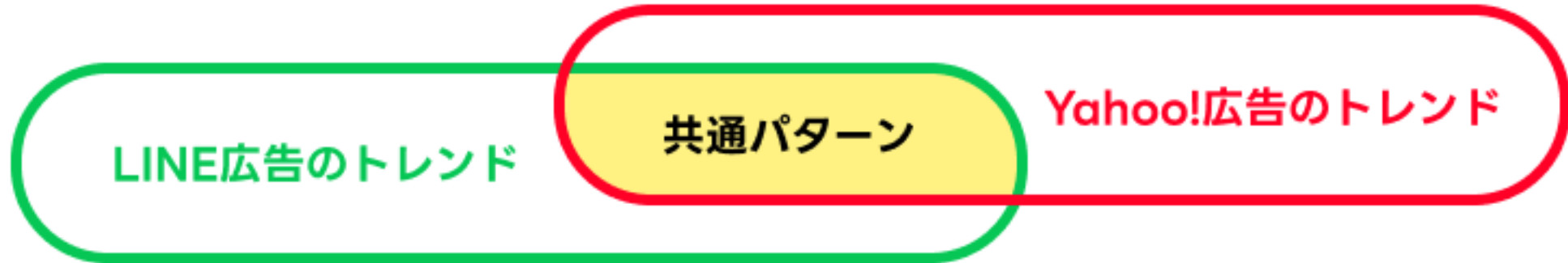
CREATIVE TREND 2023年6-7月

2023年8月

YAHOO!
JAPAN

LINE

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



※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。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。

※紹介している内容は配信効果および審査通過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）

CREATIVE TREND 2023年6-7月 Contents

業種を問わないトレンド

Yahoo!広告・LINE広告

- p.5 静止画・動画
- p.6 静止画
- p.7 動画
- p.8 タイトル

業種別で見られたトレンド

Yahoo!広告

LINE広告

- p.10 美容・健康食品
- p.18 金融・保険
- p.26 コスメ
- p.33 人材サービス
- p.41 飲料・食品
- p.49 総合通販・小売

Yahoo!広告・LINE広告 業種を問わないトレンド



Category : エステ・美容サービス



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

Category : 総合通販・小売



POINT

特徴	時間、金額、期間などの数字を強調
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> 定量的なメリットが強調できる ユーザーのベネフィットを分かりやすく伝えられる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。※文言を絵文字で挟む表現はLINE広告に限り可能です。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告/Yahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。

LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

条件にチェックマーク



Category: 金融・保険



Category: 金融・保険



POINT

特徴	条件の前にチェックマークつける
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ メリットを目立たせることができる ・ 条件の羅列によりメリットの多い商品であると認識しやすい
展開しやすい商材・業種	メリット(機能、お得な情報など) を見せたい業種

※チェックリスト等の表現において、ユーザーの誤動作を誘発するおそれのあるものは掲載不可となります。

※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。※文言を絵文字で挟む表現はLINE広告に限り可能です。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告/Yahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。

LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

商材のスクロール



Category : 美容・健康食品

Category : 美容・健康食品



Category : 美容・健康食品



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材のみが左右に規則的に動くアニメーション
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> 商材の動きで目を引く パッケージなどに注目させることで認知向上が図れる
展開しやすい商材・業種	有形の商材に展開可能

※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。※文言を絵文字で挟む表現はLINE広告に限り可能です。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告/Yahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。

LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

☑ 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。

特典の明示

総合通販・小売	最大50%OFFクーポン配布中
コスメ	【注文殺到】88%オフ
コスメ	スキンケア7点セットが999円!
美容・健康食品	【9/30まで!】初回500円で体験

値引額などインセンティブの具体を見せることで
お得さが直感的に伝わりやすい

有名人の起用

コスメ	〇〇〇さん「これすごい」人気美容液
美容・健康食品	〇〇〇さん絶賛の健康維持法
美容・健康食品	あの〇〇〇が通った♪
コスメ	〇〇「使ってよかった!」

商品の信頼性や対象属性を伝えることができ、
ユーザーが利用想起がしやすくなる

※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。※文言を絵文字で挟む表現はLINE広告に限り可能です。
※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。※LINE広告では2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告/Yahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。

LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

Yahoo!広告・LINE広告 業種別で見られたトレンド



美容・健康食品 Summary

ビジュアル

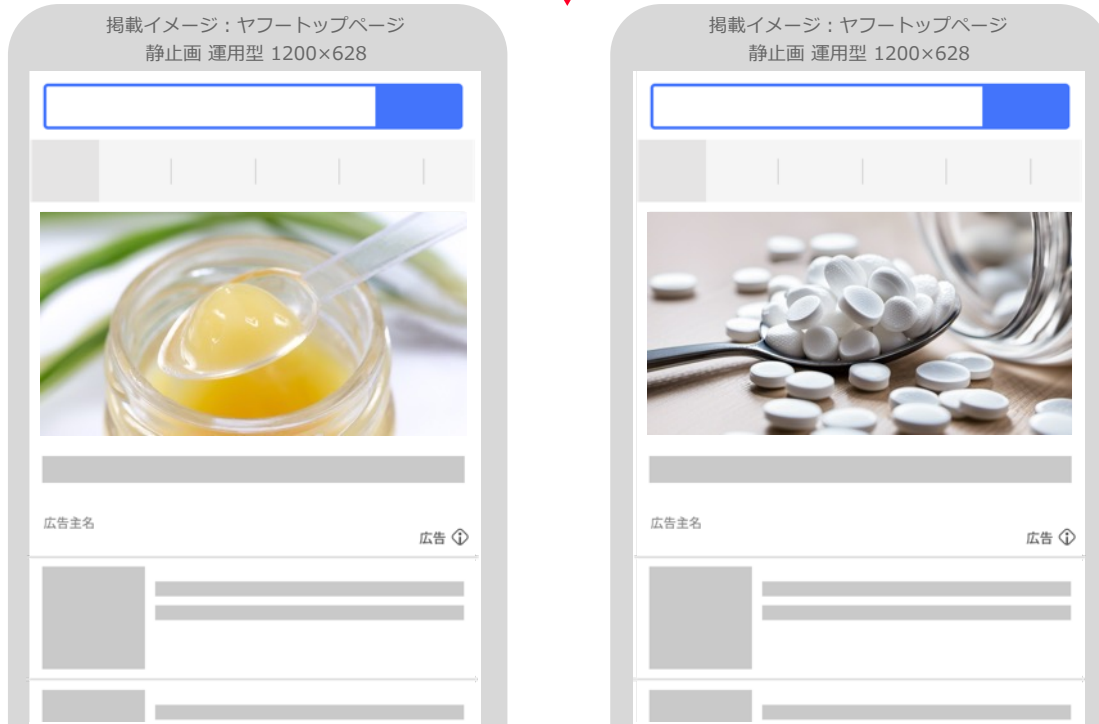
目を引くことを目的としたテキストや
アニメーションの工夫が見られた

キャッチコピー

ユーザーに寄り添う表現が多く見られた

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>シズル感が重要な業種 例：食品・飲料、コスメ</p>

※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。

※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。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

短いひらがな

キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<p>感嘆詞などの非常に短い一言のみをコピーに用いる</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<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>

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

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。

効果的な方法



2週間で体脂肪が！誰でもできる対策**
法とは**
○○食品

広告 ⇩



TVで話題！腸内細菌を激増させる方**
法**
○○食品

広告 ⇩

方法や対策法というワードを入れることで
ユーザーの好奇心を刺激

年代への訴求



40代の中高年が絶賛した理由…
○○食品

広告 ⇩



「コレでダメなら…」 **中高年**のリピー
ター激増！
○○食品

広告 ⇩

対象の年代に言及することで
ターゲット層の関心をより集める

※訴求商品によっては薬機法に抵触しNGとなる可能性があります。

※「〇歳の方へ」などのユーザー個人の年齢を対象とする表現や、その他ユーザーに不快感、嫌悪感を与える表現は掲載不可となります。

※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。

※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



美容・健康食品 Summary

クリエイティブ

商材のイラストや図形を目立たせる工夫が多く見られた

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

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

お得な情報があることを伝える

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](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>期待できる効果</p>	<p>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</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>インセンティブや割引がある商材</p>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

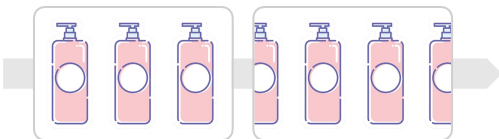
商材がスクロールする動き

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

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✔ 下記のような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



文字と文字の間に空白スペースを入れることで、可読性を高めることができる

「ストーン」などオノマトペ



「スカツと」等のオノマトペを用いることで、商材の効果効能をよりイメージしやすくなる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



金融・保険 Summary

ビジュアル

ターゲットの状況や感情を説明している
ものが多い

キャッチコピー

自分ごと化を促す工夫が多く見られた

将来を考えさせる

キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<p>老後の生活費用について考えさせる情報を掲載する</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 検討のきっかけになり、ユーザーの関心を高めることができる
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>購買検討期間が長い業種 例：不動産、自動車</p>

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ターゲットへの呼びかけ

キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<p>ターゲットを絞った呼びかけを冒頭で行う</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 対象となるユーザーが自分ごと化しやすい 商品への関心を高めることができる
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>さまざまな状況のユーザーがいる業種 例：人材、教育・資格</p>

※多重債務者を対象とした表現や、ユーザーに不快感、嫌悪感を与える表現は掲載不可となります。
 ※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✔ 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。

「？」で問いかける

「まだ知らないの？」新登場クレカが人気
〇〇カード

広告 ⓘ

【旅行なら】交通クレカはもう持ったよね？
〇〇カード

広告 ⓘ

「？」でユーザーに問いかけることで
自分ごと化が促しやすくなる

最新年度版

【2023年ver】ETCカード付きクレカBEST3
〇〇カード

広告 ⓘ

2023年ハイクラスのクレカまとめ
〇〇カード

広告 ⓘ

最新情報であることをアピールし
詳細を気にさせる

少額からのスタート

少額で始められる安心の資産運用
〇〇証券

広告 ⓘ

500円から始められるお手軽NISAをご紹介
〇〇証券

広告 ⓘ

利用のハードルを下げることができ、
検討してもらいやすくなる

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※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。
※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



金融・保険 Summary

ビジュアル

数値を強調する工夫が多くみられた

キャッチコピー

価格や割引の数値を明記する内容が多く見られた

目立たせたい数値に動きをつける

LINE広告
画像（アニメーション）

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



▼アニメーションの動き

30万

利用限度額

500万

利用限度額

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	借入の上限額を変化させて強調する動き
期待できる効果	数字が切り替わり続けることで、視覚的に注目を引きやすい
展開しやすい商材・業種	金額でメリットを訴求できる商材

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。※点滅の動作が激しい場合には審査NGとなる可能性がございますのでご注意ください。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

インセンティブの数値を明記

LINE広告
画像（アニメーション）・画像（小）

ビジュアルで工夫した例



キャッチコピーで工夫した例



▼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

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> • クーポン風の画像がプレゼントBOXから出現する動き • インセンティブの金額を明記
<p>期待できる効果</p>	<p>パッと見でお得感を伝えることができ、興味を持ったユーザーからクリックしてもらいやすい</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>インセンティブがある商材</p>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※広告で使用しているクーポンの内容と実態に乖離がある場合、景品表示法違反となる可能性がありますのでご注意ください。 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✔️ 下記のような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。

絵文字で囲む

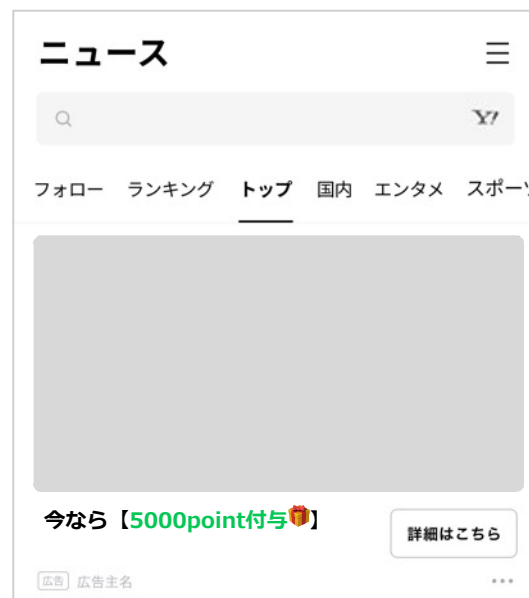
掲載イメージ：LINE NEWS



絵文字で文字を囲むことで、視覚的に注目を集めることができる

インセンティブを強調

掲載イメージ：LINE NEWS



絵文字や【】などでインセンティブの内容を強調することで、お得感に注目を集めやすい

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



コスメ Summary

ビジュアル

商品認知や差別化を狙い、パッケージを大きく見せるクリエイティブが多い

キャッチコピー

信頼性や親近感を与えるテキストで関心を高めるものが見られた

メーカーが力を入れて開発

Yahoo!広告
静止画

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	メーカーの企業努力をアピール
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> 商品の信頼度を上げやすい メーカー名を出すことでユーザーに安心感を与えやすい
展開しやすい商材・業種	<p>検討時に有効性や安全性が考慮される業種</p> <p>例：美容・健康食品、食品・飲料</p>

※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。

※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。

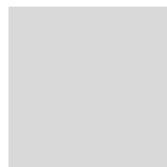
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

☑ 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。

日常会話風

 学生「マジ? 早く知りたかった」話題のコスメ
○○化粧品 広告

 めちゃくちゃ爆売れの高濃度ビタミンC
○○化粧品 広告

くだけた表現を用いることで
ユーザーに親近感を与えやすい

実店舗

 ドラッグストアで売切れ続出! 話題のシャンプー
○○製薬 広告

 店舗でしか買えない限定セットがwebでも登場
○○製薬 広告

ネット通販だけでなく、
実店舗でも売られていることをアピール

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※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。
※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



コスメ Summary

ビジュアル

UGC素材を用いたデザインや、ユーザーが見慣れたデザインを模した工夫が多い傾向

キャッチコピー

共通して見られる傾向はない

分割のUGC画像に、簡易な動きをつける

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

<p>特徴</p>	<p>UGC画像を分割のレイアウトで配置し、それぞれに簡易な動作を加える</p>
<p>期待できる効果</p>	<p>画像（小）のトレンドである「UGC画像・分割レイアウト」に動きを加えることで、より視覚的に注目を集めることができる</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>UGC素材を用意しやすい商材</p>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※UGCとは、ユーザーの手によって制作・生成されたコンテンツの総称。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

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](#)

POINT

<p>特徴</p>	<p>新聞記事のような、文字と画像のレイアウト</p>
<p>期待できる効果</p>	<p>ユーザーが見慣れたデザインにより、視覚的に注目を集めることができる</p>
<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>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

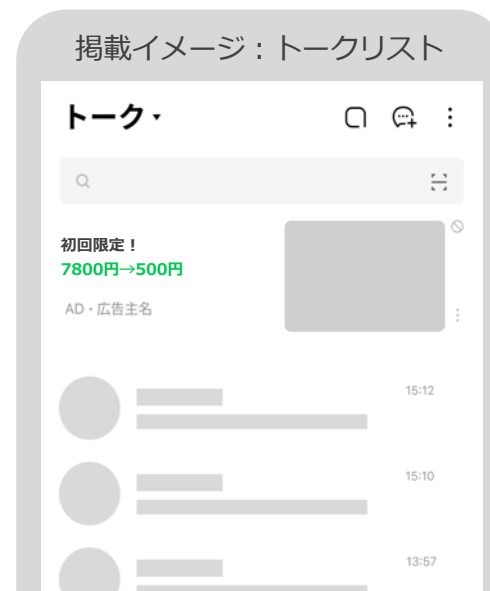
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✔️ 下記のような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。

「シャキッと」などオノマトペ

値下げ前と後の価格を明記



「シャキッと」等のオノマトペを用いることで、商材の効果効能をよりイメージしやすくなる

値下げ前の価格と値下げ後の価格を明記することで、お得感がより伝わりやすくなる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



人材サービス Summary

ビジュアル

ターゲットの状況や感情を説明している
ものが多い

キャッチコピー

情報をわかりやすく伝えるための工夫が
多く見られた

チェックリストやハッシュタグ

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

<p>特徴</p>	<p>条件の前にチェックや#ハッシュタグをつける</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 条件内容を目立たせやすい 好条件の羅列によりメリットの多い仕事であると認識しやすい
<p>展開しやすい 商材・業種</p>	<p>メリット（機能、お得情報など）を見せたい業種</p>

※チェックリスト等の表現において、ユーザーの誤動作を誘発するおそれのあるものは掲載不可となります。
 ※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



POINT

特徴	困りごとや悪い条件とその解決後を見せる
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> 問題解決できることが一目でわかりやすい 商品への期待感を高め、利用意向の向上を促進させる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

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。

今すぐの行動を促す

短期バイトを始めるなら今

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

今こそ転職！好条件求人多数

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

【ノンリターゲティング広告向き】
行動開始のタイミングを想起させるため
「今」を強調し、クリックを促す

〇〇系求人

【医療系】専門職求人サイト

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

営業・販売系求人が見つかる

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

【リターゲティング広告向き】
募集業種のカテゴリーが
わかりやすく伝えられる

事例紹介 ※募集企業側

応募数アップの成功例あり！

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

運用コストの見直し事例も

〇〇ジョブ

広告 ⓘ

【リターゲティング広告向き】
募集企業に向け、事例を紹介することで
求人情報を提供してもらいやすくなる

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※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。
※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



人材サービス Summary

ビジュアル

ユーザーが見慣れたデザインを模した工夫が多い傾向

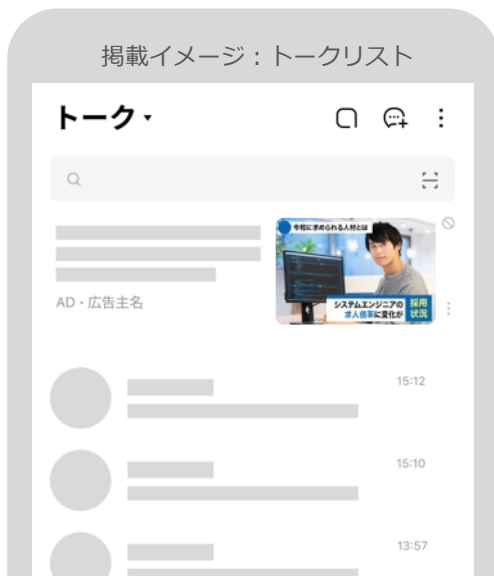
キャッチコピー

共通して見られる傾向はない

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

ユーザーが見慣れたデザイン

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>	<p>注目を集めやすいテロップや新聞記事のようなデザインで、文字や画像を配置</p>
<p>期待できる効果</p>	<p>ユーザーが見慣れたデザインにより、視覚的に注目を集めることができる</p>
<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>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

矢印とイラストを用いた表現

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	<ul style="list-style-type: none"> 左向きの矢印を左右に動かす 職種に関するイラストを配置
期待できる効果	左向きの矢印により、トークリスト面の左側にあるタイトルにも注目を集めることができ、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

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✔ 下記のような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。

空白スペースを入れる

掲載イメージ：LINE NEWS



文字と文字の間に空白スペースを入れることで、可読性を高めることができる

チェックマークで条件を羅列

掲載イメージ：LINE NEWS



チェックマークの絵文字で求人条件を羅列することで、視覚的に注目を集めることができる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



飲料・食品 Summary

ビジュアル

内容量またはシズル感を見せ、購買意欲を高めるクリエイティブが多い

キャッチコピー

お得感や手軽さが具体的にイメージしやすいテキストが多く見られた

キャッチコピーで工夫した例

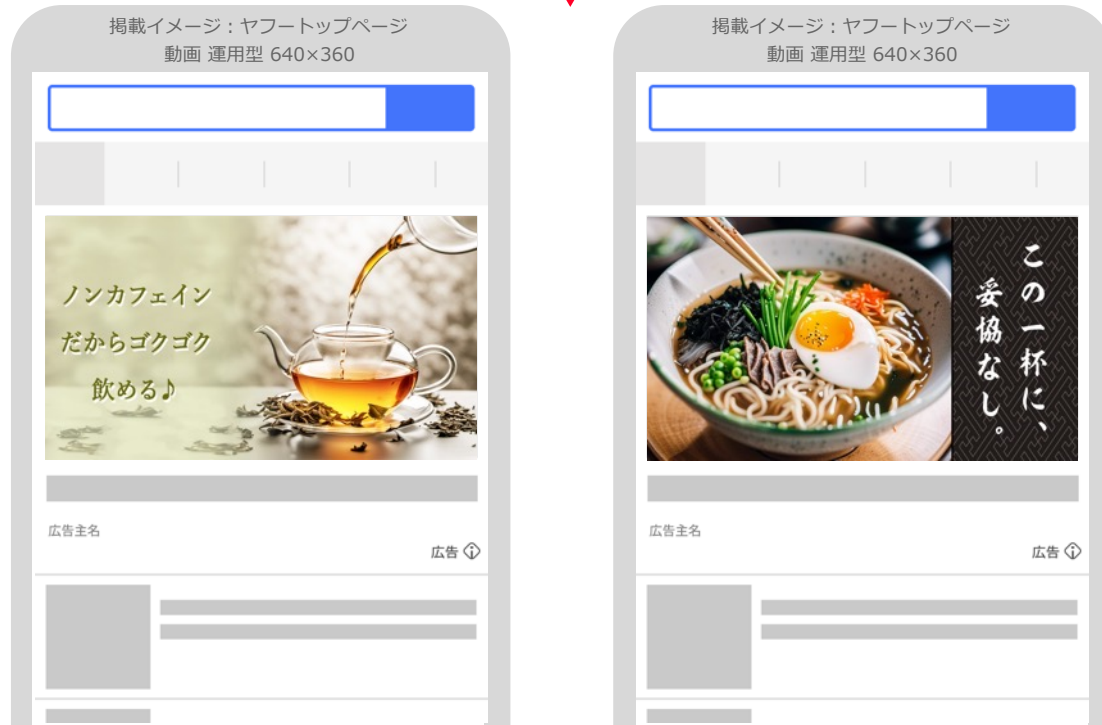


POINT

<p>特徴</p>	<p>手軽に美味しい食事が楽しめることを伝える動画</p>
<p>期待できる効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 日々のストレスを軽減したいユーザーの関心を得られやすい • 「種類」や「お得な価格」などの訴求で購買意欲も高められる
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>利用における手軽さをアピールしたい業種 例：美容・健康食品</p>

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	落ち着いた雰囲気映像で商品を紹介
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> シズル感があるため、関心を持たれやすい 映像の親しみやすさで安心感を与えることができる
展開しやすい商材・業種	シズル感が重要な業種 例：美容・健康食品、コスメ

※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。

※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。

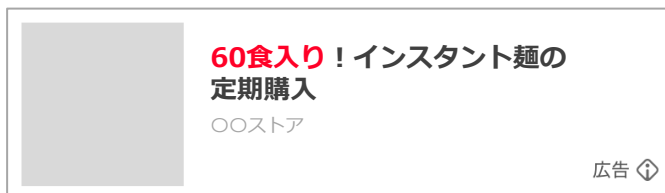
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。

※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。

※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

✓ 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。

内容量をアピール



【ノンリターゲティング広告向き】
内容量を伝えることで、商品のお得さや
購入後の様子がイメージしやすい

お試しセット



【ノンリターゲティング広告向き】
安価で商品を試せることを伝えることで
購買ハードルを下げやすい

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※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。
※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



飲料・食品 Summary

ビジュアル

特典の内容やお得感がパッと見て伝わる
ような工夫が多く見られた

キャッチコピー

共通して見られる傾向はない

クーポンコードを掲載

LINE広告
静止画スクエア

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	<ul style="list-style-type: none"> クーポンコードを掲載 割引額を明記
期待できる効果	割引額を明記しつつクーポンコードを記載することで、お得感を感じさせ、クリックしてもらいやすい
展開しやすい商材・業種	インセンティブがある商材

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※広告で使用しているクーポンの内容と実態に乖離がある場合、景品表示法違反となる可能性がありますのでご注意ください。 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

トライアルセットの内容を全て見せる

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	引きの画像でトライアルセットの商材をすべて見せる
期待できる効果	お試し価格でもたくさんの商材が届くことを視覚的に見せ、ユーザーにお得感を感じてもらいやすい
展開しやすい商材・業種	お試し価格で購入できる商材

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。

※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

☑ 下記のような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。

当選者数を明記

掲載イメージ：LINE NEWS



インセンティブの当選者数を具体的に明記することで、ユーザーが「いま」クリックすることを後押しできる

インセンティブ内容を明記

掲載イメージ：LINE NEWS



インセンティブの内容を具体的に明記することで、ユーザーがよりお得感を感じやすくなる

商材に関する絵文字

掲載イメージ：LINE NEWS



商材に関する絵文字で文字を囲むことで、視覚的に注目を集めやすくなる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



総合通販・小売 Summary

ビジュアル

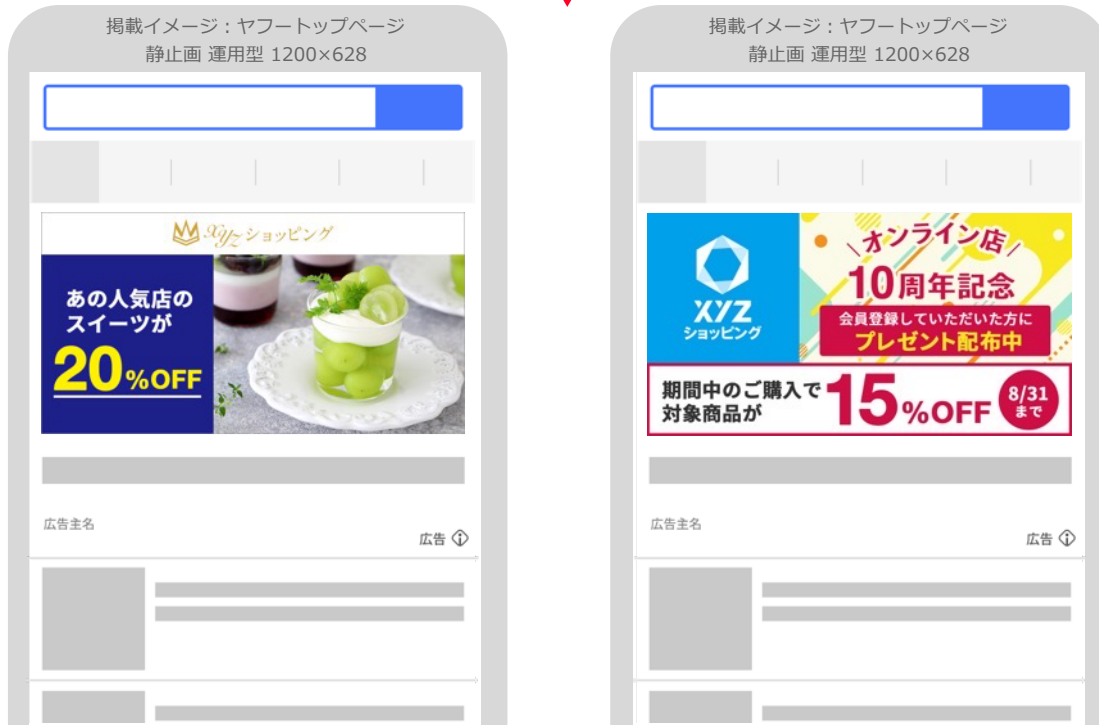
利用シーンやメリットを具体的に伝えるものが多く見られた

キャッチコピー

クリックを促すことを目的に、メリットや期間を伝えているものが多い

割引訴求の強調

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	「〇%OFF」の表示に背景色を敷き、他情報と領域を分けるデザイン
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> お得な情報の視認性を高め、ユーザーの関心を引きやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

利用シーンのアニメーション

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	利用シーンをイラストで表現
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用シーンがわかりやすく、自分ごと化しやすい
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。
 ※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
 ※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。
 ※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

タイトルトレンド

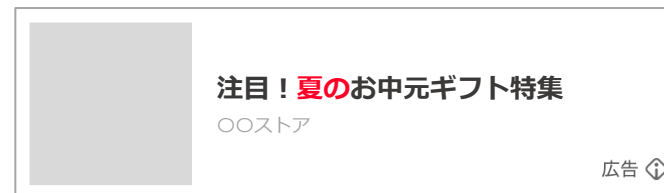
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

最大値引き額の表示



値引きされる金額や割合を見せることで
お得さが直感的に伝わりやすい

季節



季節需要のある商品を取り扱っていることがアピールできる

※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。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※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。
※本ページのクリエイティブ表現はYahoo!広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。



総合通販・小売 Summary

ビジュアル

お得感がパッと見て伝わるような工夫が多く見られた

キャッチコピー

共通して見られる傾向はない

クーポン風のレイアウト

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	クーポン風の分割レイアウトで、複数の商材を見せる
期待できる効果	<ul style="list-style-type: none"> クーポン券風のデザインにより、視覚的にお得感を伝えやすい 複数の商材を見せることで、どれか1つでも気になったユーザーからクリックしてもらいやすい
展開しやすい商材・業種	複数の種類がある商材

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※広告で使用しているクーポンの内容と実態に乖離がある場合、景品表示法違反となる可能性がありますのでご注意ください。 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

特定の商材を目立たせる

LINE広告
静止画・動画

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

<p>特徴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 知名度が高く引きが強い商材を大きく見せる 割引額を大きく見せる
<p>期待できる効果</p>	<p>知名度が高い商材を大きく見せることで、その商材をフックにクリックしてもらいやすい</p>
<p>展開しやすい商材・業種</p>	<p>割引商材があるサービス</p>

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※広告で使用しているクーポンの内容と実態に乖離がある場合、景品表示法違反となる可能性がありますのでご注意ください。 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がありますので、ご了承くださいませ。

✔ 下記のような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。

人物の絵文字

掲載イメージ：LINE NEWS



人物の絵文字を用いることで、親近感を醸成することができる

季節に関する絵文字で囲む

掲載イメージ：LINE NEWS



季節に関する絵文字で文字を囲むことで、視覚的に注目を集めやすくなる

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となりますので、配信効果を保証するものではありません。 ※UIは資料をリリースした2023年8月時点のUIです。
 ※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。 ※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。
 ※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。最新の審査基準をクリアしないものも含まれている可能性がございますので、ご了承くださいませ。
 ※本ページのクリエイティブ表現はLINE広告の掲載結果を元にしたものです。LINE広告とYahoo!広告でそれぞれ審査基準が異なるため、審査で指摘される場合がございます。あらかじめご了承ください。

Thank you!