

# LINE広告 クリエイティブトレンド

## (2022年10月)

LINE株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

2022.12

LINE

# はじめに

- ・ 紹介している例は事例であり、**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ありません。**  
各商材やサービスの特性などを考慮しユニーク性のある表現をご検討ください。
- ・ 紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではありません。
- ・ 掲載イメージは配信面の参考であり、任意の配信面だけに配信される・配信面を指定できるということではありません。

# Contents

## LINE広告 カテゴリ別 トレンド

- p.4 ファッション・アクセサリ
- p.7 旅行・交通
- p.10 不動産
- p.13 健康・美容食品
- p.16 人材
- p.19 金融・保険

動画  
スクエア 1:1

# UGC+吹き出し表現

10月のトレンド



## POINT

UGC動画を使用し、吹き出し表現と組み合わせることでユーザーに自分ごと化させやすくなります。



尺：12秒程度

動き：商材を着用する前と後のUGC動画が流れます。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。 ※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。

※事例については、審査状況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。

カテゴリ：ファッション・アクセサリ

静止画

スクエア 1080×1080

# 雑誌風の表現

10月のトレンド



## POINT

人物の画像とテキストを雑誌風に表現することで、身近なデザインとしてユーザーに親近感を抱かせます。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

# タイトルトレンド

✔ 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。

## 具体的な年代を記載

掲載イメージ：トークリスト



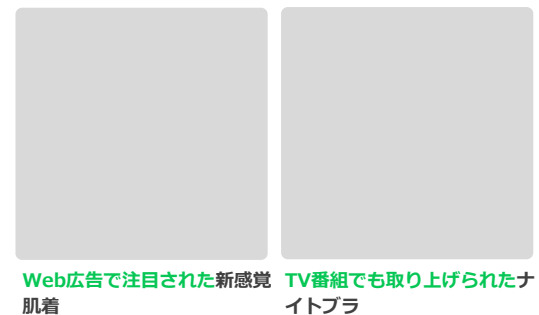
具体的な年代を記載し、該当するユーザーの興味を引きます。

掲載イメージ：LINE NEWS

ニュース

## 話題性の訴求

広告



話題性があることをアピールし、ユーザーのアテンションを取ります。

※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。※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。  
※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。 ※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。  
※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。  
※事例については、審査状況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。

# UGC+ユーザ目線のコメント

10月のトレンド



## POINT

画像にUGC素材を用いて、ユーザー目線のポジティブなテキストを記載することで、ユーザーが旅行した際のイメージを想像しやすくなります。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。 ※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。

※事例については、審査状況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。

# 分割レイアウト+2択の問いかけ+著名人を起用

10月のトレンド



## POINT

画面を分割し、著名人を起用した画像を配置することでユーザーの目を引きます。さらに2択の問いかけを記載することでユーザーの自分ごと化を促します。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※コーポレートサイトで使用が確認できない場合は芸能人の写真、テキスト共に広告使用できないためご注意ください。また、写真・テキスト共に使用許諾を得ていることが前提となります。

※事例については、審査状況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。



# タイトルトレンド

✔ 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。

掲載イメージ：LINE NEWS

ニュース

**クイズ形式の問いかけ**

広告

どちらがお得な購入方法？ 大型連休前に確認しておく事とは？

クイズ形式で問いかけることで、ユーザーに自分ごと化させやすくなります。

掲載イメージ：LINE NEWS

ニュース

**セール訴求 + 具体的な金額**

広告

ウィンターセール！ホテル代 航空券とセットで最大3割引が25%OFF

具体的な金額と一緒にセール内容を訴求し、ユーザーへ次の行動を促します。

※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。※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。  
※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。  
※事例については、審査状況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。

カテゴリ：不動産

静止画

画像（小） 600×400

# 分割レイアウト+見取り図と内観

10月のトレンド



## POINT

内観と見取り図を分割レイアウトで並べることで、  
情報量を増やし物件への理解度を高めます。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

カテゴリ：不動産

静止画

スクエア 1080×1080

# 物件のスペックを複数記載＋手書き文字

10月のトレンド



## POINT

手書き文字で物件の条件やスペックを複数記載することで、どれか一つに興味を持ったユーザーの目を引きます。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

# タイトルトレンド

✔ 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。

## 現状と比較した表現

掲載イメージ：トークリスト



現状の生活と比較した表現でユーザーのアテンションを取ります。

掲載イメージ：LINE NEWS

ニュース

## 問いかけ表現

広告



問いかけの表現でユーザーが自分ごと化しやすくなります。

※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。※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。  
※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。  
※事例については、審査状況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。

カテゴリ：健康・美容食品

静止画

スクエア 1080×1080

## 背景に商材を配置＋前面に人物

10月のトレンド



### POINT

背景に商材を配置し、前面にターゲットとなる人物画像を置くことで対象ユーザーの自分ごと化を促しやすくなります。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

# UGC+具体的な年齢+クーポン風表現

10月のトレンド



## POINT

ターゲットとなる人物のUGC画像と具体的な年齢を記載し、該当するユーザーのアテンションを取ります。さらにクーポン風のデザインを取り入れることでお得感を表現します。



尺：8秒程度

動き：ターゲット層に近いイメージの人物の映像が流れる

※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。 ※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。  
※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。 ※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がありますのでご注意ください。  
※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。 ※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。  
※事例については、審査状況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。

# タイトルトレンド

☑️ 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。



あえて商品の特徴を記載せず「実は…」など続きが気になるような文言で表現します。

## 企業発信のメッセージ



企業発信のメッセージであると伝わる表現で、ユーザーに安心感を抱いてもらいやすくなります

※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。

※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。※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。

※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

# 給与明細の画像

10月のトレンド



## POINT

振り込まれる給与額の一部を通帳の画像を用いて見せることで、給与の増加を望む転職希望者からのクリックをしてもらいやすくなります。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。 ※通帳の画像を使用したクリエイティブ表現はLINE広告に限り可能です。

※事例については、審査状況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。



カテゴリ：人材

静止画

スクエア 1080×1080

# 診断コンテンツ＋イラスト＋問いかけ表現

10月のトレンド



## POINT

特定の職種を明記しつつ診断コンテンツの訴求をすることで、対象ユーザーの自分ごと化を促すことができます。

※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。 ※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。

※UIは資料をリリースした2022年12月時点のUIです。

※事例については、審査状況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。

# タイトルトレンド

✔ 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。



絵文字を用いてユーザーに親近感を持ってもらいやすくなります。さらに複数条件を記載することでどれか一つに興味を持ったユーザーの興味を引きます。



問いかけの表現を用いることにより、同種の悩みを抱えているユーザーからクリックをしてもらいやすくなります。

※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。※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。  
※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がありますのでご注意ください。※UIは資料リリース時のUIです。  
※事例については、審査状況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。

# ターゲットの人物イラスト+具体的な年齢

10月のトレンド



## POINT

ターゲットの年代を具体的に明記しつつ、年代に近い人物のイラストを用いることで、ユーザーの自分ごと化を促しやすくなります。

※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。 ※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。

※UIは資料リリース時のUIです。 ※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。

※事例については、審査状況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。

# イラストのスライド表現＋ターゲットの記載

10月のトレンド



## POINT

ターゲットを具体的に明記することで自分ごと化を促しやすくなります。  
また、上下の帯でイラストを左右にスライドさせることで注目を集めやすくなります。

動画の構成（動画の表示は9:16）



尺：5～10秒程度

動き：イラストが左右にスライドする

※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。 ※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。  
※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がありますのでご注意ください。  
※UIは資料リリース時のUIです。 ※端末によって左右に若干のトリミングが発生するなど、見え方が変わる可能性があります。  
※事例については、審査状況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。

# タイトルトレンド

✔ 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。

## 具体的な金額

掲載イメージ：トークリスト



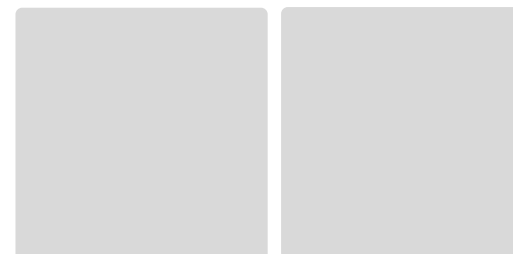
積み立てをするハードルが下がるような印象の金額を明記することで、ユーザーに興味を持ってもらいやすくなります。

掲載イメージ：LINE NEWS

ニュース

## ターゲットを限定

広告



貯金が苦手な働く世代の皆さんへ 老後資金を貯めたいあなたへ

ターゲットを限定する文言により、ユーザーに対して自分ごと化を促すことができます。

※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。 ※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。  
※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。 ※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。  
※広告の表現の意向が不明瞭であり、商材やサービスの訴求内容がわかりにくいものは審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。 ※UIは資料リリース時のUIです。  
※事例については、審査状況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。

**Thanks!**