

LINE広告 クリエイティブトレンド

（2022年旅行・交通まとめ）

LINE株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

2023.5

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。
- ・ **業界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。

Contents

LINE広告 2022年旅行・交通まとめ トレンド

LINE広告に出稿された2022年のクリエイティブの中から、効果が良かった事例を掲載

p.4	静止画トレンド
p.8	画像（小）トレンド
p.9	タイトルのトレンド

カテゴリ：旅行・交通

静止画

スクエア 1080×1080

旅を楽しんでいる人物の画像を使用

6月のトレンド



POINT

実際に旅を楽しんでいる人物の画像を使うことで、
ユーザーの共感性を高めます。

カテゴリ：旅行・交通

静止画

スクエア 1080×1080

特定エリアの画像を分割して表示

6月のトレンド



POINT

実際に旅を楽しんでいる人物の画像を使うことで、
ユーザーの共感性を高めます。

© LINE ※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。
※UIは資料をリリースした2023年5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。

カテゴリ：旅行・交通

静止画

スクエア 1080×1080

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。

カテゴリ：旅行・交通

静止画
カード 1200×628

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。

季節に合わせた画像を使用

6月のトレンド



POINT

季節に合わせた画像を使用することで、ユーザーのアテンションをとることができます。

タイトルのトレンド

5-10月のトレンド

👍 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。

旅行先を明記

掲載イメージ：LINE NEWS



実際のエリアや観光名所を挙げることで、旅の様子を想像しやすくなりアテンションをとりやすくなります。

クイズ形式の問いかけ

掲載イメージ：LINE NEWS



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。

セール訴求+具体的な金額

掲載イメージ：LINE NEWS



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。

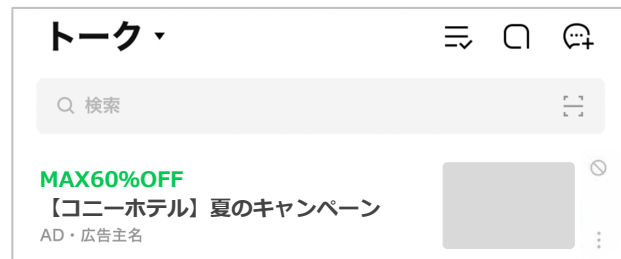
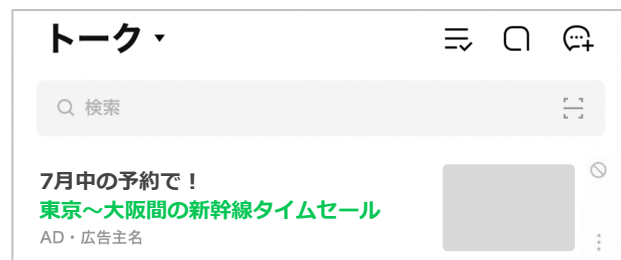
タイトルのトレンド

5-6月のトレンド

✓ 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。

キャンペーンや セール内容を明記

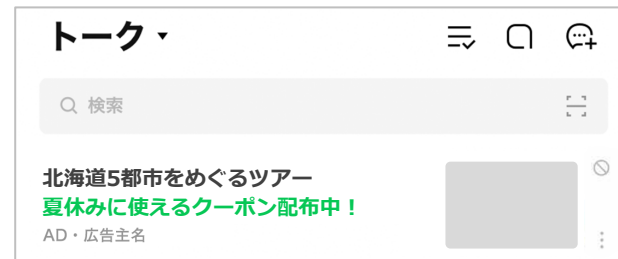
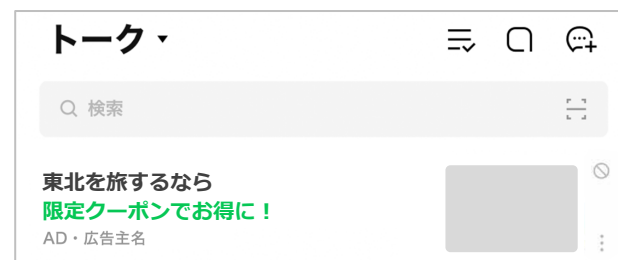
掲載イメージ：トークリスト



キャンペーンやセール内容の詳細を記載し、ユーザーに限定感を感じさせることでクリックにつなげることができます。

クーポン配布

掲載イメージ：トークリスト



旅のスポットを紹介しながら、クーポン配布の文言も記載してインセンティブをアピールすることで、ユーザーの興味を引きます。

Thank you!