クリエイティブ・オリエンテーションシート

LINE広告のクリエイティブを制作するにあたって

制作パートナー・クリエイターに対して、
注力してほしい内容や注意すべきポイントをスムーズに共有し
効率よく目的に沿ったクリエイティブの制作を進行させることを目的とした
オリエンテーションシートをご用意しました。
より効果的な広告運用のためにぜひご活用ください。

© LINE

1.Webサイトでのコンバージョン目的　①サービスや商材の基本情報と目的を明確にする-1

サービス/商材名	
サービス/商品の特徴	
広告の遷移先URL	
サービス/商品の訴求ポイント	

広告配信対象のターゲットユーザー

性別/年代/嗜好や行動特性など、想定するターゲット層に関する情報をできる限り具体的にイメージしましょう。

LINE広告を通じて、ユーザーに具体的にどういった行動を起こしてもらいたいのか

© LINE

①サービスや商材の基本情報と目的を明確にする-2

LINE広告配信開始時期	時期的要因や期間限定などの配慮すべき要素があれば広告に要素として入れるべきか検討することをおすすめします。
ベンチマーク・競合	
広告に利用可能な素材	商品イメージ、ロゴ、LPのデザインデータ、イラストや人物の写真素材など、使用可能な素材についてすべて共有しましょう。
どんな雰囲気の表現か/世界観	
ブランドカラー・イメージカラー	
デザイン上の規定	フォントやロゴの取り扱いについて（資料があればファイルの外部リンクなど）、NG表現など
LINE広告以外の広告配信で使用しているクリエイティブイメージ	他の媒体で配信を行なっている場合、クリエイティブとそのクリエイティブの効果についてなど具体的に共有することで効果のよい方針を検討することに役立ちます。

© LINE

②配信面とフォーマットを把握する

LINE広告においては配信面の特性を考慮したデザインをすることが重要です。
実際のモバイルサイズでの表示や配信面に表示されたときにどういった見え方になるのかを想像しながら制作しましょう。

配信メディア： LINE広告　主に、LINEおよびLINEファミリーアプリなどのさまざまなサービスの中の広告枠に配信されます。

広告接触環境： モバイル　PCには配信されません。制作時のサイズではなく、実際に配信される際の適切なサイズ感や情報量を考慮しましょう。

クリエイティブフォーマットとサイズ：

静止画 (jpg/png/5MB以以内)	☐ Card（1200×628px）	☐ Square（1080×1080px）	
動画 (mp4/5～120秒/ 100MB以内)	☐ Card（16:9） width:240px以上1920px以下 height:135px以上1080px以下	☐ Square（1:1） width:600px以上1280px以下 height:600px以上1280px以下	☐ Vertical（9:16） width:135px以上1080px以下 height:240px以上1920px以下

▼動画仕様詳細
動画：H.264、メイン/ハイプロファイル推奨、正方画素、固定フレームレート、プログレッシブスキャン
音声：AAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ
フレームレート：最大30fps
解像度：最大1080p（広告配信時は最大720p）
ビットレート：最大8Mbps

掲載イメージ

静止画

Card
1200×628px

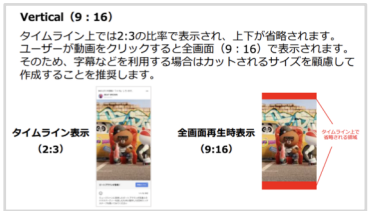
Square
1080×1080px

動画

Card
16:9

Square
1:1

Vertical
9:16



© LINE

LINE広告入稿規定：https://www.linebiz.com/system/files/jp/download/%E3%80%90LINE%E5%BA%83%E5%91%8A%E3%80%91%E5%85%A5%E7%A8%BF%E8%A6%8F%E5%AE%9A.pdf

③効果検証を前提とした配信設計

広告で伝えたいメッセージやキーワード

サービスや商品の特徴や、ユーザーにとってのメリットなど、ユーザー目線で興味をもってもらえそうなことは何か、候補を検討しましょう。

クリエイティブのバリエーション整理

LINE広告では、配信するターゲットを分け、複数のクリエイティブを作り分けて配信することで配信効果の最適化を実現します。
届けるターゲットユーザーに向けて、クリエイティブの要素（言葉やメッセージ、人物イメージなど）の適切な表現を検討しましょう。
意図をもって作り分けたクリエイティブを複数検証することで、より効果的な広告配信が可能となります。

ターゲットユーザー	×	重要なメッセージ	×	デザイン・レイアウト・世界観など	×	フォーマット

© LINE

制作本数合計：　　本

参考資料：配信先メディア

Smart Channel

トークリストの
最上部に広告表示

LINE NEWS

月間利用者数
6,800万人以上
(2019年8月時点)

タイムライン

月間利用者数
6,800万人以上
(2019年8月時点)

ウォレット

月間利用者数
5,400万人以上
(2020年２月時点)

LINEマンガ

ダウンロード数
2,300万人突破
(2019年8月時点)

LINEポイント

月間3.2億ページビュー
2,300万人突破
(2019年5月~10月平均値)

LINE BLOG

公式ブロガー
2,500組以上
(2019年2月時点)

LINEショッピング

ユーザー数
3,000万人
(2019年9月時点)

**LINE広告
ネットワーク**

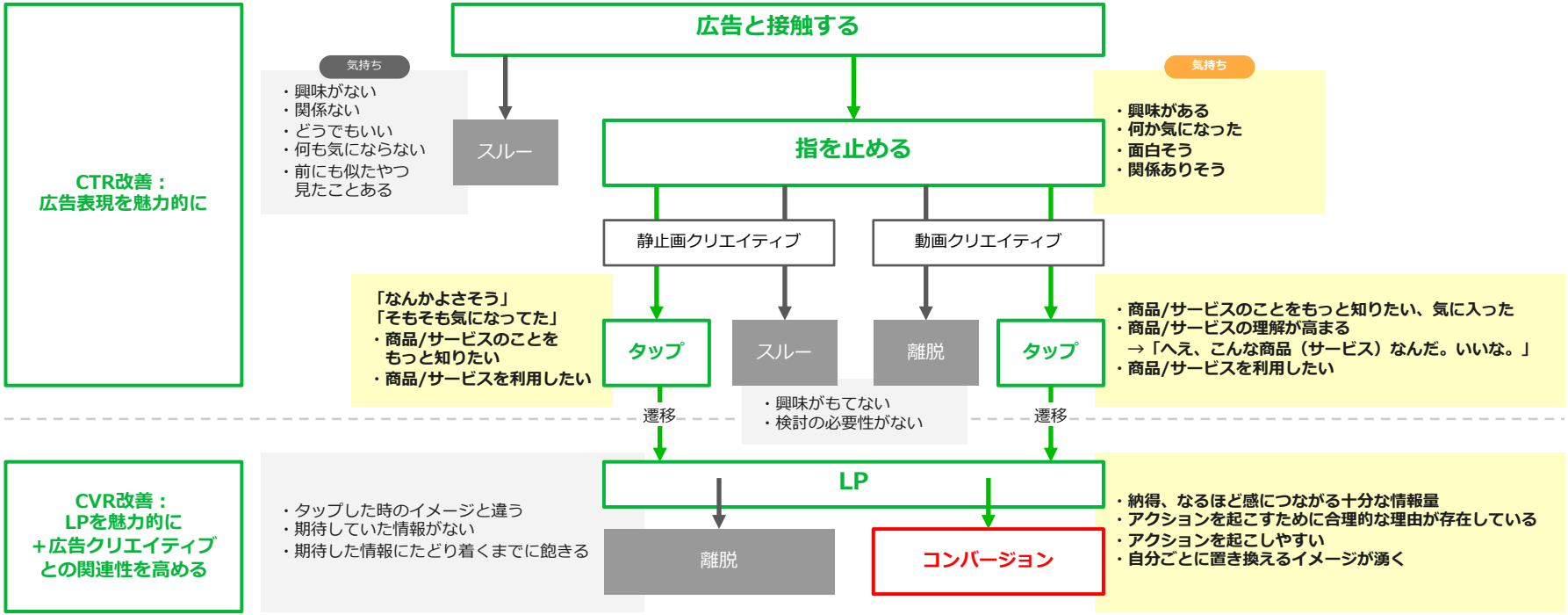
利用者数
5,400万人
(2019年9月時点)

※2020年2月時点

© LINE

参考：LINE広告における、ユーザーの広告接触からコンバージョンまでの気持ちとアクション

コンバージョンを達成するためには、ユーザーに対していくつかの行動を促す必要があります。
それぞれのタッチポイントでユーザーに興味をもってもらい、次のアクションへとつなげるために内容を工夫しましょう。



© LINE