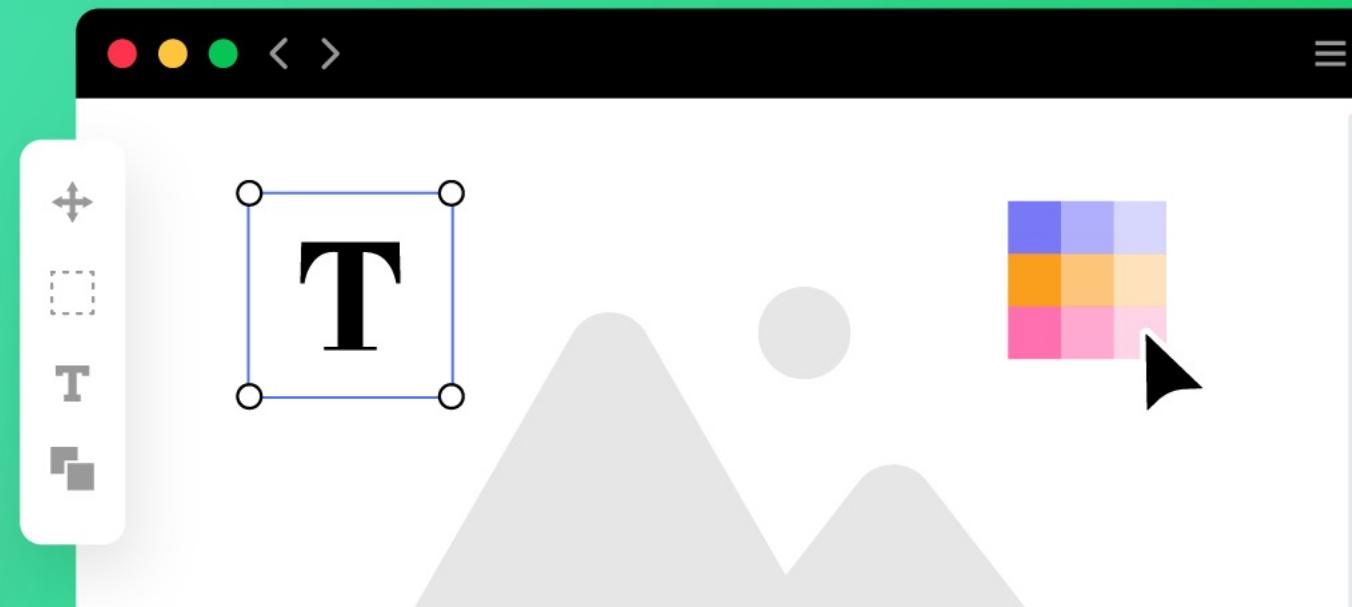


初心者でもかんたん! LINE広告 クリエイティブセミナー



Aa

本セミナーの目的

クリエイティブの制作って
何から始めれば良いか悩む

どんなクリエイティブを
作ればいいのかわからない



- ✓ LINE広告クリエイティブ制作時に
押さえておくべきポイントがわかっている
- ✓ LINE Creative Labを用いて
実際にクリエイティブを作成できるようになる

Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

05

セミナー・サポートのご案内

Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

05

セミナー・サポートのご案内

LINE広告の掲載面



トークリスト

LINE NEWS

LINE VOOM

ウォレット

広告配信に必要なクリエイティブ要素

クリエイティブの構成要素は主に静止画や動画などのクリエイティブ、タイトルやディスクリプション（説明文）などのテキスト要素に分けられる



AD・広告主名

1

クリエイティブ

複数の広告フォーマットから選択し、それに合わせて適切なサイズと形式のクリエイティブを用意

2

タイトル

20文字以内で作成

3

ディスクリプション

75文字以内で作成

掲載面とフォーマット一覧

各配信面には対応したフォーマットと対応していないフォーマットがあり、どのフォーマットを入稿するかによって配信される面が異なる

静止画

掲載面	Card (1200×628)	Square (1080×1080)	Carousel (1080×1080)	画像 (小)	画像 (アニメーション)
トクリスト	○	○	×	○	○
LINE NEWS	○	○	○	○	×
LINE VOOM	○	○	○	×	×
ウォレット	○	○	×	×	×
LINEポイントクラブ	○	○	○	×	×
LINEショッピング	○	○	×	×	×
LINEチラシ	○	○	×	×	×
LINEクーポン	○	○	○	×	×
LINEマイカード	○	○	×	×	×
ホーム	○	○	○	○	×
LINE Monary	○	○	×	×	×
LINE オープンチャット	○	○	×	○	×
LINEレシート	○	○	○	×	×
LINEファミリーアプリ	○	○	×	○	×
LINE広告ネットワーク	○	○	×	○	×

動画

掲載面	Card (16:9)	Square (1:1)	Vertical (9:16)
トクリスト	○	○	×
LINE NEWS	○	○	○
LINE VOOM	○	○	○
ウォレット	○	○	×
LINEポイントクラブ	○	○	○
LINEショッピング	○	○	×
LINEチラシ	○	○	×
LINEクーポン	○	○	○
LINEマイカード	○	○	×
ホーム	○	○	○
LINE Monary	○	○	×
LINE オープンチャット	○	○	×
LINEレシート	○	○	○
LINEファミリーアプリ	○	○	×
LINE広告ネットワーク	○	○	×

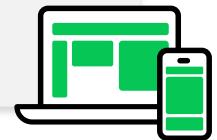
よくあるお悩み



静止画？動画？
まずは何から作るべき？



サイズがたくさんあって、
全部作りきれない…



はじめに作るべきフォーマット・サイズ

1 静止画スクエア

サイズ 1080 × 1080



2 画像 (小)

サイズ 600 × 400



3 画像 (アニメーション)

サイズ 600 × 400



おすすめサイズの配信イメージ

※ここではそれぞれのクリエイティブサイズのimp量が多い面のみ掲載

1 静止画スクエア

サイズ **1080 × 1080**



2 画像（小）

サイズ **600 × 400**



3 画像（アニメーション）

サイズ **600 × 400**



この3つを押さえておけば、LINE広告の中でもimp量が特に多い主要面
「LINE NEWS」「Talk List」にしっかり配信が可能です！

Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

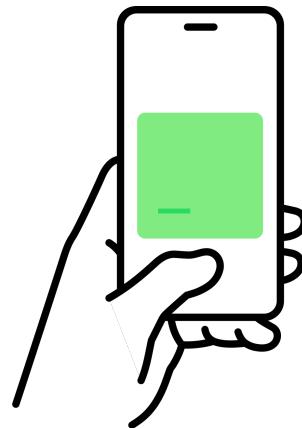
05

セミナー・サポートのご案内

「良いクリエイティブ」の3条件

ポイント①

指先を止めてもらう



ポイント②

パッと見て印象に残る



ポイント③

ユーザー起点のメッセージ



- ✓ 文言や画像に工夫がされている
- ✓ 他のコンテンツに埋もれない

- ✓ 伝えたいメッセージの優先順位を意識する（情報整理）
- ✓ モバイルサイズを意識した視認性になっているか

- ✓ 言葉やビジュアル表現がユーザーに共感しやすい内容になっている
- ✓ 自分ごと化しやすいメッセージになっている

ポイント① 指先を止めてもらう

パッと見たときに画面の中で目・興味をひく工夫をすることによって
まず広告に気づいてもらえるようにすることが大切

クーポン風



伏せ字



※紹介している例はイメージとなり実際の配信時の画像とは異なります。

ポイント② パッと見て印象に残る

ユーザーにとって、メッセージがわかりやすく印象に残るクリエイティブを心がける



悪い例



良い例



ポイント③ ユーザー起点のメッセージ

ユーザーにとって、テキストやビジュアルの表現が「共感できるもの」になるようとする
ターゲットの性別・年齢や属性などをふまえ、何を訴求したいか考えることが大切

同じ飲食店のテイクアウトを促す広告



【おこさまランチ300円~】テイクアウト・宅配OK
初回20%割引キャンペーン中！季節のおいしいメニューをご
自宅までお届け！横浜市内宅配可能です♪

広告 グリーン・ファミリア

...



【初回20%OFF】バーガーランチ宅配・テイクアウト
横浜市内お届け！お得なお子様ランチセット300円~、季節
のおいしいメニューをご自宅までお届け！

広告 グリーン・ファミリア

...

クリエイティブトレンド

効果の出やすいクリエイティブの傾向は変化する。
その時のトレンドを取り入れることによってクリック率向上を見込むことができる



明るい単色背景
× 黒い文字



テキスト部分に帯



クイズ表現



トレンドレポート

LINEヤフーでは定期的にクリエイティブトレンドレポートを公開

トレンドレポート



注意すべきNGな表現

各種関連法規に抵触する表現以外にも
以下のような表現も審査で否認されるため制作の際は注意が必要

ユーザーに誤解を与える おそれのある表現

意図しないクリックを誘発する
以下のようなデザインはNG



商品と関連性のない表現

商品と関連性のない「イラスト」や「文言」などは、
誤解も招くため、訴求内容に合わせる必要がある

(例)化粧品の広告に食べ物のイラスト



Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

05

セミナー・サポートのご案内

LINE Creative Labとは

LINE Creative Labは、無料で広告クリエイティブを制作できる便利ツール
テンプレートを少しアレンジするだけで、簡単にクリエイティブを制作可能

LINE Creative Labの3つのメリット

メリット
01

すぐに使える豊富な
デザインテンプレート



メリット
02

幅広い業種に対応！



メリット
03

最短30秒！
作ってそのまま入稿



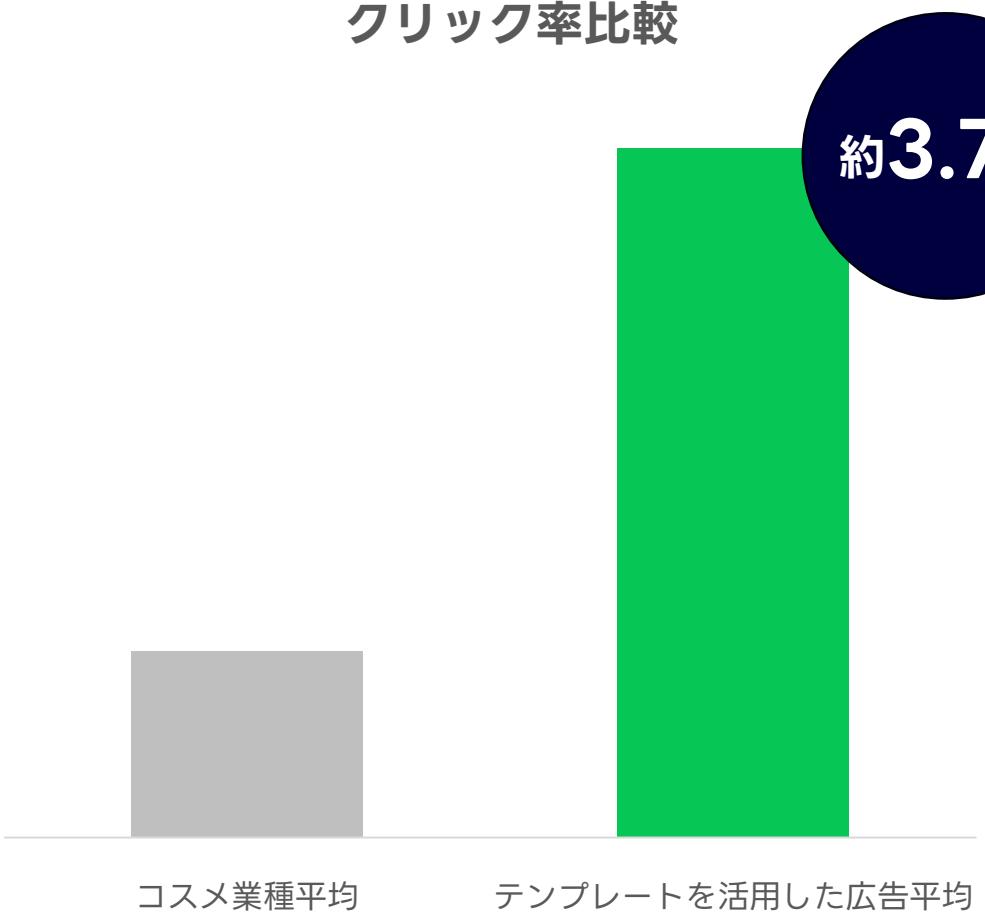
LINE Creative Labのテンプレート

LINE Creative Labのテンプレートを活用したことで広告効果が良好だった事例多数



クリック率比較

約3.7倍



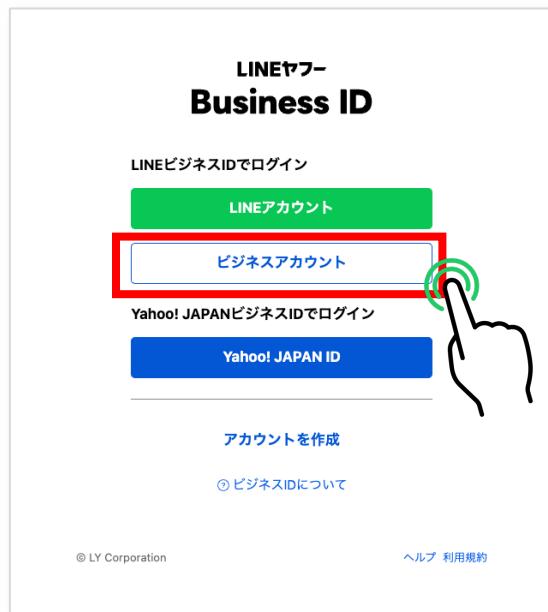
LINE Creative Labにログイン

ビジネスアカウントもしくはLINEアカウントでログイン可能

方法 1

ビジネスアカウントでログイン

「ビジネスアカウントでログイン」を選択し、ビジネスアカウント作成時のメールアドレスと設定したパスワードを入力してください。



方法 2

LINEアカウントでログイン

「LINEアカウントでログイン」を選択し、現在活用されているLINEアカウントでログインしてください。LINEアカウントと連携されたLINEビジネスIDが自動的に生成されます。



LINE Creative Labのログインは[こちら](#)

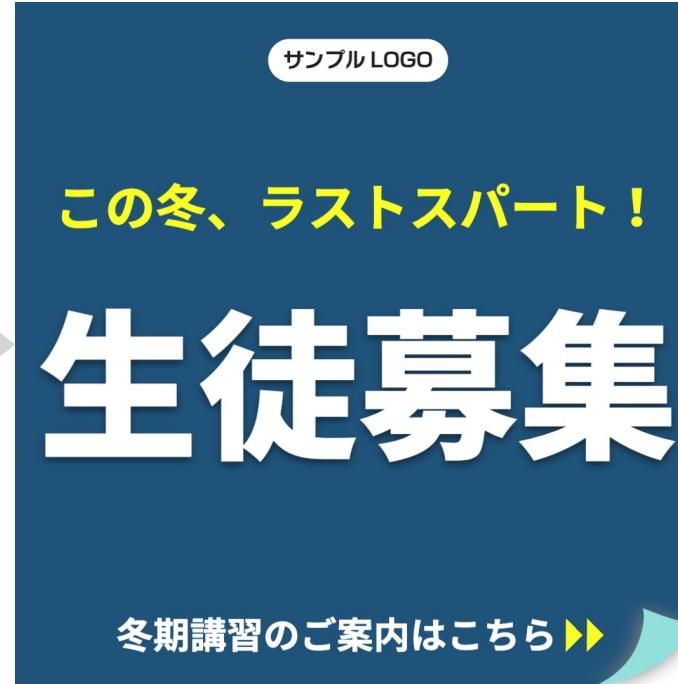
【実践編】静止画スクエアの作成

テンプレートの背景色や文字を編集して作成してみましょう

お手本テンプレート



完成後



【実践STEP】

1. 背景色の変更
2. 文字の変更
3. 文字の色・書体や装飾の変更
4. パーツ位置の調整
5. ロゴ画像の差し替え

【番外編】テンプレートの選択

“テンプレートから作成”をクリックし、テンプレート一覧からご自身の業種や制作したいサイズをフィルターで設定することが可能

The screenshot shows the 'Template Selection' page of the LINE Creative Lab. The top navigation bar includes 'LINE Creative Lab', '作成' (Create), 'ライブラリ' (Library), 'ガイド' (Guide), and a user icon. The main title 'サービスを選択' (Select Service) is followed by a subtitle 'クリエイティブを作成して送信するサービスを選択します。' (Select the service to create and send creative content). Three service cards are displayed:

- LINE広告** (LINE Ads): '作成ページに移動' (Move to creation page), '使えるクリエイティブ' (Available creative types): 画像 (Image) | アニメーション画像 (Animation image) | 動画 (Video).
- LINE公式アカウント** (LINE Official Account): '作成ページに移動' (Move to creation page), '使えるクリエイティブ' (Available creative types): 友達追加広告 (Add friend ad) | リッチメニュー (Rich menu) | リッチメッセージ (Rich message).
- ヤフー！日本広告** (Yahoo! Japan Ads): '作成ページに移動' (Move to creation page), '使えるクリエイティブ' (Available creative types): 画像 (レスポンシブ広告) (Image (Responsive ad)) | 動画 (レスポンシブ広告) (Video (Responsive ad)).

At the bottom, there are links for '© LYコーポレーション' (© LY Corporation), '利用規約' (Terms of Use), 'プライバシーポリシー' (Privacy Policy), and 'お問い合わせ' (Contact Us).

ユーザーガイド

チュートリアルもご用意しているので、ご活用方法に不安をお持ちの方は
こちらもぜひご活用ください！



Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

05

セミナー・サポートのご案内

他フォーマットの作成 画像(小)

他のフォーマットよりさらに小さなサイズで配信されるため、ビジュアルの視認性を担保できるシンプルな画像にすることが重要



他フォーマットの作成 画像(アニメーション)

動きのある広告フォーマットのため、ユーザーのアテンションを引くことが可能



商材画像をゆっくりと回転させる



商材画像・人物や動物の
イラストをスライドさせる

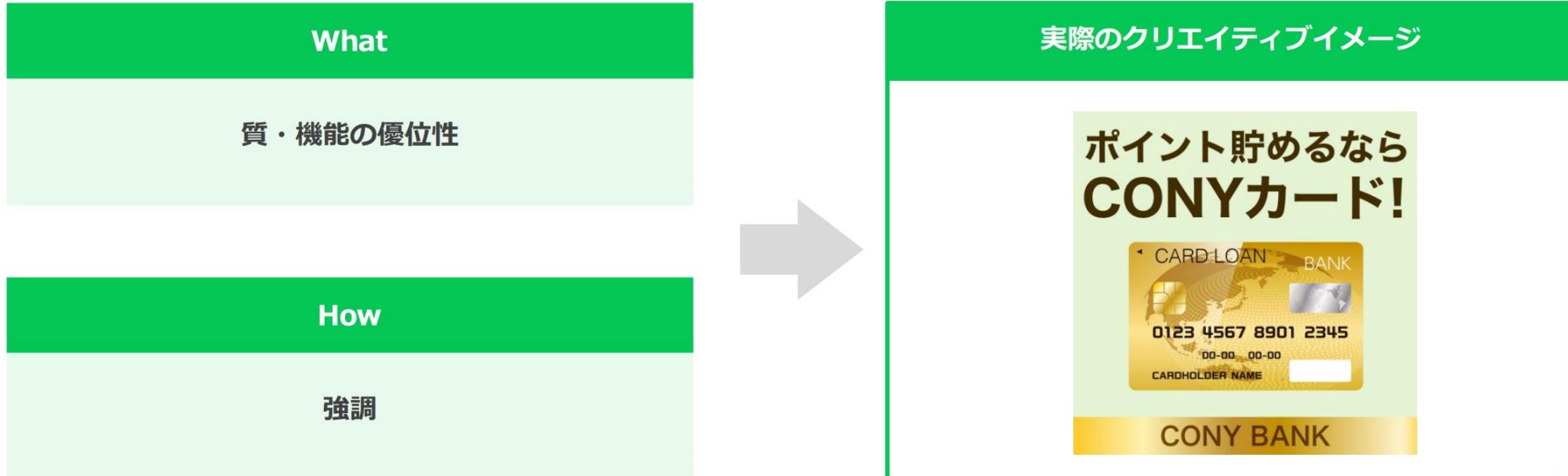


図形やイラストを拡大・縮小させる



文字要素の工夫

ユーザーの行動を促すようなキャッチコピーを考えて、広告効果UPへ！



「ポイントが貯まる」「審査が短い」などサービスの優位性を端的に訴求することで競合商材との差別化ができ、ユーザーがパッと見て内容を理解しやすい。

キャッチコピー・インスピレーション

実事例やデータを分析し、クリエイティブのスペシャリストが独自に考察したポイントや、効果の出やすいキャッチコピーの組み合わせ例を業種別に提示

分析概要

業界別に広告効果の高いバナー
期待できるキャッチコピーは『俗

各業種50クリエイティブを抽出



※Yahoo!広告の分析詳細…分析対象：当該業種におけるvCTR降下スマートフォン掲載、インプレッション数1万以上
※LINE広告の分析詳細…分析対象：当該業種におけるcost降順50
※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

© LY Corporation

Executive Summary

有形商材は商品画像とセットで「！」などを併用する一方で無形商材の場合は商品画像などが使えない代わりに訴求力を失わない

有形商材	ユーザー属性	商品名 × 強調	ユーザー課題 × 強調	メリット × 強調	質・機能	効果
健康食品・飲料						
ファッション						
コスメ						
不動産						

※紹介しているキャッチコピーの組みあわせはあくまでも一例です。

© LY Corporation

カテゴリ：エステ・美容サービス

LINE広告

商材の効果効能を口語調で伝えると◎

What

効果・効能

How

セリフ

実際のクリエイティブイメージ



商材の効果効能を「すごい！」「たったコレだけ？」など使用後の感想のようなセリフの表現で伝えることで、親近感と共に効果効能を想起させることができる。

※紹介しているキャッチコピーの組みあわせはあくまでも一例です。※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。
※ヤフー広告では、クリエイティブの画像内に主体者表記が必要な場合があります。

© LY Corporation

34

キャッチコピー・インスピレーションは[こちら](#)

© LY Corporation

効果検証

比較ポイントを明確にした上でどちらの広告が効果が良かったか検証を進めていき、良い要素を組み合わせていくことで「勝ちパターン」を見つけることが重要

コスメの例



健康食品の例



求人の例



学習塾の例



Agenda

本日のアジェンダ

01

LINE広告のクリエイティブについて

02

押さえておきたい制作ポイント

03

LINE Creative Labを活用したバナー制作方法

04

今後のステップアップ

05

セミナー・サポートのご案内

他セミナーのご案内

LINE広告の仕組みや
事例など詳しく知りたい方へ



視聴URLは[こちら](#)

短時間でLINE広告実施に
必要な設定項目を知りたい方へ



視聴URLは[こちら](#)

かんたん！3ステップで開設

LINE広告は3STEPで簡単にアカウントが開設可能です！

STEP 1

ビジネスIDの発行・ログイン

LINEヤフー
Business ID

[LINEアカウントで登録](#)

[メールアドレスで登録](#)

アカウントをお持ちの場合はログイン

ビジネスIDの利用については利用規約が適用されます。登録すると規約に同意したものとみなされます。

② ビジネスIDについて

日本語 ▾ ヘルプ 利用規約 © LY Corporation

STEP 2

広告アカウントの作成

ユーザートップ

広告アカウントの作成

LINE広告を利用するには、まずは広告アカウントを作成しましょう。広告アカウントを作成すると、広告アカウントの審査が行われます。審査の概要を事前にご確認ください。詳細はこちら

LINE広告の広告サービス品質向上のための取り組みについては、ガイドラインをご確認ください。詳細はこちら

代理店などで複数の広告アカウントを管理する場合、オフィンアカウントをご利用の場合は、広告アカウントの前にグループを作成してください。グループを利用すると、複数の広告アカウントをまとめて管理できます。

新しいグループを作成

請求先情報

取引先法人 LINEヤフー株式会社（日本）
取引先のLINEヤフー株式会社がある国を選択してください。

ビジネスタイプ 法人
 個人事業主

法人番号 法人番号を検索
法人番号を検索してください。

代表電話番号 3123456789
代表電話番号を入力してください。

担当者名 0/120
担当者名を入力してください。

担当者の部署名 0/120
担当者の部署名を入力してください。

担当者の電話番号 3123456789
担当者の電話番号を入力してください。

STEP 3

クレジットカードの登録

LINE 広告

支払い情報を入力してください

カード番号

有効期限 月 年 123

セキュリティコード 12345 26865

画像認証
12345 26865
上記画像に表示された文字を入力してください

※ご指定のお支払い情報にて、次回以降のご請求をさせていただきます。

アカウント開設は[こちら](#)

お悩みに合わせた運用サポート

担当者によるお電話サポート

こんな方へ

- ・LINE公式アカウントの新規開設について相談したい
- ・LINE広告へ新規出稿の相談をしたい
- ・LINE広告のキャンペーンに興味があり詳細を知りたい
- ・その他弊社法人サービスの新規導入について知りたい

ご利用条件

- ・アカウント開設前やサービスご利用前の方

お申し込みは[こちら](#)

初期設定代行サポート

こんな方へ

- ・広告配信までに何をどう設定したらよいかわからない
- ・忙しくて管理画面の設定に時間が割けない
- ・効果が出る広告画像を自社で作れるか不安

ご利用条件

- ・LINE広告を初めてご利用いただく方

お申し込みは[こちら](#)

審査問い合わせ専門窓口

広告審査時の否認理由に沿って、一部のNG箇所の指定と説明を行うことで
皆様のリードタイムの短縮、工数削減を目指す



審査落ちが発生

否認理由の問い合わせ

再入稿

確認すべきガイドラインがわかる

改善策の考案が容易に

修正箇所の過不足が最低限に

審査通過の可能性が上がる

審査問い合わせ専門窓口

LINE広告 審査否認理由に関するお問い合わせ

こちらは、LINE広告 審査否認理由についてのサポート窓口です。
LINE広告審査で否認となった広告の否認箇所、及び否認理由についてのお問い合わせのみ受け付けております。

LINE広告の審査否認理由以外のお問い合わせ、及びLINE公式アカウント等、その他サービスのお問い合わせは窓口が異なります。

[こちら](#)より該当のサービスをご選択のうえ、専用フォームよりお問い合わせください。

・本窓口で回答ができないもの

- ・LINE広告 審査否認理由以外についてのお問い合わせ
- ・その他サービス仕様についてのお問い合わせ
- ・広告運用に関するご相談および、広告効果に関するご相談 など

・お問い合わせの前に...

お問い合わせの前に、是非下記をご参考になさってください。

LINE広告審査ガイドライン：<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/guideline/>

LINE広告 審査の基本：<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/review/>

*会社名

例：LINEヤフー株式会社

*氏名

例：山田 太郎

*連絡先メールアドレス(半角入力)

例：abcd@line.com

*お問い合わせ番号(半角入力)

お問い合わせはこちらから



<https://contact.linebiz.com/s/review>

※広告審査通過を保証する内容ではありませんのでご注意ください



LINEヤフー