

定番表現から最新トレンドまで解説

Yahoo!広告

クリエイティブガイド

目次

はじめに	02
------	----

広告クリエイティブの制作で重視したいポイント

狙いたいKPIを意識したクリエイティブ	03
「静止画」クリエイティブで大事なポイント3選	04
「動画」クリエイティブで大事なポイント3選	05

Yahoo!広告におけるクリエイティブの定番表現

効果の高い定番表現	06
興味を持ってもらいやすい定番タイトル	08

Yahoo!広告におけるクリエイティブの最新トレンド

クリエイティブトレンド表現	09
テキストのトレンド表現	11

業種別に解説！Yahoo!広告のクリエイティブ

業種別の傾向	13
業種別 効果的なクリエイティブ	14

付属資料

クリエイティブ制作に役立つツールや情報	17
---------------------	----

【注意事項】

- ・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。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。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・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。
- ・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（UIは画像制作日時点のUIです）。
- ・紹介している内容は配信効果を保証するものではあり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し、中でもクリック率や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。またインプレッション（広告表示回数）があまりにも少ないクリエイティブは除外しています。
- ・本資料は、作成時点でのYahoo!広告掲載基準、Yahoo!広告入稿規定（以下「各種規定」と表記）に基づき作成しております。今後内容を見直すことがありますのでご理解ください。
- ・本資料は各種規定の内容の一部を抜粋して作成しておりますので、出稿の際は各種規定の全項目を必ずご確認ください。
- ・本資料で紹介した内容に準拠した広告の場合でも、各種法律に違反しないことや弊社での広告の掲載を保証するものではありません。ご理解いただいた上で、貴社の広告宣伝活動にご利用ください。
- ・広告に掲載するキャンペーンなどに適用条件がある場合は、条件がある旨を広告内に、詳細をリンク先ページに記載してください。

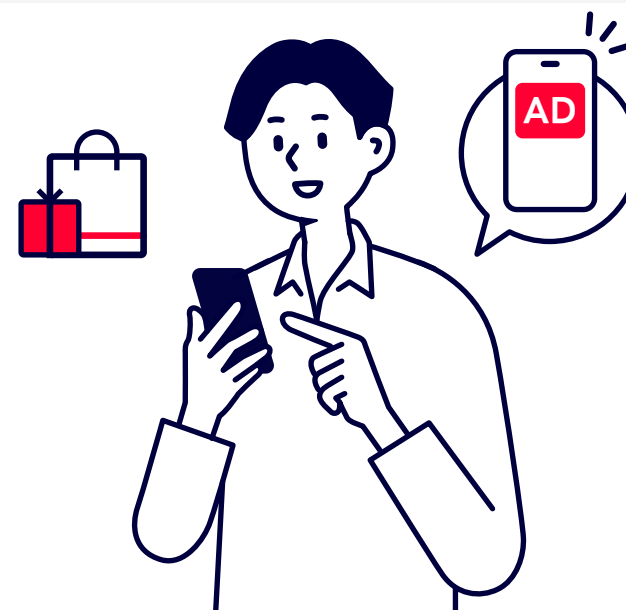
はじめに

「広告クリエイティブ」とは

広告を掲載する際に利用する画像やテキストを含んだバナーのことを指します。広告クリエイティブは、日々多くの情報に接するユーザーの興味関心を引き、クリック率など運用効果を高めるための重要な要素の一つです。

Yahoo!広告のクリエイティブ

Yahoo!広告ディスプレイ広告（運用型）では、レスポンス広告、バナー広告、動的ディスプレイ広告など、ユーザーに最適なメッセージを届けられるように、さまざまな広告フォーマットをご用意しております。



レスポンス広告



バナー広告



動的ディスプレイ広告

狙いたいKPIを意識したクリエイティブ



静止画



動画

➤ デバイスを問わず、クリエイティブを制作する際にはまず **KPI を意識** しましょう。

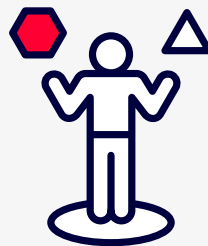


認知

- ☒ サービス・ブランドを知ってもらいたい



広告の意図、
商品の世界観を伝える

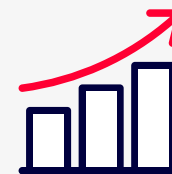


比較・検討

- ☒ 問い合わせを増やしたい
- ☒ クリック率を上げたい



選んでもらうための
きっかけをつくる



獲得

- ☒ 売り上げを上げたい
- ☒ コンバージョンを増やしたい



ユーザーの気分を
盛り上げる

「静止画」クリエイティブで大事なポイント3選



➤ 静止画は、情報量は限られますが**伝えたい内容を端的に訴求できる**特性があります。

POINT 01

情報を整理して 伝えたい内容を選ぶ

情報量が限られている広告フォーマットの中でどのような内容を掲載するか情報を整理し、伝わりやすいクリエイティブを作る

POINT 02

メッセージは テキストで表現

掲載メディアによっては文字との親和性が高いため、特に伝えたいメッセージは画像内にテキストで盛り込む

POINT 03

クリック後の期待感を 意識させる

「広告をクリックした後に何かがある」という期待感を持ってもらうことで、クリックを促しやすくする

Check!

広告画像の「画質」は意識していますか？

画像の画質が低いと、広告掲載時にぼやけて表示されてしまう場合があります。ぼやけた画像はブランドイメージの低下や広告効果にも影響するため、広告画像の画質はとても重要です。



画質の良い広告イメージ



画質の悪い広告イメージ



「動画」クリエイティブで大事なポイント3選



静止画



動画

➤ 掲載面の特性に合った動画は、**広告認知**や**ブランド認知**の効果アップが期待できます。

POINT 01

音がなくても 伝わる動画にする

セリフやナレーションには字幕を付け、1カットの長さに合わせてテキスト量も調整する



POINT 02

動画の冒頭に ブランド名を出す

再生率が最も高い動画の冒頭で、確実に見てほしい商品名やブランド名を表示する



POINT 03

1シーン目で 興味を引く

ユーザーの興味関心に合わせ、1シーン目の短い時間(3~5秒)でも印象に残る動画を意識する



Yahoo!広告におけるクリエイティブの定番表現

効果の高い定番表現(1)



二択

商材を並列で配置し、
どちらかを選ぶように促す表現

選択を促すことでユーザーが自分ゴトとして
捉えやすくなる



[業種:不動産]



[業種:ファッション]



[業種:ゲーム]

複数候補

商品やプランなどを
並列で見せる

- ・複数商品の各詳細に関心を引くことができる
- ・遷移先で得られる情報への期待を高めることができる



[業種:旅行]



[業種:ファッション]



[業種:人材]

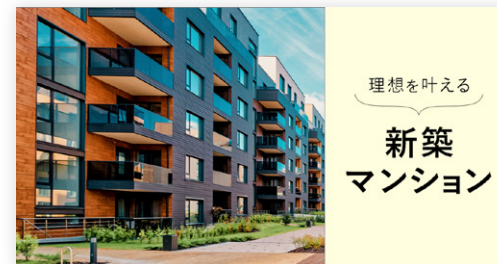
画面2分割

ビジュアルとテキストに
分けて配置

テキストの視認性を高めることができ、
訴求内容が理解しやすい



[業種:美容]



[業種:不動産]

効果の高い定番表現(2)



静止画



動画

クーポン風

紙媒体のクーポン風の表現

日常で見慣れた表現にすることで、
より視覚的に割引を想起させる

さらに
POINT!

オンライン上で決済につながる
業種におすすめ



[業種:健康食品]



1 回限り

「1人1回限り」などの購入制限がある

- ・一度しか購入できないという特別感で注目を集めることができる
- ・試してみようという気持ちを高めやすくする

さらに
POINT!

購入条件がある商材におすすめ



[業種:健康食品]



興味を持ってもらやすい定番タイトル



静止画



動画

表現方法

表現例

期待できる効果

【】で強調

コスメ **【初回90%OFF】**モニター募集！ 旅行 **【日帰り】**で温泉を満喫！
美容 健康食品 **【すごっ…】**試してみて！ 金融 下げ相場でも強い**【配当株】**とは？

「」や【】でキーワードを強調することで情報を視認性高く伝えられる

ターゲットを明記

旅行 連休の旅先が**未定の方へ！** 美容 健康食品 栄養バランスが**気になる方へ**
コスメ 23区で物件を**お探しの方へ** 金融 **20代限定**／ポイントが貯まるカード

ターゲットを明確にすることで自分ゴト化を促し、クリックしてもらいやすくなる

問いかけ

ゲーム キミはクリアできるかな？ 自動車 どのクルマと出かけたい？
不動産 お引越しを検討中ですか？ 美容 健康食品 この商品が人気の理由知ってる？

問いかけることでユーザーが自分に当てはめて考えやすくなる

結論を言わない

金融 保険 審査に申し込んでみた**結果…** 不動産 お得な物件を見つけた**方法とは**
コスメ SNSで話題！乾燥の**原因は…** 美容 健康食品 注文殺到「これオススメ」**その理由が…**

文末を途中で止めることで続きを想像させ、クリックを促しやすくなる

Yahoo!広告におけるクリエイティブの最新トレンド

クリエイティブトレンド表現(1)



▶ 実写画像 + 漫符や擬音語

イメージや状態のニュアンスを直感的に分かりやすく伝えることができる

さらに
POINT!

文字が入れづらい、小さいサイズのバナー（300×300pxなど）
におすすめ



[業種: 健康食品]



▶ 動物やキャラクターからのお願い

愛らしい動物やキャラクターからメッセージを伝える構図にすることで
親近感を抱いてもらいやすくなる



[業種: 人材]

Yahoo!広告におけるクリエイティブの最新トレンド

クリエイティブトレンド表現(2)



▶ 人物の切り抜き+シンプルな背景

シンプルな背景は情報やターゲット属性を視認性高く伝えることができる

さらに
POINT!

人物画像が浮いてしまう場合は、境界線やドロップシャドウを用いて背景となじませる



[業種:教育]

▶ 商材を手にとる様子

実際に商材を手にとる演出で、より具体的なイメージを伝えることができる

さらに
POINT!

ユーザー視点に近いカメラアングルがおすすめ



[業種:コスメ]

Yahoo!広告におけるクリエイティブの最新トレンド

テキストのトレンド表現(1)



静止画



動画

➤ 訴求内容に合わせた表現例と、期待できる効果を紹介します。

重視したいポイント

定番表現

最新トレンド

業種別クリエイティブ

付属資料

訴求内容

表現例

期待できる効果

定期契約ではない旨を訴求

初回限定！まずはお試し

定期購入ではありません

おすすめ業種

美容

健康食品

コスメ

定期契約ではないことを訴求することで、お試しの心理的ハードルを下げるができる

最初の一步を促す

まずは第一歩。無料相談から

資料請求からはじめませんか？

おすすめ業種

不動産

人材

具体的なネクストアクションを提示することで、利用検討してもらいやすくなる

Yahoo!広告におけるクリエイティブの最新トレンド

テキストのトレンド表現(2)



静止画



動画

重視したいポイント

定番表現

最新トレンド

業種別クリエイティブ

付属資料

訴求内容

“だけじゃない”
を訴求

始めるタイミング
を提示する

表現例

潤う**だけじゃない**！新成分配合のUVクリーム

当日**だけじゃない**。翌日の休息をサポート

おすすめ業種

美容

健康食品

コスメ

30代から始める 異業種転職

50代でも遅くない！セカンドキャリア

おすすめ業種

不動産

人材

期待できる効果

あえて口語的な表現を使うことで、続きや詳細に興味を抱いてもらいやすくなる

始めるタイミングや年代に言及することで、当事者意識を与えることができる

業種別の傾向



静止画



動画

➤ 2023年に多く見られたビジュアルやテキストの表現を業種別にまとめました。
次ページからは業種ごとに効果的なクリエイティブを紹介します。

業種	ビジュアル	テキスト
 総合通販・小売 > p14	利用シーンやメリットを具体的に伝えるもの	クリックを促すことを目的に、メリットや期間を伝える内容
 不動産 > p14	金額などのキャッチーな情報に注目させる表現	企業名を画像内に明記するなど、信頼性を伝える表現
 旅行 > p15	複数画像や実際の動画で旅先のイメージを膨らませる内容	グルメやアクティビティなど、テーマを持った旅を訴求
 金融・保険 > p15	ターゲットの状況や感情を見せ、自分ゴト化を促す内容	「相談」や「始めやすさ」など、ユーザーに寄り添う訴求
 人材サービス > p16	目を引くデザインでテキスト情報を伝えるもの	募集業種や対象属性を分かりやすく伝える表現
 飲料・食品 > p16	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	お得感や手軽さが具体的にイメージしやすいテキスト

業種別 効果的なクリエイティブ(1)



静止画



動画

🛒 総合通販・小売

▶ 割引訴求の強調



特徴

▶ 利用シーンやメリットを具体的に伝えるもの

期待できる効果

▶ 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

他におすすめの業種・商材

▶ あらゆる業種に展開可能

🏠 不動産

▶ 画像+テキストの左右分割



特徴

▶ 画像や動画、テキスト情報を分割配置

期待できる効果

▶ 要素を分けて配置し視認性を高め、
情報を分かりやすく伝えられる
・配置を気にすることなく素材が見せやすい

他におすすめの業種・商材

▶ テキスト説明が必要な商材
【例】美容・健康食品

業種別 効果的なクリエイティブ(2)



✈️ 旅行

▶ 風景画像



広告主名

広告 ⓘ

特徴

- ▶ 風景画像のみを見せる

期待できる効果

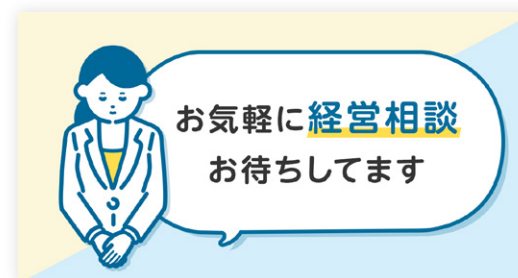
- ▶ インパクトのある風景画像のみで旅先を伝え、ユーザーの興味を引くことが可能
- ▶ 高品質の画像を使用することでコンテンツとして受け入れられやすい

他におすすめの業種・商材

- ▶ 高品質な画像素材がある業種
【例】ファッション、不動産、自動車

🏠 金融・保険

▶ 相談のしやすさを訴求



特徴

- ▶ 相談できるサービスがあることを伝える

期待できる効果

- ▶ 気軽に相談できることを訴求し、検討ユーザーの行動を促す

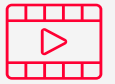
他におすすめの業種・商材

- ▶ 申し込みや契約が必要な商材、長期検討されやすい業種
【例】金融・保険、不動産

業種別 効果的なクリエイティブ(3)



静止画



動画

人材

▶ 静止画＋一部のテキストのみ動きあり



特徴

- 一部のテキストのみ動きをつけて強調

期待できる効果

- より伝えたい情報に目が行きやすく、訴求項目に強弱をつけられる

他におすすめの業種・商材

- あらゆる業種に展開可能

飲料・食品

▶ ブランディングムービー風



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

- シズル感があるため、関心を持たれやすい
- リッチな映像で安心感を与えることができる

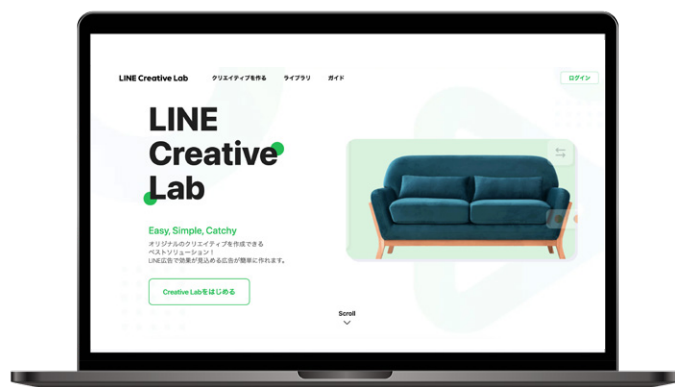
他におすすめの業種・商材

- シズル感が重要な業種
- 【例】美容・健康食品、コスメ

クリエイティブ制作に役立つツールや情報

Line Creative Lab

クリエイティブトレンドを反映した画像が無料で簡単に作成できるツール「LINE Creative Lab」でYahoo!広告のクリエイティブが作成できます。



画像を作成する



使い方やコツを知る



【LINE広告&Yahoo!広告】

バナー広告における 効果的な文言・言い回し集

効果的なクリエイティブの分析結果を、業種別および全体傾向と合わせて紹介



資料をダウンロードする



クリエイティブ活用ガイド

Yahoo! 広告のクリエイティブに役立つヒントを紹介



活用ガイドを見る

※ PC 環境ならびに最新版の Google Chrome でのご利用を推奨します。