



好調なLPの共通点とは？ -ダイエット・コスメ商材編-

2020.11



LPの基本構成と目的



FV(ファーストビュー)

Webページにアクセスした時にスクロールなしで最初に表示される画面部分。

LP全体で伝えたい情報を一目で「端的・印象的」に伝える

FV直下

最初に表示される画面の直下。

商材への安心感・共感のきっかけを与え、自分事化させる

コンテンツ

FVで伝えた情報の根拠となる詳細や補足を記載する部分。

**商品理解・競合比較・信頼度情報などで
商品・サービスとの距離感をより縮める**

クロージング

LP最後のまとめとなる最後の部分。

**今までの情報を念押しし、一步踏み込んだ情報を伝え
行動 (CV) を喚起する**

好調なLPの共通点とは？
-ダイエット商材-

■ テキスト関連

フォントサイズ	見出し： 20px以上 本文： 16~18px 程度
テキスト文字色	本文は 黒字 か 濃いめのグレー
強調部分文字色	<u>下線</u> ・ 赤字 ・ ピンク字 ・ 青字 ・ 黄色ハイライト ・ 太字 などを使用
テキストの揃え	中央揃え または 左揃え ※中央揃えの方がスクロール時に可読性◎

■ 記事の長さ

記事の長さ	15~20スクロール 程度（漫画記事の場合は 20~25スクロール 程度）
-------	---

■ ボタン・リンクの挿入箇所

リンクの挿入箇所	遷移ボタンやリンクを 記事半ば以降 で 7~10個 程度挿入
----------	--

LP全体で伝えたい情報を一目で「端的・印象的」に伝える

1



2

※この記事は3分で読めます。

3

**【速報】更年期太りの理由
がついに判明?!
食後3秒の習慣とは?**

PR:株式会社〇〇

4



5

「40代過ぎてから脂肪が落ちなくなかった・・・」

※画像はサンプルです

1. ヘッダー

ターゲットユーザーとマッチした**キュレーションサイト風ヘッダー**に。

2.〇分で読めます

手軽に読めることをアピールし、**離脱を防ぐ**。

3.タイトル見出し

赤や青などの文字色で強調する。**【】** や!、?など多用。
直近では**【速報】** と入れたものが好調。

4.FV画像

タイトル見出しと整合性のとれた画像を配置する。
例：スリムな女性の姿

5. FV直下の展開

”自分事化”商材とユーザーをつなぐ。

- ・ターゲットユーザーと同じ悩みを抱える人物を登場させる
- ・ターゲットユーザーに語り掛ける

好調なLPの共通点とは？
-コスメ商材-

■ テキスト関連

フォントサイズ	見出し： 20px以上 本文： 16~18px 程度
テキスト文字色	本文は 黒字 か 濃いめのグレー
強調部分文字色	<u>下線</u> ・ ピンク字 が多い。 色合いは、ターゲットとなる女性が好む色味がメイン 青字 ・ 黄色ハイライト ・ 赤字 ・ 太字 なども使用
テキストの揃え	中央揃え または 左揃え ※中央揃えの方がスクロール時に可読性◎

■ 記事の長さ

記事の長さ	15~20スクロール 程度 (説明に比重を置いたケースでは 25スクロール 程度)
-------	--

■ 画像

画像の内容	商材使用中のgif画像 が多い。
-------	-------------------------

■ ボタン・リンクの挿入箇所

リンクの挿入箇所	遷移ボタンやリンクを 記事半ば以降 で 7~10個 程度挿入
----------	--

1

Beauty.com

2 ※この記事は3分で読めます。

3 【必読】美容大国”韓国”での最新美容法とは？

PR:株式会社〇〇

4



「年齢とともに濃くなっていくシミ」
諦めている方も多いと思います…

1. ヘッダー

ターゲットユーザーとマッチした**キュレーションサイト風**ヘッダーに。

2.〇分で読めます

手軽に読めることををアピールし、**離脱を防ぐ**。

3.タイトル見出し

テキストには【】、！をいれる。
色文字やハイライトでの強調も○。
冒頭に【必読】【速報】などが入っているものが好調。

4.FV画像

タイトル見出しと整合性のとれた画像を。
商材使用中のgif画像が多い。