

CREATIVE TREND

2023年 不動産

LINEヤフー株式会社

2024/3

LINEヤフー

LINE広告・Yahoo!広告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
クリエイティブのパターンをシェアします

LINE広告のトレンド

共通パターン

Yahoo!広告のトレンド

注意事項

本資料について

- 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内容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、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。
- CTR：クリック率、imps：インプレッション（広告表示回数）

広告審査について

- 本資料は、作成時点でのLINE広告審査ガイドライン、Yahoo!広告 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。
- LINE広告とYahoo!広告には上記の通り別々の規定がありますのでご注意ください。
また、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。

CREATIVE TREND 2023年 Contents

不動産で見られたトレンド

p.05 LINE広告

p.07 静止画

p.10 タイトル

p.12 Yahoo!広告

p.14 静止画・動画共通

p.15 静止画

p.16 動画

p.18 タイトル

LINE広告で見られたトレンド



不動産 Summary

ビジュアル

視覚的に条件が伝わりやすいように、
イラストを用いた表現が多く見られた

キャッチコピー

特定の条件を明記したコピーが
多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

商材に関する問い合わせやクイズ

LINE広告
静止画スクエア・画像（小）

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材に興味関心が高いユーザーが 気になることに関する問い合わせや クイズ
期待できる 効果	詳細や結果に興味を持ったユーザー からクリックをしてもらいやすい
展開しやすい 商材・業種	数値や行動の選択肢で興味を惹く 訴求が可能な商材 例) 教育・金融・エンタメ

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	地域に関連する画像やイラストを配置
期待できる効果	該当する地域に関心のあるユーザーの興味を引きやすく、自分ごと化を促す
展開しやすい商材・業種	旅行・不動産・来店系の商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

特定の条件を強調

LINE広告
画像（小）

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	物件に関する特定の条件を文字で大きく表示
期待できる効果	その条件で物件を探しているユーザーからの注目を集めやすい
展開しやすい商材・業種	条件の内容がユーザーのメリットになりうる商材 例) 金融・保険、人材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 以下の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。

ユーザー視点の文言×絵文字

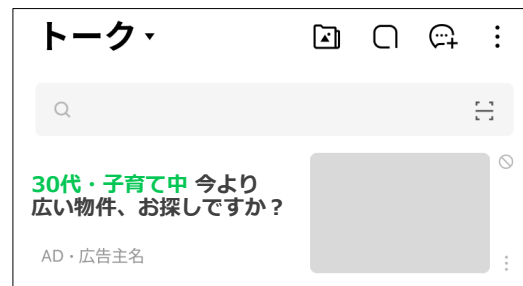
掲載イメージ：トークリスト



ユーザー視点の文言で親近感を与えつつ、
絵文字を用いることで
注目を集めることができる

ターゲットを限定

掲載イメージ：トークリスト



ターゲットを限定する文言で、
ユーザーの自分ごと化を促すことができる

物件の条件を具体的に明記

掲載イメージ：トークリスト



物件の情報を具体的に明記することで、
その条件で探していたユーザーからの
注目を集めることができる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 以下の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。

答えが気になる表現

掲載イメージ：トークリスト



答えが気になる表現を用いることで、
遷移先に誘導しやすくなる

特定エリアを明記

掲載イメージ：トークリスト



特定のエリアを具体的に明記することで、
対象のユーザーから注目を集めやすい

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

Yahoo!広告で見られたトレンド



不動産 Summary

ビジュアル

金額などのキャッチーな情報に
注目させる表現が多く見られた

キャッチコピー

企業名を画像内に明記するなど、
信頼性を伝える表現が多く見られた

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

画像+テキストの左右分割

Yahoo!広告
静止画・動画

ビジュアルで工夫した例



POINT

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、情報をわ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
展開しやすい商材・業種	テキスト説明が必要な商材 例) 美容・健康食品

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	企業名を大きく配置する
期待できる効果	- 安心感を得られる - 広告の主体者がわかりやすく、他社と差別化できる
展開しやすい商材・業種	高額商品や長期契約など、購入の際に慎重になる商材

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

エンドカットで検索を促す

Yahoo!広告
動画

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	動画の最後に検索キーワードを表示
期待できる効果	広告視聴後の行動として、検索行動を促すことも、より多くの情報を伝えることができるため有効
展開しやすい商材・業種	伝えたい情報が豊富にある業種 例) エンタメ、金融・保険

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴

数字にカウントアップする
アニメーションなどをつける

期待できる
効果

- いくら？という問いかけで
興味を引きやすい
- 数字のアニメーションが
止まるまで、視聴維持しやすい

展開しやすい
商材・業種

金融・保険、美容・健康食品

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 以下の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。

設備のオプション



検討中のユーザーに
オプションや設備を見せることで、
住宅に関する希望を想起させ購買意欲を高める

実例

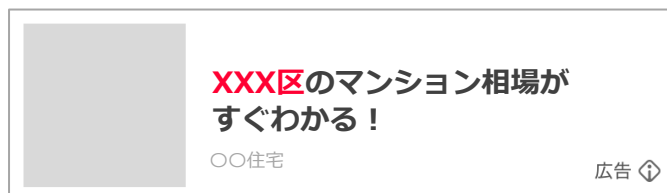


どのような層に向けた商品なのかを伝えることで、
該当するユーザーの関心を高める

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

✓ 以下の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。

特定エリア名



特定エリア名を明記することで、
ユーザーの自分ごと化を促進できる

「。」で落ち着きを演出



文末に「。」を用いることで、
落ち着きや高級感を演出できる

※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。



LINEヤフー