

CREATIVE TREND

2023年 金融・保険

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ございません。
- 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ござい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

金融・保険で見られたトレンド

p.05 LINE広告

p.07 静止画・動画共通

p.09 静止画

p.10 動画

p.13 タイトル

p.15 Yahoo!広告

p.17 静止画

p.19 動画

p.22 タイトル

LINE広告で見られたトレンド



金融・保険 Summary

ビジュアル

ターゲットに馴染みのあるデザインを取り入れたものが多く見られた

キャッチコピー

価格や割引の数値を明記する内容が多く見られた

※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。

ターゲットを限定する文言

LINE広告

画像（アニメーション）・静止画

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	ターゲットを限定する文言の コピーを用いる
期待できる 効果	ターゲットに関する文言で、 ユーザーに自分ごと化を促す
展開しやすい 商材・業種	ターゲットの人物像が明確な業種

※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。

インセンティブの数値を明記

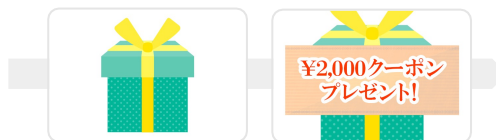
LINE広告

画像（アニメーション）・画像（小）

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き

[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	- クーポン風の画像がプレゼントBOXから出現する動き - インセンティブの金額を明記
期待できる効果	パッと見でお得感を伝えることができ、興味を持ったユーザーからクリックしてもらいやすい
展開しやすい商材・業種	インセンティブがある商材

※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。

目立つ色彩のデザイン

LINE広告
画像（小）

ビジュアルで工夫した例



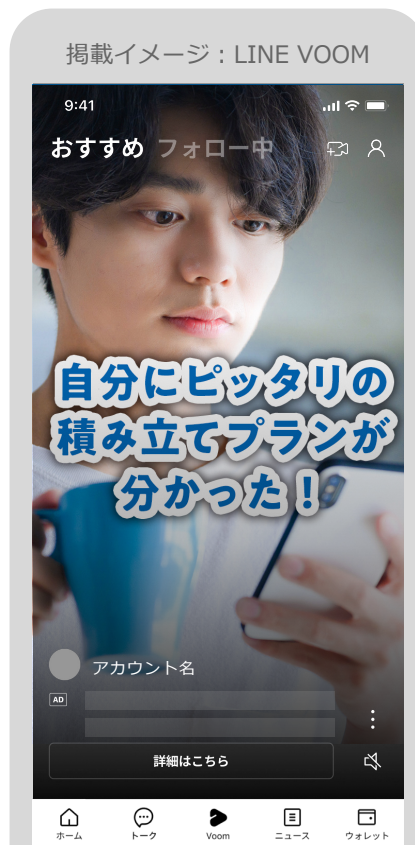
POINT

特徴	文言の一部を目立たせるデザイン
期待できる効果	強調したい文言を目立つ色彩のデザインにすることで、ユーザーからの注目を集めやすくなる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。

UGC動画×ナレーションで概要を説明

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	- UGC動画 - ナレーションとテロップでテンポよく商材の概要を説明
期待できる効果	自分ごと化しやすいUGC動画で興味関心を抱かせつつテロップとナレーションで視覚と聴覚双方で商品理解を促すことができる
展開しやすい商材・業種	無形商材 例) 不動産・美容・フィットネス

※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。

目立たせたい数値に動きをつける

LINE広告
画像（アニメーション）

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



▼アニメーションの動き



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	借入の上限額を変化させて強調する動き
期待できる効果	数字が切り替わり続けることで、視覚的に注目を引きやすい
展開しやすい商材・業種	金額でメリットを訴求できる商材

※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。

イラストがスライドする動き

LINE広告
画像（アニメーション）

ビジュアルで工夫した例



▼アニメーションの動き



[LINE Creative Labのテンプレートはこちら](#)

POINT

特徴	商材に関するイラストが横にスクロールし続ける動き
期待できる効果	繰り返しイラストが出現することにより、目で追うように注目を集めることができる
展開しやすい商材・業種	あらゆる業種に展開可能

※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。

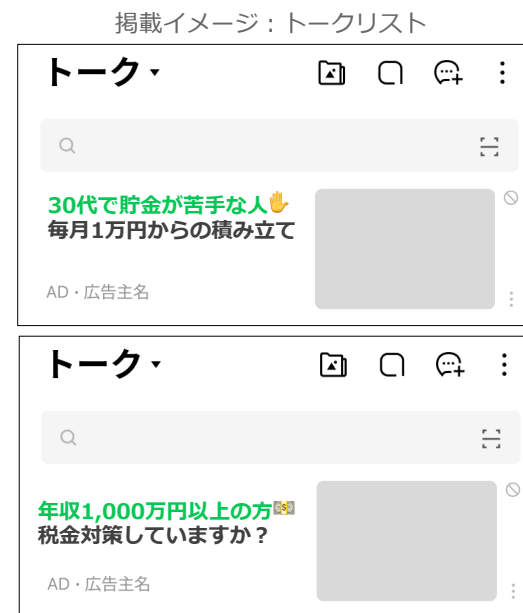
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

絵文字でサービス名を挟む



サービス名を絵文字で挟むことにより、ユーザーからの注目を集めやすくなる

絵文字×ターゲットを限定



ターゲットを限定することで自分ごと化を促しつつ、絵文字を使って注目を集める

※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。

インセンティブを強調



インセンティブの内容を強調することで、
お得感に注目を集めやすい

右向きの矢印・指差し



右向きの矢印や絵文字を使うことで、
画像に注目を集めやすい

※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



金融・保険 Summary

ビジュアル

ターゲットの状況や感情を見せ、
自分ごと化を促す工夫が多く見られた

キャッチコピー

「相談」や「はじめやすさ」などの
ユーザーに寄り添う訴求が多く見られた

※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。

将来を考えさせる

Yahoo!広告
静止画

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	老後や将来に必要な資産について考えさせる情報を掲載する
期待できる効果	検討のきっかけになり、ユーザーの関心を高めることができる
展開しやすい商材・業種	購買検討期間が長い業種 例：不動産、自動車

※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。

相談のしやすさ

Yahoo!広告
静止画

ビジュアル・キャッチコピーで工夫した例



POINT

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
展開しやすい商材・業種	申し込みや契約が必要な商材、長期検討されやすい業種

※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。

テキストのみのアニメーション

ビジュアルで工夫した例



POINT

特徴	テキストのみのアニメーション動画
期待できる効果	テキストのみのアニメーションに要素を絞ることで、商材への深い理解を促進
展開しやすい商材・業種	無形商材全般 例) 教育・資格

※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。

ターゲットへの呼びかけ

キャッチコピーで工夫した例



POINT

特徴	ターゲットを絞った呼びかけを冒頭で行う
期待できる効果	- 対象となるユーザーが自分ごと化しやすい - 商品への関心を高めることができる
展開しやすい商材・業種	さまざまな状況のユーザーがいる業種 例：人材、教育・資格

※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。

タイトルトレンド

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

✓ 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。

富裕層ならではのTIPS風



【ノンリターゲティング広告向き】

富裕層ならではのお得なノウハウ風に表現することで説得力がアップし、クリックにつながる

市況の注目度



世間の注目度合いにフォーカスして、
市況感が高い情報であることをアピールできる

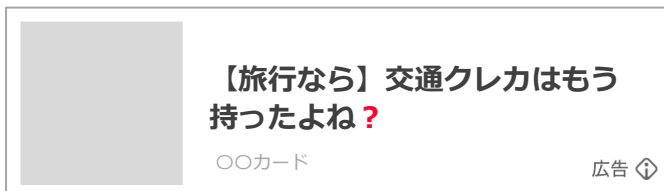
※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

タイトルトレンド

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

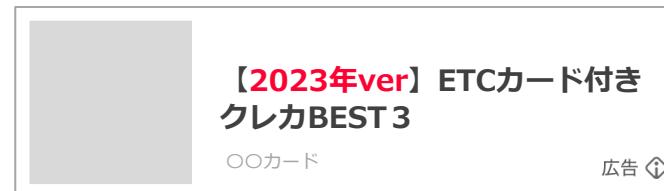
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

「？」で問いかける



「？」でユーザーに問いかけることで
自分ごと化が促しやすくなる

最新年度版



最新情報であることをアピールし
詳細を気にさせる

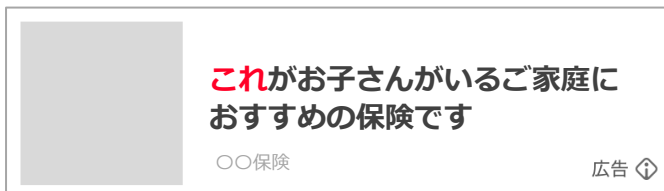
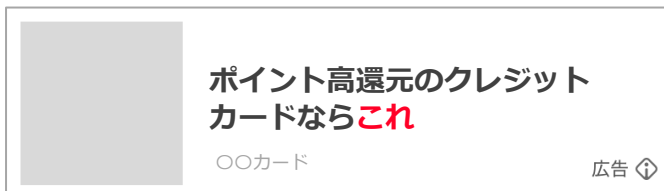
※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

タイトルトレンド

Yahoo!広告
静止画 運用型 300×300

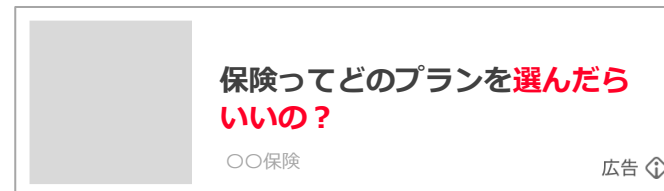
✓ 以下の要素をタイトルに含むことで、興味を持ってもらいやすくなります。

これ



口語体の「これ」で強調することで、
詳細を気にさせることができる

疑問



ユーザーが持ちそうな疑問を代弁することで、
共感を得られやすい

※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。



LINEヤフー