

LINE広告 クリエイティブトレンド

(2022年金融・保険まとめ)

LINE株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

2023.5

LINE

はじめに

- ・ 紹介している例は事例であり、**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などを考慮しユニーク性のある表現をご検討ください。
- ・ 紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。
- ・ 掲載イメージは配信面の参考であり、任意の配信面だけに配信される・配信面を指定できるということではございません。
- ・ **業界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。

Contents

LINE広告 2022年金融・保険まとめ トレンド

LINE広告に出稿された2022年のクリエイティブの中から、効果良かった事例を掲載

- p.4 静止画トレンド
- p.8 画像（小）トレンド
- p.11 動画トレンド
- p.16 タイトルのトレンド

お金が必要になるタイミングを口語調を用いて表現

4月のトレンド



POINT

「来週、友人の結婚式があるの忘れてた…」など
お金が必要になるタイミングについて口語調を
用いて表現することで、自分ごと化を促すことが
できます。

異なる種類のカードを並べる

6月のトレンド



POINT

異なる種類のカードを並べて数種類のカードがあることを伝え、「過去の履歴・実績に影響されずにカードが作れる」といったメリットを記載することで、ユーザーの興味を引きクリックしてもらいやすくなります。

メリットの箇条書き + 親しみやすさのある手書き風文字・明るい配色

6月のトレンド



POINT

積立を始めるメリットを箇条書きで分かりやすく説明し、手書き風文字や明るい配色でデザインすることで親しみやすさを感じさせ、ユーザーに興味を持ってもらいやすくなります。

券面 + 季節感のある背景やメッセージ

4月のトレンド



POINT

季節感のある背景やメッセージを用いることで、ユーザーから興味を持ってもらいやすくなります。

三角形のラベルデザイン

3月のトレンド



POINT

画像の端に配置した三角形のラベル上に、端的で明解なコピーを配置することで、注目をしてもらいやすくなります。

有名人のUGC画像

8月のトレンド



POINT

有名人やタレントのUGC画像を使用し、ユーザーへ商材に対する安心感や信頼感を与え、クリックしてもらいやすくなります。

ターゲットの人物イラスト+具体的な年齢

10月のトレンド



POINT

ターゲットの年代を具体的に明記しつつ、年代に近い人物のイラストを用いることで、ユーザーの自分ごと化を促しやすくなります。

問いかけのあとに、詳細説明をスクロール表現で見せる

1月のトレンド



POINT

冒頭で疑問符を用いてユーザーに問いかけることで自分ごと化を促し、その後はカードの詳細説明をスクロール表現で見せることで、商材理解を促すことができます。

動画の構成



尺：15秒程度

動き：冒頭は動きをつけず、その後は縦にスクロールする動きで詳細を見せる

YouTuberや芸能人など有名人を起用

8月のトレンド

POINT

有名人を起用したクリエイティブで、ユーザーに信頼性を与えながらサービス内容の理解を促すことができます。

動画の構成



尺：15秒程度

動き：テロップやワイプがついた動画が流れる



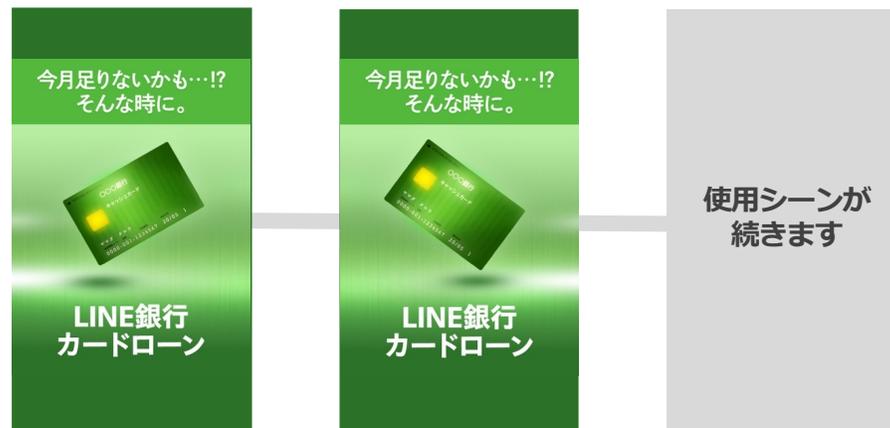
カードを立体的に見えるよう動かす

2月のトレンド

POINT

中央でカードを立体的に見えるよう動かすことで、平面的なUIの中で目立ち、注目をしてもらいやすくなります。また、実際のカードをイメージしてもらいやすくなります。

動画の構成



尺：15秒程度

動き：商品のテキストチャーを見せたり、使用している動画が流れる



冒頭でターゲットを限定した文言明記+メリットの明記

3月のトレンド



POINT

冒頭でターゲットを限定して明記することで自分ごと化を促し、その後はメリットの説明などを表示することで、商材理解を促すことができます。

動画の構成



尺：20秒程度
動き：ストーリー性のある流れ

イラストのスライド表現＋ターゲットの記載

10月のトレンド

POINT

ターゲットを具体的に明記することで自分ごと化を促しやすくなります。
また、上下の帯でイラストを左右にスライドさせることで注目を集めやすくなります。



動画の構成



尺：5～10秒程度

動き：イラストが左右にスライドする

※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。 ※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。

※掲載当時から審査基準が変わっている可能性があります。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ありますので、ご了承くださいませ。

※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がありますのでご注意ください。

※2023年1月10日以降、テキスト+画像+LPで整合性がないと審査NGとなるためご注意ください。

タイトルのトレンド

1-2月のトレンド

👍 下記のような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。

＼／で挟む

掲載イメージ：LINE NEWS



「＼／」で文言を挟むことで視認性が増し、アテンションをとりやすくなります。

ターゲットを絞る+必見

掲載イメージ：LINE NEWS



対象ターゲットを明確にすることで自分ごと化を促し、クリックをしてもらいやすくなります。

企業名

掲載イメージ：LINE NEWS



企業名を表示することで、信頼感を醸成しクリックを促しやすくなります。

タイトルのトレンド

1-6月のトレンド

✔️ 下記のような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。

もったいない訴求

掲載イメージ：LINE NEWS



「～だともったいない」という訴求を表示することで「損をしたくない」という感情を醸成でき、クリックを促すことができます。

月々の具体的な支払額

掲載イメージ：LINE NEWS



具体的な月々の支払額を明記することで、「自分も始められそう」と思ってもらいやすくなります。

続きが気になる語尾

掲載イメージ：LINE NEWS



文章の最後を「とは」で終わらせることで、続きが気になると感じさせユーザーの興味を引きやすくなります。

タイトルのトレンド

7-10月のトレンド

✔️ 下記のような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。

対象ユーザーの明示

掲載イメージ：LINE NEWS



対象ユーザーを【】で囲み、該当するユーザーのアクションを取ることでクリックを促します。

ターゲットを限定

掲載イメージ：LINE NEWS



ターゲットを限定する文言により、ユーザーに対して自分ごと化を促すことができます。

タイトルのトレンド

3-6月のトレンド

👍 下記のような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。

お知らせ・案内

掲載イメージ：トークリスト



公式のお知らせや案内を表示することでアクションを促しやすくなります。

関連のある絵文字を使用

掲載イメージ：トークリスト



文章を絵文字で挟むことで、アテンションをとりやすくなります。

タイトルのトレンド

7-10月のトレンド

👍 下記のような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。

対象ユーザーの明示
+ 絵文字でテキストを挟む

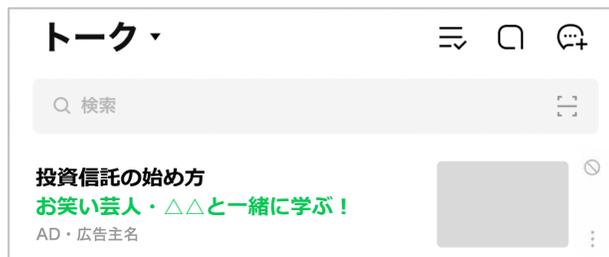
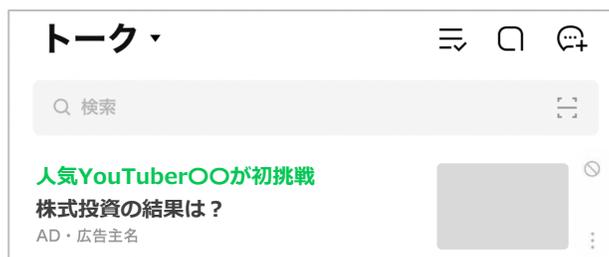
掲載イメージ：トークリスト



対象ユーザーを明記し、文言を絵文字で挟むことでユーザーの目を引くことができます。

著名人の名前を記載

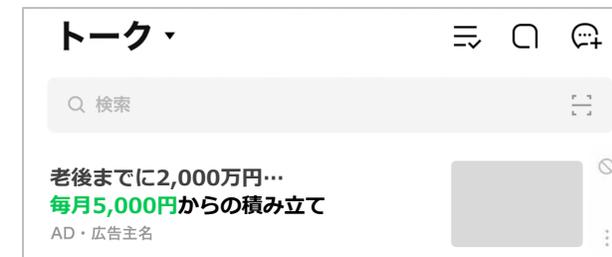
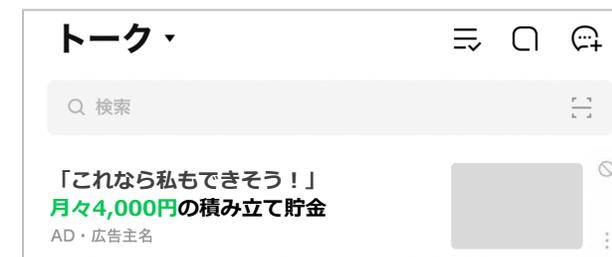
掲載イメージ：トークリスト



文言内に著名人やタレントの名前を明記し、ユーザーに信頼感を与えることができます。

具体的な金額

掲載イメージ：トークリスト



積み立てをするハードルが下がるような印象の金額を明記することで、ユーザーに興味を持ってもらいやすくなります。

Thank you!