

LINE広告 クリエイティブトレンド

(2022年不動産まとめ)

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年不動産まとめ 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.11 画像（小）トレンド
- p.12 動画トレンド
- p.13 タイトルのトレンド

カテゴリ：不動産

静止画

スクエア 1080×1080

具体的な数字の明記

2021年12月のトレンド



POINT

月々の自己負担額や不動産収入額などを
具体的な数字で明記することで、
ユーザーがメリットを感じやすくなります。

© LINE ※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。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。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ございますので、ご了承くださいませ。
※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。※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。

カテゴリ：不動産

静止画

スクエア 1080×1080

物件の条件を大きく表示

2021年12月のトレンド



POINT

物件の条件（地域や家賃など）を大きく見せることで、探していた条件に近いユーザーからの興味を引くことができます。

© LINE ※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。
※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。
※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。※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。

具体的な収入の表示 + 漫画風デザイン

2月のトレンド



POINT

具体的な収入金額を表示することで、「自分も家を建てることができそう」という気持ちを醸成させることができます。また、漫画風デザインを用いることで親近感を醸成し、家を建てることへのハードルを下げるすることができます。

カテゴリ：不動産

静止画
スクエア 1080×1080

スタッフが家を紹介しているUGC画像

2月のトレンド



POINT

スタッフが家を紹介しているUGC画像を用いることで内見の様子を想起しやすくなり、引っ越しや家の購入を検討しているユーザーからクリックをしてもらいやすくなります。

© LINE

※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。※UGCとは、ユーザーの手によって制作・生成されたコンテンツの総称。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。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ございますので、ご了承くださいませ。
※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。※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。

カテゴリ：不動産

静止画
スクエア 1080×1080

意外な事実を視認性よく表示

3月のトレンド



POINT

意外な事実を視認性よく表示することで、その事実に興味を持ったユーザーにクリックをしてもらいやすくなります。

© LINE ※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。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。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ございますので、ご了承くださいませ。
※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。※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。

カテゴリ：不動産

静止画
スクエア 1080×1080

時間帯の異なる画像を分割して表示

6月のトレンド



POINT

昼・夜のイメージを分割して表示することで、よりユーザーが家のイメージをしやすくなります。

カテゴリ：不動産

静止画
スクエア 1080×1080

物件のスペックを複数記載＋手書き文字

10月のトレンド



POINT

手書き文字で物件の条件やスペックを複数記載することで、どれか一つに興味を持ったユーザーの目を引きます。

© LINE ※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。
※掲載当時から審査基準が変わっている可能性がございます。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ございますので、ご了承くださいませ。
※UIは資料をリリースした2023年5月時点のUIです。※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。

分割レイアウト+見取り図と内観

10月のトレンド



POINT

内観と見取り図を分割レイアウトで並べることで、情報量を増やし物件への理解度を高めます。

物件の内見UGC動画＋物件の条件表示

1月のトレンド



POINT

物件の条件を表示しつつ内見UGC動画を活用することで、その物件が気になるユーザーからクリックをしてもらいやすくなります。

動画の構成



尺：15秒程度

動き：物件の内見UGC動画が流れながらテキストが表示される

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。

～する方法

掲載イメージ：LINE NEWS



理想を叶えられる方法をフックにすることで、クリックを促しやすくなります。

初心者向けの訴求表現

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。

第三者からの評価

掲載イメージ：LINE NEWS



第三者からの評価を記載することで、信頼性を高めてユーザーの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

5-10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。

特定のエリアを明記

掲載イメージ：LINE NEWS



家の特定のエリアをピックアップすることで、魅力を伝えながらユーザーのアクションを促しやすくなります。

問いかけ表現

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。

タイトルのトレンド

5-10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。

「徒歩〇分」の明記

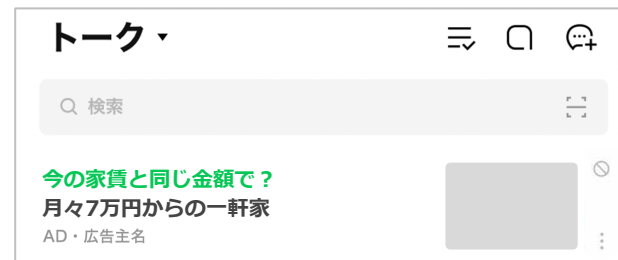
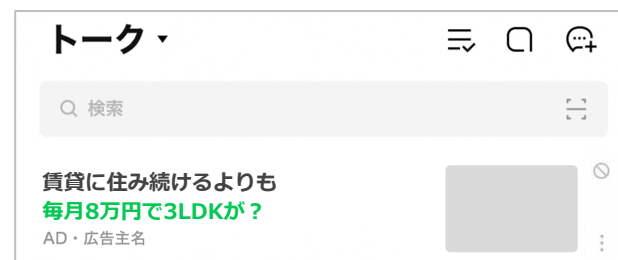
掲載イメージ：トークリスト



最寄駅までの時間を「徒歩〇分」と明記することで、ユーザーに利便性をアピールします。

現状と比較した表現

掲載イメージ：トークリスト



現状の生活と比較した表現でユーザーのアテンションを取ります。

Thank you!