シェアする ポスト いいね LINEで送る



インパクトのある広告とは。押さえておきたい制作のポイント

2025-04-17

企業の広告宣伝担当者のなかには「より多くの人に広告を見てもらいたい」「見た人の心に残る訴求を行いたい」など、インパクトのある広告をどのように制作すればよいかお悩みの方もいるのではないでしょうか。
この記事では、インパクトのある広告が持つ効果や制作する際に押さえておきたいポイントについて解説します。
なお、広告戦略の立て方やフレームワークについてはこちらの記事で解説しています。併せてご確認ください。



広告戦略で訴求効果を向上！ 基本的な戦略の立て方と活用できるフレームワーク

マーケティング戦略において、自社商材を顧客に知ってもらうために必要なものが広告戦略です。この記事では、広告戦略の概要や立てる手順、活用できるフレームワークのほか、広告市場規模から見るテレビCMの有効性について解説します。
フジテレビ for Business

INDEX [非表示]

・1.インパクトのある広告とは
・2.インパクトのある広告をつくるポイント
  ・①ポジティブな感情の誘発
  ・②明確なメッセージの発信
  ・③創造的で革新的なビジュアル
  ・④視覚と聴覚によるアプローチ
  ・⑤視認性の高い媒体の選定
  ・⑥パーソナライズ化した情報の提供
・3.まとめ

1.インパクトのある広告とは

インパクトのある広告とは、自然と目にとまり、好奇心や興味関心が刺激される広告を指します。広告の効果は、消費者に与えるインパクトの強さによって左右されると考えられます。

インパクトのある広告が持つ効果

- 認知を獲得しやすくなる
- 印象が強まりブランド想起が行われやすくなる
- メッセージが心に残り、好意的な感情を誘発しやすい　など

日常生活にあらゆる情報が流れるなかで自社の広告を見てもらうには、視覚的な印象を強めることが必要です。無意識的に視線を惹きつける広告は、より多くの認知を獲得できます。
また、興味関心を喚起して購買行動を促すには、ただ“広告を見てもらう”だけでは不十分といえます。商品名やキャッチコピーが記憶に残る広告は、ニーズが生まれたときに思い出してもらいやすくなり、商品の購入を後押しすることが可能です。
さらに、無難なメッセージや見慣れたストーリーでは、消費者の感情をゆさぶることは難しくなります。感動や驚き、笑いなどの心に訴えかける広告をつくることで、好意的な感情を誘発する効果が期待できます。

2.インパクトのある広告をつくるポイント

広告を通じて商品の認知拡大や購買意欲の促進を図るには、強いインパクトのある広告を制作することが重要です。

①ポジティブな感情の誘発

ポジティブな感情を誘発させる広告は、企業や商品に対する好感につながります。喜び・楽しさ・幸せ・驚きなどの感情を誘発するストーリーやシナリオを作成することで、消費者の共感を得やすくなり記憶にも残りやすくなります。
特にテレビCMと動画広告は、テキスト・画像だけの広告とは異なり映像を通じて物語やシーンを表現できるため、感情への訴求に効果的です。

⓪ 感情を誘発する訴求の例

- 悩み・不安を商材によって解決する場面を描く
- 日常生活と紐づけて商材を利用する喜びや幸せを描く
- 特定のシーン・イベントで商材が役立つ場面を示す　など

②明確なメッセージの発信

広告の印象を強めるには、明確なメッセージを伝えることがポイントです。
ありきたりなキャッチコピーや曖昧・複雑な表現は、「何を言いたいのか分からない」と思われてしまい、消費者の記憶に残りにくくなります。
伝えたいメッセージをシンプルな言葉で簡潔に表現するキャッチコピーを作成することで、ひと目で商材の魅力や特徴をつかみやすくなり興味関心を喚起できます。

⓪ 広告のキャッチコピーを作成するポイント

- 特定の悩み・ニーズを持つ層に疑問形で問いかける
- 消費者に具体的なアクションを促す言葉を盛り込む
- 購入・利用によって得られるユーザー側のベネフィットを示す
- 感情を表現する言葉を含める　など

③創造的で革新的なビジュアル

広告のビジュアルは、視覚的なインパクトを強めるうえで重要な要素です。
独創性に欠けた無難なビジュアルは、消費者の視線を惹きつけることが難しくなるほか記憶にも残りにくくなります。
創造的で革新的なビジュアルを制作することで、自然と広告に目がとまり商材のイメージや世界観に対する印象が鮮明に残りやすくなります。

⓪ インパクトのある広告ビジュアルを制作するポイント

- 動画やアニメーションで動きをつける
- 商材・ブランドのコンセプトを配色やフォントで表現する
- CGを用いて実際の画像・写真では出せない世界観を表現する　など

④視覚と聴覚によるアプローチ

視覚と聴覚の両方にアプローチすることにより、静止画やテキストのみの広告と比べて強いインパクトを与えられます。
動画や音声を取り入れた広告は、短時間で多くの情報量を伝えることが可能です。テキストを読むことなく商材の特徴・魅力を直感的に理解できるほか、記憶にも残りやすくなります。効果的な広告媒体には、テレビCMやインターネットCM、SNS動画広告、デジタルサイネージ広告などが挙げられます。

⓪ 視覚と聴覚にアプローチする手法例

- 強調や注意を引きたいところで効果音を入れる
- リズミカルなキャッチフレーズを入れる
- サウンドロゴを流す　など

なお、テレビCMや動画広告の効果についてはこちらの記事で解説しています。



テレビCMの広告効果とは。費用対効果を高める3つのコツ

テレビCMは広告手法として代表的なものの一つです。テレビCMを放映することで、幅広い層の視聴者に対して一斉にアプローチできます。しかし、近年ではインターネット広告の市場規模が大幅に拡大しており、広告の出稿先に関する選択肢は従来よりも多様化しているといえます。この記事では、テレビCMの特徴や期待できる効果、費用対効果を高めるポイントについて解説します。
フジテレビ for Business



動画広告で期待される効果とは。配信方法の種類や媒体を選ぶ際のポイント

近年、日本のデジタル広告市場が成長を続けており、インターネット広告においてユーザーへの高い訴求効果が期待できる配信形態として“動画広告”が注目されています。この記事では、動画広告の効果や種類、出稿できる媒体、制作方法などについて解説します。
フジテレビ for Business

⑤視認性の高い媒体の選定

インパクトのある広告にするには、高い視認性を確保することがポイントです。
遠くからでも見える場所や大きな画面で広告を配信できるメディアなど、視認性の高い媒体を選ぶことで効率的に認知を獲得できます。
大きな画面で視聴できるテレビメディアや大型デジタルサイネージを用いた広告が有効です。

✓ 視認性の高い広告媒体の例

- テレビCM
- コネクテッドTV配信広告
- 大型デジタルサイネージ広告
- スタジアム広告　など

なお、コネクテッドTVはインターネットに接続して動画配信サービスを視聴できるテレビ端末を指します。広告の出稿先として注目される理由や活用法は、こちらの記事をご確認ください。



コネクテッドTVとは。広告の出稿先として注目される理由

近年、企業の広告戦略に活用できる媒体として新たに“コネクテッドTV（CTV）”が注目されています。この記事では、コネクテッドTVの仕組みや広告の出稿先として注目される理由、広告施策での効果的な活用方法について解説します。
フジテレビ for Business

⑥パーソナライズ化した情報の提供

消費者の興味関心を惹きつけるには、広告で提供する情報をパーソナライズ化することもポイントの一つです。
ユーザー属性やWeb上の行動履歴などを基に興味関心に合わせた広告を表示することで、見る人が“自分ごと”として捉えやすくなり購買行動を後押しできます。

✓ パーソナライズ化できる広告配信方法の種類

手法	概要
ターゲティング広告	ユーザー属性（年齢・性別・地域など）をセグメントして、事前に設定した広告を配信する方法
パーソナライズド広告	Web上の行動や購買履歴などのデータに基づいて最適化された広告を自動で配信する方法

これらの配信方法は、インターネットを介して広告を配信できるSNSや動画配信サービスなどで取り入れられています。

3.まとめ

この記事では、広告について以下の内容を解説しました。

- インパクトのある広告が持つ効果
- インパクトのある広告をつくるポイント

広告の効果を最大限に引き上げるには、視覚的な印象を強めたり、感情的な訴求を取り入れたりして見る人に与えるインパクトを強めることが重要です。
なかでもテレビCMと動画広告は、ストーリーや動きのある映像コンテンツを配信できる強みがあります。さらに、コネクテッドTVを介した広告配信は、普段テレビを見ない層にもリーチすることが可能です。

『フジテレビ for Business』では、地上波のテレビやTVerをはじめとするインターネット動画配信サービスでの広告出稿をサポートしています。多彩な番組のなかから、貴社の出稿目的・商材にマッチした広告運用を行えます。

詳しくは、こちらの資料をご確認ください。



『10分で分かる！ＣＭスタートガイド』

「これからテレビＣＭやインターネットＣＭをはじめてみたいけど、いったい何からやればいいかわからない・・・」 そんなお悩みにお答えするため、最低限おさえておきたい基礎知識を厳選し、15ページにギュギュっと凝縮！
フジテレビ for Business