

LINE広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告

# クリエイティブ事例集

## 2025年11月号

LINEヤフー株式会社コーポレートビジネスカンパニー  
ビジネスデザイン統括本部

2025/11

LINEヤフー

# 本資料について

LINE広告・Yahoo!広告のスペシャリストがそれぞれの媒体で見られた  
クリエイティブ表現の傾向を考察し、効果の出やすいパターンをシェアします。

LINE広告の  
クリエイティブ表現

共通パターン

Yahoo!広告の  
クリエイティブ表現

活用シーン

- ・新しい表現や文言の検討
- ・LINE広告またはYahoo!広告で効果が出ているパターンの横展開
- ・LINE広告・Yahoo!広告を横断したクリエイティブ制作

# LINE Creative Labのテンプレートを使ってみよう！

- 本書で紹介した事例の一部が、そのままLINE Creative Labのテンプレートとして使用できます！
- 「テンプレートを使ってみる」から編集画面に遷移できますので、ぜひご自身の商材に合わせてカスタマイズしてご活用ください。
- さまざまなテンプレートや図形のご用意がありますので、**デザイナーでなくても簡単にクリエイティブが作れます。**

LINE広告  
Yahoo!広告  
どちらにも  
対応！



## ✓ テンプレートを選択してそのまま入稿！

テンプレートを選択

色やテキストなどを編集

完成



テンプレートを使ってみる



商材・業種に合わせて  
アレンジ！

作成したクリエイティブは  
そのまま入稿◎



## LINE Creative Labとは？

LINE広告 / LINE公式アカウント / Yahoo!広告  
専用のクリエイティブを誰でも簡単に作成できる  
**無料ツール**です。

豊富なテンプレートや、初心者でも活用できる  
エディター機能が用意されており、  
直接LINE広告マネージャー / Yahoo!広告管理  
ツールへ送信が可能です。

LINE Creative Lab



<https://creativelab-tips.line.me/ja/>

# 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表現をご紹介します。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もの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し、その中でもCTRや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。
- 広告に掲載するキャンペーンなどに適用条件がある場合は、条件がある旨を広告内に、詳細をリンク先ページに記載してください。

# Contents

- 01 LINE広告**
- 02 Yahoo!広告**
- 03 関連資料**

# LINE広告

# 人物中心の構図を活用する



## この表現について

実際の求職者層に近い人物を中心に配置することで、共感と親近感を喚起し、視線の滞留時間を高めます。

特に看護師・介護士といった「具体的職種を想起させる人物像」はクリック率を押し上げる傾向にあります。

人物の表情で「安心」「前向き」などポジティブな印象を与えることも、エンゲージメント向上の要因となっています。

展開しやすい業種

人材、教育・資格

表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)  
LINE NEWS (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 明るい背景・白基調の配色を取り入れる



## この表現について

白や淡い背景を基調としたクリエイティブは、清潔感・信頼感を醸成しやすく、情報の視認性も高い点が特徴です。特に人材業種では「誠実さ」「安心感」を連想させる色調がクリック率を高めやすく、派手な彩度よりも落ち着いたトーン×明快な情報構成が好結果に繋がります。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)  
LINE NEWS (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 採用強化中のメッセージ表現



## この表現について

「採用強化中」「〇ヶ月以内の急募」といった動的メッセージがクリックを促進しています。  
求職者にとって“チャンスのタイミング”を強調する表現が有効であり、希少性や即時性を演出することが効果的です。

展開しやすい業種

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。

分析対象期間： 2025年9月

# ブロックや枠線で要素を整理する



## この表現について

ブロックや枠線で要素を整理した整然としたレイアウトがクリック率上位に寄与しています。

金融・保険業種では「構造的で信頼感のある見た目」が重要であり、安定した構成は安定感・秩序感を演出しながら視線誘導を最適化します。

要素を四角形の領域に分け、タイトル・ビジュアル・遷移を促す要素を段階的に見せる設計が効果的です。

展開しやすい業種 金融・保険

表現が見られた掲載面 LINE NEWS (1:1)  
LINE NEWS (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 気づきを与える表現



## この表現について

「知らなかった〇〇」「初心者歓迎」など、ユーザーの知識ギャップや疑問に寄り添う訴求が高いエンゲージメントを示しました。

人は「自分が知らないことがある」と気づくと自然と情報を求める心理が働くため、教育型・啓発型訴求はクリック率を高めやすい傾向にあります。

保険・金融のような業種では、「わかりやすさ」「初心者向け」を強調することで心理的ハードルを下げるのが有効です。

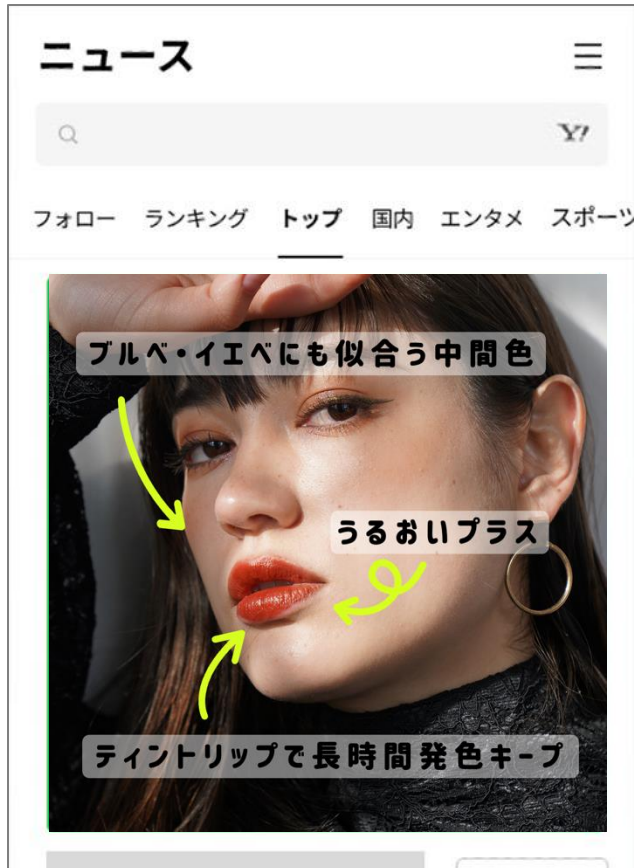
展開しやすい業種

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。

分析対象期間： 2025年9月

# コピーと矢印で視線を誘導する



[テンプレートを使ってみる](#)

※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。

## この表現について

「矢印を使ったコピー演出」は、視線を導きながら情報をわかりやすく伝える効果的なデザインです。商品の特徴を矢印を用いて示すことで、ユーザーは一瞬で「何を伝えたい広告か」を理解できます。スクロール中でも自然に目が止まり、クリックに繋がります。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

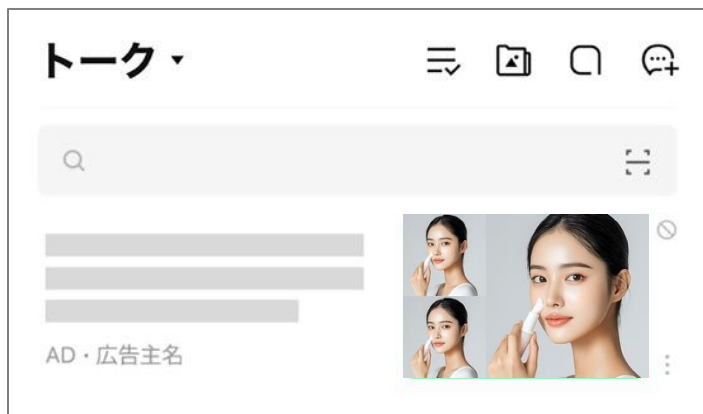
表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)  
LINE NEWS (1.91:1)

分析対象期間： 2025年9月

# 同一画像を複数活用する

LINE広告



## この表現について

同じ画像を繰り返すことで、視覚的なインパクトが増し、ユーザーの目を引きやすくなります。使用シーンや対象を見せることで、製品の用途や使用方法を効果的に伝えます。

[LINE Creative Lab](#)では「コラージュ」機能で、複数の画像を組み合わせた1つの画像が簡単に制作できます。（[分割レイアウトを作りたいなら「コラージュ」機能を使ってみよう!](#)）

**展開しやすい業種** 業種問わず活用可能

**表現が見られた掲載面** LINE トークリスト (3:2)

## 注意点

人体や動物の局部が強調された画像が複数写っている場合は掲載不可になる可能性があります。ご注意ください。

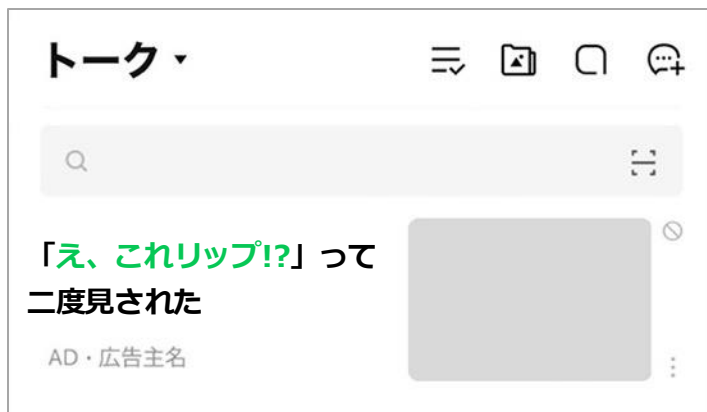
[LINE広告審査ガイドライン](#)

[ユーザーが不快と感じるおそれがある表現の禁止](#)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# リアクション表現



## この表現について

リアクション表現は、感情的で会話調のコピーにより広告感を抑え、ユーザーの共感や好奇心を刺激します。  
読み手の“情動共鳴”を起こしやすく、スマホスクロール中でも自然に視線を止めてもらいやすくなります。  
短文・疑問形・絵文字を適度に用い、自然な口コミトーンを意識することで、効果的な訴求ができます。

## 展開しやすい業種

コスメ、美容・健康食品、ファッション

## 注意点

化粧品・医薬部外品・医薬品などの商品に関しては、使用体験談や効能を想起させるような表現は掲載不可となるためご注意ください。

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# Yahoo!広告

# スーツ姿の人物ビジュアルを活用する



## この表現について

スーツ姿の人物を中心に構成することで、「信頼感」や「誠実さ」を視覚的に訴求しています。特にオフィスワーク・転職支援といった商材で、スーツ姿が“社会的信用の象徴”として機能しており、ユーザーに「きちんとした求人」「安心できる企業」といった印象を与えやすい傾向にあります。また、視線が正面を向いた人物構図はクリック率を押し上げやすく、誠実で前向きな印象形成に寄与しています。

展開しやすい業種 人材

表現が見られた掲載面 Yahoo! JAPANトップページ (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 視線を意識した中心軸での配置する



## この表現について

数字や条件など“成果を伝える情報”は、視線が自然に集まる中心軸へ配置するのが理想です。

メインメッセージを一か所にまとめることで、情報の焦点を明確にし、スクロールした時の可読性が向上します。

さらに、余白を広くとることで、テキストの強さと信頼性がより引き立つ構成になります。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

表現が見られた掲載面

Yahoo! JAPANトップページ (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# ユーザーがもつ問題や課題をフックにする

## この表現について

「転職先が決まらない」「理想の求人が来ない訳」など、ユーザーの悩みや不安を入り口にした表現が多く見られます。課題を提示してから求人情報を提示することで、“自分ごと化”を促進し、クリック意欲を高める構造になっています。特にYahoo!広告では、論理的・課題解決型のトーンが好まれやすく、転職・再就職系広告との相性が高い訴求パターンです。

展開しやすい業種

人材、教育・資格

**経験を活かせず悩む方へ**

広告主名

広告 ⓘ

**転職が不安？今の職場を見直そう**

広告主名

広告 ⓘ

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 金額情報を中央に配置する

新規NISA口座開設の方対象  
アプリでの積立投資ご利用で  
最大 **10,000円**  
キャッシュバック  
20XX年6月10日(火) - 8月31日(土)  
LOGO  
広告主名 広告 ⓘ  
テンプレートを使ってみる

## この表現について

金額情報を画面中央に大きく配置するレイアウトが高いクリック率傾向を示しました。

特にファーストビューで訴求内容を瞬時に理解できることが重要視されており、中央配置は視線が自然に集まりやすく、ブランドロゴやCTAを下部に整理することで、安定感と情報伝達の速さを両立できます。

余白を十分に確保し、メインコピーを一行で完結させるデザインが効果的です。

展開しやすい業種 金融・保険

表現が見られた掲載面 Yahoo! JAPANトップページ (1.91:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 金融ベネフィットを訴求する



## この表現について

「お得」「割引」「特典」など、金銭的メリットを直接伝える表現がクリック率向上に寄与しています。金融や保険分野では、安心感だけでなく「具体的な利得」を提示することが行動を後押しします。

「〇〇するだけで」「無事故なら」「今なら無料」など、“条件付きのメリット提示”が特に高反応です。ただし過度な煽りではなく、堅実で信頼性のある文調で訴求する点が重要です。

## 展開しやすい業種

金融・保険、教育・資格

## 表現が見られた掲載面

Yahoo! JAPANトップページ (1.91:1)  
Yahoo! JAPANトップページ (1:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 信頼感を強調する



## この表現について

「公式」「認定」「信頼の」など、公的・確証性のある表現がクリック率向上に寄与しました。

保険・金融の業種では、情報の信頼性・安全性が重視される傾向が強く、信頼を裏付けるキーワードの有無がクリック判断を左右します。

また、ブランドロゴや企業名を組み込むことで、一瞬で“正規情報”と認識されやすくなり離脱を防止します。

安心・誠実・公的印象を持つコピー構成が理想的です。

展開しやすい業種 金融・保険

## 注意点

公式サイトに遷移しない場合は、ユーザーに「公式サイト」であると誤解を与えないようご注意ください。

[Yahoo!広告ヘルプ](#)

[ユーザーの意図しないサイトへ誘引するもの](#)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 質感のある商品画像を活用する



## この表現について

商品画像は、コスメ広告においてブランドの印象を決める大切な要素です。

清潔さや高品質さを自然に伝えたり、全体の印象が明るくなるような質感を加えることで、商品への期待感を向上させます。また、形や色のデザインを継続して使用することで、商品自体がブランドの象徴となり、見る人に安心感と認知の一貫性を与えることができます。

**展開しやすい業種** コスメ、美容・健康食品、ファッション、総合通販

**表現が見られた掲載面** Yahoo! JAPANトップページ (1:1)

※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。

分析対象期間： 2025年9月

# 限定・希少性の訴求をする



## この表現について

ユーザーの「逃したくない」という心理を活用し、即時行動（クリック・購入）を促すことができます。限定感があると、「今だけ」「特別」「選ばれた人向け」と感じさせ、購買動機を短時間で高める効果があります。また、バナーにも視覚的な限定感を演出するとより効果的です。

## 展開しやすい業種

コスメ、美容・健康食品、ファッション、総合通販

※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。

分析対象期間： 2025年9月










# 関連情報

# LINEヤフー 運用型広告 主要アスペクト比まとめ

本資料の分析対象の商品リストです。

アスペクト比が同じ商品もございますので、両媒体出稿の効率的に活用いただけます。

詳細は入稿規定をご確認ください。

	静止画			動画			
	アスペクト比 推奨サイズ (pixel)		フォーマット・ ファイルサイズ	アスペクト比 推奨サイズ (pixel)	フォーマット・ ファイルサイズ		
<p><b>LINE広告</b></p> <p><a href="#">入稿規定</a></p>	<p><b>1:1</b> 1080 × 1080 Square</p> 	<p><b>1.91:1</b> 1200 × 628 Card</p> 	<p><b>3:2</b> 600 × 400 画像(小) 画像(アニメーション)</p> 	<p>■ Square、Card、画像(小) JPEG、PNG 10MB以下</p> <p>■ 画像(アニメーション) PNG (APNG) 最大300KB</p>	<p><b>1:1</b> 1280 × 1280 以下</p> 	<p><b>9:16</b> 1080 × 1920 以下</p> 	<p>MP4、MOV 最大1GB以内</p>
<p><b>Yahoo!広告</b></p> <p><a href="#">入稿規定</a></p>	<p><b>1:1</b> 1200 × 1200</p> 	<p><b>1.91:1</b> 2400 × 1256</p> 	<p>-</p>	<p>JPEG、PNG 推奨300KB以内</p>	<p><b>1:1</b> 600 × 600 以上</p> 	<p><b>16:9</b> 640 × 360 以上</p> 	<p>MP4、MOV 最大200MB</p>

# クリエイティブ制作のお役立ち情報

クリエイティブ制作に役立つツールや情報をご紹介します。

## LINE Creative Lab

[詳細を見る](#)

- ✓ LINEヤフーが提供する無料の広告作成ツール

LINEヤフーが提供する**無料**の広告作成ツール!

# LINE Creative Lab

作成できない  
時間がない  
効果が出ない

**クリエイティブの悩みを解決!**

- 01 すぐ使える豊富なデザインテンプレート
- 02 幅広い業種に対応!
- 03 最短30秒! 作成してそのまま入稿

## Creative Inspiration

[サイトを見る](#)

- ✓ 最新情報や定期コンテンツを随時更新中!
- ✓ 広告クリエイティブ考案や制作テクニックの学習に!

LINE Creative Inspiration

ディスプレイ広告 | LINE公式アカウント | LINEプロモーションスタンプ | LINE Creative Lab | そのほか

JP

- LINEプロモーションスタンプ: スタンプ制作のヒント PR表現のポイント
- Creative Lab・LINE広告: 直近の実績から分析 効果良好 テンプレートデザイン紹介 -Part.2-
- Creative Lab・Yahoo!広告: LINE Creative LabはYahoo!広告のテンプレートも充実! -Part.1-



**LINEヤフー**