

LINE広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告

クリエイティブ事例集

2026年2月号

LINEヤフー株式会社コーポレートビジネスドメイン
ビジネスデザインSBU

2026/2

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

画像とテキストを上下で配置する

LINE広告

[類似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

上段に配置した画像で商品パッケージや想定ターゲットを直感的に伝え、下段のテキストで商品特徴や健康の疑問点を比較的長文で提示する構成が多く見られました。

画像によって関心を喚起しつつ、テキストではあえて情報を出し切らず続きを想像させることで、「この先を知りたい」という意識を生み出し、クリックにつなげています。

展開しやすい業種 美容・健康食品

表現が見られた掲載面 LINE NEWS (1:1)

注意点

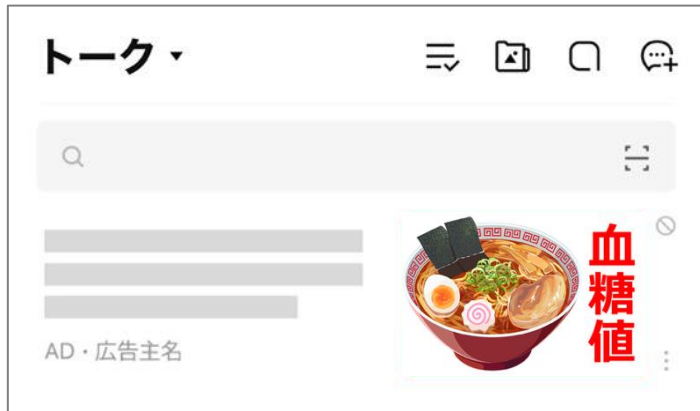
LINEのコンテンツ（LINE NEWS）と混同されるおそれのある表現については、ユーザーに誤解を与える可能性があるため、掲載できません。

[LINE広告審査ガイドライン - 紛らわしく誤解を与えるような表現の禁止](#)

分析対象期間：2025年12月

悩みを文字で強調する

LINE広告



この表現について

画像内に赤字や太字で悩みを直接書く構成が多く見られました。写真だけに頼らず、ユーザーの課題感を表現した単語や「〇〇したい」など、文字で補足することで、関心のあるユーザーの注目を集めます。

展開しやすい業種 美容・健康食品

表現が見られた掲載面 LINE トークリスト (3:2)

注意点

コンプレックス要素として特に強いワードのみを強調する表現については、不可となる可能性がございますのでご注意ください。
[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12月

知らない事実を示す

LINE広告



この表現について

「知らない」「実は〇〇」など、意外性のある切り口が多く見られます。自分が知らない情報かもしれない、という心理が働き、続きを見たくなる動機になっています。

展開しやすい業種

美容・健康食品

※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12月

人物入りの利用シーンを見せる



[類似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

人物と車と一緒に写っているクリエイティブは、利用シーンが想像しやすく、生活との結びつきが強まっています。感情的な共感が生まれ、行動を後押ししています。

展開しやすい業種

自動車

表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)

分析対象期間：2025年12月

お得さを一目で伝える



この表現について

クリック率が高い事例では、価格や特典、限定性などの「お得さ」が視認した瞬間に理解できる構成が共通しています。検討前のユーザーでも興味を持ちやすく、内容理解に迷わせない点が成果につながっています。

展開しやすい業種 自動車、ファッション、美容・健康食品、総合通販

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12月

行動を後押しする言葉を入れる



この表現について

「今だけ」「(施策終了日)まで」など、行動のタイミングを示す言葉が含まれるタイトルは、クリック率が高い傾向です。後回しにできない印象を与えています。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

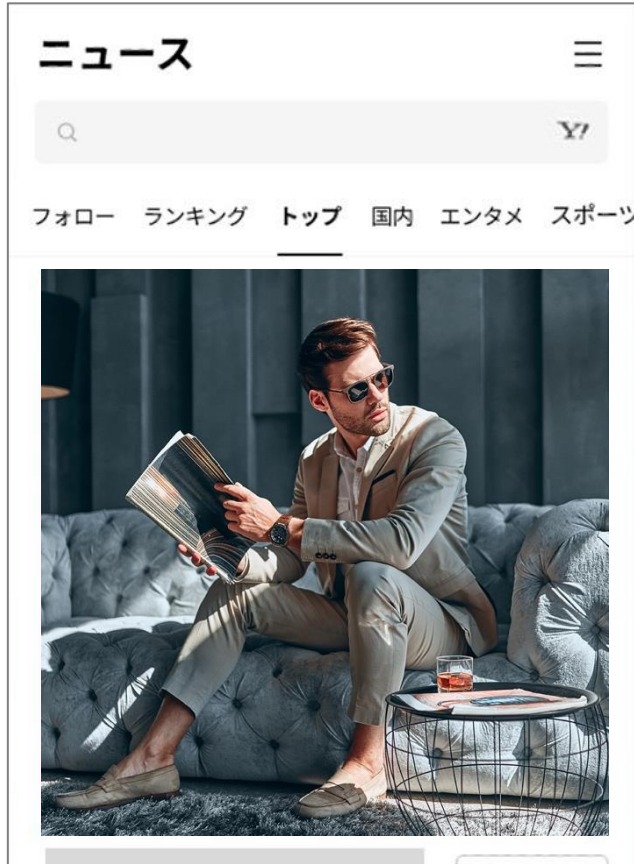
注意点

優良誤認・有利誤認を防止するため、具体的な期間を明記していただくなど、補足のご対応をお願いいたします。

※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12月

世界観が一目で伝わる静止画にする



この表現について

クリック率が高い事例は、商品説明よりも先にブランドやスタイルの世界観が直感的に伝わっています。色味、空気感、モデルの雰囲気統一することで、ユーザーの趣味嗜好とブランドのスタイルが合っていることが一目で伝わり、詳細を読まなくても興味を持たれやすい構成が有効です。

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12月

抽象表現で興味を引く

LINE広告



この表現について

クリック率が高いタイトルは、商品の詳細説明よりも、感情や雰囲気伝える抽象的な言葉が使われています。続きを見たくなる余白を残すことで、タップを誘発しています。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

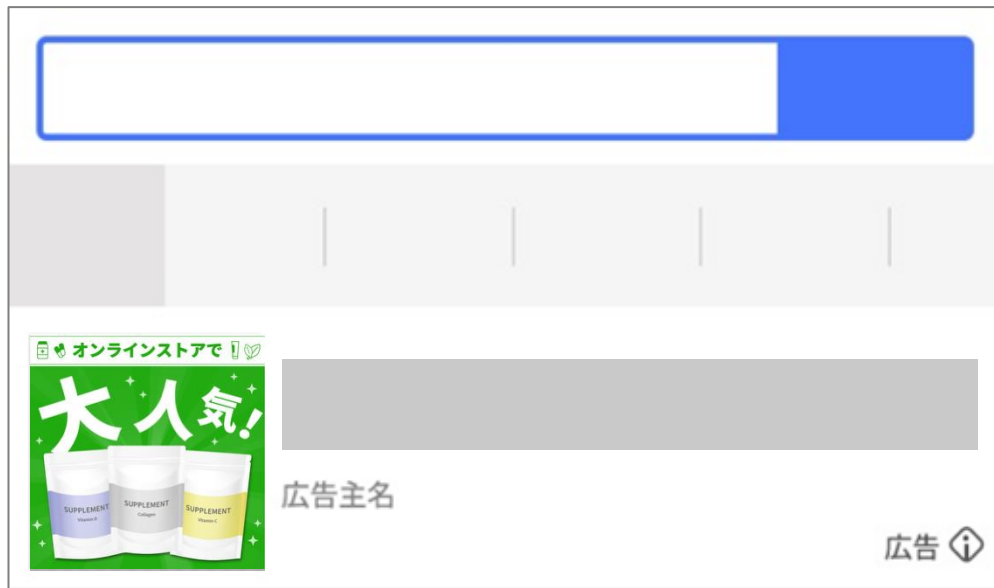
※紹介している内容について、本資料の「注意事項」を必ずご確認ください。

分析対象期間：2025年12月

Yahoo!広告

パッケージを見せる

Yahoo!広告



[類似テンプレートを使ってみる](#)

この表現について

高クリック率の静止画の多くが、商品パッケージを明確に視認できる構成になっています。情報や悩み訴求だけで終わらず、「最終的に何の商品の話か」を画像内で完結させることで、広告としての納得感と安心感を同時に担保しています。

展開しやすい業種

美容・健康食品

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12月

断定せず疑問形で投げる



この表現について

タイトルでは言い切らず、「なぜ?」「本当?」などの疑問形にすることで続きを読みたくさせる表現が多く見られています。結論を隠すことで、クリック後の情報探索欲求を刺激しています。

展開しやすい業種

美容・健康食品

※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12月

価格数字を大きく配置する

Yahoo!広告



この表現について

成果の出ている静止画では、価格や割引額が大きな数字で強調されています。
視認性が高く、スクロール中でも内容が瞬時に伝わるため、クリックされやすい傾向です。

展開しやすい業種 自動車

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12月

人物を配置する

Yahoo!広告



この表現について

スタッフや利用者が写っている静止画は、無機質になりがちな商材でも親しみや信頼感を与えます。特に初回利用を想定する商材で効果が高い傾向です。

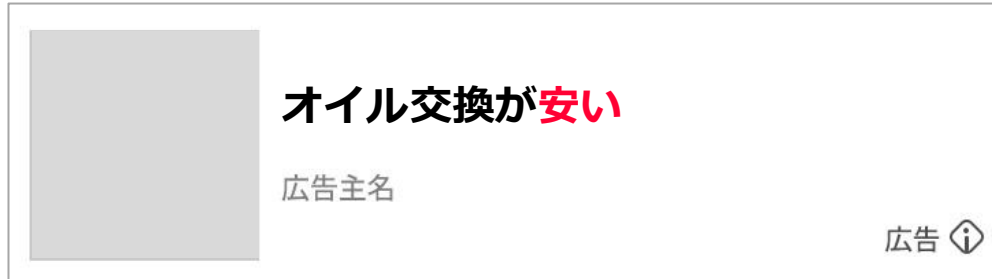
展開しやすい業種 自動車

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12月

お得・安さを即断できる言葉を入れる



この表現について

クリック率が高いタイトルには、「安い」「お得」「〇〇円～」など、価格メリットを即座に理解できる表現が多く見られます。比較検討の前段階でも価値が伝わりやすく、視認した瞬間にクリック判断が行われやすい点が特徴です。

展開しやすい業種

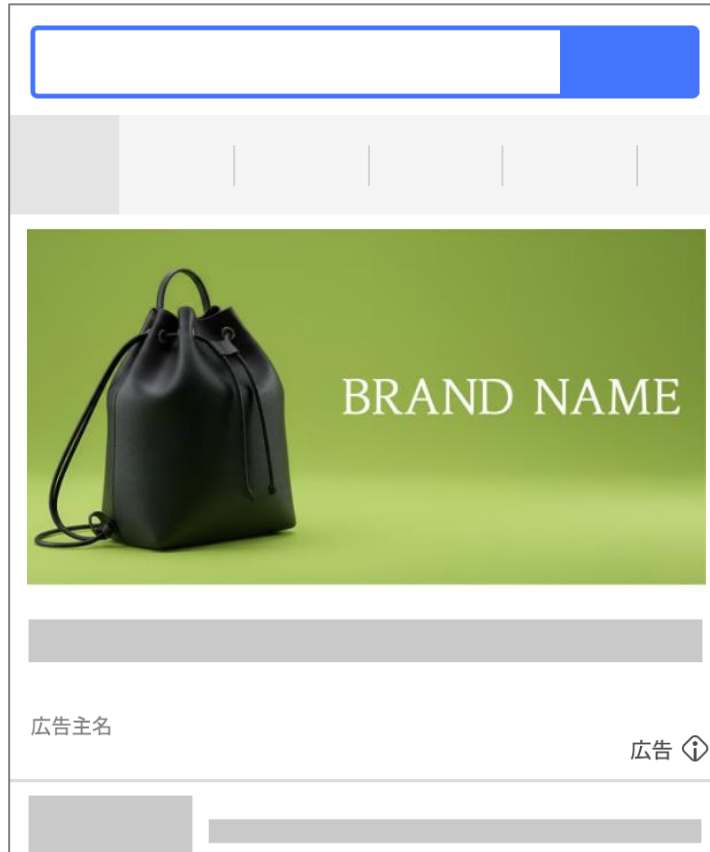
自動車、総合通販

※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12月

商品単体を大きく見せる

Yahoo!広告



この表現について

成果の高い静止画では、背景をシンプルにし、商品そのものを大きく配置しています。

余計な装飾を減らすことで視線が迷わず、商品価値が直感的に伝わりやすくなっています。

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)
 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12月

着用・使用シーンを見せる

Yahoo!広告



この表現について

モデルの着用画像や使用シーンが入っている静止画は、生活の中で使うイメージが湧きやすく、クリックにつながりやすい傾向があります。
サイズ感や雰囲気が一目で伝わります。

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)
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12月

ベネフィットを端的に伝える



この表現について

商品名だけでなく、利便性や機能性などの利用メリットを短く入れたタイトルは、ユーザーが自分事化しやすく、高い反応を得ています。

展開しやすい業種

指定 or 業種問わず活用可能

※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。

分析対象期間：2025年12月




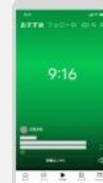




関連情報

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>LINE広告</p> <p>入稿規定</p>	<p>1:1 1080 × 1080 Square</p> 	<p>1.91:1 1200 × 628 Card</p> 	<p>3:2 600 × 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>1:1 1280 × 1280 以下</p> 	<p>9:16 1080 × 1920 以下</p> 	<p>MP4、MOV 最大1GB以内</p>
<p>Yahoo!広告</p> <p>入稿規定</p>	<p>1:1 1200 × 1200</p> 	<p>1.91:1 2400 × 1256</p> 	<p>-</p>	<p>JPEG、PNG 推奨300KB以内</p>	<p>1:1 600 × 600 以上</p> 	<p>16:9 640 × 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 すぐに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

LINE Creative Inspiration

- 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
ブランドイメージを魅力的に伝えよう!
2025.03.10
クリエイティブTips | LINEプロモーションスタンプ
- 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-
LINE広告で効果が良好! テンプレートデザイン紹介 -Part.2-
CTR (クリック率) が良かったLINE Creative Labのテンプレートデザインを紹介します!
2025.02.28
テンプレート | 活用ヒント | LINE広告 | LINE Creative Lab
- 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 Creative LabはYahoo!広告のテンプレートも充実! -Part.1-
Yahoo!広告の食販サービス・コスメ・健康食品・人材サービス・ファッションで使えるテンプレートをビッ...
2024.09.10
LINE Creative Lab | テンプレート | Yahoo!広告



LINEヤフー