

LINEヤフー広告 ディスプレイ広告

# クリエイティブ事例集

## 2026年6月号

LINEヤフー株式会社  
クリエイティブプランニングディビジョン

2026/6

LINEヤフー

# 本資料について

LINEおよびYahoo! JAPANの各掲載面におけるクリエイティブの傾向を分析し、効果の出やすいパターンをご紹介します。

## LINEヤフー広告

### LINE掲載面の傾向



### Yahoo! JAPAN掲載面の傾向



### 活用シーン

- ・ 新しい表現や文言の検討
- ・ 各掲載面で効果が出ている表現の横展開
- ・ 媒体を横断したクリエイティブ制作

# LINEヤフー 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ヤフー 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。
- さまざまなテンプレートや図形のご用意があります。
- 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。

LINE / Yahoo! JAPAN 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ヤフー Creative Labとは？

LINEヤフーのディスプレイ広告 / LINE公式アカウント 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ヤフー 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ございませんのでご注意ください。
- LINE広告と旧Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）を対象に、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ヤフー広告 広告掲載基準、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。
- 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掲載面のクリエイティブ傾向
- 02 Yahoo! JAPAN掲載面のクリエイティブ傾向
- 03 関連資料

# LINE掲載面のクリエイティブ傾向

# 文字のみで悩みを表現

LINE掲載面



## この表現について

ビジュアルを排除し、ターゲットが直面している悩みを文字のみで中央に配置しています。装飾を抑えたデザインが、「客観的な事実」として受け取られやすく、同様の悩みを抱える当事者の注意を引きつける傾向があります。

展開しやすい業種 金融・保険、人材、教育・資格

表現が見られた掲載面 LINE トークリスト (3:2)

## 注意点

人体のコンプレックス部分が露骨に表現されているものなど、ユーザーに不快感、嫌悪感、恐怖感を与えるような表現はできません。また、ユーザーに過度な不安感を与えるおそれのある表現も不可となりますのでご注意ください。

[LINEヤフー広告 広告掲載基準 第8章広告表現規制 3. ユーザーに不快感を与えるような表現](#)

※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： 2026年4月

# 成分名の明記

LINE掲載面



[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

感情に訴えるのではなく、特定の成分名を提示することで納得感を高めます。  
機能性を重視するユーザーに対して論理的な裏付けを提供し、行動を後押しします。

展開しやすい業種      コスメ、総合通販・小売、食品・飲料

表現が見られた掲載面      LINE NEWS (1:1)

## 注意点

配合成分を健康訴求と関連づけた表現（栄養機能食品の栄養機能表示等）は掲載不可です。

分析対象期間： 2026年4月

# 「」を用いたセリフ表現



## この表現について

「」で囲んだセリフ表現を用いることで、  
説明的な文章に比べてユーザーが自分事として捉えやすくなり、  
クリック率の向上が期待されます。

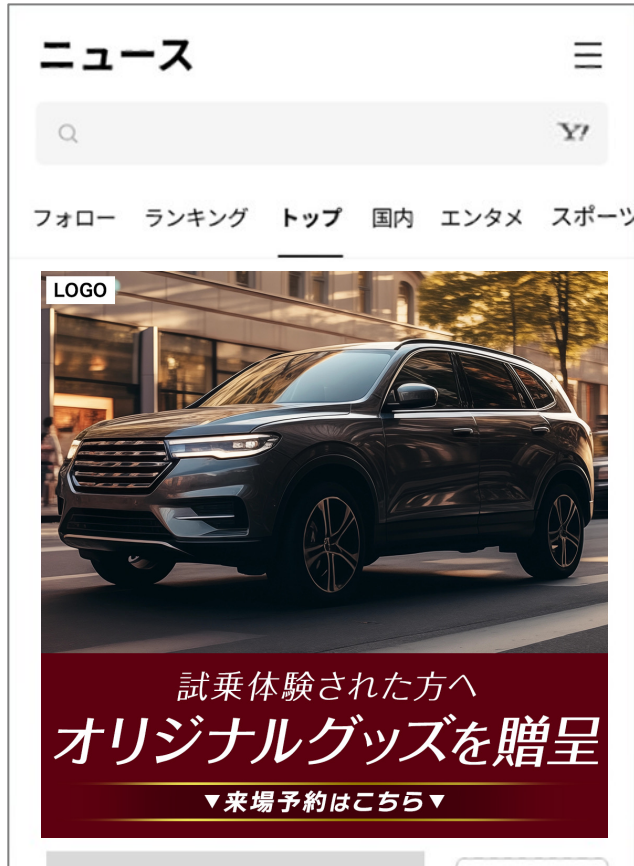
展開しやすい業種

人材、教育・資格、自動車、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： 2026年4月

# ビジュアルとテキストの領域を分けたレイアウト



## この表現について

ビジュアルで「情緒的な体験」を伝えつつ、  
 テキストでは余計なノイズなく「具体的なメリットや数値」を  
 届けることが可能です。  
 情報の役割が分かれることで、一瞬で内容を判別できる視認性の  
 向上と、情報の整理による自分事化を促します。

展開しやすい業種

人材、教育・資格、自動車、金融・保険

表現が見られた掲載面

LINE NEWS (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： 2026年4月

# □語表現



## この表現について

話し言葉に近い表現は、ユーザーの心理的ハードルを下げ、自分に向けられたメッセージだと感じさせる効果があります。店舗でスタッフが目の前の顧客に語りかけているようなトーンを用いることで、サービスの信頼性を担保し、安心感を与えます。

展開しやすい業種

人材、教育・資格、自動車、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： 2026年4月

# 人物画像でブランドの世界観を伝える



## この表現について

カタログ的な白背景ではなく、ロケ地や光の当たり方にこだわった人物画像を使うことで、ブランドが持つ独自の雰囲気やライフスタイルを直感的に表現します。

これにより、ユーザーは自分自身の着用シーンを具体的にイメージしやすくなり、共感と憧れを醸成することで、高いクリック率やブランド想起の向上が見込めます。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、コスメ

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： 2026年4月

# 質感のある背景で商品を引き立てる



## この表現について

商材を中央に配置しつつ、背景に質感のある素材や色味を敷くことで高級感を演出しています。  
カタログ風の清潔感がクリックを促します。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、コスメ

表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)  
LINE NEWS (1.91:1)  
LINE トークリスト (3:2)

※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： 2026年4月

# ブランド名や商品特徴を記号で強調する



## この表現について

商品をアピールするキーワードを【】で囲み、新作やセール情報と組み合わせて見せる手法が安定して見られます。情報の整理と視認性向上に効果的です。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売・コスメ

※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： 2026年4月

# Yahoo! JAPAN 掲載面のクリエイティブ傾向

# 日常の不安を具体的なワードで表示する



[類似テンプレートを使ってみる](#)

## この表現について

ターゲットが日常的に抱える不安そのものを具体的な単語として画像内に大きく配置します。  
不安を指す言葉と商品を同一画面で見せることで、悩みの解決策であることを瞬時に認識させ、高いクリックを誘発しています。

展開しやすい業種 金融・保険、人材、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)

## 注意点

人体のコンプレックス部分が露骨に表現されているものなど、ユーザーに不快感、嫌悪感、恐怖感を与えるような表現はできません。  
また、ユーザーに過度な不安感を与えるおそれのある表現も不可となりますのでご注意ください。

[LINEヤフー広告 広告掲載基準 第8章広告表現規制 3. ユーザーに不快感を与えるような表現](#)

※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： 2026年4月

# 数値や条件で希少性を演出



## この表現について

「今日だけXX%OFF」や「お1人様1回限り」といった条件を具体的な数値で強調し、ターゲット層の「今、試してみたい」という期待感を高め、クリックや検討を促します。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、旅行

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： 2026年4月

# 企業名を冒頭に記載する



## この表現について

歴史や認知度の高い企業名をタイトルの主語に据えることで、機能性に加えて「社会的信用」も明確に伝えています。ブランドの権威性を活用し、健康課題を抱えるターゲット層の心理的ハードルを下げることで、視線とクリックを自然に誘導します。

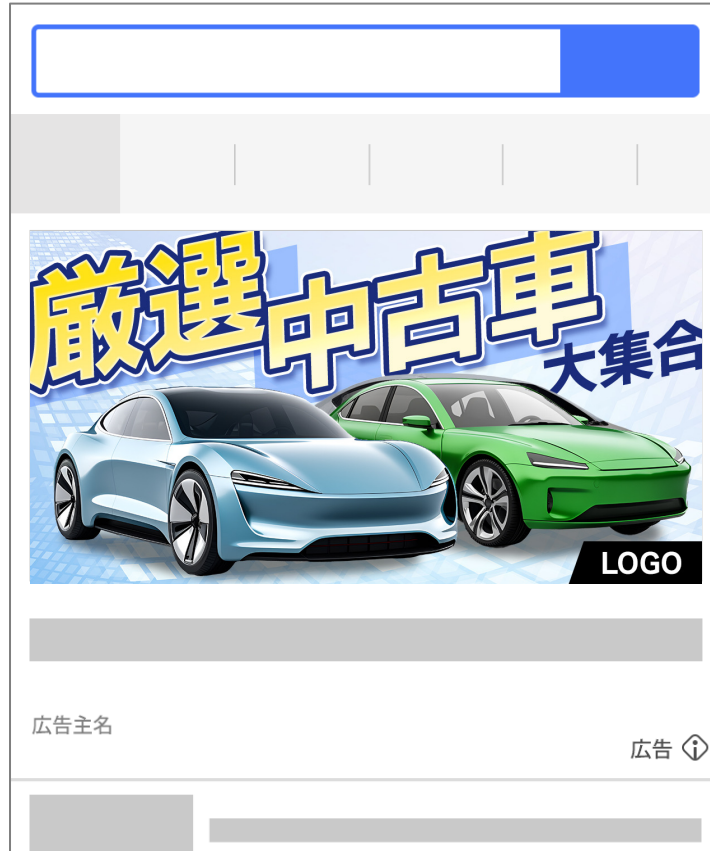
展開しやすい業種

コスメ、金融・保険、自動車、不動産

※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： 2026年4月

# 斜めアングルの車体画像とキャッチコピーで構成する



## この表現について

商材を最も立体的に見せる斜め前からのアングルの画像が多く見られました。  
車種を視覚的に訴求しながら、簡潔なテキストで特徴やサービスを補足することで、ユーザーの関心を高めます。

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)  
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： 2026年4月

# 定量的なベネフィットを伝える



## この表現について

取扱商品数や価格など、定量的なベネフィットを伝えることで、お得感を瞬時に伝えクリックへ繋がっています。  
販売形態や車種名と組み合わせることで商材把握がされやすくなります。

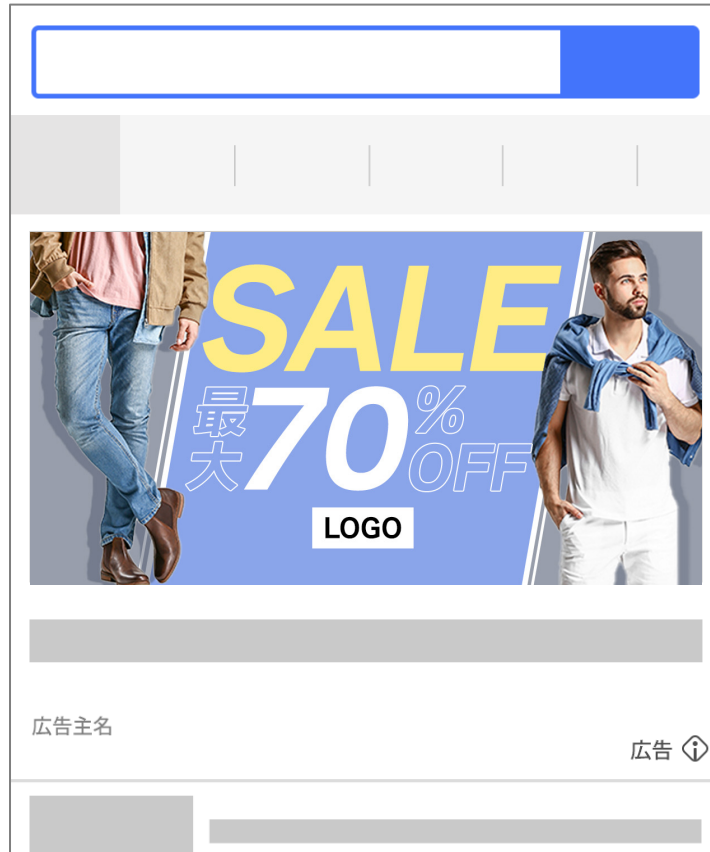
展開しやすい業種

自動車

※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： 2026年4月

# セール情報を大きく中央に記載する



## この表現について

割引率や価格など、具体的な数字を大きく目立たせることでユーザーの興味を惹いています。  
文字情報を整理し、お得感を一目で伝えることが重要です。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、コスメ

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： 2026年4月

## チラシ風表現

Yahoo! JAPAN掲載面



## この表現について

新聞の折り込みチラシや店頭POPのような親しみやすいデザインを採用することで、ユーザーにとって「セールのお知らせ」であることを瞬時に認識させることができます。

また、複数の商品や価格情報を一度に伝えることができ、比較検討を促します。

展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売

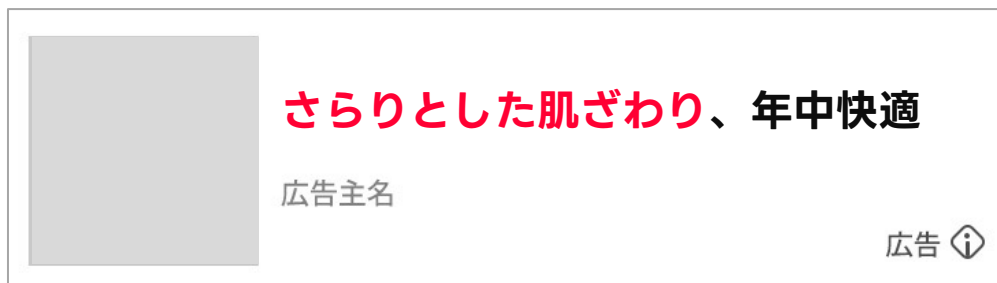
表現が見られた掲載面

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： 2026年4月

# 感覚的に使用感を伝える



## この表現について

商品のスペック（素材や重量）を説明するのではなく、ユーザーが手にした際の「心地よさ」や「身体的な変化」を直感的な言葉で言語化している表現が見られました。購入後の具体的な快適さをイメージさせることでクリックを促します。

展開しやすい業種

ファッション

※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： 2026年4月






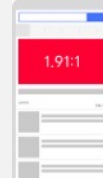
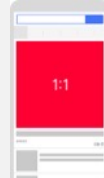

# 関連情報

# 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、両媒体への出稿に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	
<b>LINE掲載面</b>  <a href="#">入稿規定</a>	<b>1:1</b> 1080 × 1080 Square  	<b>1.91:1</b> 1200 × 628 Card  	<b>3:2</b> 600 × 400 画像(小) 画像(アニメーション)  	<b>1:1</b> 1280 × 1280 以下  	<b>9:16</b> 1080 × 1920 以下  	<b>MP4、MOV</b> 最大1GB以内
<b>Yahoo! JAPAN 掲載面</b>  <a href="#">入稿規定</a>	<b>1:1</b> 1200 × 1200  	<b>1.91:1</b> 2400 × 1256  	-	<b>1:1</b> 600 × 600 以上  	<b>16:9</b> 640 × 360 以上  	<b>MP4、MOV</b> 最大200MB

# 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ヤフー 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ヤフー 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! >>

## 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ヤフー 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ヤフー Creative Lab JP

NEW	NEW	LINE Creative Labが	LINEヤフー・Yahoo!
動画広告で成果を伸ばす「冒頭3秒」と「構成」の最適解とは【健康食品編】	クリエイティブ事例集 人材 / 転職 / 保険 / コスプレ	LINE Creative Labが 使いやすくなりました!	クリエイティブ事例集 美容・健康食品 / 自動車 / ファッション
【資料ダウンロードあり】Yahoo!広告の健康食品領域における動画広告のクリエイティブは「どのような表現がよ...	LINE広告・Yahoo!広告 クリエイティブ事例集【2026年3月号】 【資料ダウンロードあり】LINE広告・Yahoo!広告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、...	フロント追加・サービス連携もより簡単に! 使いやすくなった Creative Lab クリエイティブ作成がもっと快適に。手書き風やデザインフォントが追加・テンプレートの修飾改善など、進化した...	LINE広告・Yahoo!広告 クリエイティブ事例集【2026年2月号】 【資料ダウンロードあり】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...
2026.03.25	2026.03.16	2026.03.15	2026.03.09



**LINEヤフー**