

LINE広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告

【コスメ】 クリエイティブ事例集 年間まとめ 2025

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 クリエイティブ表現のサマリー
- 02 LINE広告
- 03 Yahoo!広告
- 04 関連資料

クリエイティブ表現のサマリー（コスメ）

▼ 視線を止める視覚的工夫と、感情・購買意欲を刺激する表現が重要

POINT 1

情報を直観的に伝える

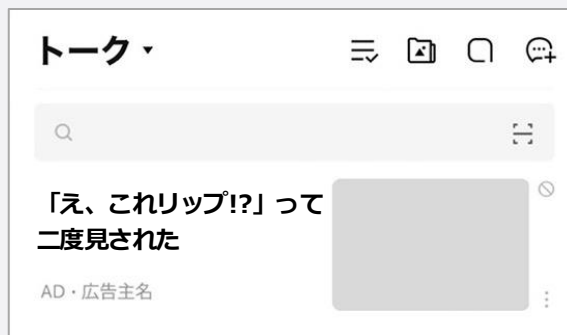
- ✓ 矢印や枠線などの視覚的要素で注意を引く
- ✓ 商品の特徴・使い方が瞬時に伝わる構成



POINT 2

感情・共感を引き出す

- ✓ リアクション・口語調コピーで広告感を軽減
- ✓ 「え？」「ほんと？」など情動を動かす表現



POINT 3

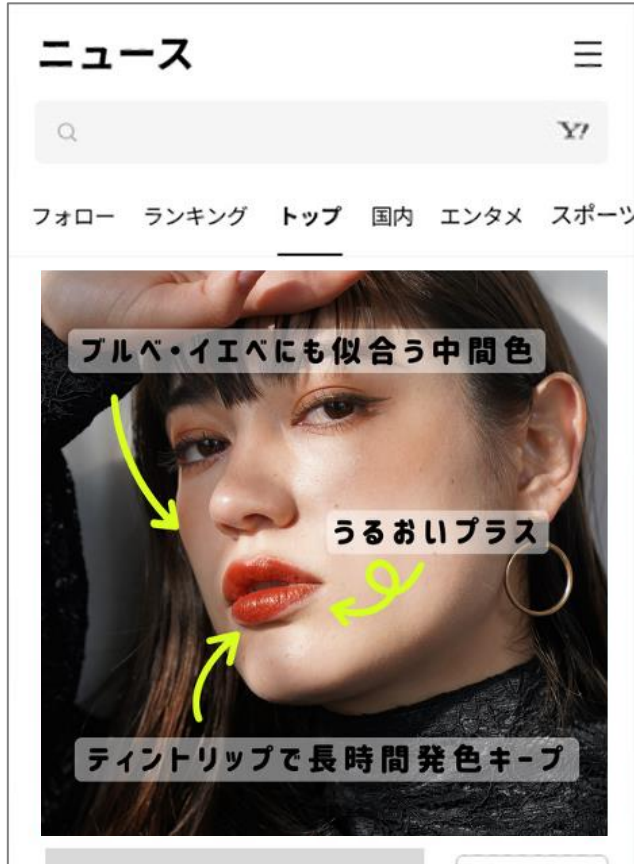
購買を後押しする

- ✓ お手頃感・限定感で購入ハードルを下げる
- ✓ 価格・数量・期間を分かりやすく提示



LINE広告

コピーと矢印で視線を誘導する



[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

「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

同一画像の複数活用

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 NEWS(1.91:1)、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5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“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

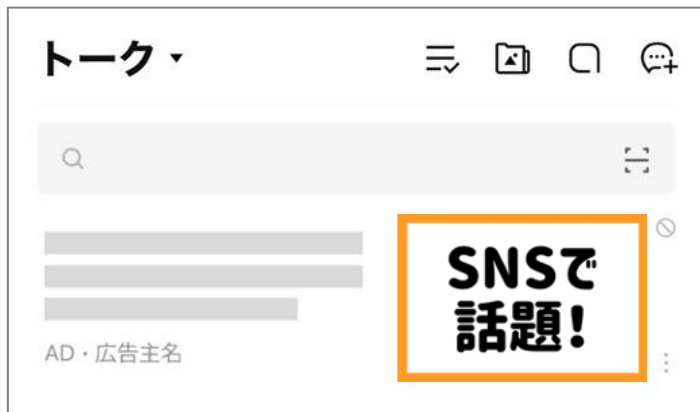
化粧品・医薬部外品・医薬品などの商品に関しては、使用体験談や効能を想起させるような表現は掲載不可となるためご注意ください。

※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

太い枠線

LINE広告



[テンプレートを使ってみる](#)

※画像アスペクト比3:2 (600×400px) のテンプレートデザインは
LINE広告のみで閲覧・編集が可能です。
LINE Creative Labの選択アカウントがLINE広告になっているかご確認ください。

※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。

この表現について

目立つ色合いの太めの枠線をつけることで、
広告そのものの存在感がアップします。
枠部分をアニメーションさせた広告もオススメです。

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 トークリスト (3:2)

分析対象期間： 2025年5月

Yahoo!広告

お手頃感を強調する

Yahoo!広告

お一人様一回まで

全5点セットを
プレゼント

ベースメイク&ブラシ がセットで登場!

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

商品のお手頃感を強調することで、ユーザーの購買ハードルを下げるができます。

(例：お試しサイズ、お得な限定セット等)

クリエイティブでは、商品の形状、色、サイズ、数量をひと目でわかるように提示することで、視覚的な魅力を高めます。

ただし、画像を多用するだけでなく、主要アイテムを魅力的に見せつつ、必要に応じてテキストで補足するなど、情報量のバランスを保つことが重要です。

展開しやすい業種

食品・飲料・嗜好品、
化粧品・トイレットリー・日用品など

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5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

限定感を提示する



この表現について

コスメ商材は比較検討に時間をかけるユーザーが多いですが、限定性を提示すると「今買わないと損」と感じやすくなり、購入の決断を後押しします。

ただし、衝動買いを煽るメッセージは一部の層に響かないこともあります。ターゲットの購買行動や価値観を考慮し、適切なトーンと伝え方を選ぶことが重要です。

過度に購買意欲を煽る表現とならないよう注意が必要です。

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5月





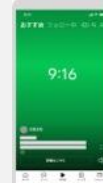




関連情報

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

3P

- 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