

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10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

2025/10

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ござい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

# メリハリを意識したテキスト配置

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

キャッチコピーのなかのキーワードを大胆に大きな文字で配置することで視認性が高まり、スクロール中のユーザーの目を引きやすくなります。特に「半額」「期間限定」「送料無料」といった強い訴求ワードを大きく配置すると、短時間で内容が伝わりクリックに繋がりがやすい傾向があります。

**展開しやすい業種** 美容・健康食品、総合通販・小売、コスメ、ファッション

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

## 注意点

配置する訴求ワードに条件がある場合は同等の視認性をもって表示することが必要です。

分析対象期間： 2025年8月

# 使用目的がわかる人物のビジュアル



## この表現について

美容・健康食品の業種においては、使用目的がわかるような人物のビジュアルがCTR向上に寄与しています。例えば、

- ・階段を上り下りする人物写真（関節の悩み）
  - ・ウエストマークのワンピースを着る人物写真（体型・ダイエット）
- といった素材は、「自分ごと化」を促し、ターゲット層に直接刺さる効果があります。漠然とした健康イメージよりも、使用目的がわかるようなシーンの提示が有効です。

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)  
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8月

# 驚き表現



## この表現について

ユーザーが「自分も知らなかった」と思わせる意外性や驚きのあるコピーは、高い注意喚起力を持ちます。

「実は…」 「知らなかった…」 「まさか…」などの言葉を冒頭に入れることで、続きを見たい心理を刺激し、CTR向上に寄与します。

展開しやすい業種

業種問わず展開可能

※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8月

# 生活に直結した訴求+人物



## この表現について

レンタカー利用や安全点検などの生活に直結した実用的な訴求を、人物を含んだビジュアルで表現している広告が見られました。

「料金メリット」「安心・安全」「利便性」を強調した訴求を中心に据えつつ、人物画像を見せることで親近感を与えることができます。

**展開しやすい業種** 自動車、総合通販・小売、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： 2025年8月

# 車種とキャンペーンの訴求

LINE広告



## この表現について

車種とキャンペーン名を取り入れたものがCTRで優位な傾向が見られました。  
車種名は検討層の関心を集めやすく「OOフェア」などのキャンペーンと組み合わせることで、行動を促すことができたと考えられます。

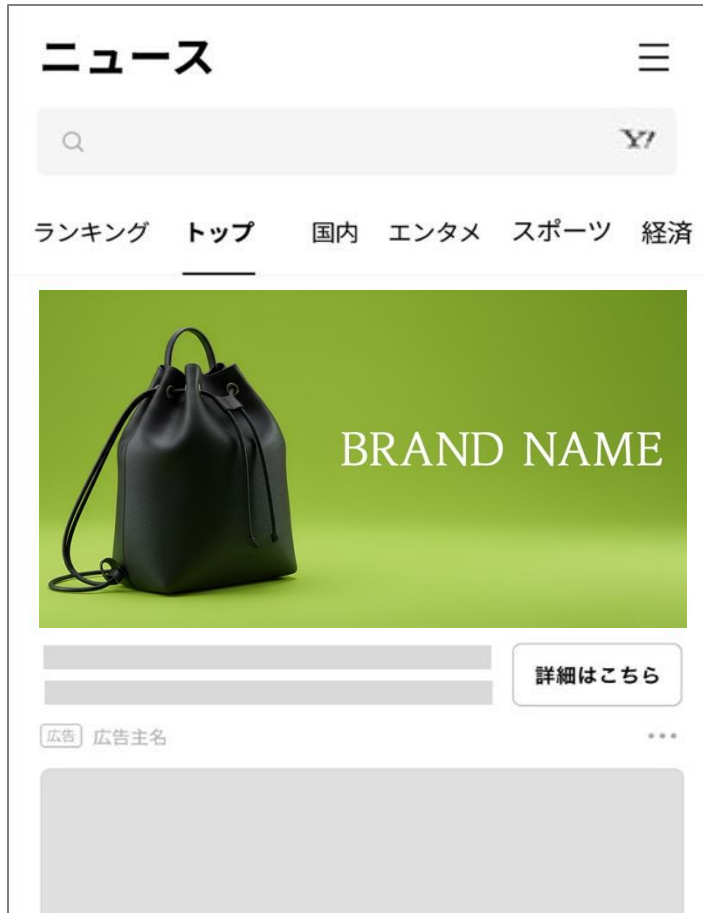
展開しやすい業種

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： 2025年8月

# 商品を大きく見せたシンプル構成



[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

人物や商品を大きく見せたシンプル構成がCTRを高める傾向が見られました。  
余計な装飾を省き、ブランドロゴや商品を中央に大きく配置し、文字を大きくシンプルにすることで視認性が向上します。

**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)

分析対象期間： 2025年8月

# 季節イベントと紐づけた商品訴求



## この表現について

「季節イベント訴求」はユーザーの生活シーンとの親和性が高く、購買意欲の高いタイミングで接触することができます。これから来る季節の訴求も流行を意識したユーザーの関心を得られやすくなります。

## 展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、コスメ

※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8月

# Yahoo!広告

# 複数商品を並べる比較型デザイン



## この表現について

単品訴求ではなく、複数商品を並べることで「どの商品が自分に合うか選べる」といった印象を与え、「バリエーションがある=信頼できるブランド」という安心感を醸成します。

また、比較型レイアウトは画面全体に情報量を持たせられるため、視覚的にリッチで目を引きやすいことも効果要因です。

## 展開しやすい業種

美容・健康食品、総合通販・小売、コスメ、ファッション

## 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8月

# 期間限定を目立たせる文字配置



[類似テンプレートを使ってみる](#)

## この表現について

CTR上位の広告では「今だけ」「限定」「売切れ次第終了」といった限定性ワードを、大きな文字で目立つ位置に配置していました。

この配置により、購入を促すタイミングのきっかけをユーザーに与えることができ、クリック率の向上に繋がります。

特に価格と組み合わせることで効果が高まり、数字（500円・50%OFFなど）+限定性ワードのレイアウトが有効です。

## 展開しやすい業種

美容・健康食品、総合通販・小売、コスメ、ファッション

## 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。

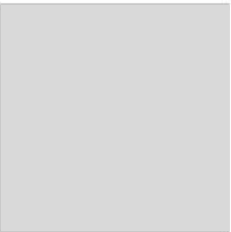
分析対象期間： 2025年8月

# 価格訴求



**通常価格から1,000円引き！特別  
セール**  
広告主名

広告 ⓘ



**初回クーポンで試せるのをご存じ  
ですか？**  
広告主名

広告 ⓘ

## この表現について

「円引き」「割引」「お得」「クーポン」などの価格メリットを前面に出す表現は、特に購買を迷っているユーザーに強く作用します。

数値を明確に提示することで信頼感を与え、「今がチャンス」という購買意欲を引き出します。割引率や実質負担額を明示すると効果が高まります。

## 展開しやすい業種

美容・健康食品、総合通販・小売、コスメ、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： 2025年8月

## 割引訴求 + 商品ビジュアル



[類似テンプレートを使ってみる](#)

## この表現について

価格と商品ビジュアルのシンプル訴求がCTR向上に有効でした。特に効果的なのは、割引率や限定キャンペーンを太字や赤文字で強調し、商品写真を大きく配置する構成です。

また、小さいサイズの広告の場合は、商品をアップで見せる実物写真を中心に据え、価格や限定性を強調する短いコピーを組み合わせることが有効です。余計な要素を排し、訴求内容が一目でわかるデザインを心がけましょう。

**展開しやすい業種** 自動車、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： 2025年8月

# 地域 + 業種訴求



**多摩地域の低価格バッテリー交換  
ショップ**  
広告主名

広告 ⓘ



**福岡市 お手軽板金・塗装の専門工  
房**  
広告主名

広告 ⓘ

## この表現について

地名とサービスを含んだ広告タイトルが多くみられました。  
地域密着型で地元ユーザーに刺さりやすいと考えられます。

展開しやすい業種

自動車、教育・資格

※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8月

# セール訴求



[類似テンプレートを使ってみる](#)

## この表現について

CTRが高い広告では、「セール」「アウトレット」などの価格訴求ワードを明確に押し出した表現が多くみられました。

価格や期間を明確に打ち出すコピーを配置し、商品そのものを大きく見せるビジュアルが効果的です。特に「〇月〇日まで」「今だけ〇割引」といった限定性×価格訴求の組み合わせが有効です。

### 展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、  
コスメ、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)

※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8月

# ベネフィットの強調

Yahoo!広告



## この表現について

商品の機能や特徴などのベネフィットが一目でわかるビジュアルが効果が良い傾向がありました。使用した際のイメージが直感的に伝わるため、クリック率が高まりやすいと考えられます。

### 展開しやすい業種

ファッション、総合通販・小売、美容・健康食品、コスメ

### 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8月

# 新作×すぐに使える便利さ



## この表現について

ファッション広告では季節感や“新しさ”の訴求が中心になるため、手に入る早さや流行を意識したユーザーの関心を得られやすくなります。

「新作・セール」表現の多用だけでは差別化しづらいため、「限定感」「ブランド」「機能効果」などと掛け合わせる工夫もしましょう。

## 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： 2025年8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>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**