

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12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

2025/12

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

清潔感と知的信頼を強調する配色



この表現について

教育業種では、青と白を基調とした配色が高いクリック率を記録する傾向があります。

「誠実」「集中」「知性」を象徴し、学びへの前向きな印象を与えます。また、情報の視認性が高まり、清潔で整理された印象を演出できます。

展開しやすい業種 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10月

教育を想起するアイテムを用いた表現



この表現について

「黒板」「ノート」「PC」など教育を象徴するアイテムを取り入れることで、視聴者は瞬時に広告の内容を理解できます。これらの要素は学びの世界観を強調し、ブランドや講座内容への信頼感を高めます。特にオンライン教育ではデジタルツールの使用がクリック率向上に効果的です。

展開しやすい業種 教育・資格

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10月

エモーショナル訴求で共感を得る



この表現について

「夢を叶える」「ともに頑張る」「好きになる」などの前向きな訴求は、自己成長欲求や共感を刺激し、記憶に残りやすくブランド好感度を高めます。

特に教育分野では「挑戦」「共感」「成長」を感じさせる表現が、クリック率やエンゲージメントの向上につながりやすいと考えられます。

展開しやすい業種

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10月

旅行意欲を喚起するビジュアルを訴求する



[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

旅行業種のクリック率の高いクリエイティブには、風景を主役にした構図が多く見られます。

青空や海、街並みなど目的地を強調することで、視聴者が自分を重ねやすく共感を誘発します。人物をあえて排除することで、より普遍的で幅広い層に響く表現となります。

展開しやすい業種 旅行

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10月

情緒とアクションを両立するメッセージ表現



[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

タイトルやコピーは「～を感じる旅」「～へ行こう」など体験を軸にした表現が多く、“どんな時間を過ごせるか”という情緒的価値がクリック率向上に寄与します。

さらに「直行便」「宿泊付き」など具体的メリットを組み合わせることで、感情と合理性の両面から行動を促します。

展開しやすい業種 旅行

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

注意点

「期間限定」「今だけ」と謳いながら、実質的に常時継続しているような場合は、景品表示法上の有利誤認表示に該当する可能性があるためご注意ください。

分析対象期間：2025年10月

質感訴求で“欲しい”を喚起するビジュアルの起用



この表現について

商品購入での応募特典グッズやキャンペーンのプレゼントがある場合は、質感や魅力を強調したアップ構図が効果的です。商品を大きく見せることで視線を集め、「欲しい」「手に入れたい」という直感的欲求を喚起します。特にパッケージや素材感を際立たせたビジュアルはSNSでの視認性も高く、クリック率向上につながります。

展開しやすい業種 食品・飲料、ショッピング

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10月

色で「おいしさ」を伝え、食欲を喚起する表現



この表現について

クリック率の高い静止画では、赤・オレンジ・黄色などの暖色トーンが多く用いられていました。

これらの色は「食欲を刺激する色」として心理的効果が高く、特においしさ・温かさ・活気を表現しやすい特徴があります。背景やトーンも暖色系でまとめることで、感情に働きかけ、クリック率向上に寄与する傾向が見られます。

展開しやすい業種 食品・飲料

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10月

限定訴求

LINE広告



この表現について

「限定公開」「お一人様1回限り」「期間限定」「今だけ」といった言葉を多用し、今すぐ行動しないと機会を逃すという心理を強く刺激することができます。

展開しやすい業種

食品・飲料、健康食品、ファッション、コスメ、ショッピング

注意点

「期間限定」「今だけ」と謳いながら、実質的に常時継続しているような場合は、景品表示法上の有利誤認表示に該当する可能性があ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10月

Yahoo!広告

親近感のある人物画像の起用



この表現について

教育業種では、学習中の生徒や講師など人物を主体にした構図が効果的です。

笑顔や真剣な表情は「信頼」や「親近感」を生み、クリック率向上に寄与します。

特にターゲットに近い年齢・職業の人物を用いると共感を促し、広告の信頼性やコンバージョン率も高まります。

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10月

最小価格・期間を提示する

最短2ヶ月で
資格取得を目指す

LOGO

✓ オンラインコース14,960円～
✓ 働きながらの資格取得を支援

無料体験あり 定員制

カリキュラムを見る▶

広告主名 広告

この表現について

受講の最小価格や最短期間を強調すると、「手軽さ」「始めやすさ」を訴求でき、特に比較検討段階のユーザーに対して高い反応率を得やすくなります。

明確な数値提示は信頼性を高め、クリック率や資料請求率の向上につながりますが、安さ・短さのみを強調しすぎると質への不安を招く場合もあるため、バランスが重要です。

展開しやすい業種 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10月

生活状況に寄り添う表現



子育て中でもFP資格取得できる？

広告主名

広告 ⓘ



部活と両立しやすい受験対策講座

広告主名

広告 ⓘ

この表現について

ターゲットを明示し共感を訴求する広告は、ユーザーに「自分向けだ」と感じさせることで注目率とクリック率を高めめます。

特に「忙しい社会人」「子どもに合う」など生活状況に寄り添う表現は、信頼感と親近感を生み、コンバージョンへの心理的ハードルを下げやすくなります。

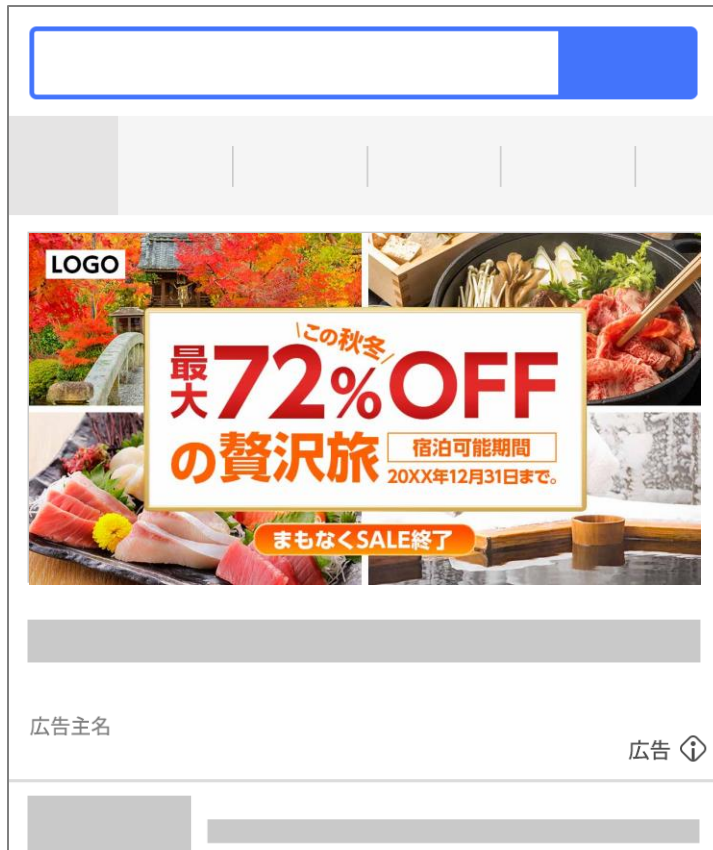
展開しやすい業種

教育・資格、金融・保険、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10月

価格を主役に“今すぐ得できる”を強く印象づける



この表現について

クリック率上位の静止画では、バナーの中央に価格や割引率を大きく配置し、「今だけ」「まもなく終了」「最大〇%OFF」などの即得感を演出するワードを組み合わせた構成が多く見られます。

背景で情緒（景色など）を伝えつつ、まずお得さ・タイミングの良さを視覚的に訴求することでクリックを促します。コピーでは価格訴求を中心に据えることがクリック率向上に寄与できます。

展開しやすい業種 旅行

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10月

食の魅力を前面に出した“体験を想起”させる構成



この表現について

クリック率上位の広告では、「食べ放題」「グルメ付き」「飲み放題」など食体験を訴求する要素が多く見られました。旅行における“満足体験”を具体化し、ユーザーに滞在シーンをイメージさせることでクリック率が向上しています。

「温泉×食事」など複数のベネフィットを一枚で伝える構成が効果的で、単なる宿泊よりも“体験価値”の訴求を意識することが重要です。

展開しやすい業種 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：2025年10月

盛り付けや華やかさによる“おいしさ”の表現



この表現について

高クリック率の広告の多くは、質感や美味しさを直感的に伝える構図が採用されていました。特に肉・スイーツ・おせちなどは華やかな盛り付けや湯気、照りなどの表現が効果的です。背景はシンプルに抑え、商品の存在感を際立たせることで、視覚的な第一印象を最大化することで、視認性と食欲喚起の両立がクリック率向上に寄与します。

展開しやすい業種 食品・飲料

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10月

高級感とシズル感で「特別なギフト」を演出する



この表現について

ギフト・お歳暮特集では、「大切な人への贈り物」であることを感じさせる上質なトーンと、商品のシズル感を強調したビジュアルが高いクリック率につながる傾向があります。艶やかで鮮度を感じるカットや温かみのある色調が、“特別感”と“感謝の気持ち”を視覚的に伝えるポイントです。

展開しやすい業種

食品・飲料、ショッピング

表現が見られた掲載面

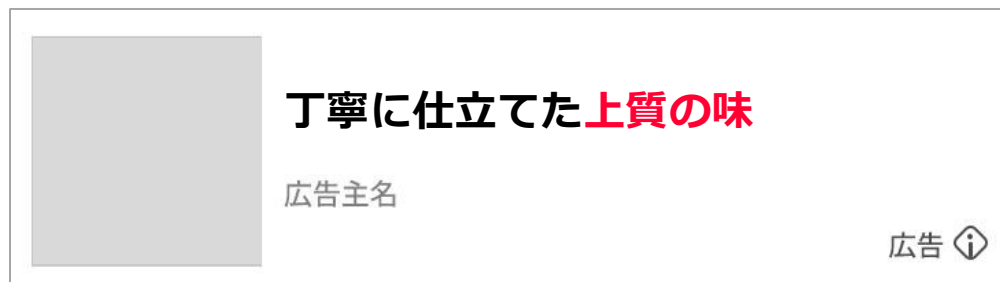
Yahoo! JAPANトップページ (1.91:1)
Yahoo! JAPANトップページ (1:1)

※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10月

具体的な贈る相手像や信頼できる上質さを伝える

この表現について



クリック率が高いタイトルは「目的や感情が瞬時に伝わる明快な構造」が特徴です。特にギフト・感情訴求系では、“誰のために買うか”を具体的に描く表現が効果的でした。

また、価格訴求や品質・高級感を端的に示すタイトルも成果に寄与します。

さらに、季節・イベント・限定などの時期性ワードを掛け合わせることで、クリック動機を一層高める傾向が見られます。

展開しやすい業種

食品・飲料、ショッピング

※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10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
LINE広告 入稿規定	1:1 1080 × 1080 Square 	1.91:1 1200 × 628 Card 	3:2 600 × 400 画像(小) 画像(アニメーション) 	1:1 1280 × 1280 以下 	9:16 1080 × 1920 以下  MP4、MOV 最大1GB以内
Yahoo!広告 入稿規定	1:1 1200 × 1200 	1.91:1 2400 × 1256 	-	1:1 600 × 600 以上 	16:9 640 × 360 以上  MP4、MOV 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 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
効果が出ない
時間がない

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