

LINE広告・Yahoo!広告 ディスプレイ広告

【旅行】 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 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（旅行）

❏ 行き先・体験・お得さを分かりやすく伝え、「自分が行く旅」を具体的に想像させることが重要

POINT 1

行き先・条件を明確に伝える

- ✓ 地名・金額・交通手段を大きく明示
- ✓ 自分に必要な旅行かを瞬時に判断できる構成



東京-京都/日帰り新幹線

AD・広告主名

POINT 2

旅行意欲・体験価値を喚起する

- ✓ 風景や情緒的コピーで旅の時間を想起
- ✓ 「どんな体験ができるか」を主役にする



POINT 3

お得さ・行動理由を明確にする

- ✓ 価格・割引・即時性で決断を後押し
- ✓ 食・温泉など複数ベネフィットを一枚で提示



LINE広告

行き先・金額を大きい白文字で明示



この表現について

情報伝達の明瞭さと視覚的な魅力を両立させるデザインです。白文字と濃い背景色の組み合わせは、どのような景色や企業のブランドカラーにも柔軟に対応し、重要なメッセージを効果的に伝えることができます。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

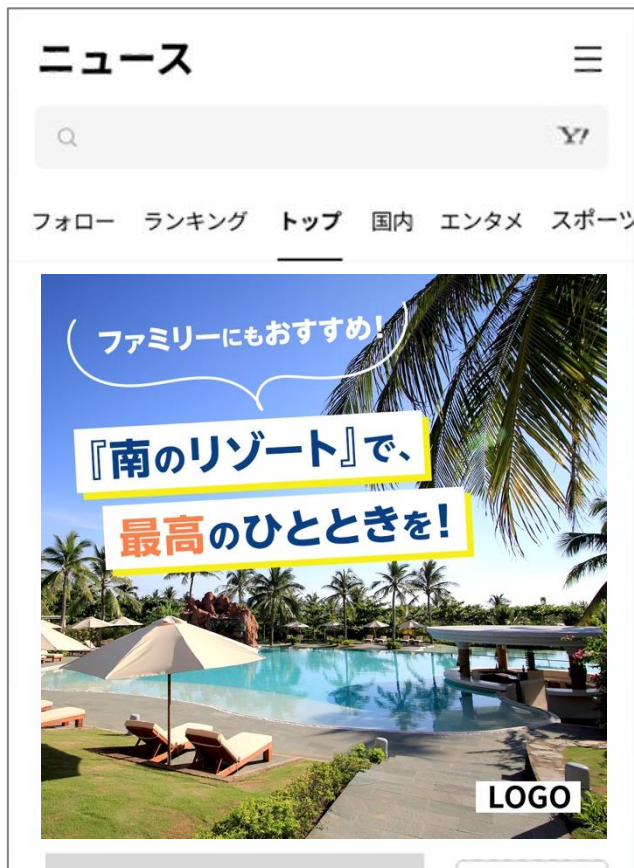
表現が見られた掲載面

LINE NEWS (1:1)

※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6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

具体的な地名・交通手段の明示



この表現について

どの場所へ行くのか、どこから出発するのか、
どのような交通手段を使うのかが明確に示されています。
これによりユーザーは自分に必要な情報かを瞬時に判断できます。

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6月

Yahoo!広告

目的地と交通手段の提示



この表現について

交通手段と宿泊施設を一体で手配できる利便性を一目で伝えるクリエイティブです。
 交通手段と宿泊施設や景勝地との組み合わせを通じて、「どこへ、どのように旅するか」という具体的なイメージを喚起します。
 これにより、個別の手配の手間を解消する利点と、旅全体の魅力が分かりやすく伝わり、旅行への意欲やサービスの利用意向を効果的に高めます。

展開しやすい業種 旅行・交通

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6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)

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。

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

ターゲット層の人物画像（複数人）を使用



この表現について

同じ訴求の広告の場合でも、友人・カップル・家族など、訴求したいターゲット層に合わせて、デザインを変えることが有効です。特定の層が「自分ごと」として捉えられるようなビジュアルを用いることで、共感を呼び、予約や購買意欲の向上に繋がります。

展開しやすい業種

業種問わず活用可能

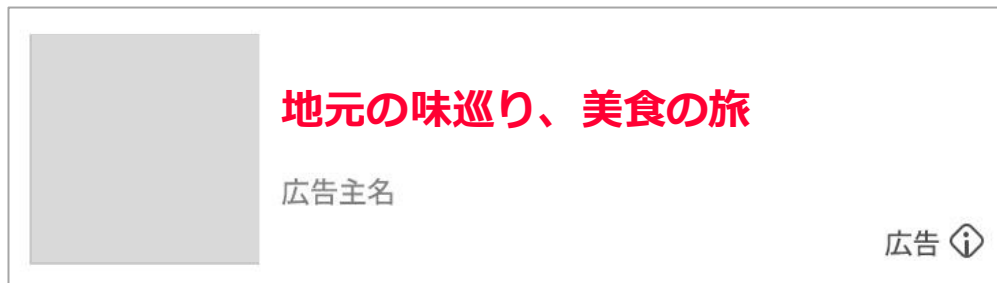
表現が見られた掲載面

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6月

特定のテーマや体験を強調



この表現について

単なる宿泊や移動以上の「体験価値」を提示し、ユーザーの購買意欲や予約行動を強く促すことができます。

展開しやすい業種

旅行・交通

※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6月





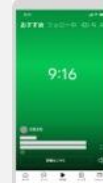




関連情報

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
- Creative Lab・Yahoo!広告: LINE Creative LabはYahoo!広告のテンプレートも充実!



LINEヤフー