ゼロからわかる！

LINEヤフー広告セミナー



本日のアジェンダ

1. イントロダクション
2. LINEヤフー広告とは？
3. 検索広告とディスプレイ広告
4. 活用事例のご紹介
5. サポートのご案内



皆さんが実現したいことは？



オンラインでの
商品販売を増やしたい



商品やサービスの
問い合わせを獲得したい



実店舗への来店を
増やしたい



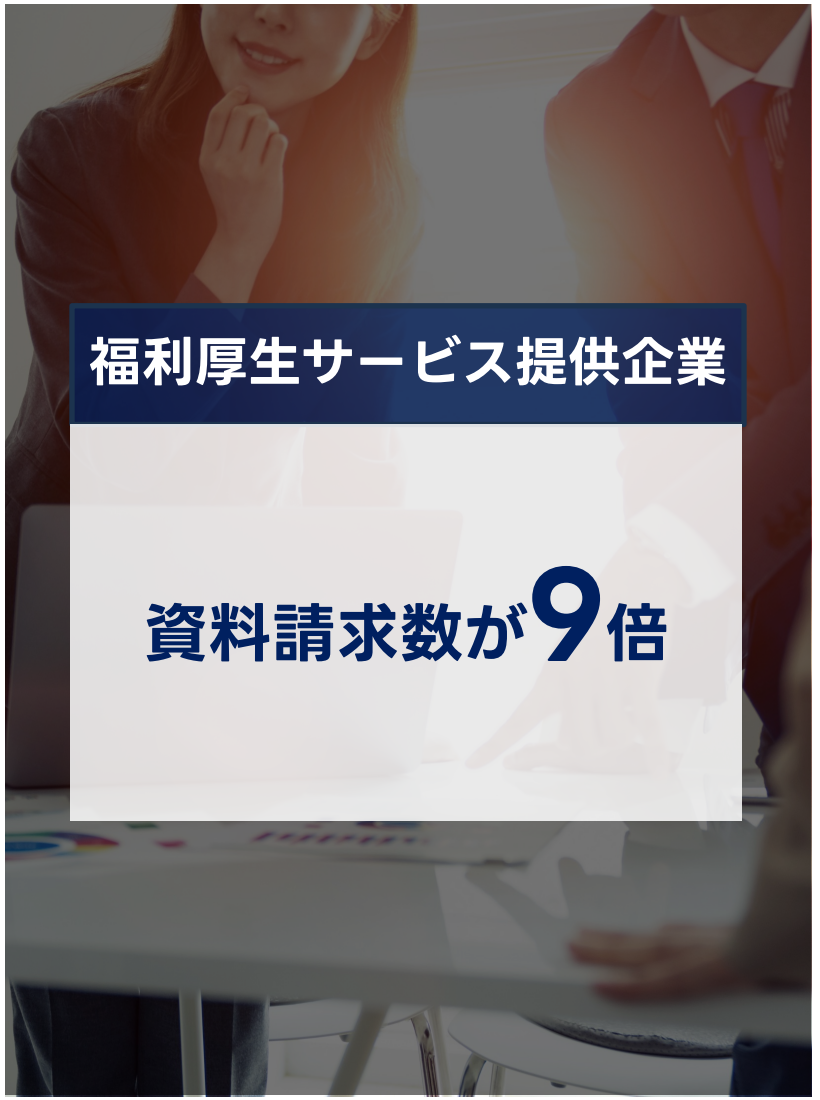
たくさんの人に
サービスを知ってほしい

LINEヤフー広告は多様な事業者様にお使いいただいております



EC販売企業

広告費10万円で
100万円の売上



福利厚生サービス提供企業

資料請求数が9倍



ホームセンター運営企業

LINE公式アカウントの
友だち数20倍

※LINEヤフー広告は2026年4月にLINE広告とヤフー広告が統合して誕生した広告プラットフォームです。
本ページでご紹介の数字は旧LINE広告、旧ヤフー広告での実績を含みます。

本セミナーのゴール

LINEヤフー広告の
特徴を知る

広告運用のキホンを
理解する

LINEヤフー広告
広告アカウントを開設する

本日のアジェンダ

1 イントロダクション

2 **LINEヤフー広告とは？**

3 検索広告とディスプレイ広告

4 活用事例のご紹介

5 サポートのご案内



LINEヤフー広告

2026年4月スタート



さまざまな目的で利用可能



商品の販売数を
増やしたい



問い合わせや
資料請求を増やしたい



お客様を店舗に
送客したい



サービスを多くの人に
知って欲しい

New!



新規のお客さまを
獲得したい



LINE公式アカウントの
友だちを増やしたい

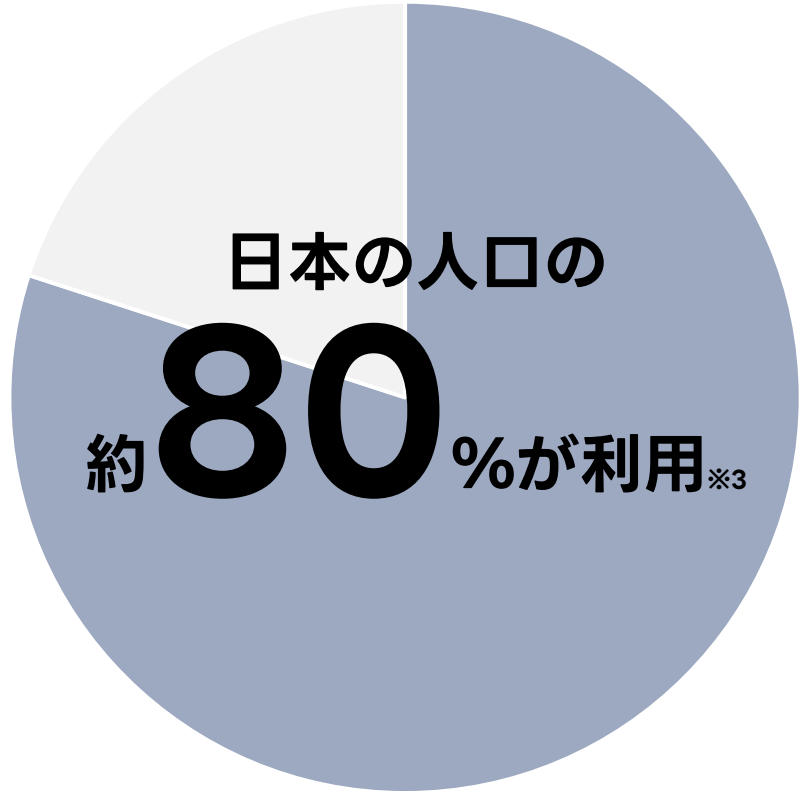
LINEヤフーのメディアの強み

LINEの
月間利用者数

1億人※1

Yahoo! JAPANの
月間ログイン数

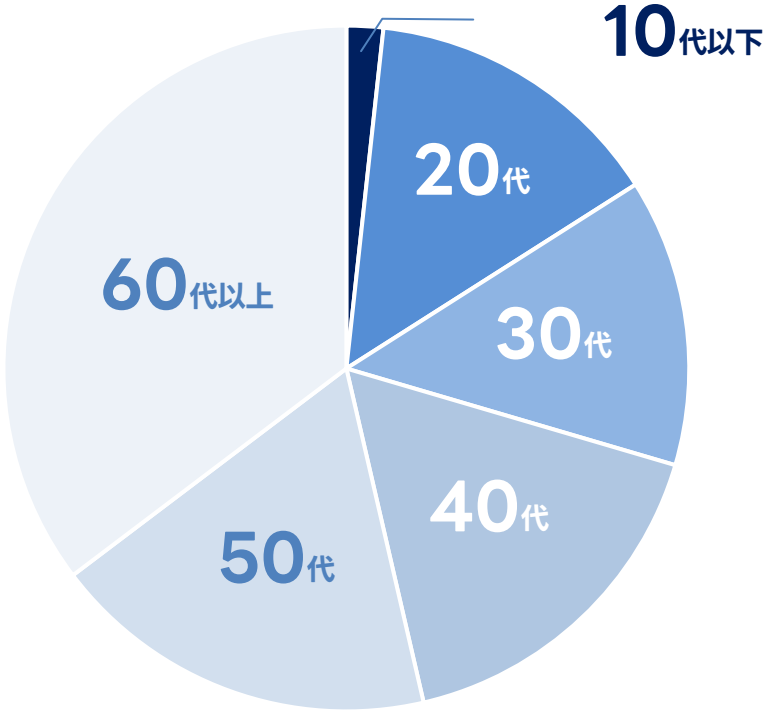
5,400万人※2



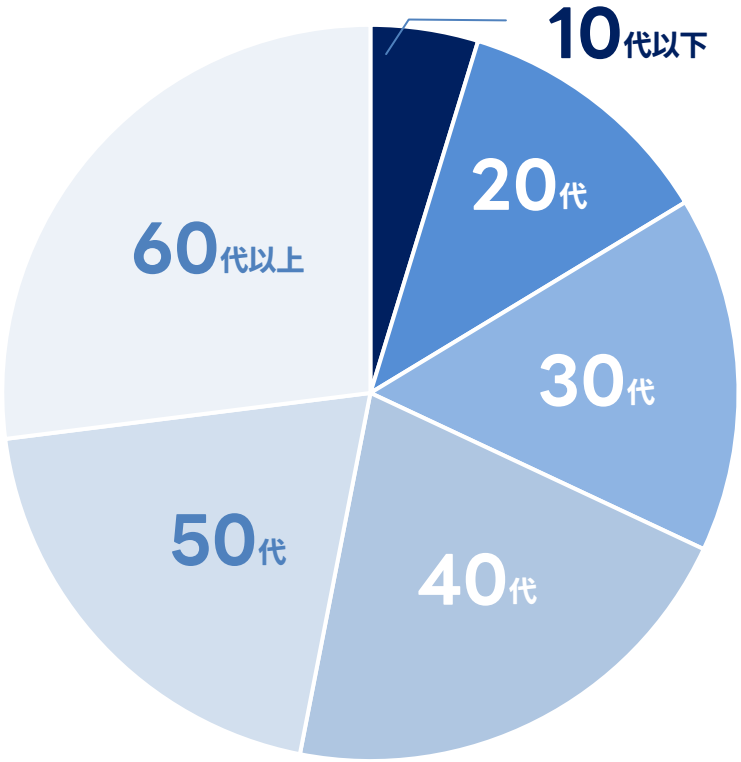
※1 2026年3月末時点
※2 2025年3月末時点
※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 1億人÷日本の総人口1億2336万7千人（2025年12月1日現在[確定値] 総務省統計局）

LINE・Yahoo! JAPANともに幅広い年代をカバー

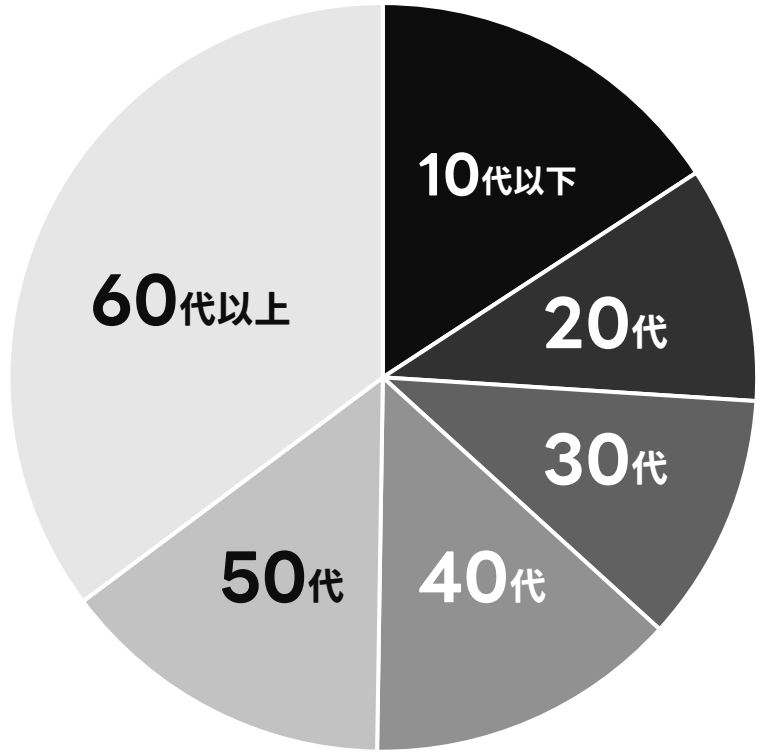
スマートフォンの利用割合



PCの利用割合

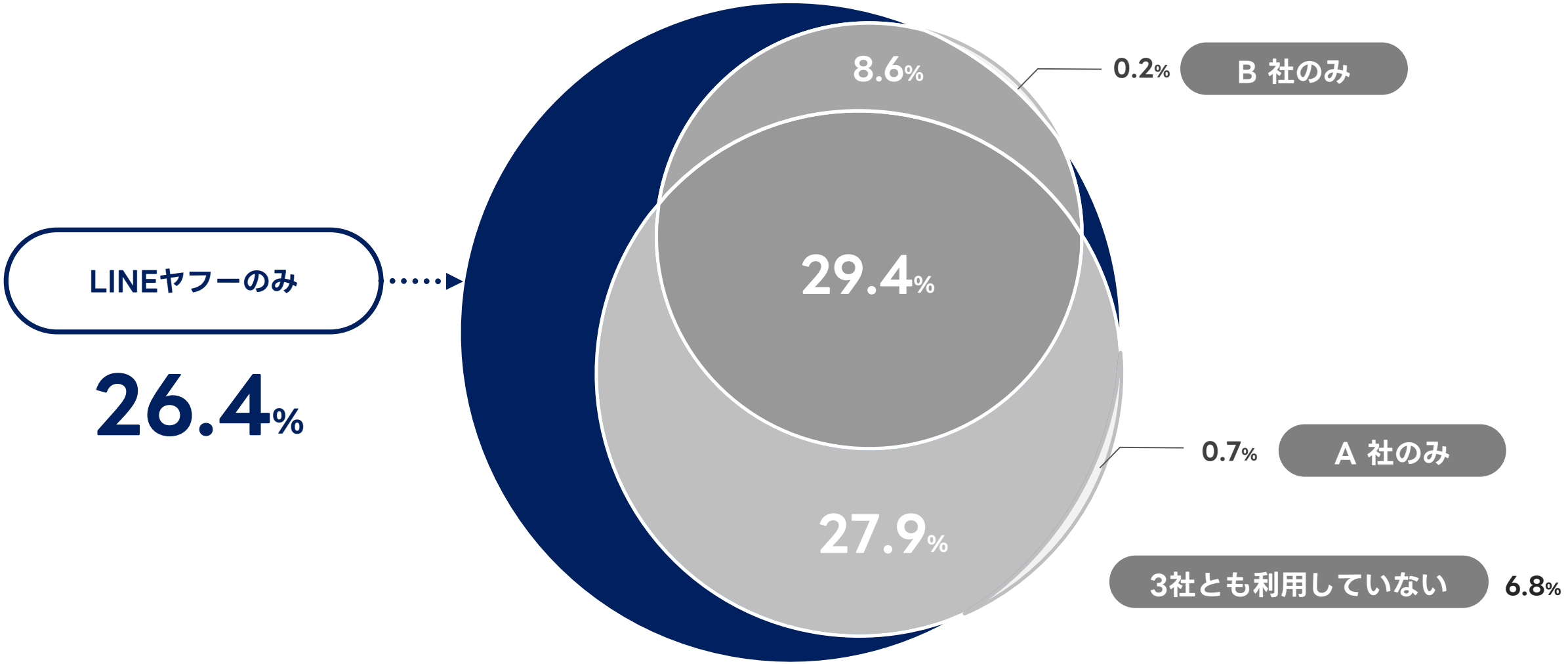


日本の年齢比率



※「Nielsen MobileNetView」2025年1月度データ（ブランドレベル/スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む）「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）

LINEヤフーでしかアプローチできない層



※出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成　※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある
※1 「Nielsen MobileNetView」2024年12月度データ（ブランドレベル/スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む）「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）
※ Yahoo Japan、LINE、Twitter X、Facebookをブランドレベルで集計

Yahoo! JAPANやLINEのさまざまな画面に広告表示が可能

Yahoo! JAPAN



Yahoo! ニュース



LINE トークリスト



LINE ホームタブ



LINE ニュースタブ



Yahoo! JAPANやLINE以外にも広告表示

ファミリーアプリや提携サイト・サービスにも広告表示ができる

LINEミニアプリ

会員証やモバイルオーダーなどさまざまなサービスが利用できるLINE内のアプリ

LINE ファミリーアプリ



一部抜粋

提携アプリ



一部抜粋

その他

提携サイト

動画配信サービス
TVer/Abema

※動画配信サービスに広告出稿を行う場合には、広告アカウントの作成に加えて、手続きが必要となっております。
詳細はこちらをご確認ください。https://www.lycorp.co.jp/ja/news/release/020094/

生活のさまざまなシーンに溶け込んでいる

朝

起床・通勤

LINEの未読確認
Yahoo!ニュースで
天気・ニュースチェック

昼

ランチ・休憩

動画の視聴
LINEで友だちとやりとり
Yahoo!ニュース閲覧

夕

移動・帰宅

帰宅中のニュース確認
検索による買い物調査

夜

リラックス

動画の視聴
ショッピング検討
LINEでの交流

生活のさまざまなシーンに溶け込んでいる

朝

起床・通勤

LINEの未読確認
Yahoo!ニュースで
天気・ニュースチェック

昼

ランチ・休憩

動画の視聴
LINEで友だちとやりとり
Yahoo!ニュース閲覧

夕

移動・帰宅

帰宅中のニュース確認
検索による買い物調査

夜

リラックス

動画の視聴
ショッピング検討
LINEでの交流

こうした生活の中で自然にアプローチができるのがLINEヤフー広告

本日のアジェンダ

1 イントロダクション

2 LINEヤフー広告とは？

3 **検索広告とディスプレイ広告**

4 活用事例のご紹介

5 サポートのご案内



広告は大きく2つに分けられる

検索広告



ディスプレイ広告



広告は大きく2つに分けられる

検索広告



ディスプレイ広告



検索広告とは



検索ワードに対して
テキストの広告表示が
できるサービス

検索している
興味が高い人に
広告表示できる

表示するテキストを
自分で設定できる

検索広告の3つのポイント



ポイント①

広告表示の流れ

ポイント②

検索広告の費用

ポイント③

検索広告の広告クリエイティブ

ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する

沖縄 旅行 予約　検索

STEP3

**広告システムが
表示する広告決定**



STEP4

**検索結果に
広告が表示される**



ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する

STEP3

**広告システムが
表示する広告決定**

STEP4

**検索結果に
広告が表示される**

ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する



STEP3

広告システムが
表示する広告決定



STEP4

検索結果に
広告が表示される

ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する

沖縄 旅行 予約　検索

STEP3

広告システムが
表示する広告決定



STEP4

検索結果に
広告が表示される

ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する

沖縄 旅行 予約　検索

STEP3

広告システムが
表示する広告決定

STEP4

検索結果に
広告が表示される



ポイント①

検索広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何を調べた人に
広告を出すか

②何を
どんな広告文を
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーが検索する

沖縄 旅行 予約　検索

STEP3

広告システムが
表示する広告決定



STEP4

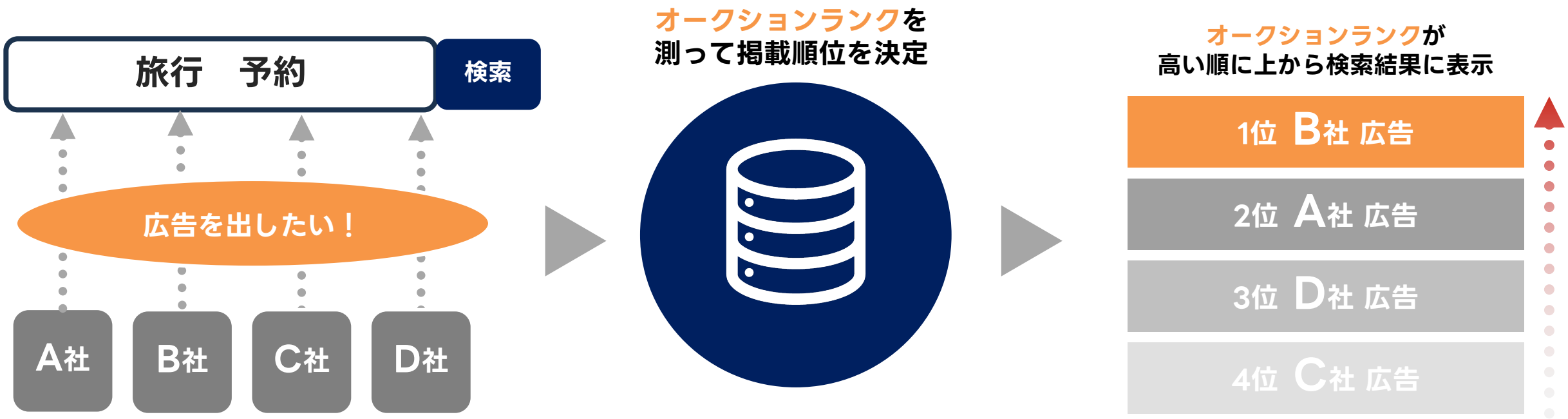
検索結果に
広告が表示される

ポイント①

検索広告が表示される流れ

広告システムでは**オークション（競り）**が行われている

例：１つの検索語句に広告を出したい企業が4社いる場合



オークションランクとは？

広告を表示する際の評価のことで、評価が高い広告が表示されやすい

オークションランク ＝ **入札価格** × **広告の品質**

入札価格
いくら投資するか
広告主が管理画面で設定

広告の品質
ユーザーのニーズを満たす広告か
システムによるリアルタイム評価

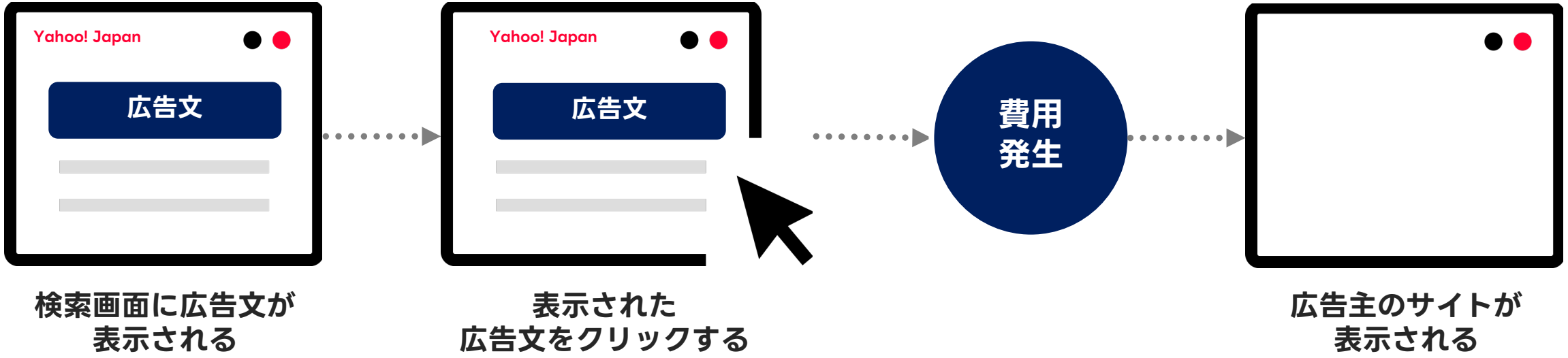
	入札価格		広告の品質		オークションランク
A社	50円	×	5	＝	250
B社	30円	×	10	＝	300

※ご説明のために簡略化した計算式を利用しており、実際の計算ロジックとは異なります。

ポイント②

検索広告の費用

クリックされた時に費用が発生する



「クリック」が発生してから費用が発生するので成果を実感しやすい

ポイント③

検索広告のクリエイティブ

クリエイティブとは広告の構成要素



クリエイティブ

タイトル

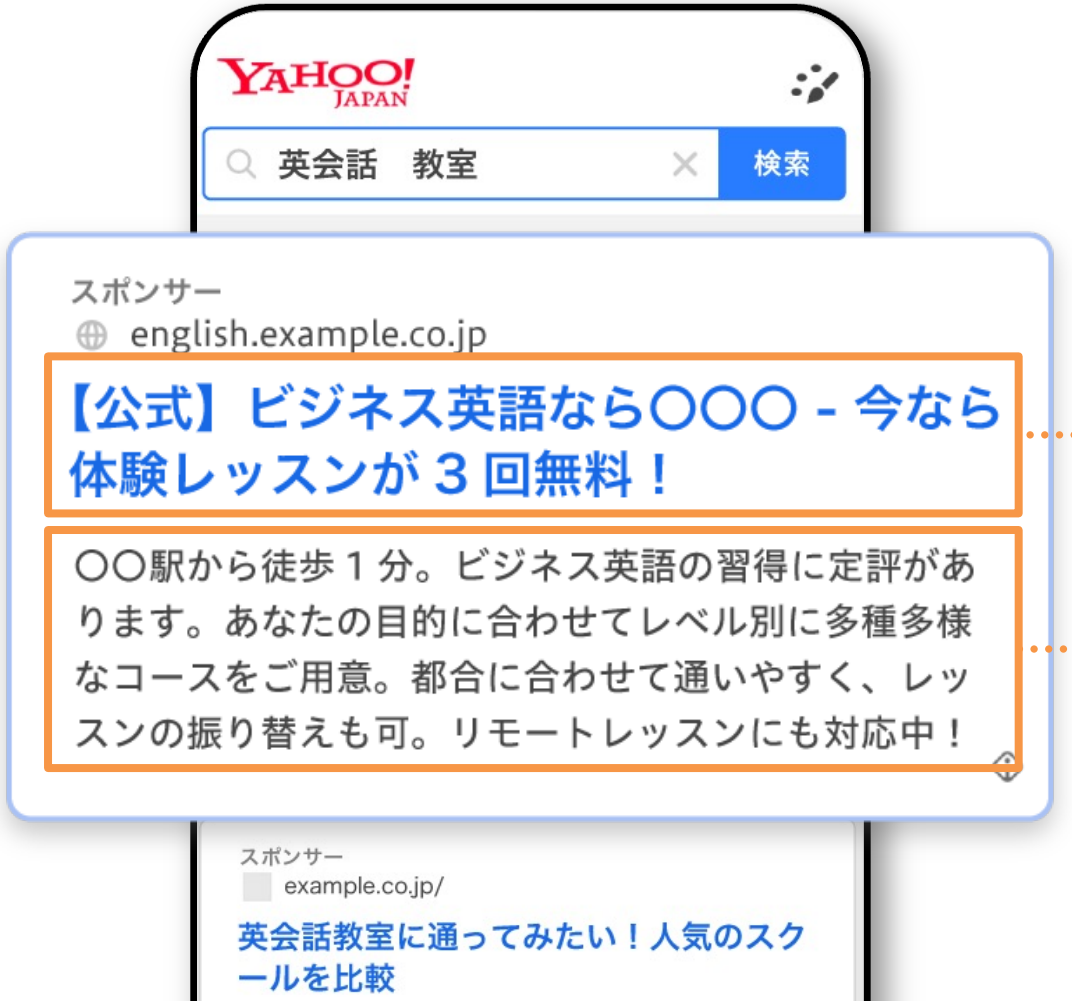
説明文

事前に設定した
テキストを元に
システムが**自動で生成する**

ポイント③

検索広告のクリエイティブ

クリエイティブとは広告の構成要素



クリエイティブ

- **タイトル**
- **説明文**

事前に設定した
テキストを元に
システムが**自動で生成する**

初めての方には
LINEヤフーが無料で
設定します！

続いてディスプレイ広告について

検索広告

ディスプレイ広告



ディスプレイ広告とは



狙ったユーザーに対して広告表示ができる

潜在的なニーズを喚起できる

動画や画像で訴求ができる

ディスプレイ広告の4つのポイント



ポイント①

ディスプレイ広告が
表示される流れ

ポイント②

誰に広告を
表示するのか？

ポイント③

ディスプレイ広告の
費用

ポイント④

ディスプレイ広告の
クリエイティブ

ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何をどんな条件の人に
広告を表示するか

②何を
どんなクリエイティブを
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーがサイトや
アプリを利用・訪問する

STEP3

広告システムが
表示する広告決定

STEP4

画面に
広告が表示される



ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何をどんな条件の人に
広告を表示するか

②何を
どんなクリエイティブを
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーがサイトや
アプリを利用・訪問する

STEP3

広告システムが
表示する広告決定

STEP4

画面に
広告が表示される

ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何をどんな条件の人に
広告を表示するか

②何を
どんなクリエイティブを
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーがサイトや
アプリを利用・訪問する

STEP3

広告システムが
表示する広告決定

STEP4

画面に
広告が表示される

ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何をどんな条件の人に
広告を表示するか

②何を
どんなクリエイティブを
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーがサイトや
アプリを利用・訪問する

STEP3

広告システムが
表示する広告決定



STEP4

画面に
広告が表示される

ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

STEP1

広告主が設定

①誰に
何をどんな条件の人に
広告を表示するか

②何を
どんなクリエイティブを
表示するか

③いくらで
どれくらいの費用を
かけるのか

STEP2

ユーザーがサイトや
アプリを利用・訪問する

STEP3

広告システムが
表示する広告決定

STEP4

**画面に
広告が表示される**



ポイント①

ディスプレイ広告が表示される流れ

検索広告同様、広告システムでは**オークション（競り）**が行われている

例：大阪府在住40代男性に広告を表示したい企業が4社いる場合



ポイント②

誰に広告を表示するのか

さまざまな条件を設定し、広告を表示する相手を絞ることができる

属性

ユーザーの性別や
年齢を指定

曜日・時間・地域

特定の曜日・時間や地域を指定
除外することも

データを活用

自社サイトへの訪問履歴や
商品購入、問い合わせした
ユーザーを指定

デバイスや興味関心

利用デバイスや
興味関心を指定

ポイント②

誰に広告を表示するのか

さまざまな条件を設定し、広告を表示する相手を絞ることができる

30-40代男性

神奈川県在住
平日の12:00-18:00

自社の顧客リスト

自動車に興味がある

ポイント②

誰に広告を表示するのか

さまざまな条件を設定し、広告を表示する相手を絞ることができる

30-40代男性

神奈川県在住
平日の12:00-18:00

自社の顧客リスト

自動車に興味がある

自動で
お任せも可能！

ポイント③

ディスプレイ広告の費用

費用の発生方法は4種類

課金方式①

クリック課金



広告がクリックされた時に費用が発生

課金方式②

ビューアブルインプレッション課金



ユーザーが広告を見た時に費用が発生

課金方式③

動画再生課金



動画が再生された時に費用が発生

課金方式④

友だち追加ごとに課金



LINE公式アカウントの友だち追加ごとに費用が発生

ポイント③

ディスプレイ広告の予算の考え方

住宅展示場の来店予約ページへの集客したい

いくら払うか
1回のクリック 5円

×

何件成果が欲しいか
集客数 16,000人

＝

予算の目安
8万円/月

塾の資料請求数を増やしたい

いくら払うか
1回の資料請求 3,200円

×

何件成果が欲しいか
資料請求件数 50人

＝

予算の目安
16万円/月

人材会社の求人への申込者数を増やしたい

いくら払うか
1件の申し込み 9,000円

×

何件成果が欲しいか
申し込み数 40人

＝

予算の目安
36万円/月

ポイント③

ディスプレイ広告の費用

支払い方法は前払いでも後払いでもどちらでも可能

前払い

銀行振込

- 手動入金

クレジットカード

- 自動入金
- 手動入金

後払い

クレジットカード

- 自動決済
- 手動決済

前払いであれば
入金した額以上が
請求されることはない

ポイント④

ディスプレイ広告のクリエイティブ

正方形や長方形、動画などさまざまなサイズ・フォーマットのクリエイティブがある







ポイント④

ディスプレイ広告のクリエイティブ

誰でも簡単にディスプレイ広告のクリエイティブが作れる**LINEヤフー Creative Lab**



広告アカウントを
作成すれば
すぐに利用可能

URLと写真があれば
クリエイティブが無料で
作成できる

作成した
クリエイティブは
広告の管理画面に
直接送信可能

Yahoo!広告のクリエイティブをどの方法で作成しますか？

AIによる画像生成や豊富なテンプレートから静止画と動画の制作が可能です。 詳細はチュートリアルでご確認ください。



Yahoo!広告のクリエイティブを作成

画像

1:1	1.91:1	3:2
1200×1200	1200×628	1200×800

動画

1:1	16:9	9:16	3:2
600×600	640×360	360×640	600×400

AI自動作成 NEW
アセットをアップロードするだけで簡単にクリエイティブを作成できます

テンプレートから作成
テンプレートを使って、簡単にハイクオリティなクリエイティブが作成できます

かんたん作成
静止画を複数選択しシンプルなエフェクトをつけて、スライドショーを作成します

テンプレートから作成
テンプレートを使って、簡単にハイクオリティなクリエイティブが作成できます

ポイント④

ディスプレイ広告のクリエイティブ

誰でも簡単にディスプレイ広告のクリエイティブが作れる**LINEヤフー Creative Lab**



広告アカウントを
作成すれば
すぐに利用可能

URLと写真があれば
クリエイティブが無料で
作成できる

作成した
クリエイティブは
広告の管理画面に
直接送信可能

検索広告とディスプレイ広告のまとめ

	検索広告	ディスプレイ広告
ターゲット	顕在層	潜在層・顕在層
クリエイティブ	テキスト	画像・動画
主な成果	直接的な購入・ 申込・問い合わせ	認知・流入・ 申込・問い合わせ

本日のアジェンダ

1 イントロダクション

2 LINEヤフー広告とは？

3 検索広告とディスプレイ広告

4 **活用事例のご紹介**

5 サポートのご案内



活用事例① 検索広告

ECの売り上げを伸ばしたい

個人向けオンラインストアの販売数を伸ばすため、検索広告を利用



訴求内容	ECで販売中のプリザーブドフラワー
目的	売り上げアップ
ターゲティング	自社商品や関連商品の検索をしている人
成果	広告費10万円に対して売り上げ100万円を実現

※ご紹介しているクリエイティブは弊社制作のダミーであり、実際に配信されたものとは異なります。

活用事例② ディスプレイ広告

採用情報の認知拡大をしたい

就職活動をしている20代を狙ってディスプレイ広告を配信し、サイトへ誘導



訴求内容	新卒採用エントリー受付中
目的	サイトへのアクセス数UP
ターゲティング	• 年齢：20~24歳 • 検索行動：「新卒採用」「履歴書」など就活系の言葉を直近30日に検索していた
成果	サイトへのアクセス3,400件

※ご紹介しているクリエイティブは弊社制作のダミーであり、実際に配信されたものとは異なります。

活用事例③ 検索広告とディスプレイ広告

展示場への来場を増やしたい

展示場の近くに住んでいる人に存在を知ってもらいつつ、興味を持った人には来場予約をしてもらう





※ご紹介しているクリエイティブは弊社制作のダミーであり、実際に配信されたものとは異なります。

活用事例③ 検索広告とディスプレイ広告

展示場への来場を増やしたい

展示場の近くに住んでいる人に存在を知ってもらいつつ、興味を持った人には来場予約をしてもらう

検索広告		ディスプレイ広告
住宅展示場の認知と来場	訴求内容	住宅展示場の認知と来場
サイト誘導と来場予約	目的	サイト誘導
「XX住宅（自社サービス）」と検索した人	ターゲティング	展示場のエリアに住む人

※ご紹介しているクリエイティブは弊社制作のダミーであり、実際に配信されたものとは異なります。

活用事例③ 検索広告とディスプレイ広告

展示場への来場を増やしたい

展示場の近くに住んでいる人に存在を知っ 興味を持った人には来場予約をしてもらう

サイト流入数
最大10%増加

検索広告		ディスプレイ広告
住宅展示場の認知と来場		住宅展示場の認知と来場
サイト誘導と来場予約		サイト誘導
「XX住宅（自社サービス）」と検索した人	ターゲティング	展示場のエリアに住む人

※ご紹介しているクリエイティブは弊社制作のダミーであり、実際に配信されたものとは異なります。

本日のアジェンダ

1. イントロダクション
2. LINEヤフー広告とは？
3. 検索広告とディスプレイ広告
4. 活用事例のご紹介
5. **サポートのご案内**



初期設定サポート

LINEヤフー広告に申し込む
（広告アカウント作成）

広告作成や配信設定
（一番手間がかかる作業）

費用を入金して配信をON
ON

広告配信スタート

この設定を無料で代行!!

検索広告の場合
- ターゲティングの設定
- 広告文の作成
- 入札キーワードの設定

ディスプレイ広告の場合
- クリエイティブの作成・入稿
- 広告の配信設定
- 広告の作成・入稿



検索広告の例



ディスプレイ広告の例

詳細はこちら

はじめる。続ける。Wでオトク。

最大80万円分※

はじめての方限定で

広告料金がもらえる!

毎日使う
LINEとヤフーに
広告を出せます!



※検索広告・ディスプレイ広告でそれぞれ独立した条件を達成する必要があります

詳細はこちら

本セミナーのゴール

LINEヤフー広告の
特徴を知る

広告運用のキホンを
理解する

LINEヤフー広告
広告アカウントを開設する

ゼロからわかる！

LINEヤフー広告セミナー

