2026 年 11 月版

LINE ヤフー広告

LINE の主要配信面の特徴とクリエイティブのコツ

トークリスト・ LINE NEWS ・ LINE 友だちタブ・ホーム・ミニアプリタブ

Prime Numbers
プライムナンバーズ株式会社

ABOUT

この資料について

LINE に広告を出すときに成果の中心になる主要 5 面に絞り、「どの面に、どんなクリエイティブを出すか」をまとめた制作ガイドです。

この資料（制作ガイド）

・成果が出やすい主要 5 面の特徴
・面ごとのクリエイティブ制作のコツ
・用意したい画像・動画サイズ
・入稿前に使えるチェックリスト

あわせて使える資料： LINE の配信面一覧 Excel

・ LINE ヤフー広告で配信できる LINE の全 21 面
・各面の掲載場所・ユーザー層・おすすめシーン
・入稿規定と旧 LINE 広告からの変更点
→ 配信面を広く比較したいときはこちら

LINE 広告は 2026 年 10 月 26 日に配信を停止しました。 LINE への広告配信は「 LINE ヤフー広告 ディスプレイ広告（運用型）」でおこないます。本資料は 2026 年 11 月時点の情報です。

01 POINT

成果の中心は「トークリスト」と「LINE NEWS」

LINE ヤフー公式は、2025 年 9 月〜11 月の運用型ディスプレイ広告のデータをもとに「トークリスト面と LINE NEWS 面への対応が非常に重要」と説明しています。

1 まずは 2 面に合う素材を用意

LINE 面のコンバージョンはこの 2 面に集中する傾向。迷ったらトークリストと LINE NEWS に合うクリエイティブから用意する。

2 配信面を絞りすぎない

最初から面を絞ったり、LINE 面を除外したりすると配信量が落ち、成果が不安定になる。まずは自動配信で始める。

3 7 日間は様子を見る

自動入札は過去 7 日間の実績を参照して最適化する。配信開始直後は設定を大きく変えずに判断する。

出典：LINE ヤフー for Business「ディスプレイ広告（運用型）で LINE 面へのアプローチを最大化する設定と運用のポイント」

LINE 面に配信するために用意したい画像・動画サイズ

必須は 1:1 と 1.91:1 の 2 サイズ。 3:2 （ 600×400 ）を足すと、視認性の高いトークリストへの配信機会が広がります。

アスペクト比	推奨サイズ	主な配信先	扱い
1:1	600×600px	ヤフー面	必須
1.91:1	1200×628px	ヤフー面・ LINE 面	必須
3:2	600×400px	LINE 面（トークリスト）	推奨
6:5	600×500px	ヤフー面	通常のバナー広告として登録

LINE 面のために別キャンペーンを作る必要はなく、既存のキャンペーンにサイズを足して対応できます。
出典： LINE ヤフー for Business コラム、 LINE ヤフー広告ヘルプ「レスポンシブ（画像） - 運用型」「レスポンシブ（動画）」

レスポンシブ（動画）

- 16:9 ／ 1:1 ／ 9:16 ／ 3:2
- 5 〜 60 秒、 MP4 ・ MOV 、最大 1GB
- 縦型（ 9:16 ）も入稿できる

注意

- GIF ・ APNG などのアニメーション画像は使えない
- タイトル 20 文字／説明文 90 文字以内

主要 5 面の早見表

掲載位置と、クリエイティブで意識したい方向性をまとめました。詳細は次ページ以降で解説します。

配信面	掲載位置	クリエイティブの方向性	向いている使い方
① トークリスト	トーク一覧の最上部	小さい枠で一目で伝わる画像。 3:2 を用意	大規模な認知拡大、 CV 獲得
②LINE NEWS	ニュースの記事一覧・アカウントメディア	記事のように続きが気になる表現	コンテンツとして読ませたい商材
③LINE 友だちタブ	友だちタブ（ 2026 年 7 月追加）	画像だけで伝わる表現（画像のみ配信）	トークリストと並べた幅広いリーチ
④ ホーム	ホームタブのコンテンツの間	スクロールを止める・一目でわかる・共感	日常的なブランド想起
⑤ ミニアプリタブ	ミニアプリタブ内の 2 枠	クーポン・予約など行動に直結する訴求	来店・会員獲得・予約

① トークリスト： LINE で最も見られる面の最上部

LINE アプリで最もアクティブに使われるトーク画面の一番上に表示されます。大規模なプロモーションにも使える、 LINE 面の主役です。

掲載位置と届くユーザー

・トーク一覧の最上部に、トークと同じ形式で表示

・ LINE の国内月間利用者数は 1 億人（ 2026 年 3 月末時点）

・特定の興味関心に偏らず、幅広い年代・属性にリーチできる

おすすめの使い方

・全国規模の新商品・大型キャンペーンの認知拡大

・発売日やセール初日など、初動でリーチを取りたいとき

・ CV 獲得を狙うときの最初の配信面

出典： LINE ヤフー for Business 「 LINE の配信面一覧」「 LINE ヤフー広告 ディスプレイ広告（運用型）」

① トークリスト：クリエイティブ制作のコツ

小さい広告枠なので、小さい画像でいかにわかりやすく伝えるかがポイントです。まずは 3:2 （ 600×400 ）の画像を用意しましょう。

1 人物画像を使う

ターゲットを想定した人物画像で、誰向けの商品かを一目で伝え、目を引く。

2 手書き風のフォント

温かい印象を与え、親近感を持ってもらいやすくなる。

3 商品画像・ロゴを載せる

シンプルで洗練された印象を与え、商材の魅力をダイレクトに伝える。

4 関連する絵文字を使う

見慣れた絵文字をつけると、トークの並びの中で目につきやすくなる。

②LINE NEWS： 自ら情報を取りにくるユーザーに届く

LINE アプリの「ニュース」タブの記事一覧ページと、アカウントメディア内に配信されます。トークリストと並ぶ成果の中心です。

掲載位置と届くユーザー

・ニュースの記事一覧ページ

・ 430 媒体（ 2023 年 1 月時点）のアカウントメディア内

・月間ユニークブラウザー数は約 7,700 万人以上（ 2021 年 8 月時点）

・日常的にニュースをチェックし、自ら情報を得ようとするユーザー

おすすめの使い方

・ニュース記事のように「コンテンツ」として読んでほしい商材

・スポーツやエンタメなど、ニュースと親和性の高い商材

・枠の大きさを活かして、じっくり商材をアピールしたいとき

出典： LINE ヤフー for Business 「LINE の配信面一覧」

②LINE NEWS： クリエイティブ制作のコツ

ニュース記事と並んで表示されるため、記事と同じように「続きが気になる・詳細を見たくなる」クリエイティブにするのがポイントです。

1 長文で丁寧に説明する

スクエア画像を縦に 2 分割し、片方に画像、もう片方に長文の説明を載せる。画像とテキストを分けて可読性を高める。

2 遷移先の情報も充実させる

広告を「記事コンテンツ」のように見せて流入を狙うぶん、遷移先でユーザーの期待を裏切らない情報量を用意する。

3 縦型動画は音声オフ前提

LINE は音声オフがデフォルト。伝えたい情報は画面上のテキストで示す。

4 0 秒地点で注意を引く

サムネイルをカスタマイズできないため、冒頭で目を引く構成に。重要な情報は画面の端に置かない。

③LINE 友だちタブ： 2026 年 7 月に追加された新しい面

LINE アプリの「友だちタブ」に広告が掲載されます。トークリストとは別の配信面（プレイスメント）として扱われます。

特徴と設定のポイント

・ 2026 年 7 月 6 日に配信開始

・プレイスメントリストでは「 LINE 友だちタブ」を選んで指定・除外する

・ 2026 年 11 月時点で配信できるのはレスポンシブ（画像）のみ（ 1:1 ・ 1.91:1 ・ 3:2 ）

・ LINE を日常的に使う幅広いユーザーに届く

クリエイティブ制作のコツ

・動画は配信されないため、画像だけで内容が伝わる構成にする

・トークリスト向けの 3:2 画像をそのまま活用できる

・追加されたばかりの面なので、トークリストと分けてレポートで成果を確認し、向くクリエイティブを見極める

出典： LINE ヤフー for Business 「 LINE アプリの広告掲載面拡大について」（ 2026 年 7 月）

④ ホーム：情報を見に来る画面に変わった入口

ホームタブは 2026 年 3 月 5 日から順次リニューアルされ、友だちリスト中心の画面から、天気・ニュースなどの情報を集約した入口へと役割が広がりました。

特徴

・「アクティビティ」と「コンテンツ」の 2 層構造

・コンテンツの間に差し込まれるインフィード型の広告

・移行期間中は新旧両方のホームに自動で配信され、広告主側の設定変更は不要

・ LINE 公式アカウントのアイコン設定が推奨されている

クリエイティブ制作のコツ

・ LINE ヤフー公式が挙げる「良いクリエイティブ」の 3 条件を満たす

　①スクロールを止める ②即座に理解・記憶できる ③ユーザー視点で共感できる

・スクエア画像を 4 分割して複数の商品を並べる

・間違い探しや診断形式など、ユーザーが体験できる内容にする

出典： LINE ヤフー株式会社「 LINE 、ホームタブのリニューアルを開始」、 LINE ヤフー for Business コラム

⑤ ミニアプリタブ：行動に直結する訴求と相性が良い

2026 年 2 月に「ウォレット」タブから刷新されたタブです。ポイント管理・モバイルオーダー・予約・ゲームなど、さまざまなミニアプリを集約しています。

特徴

・広告枠は 3 枠から 2 枠に（「マイミニアプリ」一覧の下部／タブの最下部）

・プレイスメント URL （ ad.line.me/wallet ）は変更なし。ウォレット指定はそのまま有効

・ LINE ミニアプリの月間利用者数は 1,680 万人超（ 2025 年 9 月末時点）

・オフラインとオンラインの両方で LINE を使うユーザーに届く

クリエイティブ制作のコツ

・ユーザーは「使う・予約する・受け取る」目的でタブを開く

・クーポン・ポイント・予約・来店特典など、行動に直結する訴求を用意する

・枠が 2 つに減り、 1 枠あたりの視認性は相対的に向上

・何が得られるのかを一目で伝える

出典： LINE ヤフー for Business 「 LINE アプリ内広告掲載面の変更について」（ 2026 年 2 月）

09 CHECKLIST

入稿前チェックリスト

印刷して、または□に✓を入れながら使えます。

- [ ] 1:1 と 1.91:1 の 2 サイズを入稿した（必須）
- [ ] トークリスト向けに 3:2 （ 600×400 ）を追加した
- [ ] アニメーション画像（ GIF ・ APNG ）を使っていない
- [ ] LINE 面をプレイスメントで除外していない
- [ ] 最初から配信面を絞りすぎていない
- [ ] 配信開始から 7 日間は設定を大きく変えない
- [ ] 縦型動画は音声オフでも伝わる（テキストで示している）
- [ ] 動画は 0 秒地点で注意を引く構成になっている
- [ ] ホーム向けに「スクロールを止める・一目でわかる・共感」を満たす
- [ ] ミニアプリタブ向けに行動に直結する訴求を用意した
- [ ] ホーム配信用に LINE 公式アカウントのアイコンを設定した
- [ ] 配信先名・配信先 URL レポートで面ごとの成果を確認する

10 CASE

LINE 面を除外せず活用した改善事例

配信面を絞り込む前に、まずは LINE 面へ十分に配信できる状態（対応サイズの入稿・ LINE 面の除外解除）を整えることが成果につながります。

業種	配信金額	コンバージョン	CPA
ヘルスケア	約 270 %増加	約 250 %増加	上昇を 6 %に抑制
健康食品	20 %増加	283 %増加	69 %低下
金融	9 %増加	17 %増加	7 %低下

いずれも配信ボリュームを増やしながら、 CPA を維持・改善できた事例です。

出典： LINE ヤフー for Business 「ディスプレイ広告（運用型）で LINE 面へのアプローチを最大化する設定と運用のポイント」

SERVICE

LINE ヤフー広告運用代行の料金

ご依頼いただいた業務に応じ、お客様とご相談のうえ、追加の料金をいただく場合があります。

料金種類	内容
広告運用手数料※	ご請求金額総額の 20 %（ご請求金額が 100 万円の場合、広告費 80 万円・広告運用手数料 20 万円の内訳）
バナー制作	レスポンシブ広告 1 デザイン 2 サイズ： 30,000 円／通常バナー 1 デザイン： 30,000 円／バナーリサイズ 1 サイズ： 5,000 円
LP 制作	要件に応じてお見積りいたします
アクセス解析（ Google Analytics ）	初期設定／広告設定： 30,000 円〜／アクセス解析レポート： 50,000 円〜

※ 広告運用手数料：ご利用予算が月額 100 万円を下回る場合、原則として月額 20 万円を手数料の下限金額としております。

SERVICE

サービスの流れ

以下に含まれない業務でも、運用型広告に必要な業務は原則としてすべて対応いたします。

1 初期設計プランニング

平均 2 週間程度／最短 2 日

- 現状分析・課題抽出
- 媒体選定
- アカウント構築
- KW ・ターゲット抽出
- 広告文作成

2 定常運用業務

- 成果進捗の集計
- 成果状況／異常値のチェック
- 入札金額・投下予算の調整
- 掲載状況の確認
- 配信割合等の調整

3 報告業務

- 週次レポート
- 月次レポート
- 月次定例会
- その他アラート／ご相談

4 入稿・設定その他

- KW 、広告文等の入稿
- 設定
- 配信設定の変更 など

COMPANY

会社概要

リスティング広告や SNS 広告など Web 広告の運用コンサルティングと、 LP ・コーポレートサイトなどの Web サイト制作サービスを提供しています。

項目	内容
社名	プライムナンバーズ株式会社（ PRIME NUMBERS ）
所在地	〒 163-1107 東京都新宿区西新宿 6 丁目 22-1 新宿スクエアタワー 7 階
電話番号	03-6276-0568
資本金	5,000,000 円
代表者	小林 大輔
設立	2012 年 10 月 3 日
事業内容	インターネット広告代行、リスティング広告コンサルティング、ランディングページ・ホームページ制作、 SNS 運用代行・ブログ記事制作代行 ほか

CONTACT

LINE ヤフー広告のご相談は プライムナンバーズへ

どの配信面に注力すべきか判断できない、配信面に合わせたクリエイティブを用意できない、 LINE 広告からの移行後に成果が安定しない――といったお悩みがあれば、お気軽にご相談ください。ご相談は無料です。

1 無料相談・お見積り

https://primenumbers.co.jp/contact/

2 LINE ヤフー広告運用代行サービス

https://primenumbers.co.jp/service/line/

3 お電話でのご相談

03-6276-0568 （月〜金 10:00 〜 18:00 ）

PrimeNumbers

プライムナンバーズ株式会社　〒 163-1107 東京都新宿区西新宿 6 丁目 22-1 新宿スクエアタワー 7 階