

成功事例が5分でわかる

LINEヤフー広告

活用事例集



目次

■ 検索広告

株式会社FRACORA	p.3
株式会社YOLO JAPAN	p.4
株式会社アラジン	p.5
エン・ジャパン株式会社	p.6
シン・フラワー株式会社	p.7
活用企業の声	p.8

■ ディスプレイ広告(運用型)

株式会社Aoba-BBT	p.10
合同会社dapper	p.11
株式会社KAZオートワークス	p.12
株式会社SmartHR	p.13
株式会社北の達人コーポレーション	p.14
スマートキャンプ株式会社	p.15
株式会社ドリームデッサン	p.16
ラクスル株式会社	p.17

■ ディスプレイ広告(予約型)

ホーチキ株式会社	p.18
----------	------

※2026年4月より、LINE広告とYahoo!広告 ディスプレイ広告は統合され、「LINEヤフー広告 ディスプレイ広告」となりました。あわせて、Yahoo!広告(検索広告含む)は「LINEヤフー広告」に名称変更しています。

※本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです。

「画像アセット」活用で 検索広告のCPAを22%改善



検索広告



FRACORA 株式会社 FRACORA 商材 | ビューティ&ウェルネスブランド「FRACORA(フラコラ)」

その肌にサイエンス



目的

新規顧客にアプローチして
売り上げを伸ばしたい



成果

\ 画像アセット導入で /
CV**35%増加**、CVR**51%増加**、
CPA**22%改善**

\ 他媒体と比較して /
CPC**2倍以上**、
CPA**3倍以上**の抑制



施策

Yahoo!広告 検索広告の機能「**画像アセット**」を活用

広告のタイトルや広告文などのテキスト情報だけでなく、
検索結果に追加で画像を表示できる機能を活用

視覚的にユーザーに訴求できるため、
クリック率の向上に貢献



画像にテキストを入れず、
一目でどんな商品なのかが
伝わるようなデザインを意識

お客様の声

画像アセットの効果を実感。継続利用で配信ボリュームを増やしていきたいです。CV1件は単なる数値ではなく、1人のお客さまに選ばれたことの証明。今後も価値のある情報を届けたいです。

株式会社FRACORA
Growth Marketing Acquisition & CRM Group

森一彦氏 土橋桃子氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/searchads/fracora/>

※ CV…コンバージョン ※ CVR…コンバージョン率 ※ CPC…クリック単価 ※ CPA…顧客獲得単価 ※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

検索広告で手間をかけずに 「顧客獲得単価10%改善」



検索広告



YOLO JAPAN 株式会社 YOLO JAPAN 商材 | 在留外国人向け求人掲載サービス「YOLO WORK」



目的

外国人採用に興味のある企業の
新規契約を増やしたい



成果

\他媒体と比較して /

新規契約が
約140%向上



顧客獲得単価が
10%以上改善

施策

無料代行サポートをフル活用して広告運用の負担を軽減

[POINT 1]

「Yahoo!広告 検索広告
初期設定サービス」の活用

申し込みから数日で返信が！
いつでも検索広告をスタートできる状態に

[POINT 2]

「広告設定まるっと
おまかせサービス」の活用

顧客獲得単価を抑えて資料請求につながる
最適なキーワードを追求

お客様の声

広告運用のわずらわしさもなく、使いやすいし効果も出る。Web広告の初心者にも、最適なツール。人手や時間がないという理由で検索広告を活用しないのはもったいないと感じました。

株式会社YOLO JAPAN
マーケティング部

森山慎也 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/searchads/yolojapan/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

20年にわたる活用で ROAS約350%!



検索広告



株式会社アラジン 商材 | データ復旧サービス「データレスキューセンター」、文字起こしサービス「データグリーン」



目的

データ復旧に関する情報を求めるユーザーにアプローチして**新規顧客の獲得**につなげたい



成果

データレスキューセンターで
ROAS約**350%**、
データグリーンで
約**250%**のROASを記録

+

画像アセット導入で/
広告のクリック率が
約**10%向上**

施策

長年培ってきたノウハウを生かしたYahoo!広告 検索広告の運用

[POINT 1]

Yahoo!広告 検索広告を約20年活用し、
情報を求めるユーザーに**リアルタイムで訴求**

検索広告を出稿し続けることで顕在顧客に
常にアプローチし、新規ユーザーを獲得

[POINT 2]

「**地域ターゲティング**」や「**画像アセット**」の
機能を活用し、広告効果を向上

大都市へ集中して出稿
視覚的な訴求が、広告効果の向上に貢献

お客様の声

データレスキューセンターは、広告によって新規顧客を開拓し続ける必要があるビジネス。蓄積してきたノウハウをブラッシュアップしながら、新たな機能も必要に応じて取り入れていきたいです。

株式会社アラジン
ITソリューション本部
平川竜士 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/searchads/aladdin/>

※ ROAS…広告費に対する売り上げの割合 ※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

ユーザーへ視覚的にアピールし、 コンバージョン数が**39%増加**



検索広告



en エン・ジャパン エン・ジャパン株式会社

商材 | インターネットを活用したサービスの提供。HR Techプロダクト、求人/求職メディア、人材紹介サービス、活躍/定着支援サービス

目的

KPIである
「新規会員登録数」を増やしたい



成果

\「画像アセット」の設定後 /
クリック数が**34%**、
CTRが**23%上昇**
CPCおよびCPAが**4%低下** +

施策

「画像アセット」機能を活用し、**情緒的なコミュニケーション**が可能に

[POINT 1]

ユーザーのインサイトに訴えるような
検索キーワードや画像を採用

具体的にどのような働き方ができるのか
想像できるように工夫して設定

[POINT 2]

LINEヤフー社が提供している
「DS.INSIGHT」Peopleも活用

設定した検索キーワードの検証や、
登録してほしいユーザーの検索内容キーワードを確認

お客様の声

Yahoo!広告 検索広告のおかげで、
アクティブなユーザーにサービスを利用
いただいています。その結果、
広告宣伝費に余裕が生まれて、ショ
ート動画などの新しい広告施策にチ
ャレンジしやすくなりました。

エン・ジャパン株式会社
マーケティング本部

竹原悠羽香 氏 中原瑞穂 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/searchads/en-japan/>

※ KPI…重要業績評価指標 ※ CPC…クリック単価 ※ CPA…顧客獲得単価 ※ CTR…クリック率 ※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

ニーズを捉えた「検索広告」運用で ROAS 1,000%を記録



検索広告



シンフラワー株式会社

商材 | ブーケ保存 (ボトルブーケ・3Dブーケ・押し花アートの制作)



目的

個人からの注文数を増やして
売り上げを伸ばしたい



成果

広告費10万円に対して
毎月100万円ほど売り上げ、
ROASが**1,000%**

+

運用当時よりもCPAが
1/3程度に抑制

施策

ターゲティング機能は使用せず、**配信対象は「全国」として運用を工夫**

[POINT 1]

ユーザーに商品イメージが伝わるように
「画像アセット」機能を活用

具体的なイメージができるように背景のある
イメージ写真を使うことでクリック率が向上

[POINT 2]

ユーザーの検索目的やニーズを
的確に捉えたキーワードや広告タイトルを模索

“自分の要望をかなえてくれるサービスだ”と
ユーザーに伝わるように工夫

お客様の声

他媒体のリ스팅広告ではカバーできない層にアプローチするために、Yahoo!広告 検索広告の本格運用を開始しました。当初の期待通り、獲得できていない層を取り込めているという実感があります。

シンフラワー株式会社
専務取締役 COO

桑山大毅 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/searchads/xing-flower/>

※ ROAS…広告の費用対効果 ※ CPA…顧客獲得単価 ※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です



アルファノート（ムビサク）

商品説明動画、サービス紹介動画、教育・研修動画など幅広いジャンルの動画や映像の制作サービス「ムビサク」を展開

当時新規事業だった「ムビサク」の認知拡大や新規顧客の獲得を目的にYahoo!広告 検索広告を利用しました。運用ではキーワードと広告テキストの設定を重視しています。また、ムビサクは法人向けのサービスのため、深夜帯の広告配信を停止し、日中に広告が配信されるように調整しています。運用の結果、これまで取り引きのなかった業界からの新規獲得につながりました。さらに、既存の営業手法ではなかなか商談につながらなかった企業と接点を持てるようになりました。



オツカレ！（手もみ）

リラクゼーション、マッサージ

2007年に開店後、地元の地域密着情報誌や折り込み広告から宣伝を開始し、後にブログや地域情報Webサイトなども始めました。その後、他媒体のリ스팅広告と並行してYahoo!広告 検索広告の活用も開始しています。検索広告はシステムも分かりやすく、丁寧な運用サポートがあり、運用に慣れていない私でも扱えるようになりました。運用サポートを活用して内容の変更を繰り返していくうちに、クリック数や新規問い合わせが増加しました。



エスアイウエスト合同会社

省エネ商品「Windリーダー」の製造・販売

温暖化や停電時の暑さ対策として有効な、電気を使わず風で冷却する省エネ商品の特許化。商品の発売に合わせて複数のメリット（電気代削減や換気対策）を広く知っていただくため、Yahoo!広告 検索広告を導入しました。初期設定サービスでの手厚いフォローとツールの最適化提案により、ターゲットへ訴求できるキーワードを採択。導入後、新規のユーザーからの問い合わせや購入につながりました。現在は、動画再生数傾向から効果の高い時間帯を設定して広告を配信しています。



コミニケ出版

朝礼の専門誌『月刊朝礼』の出版・販売

『月刊朝礼』の認知度を高め、新規購読の申し込みを増やすことを目的に、Yahoo!広告 検索広告を活用しています。他社のリ스팅広告の効果が鈍化し他媒体を探していた際に、Yahoo! JAPANのユーザー層と購買決定者のユーザー層に親和性を感じ、「Yahoo!広告 初期設定サービス」を利用して運用を始めました。また広告掲載開始後には、専門スタッフによる「広告設定まるっとおまかせサービス」にも助けられました。検索広告の運用開始直後から新規注文が増え、2024年5月の注文冊数は4月に比べ、10倍に伸長しました。



チャイルドサポート

離婚協議のサポートと養育費保証

インターネット検索でYahoo!広告 検索広告を知り、新規顧客の獲得のため、2023年末頃に初期設定サービスを利用して運用を開始しました。運用していく中でターゲットにしているユーザーのコンバージョンを促すためのLP制作が難しいと感じているものの、検索広告からLPへの集客はクリック単価もかなり安価に感じています。



東京イビキクリニック

オリジナルの切らない低侵襲レーザー治療HILT(ヒールト)を提供し、イビキ・睡眠時無呼吸症候群を中心に診療

イビキ治療を訴求する当院サイトへの集客に、検索広告を利用しない選択肢はありませんでした。当院は東京のクリニックのため、主に配信地域を関東圏に絞って運用しています。広告の説明文には強みである「院長や医師がレーザー治療を施行」「肥満の同時治療も可能」などの文言を厳選して出稿しています。結果、運用前に比べて新規患者の来院率が20%増加しました。仮に受診に直接つながらない場合でも、イビキのレーザー治療や当院の認知度の向上に寄与しています。



ミサワ TG&S オフィス

就活生や転職者の面接練習の場「東京三澤面接塾」の経営のほか、人材紹介事業、企業の研修・セミナーの実施、人事制度の構築支援など

知人の勧めでYahoo!広告 検索広告を知り、認知拡大や集客における課題を解決するために運用を開始しました。当社のサービスを利用してもらいやすくするために、広告の説明文では当社の特徴のほか、ユーザーが希望するサポートが可能なことをアピールしています。実際にユーザーからは「検索広告の文言からクリックしたいと思った」という声を耳にすることが多く、効果を実感しました。短いテキストの中でも「質」を重視し、成果につながるように設定しています。



松田歯科医院

歯科診療所

自身で検索をしている時にYahoo!広告 検索広告を知り、新規患者の来院促進を目的に2021年7月から運用を開始しました。運用開始当時は初期設定サービスを活用し、不明点はメールで相談して解決しています。検索広告では、予防歯科を中心に訴求して配信。入稿したアセットを基に最適な組み合わせで広告が配信される「レスポンス検索広告」機能を使用しています。検索広告の運用を開始してから、新規の女性患者や歯のクリーニングを希望する患者が増えました。

LINE面への配信でクリック単価4円、 サイト流入数4倍



BBT University  株式会社Aoba-BBT 商材 | オンライン大学「ビジネス・ブレイクスルー大学」



目的

BBT大学の**認知度を高める**ため、
Webサイトへの流入数を増やしたい



成果

Webサイト流入数**4倍**、
資料請求数も増加

他媒体より安価な
+ **平均クリック単価4円**

施策

広告画像ごとにユーザーの反応を分析し、**ターゲットを徐々に絞り込み配信**

40~50代ユーザーの反応◎



20~30代ユーザーの反応◎



お客様の声

新たに多くのユーザーに本学を知ってもらうことができ、学生募集において大きな『起爆剤』となったと実感しています。また、CPCは平均4円と、非常に格安でとても驚きました。

株式会社Aoba-BBT
ビジネス・ブレイクスルー大学
ユニバーシティ事業本部

下村光城 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/aoba-bbt/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

「ディスプレイ広告」の活用で 検索広告の約7分の1のクリック単価を実現



合同会社dapper 商材 | 家電修理・販売(東京生活家電修理センター)

目的

「家電修理を検討しているユーザー」に
サービスを認知させたい

成果



検索広告の**約7分の1**の
クリック単価を実現



検索広告と同水準の
CPAで新規顧客を獲得

施策

[POINT 1]
検索広告による
顕在層の獲得強化

家電修理ニーズが顕在化しているユーザー向けに
検索広告を配信し、効率的な流入を確保

[POINT 2]
ディスプレイ広告で
潜在～再検討層へ接触拡大

サイト来訪者へのリターゲティングを実施し、
比較検討段階のユーザーに継続的にアプローチ

お客様の声

ディスプレイ広告により、これまで
接触できていなかった層へ効率的に
アプローチできました。検索広告と
の併用で新規顧客獲得にもつながっ
ており、今後も継続して活用してい
きたいと考えています。

合同会社 dapper
代表

簾田徳彦 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/tokyo-repair/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

展示場のオープン告知でディスプレイ広告を活用。 短期間でのWebサイト流入増で認知拡大を実現



株式会社KAZオートワークス 商材 | トレーラーハウス販売業、keeperコーティング事業



ディスプレイ広告(運用型)



目的

徳島県で新たにオープンしたトレーラーハウスの
展示場への**来場者を増やしたい**



成果

- **Webサイト流入数**が安定的に増加
- **最大約10%**流入増を達成
- **認知拡大**の効果を実感

施策

[POINT 1]

検索広告による
顕在層の獲得

トレーラーハウスを検討しているユーザーに
向けて配信し、来場意欲の高い層の流入を強化

[POINT 2]

ディスプレイ広告で
商圏内の認知拡大

商圏エリアに配信を最適化し、潜在層への接触
を拡大。検索広告との併用で来場導線を設計

お客様の声

検索広告とディスプレイ広告を組み
合わせることで、Web流入の増加を
実感しています。認知拡大と来場促
進の両面で効果を感じており、今後
も継続していきたい施策です。

株式会社KAZオートワークス
代表取締役

山岸一雄氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/kazauto/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

「動画広告」の活用で 指名検索流入数が**倍増**



SmartHR

株式会社SmartHR

商材 | クラウド人事労務ソフト「SmartHR」



ディスプレイ広告(運用型)



目的

タレントマネジメント領域において
自社サービスの認知度を高め、
潜在顧客にアプローチしたい



成果

\他媒体と比較して/
指名検索流入数が
約2倍 + 指名検索流入数の単価を
10分の1に抑制

施策

認知拡大にインパクトある**動画広告**を活用

「**第一想起**」獲得のため、
インパクトが強く、視覚的に訴求できる**動画広告**を活用

動画広告を視聴したユーザーが、
「SmartHR」という社名を含む語句を検索
して同社サイトを訪れた回数を計測



指名検索流入数をKPIに設定し、
広告の成果を分析・改善の参考に

お客様の声

成功の要因として、媒体とサービスのユーザー層がマッチしていたことが考えられます。動画広告も活用することによってユーザーとの接触の幅をより広げていきたいです。

株式会社SmartHR
ブランディング統括本部

荒木智陽氏 浅野恭平氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/SmartHR/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

LINE面の活用で たった3カ月で新規集客299%



株式会社北の達人コーポレーション 商材 | 美容・化粧品、健康食品



目的

CPOを抑えながら
新規顧客を増やしたい



成果

特定商品において、
3カ月で**新規集客299%**を達成

施策

LINEの配信面ごとにユーザー心理を想定し、広告クリエイティブを制作



トークリスト

端的にどんな商品なのか・
どんな便益があるのかを示す



LINE NEWS

他の記事よりも目立つよう、
少し違和感があるような
表現にする

お客様の声

これほどの成果を出すことができ、
LINEの伸びしろの大きさを実感し
ました。LINEというアプリのユニーク
ユーザーの規模感を考えるとまだ
まだこんなものではないのかなとも
感じているんです。

株式会社北の達人コーポレーション
WEBマーケティング部 統括マネージャー

高橋一雄 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/kitanotatsujin/>

※ CPO…新規顧客1人から注文を獲得するのにかかるコスト ※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

資料請求リード数5倍、 獲得単価1/2に改善



SMARTCAMP スマートキャンプ株式会社 商材 | 法人向けクラウドサービスの比較サイト「BOXIL SaaS(ボクシル サース)」

目的

サイトリターゲティングに頼らない方法で
潜在顧客にアプローチしてリード数を増やしたい



成果

資料請求リード数
5倍

+

CPA
2分の1

施策

ディスプレイ広告(運用型)のターゲティング活用

Eightユーザーの名刺ターゲティングと
オーディエンスリストターゲティング(興味関心)を掛け合わせて広告配信

「名刺アプリEight」のデータを関連付ける
ことで、業種、従業員規模、部署、役職を
絞り込み、広告を配信

+

オーディエンスリストを広告グループに
関連付けることで、リストに含まれる
ユーザーに広告を配信 (または配信除外)

お客様の声

SaaS導入確度が高いユーザーを獲得する方法を模索する中、ディスプレイ広告でも細かなターゲティングを活用すれば、検索広告では届きにくいユーザー層にも訴求できることを知りました。

スマートキャンプ株式会社
メディア&マーケティング本部
佐々木徹氏 大那紗霧氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/smartcamp/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

検索広告×ディスプレイ広告で 来訪者数**10倍**・CPA**50%削減**へ

Dream Dessin co., Ltd.

株式会社ドリームデッサン

商材 | 販促品、ノベルティグッズの企画・生産・卸、オリジナルアクセサリーの製作・卸



ディスプレイ広告(運用型)



目的

- ・「販促エキスポドットコム」の**認知**を**拡大**したい
- ・通販サイト**集客**と**売り上げ**を促進したい



成果

- ・来訪者数：約**10倍**に増加
- ・検索広告CPC：約**20%**改善
- ・ディスプレイ広告CPA：約**50%**削減

施策

[POINT 1]

検索広告による
顕在層の獲得強化

販促品・ノベルティ需要の高い
キーワードを中心に配信し、
購入意欲の高いユーザーを獲得

[POINT 2]

ディスプレイ広告による
新規層への接触拡大

潜在層へ配信を拡大し、
サイト流入の母数を増加。
検索広告との併用で相乗効果を創出

お客様の声

検索広告に加えてディスプレイ広告を活用したことで、新規ユーザーとの接点が大きく広がりました。来訪者数の増加だけでなく広告効率も改善し、売上拡大につながる基盤を築くことができました。

株式会社ドリームデッサン
代表取締役

道田 泰之 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/hansoku-expo/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

「動的ディスプレイ広告」の活用で 注文数が**2.4倍**



ラクスル株式会社 商材 | 段ボール・梱包資材通販サイト「ダンボールワン」



目的

潜在層にアプローチすることで
新規顧客を獲得したい



成果

通販サイトでの注文数が
約2.4倍

施策

配信対象拡大を機に動的ディスプレイ広告を導入

商品閲覧履歴のないユーザーにも効率よく広告を届けるために
動的ディスプレイ広告を活用

サーチキーワードターゲティングも併せて
活用し、特定のキーワードを検索したこと
があるユーザーに絞って広告を配信



潜在層の幅をもう少し広める、リピート率
の高い「法人」のお客さまに絞って配信
するなど、今後も検証予定

お客様の声

社会全体のトレンドを押さえつつ、一人ひとりの心の動きを知ることが大切です。両者を読み解き、つなぎ合わせることで運用の肝。そのためには、Yahoo!広告の活用はとても有効です。

ラクスル株式会社
ダンボールワン統括・マーケティング部
藤谷亮太氏 山下英里香氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-auc/raksul/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のものです。サーチキーワードターゲティングは、2025年8月に提供を終了しました ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です

Yahoo!ファイナンス タイアップ記事で 企業価値訴求と IR 流入率**170倍**を実現

HOCHIKI ホーチキ株式会社

商材 | 火災報知設備(火災報知設備の製造、販売及び施工) / 保守(防災設備に係る保守点検及び整備工事) /
消火設備(消火設備の製造、販売及び施工) / 防犯設備(防犯機器の製造、販売及び施工ならびに保守管理)



目的

- 会社の市場における**認知度を高め**、企業価値を向上させたい
- **IRページへの訪問者**を増やし、投資銘柄として検討してもらいたい



成果

- IRページへの流入率：**170倍**
 - Yahoo!ファイナンス内
銘柄詳細ページアクセス率：**220倍**
 - 銘柄詳細ページのポートフォリオ登録率：約**1.4倍**
- ※タイアップ記事閲覧者と非閲覧者の比較

施策

[POINT 1]

タイアップ記事広告による
ストーリー訴求

防災・防犯分野での取り組みや技術力を記事形式で丁寧に紹介し、企業理解を促進

[POINT 2]

予約型広告による
広範囲リーチ

Yahoo! JAPAN面を活用し、ビジネス層を含む幅広いユーザーへ効率的に配信

お客様の声

タイアップ記事形式で当社の取り組みを深く伝えることができ、これまで接点の少なかった層にも企業価値を届ける機会となりました。幅広いユーザーへの発信を通じて、ブランドの存在感をより高める取り組みになったと考えています。

ホーチキ株式会社 広報宣伝部 主任

前田華子 氏



この事例記事を全て読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/ly-ads/displayads-guarantee/hochiki/>

※ 本事例内のサービス、数値、画像、役職などの情報は全て取材時点のもので ※ 本事例内の実績は取材先調べによる数値です