



はじめてでも最適な予算がわかる！

LINEヤフー広告

ディスプレイ広告(運用型)

料金ガイド



はじめての方限定！
.....



ディスプレイ広告

で使える

広告費

10万円分を**全員**にプレゼント！

目次

CHAPTER 1

料金について

ディスプレイ広告(運用型)の料金体系の特徴 ————— **02**

4つの課金方式 ————— **03**

CHAPTER 2

広告予算の設定

予算の目安 ————— **04**

顧客獲得単価(CPA)の考え方 ————— **05**

予算の例:10万円以下 ————— **06**

予算の例:10万円~100万円 ————— **07**

予算の例:100万円以上 ————— **08**

CHAPTER 3

広告の仕組み

ディスプレイ広告(運用型)の仕組み ————— **09**

オークションとは? ————— **10**

CHAPTER 4

広告をはじめる前に

費用対効果を高める方法 ————— **11**

広告配信までのスケジュール ————— **12**

ディスプレイ広告(運用型)の料金体系の特徴

LINEやフー広告 ディスプレイ広告(運用型)には、決まった料金や初期費用がありません。広告主が自由に広告予算を設定できるため、小規模なビジネスから大規模な企業のプロモーションまで、少額からさまざまなニーズに合わせた広告出稿が可能です。

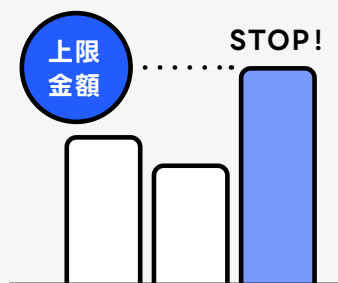
POINT 01

金額を自由に
設定可能



POINT 02

上限金額を
設定できて安心



POINT 03

後から金額を
変更できる

\ 成果に応じて柔軟に対応! /



「1日の予算」を上限として設定することで、**広告費の使いすぎを防ぎ**、計画的に広告運用が行えます。

詳細はこちら [➤](#)

4つの課金方式

LINEやフー広告 ディスプレイ広告(運用型)は、4つの課金方式のいずれかに基づいて費用が発生します。
利用するキャンペーン目的によって適用される課金方式が異なります。

クリック課金



ユーザーが広告を
クリックしたときに
費用が発生

ビューアブル インプレッション課金



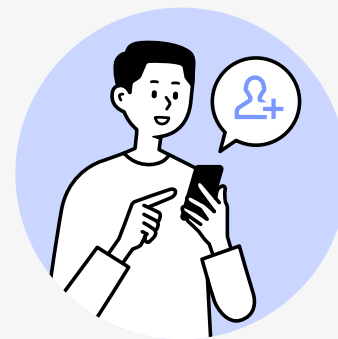
ユーザーが広告を見たとき
(インプレッション)に
費用が発生

動画再生課金



ユーザーが動画を再生したとき
(一定の条件を満たした場合)に
費用が発生

友だち追加課金



LINE公式アカウントの
友だち追加ごとに
費用が発生

※ 広告管理ツールでは、友だち追加
を1クリックとして扱います

予算の目安

最適な広告予算の目安は

「1件の獲得に費やしてもいい金額(顧客獲得単価)」と「獲得したい成果数」を掛け合わせると算出できます。

例

ECサイトで商品を100件販売することを目標に広告を出稿する場合



1,000円

×



100件

=



100,000円

例えば、ECサイトで商品を100件販売することを目標に広告を出稿する場合には、
1件あたりの販促費を1,000円として目標獲得件数の100件と掛け算すると、**広告予算の目安は100,000円**であると算出できます。

顧客獲得単価(CPA)の考え方

目標とする顧客獲得単価(CPA)の金額を「目標CPA」と言います。

目標CPAは、1件の獲得にかけられる上限額の「限界CPA」を基に、利益をいくら残したいかで算出できます。

STEP 01

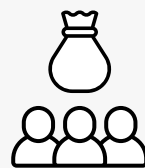
限界CPAを算出

赤字にならないための
ぎりぎりのCPA



10,000円
商品の価格

—



7,000円
売上原価+人件費など

=

限界CPA
3,000円

この金額より高いと赤字、
低いと黒字になる

STEP 02

目標CPAを算出

利益を確保したうえで、
顧客獲得につかえるCPA



3,000円
限界CPA

—



1,000円
目標利益

=

目標CPA
2,000円

1件の獲得で
1,000円の利益

※ CPA=コンバージョン(購入や申し込みなど)を1件獲得するのにかかる費用。広告費÷獲得件数で算出。

詳細はこちらのコラム [➤](#)

予算の例:10万円以下

CASE 01

ショッピングセンター



LINE公式アカウントの
友だち数を増やしたい

顧客獲得単価

友だち追加1人あたり **200円**

×

獲得したい成果数

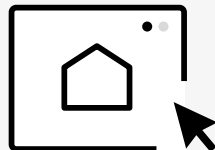
友だち数 **250人**

||

広告予算の目安 **5万円／月**

CASE 02

インテリア・リフォーム・住宅設備



住宅展示場の
来店予約数を増やしたい

顧客獲得単価

1クリック **5円**

×

獲得したい成果数

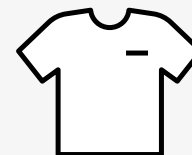
クリック数 **16,000回**

||

広告予算の目安 **8万円／月**

CASE 03

ファッション・アクセサリ



Tシャツを売りたい

顧客獲得単価

Tシャツ1枚 **1,000円**

×

獲得したい成果数

販売数 **100枚**

||

広告予算の目安 **10万円／月**



まずは少額からスタート！

目的にあわせてテストを行い、配信データをもとに改善を繰り返すことが、効果的な広告運用の第一歩です。

予算の例:10万円~100万円

CASE 01 教育・資格



体験入塾者を増やしたい

顧客獲得単価

体験入塾1人あたり **3,200円**

×

獲得したい成果数

体験入塾者数 **50人**

||

広告予算の目安 **16万円／月**

CASE 02 求人サイト



会員登録数を増やしたい

顧客獲得単価

1件の会員登録 **4,000円**

×

獲得したい成果数

会員登録数 **100件**

||

広告予算の目安 **40万円／月**

CASE 03 不動産



資料請求数を増やしたい

顧客獲得単価

1件の資料請求 **15,000円**

×

獲得したい成果数

資料請求数 **50件**

||

広告予算の目安 **75万円／月**



目的や商材にあわせて、バランスよく予算配分し、
配信データや成果を見ながら継続的に運用・改善を繰り返すことで、より高い成果が期待できます。

予算の例:100万円以上

CASE 01 アプリゲーム



ダウンロード数を増やしたい

顧客獲得単価

1件のダウンロード **500円**

×

獲得したい成果数

ダウンロード数 **6,000件**

||

広告予算の目安 **300万円／月**

CASE 02 EC（健康食品）



定期購入者数を増やしたい

顧客獲得単価

1件の申し込み **5,000円**

×

獲得したい成果数

申し込み数 **1,000件**

||

広告予算の目安 **500万円／月**

CASE 03 飲料メーカー



新商品を幅広い世代に
知ってもらいたい

顧客獲得単価

1インプレッション **0.5円**

×

獲得したい成果数

インプレッション数 **2,000万回**

||

広告予算の目安 **1,000万円／月**



事業規模の拡大や新商品の認知拡大など大きな成果を目指す場合、十分な予算を確保することで、配信の最適化や改善がしやすくなり、より大きな成果の獲得が期待できます。

ディスプレイ広告(運用型)の仕組み

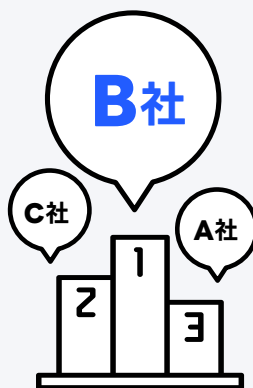
LINEやフー広告 ディスプレイ広告(運用型)では、広告掲載をめぐって毎回リアルタイムでオークションが行われ、勝利した広告主の広告が掲載されます。そのため表示される広告や単価は変動します。

ユーザーがWebサイトや
アプリを閲覧する



ユーザーがWebサイトや
アプリを閲覧すると、
広告枠が読み込まれます。

広告オークション



入札価格や広告の品質などをもとに、
オークションが発生します。

オークションで選ばれた
広告が表示される



広告オークションで選ばれた広告が
広告枠に瞬時に表示されます。

オークションとは？

オークションは、ユーザーが広告枠を有するWebサイトなどにアクセスした瞬間に行われます。

算出された「オークションランク」をもとに、ランクの高い広告から順番に表示されます。

オークションランクは、おもに「入札価格」と「広告の品質」をもとに算出されます。

例

3社が20代女性をターゲティングして出稿している場合

	入札価格	広告の品質	オークションランク
A社	50円	★★	低
B社	60円	★★★★★	高
C社	70円	★★★	中

オークションの結果、
B社の広告が表示



※ 入札価格と広告の品質によってオークションランクはリアルタイムで変動します。

※ 例内の広告の品質は仮で表しています。実際には広告の品質、オークションランクのどちらも、数値などでの表示および確認はできません。

費用対効果を高める方法

LINEやフー広告 ディスプレイ広告(運用型)の費用対効果を高めるためには、「広告クリエイティブの改善」「ターゲティングの調整」「入札戦略の設定」という3つのポイントが重要です。

POINT 01

広告クリエイティブの 最適化



OLD

広告クリエイティブは、ユーザーに興味を持ってもらうために重要な要素です。ユーザーの反応を見ながら、表現やデザインを改善しましょう。

[詳しくはこちら >](#)

POINT 02

ターゲティングの 調整

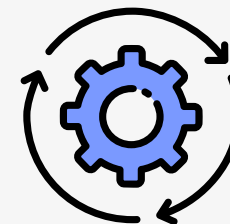


精度の高いターゲティングで効率よくターゲットにアプローチすることで、無駄な広告費を削減できます。

[詳しくはこちら >](#)

POINT 03

入札戦略の設定



広告出稿の目的に合わせて、その結果が最大となるような入稿価格の設定を指します。

[詳しくはこちら >](#)

広告配信までのスケジュール

アカウント作成後、広告管理ツールで設定、審査が完了すれば広告が配信されます。
アカウント作成は無料、広告の停止・再開も簡単なので気軽にはじめることができます。

※すでに検索広告のアカウントをお持ちの場合はアカウントの作成は必要ありません。

事前準備：ビジネスIDの発行

ビジネスIDとは…LINEヤフーが提供する広告管理ツールの共通ID

STEP 1



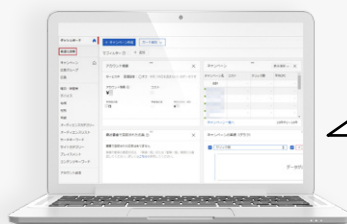
アカウント作成

以下ボタンより、
アカウントを作成してください。
※ビジネスIDが必要です。

広告アカウント審査

3～5営業日

STEP 2



設定が完了したら、
配信設定をON

広告管理ツールで設定

広告の作成、予算の上限などを設定し、
最後に支払い方式を選択してください。
※設定した広告の内容や予算金額はいつでも変更可能です。

広告審査

最短 5 分～ 5 営業日

STEP 3



広告の掲載開始

審査完了後、広告が掲載され
ます。掲載後は、いつでも
広告の停止、再開が可能です。



LINEヤフー広告 ディスプレイ広告(運用型)をはじめる

ディスプレイ広告(運用型)に使える広告費を

はじめての方限定!



10万円分
全員にプレゼント!!

| エントリー期間:2026年9月30日(水)まで |



特典付与条件/内容

対象者 LINEヤフー広告 ディスプレイ広告(運用型)をはじめてお申し込みの方

付与条件 下記条件を全て満たした方に ディスプレイ広告(運用型)で使える広告費を10万円分進呈いたします。

条件1

キャンペーンページから
「LINEヤフー広告」の
アカウントを開設

+

条件2

キャンペーン
申し込みフォームへの
エントリー

+

条件3

エントリー月の
翌々月末までに、
初回の費用発生



条件達成の判定例

2026年8月1日にエントリーした場合



2026年
10月31日までに
初回の費用発生



広告費
10万円分
進呈



2026年
11月1日以降に
初回の費用発生



広告費
進呈
対象外

おトクに始めるチャンス!



【10万円分プレゼント】詳細はこちら