成功事例が5分でわかる

Yahoo!広告

活用事例集

© LY Corporation

「画像アセット」活用で
検索広告のCPAを22%改善

検索広告

FRACORA
その肌にサイエンス

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）」

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

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/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　※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/searchads/yolojapan/

※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

DataRescueCenter データレスキューセンター　DATAGREEN

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

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/searchads/aladdin/

※ ROAS…広告費に対する売り上げの割合　※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

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 ／

CPCおよびCPAが**4%低下** ＋ クリック数が**34%**、CTRが**23%上昇**

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

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/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　※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです
※ 本記事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

お客さまの声

他媒体のリスティング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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/searchads/xing-flower/

※ ROAS…広告の費用対効果　※CPA…顧客獲得単価　※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

ディスプレイ広告（運用型）

SmartHR　**株式会社SmartHR**　**商材**｜クラウド人事労務ソフト「SmartHR」

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

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/displayads-auc/SmartHR/

※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

ディスプレイ広告（運用型）

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）

お客さまの声

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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/displayads-auc/smartcamp/

※ CPA…顧客獲得単価　※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべて取材時点のものです　※ 本記事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

ディスプレイ広告（運用型）

ダンボールワン by ラクスル

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

お客さまの声

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が運用の肝。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

この事例記事をすべて読む▶　https://www.lycbiz.com/jp/case-study/displayads-auc/raksul/

※ 本記事内のサービス、数値、画像、役職などの情報はすべ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7月中に提供を終了する予定です　※ 本記事内の実績は取材先調べによる数値です

活用企業の声

検索広告

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。

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を特許化。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。

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、他媒体のリスティング広告と並行して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。

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。他社のリスティング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。

活用企業の声

検索広告

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。

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。

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。

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「レスポンシブ検索広告」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。