

新規顧客を増やした  
活用テクニック4選

# LINE 広告 成功事例集

CV数  
10倍



EC



COSME

CV数  
6倍



EC



FOOD

資料請求  
142%



Real Estate

サブスク  
3万人増

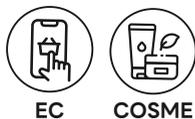


EC



FOOD

# 3カ月でコンバージョン数10倍を達成した D2CエイジングケアブランドのLINE広告テクニック



業種 女性向けウェルネス商品の企画販売

商材 エイジングケアブランド「lujo」



## 目的

エイジングケアブランドの  
新規顧客を獲得したい

## 成果

3カ月で**CV数**が約**10倍**  
CPOを**40%抑制**

他媒体と比較して  
+ 約**15%高い顧客単価**

## 施策

1

キャンペーンの  
**複数作成**



キャンペーンを約10個作ることで、  
日ごとの配信パフォーマンスが  
高水準で安定することを実証

2

**3段階**の  
ターゲティング戦略



配信フェーズに応じて  
活用するデータを変更し、  
CV数の最大化を実現

3

**客観的な指標**で  
“勝ちクリエイティブ”  
を判断



制作担当者の“思い入れ”や  
感情に左右されることなく、  
良質な画像の見極めに成功

## お客様の声

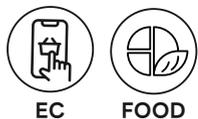
LINE広告は圧倒的なユーザー数に  
リーチできるのが最大の魅力です。  
広告がヒットすれば、**一気に前  
日の10倍、20倍という売り上げ  
を叩き出せる**。ほかの広告媒体  
ではまず不可能な数字です

株式会社エイチームウェルネス  
マーケティンググループ  
プロモーションTM  
植木園 竜矢 氏



# コンバージョン数が約6倍にV字回復 健康食品ECにおけるLINE広告活用の“勝ち筋”

## sakura forest



業種 自社通信販売事業(健康食品・スキンケア・ヘアケア)  
商材 機能性表示食品「めなり極」



### 目的

機能性表示食品の  
新規顧客を増やしたい

### 成果

3カ月でCV数が約6倍  
1日あたり200~300件の新規獲得 + 他媒体と比較してCPAが  
1,000円ほど安価

### 施策

1

動きを表現できる  
「画像(アニメーション)」を活用



ユーザーの目にとまりやすく、  
商品への興味・関心を高めている



2

類似配信機能で  
さまざまなオーディエンスを検証



よく購入するユーザーのデータを基に  
「似ているユーザー」へ配信することで、  
安定的に新規顧客を獲得することに成功

[効果があったオーディエンス例]

- ・直近3カ月の購入者60歳以上
- ・直近1年間の3回以上購入者

### お客様の声

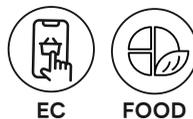
LINE広告は商品のメインターゲットでもある“50~60代”の獲得に強く、他の媒体ではリーチできないユーザーにも広告が届いていると感じます。今後は、医薬品や美容・化粧品の出稿も検討したいと思います

さくらフォレスト株式会社  
企画部

吉田 健人 氏



# 導入後にサブスク会員が3万人増加 リーチ力を生かしたベースフードのLINE広告運用術



業種 完全栄養食の開発・販売  
商材 完全栄養食のパン「BASE BREAD」ほか



## 目的

「BASE BREAD」の  
サブスク会員を増やしたい

## 成果

新規顧客獲得数は  
累計で約3万人増加

+

他媒体に比べて  
“初回接触”の数値が高い

## 施策

ターゲットに応じてクリエイティブを使い分け

1

BASE BREADを  
あまり知らないユーザー



商品内容が伝わる  
動画クリエイティブで  
需要を掘り起こし

2

BASE BREADを  
ある程度知っているユーザー



特徴的な  
静止画クリエイティブで  
購入を一押し



## お客様の声

新たなターゲットユーザーに  
BASE BREADを知っていただき、  
そして購入いただくことがさらなる  
成長に欠かせません。LINE広  
告のリーチ力やターゲティングを  
活用して、今後も新たな市場を切  
り拓いていきます

ベースフード株式会社  
マーケティング担当  
鹽井 勁 氏



# 「トレンド」と「顧客理解」を掛け合わせ オープンハウスグループのクリエイティブ改善



業種 総合不動産会社  
商材 戸建・マンション・収益不動産・米国不動産



## 目的

戸建の見込み顧客となる  
**Web会員登録者数**を増やしたい

## 成果

**CVRが前年比158%**  
**CPAが前年比68%**

+

**資料請求数が  
前年比142%**

## 施策

1

カラーを変えるなど、  
**さまざまなパターン**の  
クリエイティブを制作



広告が見飽きられにくくなり、  
ユーザーの反応率が向上

2

お客さまをよく知る**現場の声**と  
効果が高い**トレンド**を  
掛け合わせてクリエイティブ化



ユーザーニーズを理解した訴求軸を、  
LINE広告のトレンドにあわせて表現した結果、  
パフォーマンスが改善



## お客さまの声

ターゲティングの詳細設定に加わった『住宅展示場を訪れた可能性が高い』という新たな行動セグメントにも、大いに期待しています。**LINE広告**は機械学習による自動最適化も優秀なので、通常のブロード配信だけでも目標とするCPAを達成、維持できて助かっています

株式会社オープンハウスグループ  
マーケティング本部  
マーケティング部 広告戦略G  
多田 翔 氏



# LINE 広告 お役立ちリンク集

## LINE広告を始める

LINE広告のアカウント作成は  
こちらのページから



LINE広告  
サービスページ



## 活用方法を知りたい

自社での活用方法を知りたい  
などお気軽にお問い合わせください



お問い合わせ



## 配信設定が難しい

LINE広告を初めて出稿いただく  
お客さまを対象に、配信に必要な設定を代行



初期設定  
代行サービス



## 運用ノウハウの蓄積

正しい初期設定と継続的な運用・改善の  
ノウハウを蓄積いただくサポート



LINE広告  
60日間スタート  
ダッシュサポート



## 審査の詳細について

LINE広告の審査の種類、審査状況の  
確認方法などを解説



LINE広告  
審査の基本



## 各種機能の使い方

アカウント作成、広告配信の設定に  
ついての詳細はこちら



LINE広告  
オンラインマニュアル

