

# LINE Business Guide

LINEヤフー株式会社

MSカンパニー

2024年4月～2024年9月期版 v1.2

LINEヤフー

# Contents

## コミュニケーション

- P.14**    **LINE公式アカウント**
- P.38**    **LINEプロモーションスタンプ**
- P.50    スポンサーダスタンプ
- P.53    ダイレクトスタンプ
- P.57    スポンサーダターゲットイングスタンプ
- P.60    ミッションスタンプ
- P.66    従量課金型 CPD (Cost Per Download) スタンプ
- P.76    プロモーションスタンプレポート
- P.82    LINEプロモーションスタンプFAQ
- P.92**    **LINE通知メッセージ**
- P.106**    **LINEチャットPlus、LINEコールPlus**

## 広告

- P.117**    **LINE広告**
- P.157**    **LINE広告ネットワーク**
- P.167**    **Talk Head View**
- P.186    Talk Head View
- P.204    Talk Head View Custom
- P.211**    **NEWS TOP AD**

# Contents

## 販促・OMO

- P.241**    **LINEで応募**
- P.243    LINEオープンキャンペーン（アンケート型）
- P.272    LINEパートナーパッケージ
- P.276    LINEポイントインセンティブ
- P.314**    **LINEポイントAD**
- P.325    LINEポイント Reward AD
- P.349    LINEポイント Friends AD
- P.360    「LINEポイント」LINE公式アカウントのメッセージ配信
- P.364    LINEポイント スタンプセクション
- P.369**    **LINEチラシ**
- P.371    LINEチラシ メディアフォーマット

## その他

- P.396**    **LINE DATA SOLUTION**
- P.398    ビジネスマネージャー
- P.403    ビジネスマネージャーの機能
- P.421    ビジネスマネージャーの利用方法、注意事項
- P.431**    **LINE ミニアプリ**

## お知らせ

- P.442**    **LBPMについて**
- P.445**    **キャンセル規定について**



# LINEの紹介

# コミュニケーションアプリ「LINE」

LINEは、ユーザー同士であれば国内・海外、通信キャリアを問わず、無料で音声・ビデオ通話・トーク（チャット）が楽しめるコミュニケーションアプリです。2011年6月にサービスを開始して以来、世界230以上の国と地域で利用されています。



# 基本機能

コミュニケーションアプリ「LINE」の基本機能について紹介します。



## トーク、音声通話・ビデオ通話

トークでは、テキスト・スタンプ・写真・動画・音声メッセージ・位置情報・音楽などを送ることができるほか、コミュニケーションの延長として気軽に「LINE Pay」での送金や送金依頼をしたりすることができます。



## スタンプ・絵文字、着せかえ

トークで大人気キャラクターから、ちょっと笑えるシュールなものまで、気持ちが伝わる多種多様なスタンプ・絵文字を利用できます。また、個性を表現できる着せかえも展開中。自分の好みに合わせてカスタマイズできます。

# 基本機能



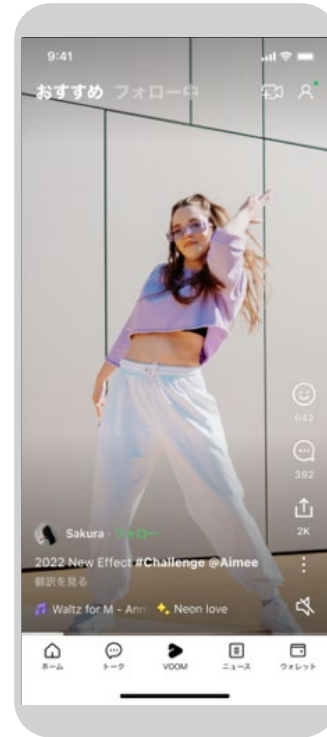
## ホームタブ

友だちリスト、LINE公式アカウント、LINEのファミリーサービス、LINEスタンプ、LINE着せかえなど、さまざまなコンテンツに簡単にアクセスすることができます。



## ニュースタブ

ニュースサービス「LINE NEWS」(日本)「LINE TODAY」(タイ、台湾、香港)で配信されるニュースの閲覧が可能。「LINE」アプリ内でいつでも手軽にニュースにアクセスすることができます。



## LINE VOOM

ショート動画などが楽しめる動画プラットフォーム。おすすめ動画を見たり、お気に入りのアカウントをフォローしてコンテンツを楽しむことができます。



## ウォレットタブ

モバイル送金・決済サービス「LINE Pay」を利用することができるほか、LINEポケットマネーなど、LINEが提供するさまざまな金融サービスのゲートウェイとなります。

# 日本国内の「プラットフォーム」として定着

国内のMAUは9,600万人<sup>\*1</sup>以上で、日本の人口の約8割をカバーしています。



※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2023年9月末時点

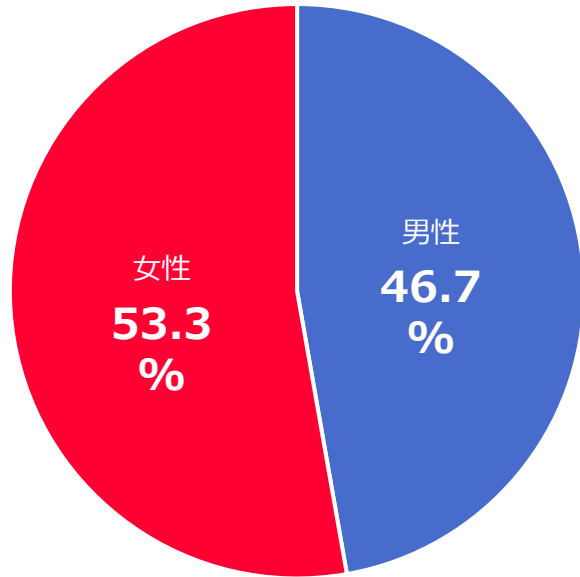
※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,600万人÷日本の総人口1億2451万1000人（2023年6月1日現在[確定値] 総務省統計局）



# LINEのユーザー属性（性別・年齢・職業）

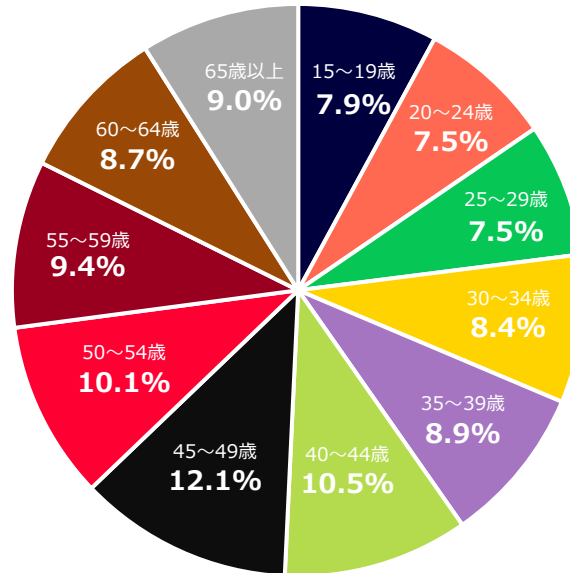
LINEを利用するユーザーの属性について説明します。

## 性別



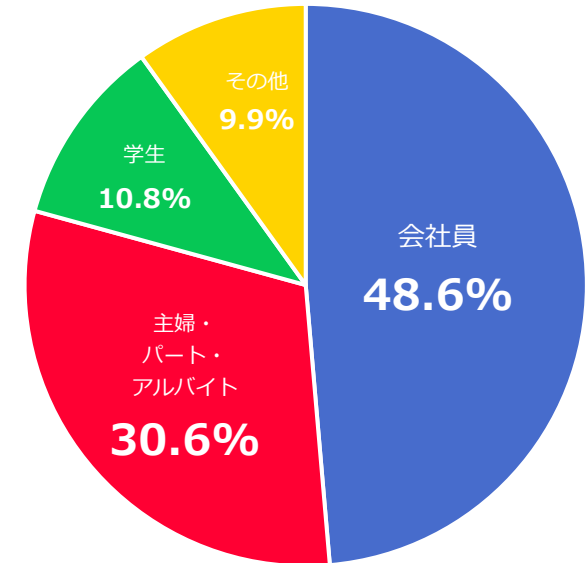
男女比は、やや女性が多い。

## 年齢



若年層、シニア層を問わず  
各年代にユーザーがいる。

## 職業

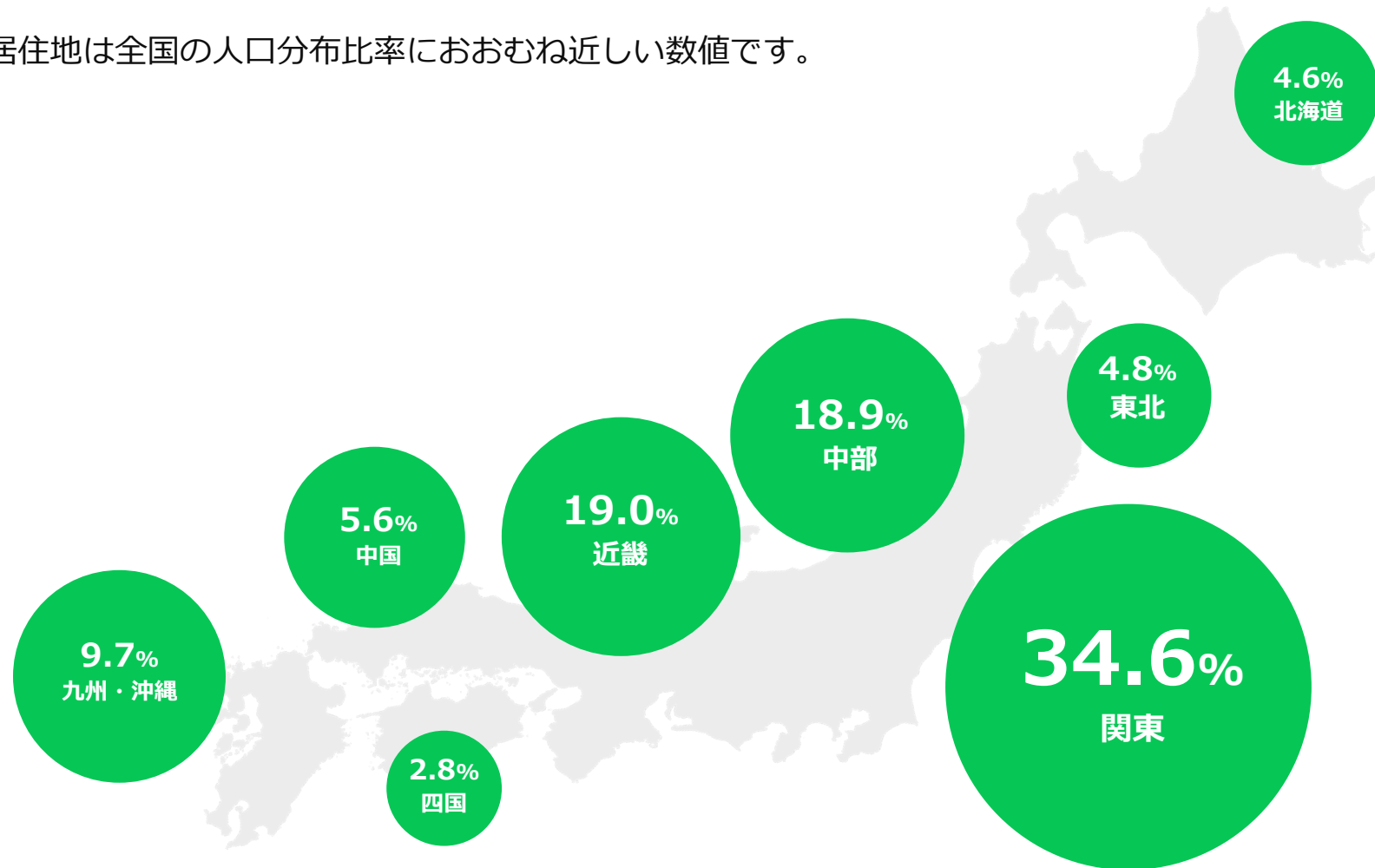


会社員が最も多く  
ついで主婦や学生が多い。

調査委託先：マクロミル・インターネット調査（2022年7月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060）

# LINEのユーザー属性（居住地）

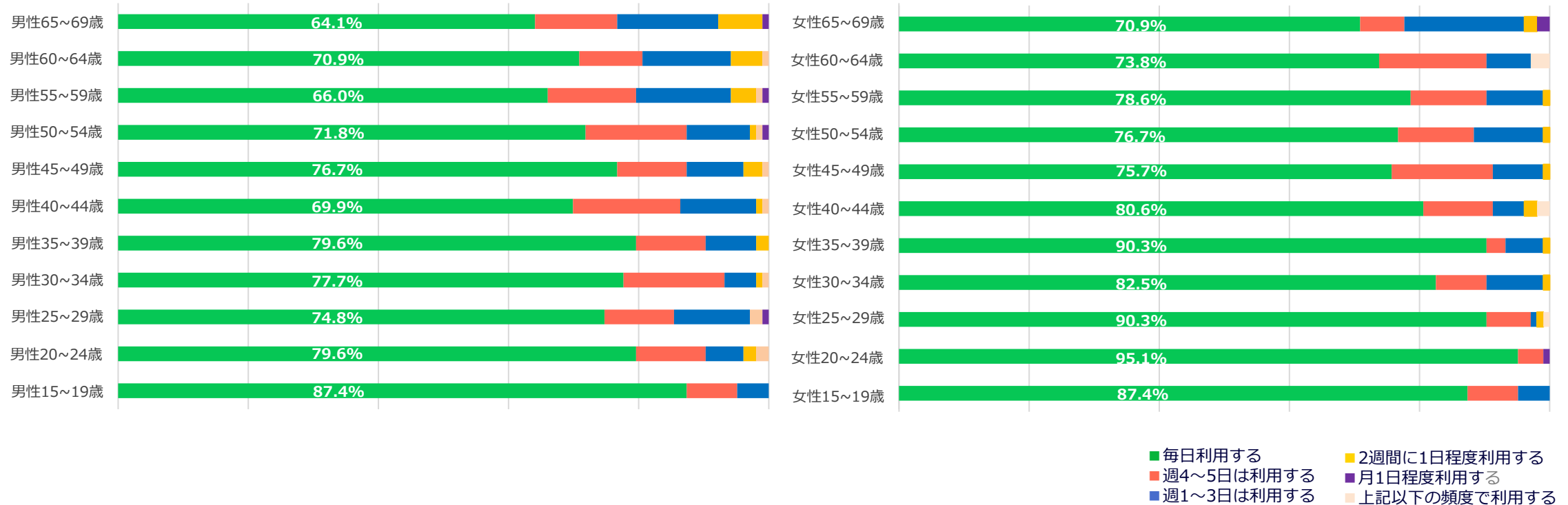
LINEユーザーの居住地は全国の人口分布比率におおむね近い数値です。



調査委託先：マクロミル・インターネット調査（2022年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060）

# LINEユーザー属性（性年代別の利用頻度）

男女とも「毎日利用する」と回答したユーザーがすべての年代で6割以上にのぼります。  
特に、女性の20～24歳、25～29歳、35～39歳では9割以上となっています。



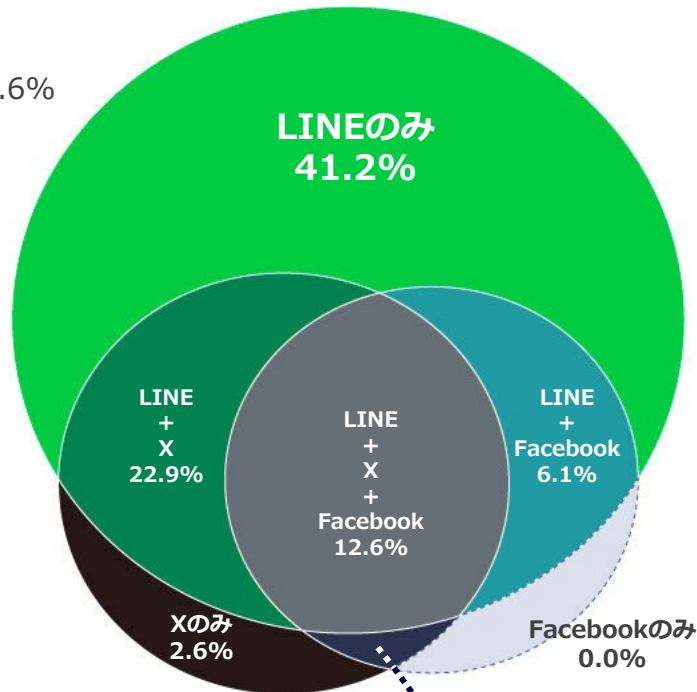
調査委託先：マクロミル・インターネット調査（2022年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060）

# LINEの強み：他サービスと比較したリーチ力

LINEは利用頻度の高さだけでなく、SNS利用ユーザーの中で「LINEのみを利用するユーザーの多さ」にも注目です。下図は、LINEに広告出稿することでのみリーチできるユーザーが多く存在することを示しています。

普段、スマートフォンで利用しているSNS

LINE…82.8%  
X…38.4%  
Facebook…19.6%

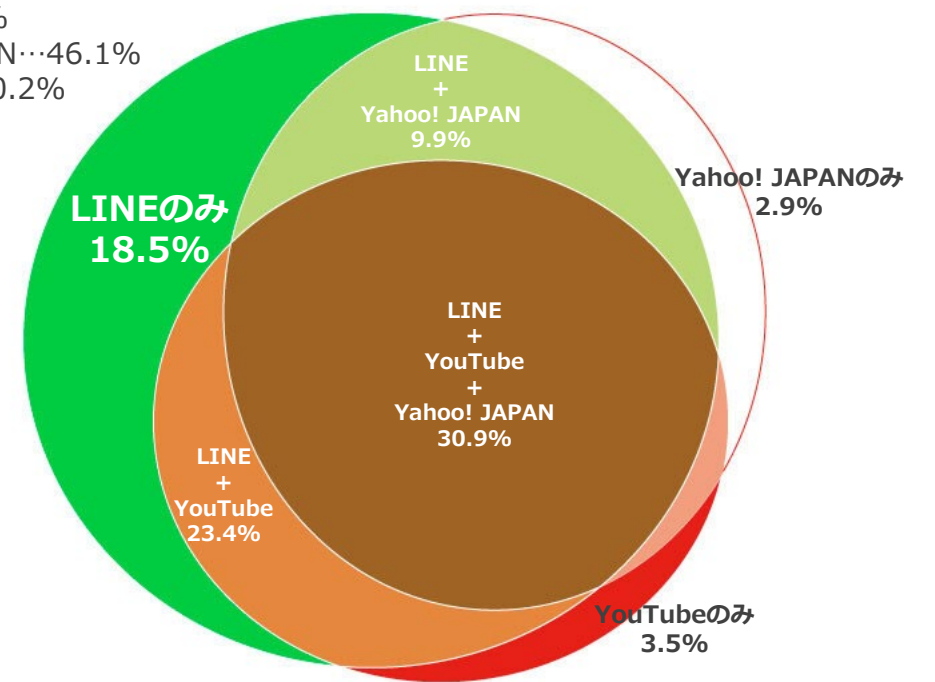


※どのサービスも非利用：10.6%

X+Facebook  
0.4%

普段、スマートフォンで利用しているサービス

LINE…82.8%  
Yahoo! JAPAN…46.1%  
YouTube…60.2%



※どのサービスも非利用：5.4%

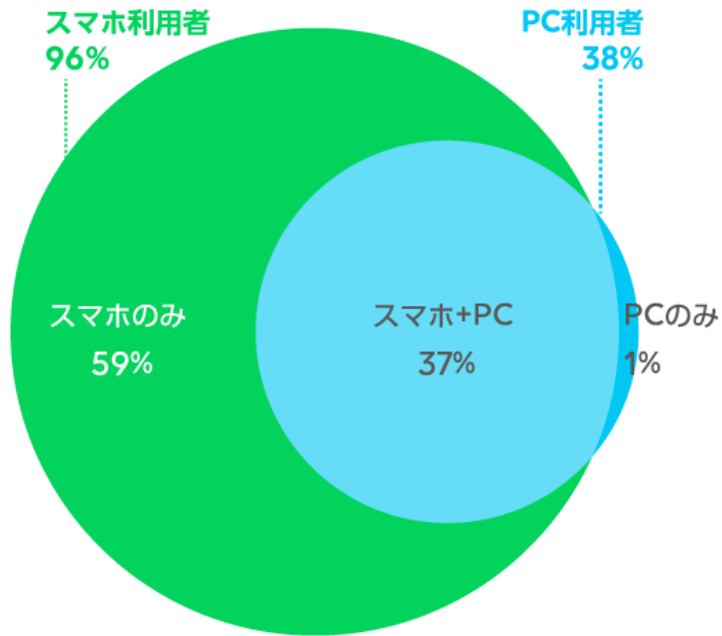
インターネット調査（2022年7月実施/全国15～69歳のスマートフォンユーザーを対象 サンプル数20,000）  
※サービス名は2024年3月時点のものになっています。

# “スマホのみ利用” のなかでも、特に女性の利用者が増加中

インターネットは「スマホのみ」での利用が59%と最多を維持。また、スマホのみでインターネットを利用する女性の割合が69%となりました。これらの結果はスマホと親和性の高い「LINE」が、今後さらに多くのユーザーに利用される可能性を示唆しています。

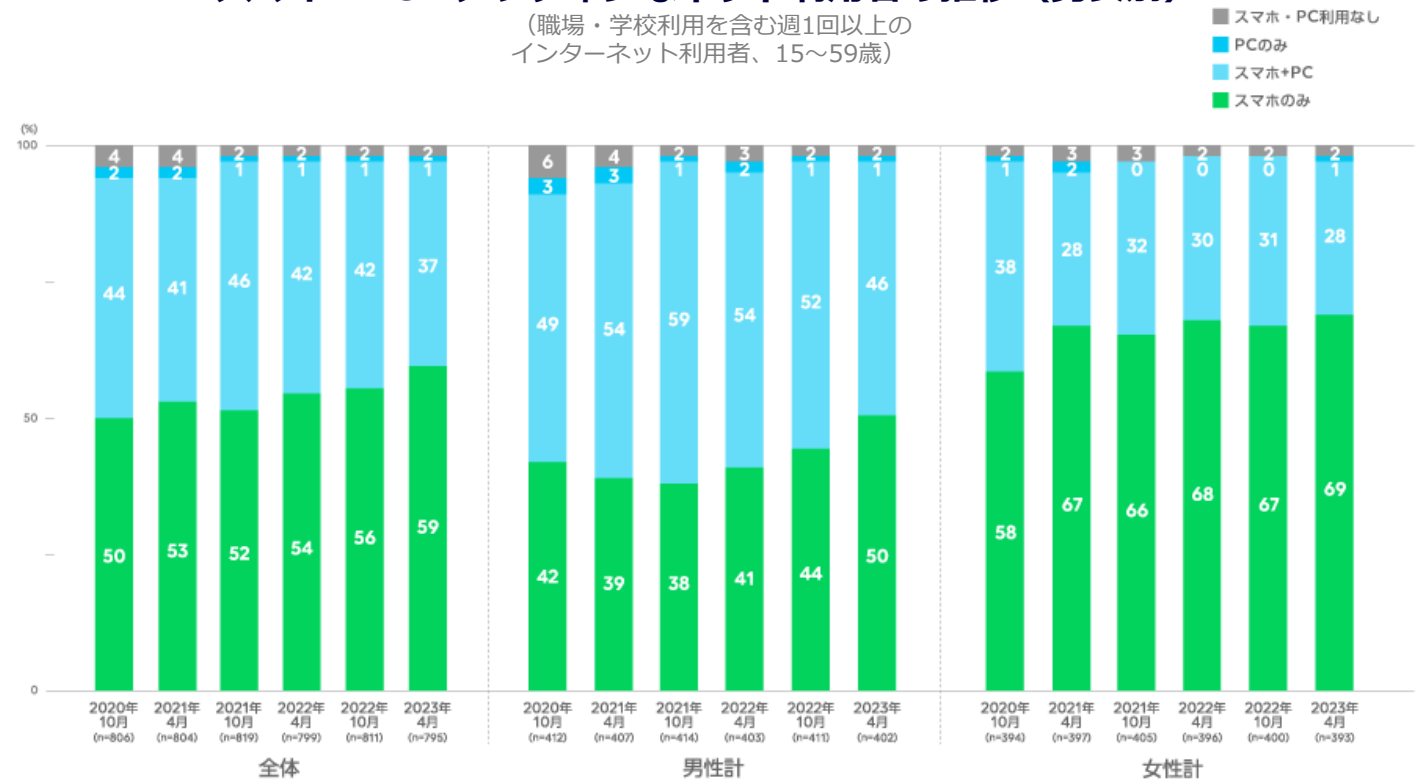
## スマホ・PC アクティブな利用者の実態

(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、15～59歳)



## スマホ・PC アクティブなネット利用者の推移 (男女別)

(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、15～59歳)



自社調べ〈調査報告〉インターネットの利用環境 定点調査 (2023年上期)



# LINE公式アカウント

# LINE公式アカウントとは

「LINE」のトークルームから、店舗や企業のアカウントの友だちになったユーザーに対して、メッセージを届けることができます。「圧倒的なリーチ力」と、コミュニケーションアプリの特徴を活かした「One to Oneコミュニケーション」により、効率良くユーザーとの深いつながりを実現することが可能です。



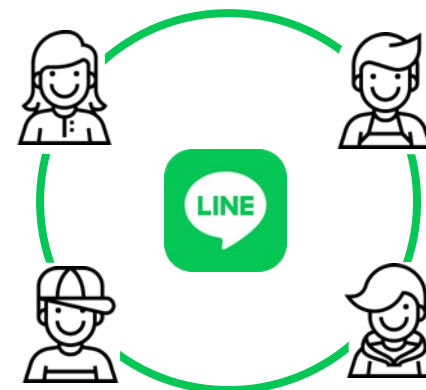
## 圧倒的なリーチ力

国内MAU9,600万人<sup>※1</sup>以上で、  
日本の人口の約8割<sup>※2</sup>をカバー



## One to Oneコミュニケーション

コミュニケーションアプリならではの  
多彩な機能を活用したチャットによる  
One to Oneコミュニケーション



## ユーザーとの深いつながり

コミュニケーションアプリの特性上、  
機種変更時も引き継がれることが多く、  
ブロックされない限りユーザーと  
ずっとつながりを持つことができる

# アカウントタイプについて

LINE公式アカウントはプレミアムアカウント・認証済アカウント・未認証アカウントの3種類のタイプが存在します。

## プレミアムアカウント



認証済アカウントのうち、特に優良なアカウントは特別な審査を経てプレミアムアカウントを自動付与します。

※認定基準は公表しておりません。

## 認証済アカウント



当社所定の審査を通過することで、アカウントバッジが付与され、LINEアプリ内での検索結果にも露出されるようになります。

## 未認証アカウント



個人、法人問わず、誰でも取得できるアカウントです。基本機能は認証済アカウントと変わらず、有料プランへの変更やプレミアムIDの購入も可能です。

※アカウント開設前に別途LINE公式アカウントガイドラインをご確認ください。  
※2023年12月現在、プレミアムアカウントは、友だち追加前にID検索画面でトーク導線が表示されません。



# LINE公式アカウントの機能について

LINE公式アカウントではさまざまな機能が利用可能です。無料のメッセージ通数を超えるとメッセージ配信が課金対象となり、オプションの利用には別途お申し込みやサービス連携が必要です。

## 機能一覧

 メッセージ配信	 ツール ↳クーポン ↳ショップカード ↳リサーチ	 分析	 LINEコール
 ステップ配信	 トークルーム管理 ↳あいさつメッセージ ↳リッチメニュー	 LINE VOOM (旧タイムライン)	 収益化 ↳メンバーシップ ↳トークルーム広告
 自動応答メッセージ ↳応答メッセージ	 データ管理 ↳オーディエンス ↳トラッキング (LINE Tag)	 チャット	 <b>オプション/別メニュー</b> LINE通知メッセージ LINEチャットPlus LINEコールPlus LINEで予約 etc...
 メッセージアイテム ↳リッチメッセージ ↳リッチビデオメッセージ ↳カードタイプメッセージ	 友だちを増やす	 プロフィール	

※ターゲットリーチ（性別や年齢、地域で絞り込んだターゲティングメッセージの配信先となる友だちの母数）数や利用プランにより一部機能が利用できない場合があります。

# メッセージ配信

LINE公式アカウントで友だちになっているユーザーのLINEアカウントに直接メッセージを送ることができます。

テキストのほかに画像や音声、動画やスタンプを使用して、1回のメッセージ配信で同時に最大3吹き出しまでのメッセージを送ることができます。メッセージを送る年齢層・性別・地域などを指定した配信も可です。



## メッセージ配信の詳細機能



配信先の絞り込み

属性データを推計し、特定の属性へのセグメント配信ができます。また、オーディエンスを作成して配信済メッセージを「開封」「クリック」したユーザーに対してリターゲティング配信も可能です。



A/Bテストを作成

作成した複数のメッセージのバリエーションを指定した割合のユーザーに配信し、メッセージの効果検証を行います。



配信メッセージ数の指定

任意の配信メッセージ通数を指定して配信を行います。予算の範囲内におさまるよう、メッセージ通数を指定してメッセージ配信を行うといった運用が可能です。



キャンペーン

任意のキャンペーンを作成して、複薄のメッセージに設定するとキャンペーン単位で集計を行うことができます。

※上記詳細機能活用時にも、通常のメッセージと同配信単価でのご提供です。  
※ターゲットリーチ数や利用プランにより一部機能が利用できない場合があります。

# ステップ配信

友だち追加したユーザーに対して、あらかじめ用意しておいた内容・タイミング・期間でメッセージを自動配信できる機能です。友だち追加した経路に応じて、追加してからの日数やユーザーの属性情報にあわせてメッセージ配信を設定しておくことができます。



# 自動応答メッセージ

ユーザーからLINE公式アカウントに送られたメッセージに対して自動で応答する機能です。「応答メッセージ」が利用できます。

## 応答メッセージ

ユーザーからトークで話しかけられた際に自動で送信されるメッセージを登録することができます。特定のキーワードに定められたメッセージを返信する「キーワード応答機能」を設定可能です。



# メッセージアイテム

画像や動画・テキスト情報をビジュアルで配信できるメッセージフォーマットです。

「リッチメッセージ」、「リッチビデオメッセージ」、「カードタイプメッセージ」の作成が可能です。

## リッチメッセージ

画像やテキスト情報を一つのビジュアルにまとめ、簡潔で分かりやすい訴求を実現できる機能です。通常のテキストメッセージよりも高い誘導効果が見込むことができます。



## リッチビデオメッセージ

自動再生される動画をメッセージとして配信する機能です。さまざまな動画形態に対応しており、動画の終了画面にはURLを表示できるため、次のアクションに誘導できます。



## カードタイプメッセージ

カルーセル形式で複数のコンテンツを1つにまとめて送信できる機能です。訴求したい内容に合わせて4種類のカードのタイプから選択が可能です。



# ツール

LINE公式アカウント上で使用できる便利な機能です。

「クーポン」、「ショップカード」、「リサーチ」の作成が可能です。

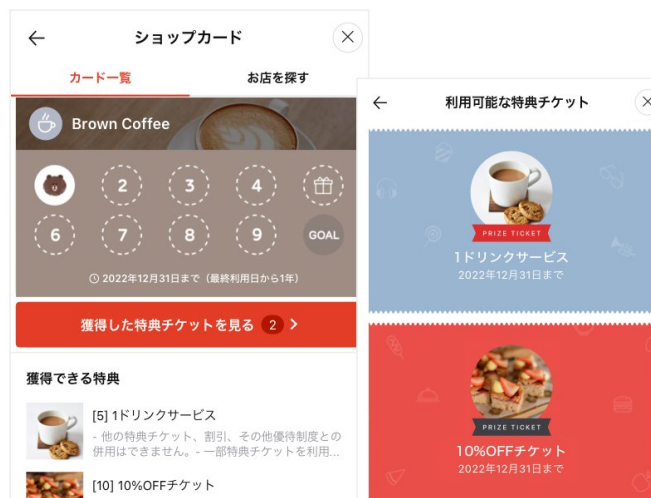
## クーポン

LINEを通じて配布できる電子クーポンを作成する機能です。作成したクーポンはメッセージ・LINE VOOM・応答メッセージなどで配信・投稿が可能で、来店促進などに利用することも可能です。



## ショップカード

商品購入やサービス利用・来店などのインセンティブとして、デジタルのポイントをLINE上で発行・管理できる機能です。ポイントの段階に応じてインセンティブを設定することも可能です。



## リサーチ

投票形式やアンケート形式でユーザーの嗜好や意見を集められる機能です。自社商品・サービスの調査などマーケティングに役立つデータを取得することが可能です。

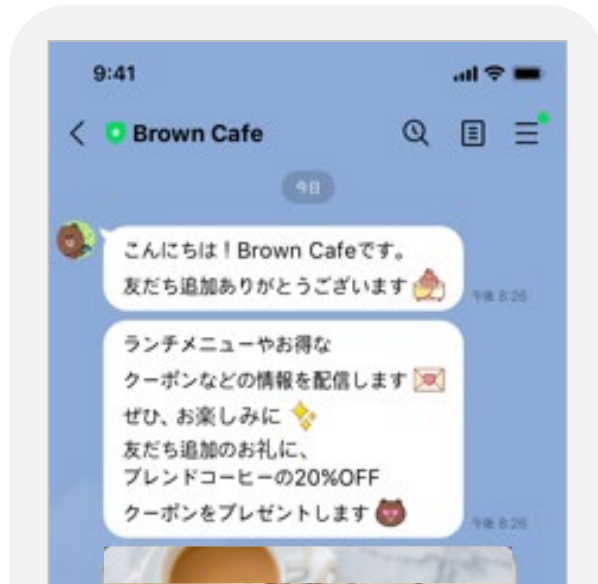


# トークルーム管理

「あいさつメッセージ」、「リッチメニュー」が利用できます。

## あいさつメッセージ

ユーザーがLINE公式アカウントを友だち追加した際に、メッセージを送ることができる機能です。アカウントの紹介や、キーワード応答へ誘導し、クーポンを配布するなど、アカウントの概要やメリットを伝えることが可能です。



## リッチメニュー

LINE公式アカウントのトークルームにメニューを大きく表示できる機能です。ユーザーがトークルームを開くたびに目立つ場所に表示されるので、クーポンの利用や予約など、さまざまなアクションへの誘導に効果的です。



# データ管理

「オーディエンス」、「トラッキング（LINE Tag）」が利用できます。

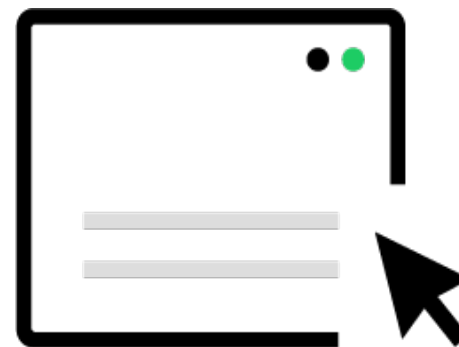
## オーディエンス

指定した条件をもとにユーザーのグループを作成できる機能です。オーディエンスを設定することにより、ターゲットを絞ってメッセージを配信することができます。



## トラッキング（LINE Tag）

LINE公式アカウントから配信されたメッセージの成果（コンバージョン）を確認できる機能です。計測したいWebサイトに指定のタグを設置することで、LINE公式アカウントの友だちがとった行動（「購入」や「会員登録」など）を計測することが可能です。





# 友だちを増やす

LINE公式アカウントの友だちを増やすための友だち追加用のQRコードやURLの確認・コピーが可能です。URLをシェアしたり、Webサイトにボタンを設置することで、友だち追加を促進できます。



※QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標です。

# 分析

メッセージ、友だち数などの統計情報の確認が可能です。

## 友だち



## チャット

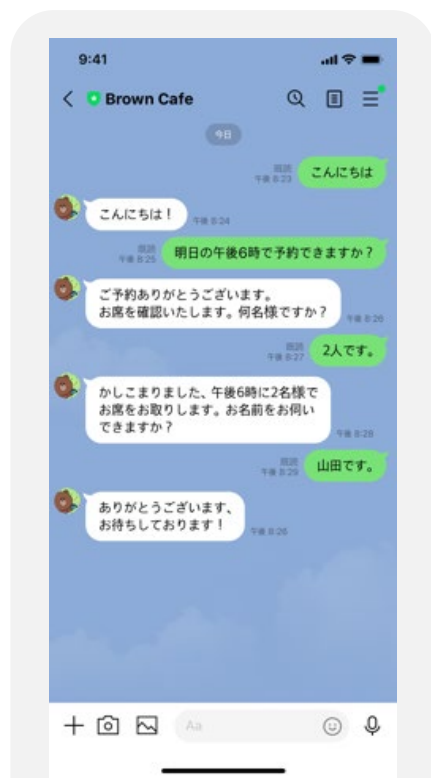


### 例) メッセージ配信で確認可能な指標

- |           |                 |
|-----------|-----------------|
| メッセージ配信数  | インプレッション数       |
| 開封数       | クリック数           |
| クリックユーザー数 | クリック率           |
| 再生開始ユーザー数 | 再生割合別の動画再生カウント  |
| 再生完了ユーザー数 | 再生割合別の動画再生ユーザー数 |

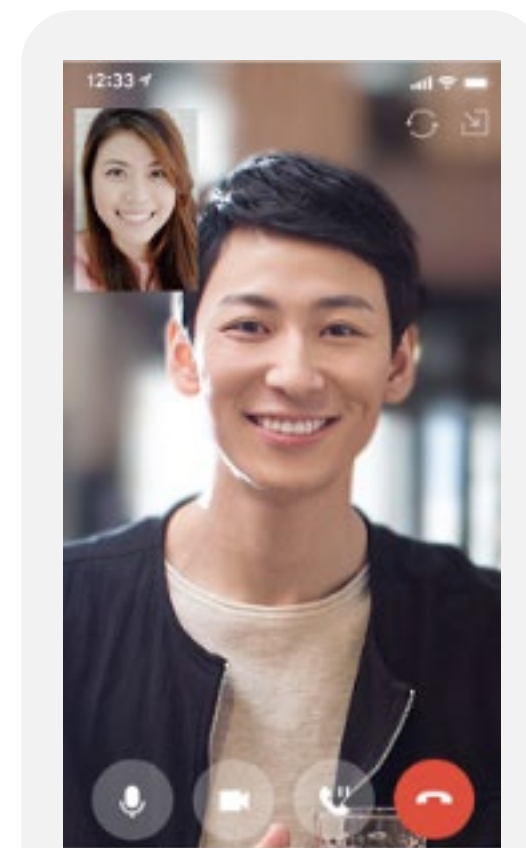
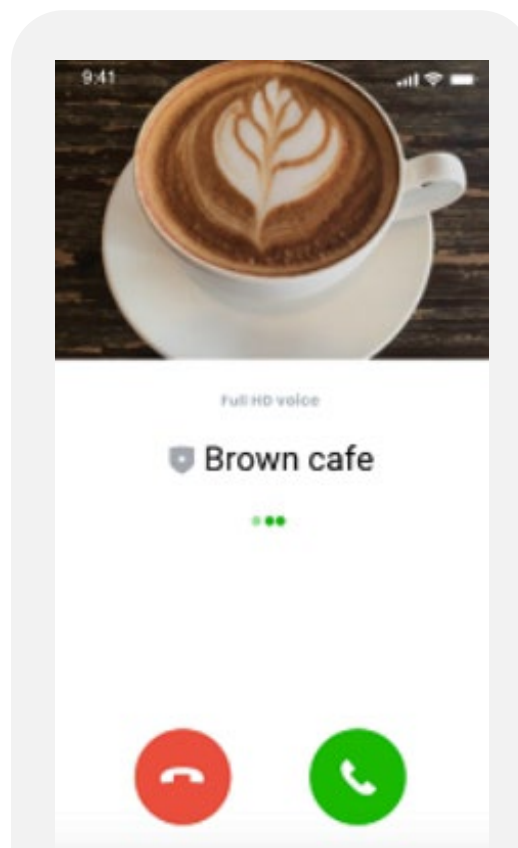
# LINEチャット

ユーザーからの商品やサービスに対する問い合わせ対応などをチャットでやりとりが可能です。画像の送信や複数のユーザーとグループチャット対応もできます。



# LINEコール

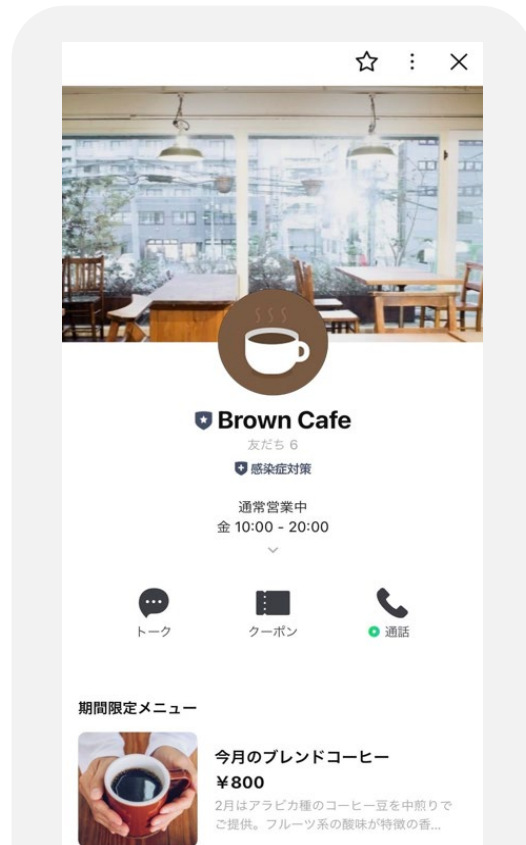
LINEコールは、ユーザーからLINE公式アカウントに無料で通話やビデオ通話ができます。企業・店舗にもユーザーにも、通話料が発生せず、無料で音声通話やビデオ通話を利用することができます。



※ご利用状況により（LINEチャットに限りません）LINEチャットの利用を制限する場合があります。

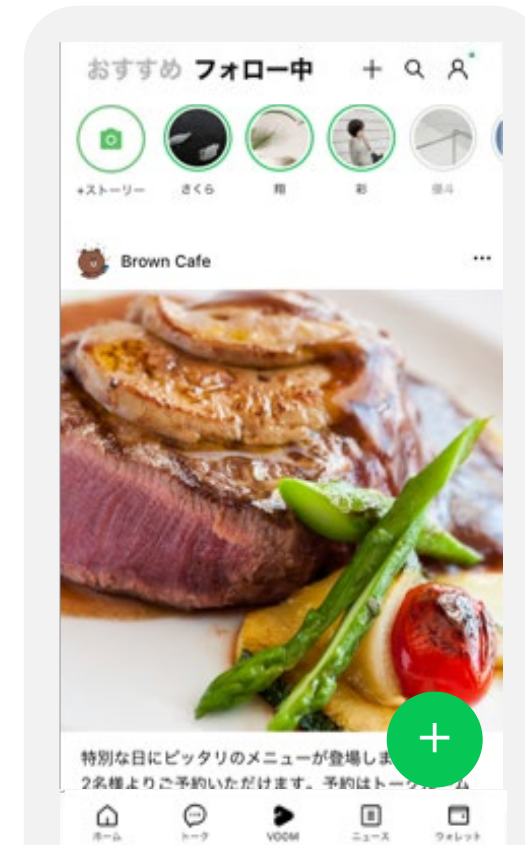
# プロフィール

企業やブランドの基本情報を掲載できるページです。Web上にも公開されアカウントの強力な認知経路となります。複数のパーツを利用して、より効果的な情報公開が可能です。



# LINE VOOM

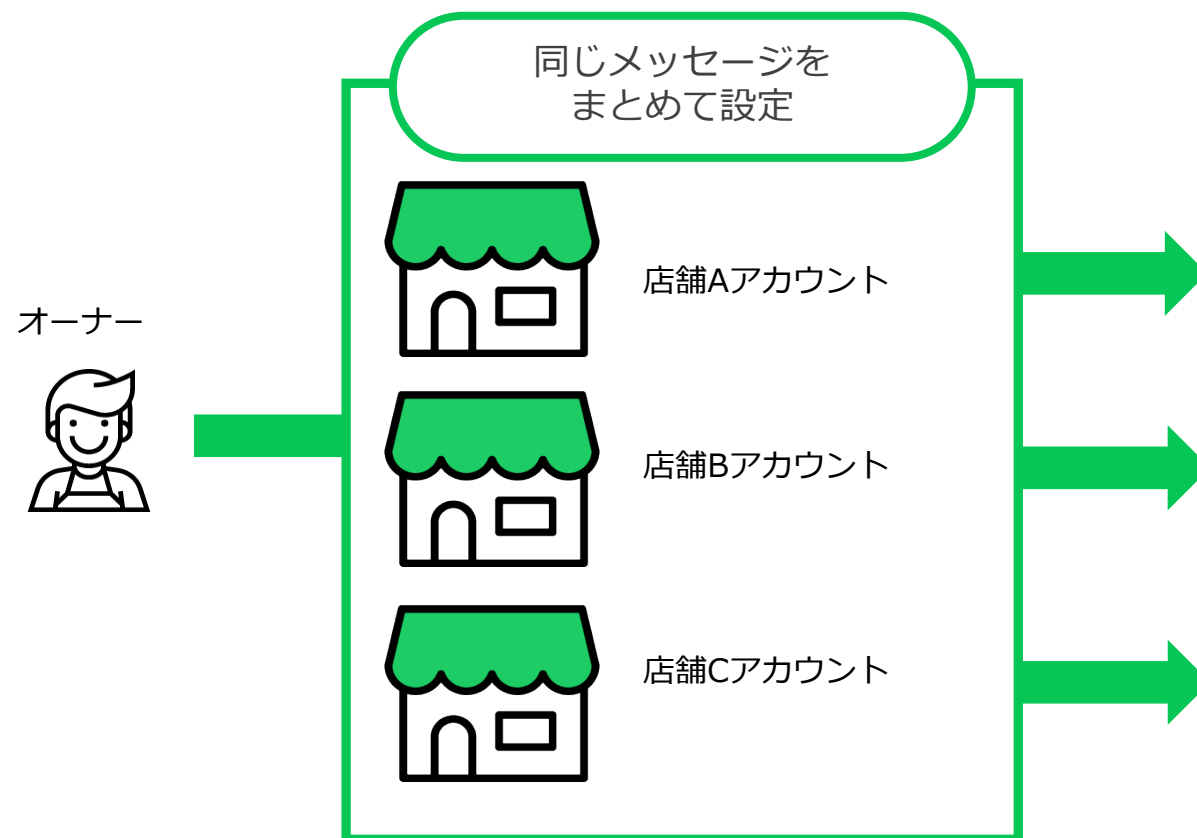
動画やテキストや画像を「LINE VOOM」上に投稿ができます。LINE公式アカウントと友だちになっていないユーザーも見ることができるため、友だち数以上の認知拡大が期待できます。



※ダブルスポンサー広告（広告枠の再販）に該当する投稿は禁止しております。

# グループ

アカウントをまとめて管理できる機能です。グループ化したアカウントは一括で同じ機能を設定し、運用することができます。設定可能な機能は[マニュアル](#)をご確認ください。



# 収益化

「メンバーシップ」、「トークルーム広告」が利用できます。

※ターゲットリーチ数や利用プランにより利用できない場合があります。

## メンバーシップ

LINE公式アカウントで友だちからの月額課金を通じ、メンバーに限定メッセージを送ったり、特別な特典を提供することで、さらに深く友だちとつながることができる機能です。オンラインレッスンやオンラインサロンで限定コンテンツを配信するなど、お店でメンバー限定の特別な特典を提供・お店のファンとのコミュニケーションなどにご活用いただけます。



## トークルーム広告

LINE公式アカウントのトークルームに広告を表示して広告収益を得ることができる機能です。友だちに便利な機能や有益なコンテンツを提供して、LINE公式アカウントが利用されることで収益を得ることができます。



# LINE Official Account Manager 機能別比較表

用途や利用シーンに合わせて、Web版、アプリ版の管理画面がご利用できます。



	Web版	アプリ版
メッセージの配信	●	●
「LINE VOOM」への投稿	●	●
LINEチャット	●	●
クーポンの作成	●	●
ショップカードの作成	●	●
プロフィールの設定	●	●
分析の確認	●	●
リッチメッセージの作成	●	●
リッチメニューの作成	●	●
リッチビデオメッセージの作成	●	×
リサーチの作成	●	×
カードタイプメッセージの作成	●	×
オーディエンスの作成	●	×
LINE Tagの発行	●	×
アカウントのグループ化	●	×
ステップ配信	●	×
メンバーシップ	●	●
トークルーム広告	●	×

# 課金対象メッセージについて

LINE公式アカウントではさまざまなメッセージ機能がありますが、すべてのメッセージ配信が課金対象としてカウントされるわけではありません。LINEチャットの送受信や自動応答メッセージなど、一部のメッセージ配信は無料で活用が可能です。

## カウントされるメッセージ（課金対象）

- メッセージ配信（絞り込み配信含む）
- ステップ配信
- Messaging APIの「Push API」  
「Multicast API」 「Broadcast API」  
「Narrowcast API」

## カウントされないメッセージ（課金対象外）

- LINEチャットの送受信
- 応答メッセージ
- あいさつメッセージ
- Messaging APIの「Reply API」

※ Messaging APIの詳細は、[LINE Developers](#)をご参照ください。

# 価格プランについて

どなたでもご利用しやすい、シンプルな価格プランです。

初期費用  
**¥0**

+

月額固定費

無料メッセージ  
通数

追加メッセージ  
料金

コミュニケーション  
プラン

0 円

200 通/月

不可

プラン名

集客や販促目的のメッセージ配信なら **こちらがおすすめ!**

ライトプラン

5,000 円

5,000 通/月

不可

スタンダードプラン

15,000 円

30,000 通/月

~3 円/通

※全て税別表記です。



# プラン変更について

キャンペーン時の利用や必要に応じて柔軟に契約形態を変更できます。

アップグレードだけでなく、ダウングレードも対応可能で広告主様の利用ニーズにあわせてご利用いただけます。

## プラン変更の反映ルール

月中反映	コミュニケーションプラン → ライトプラン or スタンダードプラン ライトプラン → スタンダードプラン ※プラン変更後はプラン変更前に当月配信したメッセージ数もカウントされます。 月中でのプランアップグレードに関しては差額をお支払いいただくことで月中から適用し、差分の通数を付与いたします。
翌月反映	ライトプラン → コミュニケーションプラン
	スタンダードプラン → ライトプラン or コミュニケーションプラン

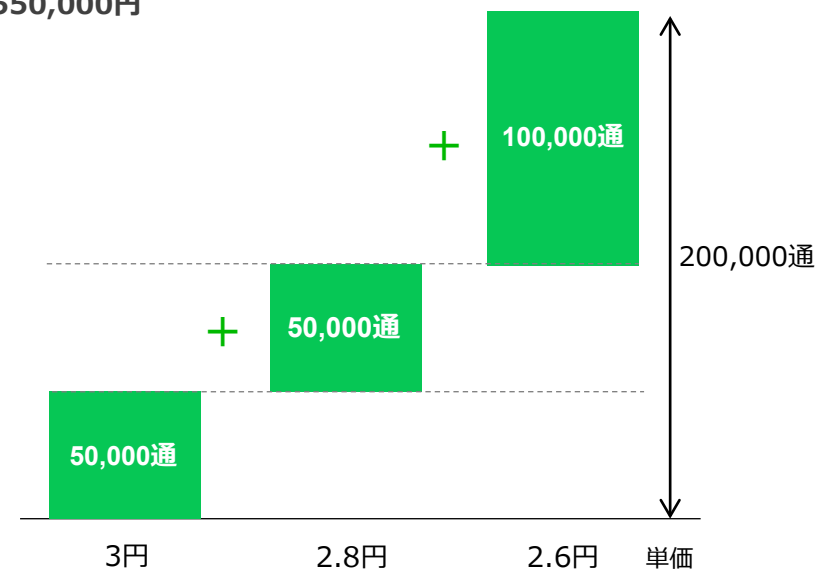
# スタンダードプラン追加メッセージ 価格テーブル

利用すればするほどお得な単価となります。

追加メッセージ配信数	単価	配信単価 (目安)
~50,000	3.0円	3.00円
50,001~100,000	2.8円	3.00~2.90円
100,001~200,000	2.6円	2.90~2.75円
200,001~300,000	2.4円	2.75~2.63円
300,001~400,000	2.2円	2.63~2.53円
400,001~500,000	2.0円	2.53~2.42円
500,001~600,000	1.9円	2.42~2.33円
600,001~700,000	1.8円	2.33~2.26円
700,001~800,000	1.7円	2.26~2.19円
800,001~900,000	1.6円	2.19~2.12円
900,001~1,000,000	1.5円	2.12~2.06円
1,000,001~3,000,000	1.4円	2.06~1.62円
3,000,001~5,000,000	1.3円	1.62~1.49円
5,000,001~7,000,000	1.2円	1.49~1.40円
7,000,001~10,000,000	1.1円	1.40~1.31円

## 追加メッセージ積算イメージ

例) 200,000通配信の場合  
 (50,000通×3円) + (50,000通×2.8円) + (100,000通×2.6円)  
 =550,000円



※10,000,000通以上の配信については、各営業担当までお問い合わせください。  
 ※運用費、クリエイティブ費等は含まれません。  
 ※全て税別表記です。

# プレミアムIDについて

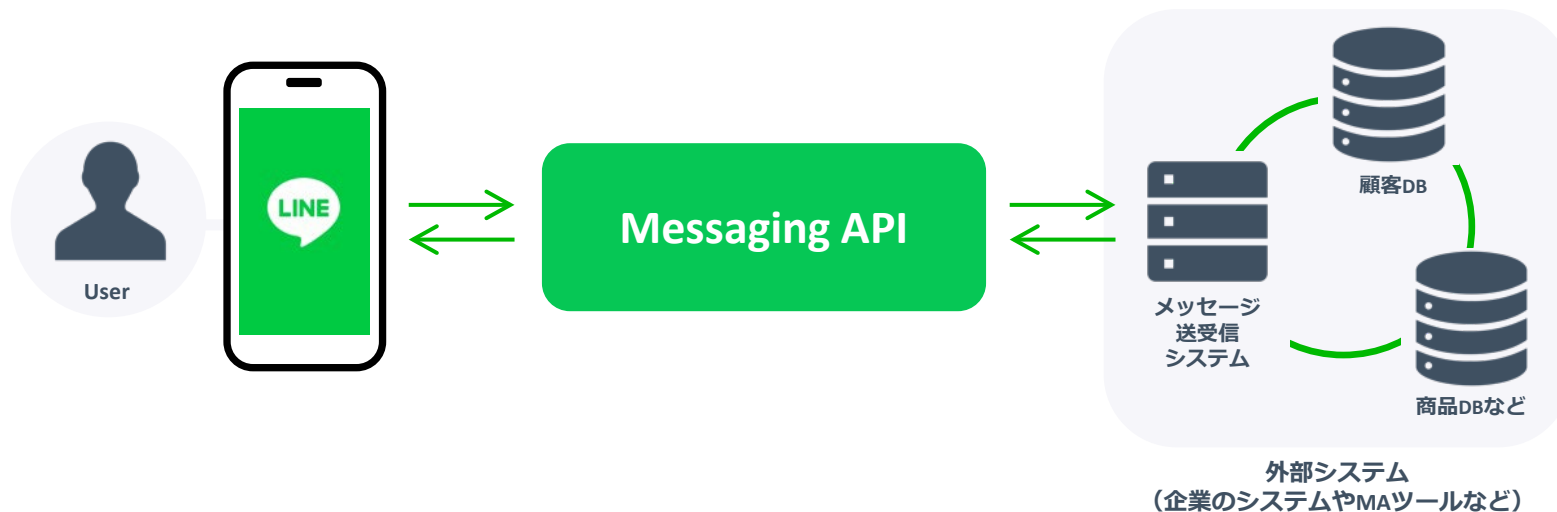
LINE公式アカウントが開設された際、LINE内のID検索でLINE公式アカウントを検索できるランダムに羅列された英数字をIDとしてご提供します。別途所定の費用をお支払いいただくと、ご希望の文字列をIDとして取得することが可能です。

	ベーシックID	プレミアムID
価格	0円	100円（税別）/月額 または 1,200円（税別）/年額 ※購入経路によって価格形態が異なります。 ※iOSアプリからご購入いただく場合、 価格・取引条件が異なりますので購入前にご確認ください。
フォーマット	@ + 3桁数字 + 5桁英字（ランダム）	@ + 指定文字列（@を除き4文字以上18字以内。大文字使用不可。半角英数字と、「.」「_」「-」の記号のみご利用いただけます）
取得	LINE公式アカウント開設時に自動発行	プレミアムIDの費用お支払いにより取得可能
備考	ランダムな英数字の組み合わせとなります。	重複するIDを取得することはできません。

※プレミアムIDとプレミアムアカウントは異なるサービスです。

# Messaging APIについて

Messaging APIをご利用いただくことで、LINE公式アカウントと外部のシステムを連携できます。一人ひとりに最適化されたメッセージの送信や双方向のコミュニケーションなど、LINE公式アカウントの友だちに対して、より良い体験を提供できます。



## Messaging APIのご利用方法

APIをご利用の際は、お客さま自身での開発のほか、パートナー企業が提供するツールの導入やパートナー企業からの開発支援を活用できます。Messaging APIの詳細は、[LINE Developers](#)をご参照ください。

自社開発の場合	<a href="#">LINE Developers</a> で仕様を公開しておりますので、ご参照いただき、開発ください。
他社へ依頼する場合	LINEヤフーの法人向けサービスの販売・開発のパートナーを認定する「 <a href="#">LINEヤフーパートナープログラム</a> 」のテクノロジーパートナーの中から実績のあるパートナーに相談や開発依頼いただくことを推奨します。

# APIを活用したコミュニケーションの活性化

LINE Developersで公開しているさまざまなAPIをご活用いただくことで、ユーザーとのコミュニケーションをより活発なものにできます。

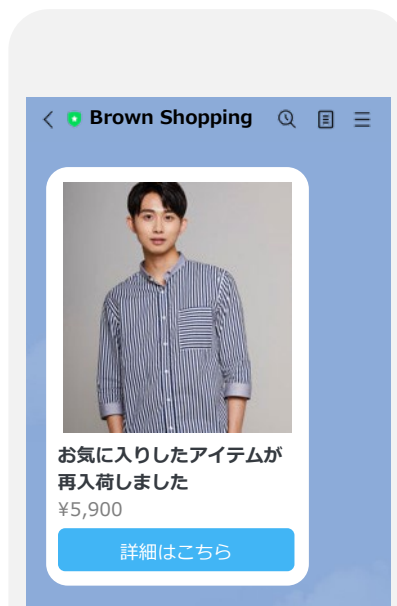
## 一人ひとりに最適化されたメッセージの送信

LINEのユーザーIDと企業内のIDを連携できます。例えば、企業が提供するサービス上での過去の閲覧や購入に基づいたメッセージ配信を実現できます。



## ユーザーアクションをトリガーとしたメッセージ配信

企業が提供するサービス上でのユーザーアクションをトリガーとしたメッセージ配信が実現できます。例えば、ECサイト上でのお気に入りの在庫情報やカート落ち商品をメッセージ配信することで、購買意欲を喚起できます。

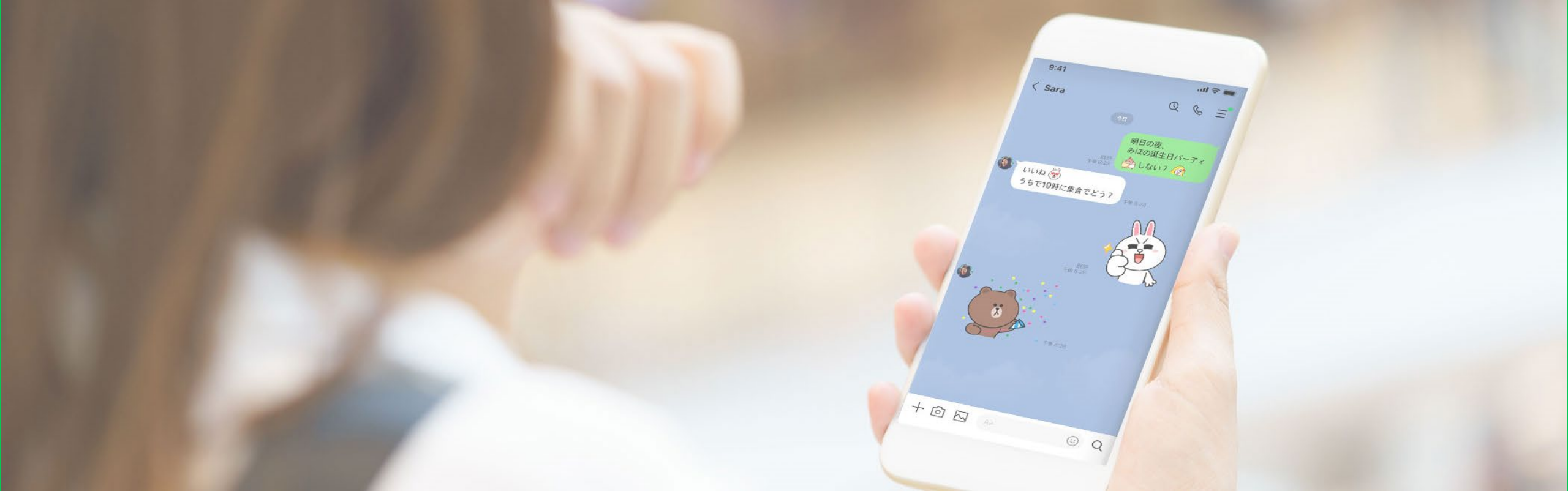


## リッチメニューのカスタマイズや最適表示

タップ領域やタップ時のアクションを自由にカスタマイズしたリッチメニューを作成できます。作成したリッチメニューは、ユーザーの属性に応じた出しわけやユーザーのアクションに応じた切り替えができます。



詳細は、<https://developers.line.biz/ja/>をご確認ください。



# LINEプロモーションスタンプ

# 本媒体資料の対象期間について

媒体資料の対象期間は、2024年4月～2024年9月期となります。

スタンプショップ 枠掲載	スタンプ種類	2024年						2025年					
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
掲載あり商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ スポンサーダスタンプ</li> <li>・ スポンサーダミッションスタンプ</li> <li>・ スポンサーダターゲットイングスタンプ</li> <li>・ スポンサーダターゲットイングミッションスタンプ</li> </ul>	対象期間											
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ CPDスタンプ</li> </ul>												
掲載なし商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ダイレクトスタンプ</li> <li>・ ダイレクトミッションスタンプ</li> <li>・ CPDスタンプ</li> </ul>												

※2024年4～6月期のスポンサーダスタンプのエントリーについては別途ご案内しております。

# LINEスタンプとは

感情で会話する非言語コミュニケーションであるLINEスタンプは、テキストメッセージのチャット内に挿入できるイラストです。

喜怒哀楽やさまざまなシチュエーションを表現し、文字では伝達しにくい感情を相手に送ることができます。



## スタンプの種類

### 1. デフォルトスタンプ

LINE利用時にデフォルトで登録されている無料スタンプ（弊社制作）

### 2. 公式スタンプ

弊社制作 or 著作権元提供レベニューシェア型で、有料販売しているスタンプ

### 3. クリエイターズスタンプ

LINE Creators Marketにて登録・販売されている個人・法人クリエイターによるスタンプ

### 4. プロモーションスタンプ

広告主様より広告費を提供いただくことで、ユーザーに無料または条件付きで提供しているスタンプです  
スポンサードスタンプ、ダイレクトスタンプなどがございます



# LINEプロモーションスタンプの実施条件

実施条件とLINE公式アカウントの開設状況ごとに、ご利用可能なメニューは以下の表のようになっております。

アカウント連携 (友だち追加連携)	アカウント連携あり	アカウント連携なし
アカウント種別	<p>プレミアムアカウント、認証済アカウント</p> <p>※弊社所定の審査を通過することで、アカウントバッジが付与され、認証済アカウントとなります。</p> <p>※特に優良なアカウントは特別な審査を経てプレミアムアカウントを自動付与します。(認定基準は公表しておりません。)</p>	-
実施可能な スタンプメニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポンサードスタンプ</li> <li>・スポンサードミッションスタンプ</li> <li>・スポンサードターゲティングスタンプ</li> <li>・スポンサードターゲティングミッションスタンプ</li> <li>・ダイレクトスタンプ</li> <li>・ダイレクトミッションスタンプ</li> <li>・CPDスタンプ (スタンプショップ掲載あり)</li> <li>・CPDスタンプ (スタンプショップ掲載なし)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイレクトスタンプ</li> <li>・ダイレクトミッションスタンプ</li> <li>・CPDスタンプ (スタンプショップ掲載あり)</li> <li>・CPDスタンプ (スタンプショップ掲載なし)</li> </ul>
備考	LINE公式アカウントの開設と認証済アカウント以上であることが必要です	LINE公式アカウントの開設は不要です

※アカウント連携とは、プロモーションスタンプのダウンロード条件を、LINE公式アカウントの友だち追加とすることを指します。(友だち追加済の場合もダウンロードは可能です)

※これらの条件を満たす場合であっても、弊社が別途定める審査ガイドライン (<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-promotion-sticker/guideline/>) もあわせて適用されます。

# LINEプロモーションスタンプの種類と枠数

下記の枠数と価格で各プロモーションスタンプをご提供いたします。毎週火曜日に通常枠3枠、ターゲティングスタンプ枠2枠の計5枠となります。通常枠はスポンサードスタンプ、スポンサードミッションスタンプが出稿可能となります。

	対象枠	枠数	種類	価格（万円・税別）	
				8種類	16種類
火曜日	通常枠	3枠	スポンサードスタンプ（静止画）	3,500	4,000
			スポンサードミッションスタンプ（静止画）	4,000	4,500
	ターゲティングスタンプ枠	2枠	スポンサードターゲティングスタンプ（女性・静止画）	2,500	3,000
			スポンサードターゲティングスタンプ（男性・静止画）	2,000	2,500
			スポンサードターゲティングミッションスタンプ（女性・静止画）	3,000	3,500
			スポンサードターゲティングミッションスタンプ（男性・静止画）	2,500	3,000
	CPDスタンプ枠	3枠	CPDスタンプ（スタンプショップ掲載あり）	600～ (Net価格)	-
平日	-	-	ダイレクトスタンプ（静止画）	1,000	1,500
			ダイレクトミッションスタンプ（静止画）	1,000	1,500
			CPDスタンプ（スタンプショップ掲載なし）	200～ (Net価格)	-

- ※スポンサードターゲティングスタンプは、男女どちらかで2枠分となります。
- ※通常枠3枠が満枠の場合に、当該週の「ターゲティングスタンプ枠」2枠が「通常枠」として出稿可能です。
- ※今後新メニューを追加リリースする場合は、新たに増枠させていただく可能性もございます。

# オプション機能

スポンサードスタンプ、スポンサードミッションスタンプ、スポンサードターゲティングスタンプ（男女共通）、スポンサードターゲティングミッションスタンプ（男女共通）、ダイレクトスタンプでは追加オプションをご提供しています。追加オプションの種類と金額は以下になります。

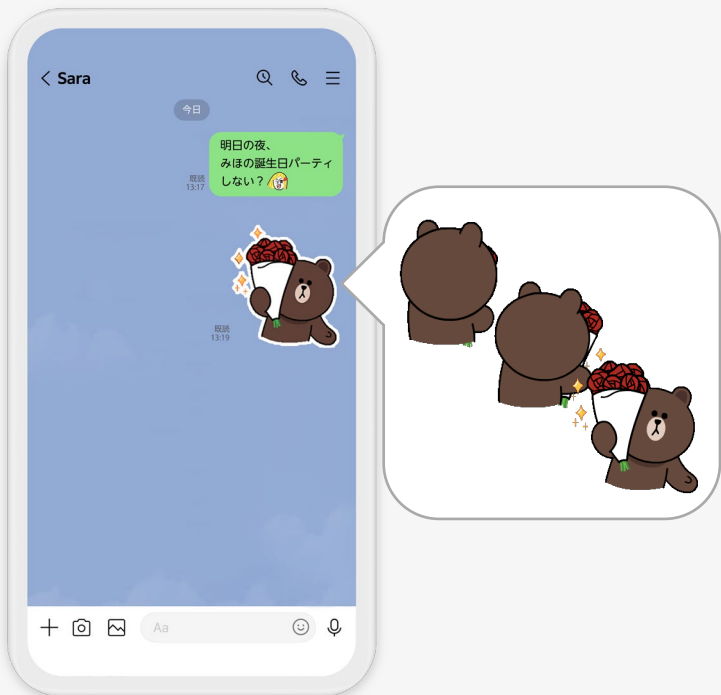
オプション項目	価格（万円・税別）	制作期間目安
アニメーション	+ 500	2~3カ月
BIG	+ 500	2か月
エフェクト	+ 500	3カ月
カスタム	+ 500	3カ月
メッセージ	+ 500	3カ月

※制作にあたっての詳細は制作ガイドラインおよびレギュレーション資料をご参照ください。

# オプション機能①

## アニメーションスタンプ

アニメーションの活用で、時間や空間、速度などの表現幅が増え、ストーリー性やギャップのある豊かな表現が可能になります。



## BIGスタンプ

通常のLINEスタンプよりもトークルームで縦に大きく表示される静止画のスタンプです。そのため、今までにない構成やダイナミックな表現が可能となります。



## エフェクトスタンプ

LINEスタンプの受信時、もしくは該当のスタンプをタップした際にトークルームの背景にさまざまなアニメーションを表示させることができます。通常のスタンプに比べ表現領域が広いので、より相手とのコミュニケーションを取りやすい商品です。



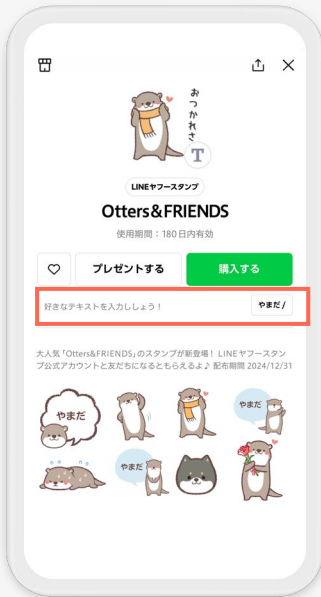
※エフェクトの挙動タイミングは「スタンプ受信直後」「スタンプタップ時」などです。

納品データ作成時の注意事項・入稿規定については別紙「[納品ガイド](#)」をご確認ください。

# オプション機能②

## カスタムスタンプ

名前やニックネームなどの「好きな言葉」を、ユーザーが自由に設定できるLINEスタンプです。何度でも繰り返し変更し、自由自在にアレンジして、友だちに送ることができます。



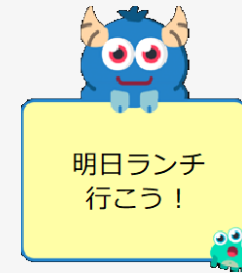
「好きな言葉」を入力するとダウンロード可能



何度でも繰り返し変更可能

## メッセージスタンプ

名前やニックネーム、短文から最大100文字までの長文テキストを自由に入力して使える、LINEスタンプのオプション機能です。ユーザーが何度でも繰り返しテキストをカスタマイズできるため、スタンプ単体でのメッセージコミュニケーションが可能となります。



LINEのメッセージのような長文を設定できる



クリエイティブ別にテキストを設定可能



※ユーザーが設定可能な文字数は、2文字から6文字となります。

※キャンペーン実施前にNGワードを、2文字～6文字設定可能です。入稿に関しては、別途ご案内いたします。

政治、思想、宗教に関するNGワードは、LINEサービスポリシー上設定できません。弊社が一般名詞であると判断した単語は、設定いたしかねる場合もございます。

※カスタムスタンプではLINEですでに登録しているNGワードがありますが、登録しているNGワードのリストは提供いたしかねます。

# クリエイターコラボについて

自社のキャラクターを持っていない場合など、LINEプロモーションスタンプで起用いただけるLINEが推奨するクリエイターを使用してLINEスタンプを作成することが可能です。

提携しているクリエイターは約100組ほどとなり、静止画だけでなくアニメーション等のエフェクト機能も対応しているクリエイターが増えています。

## LINEクリエイターズの例 (五十音順)

endo



うさぎ帝国

お文具



お文具さん

さいきたむむ



ともだちはくま

ジェリーフィッシュ



ゲスクマ & 毒舌あざらし

chococo



ゆるうさぎ & もふ犬

ナガノ



ナガノのくま

mame&co



うるせえトリ & ちびトリ

naonao3

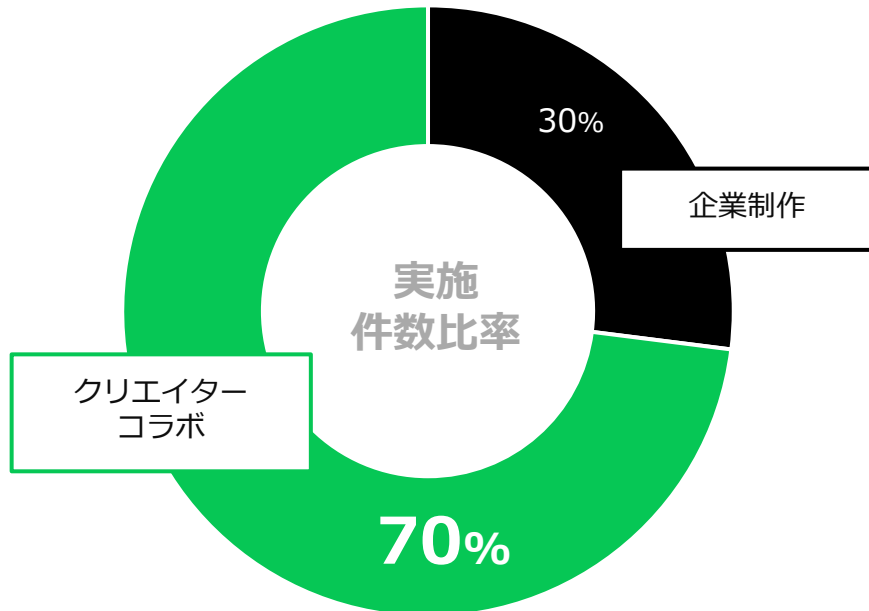


ガーリーくまさん

# クリエイターコラボと企業制作の比較

企業キャラクターを使ったLINEスタンプと比較して、クリエイターコラボのLINEスタンプのほうがダウンロード数、利用（送信）数ともに高くなる傾向があります。

クリエイターコラボは  
プロモーションスタンプ全体の**約7割**



**平均DL数** クリエイターコラボのLINEスタンプダウンロード数は、企業が制作したスタンプと比較して**約1.3倍**



**平均利用数** クリエイターコラボのLINEスタンプ利用（送信）数は、企業が制作したスタンプと比較して**約1.7倍**



※2022年1月～2023年9月にリリースされたスポンサードスタンプ、ターゲティングスタンプの集計に基づく内容です。

# クリエイターコラボの価格プラン

クリエイターコラボの制作費は、クリエイターによって異なりますので都度ご相談ください。

また、クリエイター作業日が下記の日数を下回る場合は、別途特急価格が発生しますのでご注意ください。

クリエイターズスタンプ	価格	制作期間目安
制作費	※クリエイターによって異なるためご相談ください。	8~12週間

特急価格	8種類	16種類
【静止画】クリエイター作業日が8営業日以下	通常価格 + 80万円 (Net価格・税別)	通常価格 + 160万円 (Net価格・税別)
【アニメーション】クリエイター作業日が14営業日以下	通常価格 + 160万円 (Net価格・税別)	通常価格 + 320万円 (Net価格・税別)

※媒体費および制作費の発注期限は、弊社からクリエイター確定のご連絡をしてから5営業日以内となります。

※制作期間カウントの起算日は、白黒ラフ制作開始日。終了日は、クリエイターの最終納品日となります。

※アニメーション制作では、クリエイター作業日が9営業日以下、または、全体スケジュールが15営業日以下の場合はお受けできません。

※個別のクリエイターに関する詳細や依頼価格等の予算については別途ご相談ください。また、短期での制作も別途ご相談ください。

※発注受領完了後、クリエイターとの契約を締結するため、制作開始まで5営業日程度のお時間をいただきます。



# 掲載フロー（参考）

制作方法やオプション等により変動するため、参考までにご覧ください。

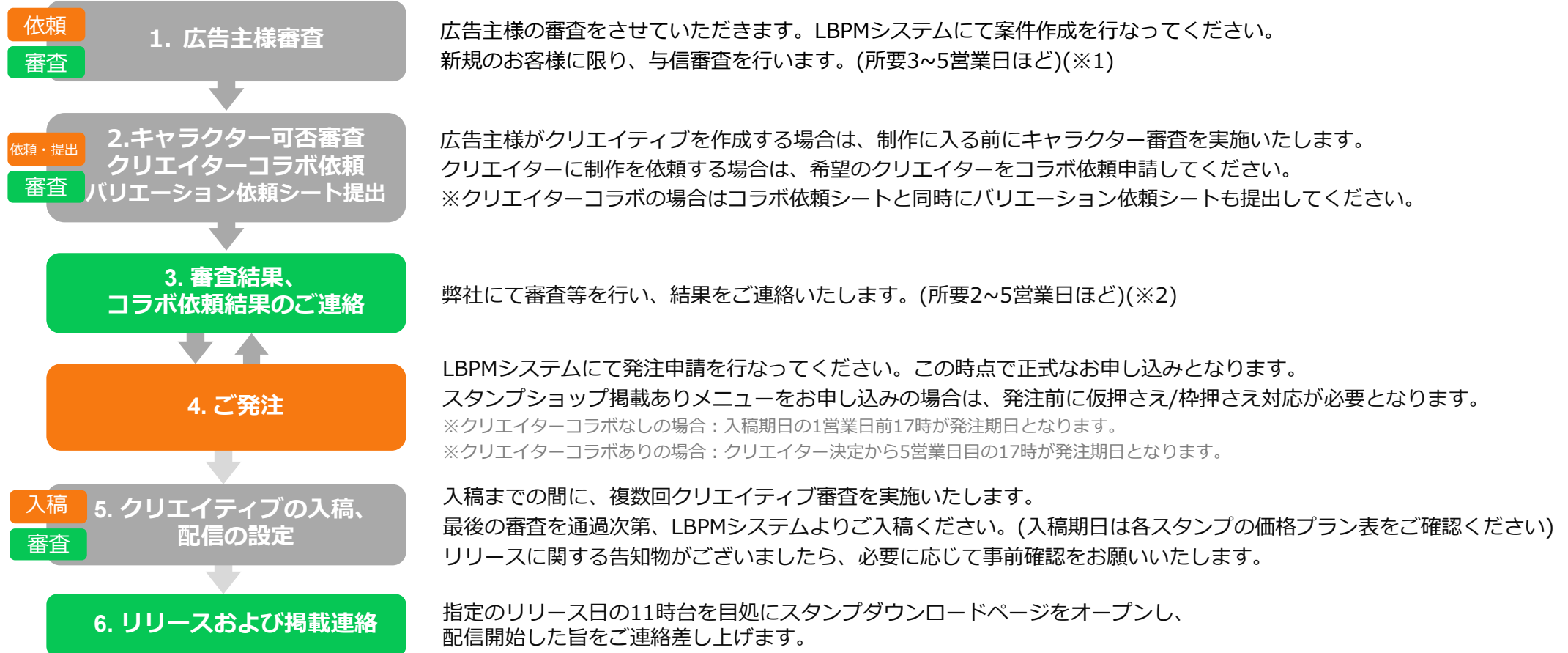
実際の掲載スケジュールはLINEヤフー社より提出するスケジュールを元に進行ください。



広告主様



LINEヤフー



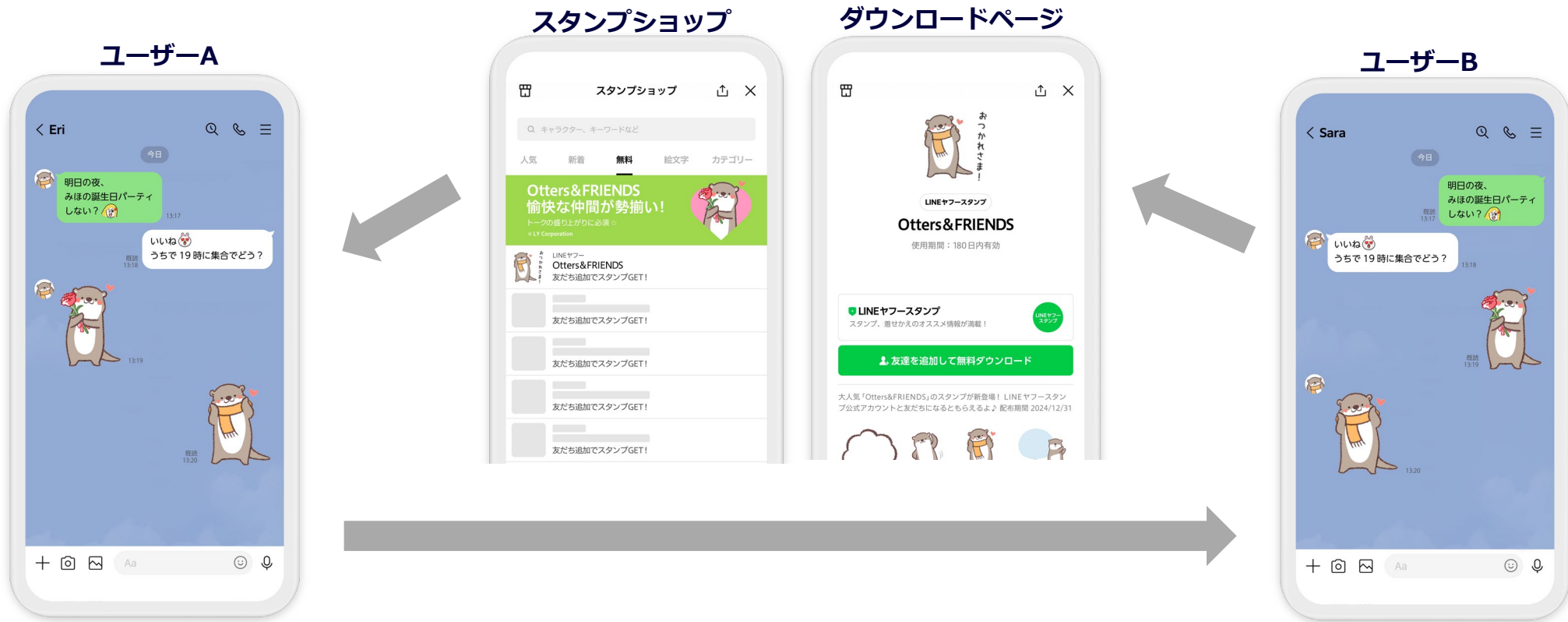
※1 与信審査が通らなかった場合は、前入金とさせていただきます可能性がございます。

※2 掲載審査で差し戻しがある場合もございますので、日程をお約束するものではありません。ご了承ください。

# スポンサーードスタンプ

# スポンサードスタンプについて

広告主様が自社のオリジナルLINEスタンプを、LINEアプリ内経由で無料提供できる広告商品です。ダウンロードされたスタンプが、ユーザー間のコミュニケーション内で活用されることで、企業プロモーションにつながります。またLINE公式アカウントの友だち数の増加にもつながります。



※LINE公式アカウントの友だち追加を条件とする場合は、新着タブ・無料タブに掲載されます。  
※ダウンロード条件なしの場合は、新着タブに掲載されます。

# スポンサードスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格	3,500万円（税別）	4,000万円（税別）
掲載開始日／枠数	毎週火曜日／通常枠3枠 同日リリースのスポンサードスタンプ、スポンサードミッションスタンプが対象枠に含まれます。 通常枠3枠が満枠の場合、当該週の「ターゲットスタンプ枠」2枠も、通常枠の適用対象となります。 ※同日に有料販売スタンプや、グローバル案件等をリリースする場合がございます。 ※今後新メニューを追加リリースする場合は、新たに増枠させていただく可能性もございます。	
掲載期間	4週間（火曜11時頃掲載開始～月曜23：59終了）	
掲載面	LINEアプリ内のスタンプショップ（タブの仕様などは変更となる可能性がございます）	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
各オプション機能追加	+500万円（税別）	
発注期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時</li> <li>・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時</li> </ul>	
入稿期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ（※1）：6営業日前の17時</li> <li>・アニメーションスタンプ（※2）：10営業日前の17時</li> <li>・カスタムスタンプ：プレ入稿20営業日前、本入稿：10営業日前の17時</li> <li>・メッセージスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時</li> </ul> ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンリリース時に、対象枠がすべて埋まっている場合もございますのでご了承ください。</li> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません</li> </ul> ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。

# ダイレクトスタンプ

# ダイレクトスタンプ

自社のオリジナルLINEスタンプをユーザーに無料提供できる広告商品です。

告知を広告主様の裁量で行っていただくことで、実施いただきやすい価格設定でご提供いたします。



※LINEアプリ内「スタンプショップ」からの誘導はございません。

# ダイレクトスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格	1,000万円（税別）	1,500万円（税別）
ダウンロード開始日／枠数	ダウンロード開始日は平日のみ。掲載枠制限はありません。 ※仕様上、スタンプのダウンロードページのURLを弊社で公開したタイミングより、スタンプのダウンロードが可能となります。 ※ダウンロード開始日以前にスタンプダウンロードページにアクセスしてもページは表示されません。	
ダウンロード可能期間	12週間 ※ダウンロードページは平日11時を目処に本番化します（11時頃掲載開始～配信終了日の23：59終了）。 ※12週間とは配信日から起算します。 ※1週間単位でのダウンロード可能期間短縮も可能です	
ダウンロード可能期間の延長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・延長1回の単位は4週間</li> <li>・4週間の延長1回につき100万円（税別）</li> <li>・16週間（延長1回）、20週間（延長2回）、24週間（延長3回）の3パターンのみ対応可</li> </ul> ※ダウンロード期間の延長はダウンロード開始日以降はお受けできません。	
各オプション追加	+500万円（税別）	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
発注期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時</li> <li>・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時</li> </ul>	
入稿期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ（※1）：10営業日前の17時</li> <li>・アニメーションスタンプ（※2）：15営業日前の17時</li> <li>・カスタムスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時</li> <li>・メッセージスタンプ：プレ入稿30営業日前、本入稿：20営業日前の17時</li> </ul> ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。</li> <li>・LINEアプリ内「スタンプショップ」への掲載はございません。</li> </ul> ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。

# ダイレクトスタンプの告知について 一般消費者保護の観点からのお願い

ダイレクトスタンプは

- (1) 当該LINEスタンプのダウンロードページのURLを知り、訪れる
- (2) 当該LINEスタンプの絵柄をトーク内でタップする

ことで、LINEを利用しているユーザーであれば、有効期間内に入手できます。

上記を鑑み、一般消費者保護の観点から、不当な顧客誘引とならないよう、告知表現につきましては消費者庁のガイドラインなどを参考に、細心の注意をいただくと幸いです。

(販促物に利用する場合は、デジタル・アナログ問わず全て事前に弊社確認を必須にてお願いいたします)

販促物に利用する場合は、免責事項の記入例のうち、**いずれかの免責事項を必ず挿入**してください。  
商品パッケージへの記載など、スペース的に挿入いただくことが難しい場合は、ダウンロードページに遷移させる前に別途LPなどを挟んでいただき、ご案内をお願いいたします。

## ▼免責事項の記入例

- ※ユーザー同士のトークで送られたスタンプをタップすることでもダウンロードができます。
- ※●●●●（登録・購買・来店など、販売促進に関連するアクション）以外の条件でもスタンプのDLは可能です。
- ※●●●●（登録・購買・来店など、販売促進に関連するアクション）以外にも、当該スタンプダウンロードページのURLを知ることでもダウンロード可能です。

【参考】消費者庁 [https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling)



# スポンサードターゲットティング スタンプ

# スポンサードターゲティングスタンプ

みなし属性によって判別した男性または女性ユーザーに、無料のLINEスタンプを提供できる広告商品です。LINEアプリ内のスタンプショップ上で男女にターゲティング掲出されます。ターゲティングスタンプでは、スタンプのダウンロード数・利用数に加え、期間終了時には、ダウンロードユーザーの性年代属性もレポートいたします。

## 例：女性ターゲティング時の流れ



※トーク内での拡散などにより、当該みなし属性以外のユーザーもダウンロードする可能性があります。

※「みなし属性」とは、ユーザーが「LINE」上で購入・使用したスタンプや興味のあるコンテンツのほか、どのようなLINE公式アカウントと友だちになっているかといった傾向をもとに分析（電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まない）したものです。なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施しておりません。

# スポンサードターゲティングスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格（みなし女性属性）	2,500万円（税別）	3,000万円（税別）
価格（みなし男性属性）	2,000万円（税別）	2,500万円（税別）
掲載開始日／枠数	毎週火曜日／男性or女性どちらか2枠 通常枠3枠が満枠の場合、当該週の「ターゲティングスタンプ枠」2枠も、通常枠の適用対象となります。 ※同日に有料販売スタンプや、グローバル案件等をリリースする場合がございます。 ※また、今後新メニューを追加リリースする場合は、新たに増枠させていただく可能性もございます。	
掲載期間	4週間（火曜掲載11時頃掲載開始～月曜23：59終了）	
掲載面	LINE アプリ内のスタンプショップ（タブの仕様などは変更となる可能性がございます） 通常枠に次ぐターゲティング枠に掲載されます	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
各オプション機能追加	+500万円（税別）	
発注期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時</li> <li>・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時</li> </ul>	
入稿期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ（※1）：6営業日前の17時</li> <li>・アニメーションスタンプ（※2）：10営業日前の17時</li> <li>・カスタムスタンプ：プレ入稿20営業日前、本入稿：10営業日前の17時</li> <li>・メッセージスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時</li> </ul> ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンリリース時に、対象枠がすべて埋まっている場合もございますのでご了承ください。</li> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。</li> </ul> ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。

# ミッションスタンプ

# ミッションスタンプについて

ミッションスタンプとは、特定のミッションをユーザーにクリアしてもらうことで、LINEスタンプをダウンロードできる広告商品です。ミッションには下記のバリエーションがございます。ユーザー情報に基づく効果的なコミュニケーションが可能になるため、結果的にリテンション向上につながり、既存会員のライフタイムバリューの向上を促進します。

## ID連携・新規会員登録

ユーザー個別識別子とID情報の連携（ID/PW）、新規での会員登録を促進



## 資料請求・サンプル請求

資料の開封・閲読数アップ、資料・サンプル請求増へ



## アンケート回答

オンラインアンケートの回答率を高めることが可能



## キャンペーン利用

オンライン上で展開するキャンペーン認知と参加率の向上



※ミッションスタンプAPIの実装が条件となります。  
詳細は「ミッションスタンプガイドライン」（別紙）を参照および営業担当にお問い合わせください。

※以下のようなミッションスキームは受け付けておりません。  
・アプリダウンロードを直接促すようなミッションスキーム  
・ID連携・新規会員登録において、有料での会員登録が発生するミッションスキーム

※“ユーザー個別識別子”とはLINEユーザーのLINE ID・電話番号・メールアドレス等の個人情報とは別にLINEプラットフォーム上で付与・使用されるユニークなユーザー識別子です。

# ミッションスタンプ実施可否の条件

LINEのユーザーID（LINEのユーザー識別子）と顧客情報の連携促進を目的に、本人認証が行える会員IDとの紐付け、新規会員登録や資料/サンプル請求、またはユーザー属性を取得するスキームにおいて実施可能とします。

対象：スポンサードミッションスタンプ/ダイレクトミッションスタンプ/スポンサードターゲティングミッションスタンプ

	OK	NG
スタンプ配布用途	<ul style="list-style-type: none"><li>・ユーザー個別識別子（UserID）と貴社の会員IDとの連携</li><li>・アンケート回答</li><li>・会員登録</li><li>・資料請求、サンプル請求</li><li>・キャンペーン参加</li></ul>	購買・コメント・画像投稿を促すためのキャンペーン用途など
紐付け対象のユーザーID条件	本人認証が行えるIDであること （IDとパスワードの組み合わせ。ログイン済みネイティブアプリからLINEアプリを呼び出す、など）	会員番号のみを入力させる （第三者が安易になりすますことができるため）
適用アカウント	<b>LINE公式アカウント（API利用のもの）</b>	LINE公式アカウント（APIを利用しないもの）

※正式な実施可否、実施までの準備やステップ、構築手順、技術仕様につきましては、別途ご提供する「ミッションスタンプガイドライン」をご参照ください。

※資料・サンプルは広告主様に送付をしていただけます。また、登録されたユーザー情報への送付有無についても広告主様でご判断をお願いいたします。

# スポンサードミッションスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格	4,000万円（税別）	4,500万円（税別）
掲載開始日／枠数	毎週火曜日／通常枠3枠 同日リリースのスポンサードスタンプ、スポンサードミッションスタンプが対象枠に含まれます。 通常枠3枠が満枠の場合、当該週の「ターゲティングスタンプ枠」2枠も、通常枠の適用対象となります。 ※同日に有料販売スタンプや、グローバル案件等をリリースする場合がございます。 ※今後新メニューを追加リリースする場合は、新たに増枠させていただく可能性もございます。	
掲載期間	4週間（火曜掲載11時頃掲載開始～月曜23：59終了）	
掲載面	LINE アプリ内のスタンプショップ（タブの仕様などは変更となる可能性がございます）	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
実施条件	下記のいずれかの条件 ①ユーザー個別識別子（UserID）と貴社の会員IDとの連携 ②会員登録 ③資料請求、サンプル請求 ④キャンペーン参加 ⑤アンケート回答（3~5問推奨。個人情報を特定しない範囲内のもの）	
各オプション機能追加	+ 500万円（税別）	
発注期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時</li> <li>・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時</li> </ul>	
入稿期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ（※1）：15営業日前の17時</li> <li>・アニメーションスタンプ（※2）：15営業日前の17時</li> <li>・カスタムスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時</li> <li>・メッセージスタンプ：プレ入稿30営業日前、本入稿：20営業日前の17時</li> </ul> ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンリリース時に、対象枠がすべて埋まっている場合もございますのでご了承ください。</li> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。</li> </ul> ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。

# ダイレクトミッションスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格	1,000万円（税別）	1,500万円（税別）
掲載開始日／枠数	ダウンロード開始日は平日のみ。掲載枠制限はありません。	
スタンプダウンロード期間	12週間（11時頃掲載開始~配信終了日の23：59終了） ※ダウンロードページは平日11時を目処に本番化します（11時頃掲載開始~配信終了日の23：59終了）。 ※12週間とは配信日から起算します。 ※1週間単位でのダウンロード可能期間短縮も可能です。	
掲載面	掲載なし	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
実施条件	下記のいずれかの条件 ①ユーザー個別識別子（UserID）と貴社の会員IDとの連携 ②会員登録 ③資料請求、サンプル請求 ④キャンペーン参加 ⑤アンケート回答（3~5問推奨。個人情報特定しない範囲内のもの）	
各オプション機能追加	+500万円（税別）	
ダウンロード可能期間の延長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・延長1回の単位は4週間</li> <li>・4週間の延長1回につき100万円（税別）</li> <li>・16週間（延長1回）、20週間（延長2回）、24週間（延長3回）の3パターンのみ対応可</li> </ul> ※ダウンロード期間の延長はダウンロード開始日以降はお受けできません。	
発注期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時</li> <li>・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時</li> </ul>	
入稿期日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ（※1）：15営業日前の17時</li> <li>・アニメーションスタンプ（※2）：15営業日前の17時</li> <li>・カスタムスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時</li> <li>・メッセージスタンプ：プレ入稿30営業日前、本入稿：20営業日前の17時</li> </ul> ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。</li> </ul> ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。



# スポンサーターゲットディングミッションスタンプ価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

スタンプ提供数	8種類	16種類
価格（みなし女性属性）	3,000万円（税別）	3,500万円（税別）
価格（みなし男性属性）	2,500万円（税別）	3,000万円（税別）
掲載開始日／枠数	毎週火曜日／男性or女性どちらか2枠 通常枠3枠が満枠の場合、当該週の「ターゲットディングスタンプ枠」2枠も、通常枠の適用対象となります。 ※同日に有料販売スタンプや、グローバル案件等をリリースする場合がございます。 ※今後新メニューを追加リリースする場合は、新たに増枠させていただく可能性もございます。	
掲載期間	4週間（火曜掲載11時頃掲載開始～月曜23：59終了）	
掲載面	LINE アプリ内のスタンプショップ（タブの仕様などは変更となる可能性がございます） 通常枠に次ぐターゲットディング枠に掲載されます。	
スタンプ利用期限	ダウンロードから180日	
スタンプ変更・差替	不可	
実施条件	下記のいずれかの条件 ①ユーザー個別識別子（UserID）と貴社の会員IDとの連携 ②会員登録 ③資料請求、サンプル請求 ④キャンペーン参加 ⑤アンケート回答（3~5問推奨。個人情報特定しない範囲のもの）	
各オプション機能追加	+500万円（税別）	
発注期日	・クリエイターコラボなし：入稿期日の1営業日前の17時 ・クリエイターコラボあり：クリエイター決定から5営業日目の17時	
入稿期日	・静止画スタンプ（※1）：15営業日前の17時 ・アニメーションスタンプ（※2）：15営業日前の17時 ・カスタムスタンプ：プレ入稿25営業日前、本入稿：15営業日前の17時 ・メッセージスタンプ：プレ入稿30営業日前、本入稿：20営業日前の17時 ※1 静止画スタンプにはBIGスタンプを含みます ※2 アニメーションスタンプにはエフェクトスタンプを含みます。	
備考	・オープンリリース時に、対象枠がすべて埋まっている場合もございますのでご了承ください。 ・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※3)に準拠します。 ・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。  ※3 「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。	

- ・掲載については、事前の企業商材審査・キャラクター審査を必須としております。制作するスタンプのクリエイティブは、事前に必要な権利処理を行ったうえで、キャラクター審査をご依頼ください。
- ・公序良俗に反するもの、未成年者の飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの等は、審査の結果、掲載をお断りする場合がございます。

# 従量課金型 CPD (Cost Per Download) スタンプ

# CPDスタンプ 選べる2つのプラン

CPDスタンプでは、スタンプショップでの掲載があるもの、掲載がないものの2種類をご提供します。

## スタンプショップ掲載あり

スタンプショップからの誘導が可能

最低出稿価格 **600万円**～  
(Net価格)

ダウンロード数 × 単価  
10万～30万 DL × **60円**

※消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了し、  
単価×ダウンロード数でのご請求となります。

## スタンプショップ掲載なし

自社の告知チャネルおよびLINE内から誘導可能  
(スタンプショップからの誘導はなし)

最低出稿価格 **200万円**～  
(Net価格)

ダウンロード数 × 単価  
5万 DL～ × **40円**

※消化完了に関わらず、ご発注時に指定された価格でのご請求となります。

### ご実施条件

お申し込み：請求管理ツール（AGP）発行済みの広告主様、代理店様、メディアレップ様 経由必須

※対象アカウントの商流と別商流でのお申し込みもAGP発行済みであれば対応可能となります。

制作について：自社・代理店制作のみ。弊社経由でのクリエイターへのスタンプ依頼は不可となります。

# CPDスタンプの特長

特長① 最低出稿価格が下がり、実施しやすく

LINEプロモーションスタンプ：1000万円～



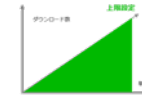
最低出稿価格：200万円～

特長② 従量課金型なので、成果に応じた出稿が可能に

掲載保証・期間保証



成果保証



特長③ 先着キャンペーンなどの柔軟なプロモーション利用も

最長12週間掲載



ダウンロード数×単価でのご請求



特長④ 掲載開始後のロット追加も可能

開始後の追加不可



1万ロット単位で追加可能

※追加には諸条件を満たす必要がございます。詳細は本媒体資料の「ロット追加オプションCPDスタンプ」価格プランページをご参照ください。

# CPDスタンプのご活用イメージ

従量課金ならではの柔軟なキャンペーン設計を行っていただけます。  
PRやインセンティブなど、幅広くご活用ください。

## オウンドメディア・SNS上での キャンペーン

- ✓ 既存顧客向けのキャンペーンが  
実施しやすくなります



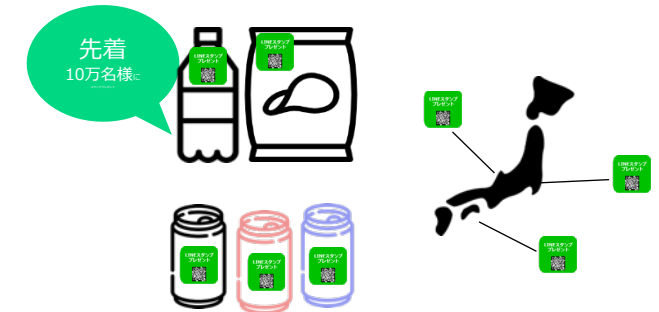
## DM、チラシ、メルマガに 封入で開封率UP

- ✓ より小ロットからの実施が可能となるため、  
印刷物を用いたキャンペーンとも良い相性



## 先着キャンペーンでの利用

- ✓ プロモーションに合わせて柔軟に調整
- ✓ 先着キャンペーンなどでの活用も



# CPDスタンプ（スタンプショップ掲載あり）価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

項目	詳細
スタンプ提供数	8種類 ※16種類には対応していません。
価格(スタンプショップ掲載あり)	最低出稿価格：600万円～（税抜/ネット） 単価：60円 ロット数：10万ロット～ 上限30万ロットまで ※1万単位で増量可能 ※指定の掲載期間内で消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了し、単価×ダウンロード数でのご請求となります。
掲載開始日/枠数	毎週火曜日/3枠 ・同日に有料販売スタンプや、グローバル案件等をリリースする場合がございます。
成果地点	スタンプのダウンロード時点
掲載期間/ダウンロード可能期間	最長4週間（火曜11時頃掲載開始～月曜23：59終了）
掲載面	LINEアプリ内のスタンプショップ「ホーム」タブ内「あなたへのおすすめ無料スタンプ」セクションに掲載されます ※タブやセクションの仕様などは変更となる可能性がございます
各オプション	オプション実施不可（アニメーションスタンプなどのクリエイティブオプションは対応しておりません）
スタンプ利用期限	ダウンロードから90日
スタンプ変更・差替	不可
レポート	ダウンロード数
制作	自社・代理店制作のみ（弊社経由でのスタンプのクリエイターへの制作依頼は対応いたしかねます）
発注期日	企業制作/広告主リパッケージプランの場合：入稿期日の1営業日前の17時まで クリエイターリパッケージプランの場合：パッケージ確定後5営業日後の17時まで
入稿期日	静止画スタンプ：掲載開始日の10営業日前の17時
免責事項	外部サイト経由のダウンロード等による予期しないロット消化について、一切の補填はいたしません。
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンリリース時に、対象枠が全て埋まっている場合もございますのであらかじめご了承ください</li> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料※1に準拠します</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。</li> </ul> ※1「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。

# CPDスタンプ（スタンプショップ掲載なし）価格プラン（2024年4月-2024年9月期）

項目	詳細
スタンプ提供数	8種類 ※16種類には対応していません。
価格(スタンプショップ掲載なし)	最低出稿価格：200万円～（税抜/ネット） 単価：40円 ロット数：5万ロット～ ※1万単位で増量可能 ※指定の掲載期間内で消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了し、消化完了に関わらずご発注時に指定された価格でのご請求となります。
ダウンロード開始日/枠数	ダウンロード開始日は平日のみ。掲載枠制限はありません ※仕様上、スタンプのダウンロードページのURLを弊社で公開タイミングより、スタンプのダウンロードが可能となります。 公開後、弊社の責に帰すべき事由にあてはまらない形で「予定外に発生したダウンロード数についても課金対象」となりますので予めご了承ください。 ※ダウンロード開始日以前にスタンプダウンロードページにアクセスしてもページは表示されません
成果地点	スタンプのダウンロード時点
ダウンロード可能期間	最大12週間（平日11時頃掲載開始～配信終了日の23：59終了） ※ダウンロードページは、平日11時を日処に本番化します。（11時頃掲載開始～配信終了日の23：59終了） ※12週間とは、配信日から起算します ※1週間単位でのダウンロード可能期間短縮も可能です
各オプション	オプション実施不可（アニメーションスタンプなどのクリエイティブオプションは対応していません）
スタンプ利用期限	ダウンロードから90日
スタンプ変更・差替	不可
レポート	ダウンロード数
制作	自社・代理店制作のみ（弊社経由でのスタンプのクリエイターへの制作依頼は対応いたしかねます）
発注期日	企業制作/広告主リパッケージプランの場合：入稿期日の1営業日前の17時まで クリエイターリパッケージプランの場合：パッケージ確定後5営業日後の17時まで
入稿期日	静止画スタンプ：掲載開始日の10営業日前の17時
免責事項	外部サイト経由のダウンロード等による予期しないロット消化について、一切の補填はいたしません。
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャンペーン期間途中での掲載延長は対応いたしかねます。</li> <li>・スタンプの入稿クリエイティブに関するレギュレーションとガイドは、別紙の制作ガイド資料(※)に準拠します</li> <li>・その時点における最新バージョンが推奨環境です。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応していません</li> </ul> ※3「 <a href="#">制作ガイド</a> 」資料を参照ください。

# CPDスタンプ ロット追加オプション (2024年4月-2024年9月期)

項目	詳細
実施条件	下記の全ての条件を満たした案件が対象 1) ダウンロード上限を満了していないこと。また発注時に対象キャンペーンのDL残存率が30%以上であること。 2) 配信期間中であること。 3) CPDスタンプ(ショップ掲載なし)であること。
価格(スタンプショップ掲載なし)	追加ロット: 1万単位で発注可能 単価40円: 40万円~(税抜/ネット)
追加反映日	反映タイミング: 発注受領後、3営業日程度。反映日時の指定はいたしかねます。 発注期日: 上記反映タイミングを考慮してご発注ください。 ※反映対応中に上限に達した場合、追加対応はいたしかねます。
成果地点	スタンプのダウンロード時点
スタンプ利用期限	ダウンロードから90日
スタンプ変更・差替	不可
ダウンロード期間の延長・変更	不可
備考	<ul style="list-style-type: none"><li>・ダウンロード上限数の満了またはダウンロード期間の終了したスタンプのロットの追加は対応いたしかねます。</li><li>・実際の消化が発注ロットに達しなかった場合でも、ご発注ロット・価格でのご請求となります。</li><li>・クリエイティブおよびテキストの修正は不可となりますのであらかじめご了承ください。</li></ul>



# LINE CPDスタンプ クリエイターリパッケージプラン

LINE Creators Marketで販売中のクリエイターズスタンプの中から、広告利用が可能なクリエイターをリストアップが可能です。当該クリエイターが販売中のパッケージの中から、自社のCPDスタンプに利用したいクリエイティブを選択できます。自社キャラクターが不在でも、制作の手間なしに、すでに販売中のクリエイターズスタンプでプロモーションが実現できます。

クリエイター

LINE Creators Marketで展開中の人気の  
クリエイターズスタンプ



企業

利用権を期間限定で買い取り、CPDスタンプで配信可能

特長①  
販売中のクリエイターズスタンプ活用で、制作なしで短  
納期で実施可能

特長②  
自社キャラクターがない場合におすすめ

特長③  
人気・新進クリエイターのキャラクターを選択可能

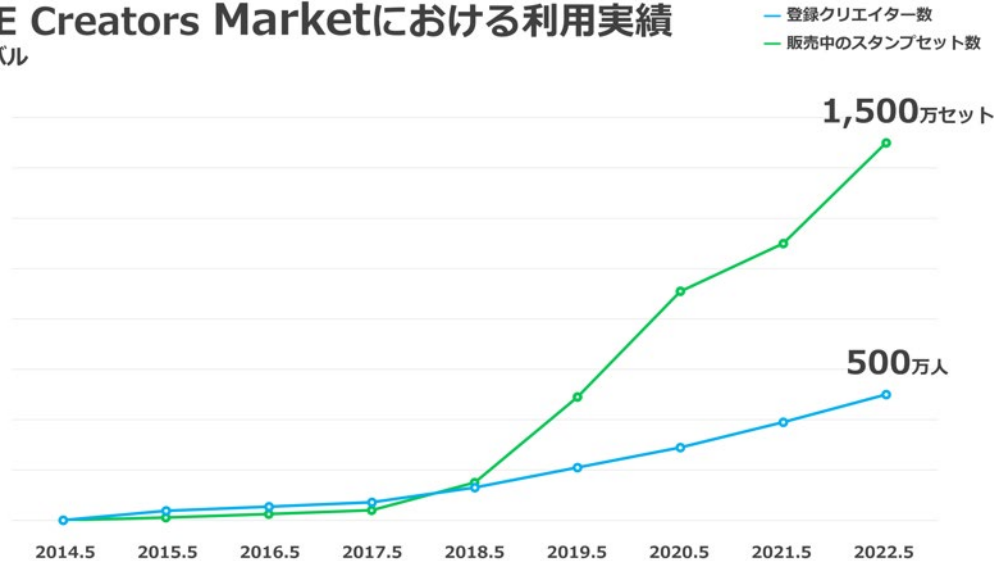
# LINE Creators Marketについて

弊社ではLINEスタンプを制作・販売できるプラットフォーム「LINE Creators Market」を展開。  
職業、年齢、プロ/アマチュア、個人/企業を問わずクリエイターが参画しています。

## LINE Creators Market概況

登録クリエイターは世界中で500万人、  
販売中のスタンプ数は合計1,500万セットを突破

### LINE Creators Marketにおける利用実績 グローバル



【LINE Creators Market】サービス開始から8周年 登録クリエイター数は世界中で500万人を突破※1  
※1 <https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2022/4227>

## 優秀クリエイター表彰制度

クリエイターを中心としたエコシステムを構築



### LINE Creators Marketにおける販売実績 グローバル

サービス公開後  
8年間の販売総額

**1,200億円**

トップクリエイター10名の  
平均販売額

**13億5,200万円**

売上が1億円以上の  
クリエイター

**198人**

※2022年4月時点でのグローバル累計実績

# LINE CPDスタンプ クリエイターリパッケージプラン 価格プラン

項目	詳細
価格	制作費：50万円（税別/ネット価格）
対象スタンプ	CPDスタンプ（ショップ掲載あり/ショップ掲載なし） ※スポンサードスタンプおよびその他の広告スタンプでは活用できません
利用期間	90日間：スタンプの広告利用は、 ダウンロード開始日から利用期間終了日までとなります
備考	<ul style="list-style-type: none"><li>・弊社が指定するクリエイターによるスタンプのみが対象となります。 また販売開始から半年が経過したものに限りませす。</li><li>・別途LINE CPDスタンプの媒体費が発生します。</li><li>・スタンプの加工・修正はいたしかねます。</li></ul>

# プロモーションスタンプレポート

# プロモーションスタンプレポートについて

プロモーションスタンプ（CPDスタンプを除く）を実施いただくと、ダウンロード数や送信数が記載されたレポートをLBPMからご参照いただけます。レポート項目の詳細は以下の通りです。

項目名	項目の粒度	内容
Downloads	パッケージ単位：日別/合計	スタンプのダウンロード数
Send	スタンプ単位：日別/合計	スタンプ単位の送信数
	パッケージ単位：日別/合計	パッケージ単位の送信数
Received	スタンプ単位：日別/合計	スタンプ単位の受信数
	パッケージ単位：日別/合計	パッケージ単位の受信数
Sending users	スタンプ単位：日別/合計	スタンプ単位の送信ユニークユーザー数
	パッケージ単位：日別/合計	パッケージ単位の送信ユニークユーザー数
Receiving users	スタンプ単位：日別/合計	スタンプ単位の受信ユニークユーザー数
	パッケージ単位：日別/合計	パッケージ単位の受信ユニークユーザー数
SexAge	年代別・性別の割合	ダウンロードユーザーの年代別・性別の情報
Area	都道府県別の割合	スタンプダウンロードユーザーの地域の情報

# プロモーションレポート更新タイミング / 頻度 / 対象商品

レポートが更新されるタイミング、頻度、対象商品等の詳細は下記の通りです。

項目	詳細
公開開始	配信開始2日後
更新頻度	毎日 ※土日祝日も更新されます
更新タイミング	12時～15時
更新データ	2日前までのデータ ※前日分は含みません
更新終了日	スタンプ利用最終日まで ※ダウンロード終了日の翌日より180日後まで更新
対象商品	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スポンサーダスタンプ</li><li>・ スポンサーダミッションスタンプ</li><li>・ スポンサーダターゲットティングスタンプ(男性)</li><li>・ スポンサーダターゲットティングスタンプ(女性)</li><li>・ スポンサーダターゲットティングミッションスタンプ(男性)</li><li>・ スポンサーダターゲットティングミッションスタンプ(女性)</li><li>・ ダイレクトスタンプ</li><li>・ ダイレクトミッションスタンプ</li></ul>

※更新頻度・更新タイミングは目安のため、必ずしも保障するものではありません。

# CPDスタンプレポートについて

CPDスタンプを実施いただくと、ダウンロード数や送信数が記載されたレポートをAGPからご参照いただけます。

項目名	項目の粒度	内容
ダウンロード数	リアルタイム	パッケージがダウンロードされた数（リアルタイム）
	日別	パッケージがダウンロードされた数（日別）
友だち追加数	日別	スタンプダウンロード後に友だち追加された数（日別）
送信数	スタンプ単位：日別	スタンプ単位の送信数（日別）
	パッケージ単位：日別	パッケージ単位の送信数（日別）
送信UU数	スタンプ単位：日別	スタンプ単位の日別 送信ユニークユーザー数（日別）
	パッケージ単位：日別	パッケージ単位の日別 送信ユニークユーザー数（日別）
受信数	スタンプ単位：日別	スタンプ単位の受信数（日別）
	パッケージ単位：日別	パッケージ単位の受信数（日別）

# CPDレポート更新タイミング / 頻度 / 対象商品

レポートが更新されるタイミング、頻度、対象商品等の詳細は下記の通りです。

項目	詳細
公開開始	配信開始後すぐ
更新頻度 / タイミング	▼ダウンロード数（リアルタイム） 約30秒ごとに更新 ▼ダウンロード数（日別） 約3時間ごとに更新 ▼友だち追加数 / 送信数 / 受信数 前日分の結果を毎日22:00-23:00頃に反映
更新データ	▼ダウンロード数（リアルタイム） 当日のデータ ▼ダウンロード数（日別） 当日のデータ、前日23:59までのデータ ▼友だち追加数 / 送信数 / 受信数 前日23:59までのデータ
更新終了日	スタンプ利用最終日まで ※ダウンロード終了日の翌日より92日後まで更新
対象商品	・CPDスタンプ

※更新頻度・更新タイミングは目安のため、必ずしも保障するものではありません。



# 注意・留意事項

注意・留意事項につきまして、以下をご確認ください。

1. レポート更新のタイミングは、あくまでも目安となるため、更新（反映）のタイミングについて必ずしも保障するものではありません。
2. システムトラブル等により、レポート数値が正しく反映されない場合がございます。数値等に不備やご不明点ございましたら、担当営業者へご連絡ください。
3. システムトラブルが発生した場合の復旧・改修は、弊社が定める営業日での対応となります。休日・祝日の対応はいたしかねますのでご了承ください。
4. お客様が実施されたLINEプロモーションスタンプに関して、ダウンロード数や利用数などの情報(特定の個人を識別可能な情報は含みません。)をスタンプレポートとして提供いたします。なお、スタンプ発注が広告代理店等を通じて行われた場合にはスタンプレポートの提供も同代理店等を通じて行われます。
5. 提供したスタンプレポートは、お客様がプロモーションスタンプの成果の確認、分析を目的として、お客様に限り利用できるものとし、LINEヤフー社による許可なく社外への公表等を禁止するものとします。なお、同目的を達成するためお客様が業務を委託した第三者への開示はできるものとしませんが、その場合にも公表範囲等が遵守されるよう委託先の管理をお願いいたします。

# LINEプロモーションスタンプ FAQ

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## LINEプロモーションスタンプ共通項目（1）

**Q** 企業名やブランドロゴのスタンプ制作は可能ですか？

**A** 原則、不可といたします。（ユーザー間でのスタンプ利用シーンとマッチしないため）

**Q** スタンプ提供数は、8・16種類からの増減は可能ですか？

**A** いたしかねます。

**Q** スタンプデザインの二次利用は可能ですか？

**A** 事前に使用用途を確認させていただいた後に、ご相談を承ります。  
クリエイター制作の場合、二次利用費が発生することがございます。

**Q** スタンプをLINE内や他媒体で告知することは可能ですか？

**A** 可能です。スタンプをLINEおよび他の媒体で告知する場合は、事前に必ずLINEヤフー社へ広報確認を行ってください。クリエイター制作の場合、内容によっては追加費用が発生することがございます。  
詳しくは、[LINEプロモーションスタンプ 制作ガイド及びレギュレーション](#)をご参照ください。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## LINEプロモーションスタンプ共通項目（2）

**Q** 全てのLINEのバージョンでスタンプは利用可能ですか？

**A** 原則、対応環境における最新バージョンへのアップデートを推奨しております。

**Q** 誤ってダウンロードしたスタンプを削除してしまいました。再ダウンロードはできますか？

**A** はい、一度ダウンロード済であれば再ダウンロードできます。  
ダウンロード後、LINEのアカウントを変更された場合は、再度ダウンロード条件をクリアしていただく必要がございます。アカウントを変更せずに機種変更をした場合は再ダウンロードが可能です。

**Q** 無料スタンプをダウンロードできないケースはありますか？

**A** 友だち追加を条件としない無料スタンプの場合、国外で契約したデバイス、Facebook認証のLINEアカウントでは、ダウンロードすることができません。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## LINEプロモーションスタンプ共通項目（3）

**Q** スタンプの利用期限の延長・短縮は可能ですか？

**A** 短縮、延長ともに不可とさせていただいております。

**Q** 同一スタンプパッケージ内において、複数ブランド横断型のスタンプ施策は可能ですか？

**A** 一部条件下においては可能です。事前にお問い合わせくださいませ。

**Q** スタンプ利用期限が過ぎた場合、トークの送受信履歴からも削除されますか？

**A** 履歴からは削除されません。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## スポンサードスタンプ・スポンサードミッションスタンプについて

### Q スタンプ利用期限は、何日間ですか？

- A ユーザーのダウンロード日を起算日とし、そこから180日間となります。期限経過後は、ユーザー間での送信ができない状態となります。
- 厳密にはユーザーがダウンロードした日時から起算しますので、10時にダウンロードされた場合は、その180日後の10時に利用できなくなります。

### Q ミッションを資料請求・サンプル請求で、ユーザーの入力に不備があった場合は送付しなくてもよいですか？

- A ミッション完了者への資料請求・サンプル請求は広告主様のご判断でご送付ください。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## ダイレクトスタンプについて

**Q** ダイレクトスタンプを購買や会員登録のインセンティブとして使うことはできますか？

**A** ダイレクトスタンプでは、広告主様が個人の購買証明・会員情報と紐付けてスタンプを配布するような利用方法は承認しておりません。ダイレクトスタンプは、来店証明・購買証明をもってダウンロードの権利を付与するスタンプではありませんので、ユーザーへ誤解を与える恐れのあるスタンプ配布企画とこれに類する表現での配布を禁止しております。禁止行為があった場合、該当するスタンプダウンロードページを予告なくクローズすることがございます。予めご了承ください。

**Q** LINEアプリ内「スタンプショップ」で検索できますか？

**A** ダイレクトスタンプは「スタンプショップ」での検索結果には表示されません。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## CPDスタンプについて

**Q** 商流がLINE公式アカウントと異なる場合でも実施可能ですか。

**A** スタンプを実施される新プラットフォームのLINE公式アカウントで、請求管理ツール（AGP）発行済みであれば、対応可能です。

**Q** スタンプショップでの「掲載なし」のキャンペーンを途中から、「掲載あり」に変更することは可能ですか？

**A** キャンペーン途中での対応はいたしかねます。

**Q** LINE公式アカウントをオンラインの申し込み経由で開設した場合でも、実施はできますか？

**A** オンライン経由でお申し込みをいただいている場合でも、認証済みアカウント・プレミアムアカウントかつ、請求管理ツール（AGP）をお渡ししている広告主様・代理店様・メディアレップ様経由であれば、お申し込み可能となります。

**Q** LINEヤフー社経由でクリエイターに制作依頼を行う、LINEクリエイターズコラボスタンプでのスタンプは対応可能ですか？

**A** 対応いたしかねます。

ただし、既存の有料スタンプのパッケージを広告利用するリパッケージプランがございます。（P.76参照）



# LINEプロモーションスタンプ枠抑えルール

枠押さえはLINE Biz-Process Manager (LBPM) よりお願いいたします。詳細は別途マニュアルをご確認ください。

スケジュールのイメージ						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
	仮押さえ 依頼日	5営業日				
12	13	14	15	16	17	18
	5営業日	延長		5営業日		
19	20	21	22	23	24	25
	5営業日			延長		
26	27	28	29	30		

スケジュールのイメージ (仮押さえ期間内に発注期日を迎えるケース)						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
	仮押さえ 依頼日	4営業日				
12	13	14	15	16	17	18
	仮押さえ 対象外	発注期日				

## 仮押さえについて

回数

枠を変更するしないにかかわらず、**最大2回** (=1案件につき延長1回)

有効期限

**仮押さえご依頼日の翌営業日から5営業日後の17時まで**

ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。

※仮押さえ枠の自動開放は、発注期日の17時ちょうどに実行されますので、ご発注はお早め  
にお願い致します。

※やむを得ず自動開放までに発注が間に合わない場合は、必ず**【発注期日の1営業日前17時まで】**にご相談ください。理由を加味した上で、調整可能か判断をさせていただきます。

可能枠数

**1案件 (サービス/ブランド) につき1枠分**まで

延長

同枠でのキャンセル待ちがない場合のみ可能 (最大1回)

## 再仮押さえ可能日について

**最後に期限が切れた日** (その場合、仮押さえ可能回数はリセットされます)

# 申込前の確認事項

当該メニューをお申し込みいただく際は、**必ず以下に記載の事項をご確認・ご了承の上**お申し込みください

## 関連する 規約・約款 ・ガイドライン

1. [LINEヤフー共通利用規約](#)
2. [LINE公式アカウント利用規約](#)
3. [LINE公式アカウントガイドライン](#)
4. [LINE公式アカウントデジタルコンテンツ配布系個別約款](#)
5. [LINEユーザーデータポリシー](#)
6. [LINE 法人向けサービス「LINE公式アカウント API利用規約」](#)

※ 2,3は公式アカウント連携ありメニューに限ります  
※ 5,6は名称にミッションが入っているメニューに限ります

## キャンセル 規定

- 本媒体資料のP.441をご確認ください
- 上記ページの記載に加え、**以下の場合には日程変更もしくは案件のキャンセルとさせていただきます、キャンセル費の対象**となります
  - ①入稿期日の遅れにより掲載日程の遅れが生じることとなった場合
  - ②ミッションスタンプにおけるリリース前チェック申請の遅れによりこれに関連する一連の作業（本番チャンネル動作確認および修正作業を含みますが、これらに限られません。）が遅れ掲載日程に遅れが生じることとなった場合
- スタンプ制作費について、クリエイターコラボをご実施の場合、**クリエイター決定後のキャンセルは、発注申請前であっても制作費全額分のキャンセル費が発生**いたします

## 制作・告知物 について

事前に以下の内容をご確認の上、スタンプの制作進行ならびにご入稿をお願いします

1. [制作ガイドライン](#)
2. [納品ガイドライン](#)
  1. 特にスタンプに関する告知物がある場合P24～P29、33参照
3. LINEロゴ、LINEアプリアイコンなど、LINEのビジュアルアイデンティティやコーポレートアイデンティティを使用する場合  
「[広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材のご利用に関して](#)」参照

# 申込前の確認事項

当該メニューをお申し込みいただく際は、**必ず以下に記載の事項をご確認・ご了承の上**お申し込みください

## その他 注意事項 留意事項

- 制作費ありの発注で、**商流が媒体費と制作費で同一の場合は、媒体費の発注に内包**する形で制作費のご発注をお願いいたします  
※商流が媒体費と制作費で違う場合のみ制作費は別建て可（関連案件コード欄に媒体費の案件コードを入力必要）
- 発注期日は各メニューの入稿締切日の1営業日前17時となります。なお、クリエイターコラボをご利用の場合、発注期日は**クリエイター決定から5営業日目の17時**となります  
※入稿締切日は商品詳細の各メニューの表でご確認ください
- お客様が実施されたLINEプロモーションスタンプに関して、ダウンロード数や利用数などの情報(特定の個人を識別可能な情報は含みません。)をスタンプレポートとして提供いたします  
なお、LINEプロモーションスタンプ発注が広告代理店等を通じて行われた場合にはスタンプレポートの提供も同代理店等を通じて行われます
- 提供したスタンプレポートは、お客様がプロモーションスタンプの成果の確認、分析を目的として、お客様に限り利用できるものとし、LINEやフー社による許可なく社外への公表等を禁止するものとします  
なお、同目的を達成するためにお客様が業務を委託した第三者への開示はできるものとしませんが、その場合にも公表範囲等が遵守されるよう委託先の管理をお願いいたします

当資料に記載のない内容について、ご依頼・ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。

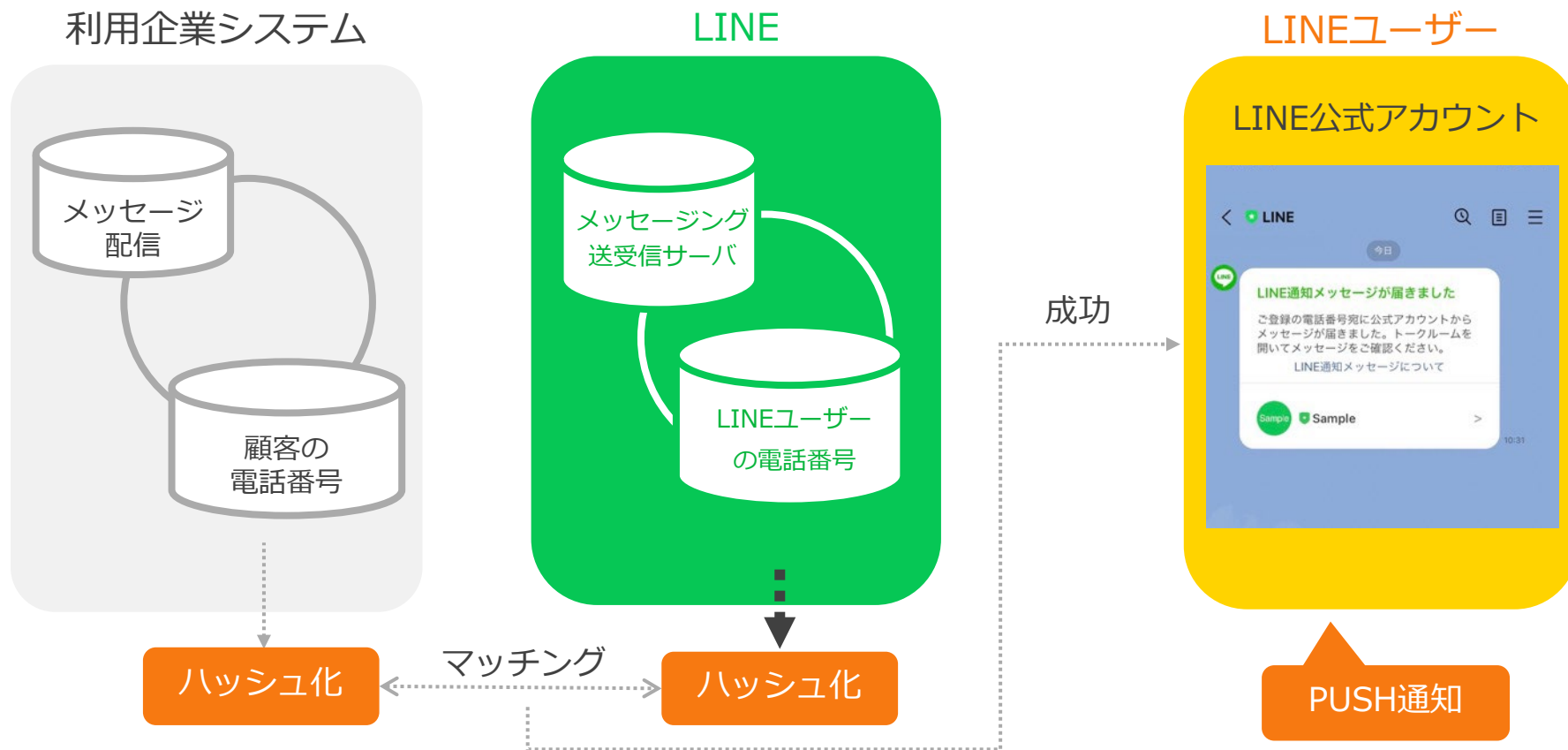


# LINE通知メッセージ

# LINE通知メッセージ

「LINE通知メッセージ」は、電話番号を用いて、重要性や必要性の高いメッセージをユーザーに通知するサービスです。LINE通知メッセージでは、企業が保有する電話番号とLINEに登録されているユーザーの電話番号とをマッチングすることで、友だち追加をしていないユーザーにもメッセージを配信することができます。

本サービスは、広告を除く、ユーザーにとって重要性や必要性の高いメッセージに限定して、利用することが可能です。



# 通常メッセージとの違い

LINE公式アカウントでは通常、友だち追加されているユーザーにのみメッセージを届けることができますが、「LINE通知メッセージ」では、友だち追加をしていないユーザーに対してもメッセージを届けることができます。

企業の既存会員/利用者



※ユーザーがLINE通知メッセージを受信するためには、「LINE通知メッセージが送信される条件」

( <https://developers.line.biz/ja/reference/partner-docs/#conditions-for-sending-line-notification-messages> ) を満たす必要があります。

※送信するメッセージ内容については、弊社によるUX審査を受ける必要があります。利用できる用途例など、申請の際は[LINE通知メッセージ UXガイドライン](#)をご確認ください。

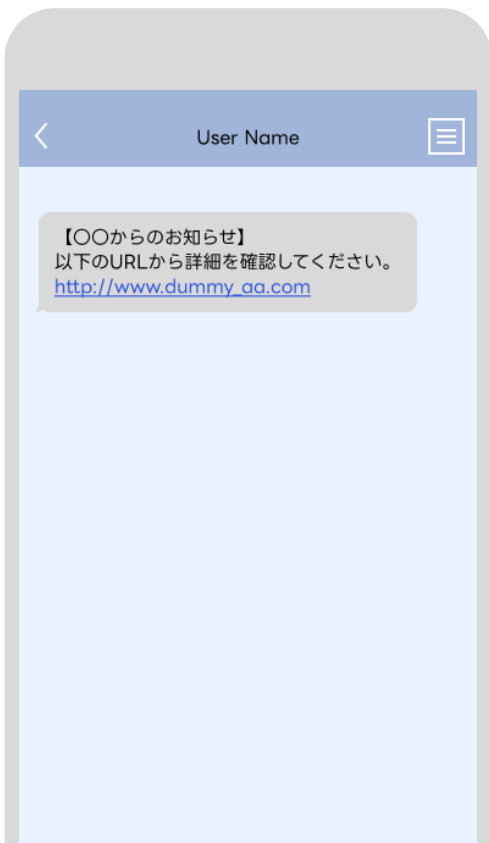
※本サービスにおいてはLINE通知メッセージAPIのご利用が必須となります。詳細は後述の「サービスの実装・連携方法について」をご確認ください。

# LINE通知メッセージの信頼性

LINE通知メッセージは認証アカウント審査、認証プロバイダー審査を通過したアカウントからのみから配信されます。それによりSMSやメールと比較した場合にスパムやフィッシングなどのリスクが低く、信頼性が高いといえます。



SMSやメールはスパムやフィッシングなどのリスクがある



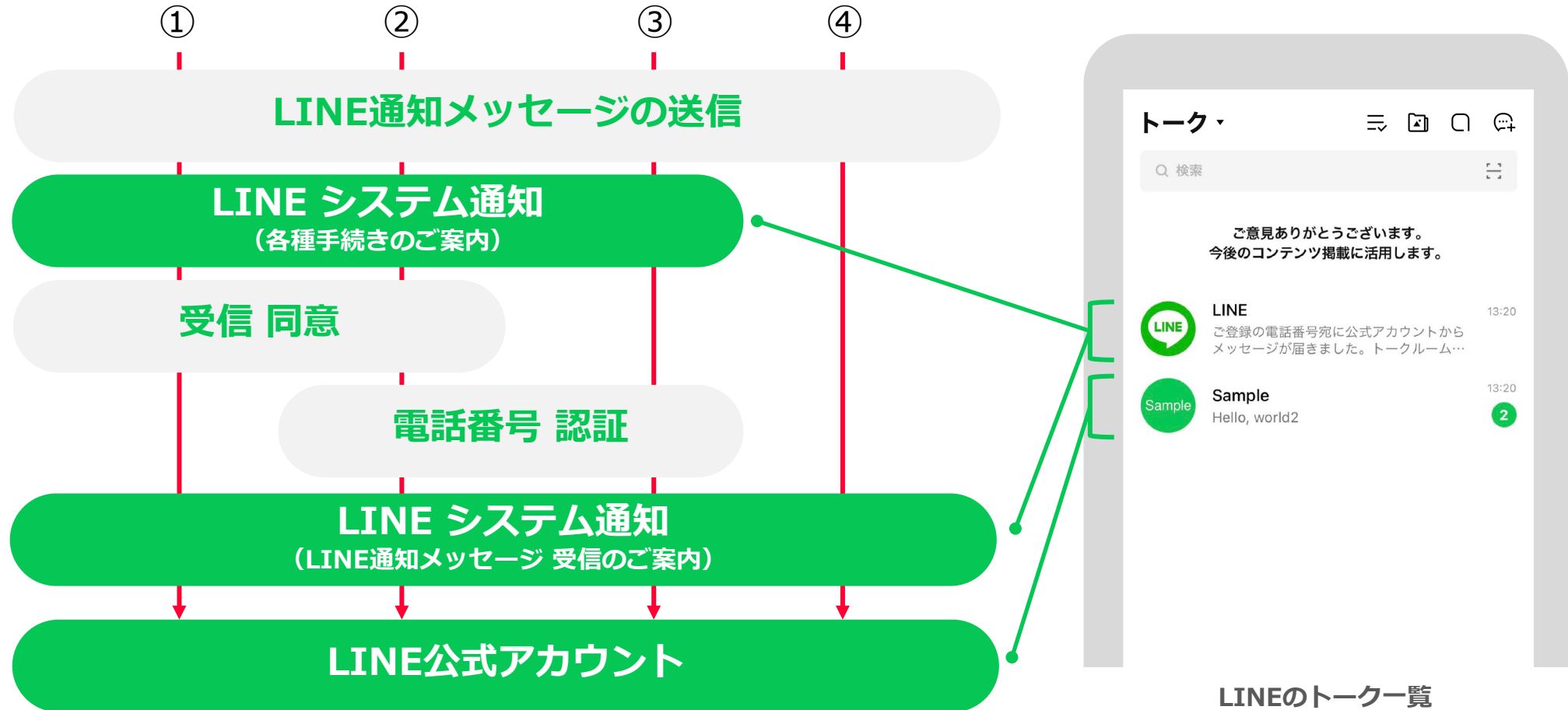
LINE通知メッセージは企業のLINE公式アカウントから直接受信する



# LINE通知メッセージ受信の流れ

LINE通知メッセージを受信する場合、4つの受信シナリオがあります。

ユーザーは、LINEのシステム通知と、企業のLINE公式アカウントの2つのアカウントからメッセージをそれぞれ受信します。



※上記のイメージ、フローは2023年12月現在のものとなります。最新情報は下記をご参照ください。

<https://developers.line.biz/ja/docs/partner-docs/line-notification-messages/flow-when-receiving-message/>



# LINE通知メッセージ受信の流れ

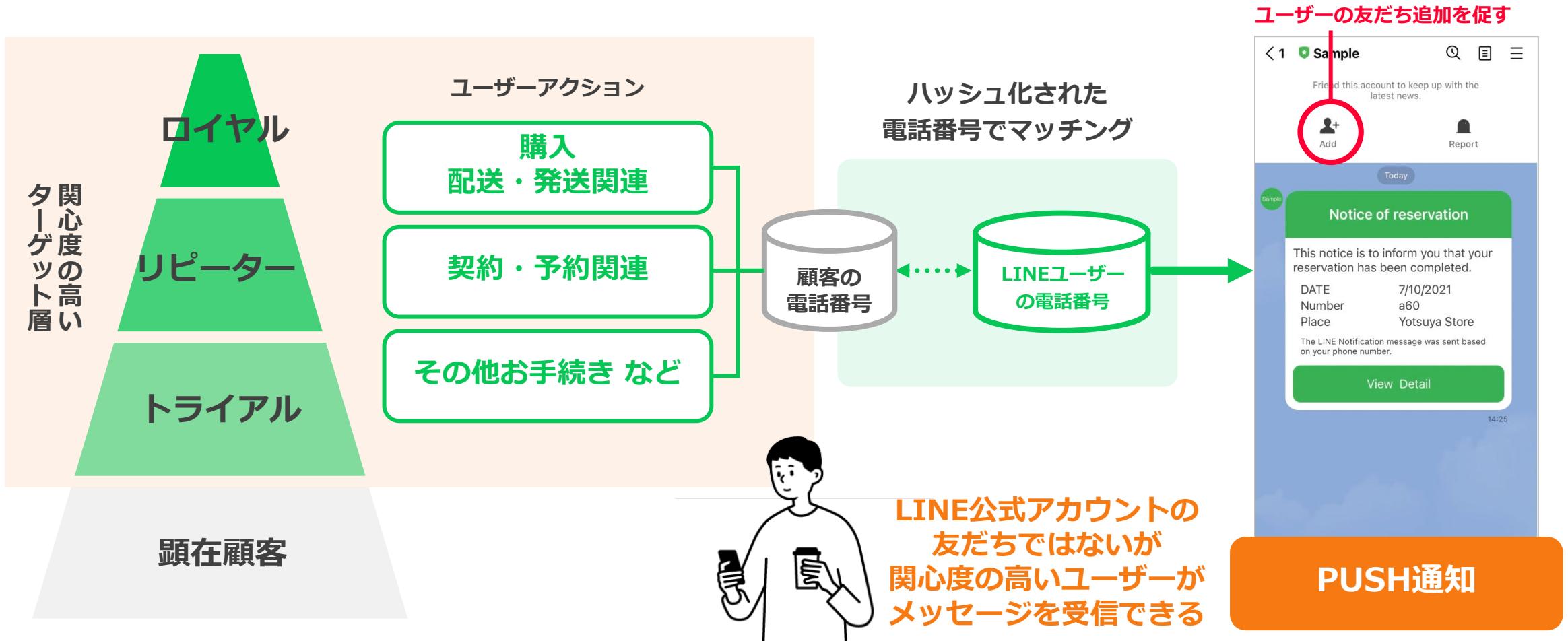
メッセージを受信するユーザー側の画面イメージは、以下の通りです。



※上記のイメージは、前ページの④のケースになります。①～③のフローに関しては下記をご参照ください。  
<https://developers.line.biz/ja/docs/partner-docs/line-notification-messages/flow-when-receiving-message/>

# LINE公式アカウントへ関心度の高い友だち追加誘導

「LINE通知メッセージ」では、ユーザーのアクションによりメッセージが配信されユーザーにとって適切なメッセージを受信ができ関心度の高いユーザーの友だち追加を促すことができます。



# 価格プランについて

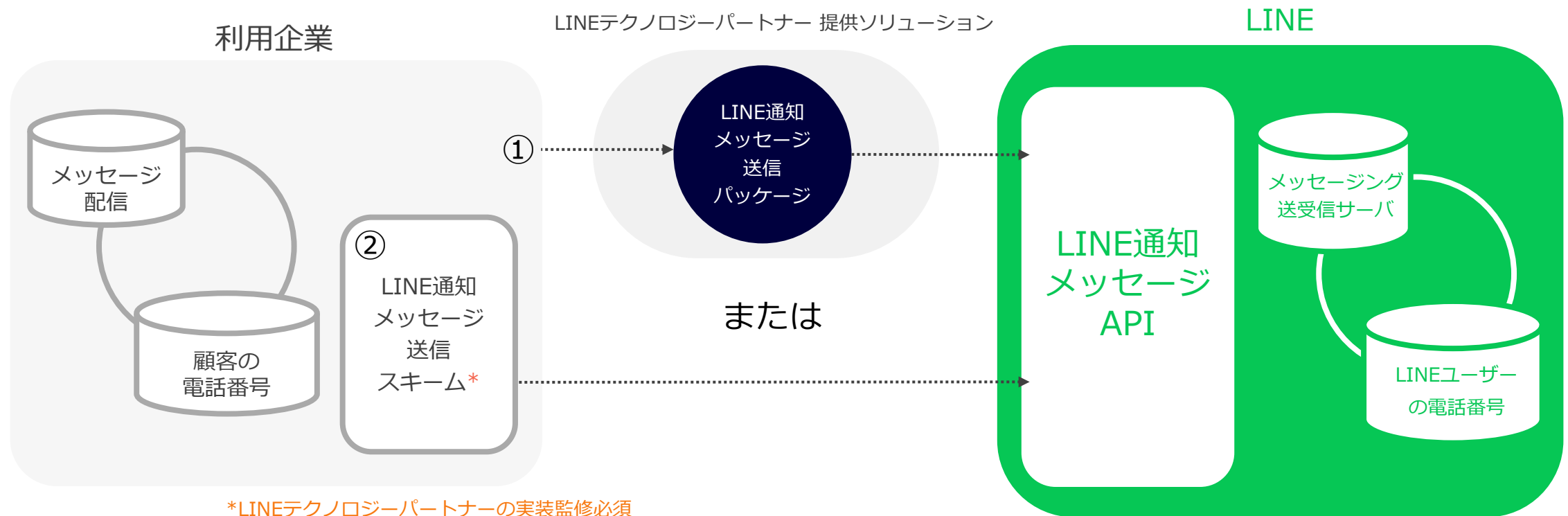
メニュー	価格
LINE通知メッセージ	代理店、もしくは弊社営業担当まで お問い合わせください

※ LINEテクノロジーパートナーソリューションもしくは実装監修（サポートなどを含む）を導入した場合に別途費用がかかります。

# サービスの実装・連携方法について

- LINE通知メッセージの実装及び連携については、
  - ①LINEテクノロジーパートナー（コミュニケーション部門）が提供するソリューションもしくは、
  - ②LINEテクノロジーパートナー（コミュニケーション部門）に実装監修された利用企業様スキームのいずれかが必要になります。
- サービスのお申し込みは販売代理店までお願いいたします。
- 詳細はLINEヤフー for Businessの「パートナーに相談」ページをご覧ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/partner/>



\*LINEテクノロジーパートナーの実装監修必須

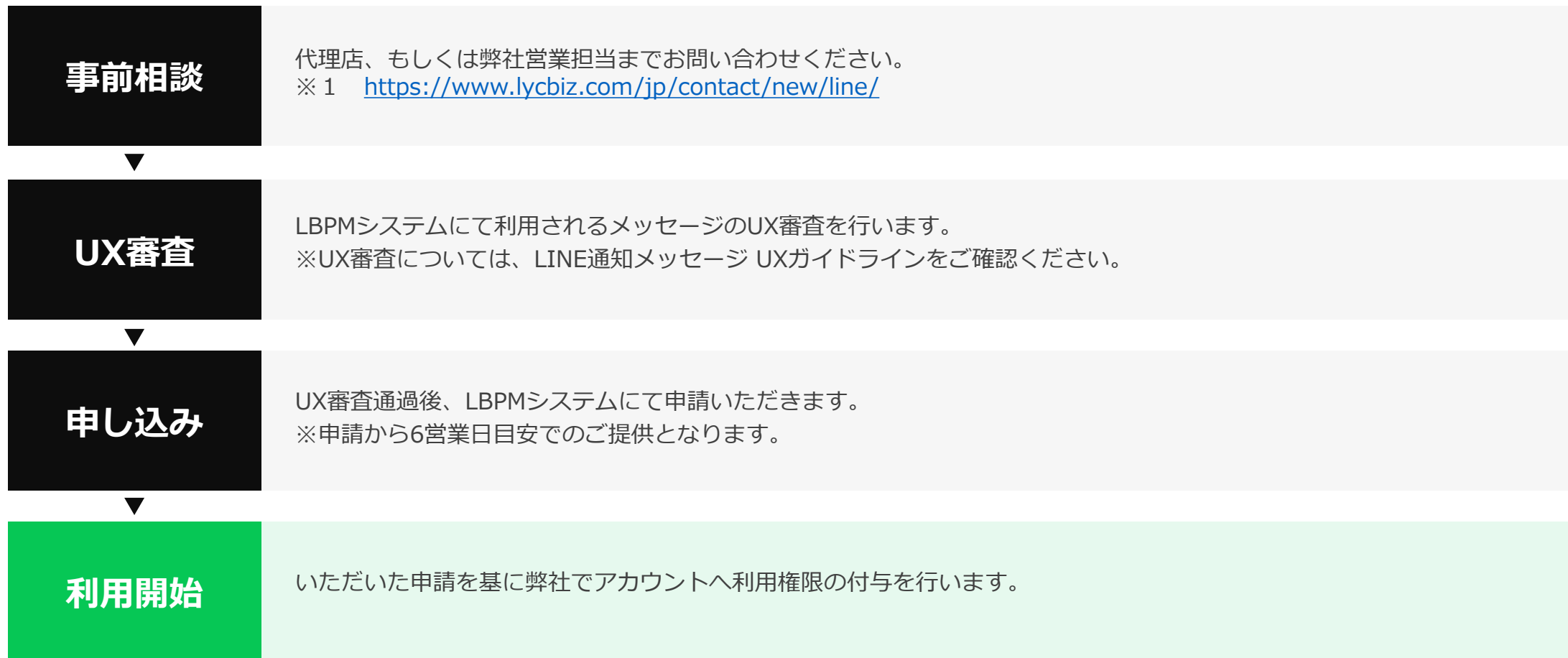
# LINE通知メッセージの実施条件

「LINE通知メッセージ」では、ユーザーが友だち追加することなくLINE公式アカウントからメッセージを受け取ることが可能になります。そのため、対象となるLINE公式アカウントや受け取るメッセージにおいては以下の実施条件を設けております。

条件項目	詳細
適用アカウント	LINE公式アカウント
アカウント種別	プレミアムアカウント / 認証済アカウント
API関連	<ul style="list-style-type: none"><li>・プロバイダー：認証プロバイダー</li><li>・プレミアムアカウント / 認証済アカウントに紐付いたMessaging API Channel</li></ul>
備考	<ul style="list-style-type: none"><li>・Messaging API Channelが紐付くプロバイダーは認証プロバイダーである必要があります</li><li>・LINE通知メッセージの実装・連携方法の条件を満たす必要があります</li><li>・事前にLINEにて承認された利用用途ならびにメッセージ内容のみ送信可能です</li></ul>

# スケジュール

LINE通知メッセージを実施するにあたっては、以下のようなフローで進めさせていただきます。



※ LINE通知メッセージをご利用するには、「認証済アカウント」、「認証プロバイダー」の取得が必須です。

- ・ 認証済アカウント：<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-official-account/verified-account/>
- ・ 認証プロバイダー：詳細は代理店・弊社の担当営業までお問い合わせください。

# お申し込みから実施までの流れ（補足/注意事項）

媒体資料内に記載している「営業日」については、下記の考え方とさせていただきます。

提出日の営業日数は、開始日含まず起算した営業日数となります。

指定の時間内にご提出いただけなかった場合、開始日が1営業日後ろ倒しとなります。

例) 利用開始日から【6営業日前の17時まで】提出の場合

## 11/1（月）17時までにご提出いただいた場合：11/9（火）利用開始

11/1	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑥営業日	⑤営業日	④営業日	③営業日	②営業日			①営業日	開始日			

## 11/1（月）17時までにご提出いただけなかった場合：11/10（水）利用開始

11/1	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
	⑥営業日	⑤営業日	④営業日	③営業日			②営業日	①営業日	開始日		

# よくあるご質問（1）

## Q LINE通知メッセージの利用用途は決まっているのでしょうか。

A LINE公式アカウントから配信されるLINE通知メッセージは、個別にUX審査を行っております。利用用途は当社がユーザーにとって有用かつ適切であると判断したものに限定され、広告目的のものは配信されません。詳細は[LINE通知メッセージ UXガイドライン](#)をご確認ください。

## Q 1つの利用用途に対して、複数のUXを審査に出すことは可能でしょうか。

A 1つの利用用途の中で複数シーンの分岐が合理的に認められる場合は、審査の申請が可能です。

## Q UXの追加、変更時にもUX審査は必要でしょうか。

A UXの追加や変更時にも必ず個別でUX審査を申請していただく必要があります。UX審査にはお時間を頂戴しております。配信スケジュールを考慮し、お早めに申請いただきますようお願いいたします。

なお、既に審査可となったものについて、語尾や助詞の修正や、文章内での文言の入れ替えなどの軽微な修正であれば再度申請は必要ありません。文章の意図が変更されたり、文言を追加される場合については、都度申請が必要となります。

詳細は[LINE通知メッセージ UXガイドライン](#)をご確認ください。



## よくあるご質問（2）

### Q LINE通知メッセージでハッシュ化された電話番号をLINEに送信することは個人情報の第三者提供に該当しますか？

A 配信元企業にて、個人情報保護法やプライバシーポリシーなどへの準拠状況をご確認いただき、適法なかたちでご利用いただけますよう、ご確認をお願いいたします。

弊社側では、配信元企業側での情報の取り扱い状況を把握しておりませんので、第三者提供に該当するののか等の個別の判断はできかねます。なお、当該データが配信元企業にて個人関連情報に該当すると判断される場合においては、[LINEやフープライバシーポリシー](#)にて、弊社がLINEユーザから同意を取得しております。

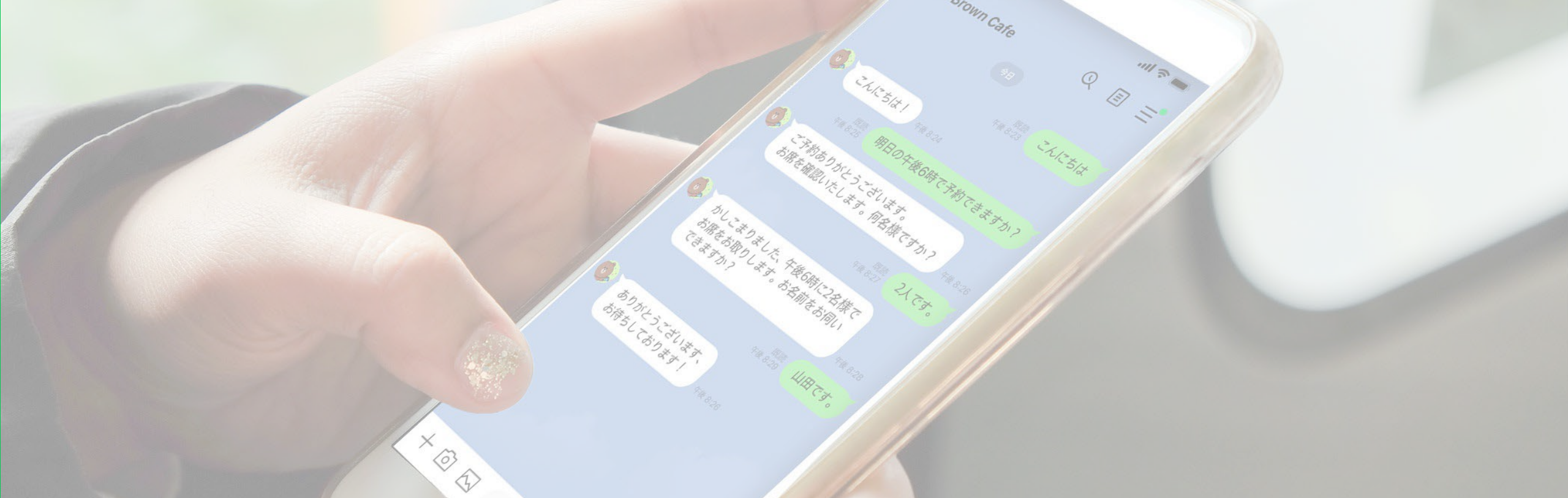
また、法的整理に関わらず「[LINE公式アカウント通知メッセージ利用規約](#)」において配信元企業は、利用者から合理的な方法での同意を取得する様に定義をしております。

### Q LINE通知メッセージが配信される条件はこういったものがあるのでしょうか。

A 以下の条件をすべて満たす場合に、ユーザーに対してメッセージが送信されます。

- LINE通知メッセージの送信対象として指定した電話番号が、ユーザーがLINEに登録している電話番号と一致していること
- ユーザーがLINEに登録している電話番号が有効であること（SMSによる電話番号認証を、一定期間内に一度実施している）
- ユーザーがLINE通知メッセージの受信に同意していること
- ユーザーがLINE通知メッセージ送信元であるLINE公式アカウントをブロックしていないこと
- LINE通知メッセージの送信対象として指定した電話番号が、日本、タイ、台湾、インドネシアで発行された電話番号かつ、LINEアプリにおいて電話番号による認証を行うことができる電話番号であること
- ユーザーが「LINEのプライバシーポリシー（2022年3月改訂）」に同意していること

詳しくは「LINE通知メッセージが送信される条件」（<https://developers.line.biz/ja/reference/partner-docs/#conditions-for-sending-line-notification-messages>）をご参照ください。



# LINEチャットPlus LINEコールPlus

# LINEを使ったカスタマーサポート

LINE公式アカウントはメッセージでの対話を通じて、ユーザーとの深い関係構築を可能にするサービスです。カスタマーサポート向けのオプションサービスである「LINEチャットPlus」と「LINEコールPlus」をご利用いただくことで、シームレスかつスピーディーにユーザーのサポートを行うことができます。

## ユーザー満足度の向上



いつでも・どこでも・すぐに・無料でつながるカスタマーセンターを実現。ユーザー満足度を向上させます。

## ユーザーの待ち時間短縮



ユーザーは待ち時間が減り、カスタマーセンターは効率を改善できる、みんながうれしいソリューションです。

## すぐに答えが手に入る



電話をチャットに置き換えると大幅に効率が改善されます。さらにFAQベースの自動返信で問い合わせ自体を削減します。

## コストパフォーマンス向上

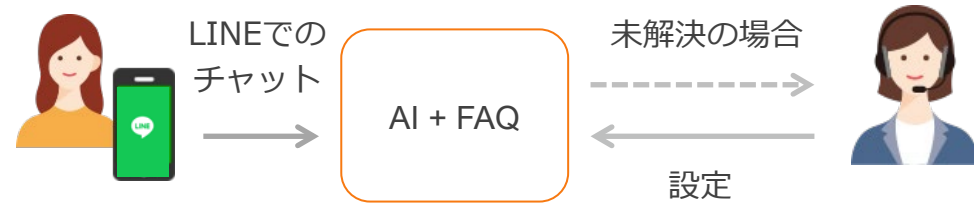


LINEアプリを使った通話によるコストの削減と電話問い合わせ件数の減少によりスタッフの負荷を軽減できます。

# LINEチャットPlus

1

## AIと人との ハイブリッドサポート



- AIチャットのツールと有人対応のツールを組み合わせ、ご利用できます。
- AIだけでは答えることができない場合は、有人対応へ切り替えなどの対応を行うことが可能です。

2

## 安心のチャットサポート



- オペレーターからユーザーへのメッセージについても、追加メッセージ従量価格の対象外となり、コストを気にせず安心してチャットができます。

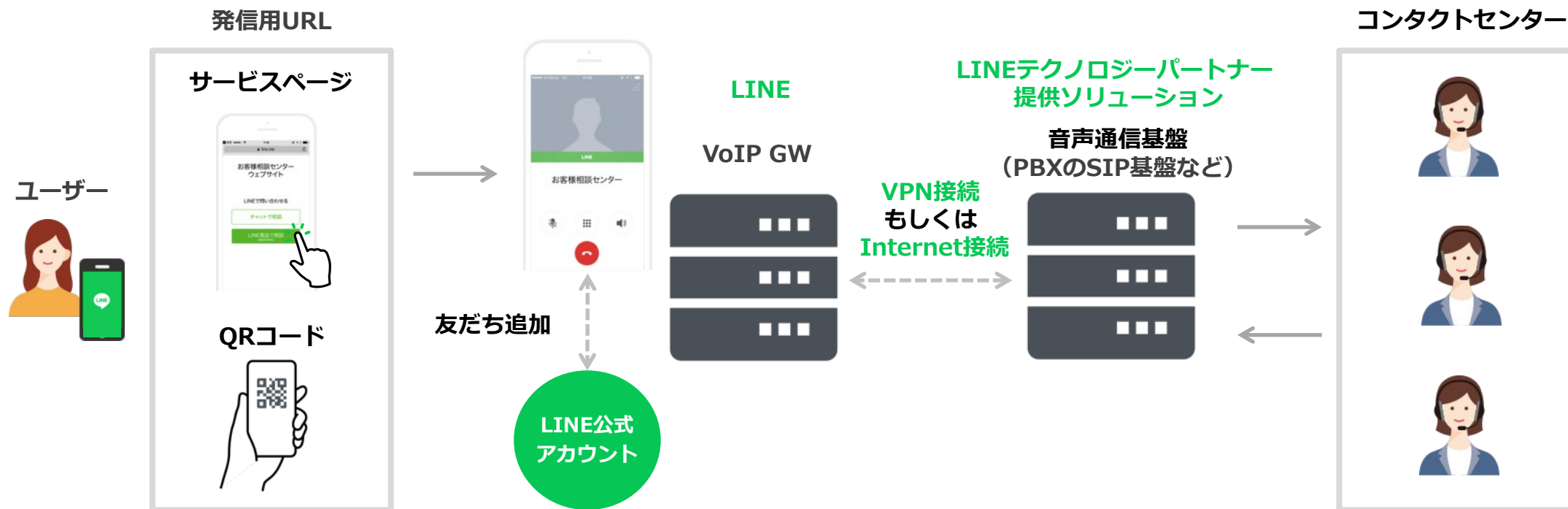
# LINEコールPlus

LINEコールPlusは、LINEと3rd Partyの音声通信基盤（PBXのSIP基盤など）を接続連携したVoIPの音声通話です。LINEアプリからコンタクトセンターのCTIなどへの着電を実現します。

ユーザーは、LINEアプリから無料での通話が可能です。

音声通話は事前にLINEから発行された発信用URLにユーザーがアクセスすることで実現します。

また、発信用URLはLINE公式アカウントとの連携がされており、発信時の確認と共にLINE公式アカウントとの友だち追加（ブロック解除）を確認します。ユーザー同意後、友だち追加（ブロック解除）をし音声通話を開始します。



# その他の機能（拡張機能）

チャットコミュニケーションにおけるユーザー満足度向上のため、以下2つの拡張機能もご利用可能です。

## Mark-as-Read API

ユーザーからLINE公式アカウントに対して送信されたメッセージに対する既読ステータスを制御するAPIです。本APIをコールすることで、指定されたユーザーから送信されたメッセージ全てに既読表示をつけることが可能です。

## Icon/Nickname Switch API

メッセージを送信する際に、該当のトーク上に表示されるIcon・Nicknameの一部をAPIリクエストで指定することが可能です。  
<https://developers.line.biz/ja/reference/messaging-api/#icon-nickname-switch>

# 価格プランについて

メニュー	項目	価格	補足
LINEチャットPlus	月額費用	20万円/月	
	初期設定費用	20万円	* 初回利用の場合のみ
LINEコールPlus	月額費用	10万円/月	
	従量費用	5円/分	

※全て税別

※開始日が2日以降となる場合は、月額費用は日割計算にてご請求となります。日割計算は、いずれの月においても「月額費用/30×利用日数」となります。

※解約の場合には、日割計算せず利用契約が終了する日の属する月の末日までの利用料金のご請求となります。

※詳細は、利用規約をご確認ください。

# スケジュール

LINEチャットPlus/LINEコールPlusを実施するにあたっては、以下のようなフローで進行いたします。

## 事前相談

代理店、もしくは弊社営業担当までお問い合わせください。  
※1 <https://www.lycbiz.com/jp/contact/new/line/>

## 申し込み

LBPMシステムにて申請いただきます。  
※LINEチャットPlusはご利用開始の6営業日前、LINEコールPlusはご利用開始の11営業日前の17時までに申請ください。

## 利用開始

いただいた申請を基に弊社でアカウントへ利用権限の付与を行います。

※ LINEチャットPlus/LINEコールPlusをご利用するには、「認証済アカウント」、「認証プロバイダー」の取得が必須です。

- ・ 認証済アカウント：（新規）<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-official-account/> ・ 認証プロバイダー：詳細は代理店・弊社の担当営業までお問い合わせください。



# その他の注意事項

## 個人情報の取得

- ・ LINEチャットPlus/ LINEコールPlusの機能を用いて、法の定める個人情報を不必要に取得する行為を禁止いたします。
- ・ エンドユーザーから受信したメッセージおよび収集されたエンドユーザーの情報（個人情報を含みますが、これに限りません）の管理責任はお客様にあります。これらの情報はお客様が明示した利用目的の範囲においてご利用ください。

## LINEチャットPlusに関する特則

- ・ お客様がLINEチャットPlusを利用する場合、本サービスの利用価格には、LINEを通じたエンドユーザー起点のカスタマーサポート用途でのPush Messageの利用価格のみを含むものとし、一方的な広告配信などその他の用途でのPush Messageの配信についてはこれに含まれません。
- ・ 一方的な広告配信等その他の用途でのPush Messageの利用価格については、別途、企業アカウントサービスの価格体系に沿うものとしします。

## LINEコールPlusに関する特則

- ・ 当社は、お客様が無料で電話を利用してエンドユーザーに対して自動音声応答を行う場合、当該自動音声の内容を事前に審査できるものとしします。

# サービスの提供方法について

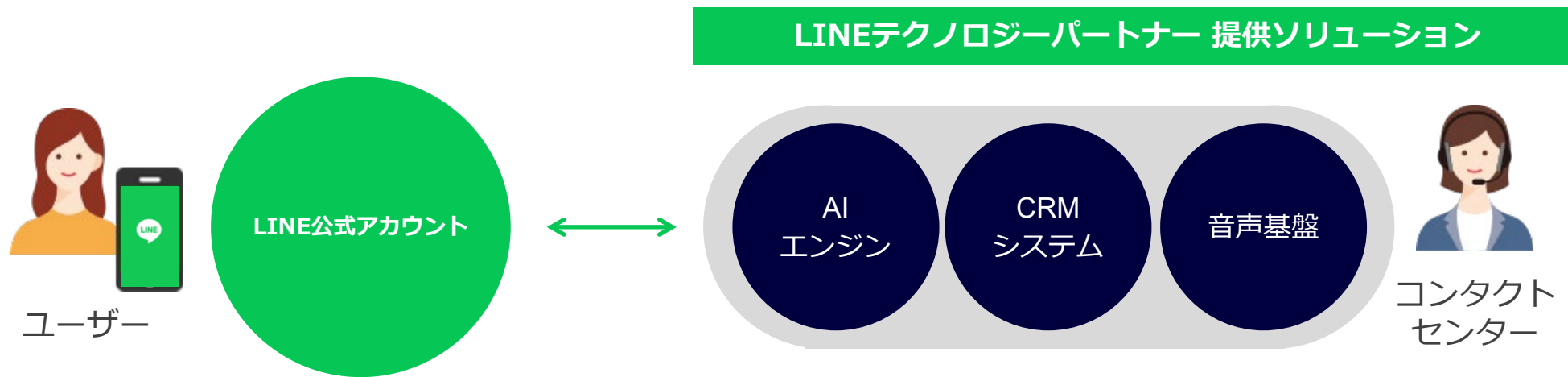
LINEチャットPlus/LINEコールPlusのご利用にあたっては、LINEテクノロジーパートナー（コミュニケーション部門）提供ソリューションが必要になります。

（コンタクトセンターでご利用いただく連携済みの製品は別途ご準備ください）

サービスのお申し込みは販売代理店までお願いいたします。

詳細はLINEヤフー for Businessの「パートナーに相談」ページをご覧ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/partner/>



※ LINEコールPlusはLINEのVoIPシステムとお客様の音声基盤をSIPで接続するためAPIを経由しません。

カスタマーコミュニケーションをご利用いただくためには、LINEチャットPlus/ LINEコールPlusと連携済みのLINEテクノロジーパートナー各社、または販売代理店にお問い合わせください。

# LINEチャットPlus、LINEコールPlusにおいての実施条件

LINEチャットPlus/LINEコールPlusでは、以下の実施条件を設けております。

条件項目	詳細
適用アカウント	LINE公式アカウント
アカウント種別	プレミアムアカウント / 認証済アカウント
API関連	プロバイダー：認証プロバイダー *プレミアムアカウント / 認証済アカウントに紐付いたMessaging API Channel
備考	*Messaging API Channelが紐付くプロバイダーは認証プロバイダーである必要があります LINEテクノロジーパートナー（コミュニケーション部門）提供ソリューションをご利用いただく必要があります

# 補足：各種期限についての注意事項

媒体資料内に記載している「営業日」については、下記の考え方とさせていただきます。

提出日の営業日数は、開始日含まず起算した営業日数となります。

指定の時間内にご提出いただけなかった場合、開始日が1営業日後ろ倒しとなります。

例) 利用開始日から【6営業日前の17時まで】提出の場合

## 11/1（月）17時までにご提出いただいた場合：11/9（火）利用開始

11/1	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑥営業日	⑤営業日	④営業日	③営業日	②営業日			①営業日	開始日			

## 11/1（月）17時までにご提出いただけなかった場合：11/10（水）利用開始

11/1	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
	⑥営業日	⑤営業日	④営業日	③営業日			②営業日	①営業日	開始日		



# LINE広告

# LINE広告の全体構成

LINE広告は、以下3つから構成されており、それぞれを掛け合わせて広告を配信します。

## LINE広告

### 1. 広告配信面

- ・トークリスト
- ・LINE NEWS
- ・LINE VOOM
- ・ウォレット
- ・LINEポイントクラブ
- ・LINEショッピング
- ・LINEチラシ
- ・LINEクーポン
- ・LINEマイカード
- ・ホーム
- ・LINE Monary
- ・LINEオープンチャット
- ・LINEレシート
- ・LINEファミリーアプリ
- ・LINE広告ネットワーク
- ・アルバム
- ・LINE公式アカウントのトークルーム

### 2. クリエイティブ

#### 静止画

- ・ Card
- ・ Square
- ・ Carousel
- ・ 画像（小）
- ・ 画像（アニメーション）

#### 動画

- ・ Card
- ・ Square
- ・ Vertical

### 3. 広告配信機能

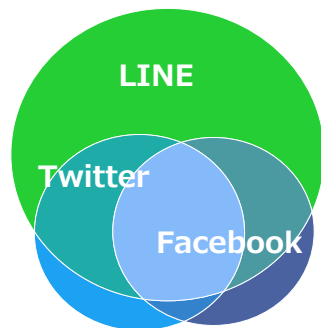
- ・ オーディエンスセグメント配信
- ・ オーディエンス配信
- ・ 友だち追加
- ・ LINE Dynamic Ads
- ・ LINE公式アカウントの友だちオーディエンス配信
- ・ 類似配信
- ・ リエンゲージメント配信
- ・ 自動最適化配信

# LINE広告の強み

LINE広告には以下の代表的な強みがあります。



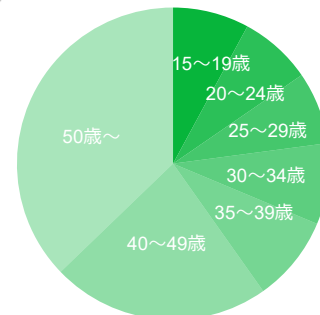
## 圧倒的なユーザー数



- ・ LINEアプリを利用する国内9,600万人※1のユーザーに広告配信が可能
- ・ LINEのみがリーチ可能なユーザーが多く存在する ※2



## 幅広い年代層へのリーチ



- ・ LINEアプリを利用する幅広い年齢層へ広告配信が可能 ※3
- ・ 特に広告への反応が良い35歳以上の割合が多い



## LINE公式アカウントとの連携



- ・ 広告主がLINE公式アカウントを利用している場合LINE公式アカウントの情報を広告配信に活用できる



## 消費行動が活発なユーザーが多い

新しい商品・サービスは  
すぐ試してみるほうだ

LINE NEWS ユーザー 22.8%

一般生活者 18.5%

- ・ LINE NEWSを利用するユーザーは消費行動に積極的なユーザーが多い

※ LINE NEWSは月間PV数154億※4を  
超える国内最大級のニュースサービス

※1 2023年9月末時点

※2 インターネット調査 (2022年7月実施/全国15~69歳のスマートフォンユーザーを対象 サンプル数20,000)

※3 調査委託先: マクロミル・インターネット調査 (2022年7月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

※4 2021年8月時点

# 広告掲載面

LINE広告では以下の配信面に広告配信することができます。

トークリスト	「LINE」アプリ内のトークリスト最上部
LINE NEWS	「LINE」アプリ内のニュースページ
LINE VOOM	おすすめ動画やfollow中のコンテンツを閲覧するページ
ウォレット	「LINE Pay」などのLINEが提供する金融サービスの入り口
LINEマンガ	マンガ作品が楽しめるスマートフォン向け電子コミックアプリ
LINEポイントクラブ	指定条件をクリアすることで、ポイントがもらえるサービス
LINEショッピング	幅広い商品をLINEアプリ上で購入できるショッピングサービス
LINEチラシ	地域の店舗のセール・特売情報を閲覧できるチラシメディア
LINEクーポン	全国のショップで利用できるクーポンサービス
LINEマイカード	お店の会員証などをLINEアプリでまとめて管理できるサービス
ホーム	友だちやサービスなど、LINEの様々なコンテンツへの入り口
LINE Monary	おトクな情報やお金に関するコンテンツを提供するサービス
LINE オープンチャット	共通点がある人同士でトークや情報交換ができるチャットサービス
LINEレシート	レシートの登録で家計の支出管理やお店の価格比較ができるサービス
LINE公式アカウントのトークルーム	LINE公式アカウントのトークルーム内上部
アルバム	LINEアプリのアルバム内上部
LINEエンタメアカウント	LINEエンタメアカウント内のトークルーム内上部
LINEファミリーアプリ	LINE冠のつくマンガやカメラ、占い、各種ゲーム等のアプリ
LINE広告ネットワーク	LINE以外の3rd Partyアプリへ広告配信するネットワーク広告

## 掲載イメージ



トークリスト



LINE VOOM

※各広告配信面の詳細は「[LINE広告 配信面](#)」を参照ください。掲載イメージは全配信面における一部です。変更となる場合がございます



# クリエイティブ（静止画）

LINE広告で配信できる静止画のフォーマットは以下となっています。

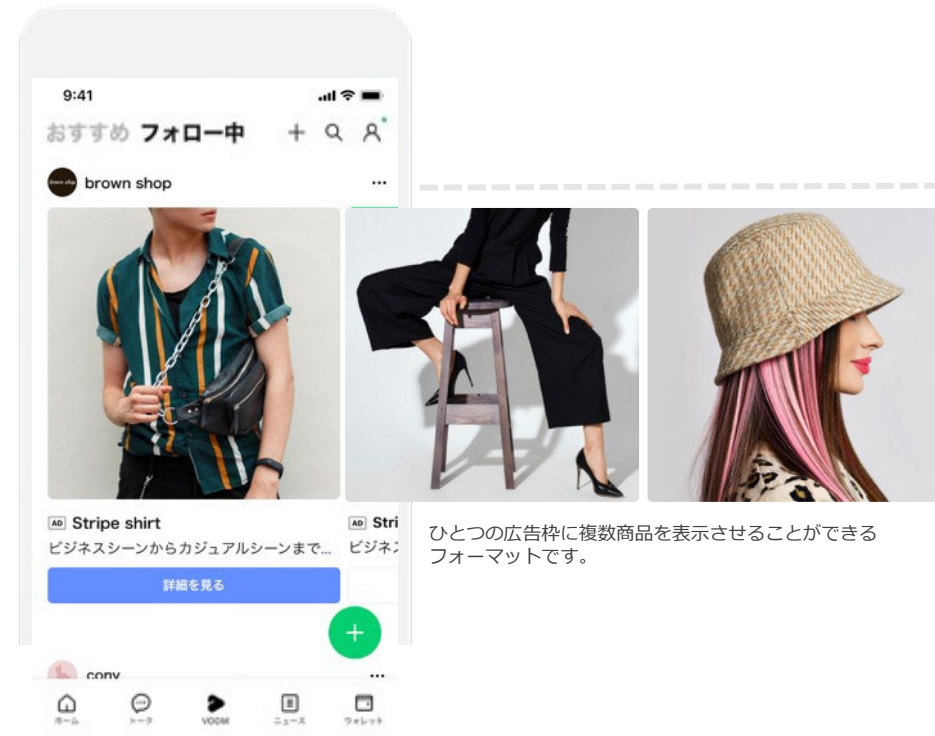
Card  
(1200×628)



Square  
(1080×1080)



Carousel  
(1080×1080)



ひとつの広告枠に複数商品を表示させることができるフォーマットです。

※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

※Carouselの最大表示件数は10件です。枠によりフォーマットは異なります。LINE Dynamic Adsは仕様異なりますので、詳しくはP145をご覧ください。

# クリエイティブ（静止画）

LINE広告で配信できる静止画のフォーマットは以下となっています。

画像（小）  
（600×400）



画像（アニメーション）  
（600×400）



イラストやテキスト等のモーション再生が可能なフォーマットです。

※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

# クリエイティブ（動画）

LINE広告で配信できる動画のフォーマットは以下となっています。

Card  
(16:9)



Square  
(1:1)



Vertical  
(9:16)

VOOM-フォロー中タブ  
表示時  
(3:4)



全画面再生時  
(9:16)



※キャプチャ画像はイメージです ※配信仕様は今後変更する可能性があります

※Verticalは(9:16) LINE VOOMフォロー中タブ上において、3:4の比率で広告が表示されるため、上下が省略されます。

ユーザーが動画をタップすると全画面(9:16)で表示されるようになります。字幕などを利用する場合はカットされるサイズを考慮して作成することを推奨します。

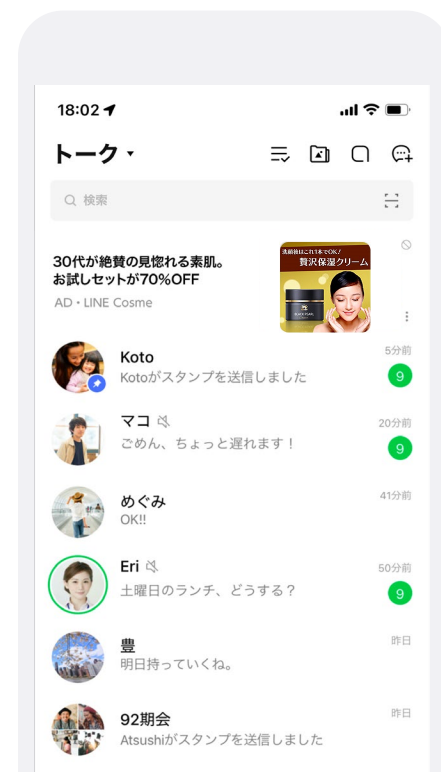
# クリエイティブ（動画）

LINE広告で配信できる動画のフォーマットは以下となっています。

動画  
(16:9)



動画  
(1:1)



※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

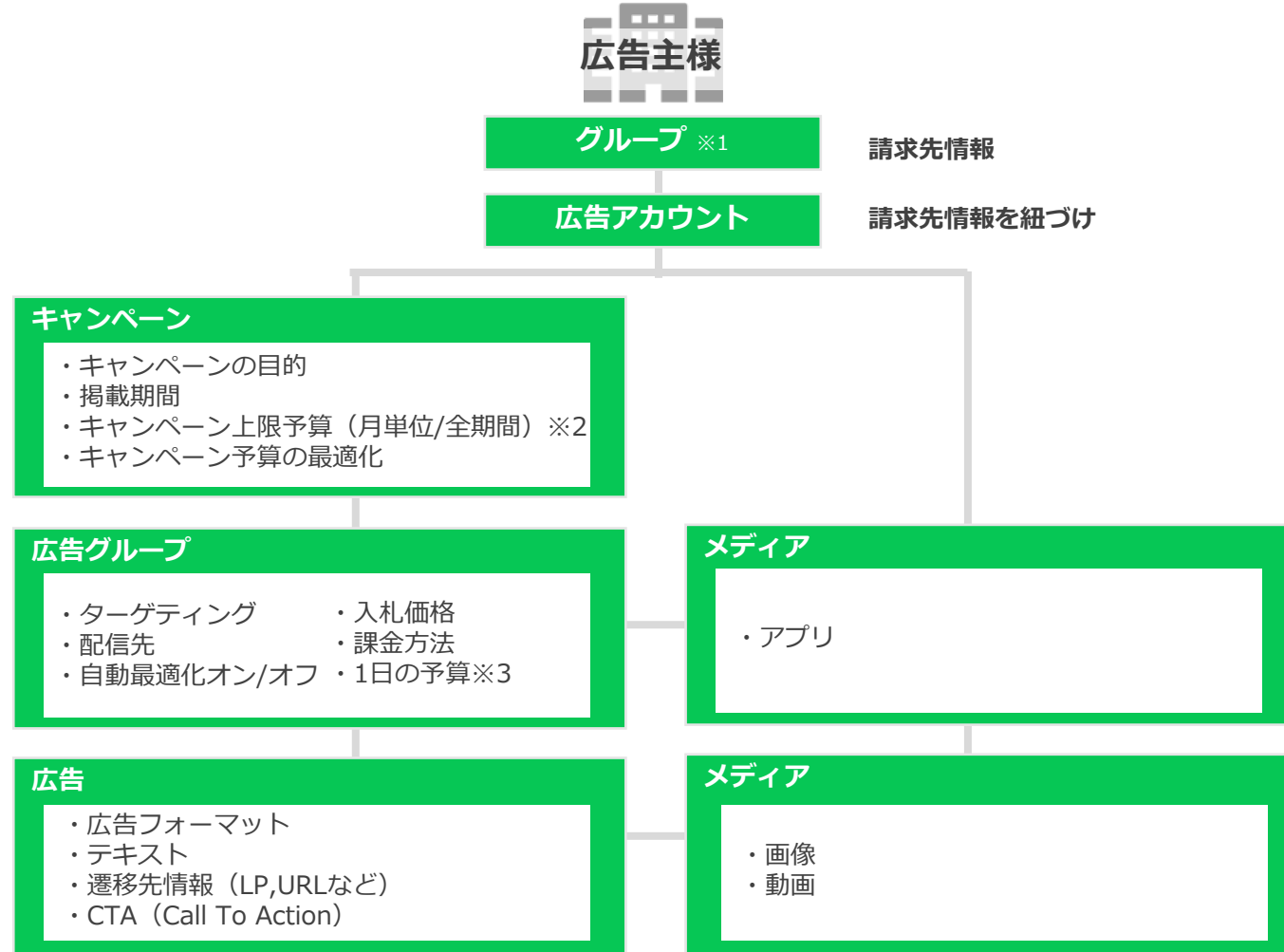
# 掲載面×フォーマット一覧

各広告掲載面とフォーマットの対応状況は以下の通りです。

配信面	静止画					動画				
	Card (1200×628)	Square (1080×1080)	Carousel (1080×1080)	画像 (小)	画像 (アニメーション)	Card (16:9)	Square (1:1)	Vertical (9:16)	動画(小) (16:9)	動画(小) (1:1)
トークリスト	○	○	×	○	○	○	○	×	○	○
LINE NEWS	○	○	○	○	×	○	○	○	×	×
LINE VOOM	○	○	○	×	×	○	○	○	×	×
ウォレット	○	○	○	○	×	○	○	○	×	×
LINEマンガ	○	○	×	×	×	○	○	×	×	×
LINEポイントクラブ	○	○	○	×	×	○	○	○	×	×
LINEショッピング	○	○	○	×	×	○	○	×	×	×
LINEチラシ	○	○	×	×	×	○	○	×	×	×
LINEクーポン	○	○	○	○	×	○	○	○	×	×
LINEマイカード	○	×	×	×	×	○	×	×	×	×
ホーム	○	○	○	○	×	○	○	○	×	×
LINE Monary	○	○	×	○	×	○	○	×	×	×
LINE オープンチャット	○	○	×	○	×	○	○	○	×	×
LINEレシート	○	○	○	×	×	○	○	×	×	×
LINE公式アカウントの トークルーム	○	○	×	○	×	×	×	×	×	×
アルバム	○	○	×	○	×	×	×	×	×	×
LINEエンタメアカウント	○	○	×	○	×	×	×	×	×	×
LINEファミリーアプリ	○	○	×	○	×	○	○	○	×	×
LINE広告ネットワーク	○	○	×	○	×	○	○	○	×	×

# LINE広告のアカウント構造

入札価格、課金形式、日予算、自動最適化のオン/オフなど配信最適化は広告グループで行われます。



※1 グループは3階層まで作成可能です

※2 キャンペーン上限予算 (月単位/全期間) は管理画面上を超えることがあります (超過分のご利用価格は請求時に切り捨てますので、実質上限は超えません)

※3 1日の予算は上限を超える可能性がございます

# オーディエンスセグメント配信

年齢・性別・地域・興味関心それぞれターゲットを指定して、配信対象と掛け合わせて配信をすることができます。広告の対象となるユーザーの属性や興味を推測し、ターゲティングすることでアクションをしやすいユーザーに広告を表示するため費用対効果の高い配信が見込めます。

## 属性セグメント

配偶者・子供・携帯キャリア・推定収入・職業・誕生日などを設定して配信することができます。

## 行動セグメント

多数の行動カテゴリより設定して配信することができます。

セグメントの詳細は[こちらのリンク](#)よりご確認ください。

## 年齢セグメント

14歳以下から65歳以上まで年代ごとに切り分けて配信することができます。

例-14歳,15-19歳,20-24歳,25-29歳,30-34歳,35-39歳,40-44歳,45-49歳,50-54歳,55-59歳,60-64歳,65歳-

## 性別セグメント

男性・女性の指定配信ができます。

## 趣味・関心セグメント

多数の趣味・関心カテゴリより指定配信ができます。

セグメントの詳細は[こちらのリンク](#)よりご確認ください。

## 購買意向セグメント

多数の購買意向カテゴリより設定して配信することができます。

セグメントの詳細は[こちらのリンク](#)よりご確認ください。

## 地域セグメント

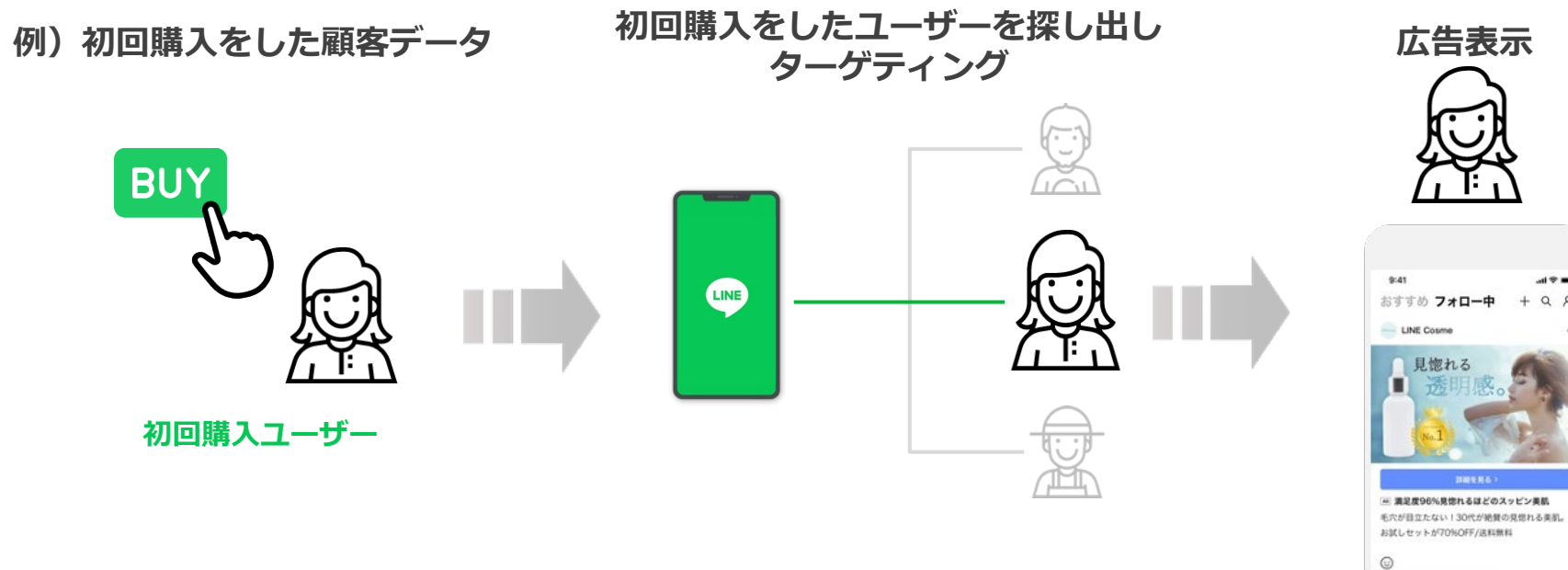
47都道府県別に加え、市区町村の指定配信ができるようになりました。



※これらのオーディエンスデータはLINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類した「みなし属性」および、実購買の発生した購買場所を「購買経験」として個人を特定しない形で参考としているものです（「みなし属性」にはOSは含まない）。「みなし属性」とは、LINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類したものです。（分類の元となる情報に電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まれません）なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施しておりません。

# オーディエンス配信

ユーザーのデータを利用して対象のユーザーに広告を配信することができます。例えば、初回購入したユーザーの端末識別IDなどがあれば、そのデータを使って再び購入を促す広告を配信することができます。また、逆にそのデータを使って購入者を広告の配信対象から除外することもできます。オーディエンスは端末識別ID以外にも、ウェブトラフィック、モバイルアプリイベント、LINE公式アカウントの友だちなどで作成でき、それらの類似オーディエンスも作成可能です。



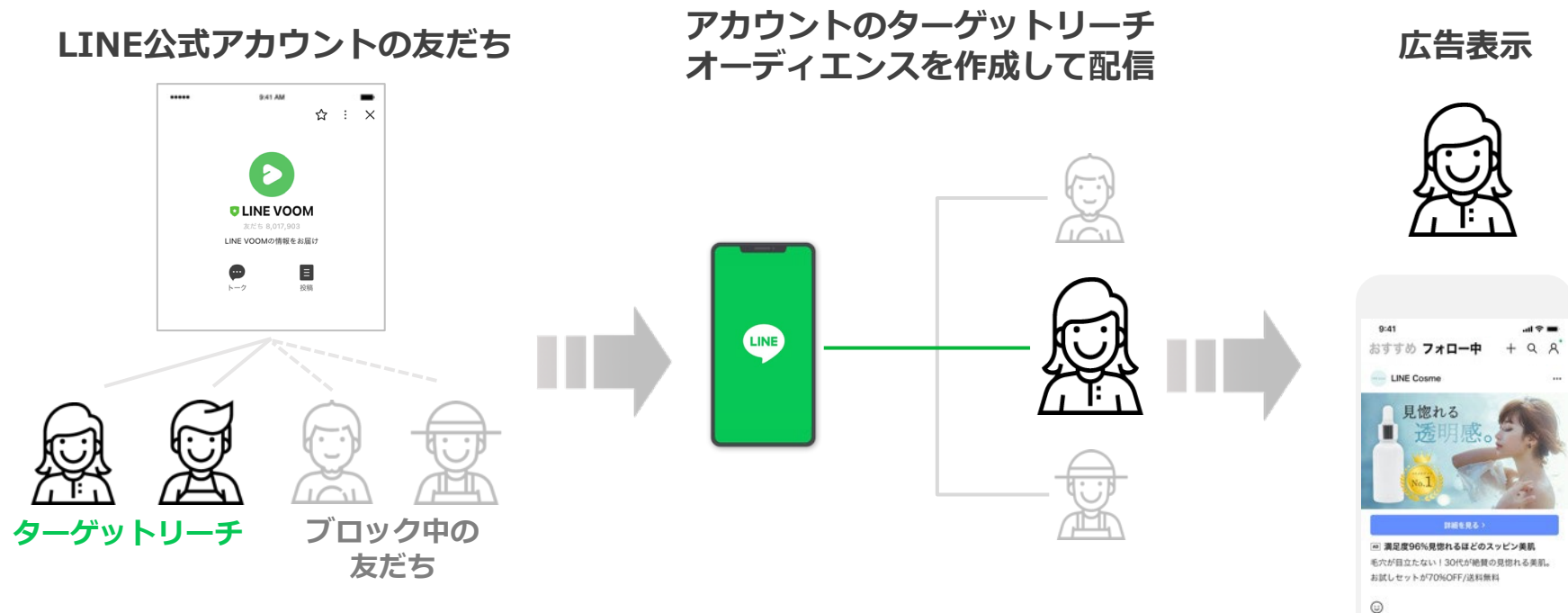
## オーディエンス一覧

- ・ウェブトラフィックオーディエンス
- ・LINE公式アカウントの友だちオーディエンス
- ・IDFA/AAIDアップロード
- ・モバイルアプリオーディエンス
- ・動画視聴オーディエンス
- ・電話番号アップロード
- ・メールアドレスアップロード
- ・画像クリックオーディエンス



# LINE公式アカウントの友だちオーディエンス配信

LINE公式アカウントの友だちのオーディエンス作成、またそのオーディエンスへのターゲティング配信が可能です。オーディエンス作成は、「アカウントの友だち（ターゲットリーチ）」「ブロック中の友だち」の2つが作成できます。また、これらのオーディエンスをもとに類似オーディエンスの作成ができるため、未接触のユーザーへの配信も可能です。

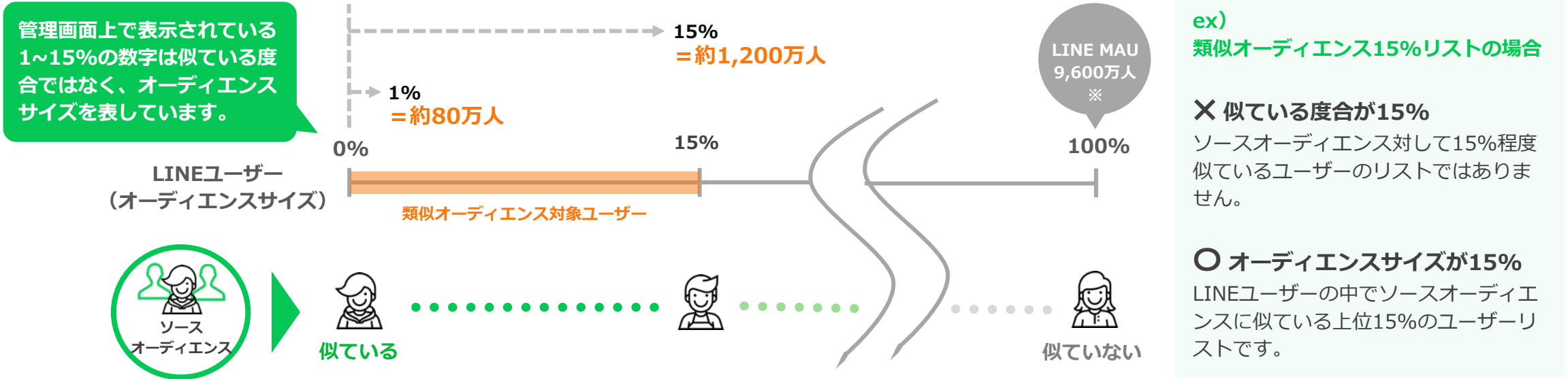


※ターゲティング配信ができるのは、広告アカウントに紐づいているLINE公式アカウントの友だちのみです  
※オーディエンスの作成は、「アカウントの友だち」「ブロック中の友だち」それぞれ一つずつです  
※友だち削除済みユーザー、長期間LINEにログインしていないユーザーは対象外のため、アカウント全体の友だち総数とは一致しません

# 類似配信

類似配信機能では、ソースオーディエンス（コンバージョンオーディエンスやアップロードした顧客情報）に類似したユーザーをLINE内で新たに探しオーディエンスを拡張して配信します。類似オーディエンスのサイズは1~15%、もしくは「自動」の選択が可能です。類似度が高いほどアクションの確度は高まりますが、オーディエンスサイズは小さく、リーチできる人数が限られます。逆に類似度が低いほどアクションの確度は下がりますが、オーディエンスサイズは大きく、配信母数が増えます。

※2023年9月末時点



## 類似配信が可能なオーディエンス一覧

### 配信オーディエンス

- ・ウェブトラフィックオーディエンス
- ・LINE公式アカウントの友だちオーディエンス
- ・IDFA/AAIDアップロード
- ・モバイルアプリオーディエンス
- ・動画視聴オーディエンス
- ・電話番号アップロード
- ・メールアドレスアップロード

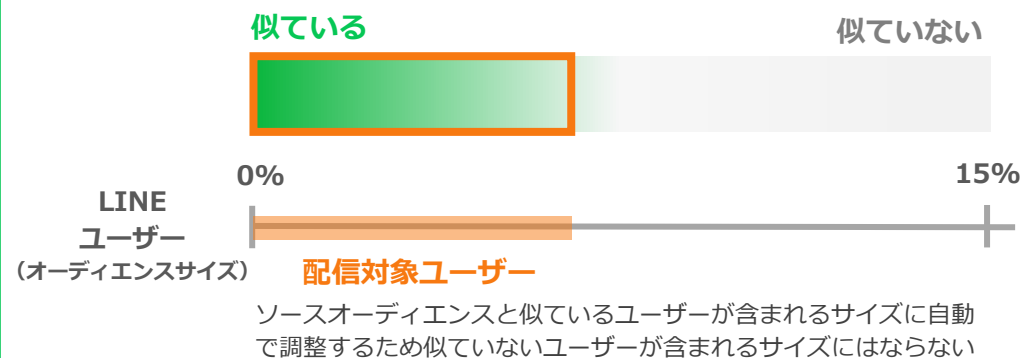
※類似オーディエンスを作成して、利用可能になるまでには最大24時間かかる場合がございます ※類似オーディエンスには、ソースオーディエンスに含まれるユーザーは除外されています

# 類似配信 オーディエンスサイズの自動とは

類似配信において、類似度とオーディエンスサイズを加味して、自動で最適なオーディエンスサイズに調整することができる機能です。広告効果の検証なども効率よく行うことができます。

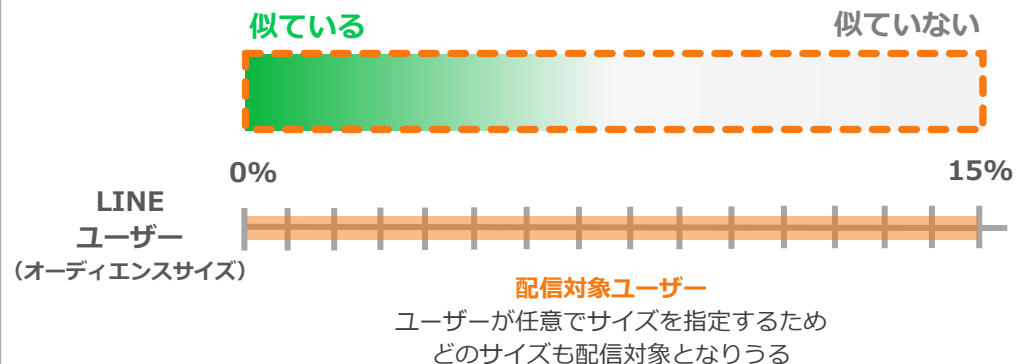
## 自動でオーディエンスサイズを設定

自動ではパフォーマンスを担保できる程度ソースオーディエンスと似ているユーザーが含まれるオーディエンスサイズまで自動的にサイズを調整します。※オーディエンスサイズの上限は15%  
オーディエンスサイズを自由にコントロールすることは難しいですが、パフォーマンスは安定しやすいため、配信初動のタイミングなどで導入しやすい設定です。



## 手動でオーディエンスサイズを設定

手動では1~15%のオーディエンスサイズの中で任意でオーディエンスサイズを設定することができます。  
オーディエンスサイズをコントロールすることができますが、ソースオーディエンスに似ているユーザーが各オーディエンスサイズにどの程度含まれているかはわかりません。そのため配信パフォーマンスを安定させるまでに時間がかかる可能性があります。



# プレースメント機能

広告の配信先を広告グループごとに配信面単位で設定することができる機能です。LINE NEWS,トークリストなどの配信面単位で配信先を設定したい場合に利用が可能です。各配信面ごとにクリエイティブやターゲティング・予算を分けて配信したいときなどにご利用ください。また、配信面別のレポート抽出が可能です。

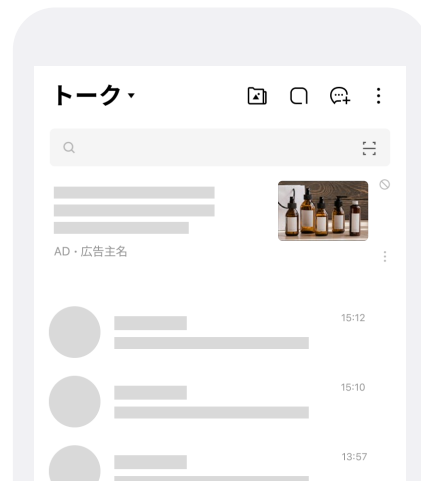
広告グループA

LINE NEWS



広告グループB

トークリスト



広告グループC

LINE VOOM



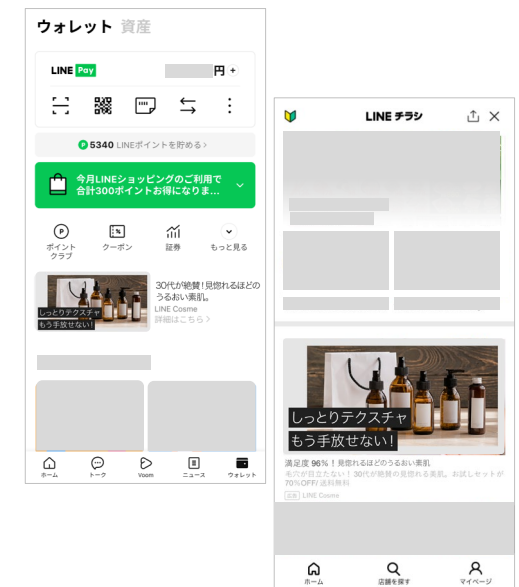
広告グループD

ホーム



広告グループE

ウォレット, クーポンetc...



※キャプチャ画像および広告グループごとの配信面設定はサンプルです。

※配信面のUIは随時アップデートされる可能性があります。

※ウェブサイトのアクセス/ウェブサイトコンバージョン/アプリのインストール/アプリのエンゲージメント/動画の再生/リーチ/商品フィードから販売/友だち追加のキャンペーンにて利用可能です。

※友だち追加キャンペーンの場合、対応している配信面に限られます。詳細は友だち追加についてのページをご参照ください。

# 友だち追加

LINE広告の友だち追加とは、LINE広告を通じて認証済のLINE公式アカウントの友だちを獲得する広告商品です。自然な流入により関心度の高い友だち獲得が見込めます。



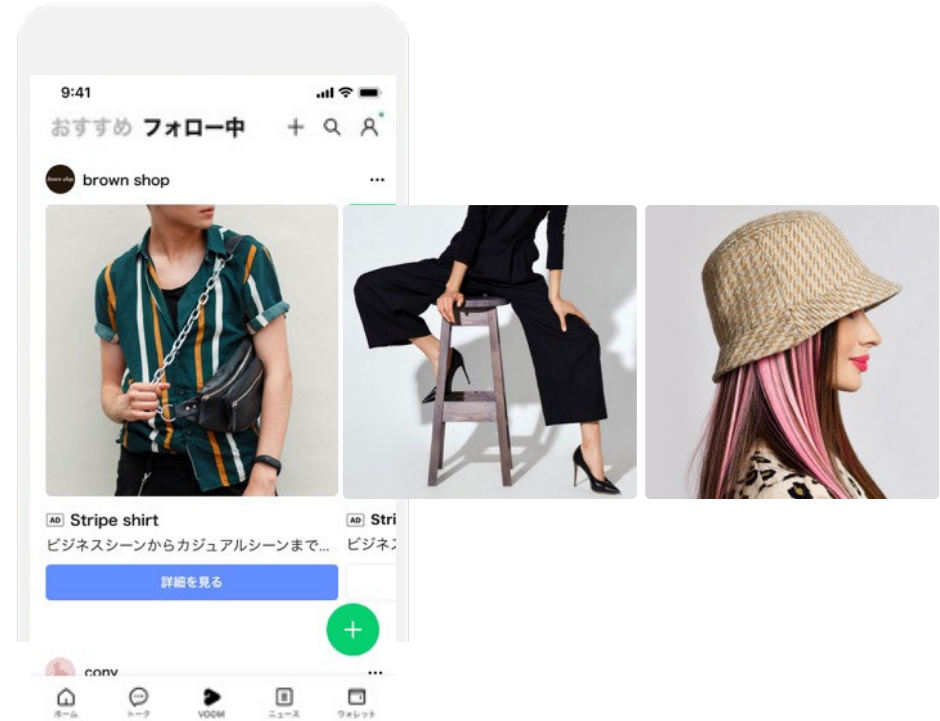
## 配信詳細

項目	詳細
配信面	LINE VOOM、LINE NEWS、トークリスト、ウォレット、ホーム、LINEショッピング、LINEオープンチャット、アルバム
掲載フォーマット	画像 (1200×628/1080×1080)、画像 (小) (600×400)、動画 (16:9/1:1/9:16)
配信価格	最低入札価格 CPF (自動入札75円~/手動入札50円~) CPM (手動入札200円~)
対象のLINE公式アカウント	認証済のLINE公式アカウント

※キャプチャ画像はイメージです ※未認証LINE公式アカウントは対象外です

# LINE Dynamic Ads

複数の商品をフィードとして入稿することで、ユーザーごとに興味がある特定商品を広告表示します。そのため、ユーザー一人ひとりに向けた配信最適化が可能です。また、商品ごとに遷移先を設定できるため、より効率的に再来訪や購入を促進できます。



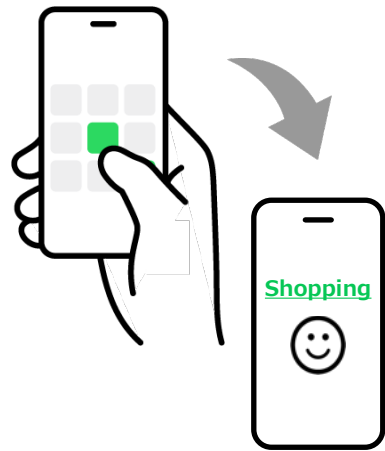
- ※ECの場合でも、「単品通販」「健康食品」「一部金融関連サービス」「サプリメント」は対象外となります
- ※弊社ガイドラインに抵触する場合、いかなる理由でも、ご実施いただくことはできません
- ※商品点数が10点以下の場合、ご実施いただくことができません
- ※配信面により配信されるフォーマットが異なります

- ※キャプチャ画像はイメージです
- ※最大表示数は20件です
- ※詳細はLINE Dynamic Adsの媒体資料をご参照ください

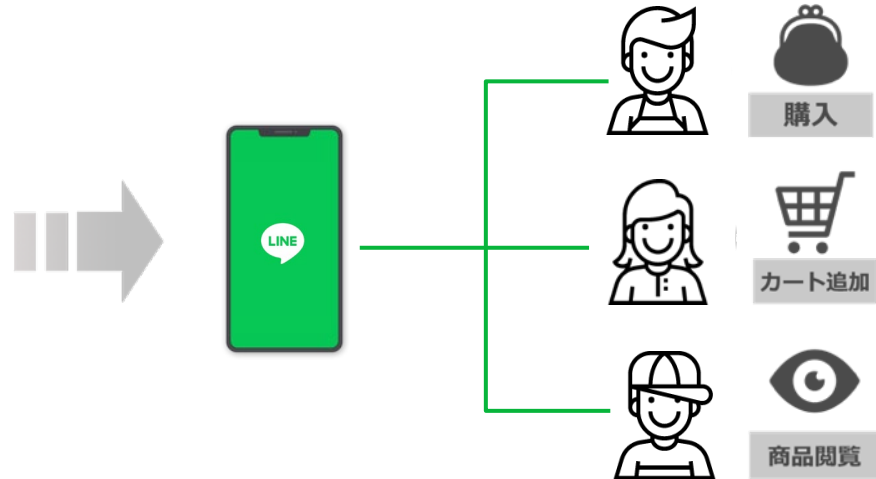
# アプリのエンゲージメント配信

アプリをインストールしている休眠ユーザーを対象に広告を配信して再起動を促進します。ユーザーのアプリ内イベントに応じてターゲティングができるので、より目的につながりやすいユーザーへの広告配信が見込めます。

インストール



起動後、アプリ内でイベント発生後に休眠



任意のユーザーに広告表示



※キャプチャ画像はイメージです ※配信仕様は今後変更する可能性があります

# アプリのエンゲージメント配信 設定できるイベント一覧

イベントごとに、以下のパラメータを指定可能です。

● : 必須項目 ○ : 任意項目

イベント (管理画面表記)	パラメータ							
	カテゴリID	アイテム			キーワード	レベルID	データ	名称
		ID	価格	量				
オープン	-	-	-	-	-	-	-	-
インストール	-	-	-	-	-	-	-	-
ホーム閲覧	-	-	-	-	-	-	-	-
カテゴリ閲覧	○	-	-	-	-	-	-	-
商品閲覧	○	●	○	○	-	-	-	-
検索	-	-	-	-	●	-	-	-
カート追加	○	●	○	○	-	-	-	-
購入	○	●	○	○	-	-	-	-
レベル達成	-	-	-	-	-	●	-	-
チュートリアル完了	-	-	-	-	-	○	-	-
カスタム	-	-	-	-	-	-	○	●



# アプリのエンゲージメント配信 指定できるパラメータ条件一覧

各パラメータごとに、以下の条件指定が可能です。



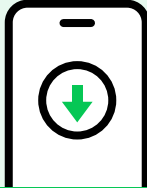




パラメータ条件一覧 ● : 必須項目 ○ : 任意項目

パラメータ	完全一致	部分一致	前方一致	後方一致	不一致	部分不一致	より大きい	より小さい	以上	以下
カテゴリID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
商品ID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
価格 ※	○	-	-	-	○	-	○	○	○	○
個数 ※	○	-	-	-	○	-	○	○	○	○
検索キーワード	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
レベルID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
カスタムデータ	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
カスタムネーム	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-

※数字のみ入力できます ※複数入力はできません

# 自動最適化配信

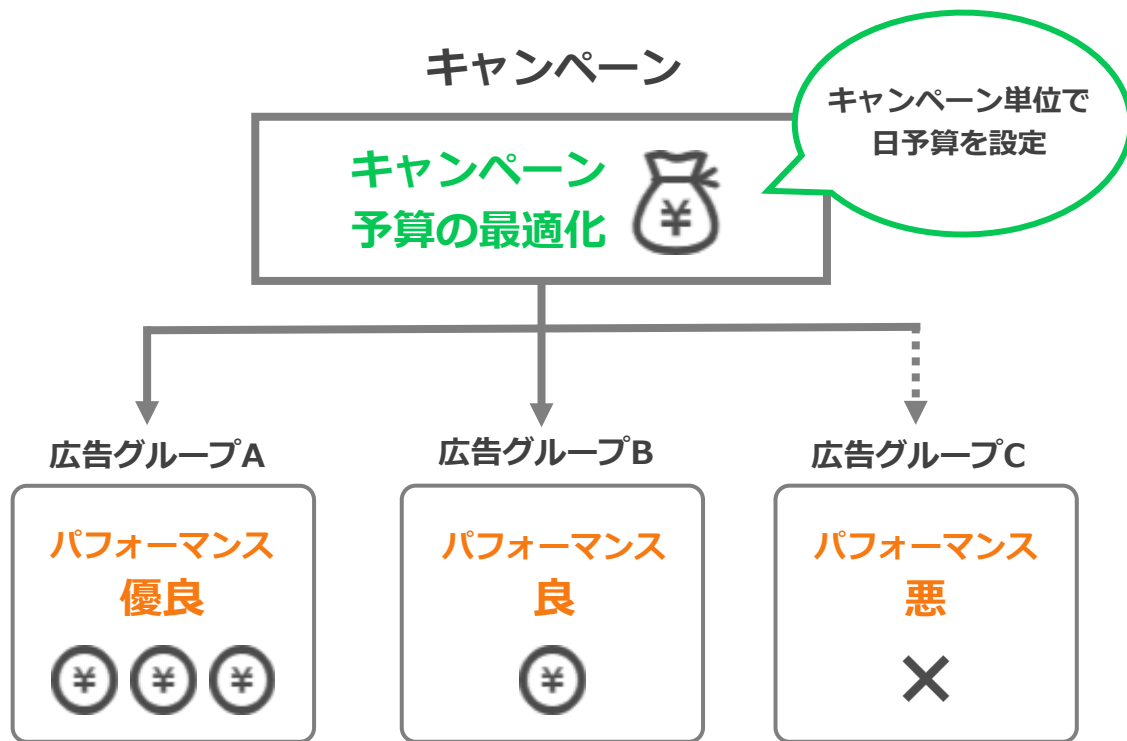
自動最適化は、機械学習を使用して個々のオークションの入札の最適化を行います。配信結果に基づいて、目標に近づけるよう自動で入札調整をしながら配信を行うので、効率改善や運用工数の削減が期待できます。LINE広告では自動最適化を推奨しています。自動最適化が可能なイベントは以下の通りです。

<p>ウェブサイトへのクリック</p>  <p>クリック数の最大化</p>	<p>コンバージョン</p>  <p>コンバージョン数の最大化</p>	<p>アプリのインストール</p>  <p>インストール数の最大化 SKAdNetworkイベント数の最大化</p>	<p>アプリのエンゲージメント</p>  <p>オープンイベントの最大化 購入イベント数の最大化</p>
<p>友だち追加</p>  <p>友だち追加の最大化</p>	<p>動画の再生</p>  <p>動画3秒再生・再生完了の最大化</p>	<p>リーチ</p>  <p>リーチ数の最大化</p>	

※詳細のご説明はLINE広告マニュアル「[入札方法と入札価格について](#)」もご参照ください

# 日予算最適化

日予算最適化とは、キャンペーン単位で設定した日予算がパフォーマンスにあわせて配下の広告グループで最適化される機能です。手動で広告グループごとの予算設定および変更の必要がなくなり、最適な予算配分で運用が可能となります。



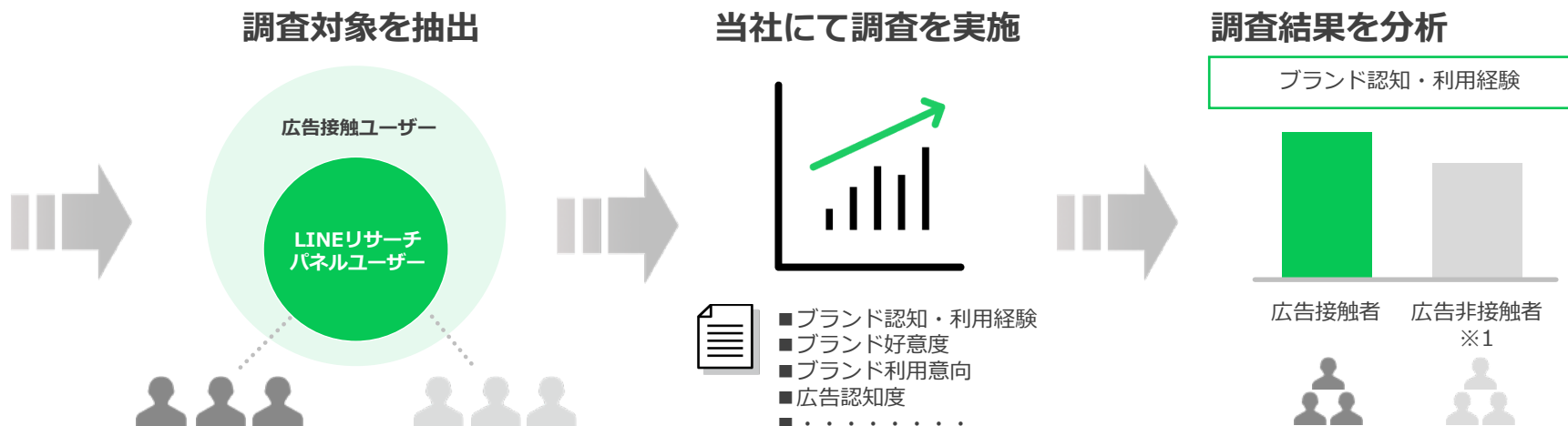
広告グループ毎に手動で予算設定をする必要がなく、パフォーマンスに応じて自動で予算の最適化をすることができます

※Talk Head Viewおよびリーチ&フリークエンシー以外のキャンペーンでご利用可能です  
※全ての広告グループにおいて予算の消化率が考慮された上で、各入札戦略ごとで期待する入札単価への効果が実現されているかが予算配分の基準となります  
※アクティブな広告があるキャンペーンで本機能をONにした場合、2時間はOFFにできません。  
※最適化される広告グループの1キャンペーン内の上限数は削除されていない広告グループを基準に100個までです  
※広告グループ毎に異なる入札戦略が設定されている場合、本機能をオンにする際にキャンペーン単位でひとつの入札戦略のみを選択する必要があります  
キャンペーンの入札戦略が「単価の上限なしで1日の予算消化を最大化」の場合のみ、「入札単価の設定方法」(例：コンバージョン数の最大化を目的に自動で設定)と「最適化の対象」(例：コンバージョン・カスタムコンバージョン)の内容が各広告グループで一致している必要があります。  
※手動入札の広告グループがある場合、手動入札の広告グループは配信が停止されます。  
※SKAを利用している広告グループが含まれる場合、SKA経由で発生した実績は学習に加味されません

# ブランドリフトサーベイ

ブランドリフトサーベイとは、広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を実施できます。該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し調査することで、正確に広告効果を把握し、その後のマーケティング活動に活かすことができます。

## 例) 30代・40代女性に広告配信



## 配信詳細 ※2

詳細	ブランドリフトサーベイ スタンダードプラン
商品説明	該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、調査を実施
配信仕様	広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を行い、広告効果を測定
メリット	ユーザーの反応を知ることによって、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことが可能

※1 調査対象の広告に接触していないユーザー ※2 詳細は別途資料をご確認ください ※オフラインアカウントのみの提供になります

# ブランドリフトサーベイ 調査レポートサンプル

調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果および、各調査設問における性年代別のリフト効果などをお渡しします。

### サマリー 「LINE moist」 ブランドリフト効果

広告接触かつ認知者で、特徴認知/好意度/購入意向でリフト効果がみられた。なかでも購入意向の相対リフト値が1.26倍と高い。

項目	広告接触かつ認知 (%)				
	動感認知	名称認知	特徴認知	好意度	購入意向
①広告接触	76.9	87.8	61.2	37.7	46.3
②広告接触かつ認知	84.4	92.5	74.7	45.8	57.9
相対リフト (②÷①)	1.1倍	1.06倍	1.23倍	1.22倍	1.26倍
絶対リフト (②-①)	7.6pt	4.8pt	13.5pt	8.1pt	11.6pt
ベンチマークスコア比較	-	*	*	**	***

広告接触かつ認知者のブランドリフト 相対値上位

- 動感認知: 女性50代(1.37倍)、女性40代(1.25倍)
- 名称認知: 女性50代(1.18倍)、女性40代(1.15倍)
- 特徴認知: 女性15-19歳(1.6倍)、女性20代(1.57倍)
- 好意度: 女性15-19歳(2.54倍)、女性20代(2.05倍)
- 購入意向: 女性20代(2.08倍)、女性30代(1.34倍)

© LINE

## ブランドリフト効果 サマリー

### 広告認知状況

- 広告接触者の51.9%が広告をタイムラインで「見た(確かに+見たような)」と回答。
- 女性のほうが認知率が高く、53.4%が認知。年代別では女性50代(65.2%)、男性40代(59.4%)の認知率が高い。

性別	年代	見た(確かに+見たような)	見た(わからない)	見ていない	認知率
全体	(n=900)	32.4%	32.7%	34.9%	51.9%
男性	(n=450)	31.4%	30.2%	37.4%	49.5%
女性	(n=450)	33.4%	34.1%	31.0%	53.4%
男性15-19歳	(n=90)	31.1%	23.3%	45.6%	36.3%
男性20代	(n=90)	31.7%	24.7%	43.6%	35.1%
男性30代	(n=90)	32.2%	34.4%	33.4%	42.0%
男性40代	(n=90)	31.0%	33.3%	35.7%	59.4%
男性50代	(n=90)	34.4%	35.6%	29.9%	49.3%
女性15-19歳	(n=90)	33.3%	18.9%	47.8%	46.4%
女性20代	(n=90)	30.9%	32.2%	37.0%	43.5%
女性30代	(n=90)	30.5%	37.8%	31.7%	53.3%
女性40代	(n=90)	33.6%	36.7%	29.7%	55.1%
女性50代	(n=90)	32.2%	44.4%	23.4%	65.2%

© LINE

## 広告認知状況

### 「LINE moist」 ブランドリフト効果

広告接触かつ認知者では、特徴認知/好意度/購入意向でリフト効果がみられた。なかでも好意度の相対リフト値が1.52倍と高い。

項目	相対リフト値				
	動感認知	名称認知	特徴認知	好意度	購入意向
①広告接触	76.9	87.8	61.2	37.7	46.3
②広告接触かつ認知	84.4	92.5	74.7	45.8	57.9
相対リフト (②÷①)	1.09倍	1.06倍	1.23倍	1.52倍	1.35倍
絶対リフト (②-①)	7.6pt	4.8pt	13.5pt	18.4pt	11.6pt

© LINE

## ブランドリフト効果 詳細

### 「LINE moist」 好意度

広告認知者では、女性15-19歳と女性20代のリフト効果が大きい。相対リフト値は女性15-19歳が2.65倍、女性20代が2.29倍。

性別	年代	相対リフト値				
		動感認知	名称認知	特徴認知	好意度	購入意向
男性	15-19歳	1.02	1.01	1.05	1.08	1.06
男性	20代	1.03	1.02	1.06	1.09	1.07
男性	30代	1.04	1.03	1.07	1.10	1.08
男性	40代	1.05	1.04	1.08	1.11	1.09
男性	50代	1.06	1.05	1.09	1.12	1.10
女性	15-19歳	2.65	2.65	2.65	2.65	2.65
女性	20代	2.29	2.29	2.29	2.29	2.29
女性	30代	1.07	1.06	1.10	1.13	1.11
女性	40代	1.08	1.07	1.11	1.14	1.12
女性	50代	1.09	1.08	1.12	1.15	1.13

© LINE

## ブランドリフト効果 各項目

※ オフラインアカウントのみの提供になります  
 ※ レポートはスタンダードプランのサンプルとなり数値は仮となります。クイックプラン (β) はクロス集計表・ブランドリフト値一覧 (エクセル) のご納品となります  
 詳細は別途資料をご確認ください

# LINE Tag計測

リターゲティング、コンバージョンの計測にはLINE Tagをご利用いただきます。LINE Tagには4種類のコードがあり、目的に応じてそれぞれ任意のページに設置すると自由にオーディエンスやコンバージョン地点を作成できます。

## LINE Tagコード内容

LINE Tag

項目	計測	注意点
ベースコード	ユーザーの行動を計測する全ページに設置が必要なAd accountごとに固有のコード	トラッキングを行う全てのページの<head>~</head>内に設置してください
コンバージョンコード	コンバージョンを計測するページに設置が必要なAd accountごとに固有のコード	ベースコードとセットで設置してください ※ベースコードが必ず先に読まれるよう設置してください
標準イベントコード	ユーザーの行動に合わせて定義されたイベント計測が可能なAd accountごとの固有のコード	ベースコードとセットで設置してください ※ベースコードが必ず先に読まれるよう設置してください
カスタムイベントコード	広告主が自由にユーザーをラベリングする事が可能なAd accountごとに固有のコード	ベースコードとセットで設置してください ※ベースコードが必ず先に読まれるよう設置してください

## LINE Tag計測内容

項目	計測
リターゲティング	LINE Tag : ベースコード (必須)、コンバージョンコード (任意)、標準イベントコード (任意)、カスタムイベントコード (任意)
コンバージョン計測	LINE Tag : ベースコード (必須)、コンバージョンコード (任意)、標準イベントコード (任意)、カスタムイベントコード (任意)
コンバージョン地点の分割	LINE Tagで複数のコンバージョン地点を計測可能 (標準イベント、カスタムコンバージョン)
コンバージョン計測期間	広告タップ後、1~90日で設定可能 (標準イベント、カスタムコンバージョン)

※ベースコードとコンバージョンコード (もしくはカスタムイベントコード) の間に他の記述が入っていても問題はないですが、必ずベースコードが先に読み込まれるよう設置してください。

※LINE Tag/コンバージョンコードの計測期間は30日固定です (計測期間を1~90日で設定できるのはカスタムコンバージョンです)

※LINE Dynamic Adsは設置タグに追記が必要になりますので、詳細は営業担当までお問い合わせください

※コンバージョンによる自動最適化を行う場合は、コンバージョンコードの設置が必須になります。

※クロスドメインの計測をする場合はベースコードへ追加記述が必要です。詳細はこちらをご覧ください。

[タグを設置する \(ベースコード\)](#)

# 標準イベント計測

標準イベントとは、ユーザーの各種行動に合わせて定義されたイベントのことです。LINE Tagを利用して計測することができ、コンバージョンの計測・レポートへの反映・オーディエンスへの利用が可能です。

## ▼標準イベントコード

イベントコード	イベント名	想定されるユーザーの行動
ViewItemDetail	商品詳細	商品の詳細を確認する、商品の詳細ページに遷移
AddToCart	カートに追加する	商品をカートに追加する、「カートに追加」ボタンをクリック
InitiateCheckOut	購入手続きを開始する	「会計する」ボタンをクリック、またはフォーム入力ページに遷移
Purchase	購入	購入を完了し、Thank youページに遷移
GenerateLead	リード獲得	資料請求などのためのフォーム入力を完了しThank youページに遷移
CompleteReservation	予約完了	予約を完了しThank youページに遷移
CompleteRegistration	会員登録完了	会員登録の完了

## ▼オプションパラメーター（「Purchase(購入)」のみ対応）

オプションパラメータ	パラメータ名	説明
currency	通貨	購入時の通貨情報を入れてください。 例：「JPY」「USD」「EUR」
value	ユーザーの行動価値	「Purchase」イベントを送信するときには、対象ユーザーの行動価値として、購入時の商品合計金額を送信してください。※タグマネージャー等で動的に値を取得するパラメーター設定等必要に応じてご設定ください。

※ベースコードは必ずカスタムイベントコードより先に読み込まれるように設置してください

※間違った改行や空白があると正常に動作しない可能性がありますのでコピーの際にはご注意ください

※tagIDの設定間違いや各種パラメータを間違えると標準イベントとして計測できませんのでご注意ください

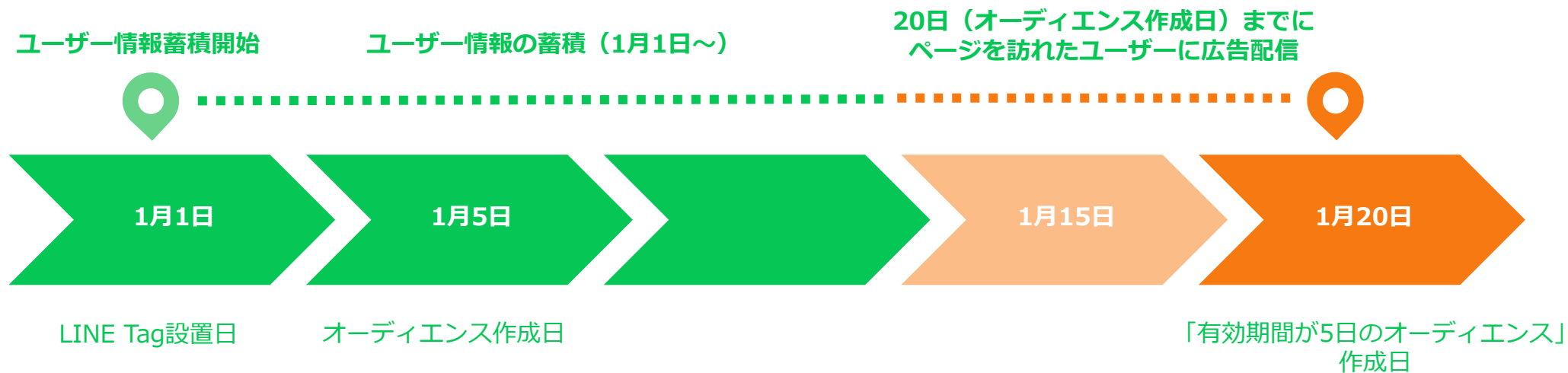
※標準イベントで提供されるイベントと同じイベント名ですすでにカスタムコンバージョンを設定している場合、既存の「カスタムコンバージョン」カラムと新たに「標準イベント」で提供されるカラムが同一名になりますのでご注意ください。

# オーディエンス配信のタグ仕様

ページにLINE Tagを設置したタイミングからオーディエンス情報が蓄積されます。

例

1月1日にLINE Tagを設定し、1月5日にオーディエンスを作成した場合でも1月1日時点からユーザー情報は蓄積されます。  
1月20日時点で「有効期間が5日のオーディエンス」を作成した広告グループは、1月15日から1月20日（現在）までにLINE Tagを設定したページを訪れたユーザーに広告配信ができます。



※過去180日間分のユーザー情報をオーディエンスデータとして利用できますが、データ収集に少々時間がかかる場合があります



# アプリコンバージョン計測

第三者SDKを利用したアプリコンバージョン計測は、「Ads Measurement Partner」以下3社のSDKが使用できます。  
計測用URLやSDKの設定は各社異なりますので確認の上ご利用ください。

## LINE広告

Ads Measurement

**Adjust**

adjust株式会社

**AppsFlyer**

AppsFlyer, Inc.

**kochava**

Kochava, Inc.

## 各社SDKに登録するID一覧

管理画面表記	Adjust	AppsFlyer	Kochava
広告アカウントID	AdvertiserID	LINE_Ad_account_id	ADVERTISER ID
アプリID※	Mobile AppID	LINE_Ad_app_ID	MOBILE APP ID

※アプリIDは、メディアにてアプリを登録後付与されるIDです/アプリ一覧画面の「アプリIDまたはパッケージ名」ではありません。

※SDK管理画面の設定に関するご質問はSDK側へお問い合わせください。

※Singular社のSDKも一部イベント連携が可能です。

# SKAdNetwork計測（アプリコンバージョン計測）

Apple社が提供する、SKAdNetworkを利用したアプリコンバージョン計測に対応しています。また、SKAdNetworkを利用して計測されたイベントの第三者SDKへのポストバック連携が可能です。

## SKAdNetwork利用上の制限

SKAdNetwork利用時は  
利用できる広告グループの件数が制限されます。

項目	制限
広告アカウント	制限なし
広告グループ	1アプリあたり25件まで
広告	制限なし

## ポストバック連携

SKAdNetworkを利用して計測されたイベントは  
以下SDK各社へポストバック連携が可能です。

**Adjust**  
adjust株式会社

**AppsFlyer**  
Appsflyer,Inc.

※アプリストアURLの末尾に記載されているIDFAが同一であれば1アプリとみなされ、広告アカウントをまたいで広告グループ数の制限が適応されます。

※SDK管理画面の設定に関するご質問はSDK側へお問い合わせください。

※SKAdNetwork利用におけるSDK各社側での設定方法については、SDK各社にご確認ください。

# パフォーマンスレポート項目一覧

パフォーマンスレポートは、下記項目のデータを閲覧・ダウンロードすることができます。

項目名	内容	項目名	内容	項目名	内容
Ad account name	広告アカウント名	CV API	CV API経由で流入した合計数	Video (viewed for at least three seconds)	3秒動画視聴
Ad account ID	広告アカウントID	CV (LINE tag + CV API)	CV API+LINE Tagの流入合計数	Cost per 3-second playback	3秒動画視聴単価
Impressions	広告の表示回数	CVR (LINE tag + CV API)	CV API+LINE Tagの流入合計数のコンバージョン率	3-second video views	3秒再生
CPM (cost per thousand impressions)	広告の表示回数1,000回あたりのコスト	CPA (LINE tag + CV API)	CV API+LINE Tagの流入合計数の1コンバージョン当たりのコスト	Video (25% watched)	25%再生
Clicks	クリック数	Reach (estimated)	リーチ (推定)	Video (50% watched)	50%再生
CTR (click-through rate)	クリック率	Frequency	フリークエンシー	Video (75% watched)	75%再生
CPC (cost per click)	1クリック当たりのコスト	Reach start date	リーチ開始日時	Video (95% watched)	95%再生
CV (conversions)	コンバージョン	Reach end date	リーチ終了日時	Video (100% watched)	動画再生完了
CVR (conversion rate)	コンバージョン率	Video starts	動画再生開始	Cost per complete video view	動画視聴完了単価
CPA (cost per action)	1コンバージョン当たりのコスト				
Cost	広告費用				
Currency	選択した通貨 (日本円、海外)				

- ※ 「興味・関心」単位でレポートを生成した場合、重複ユーザーも表示されるため、impressionやclicks等が管理画面上の数値と異なる場合があります
- ※ 「地域別」単位でレポートを生成した場合、日本以外の地名が表示される可能性があります (地域情報に関しては、LINE内での蓄積データを元に地域を判別しております) 配信先を「日本」に設定しているユーザーが、日本から海外へ移動した場合、日々データを更新をしても現地でカウントされてしまう場合がございます その場合は、移動先の海外国名が表示されます。
- ※ 「集計単位」を選択した場合のレポートデータの更新は1日1回になります/前日分のデータを確認したい場合は、当朝8時以降にご確認ください

# パフォーマンスレポート項目一覧（標準イベント関連）

パフォーマンスレポートは、下記項目のデータを閲覧・ダウンロードすることができます。

項目名	内容
CV (product details viewed)	商品詳細閲覧
CVR (product details viewed)	商品詳細閲覧のコンバージョン率
CPA (product details viewed)	商品詳細閲覧のコンバージョン単価
CV (item added to cart)	カート追加
CVR (item added to cart)	カート追加のコンバージョン率
CPA (item added to cart)	カート追加のコンバージョン単価
CV (checkout started)	チェックアウト開始
CVR (checkout started)	チェックアウト開始のコンバージョン率
CPA (checkout started)	チェックアウト開始のコンバージョン単価
CV (purchased)	購入

項目名	内容
CVR (purchased)	購入のコンバージョン率
CPA (purchased)	購入のコンバージョン単価
CV (lead generated)	リード
CVR (lead generated)	リードのコンバージョン率
CPA (lead generated)	リードのコンバージョン単価
CV (reservation completed)	予約完了
CVR (reservation completed)	予約完了のコンバージョン率
CPA (reservation completed)	予約完了のコンバージョン単価
CV (signup completed)	会員登録完了
CVR (signup completed)	会員登録完了のコンバージョン率
CPA (signup completed)	会員登録完了のコンバージョン単価

- ※「興味・関心」単位でレポートを生成した場合、重複ユーザーも表示されるため、impressionやclicks等が管理画面上の数値と異なる場合があります
- ※「地域別」単位でレポートを生成した場合、日本以外の地名が表示される可能性がございます（地域情報に関しては、LINE内での蓄積データを元に地域を判別しております）  
配信先を「日本」に設定しているユーザーが、日本から海外へ移動した場合、日々データを更新をしても現地でカウントされてしまう場合がございます  
その場合は、移動先の海外国名が表示されます。
- ※「集計単位」を選択した場合のレポートデータの更新は1日1回になります/前日分のデータを確認したい場合は、当朝8時以降にご確認ください

# パフォーマンスレポート項目一覧（アプリイベント関連）

パフォーマンスレポートは、下記項目のデータを閲覧・ダウンロードすることができます。

項目名	内容	項目名	内容	項目名	内容
Installs (clicks)	インストール（クリック）	Cost per open	アプリ起動の コンバージョン単価	Add-to-cart	カート追加
Install rate (clicks)	インストール（クリック）の コンバージョン率	View home screen	ホーム閲覧	Add-to-cart rate	カート追加の コンバージョン率
Cost per install (clicks)	インストール（クリック）の コンバージョン単価	Home screen view rate	ホーム閲覧の コンバージョン率	Cost per add-to-cart	カート追加の コンバージョン単価
Installs (views)	インストール（ビュー）	Cost per view (home)	ホーム閲覧の コンバージョン単価	Purchase	購入
Installs (clicks and views)	インストール（クリック+ビュー）	Category view	カテゴリ閲覧	Purchase rate	購入のコンバージョン率
Cost per install (clicks and views)	インストール（クリック+ビュー）の コンバージョン単価	Category view rate	カテゴリ閲覧の コンバージョン率	Cost per purchase	購入のコンバージョン単価
Installs (SKAN clicks)	インストール（SKANクリック）	Cost per view (category)	カテゴリ閲覧の コンバージョン単価	Level achieved	レベル達成
Install rate (SKAN clicks)	インストール（SKANクリック）の コンバージョン率	View product	商品閲覧	Level achieved rate	レベル達成のコンバージョン率
Cost per install (SKAN clicks)	インストール（SKANクリック）の コンバージョン単価	Product view rate	商品閲覧の コンバージョン率	Cost per level achieved	レベル達成の コンバージョン単価
Installs (SKAN views)	インストール（SKANビュー）	Cost per view (product)	商品閲覧の コンバージョン単価	Tutorial complete	チュートリアル完了
Installs (SKAN)	インストール（SKAN）	Search	検索	Tutorial percent complete	チュートリアル完了の コンバージョン率
Cost per install (SKAN)	インストール（SKAN）の コンバージョン単価	Search rate	検索のコンバージョン率	Cost per tutorial completion	チュートリアル完了の コンバージョン単価
Open	アプリ起動	Cost per search	検索のコンバージョン単価		
Open rate	アプリ起動のコンバージョン率				

- ※「興味・関心」単位でレポートを生成した場合、重複ユーザーも表示されるため、impressionやclicks等が管理画面上の数値と異なる場合があります
- ※「地域別」単位でレポートを生成した場合、日本以外の地名が表示される可能性があります（地域情報に関しては、LINE内での蓄積データを元に地域を判別しております）  
配信先を「日本」に設定しているユーザーが、日本から海外へ移動した場合、日々データを更新をしても現地でカウントされてしまう場合がございます  
その場合は、移動先の海外国名が表示されます。
- ※「集計単位」を選択した場合のレポートデータの更新は1日1回になります/前日分のデータを確認したい場合は、当朝8時以降にご確認ください

# 広告入稿内容（ウェブ・アプリ）

広告	入稿素材	入稿規定
ウェブ	画像/動画/カルーセル/画像（小）/画像（アニメーション）※1	「メディア」より入稿したものを選択
	タイトル※2	20文字以内（半角全角問わず）
	ディスクリプション	75文字以内（半角全角問わず）
	アクションボタン	管理画面内の選択肢より選択
	ラベル（任意）	最大3つ設定可能・1ラベルあたり15文字・ラベル合計で最大17文字
	ランディングページ	LPのURLを記入
	リンク先URL（任意）※3	計測ツールを使用する場合などに発行されるパラメータ付のURL
	インプレッショントラッキングURL	サードパーティー計測サービスから提供されたURL
アプリ	画像/動画/カルーセル/画像（小）/画像（アニメーション）※1	「メディア」より入稿したものを選択
	タイトル※2	20文字以内（半角全角問わず）
	ディスクリプション	75文字以内（半角全角問わず）
	アクションボタン	管理画面内の選択肢より選択
	アプリ	「メディア」より登録したものを選択 ※4
	遷移先※3	リンク先URL/ディープリンク/アプリストア/ランディングページ/インプレッションURL
	インプレッショントラッキングURL	サードパーティー計測サービスから提供されたURL

※1 広告グループで「課金：CPC」を選択した場合は「画像」しか表示されません。またカルーセルに関しては詳細仕様が画像/動画と異なるため次のページを参照ください。

※2 「画像（小）」または「画像（アニメーション）」を選択した場合はタイトルに加え、「長いタイトル（1行目）（2行目）」を入力する必要があります。「長いタイトル」はそれぞれ17文字以内で入力し、タイトルが切れないよう上下に分けて表示の調整を可能にします。「画像（小）」「画像（アニメーション）」の場合は広告が表示される場所に応じて、「タイトル」または「長いタイトル（1行目）（2行目）」のどちらかが表示されます。

※3 計測ツールなどのURLはリンク先URLに設定してください

※4 広告アカウントにはOSごとに1つのアプリのみ登録可能です

# 広告入稿内容（カルーセル・LINE Dynamic Ads）

広告	入稿素材	入稿規定
カルーセル	画像（1080×1080サイズのみ）	「メディア」より入稿したものを選択
	タイトル	20文字以内（半角全角問わず）
	ディスクリプション	40文字以内（半角全角問わず）
	アクションボタン	管理画面内の選択肢より選択
	ランディングページ	LPのURLを記入
	リンク先URL（任意）	計測ツールを使用する場合などに発行されるパラメータ付のURL ※1
LINE Dynamic Ads	データフィード	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ファイル形式：CSV、TSV、JSON</li> <li>■イメージ               <ul style="list-style-type: none"> <li>- サイズ：100×100pixel／600×600pixel（推奨）／1200×628pixel（推奨）</li> <li>- 形式：jpg/png</li> <li>- 容量：10MB以内</li> </ul> </li> <li>■文字コード：UTF-8</li> <li>■ファイルサイズ               <ul style="list-style-type: none"> <li>最小：10行（10商品～）</li> <li>※CSV/TSV：最大1ファイル（8GB以内、または計300万行以内）</li> <li>※JSON：最大24GB以内（1ファイル最大8GB以内、または 全てのファイル1,000万行以内）</li> </ul> </li> </ul>

※1 計測ツールなどのURLはリンク先URLに設定してください

# メディア入稿内容（画像）

広告	入稿素材	入稿規定
画像	静止画	<ul style="list-style-type: none"><li>■ サイズ : 1200×628pixel / 1080×1080pixel / 600×400pixel</li><li>■ 形式 : jpg/png</li><li>■ ファイルサイズ : 10MB以内</li></ul>
画像 (アニメーション)	静止画	<ul style="list-style-type: none"><li>■ サイズ : 600×400 pixel</li><li>■ 形式 : jpg/png</li><li>■ フォーマット : APNG</li><li>■ 拡張子 : png</li><li>■ 最短/最長秒数 : 1秒 / 4秒</li><li>■ 最小/最多フレーム数 : 5 frame / 20 frame</li><li>■ 最少/ 最多ループ数 : 1 loop / 4 loop</li><li>■ ファイルサイズ : 300KB以内</li></ul>



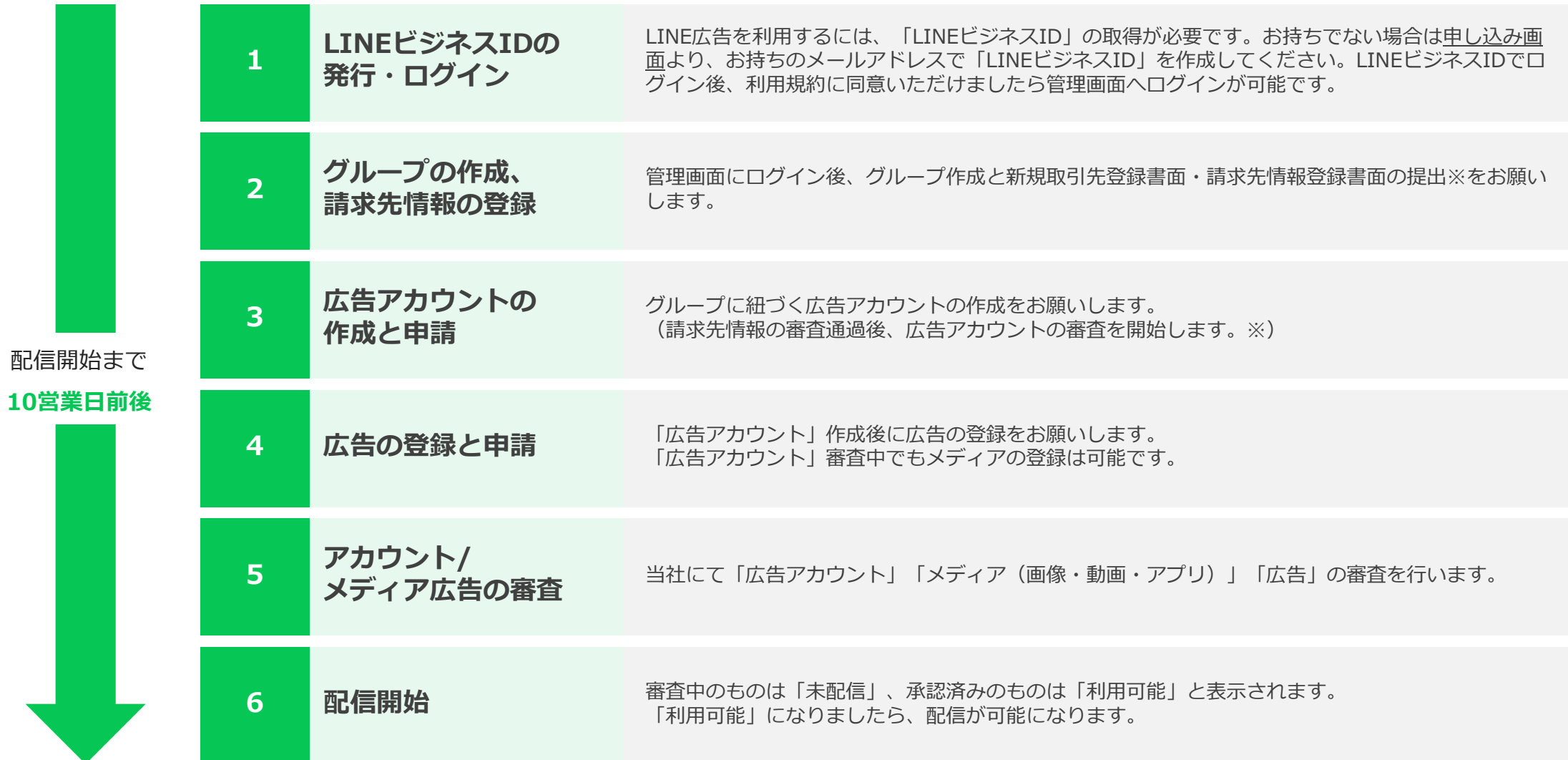
# メディア入稿内容（動画）

広告	入稿素材	入稿規定
動画	動画	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 動画 : H.264、メイン/ハイプロファイル推奨、正画面素、固定フレームレート、プログレッシブスキャン</li><li>■ 音声 : AAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ</li><li>■ フレームレート : 最大30fps</li><li>■ フォーマット : mp4/mov</li><li>■ アスペクト比<ul style="list-style-type: none"><li>16 : 9 (width : 240px以上1920px以下 height : 135px以上1080px以下)</li><li>1 : 1 (width : 600px以上1280px以下 height : 600px以上1280px以下)</li><li>9 : 16 (width : 135px以上1080px以下 height : 240px以上1920px以下)</li></ul></li><li>■ 解像度 : 最大1080p（広告配信時は最大720p）</li><li>■ ビットレート : 最大8Mbps</li><li>■ 時間 : 最大600秒（最低5秒以上）</li><li>■ ファイルサイズ : 最大1GB以内</li></ul>

# メディア入稿内容（アプリ）

広告	入稿素材	入稿規定
アプリ	プラットフォーム	iOS/Androidを選択
	アプリ名	アプリの正式名称を入力
	ストアURL	iOSであればApp Store、AndroidであればGoogle PlayのURLを入力

# お申し込みフロー



※オフライン広告主様のみご提出が必要になります。 ※オンライン広告主様においてはクレジットカードのご登録後、広告アカウントの審査を開始します。

# 利用規約・お問合せに関して

## 利用規約について

事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みのほど、宜しくお願ひ申し上げます。

### LINE広告 利用規約

[https://terms2.line.me/lap\\_term\\_of\\_use?lang=ja](https://terms2.line.me/lap_term_of_use?lang=ja)

## お問い合わせについて

各種お問い合わせは弊社営業担当または、LINEヤフー for Businessの「お問い合わせ」ページよりお願いいたします。

<https://www.lycbiz.com/jp/>

## LINE広告マニュアル

LINE広告の詳細の操作方法について、以下のページよりご覧いただけます。

<https://www.lycbiz.com/jp/manual/line-ads/>

## LINE広告FAQ

よくあるご質問について、以下のページよりご覧いただけます。

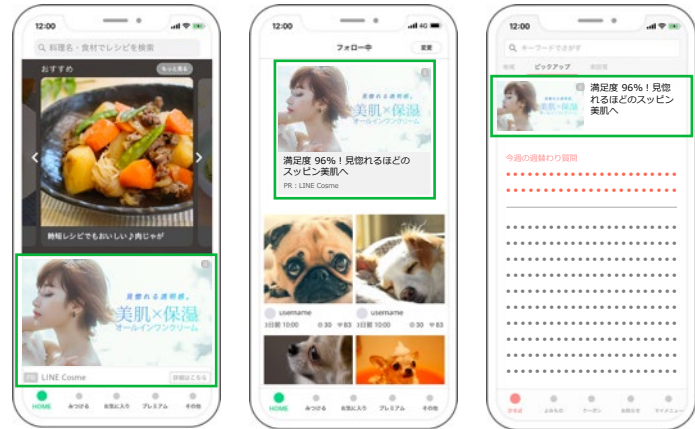
<https://www.lycbiz.com/jp/faq/line-ads/>



# LINE広告ネットワーク

# LINE広告ネットワークとは

LINEの中から外へと、広告主様とユーザーをシームレスに繋ぐアドネットワークです。



掲載面イメージ

LINE関連サービス以外の外部アプリに限定した配信先へ  
配信を広げることで、接触機会の拡大が可能です。

入札の最低単価1円～。広告主様の目標に合わせて  
広告パフォーマンスの向上が期待できます。

LINE広告の配信先の一つとして、  
LINEのユーザーデータや最適化の配信機能を活用できます。

# LINE広告ネットワークの特徴

LINE広告ネットワークとは、11,000を超えるアプリにリーチのできるモバイルアドネットワークです。  
LINE広告を通じて3rd party アプリへの広告配信が可能となります。

## LINE広告ネットワークの概念

LINE広告を通じて3rd party アプリへと広く配信することが可能です。

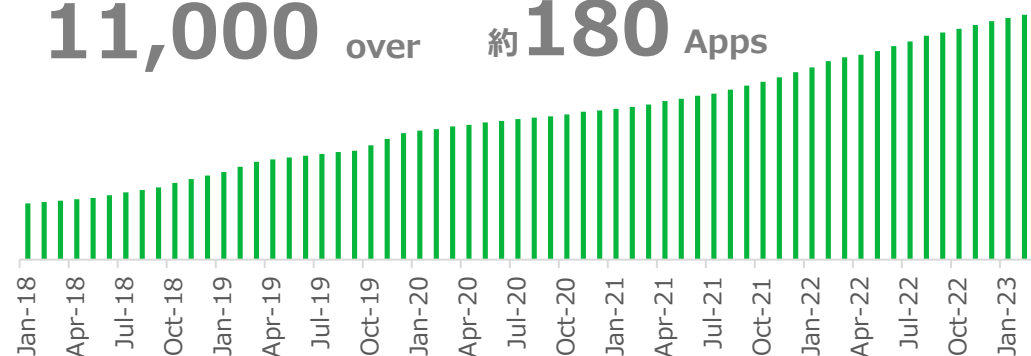


累計メディア数

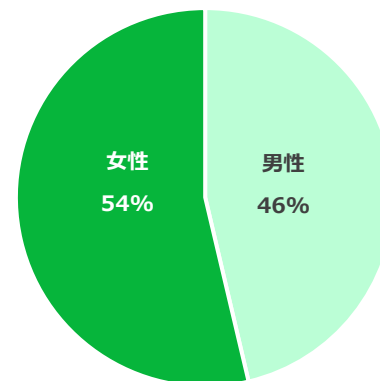
11,000 over

月間増加数

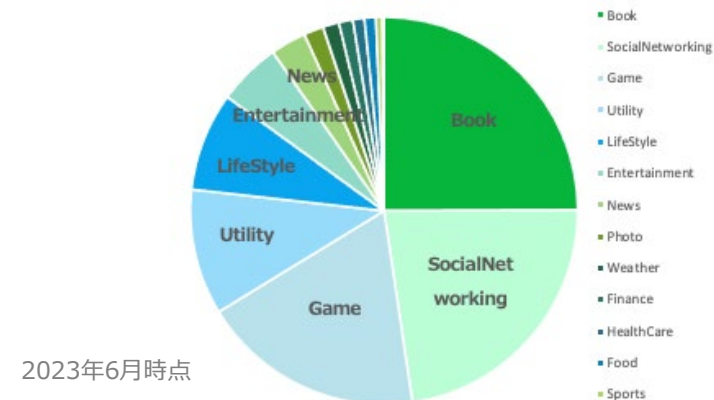
約180 Apps



ユーザーの男女比率



カテゴリ別配信在庫比率



2023年6月時点

広告配信先の配信面や配信枠の属性から性別や年齢を類推したデータをもとに分析（電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まない）したものです。  
なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っていません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施していません。

# LINE広告ネットワークの配信機能

LINE広告のターゲティング機能・配信機能を3rd party アプリへの広告配信に利用することが可能です。



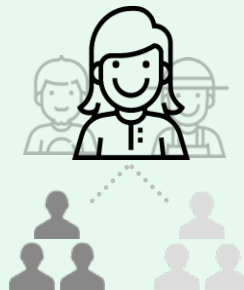
年齢・性別・地域・興味関心などのターゲットを指定して、配信対象と掛け合わせて広告を配信することができます。  
広告の対象となるユーザーの属性や興味を推測し、ターゲティングすることでアクションしやすいユーザーに広告を表示するため、費用対効果の高い配信が見込めます。

## オーディエンスセグメント配信



ユーザーのデータを利用して、対象のユーザーに広告を配信することができます。  
例えば、初回購入したユーザーの端末識別IDなどがあれば、そのデータを使って再び購入を促す広告を配信することができます。  
また、逆にそのデータを使って購入者を広告の配信対象から除外することもできます。

## オーディエンス配信



類似配信機能は、ソースオーディエンス（コンバージョンオーディエンスやアップロードした顧客情報）に類似したユーザーをLINE内で新たに探し、オーディエンスを拡張して配信します。類似オーディエンスのサイズは自動もしくは手動（1～15%）から選択が可能です。

## 類似配信



自動最適化は、機械学習を使用して個々のオークションの入札の最適化を行います。  
配信結果に基づいて、目標に近づけるよう自動で入札調整をしながら配信を行うので効率改善や運用工数の削減が期待できます。

## 自動最適化配信



# 配信先のアプリについて

LINE広告ネットワークは、広告主様のブランドイメージを損ねないように厳格な審査基準に則したアプリにのみ広告を配信いたします。

## 直接審査したアプリのみに配信、 広告掲載面としての品質確認

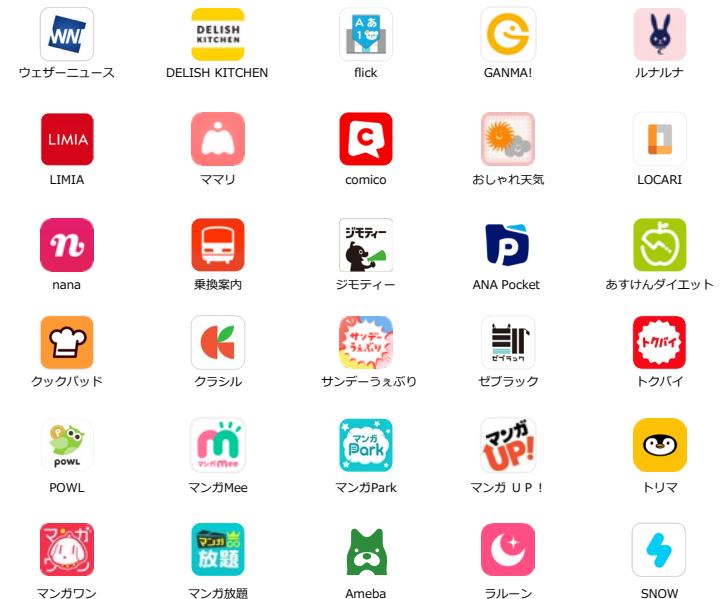
- ✓ インターネット・ホットラインセンターに違法・有害情報として掲載されていない  
<http://www.internethotline.jp/>
- ✓ 一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構に掲載されていない  
<https://coda-cj.jp/>
- ✓ 知的財産権を害していない
- ✓ ヌード、児童ポルノコンテンツ・売春等を助長していない
- ✓ 規制、指定薬物の摂取、売買等を助長していない
- ✓ その他、弊社基準で有害、違法と判断する情報を含まない

パブリッシャー向け利用規約 <https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line-ads-network/>

## 11,000を超えるさまざまな テーマのアプリメディアに配信

※2023年6月時点

- ✓ 豊富な配信先アプリの中から、広告主様の目的に合わせて適切な配信先のユーザーへ広告配信することで、広告効果の最大化が期待できます。



# LINE広告ネットワークの配信設定

管理画面上の「広告の配信」から配信先を「自動配置」または「LINE広告ネットワーク」を選択いただくことで配信を行うことができます。

## ✓ LINE広告ネットワークのみの 最低入札単価は1円～

- ✓ 「広告の配信」から配信先を「LINE広告ネットワーク」のみ選択すると手動入札の単価を1円から設定可能となります。

LINE広告ネットワーク（ディスプレイ広告）の配信には、LINE面とはimpression計測基準が異なる提携ネットワークへの配信も含まれます。

### 自動配置（推奨）を選択

ターゲット設定

国  日本

地域  [編集](#)

性別  すべて  男性  女性

年齢  すべて

OS  すべて  Android  iOS

-

詳細設定

趣味・関心  [編集](#)

オーディエンス  [編集](#) [オーディエンス作成](#)

広告の配信

配信先  自動配置（推奨）  配信先を編集

### 「配置を編集」を選択 任意の配信先を指定できる

ターゲット設定

国  日本

地域  [編集](#)

性別  すべて  男性  女性

年齢  すべて

OS  すべて  Android  iOS

-

詳細設定

趣味・関心  [編集](#)

オーディエンス  [編集](#) [オーディエンス作成](#)

広告の配信

配信先  自動配置（推奨）  配信先を編集

- LINE
- LINE広告ネットワーク

# LINE広告ネットワークのブロックリスト設定

広告マネージャーのブロックリストから任意のアプリをブロックして配信することが可能です。

## ✓ 設定希望のブロックリストは一括設定可能

- ✓ 追加できるURL（ブロック数）の上限は1,000件となります。
- ✓ 初回アップロード後、追加や削除を行いたい場合には、リストをダウンロードいただき、ダウンロードしたものを修正、再アップロードいただくことで更新が可能となります。

配信を行いたくないアプリがある場合には、ブロックリストを設定  
指定のアプリへの配信が行われないように制御

広告マネージャー

- 管理
  - 広告マネージャー
  - 一括アップロード
  - 変更履歴
  - ブロックリスト
- レポートと計測
  - パフォーマンスレポート
  - トラッキング(LINE Tag)
  - カスタムコンバージョン

🔗 キャンペーン、広告グループ、広告の作成、編集、管理ができます。

## ブロックリスト管理

広告を配信しないアプリをブロックリストに追加して、配信先を管理できます。  
ブロックリストは、LINEサービス以外の外部アプリにのみ適用されます。

📎 CSVまたはTXTファイルを選択してください

- ・ファイルにはアプリのURLのみ入力してください。
- ・アプリのURLは1行につき1件のみ入力できます。
- ・カンマなどで区切って複数のURLを入力することはできません。
- ・追加できるURL数の上限は1,000件です。
- ・適用できるファイルサイズの上限は500KBです。
- ・サポートされるファイル形式はCSVとTXTのみです。

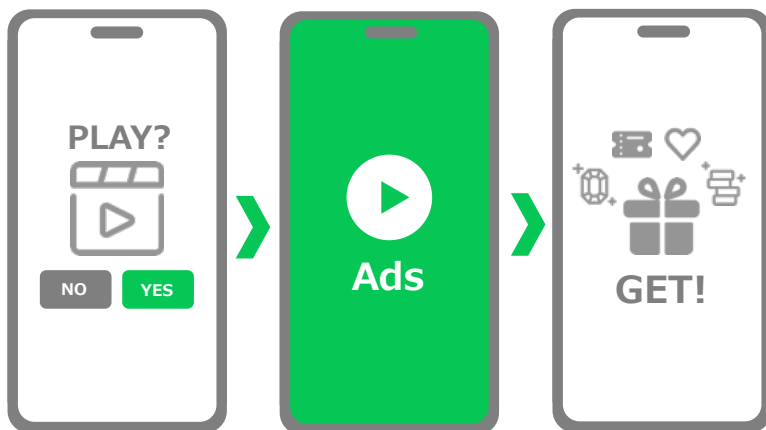
※LINEアプリ、LINEファミリーアプリはブロックすることができません。

# LINE広告ネットワークの「リワード広告」フォーマット

「リワード広告」は動画※を視聴したユーザーが、アプリ内で利用可能なインセンティブを獲得することができるフルスクリーンの広告フォーマットです。

## 「リワード広告」とは

動画※を視聴したユーザーが、アプリ内で利用可能なインセンティブを獲得することができるフルスクリーンの広告フォーマットです。



ユーザーが任意で  
動画視聴を選択

動画再生

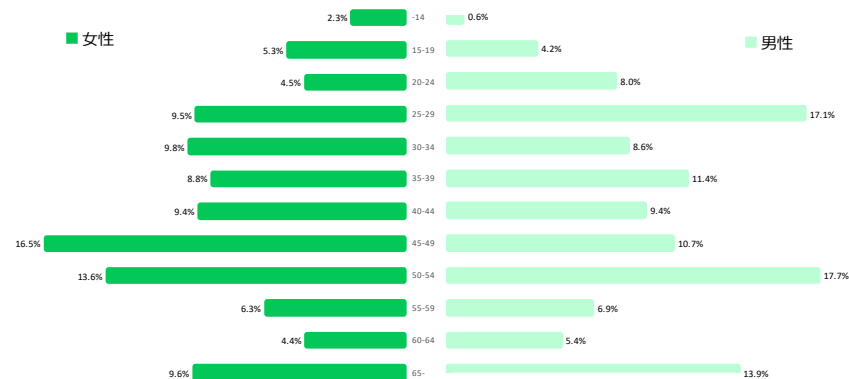
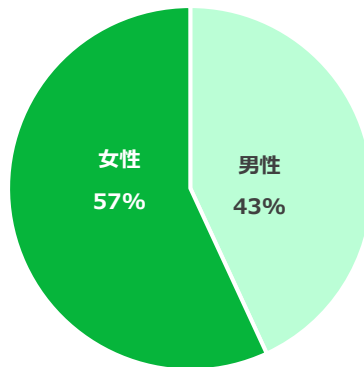
アプリ内インセン  
ティブを獲得

## 「リワード広告」フォーマット3つの特徴

- ✓フルスクリーンで訴求力が高い
- ✓ビューアブル100%担保
- ✓高い視聴完了率

## LINE広告ネットワーク「リワード広告」の特徴

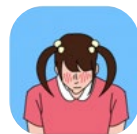
### ユーザーの性別・年齢分布



2023年6月時点

※広告配信先の配信面や配信枠の属性から性別や年齢を類推したデータをもとに分析（電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まない）したものです。  
なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施しておりません。

### リワード広告で配信可能なさまざまなアプリ



And More...

# 「リワード広告」表示項目と配信先

「リワード広告」は3rd party アプリへ配信できるLINE広告ネットワークとLINEファミリーアプリに配信されます。

## 「リワード広告」表示項目（入稿フォーマットが動画の場合）



番号	項目名
1	動画
2	タイトル
3	公式アカウント名
4	アクションボタン
5	公式アカウントアイコン
6	ディスクリプション
7	Xボタン※

※30秒以上の動画の場合30秒地点でXボタンが表示されます。

## 「リワード広告」配信先

「広告の配信」から配信先を「LINE広告ネットワーク」を選択した場合は3rd party アプリのリワード面、「LINE」を選択した場合は「LINEファミリーアプリ」のリワード面に配信されます。



※掲載されるメディアによっては見え方が異なる可能性があります。  
掲載されるメディアでの掲載イメージに関しては保証しておりませんので、ご了承くださいませ。

# 「リワード広告」の配信対応フォーマット

「リワード広告」は動画Card,Square,Verticalおよび静止画Card,Squareに対応しております。  
 入稿フォーマットが静止画の場合は静止画が15秒間表示され、その間カウントダウンが表示されます。

## 「リワード広告」表示項目（入稿フォーマットが静止画の場合）

7秒後

15秒後

広告 開始

広告 再生中

広告 終了

番号	項目名
1	静止画
2	タイトル
3	LINE公式アカウント名
4	アクションボタン
5	LINE公式アカウントアイコン
6	ディスクリプション
7	Xボタン
8	カウントダウン



# Talk Head View

# Talk Head View の特長 LINEの一等地 国内最大規模の1Dayリーチ

LINEの日本国内のMAUは9,600万人※1以上で、日本の人口の8割をカバーしています。

Talk Head Viewは、日本国内においてライブプラットフォームとして定着したLINEのトークリスト最上部に静止画と動画（もしくは静止画のみ）のフォーマットで掲載できます。

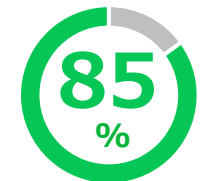
国内最大規模である1日で約6,500万UU以上※2という爆発的なリーチ力があるため、商品認知やブランドリフトに大きく貢献し、普段SNSを使わないユーザーの目にも触れる機会があります。

## Talk Head View



ユーザの  
高いアクティブ率

DAU/MAU比率※4

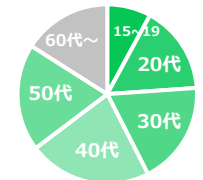


若年層への  
圧倒的なリーチ力

15-29歳の世代にフォーカスすると、  
1日で90%※2にリーチできます。



全年代に  
満遍なくリーチ



※ キャプチャ画像はイメージです

※1 自社調べ LINEアプリ月間アクティブユーザー 2023年9月時点

※2 1Day Allの場合の配信量 2022年4月実績を参考

※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,600万人÷日本の総人口1億2451万1000人（2023年6月1日現在[確定値] 総務省統計局）

※4 MAUにおけるDAU=Daily Active User（1日に1回以上利用したユーザー）の割合 2023年9月末時点



# トークリストの枠としての特長

トークリストは老若男女問わず、多くのユーザーの目に触れる枠となっております。  
表示されているコンテンツは個々人にレコメンドされたものや公共性の高いものが用意されており、コンテンツのほかLINE広告の配信枠としても利用されております。

広告	コンテンツ			
				
Talk Head View	通常広告	天気	占い	ニュース

※ キャプチャ画像はイメージです

# Talk Head View の掲載イメージ

国内最大規模のリーチ数を誇るトークリスト上部の枠に3パターンのフォーマット（※1）で広告が掲載できます。1日で約6,500万UU以上という爆発的なリーチ力があるため、商品認知やブランドリフトに大きく貢献します。

Expand後（Video/再生終了後）Android端末

**Expand video**  
(動画+静止画)  
※LINEバージョン13.13以上



**Static banner**  
(静止画のみ)  
※LINEバージョン13.13以上

※1 Static banner・Expand video・Auto play videoの3フォーマット  
※ キャプチャ画像はイメージです  
※ 動画再生完了後は、最後のフレーム（動画再生完了時のフレーム）で停止となります  
※ ユーザーの利用しているLINEのバージョンにより、広告配信時に表示される要素、サイズが異なる場合がございます  
※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

# Talk Head View Auto play videoの掲載イメージ

自動再生後、動画のタップ有無で遷移の流れが2パターンに分岐いたします。



- ※ユーザーがExpandするまでの間は、入稿頂いた静止画を動画の背景にBlur+dim処理して表示いたします
- ※動画再生完了後は、最後のフレーム（動画再生完了時のフレーム）で停止となります
- ※ユーザーの利用しているLINEのバージョンにより、広告配信時に表示される要素、サイズが異なる場合がございます
- ※自動再生OFFのユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画<Imageファイル>+動画のフォーマット）を表示します
- ※キャプチャ画像はイメージです

# 商品概要



## Talk Head View (期間保証)

1日で国内最大級 **6,500万UU以上**※1の爆発的なリーチが可能

### Menu Type

ご予算に応じて  
All、Half、Lite  
性別ターゲティングの  
4つのメニューから選べる

### Reach

国内最大級  
1日で爆発的なリーチが可能

### Premium

トークリスト面に配信  
リッチなアドフォーマット  
(静止画/動画)

## Talk Head View Custom (運用型)

Talk Head Viewと比較するとより**柔軟な配信設計**が可能

### Flexible

最低出稿金額は50万円～  
低価格から配信が可能

### Programmatic

ターゲティングや配信期間  
フリークエンシー上限の指定が可能

### Premium

トークリスト面に配信  
リッチなアドフォーマット  
(静止画/動画)

※1 1Day Allの場合の2022年4月実績を参考にした配信量です

# 商品比較表

	Talk Head View	Talk Head View Custom
販売形式	予約型	運用型
最低出稿金額	各メニューの価格～（グロス）	50万円～（ネット）
入札方式	なし（最優先配信）	手動のみ
最低入札価格	なし	CPM800円～
配信面	トークリスト面	
フォーマット	Talk Head Viewフォーマット（Video or Static）	
配信期間	1日	1日～31日 ※1
AD FQ	1回	1～10回（配信期間での回数）
配信の設定	LINEヤフー社	代理店/広告主
Tag計測	計測可	計測可
ブランドリフトサーバイ	基本無償（有償プランあり）	基本有償（800万円以上の配信で無償提供）
OAアカウント	不要	必須
オークション	なし（最優先配信）	セカンドプライスオークション
オークション環境	なし（最優先配信）	LINE広告同一環境下でオークション
配信量	各メニューの配信量に準ずる	任意の配信量で指定可（LINE広告同様）
クロスデータ	可	可（LINE広告同様）
クリエイティブ本数上限	1本	制限なし（LINE広告同様）
ターゲティング	性別のみ可	指定可（LINE広告同様）
レポート	管理画面上から閲覧可	

※1 広告グループの設定が可能な日程は配信開始の31日前からとなります

# 配信目的別 比較表

👍 目的に合わせて商品をお選びいただけます。

Excellent

Good

ニーズ	Talk Head View	Talk Head View Custom
1日で爆発的なリーチをとりたい	1日で最大6,500万UU以上のリーチが可能 ※配信量はメニューによって異なります	入札価格や環境によって変動
配信量は確実に確保したい	最優先で配信され 想定Imp量分は確実に配信できる	保証されているものではない
リーチ単価はできるだけ安く抑えたい	価格と想定Imp量が決まっており おおよそCPM400円～500円程度で配信可能	入札価格がCPM800円～のため、 他LINE商品と比較しても高い（オークション次第で変動）
配信期間を指定したい（1日以上配信したい）	1日配信のみ （11:00～翌10:59まで）	1日～31日までの間で自由に設定可能
特定の属性にだけ配信をしたい	ターゲティングは性別のみ	LINE広告と同じターゲティングが可能
広告接触回数（フリークエンシー）を指定したい	FQ1回 固定	1回～10回で上限設定が可能
複数クリエイティブで配信・検証したい （配信する属性によってクリエイティブを分けたい）	静止画・動画・LP、それぞれ1種類ずつ	制限なく設定することが可能 （LINE広告同様）

※Talk Head Viewの配信量はメニューによって異なります。1Day Allの場合の配信量 2022年4月実績を参考

# 入稿素材

Static bannerの場合はImageファイルと遷移先URLを、Expand video・Auto play videoの場合は全ての素材を入稿ください。  
テスト環境のキャプチャはご用意できませんので、必ず事前に後述のプレビューツールをご確認ください。



Videoで実施    Staticで実施

必須	クリエイティブ素材	①Imageファイル ※1	ファイル形式	サイズ	ファイル容量		
		必須	-	②Videoファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量
必須	-	③アクションパーテキスト	mp4 (H.264を推奨) 1秒あたりのフレーム数は最大30fpsを推奨 音声はAAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ ビットレートは最大8 Mbps	W 1280px × H 720px (アスペクト比 16:9) ※2	5MB以下	1,000MB以下	最低5秒～最大60秒 (推奨は15秒程度)
必須	-	④遷移先URL	7文字以内 (全角,半角,英数字,スペース問わず) 改行不可 ※特殊文字や環境依存文字は使用できません。		外部ブラウザにて展開されます。 ディープリンクについては、動作保証をしておりません。		

※1 Auto play video選択時、Imageファイルは動画の背景にBlur+dim処理されて表示されるため、動画と色調を合わせたものを推奨いたします。

※2 Talk Head View Customの場合には、アスペクト比が16:9かつ幅が240px ~ 1920px の範囲内であれば入稿可能です。

クオリティ観点から幅1280px以上を推奨します。Talk Head Viewの場合には、1280px × 720px のみ入稿可能です。

※自動再生OFFのユーザーには、既存のExpand videoフォーマット (静止画<Imageファイル>+動画) を表示します。

※各楽曲管理団体登録の楽曲や、レコード、CD等をVideo内で使用する場合、権利者に対する利用費等は広告主様負担となります。※Videoファイルは、スペックや回線速度に応じた最適な品質で配信されます。

# Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ①

ユーザーが使用するLINEのバージョンによって、広告表示サイズが異なります。

そのためImage素材を作成する際は、**両サイズで不自然なトリミングにならないよう**ご注意ください。

(不自然なトリミングになる場合、審査の観点で掲載NGとなる可能性もございます。)

## 掲載OK

LINEのバージョン13.12以下・  
13.13以上共に、  
不自然なトリミングなし

### Imageファイル 入稿素材

W1280px × H720px



### LINEのバージョン13.12以下



### LINEのバージョン13.13以上



## 掲載NG

LINEのバージョン13.13以上で  
不自然なトリミングあり  
(テキストの見切れ)

### Imageファイル 入稿素材

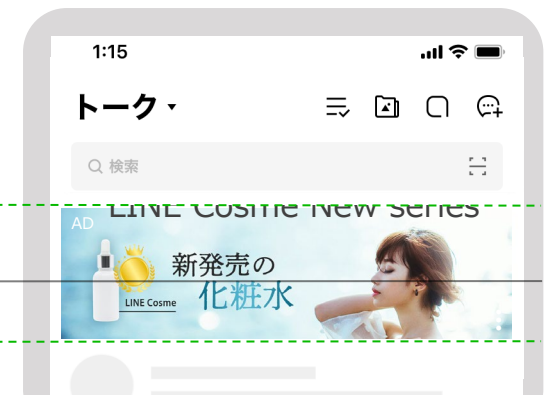
W1280px × H720px



### LINEのバージョン13.12以下



### LINEのバージョン13.13以上



※キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます。

※表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。上記イメージ図は、標準的な端末の表示領域のイメージとなります。

※Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります。※LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます。



# Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ②-1

エキスパンド前のImage素材製作時は、端末によって表示される領域が異なるため以下ご参考に作成してください。

**Image上にロゴ、商品、テキストを記載する際は、見切れを防ぐ為、「表示領域が狭い端末」の表示領域内に収まるよう作成頂くことを強く推奨いたします。**

表示領域が狭い端末、表示領域が広い端末、それぞれで不自然なトリミングにならないようご注意ください。

(不自然なトリミングになる場合、審査の観点で掲載NGとなる可能性もございます。)

## LINEのバージョン13.13以上のイメージ図



- ※ キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます
- ※ 「表示領域が狭い端末」「表示領域が広い端末」は、現在利用されている主要なiOS、Androidの端末でのサンプルです
- ※ 表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。あくまで標準的な端末の表示領域となります
- ※ 正確な表示領域は、Android、iOS共に高さは70dp、幅は端末の両幅からそれぞれ16dpを除いた長さとなります
- ※ Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります
- ※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

# Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ②-2

## LINEのバージョン13.12以下のイメージ図



- ※ キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます
- ※ 「表示領域が狭い端末」「表示領域が広い端末」は、現在利用されている主要なiOS、Androidの端末でのサンプルです
- ※ 表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。あくまで標準的な端末の表示領域となります
- ※ 正確な表示領域は、Android、iOS共に高さは70dp、幅は端末の両幅からそれぞれ16dpを除いた長さとなります
- ※ Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります
- ※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

# 配信面UI

ご利用ユーザーのLINEのバージョンにより、配信時に表示される要素のデザインや位置が異なります。どのバージョンにおいても動画内の字幕やタレントの顔などが表示要素と重ならないよう留意しクリエイティブを作成いただくことを推奨します。

Image領域

Video領域

ユーザーの端末によってUIの仕様が異なるため、以下のような静止画、動画の表現においてUIの位置を想定したような表現は推奨しておりません。



※ 画像はイメージです  
※ 各種pxサイズは機種依存となるため、機種ごとに異なる可能性があります

# Talk Head View プレビューツールについて

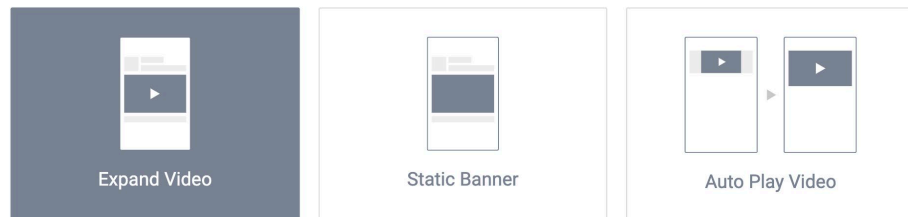
制作したクリエイティブを事前に確認できるプレビューツールをご用意しております。

ご入稿いただく前に、制作したクリエイティブにロゴやテキスト見切れ、要素の被りがないかご確認ください。

URL : <https://admanager.line.biz/pages/brandpreviewtoolm/index.html>

## Preview tool

### Ad format



確認したいアドフォーマットを選択

- Expand Video : Static+Video (既存のフォーマット)
- Static Banner : Staticのみ (既存のフォーマット)
- Auto Play Video : Static+Video (自動配信フォーマット)

※ 入稿前にご確認いただくことを強く推奨いたします。必要に応じてクリエイティブ修正をお願いします

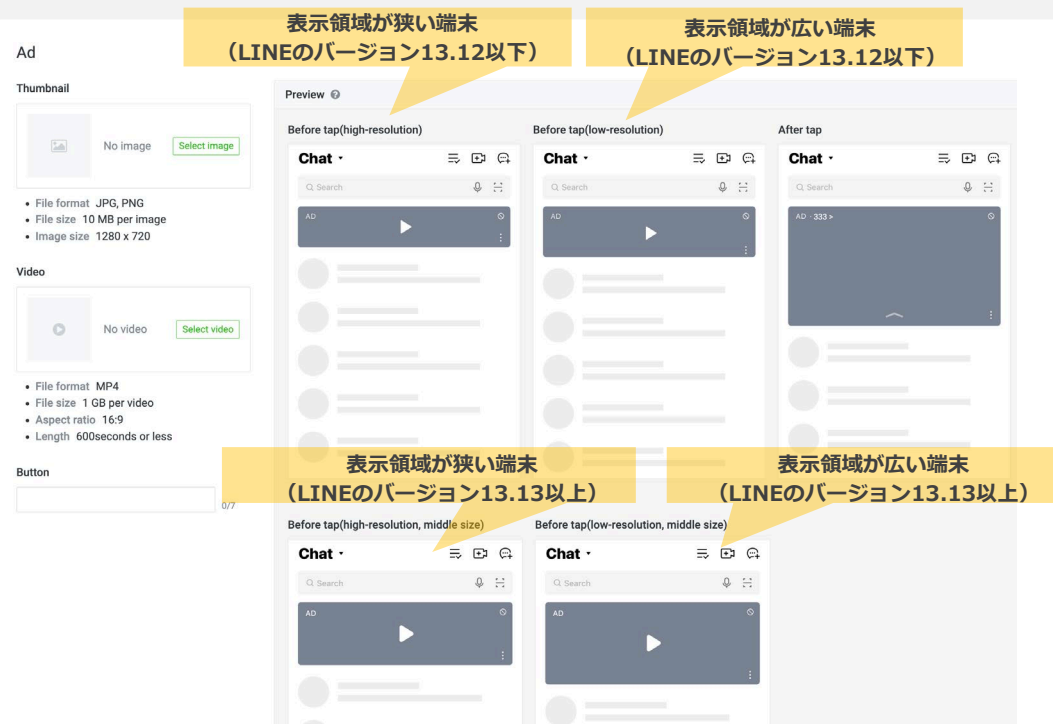
※ 静止画の表示サイズは端末によって異なりますのでご注意ください

※ 広告の構成要素はユーザーのLINEバージョン、

端末設定によって異なる場合があります。保証するものではありません。

※ 審査結果を保証するものではありません

※ こちらはプレビュー画面であり、実際の画面とは異なります。



Expand video・Static banner・Auto play videoそれぞれ「Select…」ボタンをクリックして素材を選択。対象の素材をアップロードすると、右側にプレビューが表示されます。CTAボタンは7文字以内で指定してください。

# Talk Head View 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

また、LINEでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、広告表現に関するガイドラインを設けております。

## Talk Head View 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

■ 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願ひ申し上げます。

・ Talk Head View 審査ガイドライン

<https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/guideline/>

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合もございますので予めご了承ください

※ Talk Head View Customに関しましても、上記審査ガイドラインが適応となります

# その他 表現上の注意・制限事項 ①

その他、表現上の注意・制限事項は下記の通りです。必ずご確認ください。

## ■ App StoreやGoogle Playボタンの表示

画像内にApp StoreやGoogle Playのダウンロードボタンの表示は禁止いたします。  
なお、動画内で短時間での表示であれば可能です。



## ■ 時間表記について

掲載期間は11:00 ~ 10:59と2日間掲載される商品です。  
そのため「本日」や「今夜」などといった当日限定となる表記は禁止いたします。

## ■ 企業や商材・サービスが不明瞭なクリエイティブ

静止画・動画内等には必ず企業ロゴ、もしくはサービスが認識できる要素を配置し、  
サービス誤認がないようご注意ください。

NG例 )  
タレントの顔のみのイメージ



OK例 )  
企業名+サービス内容が認識できる  
要素を配置



※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合がございますのであらかじめご了承ください

## ■ ユーザーに誤解を与えるような表現の禁止

- 1) LINEのコンテンツを模倣していると思われる表現はユーザーを混乱させ誤動作を発生させる可能性があるため掲載できません。
- 2) 「NEWS」「速報」「お知らせ」などの表現はLINE NEWSの記事やコンテンツであるかのような誤解を与え、意図しないクリックを発生させる可能性があるため掲載できません。

NG例 )  
LINEのコンテンツを模倣していると思われる表現  
(スマートチャンネル枠のコンテンツと類似のレイアウト)

アンケート回答者全員  
無料でxxxxがもらえる！ ?  
LINE beverage



NG例 )  
「速報！」といった表現

速報！  
アンケート回答者全員  
無料でxxxxがもらえる！ ?  
LINE beverage



## ■ 動画について

複数の動画を繋げたもの、また関連性の低い複数商材の訴求を行う動画は不可とします。  
また、**静止画素材を組み合わせたスライドショー形式の素材（静止画部分が多い動画も含む）、  
画像の一部が動く動画（シネマグラフなど）、GIFアニメーションやマンガ風の動画**は  
クオリティ観点から禁止いたします。

## その他 表現上の注意・制限事項 ②

### ■ 背景の透過について

透過部分を含む入稿素材は、透過されず黒色表示となってしまうため、クオリティ観点から禁止いたします。

### ■ 表示領域外の背景色や広告要素について

LINEのバージョン13.12以下（表示領域の狭い端末・広い端末）・LINEのバージョン13.13以上（表示領域の狭い端末・広い端末）で広告の表示領域が異なるため、いずれのパターンでも不自然なトリミングとならないようご注意ください。

特に広告表示領域外の背景を透過・別の色で設定したり、表示領域ギリギリにテキストや商品、人物等の広告要素を配置したりすると、不自然なトリミングとなる場合が多く、掲載不可となる可能性が高いのでご注意ください。

### ■ クリエイティブ・LPのクオリティについて

掲載枠のクオリティを一定に保つため、クリエイティブ・LPの質が基準を満たさないと当社が判断した場合、掲載をお断りする場合がございます。

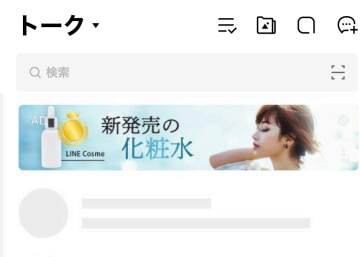
例）入稿素材（imageファイル）



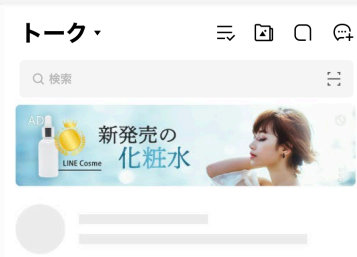
OK例）

LINEのバージョン13.12以下（表示領域が狭い端末・広い端末）では、不自然なトリミングになっていない

High-resolution



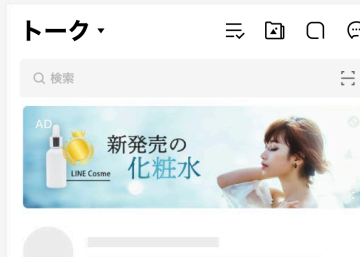
Low-resolution



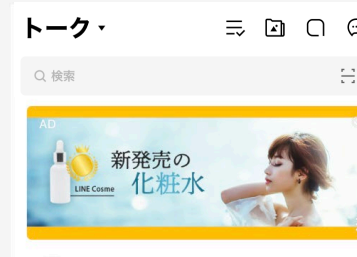
NG例）

LINEのバージョン13.13以上の表示領域が広い端末で、不自然な背景色の切り替えがおきている（オレンジカラーが表示されている）

High-resolution, middle size



Low-resolution, middle size



※ 上記例のように、どれかひとつでも不自然なトリミングとなっている場合は、掲載不可となりますのでご注意ください

※ こちらはプレビュー画面であり、実際の画面とは異なります。

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合もございますのであらかじめご了承ください

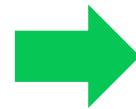
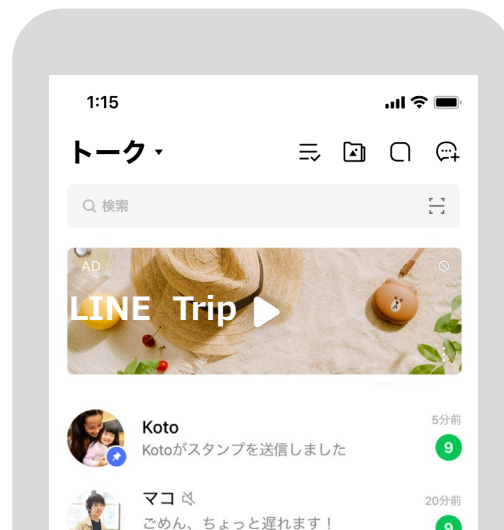
# 災害発生時のTalk Head View / Talk Head View Custom について

災害発生時に国民・ユーザーに対して発信すべき情報がある場合、トークリストの枠は緊急通知情報（以下緊急通知）を第一優先として表示します。

## 詳細

- Talk Head View / Talk Head View Custom（以下THV / THVC）が表示されている場合でも、災害が発生した場合は、表示中の広告が緊急通知に切り替わります。
- 緊急通知が表示されている間は、THV/THVC共に表示いたしません。

広告表示（通常時）



緊急通知表示



※ キャプチャ画像はイメージです

※ 2023年10月に適応済みです



# 災害発生時のTalk Head View / Talk Head View Custom について

## 緊急通知の表示条件

緊急通知は、地震や大雨のような災害が発生した場合に、避難施設の所在地や状況などを通知する緊急速報です。

震度5以上の地震が発生した場合や気象災害の警戒レベル4以上が発令した場合等に表示されます。当機能は、当社でLINEのユーザーにとって重要だと判断した緊急情報を発信することを目的としております。そのため、こちらの基準を確約するものではありませんのでご了承ください。

## 緊急通知の表示に関する注意事項

広告掲載期間内に上記のような災害が発生した場合、広告を表示できない期間が一定期間発生する可能性がございます。

また、緊急通知が表示されることで、リーチ数など想定値を下回る可能性がございますので、ご理解、ご認識の程よろしくお願いたします。

## 緊急通知の仕様変更の背景

LINEは、東日本大震災発生時に大切な人と連絡がとりづらかった経験から、「こういう時にこそ大切な人と連絡を取ることができるサービスが必要だ」という想いの元、スマートフォンで大切な人とつながるコミュニケーションアプリとして2011年6月に誕生しました。

そのため、災害などの緊急時には、いざという時に大切な人と早く確実に連絡をとり、安全を確保したり、被害を減らしたりできるよう、LINEを上手く活用していただくことを目指し、災害時や緊急時に役立つ機能の充実や、活用方法の研究など、様々な取り組みを行っています。

本機能はその取り組みの一環となりますため、ご理解頂けますようよろしくお願いいたします。

# Talk Head View

# Talk Head View 商品スペック

商品詳細		Talk Head View (予約型)			
		1Day Lite	1Day Half	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day ALL
ターゲティング		オールリーチ (ノンターゲティング)		性別ターゲティング	オールリーチ (ノンターゲティング)
バージョン	Video	Expand Video : iOS 9.7.0 以上 / Android 10.3.0 以上 Auto pay video : iOS 13.0 以上 / Android 7.0 以上			
	Static	iOS Android 10.3.0 以上			
配信面		トークリスト面			
フリークエンシー		1回			
想定リーチ数 (Static banner ・ Expand video)		約1,300万UU	約 3,250万UU	男性 : 約3,000万UU 女性 : 約3,500万UU	約 6,500万UU
想定リーチ数 (Auto play video)		約1,200万UU	約 3,200万UU	男性 : 約2,900万UU 女性 : 約3,400万UU	約 6,400万UU
配信設定期間		1日 (11:00~翌日10:59) ※土日・祝日配信可			
設定可能な クリエイティブ数		1つ			
設定可能なLP数		iOS/Android 各OS 1つまで指定可			
ブランドリフトサーベイ		可			
レポート		LINE広告 管理画面から閲覧可			
商品金額 (グロス) * 税別		1,000万円	2,000万円	2,500万円	4,000万円

※予約型については、案件業種/商材により20代以上への配信対応をさせていただく場合がございます。

# Talk Head View 掲載までのフロー

ステップ	概要	対応		締切	ツール	
		LINE	代理店/広告主			
企業・商材審査	出稿を検討している企業・商材についてLBPMシステムの新規案件作成フォームから作成してください。案件作成後、審査を行い、可否をLBPMのシステム上からご連絡を差し上げます。		○		LBPM	
仮押さえ	企業・商材審査が通過した案件については出稿希望日の間仮押さえが可能です。		○			
事前原稿審査 (推奨)	仮押さえ後、出稿を検討している原稿について審査を行い、掲載可否のご連絡を差し上げます。 ※一部業種では、強く事前原稿審査を推奨しております。詳細は営業担当にお問い合わせください。		○	掲載開始日から 8営業日前17:00まで		
2回目以降 (推奨)	アカウント指定	同一企業・商流の場合に限り、新たにアカウントを作成するのではなく、前回配信したアカウントの配下で配信することが可能です。	○	○		掲載開始日から 5営業日前12:00まで
	アカウント審査	アカウント指定で指定いただいたアカウントの企業・商流情報が一致しているか確認を行います。一致していない場合は、新規でアカウント作成となります。	○			
発注	LBPMの発注フォームから発注をお願いします。		○	掲載開始日から 6営業日前17:00まで		
発注受領	発注内容に問題がない場合、発注受領のご連絡をLBPMのシステム上から差し上げます。	○				
原稿入稿	発注の受領が完了したのちに、本入稿が可能になります。原稿審査が否認の場合、掲載が遅れる、または掲載をお断りする場合がございます。		○	掲載開始日から 5営業日前17:00まで		
原稿審査	入稿いただいた原稿の確認を行います。ガイドラインに接触する場合は、LBPMのシステム上からご連絡します。	○				
配信設定	新規で広告アカウントを作成し、配信設定を行います。(設定内容はレポート表示と同タイミングで表示されます) ※アカウント指定をした場合には、指定のアカウントにて配信設定を行います。	○				LINE AD Manager
権限付与	入稿時に指定したメールアドレスにアカウント権限を付与します。権限付与後、システムから招待メールが届きますのでご確認をお願いします。 ※初回配信時と同一のメールアドレスの場合は、権限付与済みとなりますが再度招待メールが届きます。	○			(LINE広告管理画面)	
入稿受領	配信設定が完了したのちに、LBPMのシステム上から入稿受領のご連絡をさしあげます。	○			LBPM	
配信開始/終了	配信日時より掲載開始いたします。				LINE AD Manager	
レポート表示	配信終了の4時間後(目安)に管理画面上に配信結果のレポートが表示されます。 サーベイのレポートは配信終了の翌営業日からカウントして20営業日目にLBPM上に納品いたします。				(LINE広告管理画面)	

# LBPMの仮押さえのルールについて

## スケジュールのイメージ



## スケジュールのイメージ (仮押さえ期間内に発注期日を迎えるケース)



## 仮押さえについて

### 回数

枠を変更するしないにかかわらず、**最大2回** (=1案件につき延長1回)

### 有効期間

**仮押さえご依頼日の翌営業日から5営業日後の17時まで**

ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。

※仮押さえ枠の自動開放は、発注期日の17時ちょうどに実行されますので、ご発注はお早めをお願いいたします  
※やむを得ず自動開放までに発注が間に合わない場合は、必ず【発注期日の1営業日前17時まで】にご相談ください。理由を加味した上で、調整可能か判断をさせていただきます。

### 可能枠数

**1案件 (サービス/ブランド) につき1枠分まで**

### 延長 (2営業日)

同枠でのキャンセル待ちがない場合のみ可能。自動延長。(最大1回まで)

※発注期日を過ぎた仮押さえ枠は対象外です

## 再仮押さえ可能日について

**最後に期限が切れた日** (その場合、仮押さえ可能回数はリセットされます)

※発注期日を過ぎた案件の再仮押さえは出来ません

## 注意事項

- ・仮押さえするには、企業商材可否を通過していることが条件です。

# 提供可能枠数について

1Day ALL・1Day ALL性別ターゲティングの場合、4枠を使う形となり、1日1社まで配信が可能になります。

1Day Liteのみの場合、1日最大4社まで配信できます。

カテゴリ	仮押さえに必要な枠数	枠数	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5
ALL	4枠	1枠	1Day ALL	1Day ALL 性別ターゲティ ング	1Day Half	1Day Half	1Day Lite
ALL 性別ターゲ	4枠	2枠			1Day Half	1Day Lite	1Day Lite
Half	2枠	3枠			1Day Lite	1Day Half	1Day Lite
Lite	1枠	4枠			1Day Lite	1Day Lite	1Day Lite

【空き4枠】の日程は1Day ALL or 1Day ALL 性別ターゲティング or 1Day Half or 1Day Liteの仮押さえが可能。

【空き2枠】の日程は1Day Half or 1Day Liteの仮押さえが可能。（1Day ALLは不可）

※ 空き枠がある場合、キャンセル待ちできません

# キャンセル待ちのルールについて

## ■ 仮押さえで「1Day Half-A」が入っている場合

枠状況	
1枠	1Day Half-A (仮押さえ)
2枠	
3枠	
4枠	
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day ALL-A
キャンセル待ち③	1Day Lite-A

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」がキャンセルになった場合

枠状況	
1・2枠	1Day Half-B (仮押さえ)
3・4枠	1Day Half-C (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day ALL-A
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」が発注になった場合

枠状況	
1枠・2枠	1Day Half-A (発注)
3枠・4枠	1Day Half-B (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

枠の都合上、1Day ALLで発注することが不可能になるため  
**キャンセル待ち②の「1Day ALL-A」は自動でキャンセル待ちが解除されます。**

# アカウント指定について

同一企業・商流である場合に限り、

2回目以降の配信時に2021年6月1日以降に作成したTalk Head View配信用のアカウントを指定することが可能です。

指定することでひとつの管理画面で配信レポートを管理・閲覧することが可能です。

## Talk Head View アカウント指定 【任意】 未申請 申請

- ・ 2021年6月以降、Talk Head Viewを実施した広告アカウントのみ指定いただけます。
- ・ 運用型のLINE広告アカウントはご指定いただけません。
- ・ 指定する広告アカウントは商流、広告主企業が一致する必要があります。一致していない場合はご利用いただけません。
- ・ 過去実績がない場合は、新規に広告アカウント発行となるため、ご申請は不要です。

### 所要時間：

掲載開始日の5営業日前12時まで

進行フロー「Talk Head View アカウント指定 【任意】」から指定が可能です。

## Talk Head View アカウント指定 【任意】

### 申請フォーム

#### アカウントID (Talk Head View予約型) \*

- ・ 2021年6月以降、Talk Head Viewを実施した広告アカウントのみ指定いただけます。
- ・ 運用型のLINE広告アカウントはご指定いただけません。
- ・ 指定する広告アカウントは商流、広告主企業が一致する必要があります。一致していない場合はご利用いただけません。
- ・ 過去実績がない場合は、新規に広告アカウント発行となるため、ご申請は不要です。

初回時、Talk Head Viewを配信した「A」から始まるLINE広告のアカウントIDを入力してください。

※「ファイル添付」と「備考」は空欄で問題ありません。

## ■ 注意事項 (ご一読ください)

※ 指定して配信が可能なアカウントは**広告主企業・商流 (発注企業・代理店)**が**一致している**ことが条件となります  
一致していない場合は、新規でアカウント作成となりますのでお間違えのないようご注意ください (次頁でも説明)

※ **運用型のLINE広告アカウントは指定することはできません**



# アカウントを指定する場合の広告主企業・商流について

アカウントを指定する場合、「**広告主企業**」「**発注企業**」「**代理店**」が一致している必要があります。

## 初回配信

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社

## 2回目以降の配信

### アカウント指定可能

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社

「**広告主企業**」「**発注企業**」「**代理**」  
全て一致しているため指定可能

### アカウント指定不可

#### ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINE エージェンシー株式会社
代理店	-

「**発注企業**」が不一致

#### ケース②

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	株式会社 LINE広告代理店

「**代理店**」が不一致

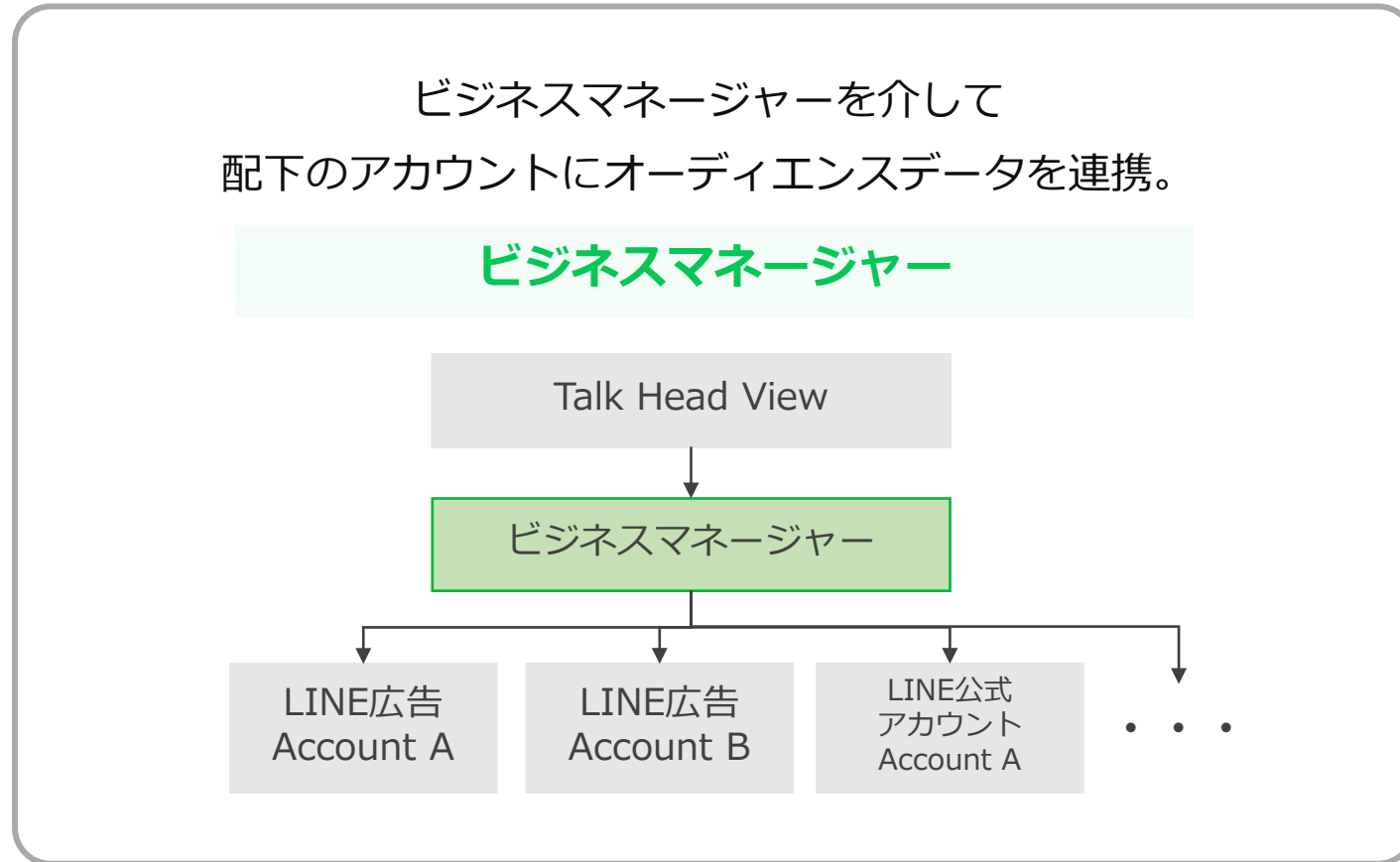
#### ケース③

項目	会社名
広告主企業	LINEフード株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社

「**広告主企業**」が不一致

# クロスターゲティングオプション 対応方法の変更

Talk Head Viewのクロスターゲティングオプションを希望される場合、ビジネスマネージャーが必要となります。



※ Talk Head View Customの配信結果もオーディエンスとして利用できます。利用できるオーディエンスはTalk Head Viewと同様です

※ ビジネスマネージャーに関する詳細は別途リリースしている概要資料をご参照ください。お手元がない場合は弊社営業担当までお問い合わせください

# オーディエンス作成

Talk Head View で配信したデータを二次利用したい場合はオーディエンス作成をお願いします。  
指定するオーディエンスは下記の通りです。

**オーディエンス作成**

- ① 動画をクリックした人
- ② 動画を再生した人
  - 動画を3秒以上再生した人
  - 動画を25%再生した人
  - 動画を50%再生した人
  - 動画を75%再生した人
  - 動画を95%再生した人
- ③ 動画を最後まで再生した人

**画像クリックオーディエンス**

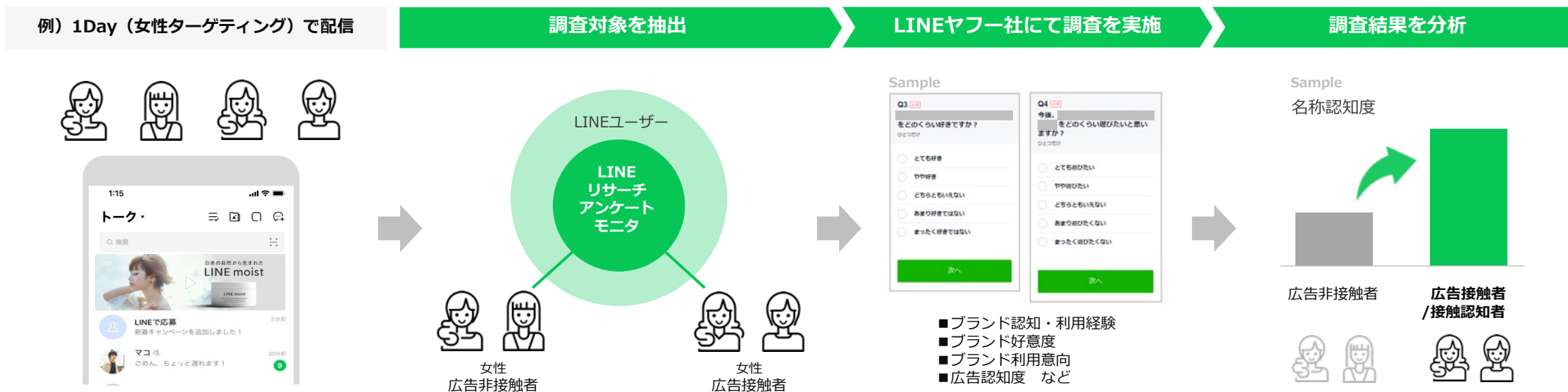
- ④ 画像をクリックした人

フォーマット	オーディエンスデータ	オーディエンスカテゴリ	指定するオーディエンス
Video (静止画+動画)	①動画クリック	動画視聴オーディエンス	動画を クリックした人
	②動画視聴開始	動画視聴オーディエンス	動画を 再生した人
	③動画視聴完了	動画視聴オーディエンス	動画を最後まで 再生した人
Static (静止画のみ)	④静止画クリック	画像クリックオーディエンス	画像を クリックした人

※ビジネスマネージャーに関する詳細は別途リリースしている概要資料をご参照ください。お手元がない場合は弊社営業担当までお問い合わせください

# ブランドリフトサーベイ

広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対して業界最大級のリサーチプラットフォーム『LINEリサーチ』を利用して、ブランドリフト調査が実施できます。該当広告への接触者と非接触者に対し、ブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などを聴取することで、広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことができます。



## 【ブランドリフトサーベイ詳細】

商品説明	該当広告への接触者と非接触者に対し、ブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、アンケート調査を実施
アンケートの配信方法	アンケートモニタの中から広告接触ログの有無でユーザーを分類抽出し、対象者に対してLINEリサーチのLINE公式アカウントから回答を依頼
メリット	広告接触ログの有無別にユーザーの反応を知ることによって、広告効果を正確に把握し、その後のマーケティング活動に活かすことが可能

※ ブランドリフトサーベイはオフラインアカウントのみご実施が可能です。オンラインアカウントの場合にはご利用いただけません

# ブランドリフトサーベイサンプル

調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果及び、各調査設問における性年代別のリフト効果などをお渡しします。

## ブランドリフトサーベイ 調査レポート サンプル①

### サマリ

### 広告接触者のプロフィール

#### 広告接触者における広告認知率

項目	静止画パナー	動画
広告素材		
認知率	●●●●% (「確かに」●●●●%)	●●●●% (「確かに」●●●●%)
ベンチマークスコア比較	★★★	★★★

※認知率：広告接触者が、かつアンケートでも「確かに」に見たような気がする回答した人の割合

※ベンチマークスコア比較：前年11月のブランドリフトサーベイ Talk Head Viewの認知率と比較し  
 ●●●●：+10.25%以上  
 ●●●：+5.25%未満-5.25%以上  
 ●●：+0.25%未満-2.25%以上  
 ●：-7.25%未満

#### 「LINE moist」ブランドリフト効果

**パナー接触認知**  
パナー接触認知では、すべての指標で非接触者の値を上回った。

項目	パナー接触認知 (%)			
	名称認知	特徴認知	興味度	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
パナー接触認知	91.0	58.0	55.7	52.5
相対リフト (比率)	1.13倍	1.27倍	1.17倍	1.23倍
絶対リフト (絶対)	10.6pt	12.2pt	8.1pt	9.8pt
ベンチマークスコア比較	★★	★★	★★	★★

**動画接触認知**  
動画接触認知では、すべての指標で非接触者の値を上回った。

項目	動画接触認知 (%)			
	名称認知	特徴認知	興味度	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
動画接触認知	93.1	62.8	63.8	58.8
相対リフト (比率)	1.16倍	1.37倍	1.34倍	1.38倍
絶対リフト (絶対)	12.7pt	17pt	16.2pt	16pt
ベンチマークスコア比較	★★	★★	★★	★★

**パナー接触認知のブランドリフト<性別別上位>**

- 名称認知：男性20代(1.28倍)、女性50代(1.16倍)
- 特徴認知：男性20代(1.67倍)、女性30代(1.47倍)
- 興味度：男性40代(1.36倍)、男性50代/女性30代(1.27倍)
- 購入意向：男性20代(1.69倍)、女性30代(1.36倍)

**動画接触認知のブランドリフト<性別別上位>**

- 名称認知：男性20代(1.30倍)、女性30代(1.27倍)
- 特徴認知：男性20代(1.92倍)、女性20代(1.67倍)
- 興味度：女性20代(1.58倍)、女性30代(1.54倍)
- 購入意向：男性20代(1.85倍)、女性30代(1.65倍)

#### 広告接触者のプロフィール

※ベース：調査回答者における広告接触者

- 広告接触者の男女比は、男性が42.9%、女性が57.1%で女性の構成比が高い。
- 広告接触者の居住エリア構成比は、関東地方が39.9%で最も高く、次いで近畿地方の20.8%。

### 広告の認知状況

#### Talk Head View 動画認知状況

- 動画接触者の50.7%が動画広告をトクヘッドビューで「見た(確かに+見たような)」と回答。
- 認知率が高いのは、男性50代の67.5%、男性30代56.3%。

調査画面イメージ	「確かに」	「見た(確かに+見たような)」	「見ていない」
動画接触者：全体 (n=1000)	27.4%	23.4%	49.3%
男性 (n=504)	23.4%	26.3%	49.7%
女性 (n=500)	31.5%	21.3%	52.1%
男性20代 (n=126)	21.0%	27.8%	49.2%
男性30代 (n=126)	31.0%	25.4%	43.7%
男性40代 (n=126)	24.6%	24.6%	50.8%
男性50代 (n=126)	39.7%	27.6%	32.5%
女性20代 (n=126)	22.6%	27.3%	50.0%
女性30代 (n=126)	19.8%	21.4%	58.7%
女性40代 (n=127)	42.3%	19.7%	48.0%
女性50代 (n=126)	32.5%	14.7%	50.8%

### ブランドリフト効果

#### 「LINE moist」ブランドリフト効果

- パナー接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは特徴認知で、1.27倍。
- 動画接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは購入意向で、1.38倍。

項目	名称認知	特徴認知	興味度	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
パナー接触認知	91.0	58.0	55.7	52.5
相対リフト (比率)	1.13倍	1.27倍	1.17倍	1.23倍
絶対リフト (絶対)	10.6pt	12.2pt	8.1pt	9.8pt
動画接触認知	93.1	62.8	63.8	58.8
相対リフト (比率)	1.16倍	1.37倍	1.34倍	1.38倍
絶対リフト (絶対)	12.7pt	17pt	16.2pt	16pt

#### 「LINE moist」購入意向

- パナー接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは男性20代で、1.69倍。
- 動画接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは男性20代で、1.85倍。

項目	名称認知	特徴認知	興味度	購入意向
広告非接触	42.7	41.1	41.8	30.7
パナー接触認知	42.7	45.9	43.9	49.3
相対リフト (比率)	32.0	32.9	32.1	33.6
絶対リフト (絶対)	32.5	33.8	32.4	33.9
動画接触認知	58.8	56.2	62.8	55.9
相対リフト (比率)	1.38倍	1.37倍	1.50倍	1.43倍
絶対リフト (絶対)	16.1pt	15.1pt	17.0pt	15.2pt

# Talk Head View ブランドリフトサーベイ 商品概要

対象メニュー	1Day Lite	1Day Half	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day ALL
商品金額 (ネット/税抜)	無償			
調査項目	5問まで無料 【 必須4問固定（広告認知・ブランド認知度・好意度/興味度・利用意向） + 選択設問1問 】			
年代 ※1	15～69歳の範囲で指定 分析軸は最大3区分 例) 15～24歳/ 25～39歳/40～59歳	15～69歳の範囲で指定 分析軸は最大5区分 例) 15～19歳/20～29歳/30～39歳/40～49歳/50～59歳		
サンプル数 ※2	広告接触者 + 非接触者 計 1,000サンプル	広告接触者 + 非接触者 計 2,000サンプル		

※1 5歳刻みで指定が可能です。調査対象者の年代範囲に応じて、調査報告書内で使用する分析軸の粒度が変動いたします

※2 数値は目標値となり、回収数を保証するものではありません。場合によっては、十分なサンプルが集まらない性年代セルが生じる可能性があります

※ ブランドリフトサーベイに関する詳細やオプション等は、最新版のブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください

# Talk Head View に関する FAQ

## Q 動画タイプは自動再生ですか？

A Auto play videoは自動再生フォーマットではありますが、ユーザーの環境設置に依存します。Expand videoは、エキスパンド後に自動再生となります。

## Q お申し込み後に開始日は変更できますか？

A 枠の確定（弊社による受領）後、または受領前であっても発注期日後の場合、キャンセルと開始日の内容変更には、お申し込みいただいたプランの金額100%のキャンセル費が発生いたします。詳細は「キャンセル規定について」をご確認ください。

## Q Frequency1回の仕様だが、impressionとReachが異なるのはなぜですか？

A 通信状態が悪くネットワークが途切れたり、通信が完了する前にLINEを終了するなど正しく通信が行えなかった場合、Frequencyカウントされずimpressionだけ計測される場合があります。

## Q LINE Tagの利用は可能ですか？

A LINE Tagもご利用可能です。初回配信時はTalk Head Viewの配信までのフロースケジュール上、設置が間に合う場合のみご利用ください。

## Q 管理画面を閲覧できる権限を追加したいのですが可能ですか？

A 管理者権限の追加は可能です。

## Q Staic banner、またはExpand video選択時、広告表示サイズは好きな方を選択できますか？

A LINEのバージョンによって表示されるサイズが異なるため、表示サイズの選択はできません。

## Q 広告審査は、LINEのバージョン13.12以下の表示サイズと13.13以上の表示サイズどちらで行われますか？

A LINEのバージョン13.13以上の表示サイズで審査いたします。ただし、ユーザーによっては13.12以下のサイズで表示されるため、必ずPreview toolで両サイズ共に不自然なトリミング（表示見切れ）がおこらないよう事前確認をお願いします。

# Talk Head View に関する FAQ

**Q Auto play video選択時にレポート項目は変わりますか？**

**A** Expand video（既存の動画フォーマット）のレポート項目から変更はありません。（配信金額やインプレッション数、クリック数など）

**Q Auto play video選択時、自動再生OFFのユーザーにはどのように表示されますか？**

**A** 自動再生OFFのユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画+動画）が表示されます。

**Q Auto play video選択時も静止画の審査は行われますか？**

**A** 審査対象です。自動再生OFF設定のユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画<Imageファイル> +動画）の形で表示されるため、静止画も審査対象です。表示領域に関する注意事項をご確認ください。

**Q ユーザー側で音声に関する設定がONの場合、Auto play videoは自動で音声は再生されますか？**

**A** 音声はデフォルトOFFとなります。広告内にある音声マークをタップしない限り音声は流れません。

**Q Auto play videoの動画再生サイズ別（Expand前とExpand後）で動画再生数は計測できますか？**

**A** 動画の表示サイズ別の再生数は分かりません。

**Q Auto play videoのMiddleサイズの動画裏で表示されるBlur+Dim処理された静止画（imageファイル）のアスペクト比が知りたいです。**

**A** 3.4 ~ 2.6 : 1となります。（端末によって比率が変更されますが、記載の範囲内であれば主要端末内に収まります）



# Talk Head View に関する FAQ

**Q** Auto play videoのBlur+Dim処理の詳細が知りたいです。

**A** Blur割合：Black 25%でマスク・Dim割合：40となります。

**Q** Auto play video選択時でも、遷移先に友だち追加を設定することは可能でしょうか？

**A** 可能です。Auto play videoは配信フォーマットの1つなので、機能制限等がかかることはありません。

**Q** 遷移先に友だち追加を設定する場合、動画内でも友だち追加について触れる必要はありますか？

**A** はい。静止画・動画・LP等、全ての広告要素で触れて頂く必要がございます。

**Q** Auto play video選択時、自動再生OFFユーザーには既存のExpand videoフォーマットが表示されるのですが、Staic (imageファイル) が表示されるサイズはどうなりますか？

**A** ユーザーの使用するLINEバージョンに依存します。

**Q** Auto play videoでもブランドリフトサーベイは可能でしょうか？

**A** Auto play videoは広告フォーマットの1つのため、Auto play videoでも実施可能です。（Talk Head View Customも同様）  
広告接触者は、【動画再生開始】と【動画再生完了】です。詳細は、ブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください。

# 免責事項

免責事項につきまして、以下をご確認ください。

1. 当社は、
  - (a) 入稿素材及び誘導先
  - (b) 入稿素材及び誘導先に関して当社の利用者を含む第三者が行う一切の行為
  - (c) 提案書 又は広告の配信に際して当社からお客様への一切の提供物及び貸与物（当社からお客様に提供したアドバイス、提案、予測、その他の一切の情報を含みます。）及びこれらを利用した結果
  - (d) 品質及びターゲティング機能の精度について何ら保証するものではなく、一切の責任を負わないものとします。
2. 利用者の設定やアプリケーションのバージョン、その他の設定や環境によっては、広告配信システムが正常に起動していたとしても、広告の内容が正しく表示されない、又はクリックしても誘導先に誘導できない場合があります。この場合も、当社は一切責任を負わないものとします。
3. お客様による設定の誤りによって生じた損害に対し、当社は一切責任を負わないものとします。
4. 為替換算が発生する場合、為替レートは、当社所定のレートを任意のタイミングで適用することとします。  
お客様は当該為替換算に異議を述べないものとし、これによりお客様に損害又は不利益が生じた場合であっても、当社は一切責任を負わないものとします。
5. 弊社都合で、希望開始日に掲載ができなかった場合、開始日を延期させて頂く可能性がございます。
6. 配信期間中に弊社側で問題が発生し、中断をせざるを得ない場合、料金は頂かず配信をそのタイミングで終了するか、延期させていただきます。
7. リーチ/impを保証するメニューではありません。想定量を下回った場合でも補填は行いません。
8. 審査が通らず入稿が遅れた場合、配信をお断り、もしくは開始を延期させていただきます。
9. 申込はLBPM上での決定優先となります。発注後の配信日の変更やキャンセルは原則お受けできません。
10. やむを得ずキャンセルされる場合、枠の確定後、または発注期日後のキャンセルと開始日の内容変更には、お申し込みいただいたプランの金額100%のキャンセル費が発生いたします。  
詳細は前項をご確認ください。
11. 配信開始/終了時間は多少前後いたしますのでご了承ください。

# お申し込み・お問い合わせ

お申し込み・お問い合わせにつきまして、以下をご確認の上、ご連絡ください。  
ご不明点等ございましたら、営業担当までお問い合わせください。

## お申し込み/お問い合わせ先

■ 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しく願い申し上げます。

・ **LINE 法人向けサービス 基本約款**

<https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/doc/LINE%20%E6%B3%95%E4%BA%BA%E5%90%91%E3%81%91%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9%E5%9F%BA%E6%9C%AC%E7%B4%84%E6%AC%BE.pdf>

・ **Talk Head View 利用規約**

[https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/thv/TermsAndPolicies\\_line-ads-TalkHeadView\\_ve1.0.pdf](https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/thv/TermsAndPolicies_line-ads-TalkHeadView_ve1.0.pdf)

■ 各種お問い合わせは弊社営業担当までお問い合わせください。

■ LBPMに関するお問い合わせは下記メールアドレスまでお問い合わせください。

LBPM問合せ用 : [lbpm\\_inquiry@linecorp.com](mailto:lbpm_inquiry@linecorp.com)

# Talk Head View Custom

# Talk Head View Custom 商品スペック

項目	Talk Head View Custom
販売形式	運用型（ネット請求）
最低出稿金額（ネット）	50万円～
入札方式	手動のみ
最低入札価格（ネット）	CPM800円～
配信面	トークリスト 面
フォーマット	Talk Head Viewフォーマット（Static banner・Expand video・Auto play video）
配信期間	1日～31日 ※1
AD FQ	1～10回（配信期間での回数） ※2
配信の設定	代理店/広告主
Tag計測	計測可
ブランドリフトサーベイ	可（800万円以上の配信で無償提供）
LINE公式アカウント	必須
オークション	セカンドプライスオークション
オークション環境	LINE広告同一環境下でオークション
配信量	任意の配信量で指定可（LINE広告同様）
クロスデータ	可（LINE広告同様）
クリエイティブ本数上限	制限なし（LINE広告同様）
ターゲティング	指定可（LINE広告同様）
レポート	管理画面上から閲覧可

※1 広告グループの設定が可能な日程は配信開始の31日前からとなります

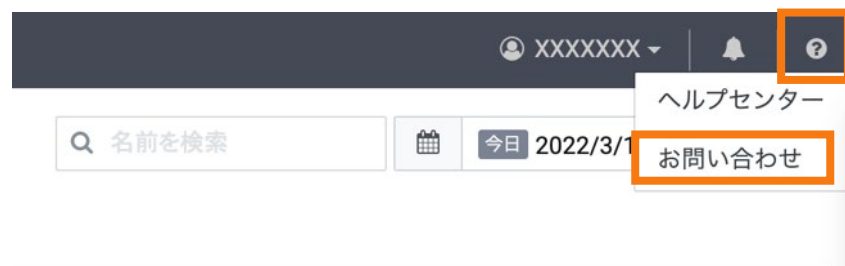
※2 ユーザビリティの観点より、Talk Head View Customの1ユーザーあたりの1日の広告接触回数を制御しています

# Talk Head View Custom 権限付与申請フロー

Talk Head View CustomはLINE広告のキャンペーンのひとつとなりますが、ご実施いただくには機能付与申請が必要です。権限付与条件の最低出稿金額は前項を、出稿可能業種はTalk Head View 審査ガイドラインをご確認ください。

## STEP1 : お問い合わせ番号の取得

LINE広告管理画面右上の「お問い合わせ」から「お問い合わせ番号を取得」を選択します。



### お問い合わせ・権限申請

#### お問い合わせ番号を取得

お問い合わせフォームまたは担当者から依頼があった場合は、[取得する]をクリックして表示される番号をご利用ください。

取得する

## STEP2 : フォーム入力

画面下の「権限申請」から権限付与フォームに遷移し、必要事項を記入の上送信してください。

フォームを送信すると、受付完了した旨のメールが自動送信されます。権限付与には最大5営業日ほど頂戴しております。

※権限付与申請は、**広告アカウント審査が完了した後**にお申し込みください。広告アカウント審査が完了していない場合、審査を受け付けることができません。  
※権限付与の条件は、媒体資料を参照してください。

### 権限申請

お問い合わせ番号を取得して、[申請する]からお申し込みください。

申請する

### 申請に必要な情報 :

姓名, 連絡先メールアドレス, お問い合わせ番号, 広告アカウントID, 広告アカウント名, 広告主名, 広告主コーポレートサイトURL, 代理店名, 商材正式名称, 商材公式サイトURL, 想定配信金額, 配信開始予定日

※ Talk Head View Customの権限付与時にAuto play videoの権限も付与されます

# Talk Head View Custom ブランドリフトサーベイ 詳細

配信条件	
配信クリエイティブ数	1つ
配信期間	1~31日（3~10日を推奨） ※ 調査対象期間は配信期間に準じます。配信期間が長すぎる場合、正確な調査結果をお出しできない可能性があります。
Talk Head View Custom 最低出稿金額	140万円（ネット金額/税抜）
配信セグメント	性年代（-14歳,15-19歳,20-24歳,25-29歳,30-34歳,35-39歳,40-44歳,45-49歳,50-54歳,55-59歳,60-64歳,65歳-） 他ターゲティング可能項目 ※ カスタムオーディエンスの調査も可能ですが、配信ターゲットが少ない場合、十分なサンプルが得られない可能性があります。
調査費用	Auto play video：150万円、Expand video（静止画+動画）およびStatic banner（静止画）：100万円（いずれもネット/税抜）
無償提供	<b>無償提供プランあり ※800万円（ネット/税抜）以上の配信で上記調査費用が無償となります。</b>
調査の仕様	
調査サンプル数（回収目標数）	広告接触者+広告非接触 計 2,000サンプル ※ 回収目標数は、回収数を保証するものではありません。配信ターゲットを絞りすぎると十分なサンプルが得られない可能性があります。
設問数	5問（必須4問+選択1問） ※必須：広告認知、ブランド認知、好意度/興味度、利用意向
設問項目	ブランディング指標（助成想起、認知・利用経験、好意度/興味度、関与意向、利用意向、推奨意向） 広告認知度/クリエイティブ評価（Talk Head View Customの認知度/動画評価、テレビCMの認知度/評価） メディア利用状況（メディア利用状況、主要SNSサービスの利用状況、テレビの1日あたり視聴時間） ※ 設問項目は一部固定となっており（赤字部分）、商材名称などの可変部以外のご指定はいただけません。
調査レポート	全体分析および性年代分析 性年代分析軸：最大5区分（例：15~19歳/20~29歳/30~39歳/40~49歳/50~59歳） ※ 調査レポートでは、サンプル数20未満の数値は個人情報保護の観点から非表示となります。
レポート提出日	広告配信終了日の翌営業日から数えて、20営業日目

※ ブランドリフトサーベイに関する詳細やオプション等は、最新版のブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください

# Talk Head View Custom に関する FAQ

**Q** レポートの項目はどのようになりますか？

**A** 通常のLINE広告と同じ内容でご確認頂くことが可能です。

**Q** Talk Head View CustomはLINE広告の管理画面から設定可能でしょうか？

**A** LINE広告と同様の管理画面からの設定となります。キャンペーンの目的から「Talk Head View Custom」を選択してください。

**Q** LINE Tagの利用した計測は可能でしょうか？

**A** LINE広告と同様、LINE Tagはご利用頂けます。

**Q** クリエイティブレポートをお願いしたいです。

**A** 出稿金額800万円（ネット）以上の場合に限り、無償で提出させていただきます。（ご希望の場合は営業担当までお問い合わせください）

**Q** Talk Head View CustomでAuto play videoを実施したい場合、どうすれば良いですか？

**A** Talk Head View Customの権限がない場合（未申請の場合）、Talk Head View Customの権限付与時にAuto play videoの権限付与も行われます。  
Talk Head View Customの権限付与済みで、広告フォーマットにAuto play videoが表示されていないアカウントは、弊社の担当営業までご連絡ください。

広告フォーマット



※ 広告を作成> 広告フォーマットにAuto play videoが表示されているかどうかを確認ください

※ Talk Head View Customの権限付与済みで、広告フォーマットにAuto play videoが表示されていないアカウントかつ弊社の担当営業が不明な場合に関しましては、Talk Head View Customの権限申請フォームより、Auto play videoの権限付与依頼をお願いします  
その際に、必ず備考欄に【Auto play videoの権限付与依頼】と記載をお願いします



# Talk Head View Custom 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

また、LINEでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、広告表現に関するガイドラインを設けております。

Talk Head View Customは、Talk Head View審査ガイドラインが適応されます。

## Talk Head View Custom 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

- 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願い申し上げます。

- ・ **Talk Head View 審査ガイドライン**

- ・ <https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/guideline/>

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合がございますので予めご了承ください

# お申し込み・お問い合わせ

お申し込み・お問い合わせにつきまして、以下をご確認の上、ご連絡ください。  
ご不明点等ございましたら、営業担当までお問い合わせください。

## お申し込み/お問い合わせ先

- **LINE広告利用規約**

[https://terms2.line.me/lap\\_term\\_of\\_use?lang=ja](https://terms2.line.me/lap_term_of_use?lang=ja)

- **お問い合わせ先**

各種お問い合わせは弊社営業担当または、LINE for Businessの「お問い合わせ」ページよりお願いいたします。

<https://www.lycbiz.com/jp/>

- **LINE広告マニュアル**

LINE広告の詳細の操作方法について、以下のページよりご覧いただけます。 <https://www.lycbiz.com/jp/manual/line-ads/>

- **LINE広告FAQ**

よくあるご質問について、以下のページよりご覧いただけます。

<https://help.linebiz.com/lineadshelp/s/?language=ja>



# LINE NEWS TOP AD

# LINE NEWS TOP ADの特長

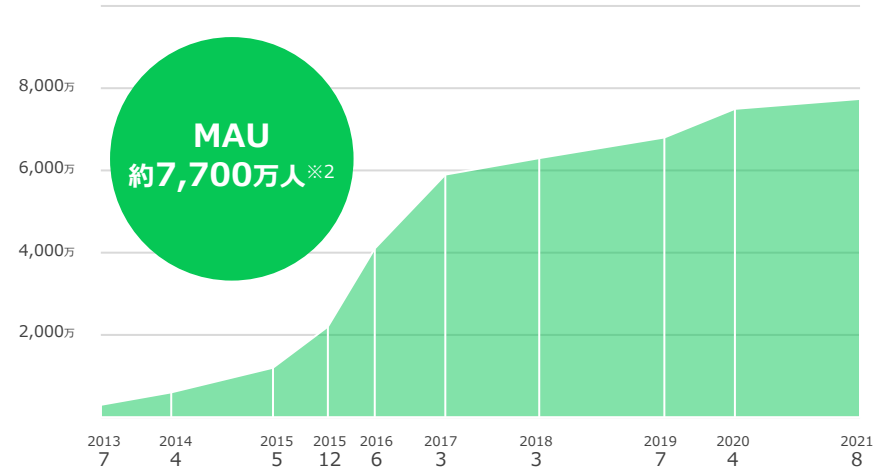
国内最大規模の利用ユーザー数を誇るスマートフォンニュースサービスのファーストビューに動画 or 静止画で配信が可能なメニューです。プレミアムなポジション且つ自然な視聴を促すフォーマットで、高い視聴完了率とブランドリフト効果が期待できます。



## ☑️ 国内No1 規模のニュースメディアに掲載<sup>\*1</sup>

日本の人口の約6割が利用！  
月間利用者数は7,700万人、月間PV数は154億<sup>\*3</sup>

LINEアプリ内の「ニュースタブ」のほか、「LINE NEWS」のLINE公式アカウントを通じたダイジェスト形式のニュース配信、LINE公式アカウントを使ったニュース配信機能を外部メディアに開放した「LINEアカウントメディアプラットフォーム」など多様なサービスによるニュース配信を行っており、「LINE NEWS」の月間利用者数は日本の人口の約6割にあたる<sup>\*4</sup> 7,700万人を突破いたしました。



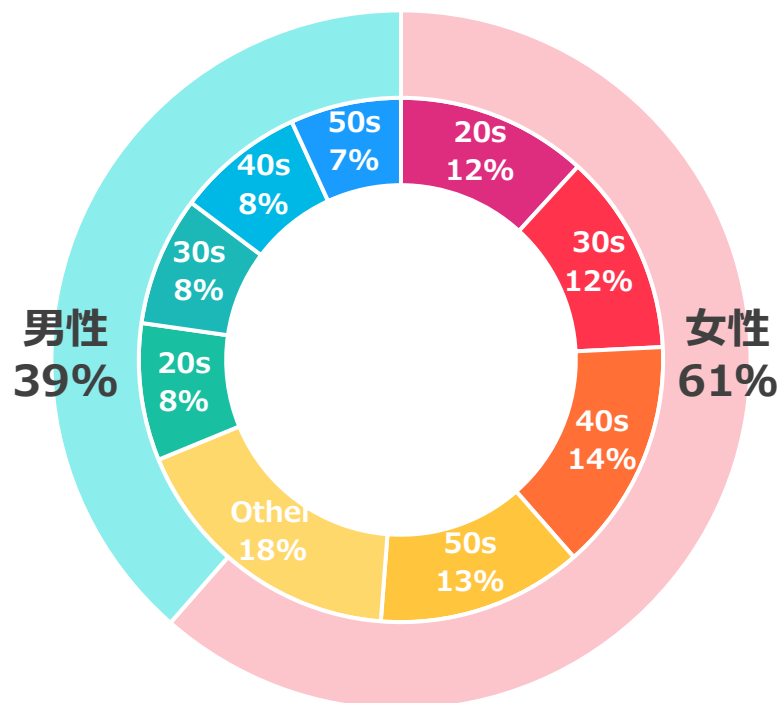
## ☑️ 視聴完了単価を抑えながら、より多くのユーザーへのリーチが可能 広告認知および、商品認知などのブランドリフトが期待できます

- \*1: スマートフォン向けニュースサービスにおける月間利用者数（7,700万人/2021年8月時点）当社調べ。
- \*2: 2021年8月時点。LINEアプリ内ニュースタブ、LINE NEWSのWEBページへ月に1回以上アクセスしたユーザー数の合計。  
備考: LINE公式アカウントを使ったニュース配信機能を外部メディア向けに開放する「LINEアカウントメディアプラットフォーム（LINE MOOKおよび自社媒体含む）」全360媒体以上 ※2021年4月時点
- \*3: 2021年8月時点。当社調べ。
- \*4: 2021年8月時点。当社調べ。「LINE NEWS」の月間アクティブユーザー7,700万人（2021年8月時点）÷日本の総人口1億2451万1000人（2023年6月1日現在[確定値] 総務省統計局

# LINE NEWSについて

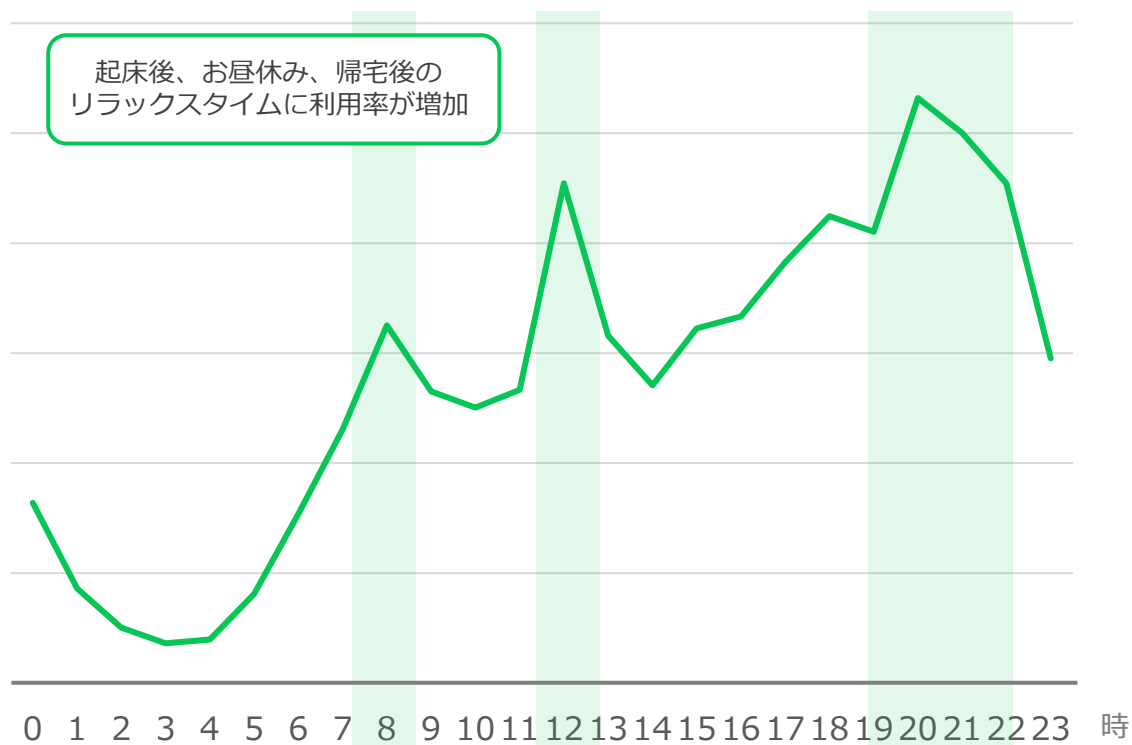
男女比は4:6に近く、若年層から50代まで幅広いユーザーに利用されています。  
起床時、お昼時、帰宅後の時間帯に多く記事を読まれている傾向があります。

## 性別・年代比率



※2023年7月時点  
※otherは10代以下、60代以上が該当

## 時間帯別PV推移

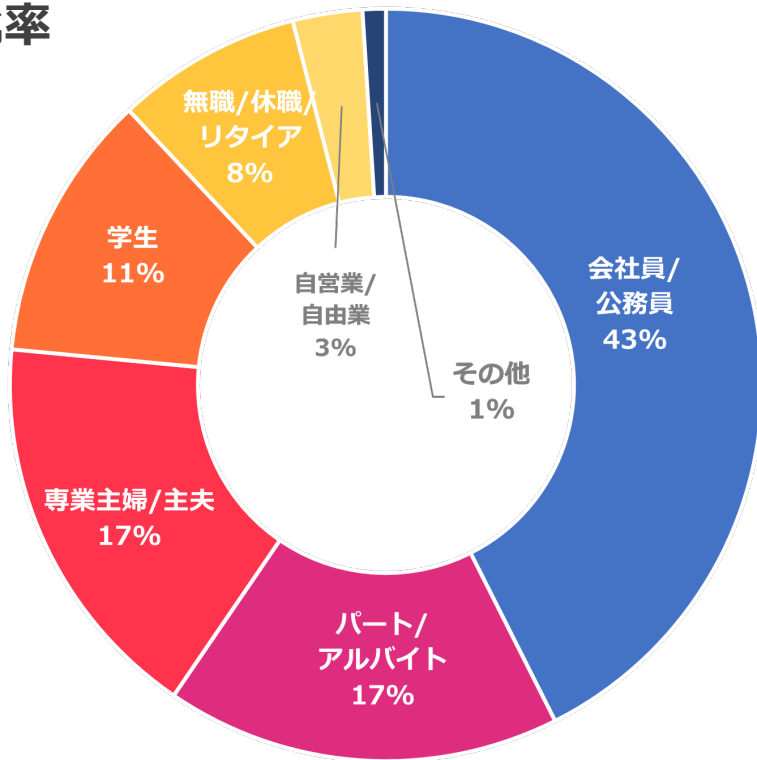


※2021年5月～7月のデータから算出

# LINE NEWS TOPのユーザーの特徴

職業別では、会社員・公務員が最も多く、パート・アルバイト、専業主婦/主夫、学生と続きます。  
興味のあるニュースジャンルは、エンタメが最も多く、次いでグルメ、新型コロナ情報、ファッションなど、暮らしに関係のあるジャンルへ興味が高い傾向にあります。

## 職業別比率



## 興味のあるニュースジャンル

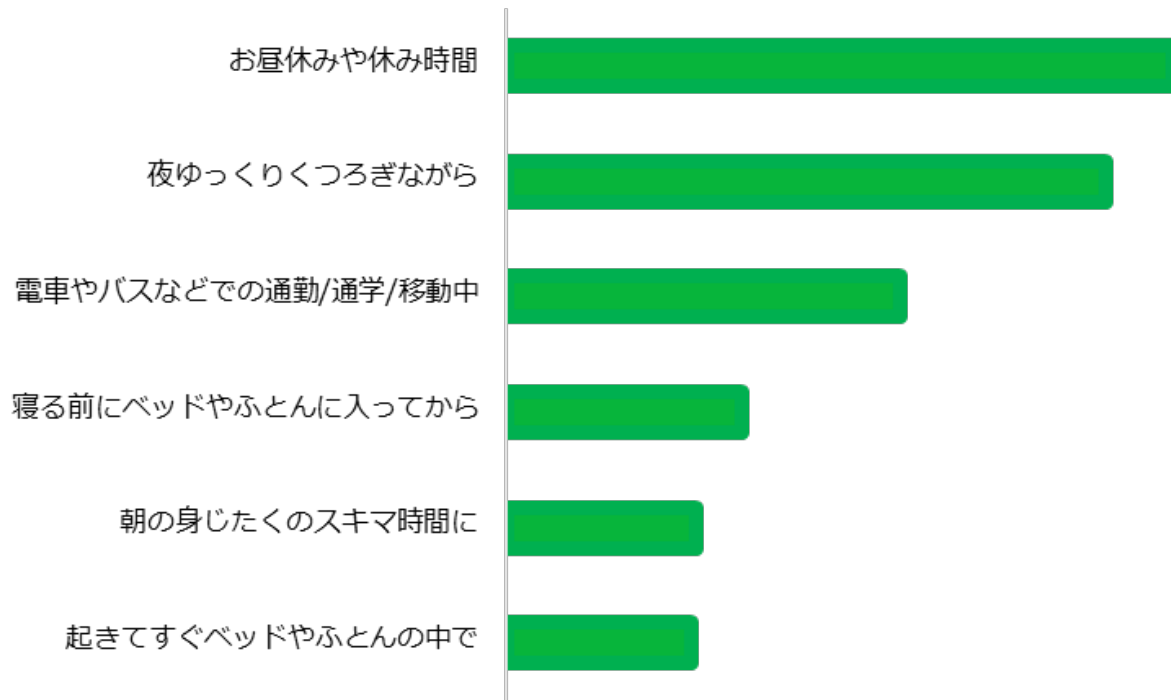


※データ出典：スマートアンサー調査  
(2021年10月実施/全国15~59歳の男女を対象 サンプル数498)

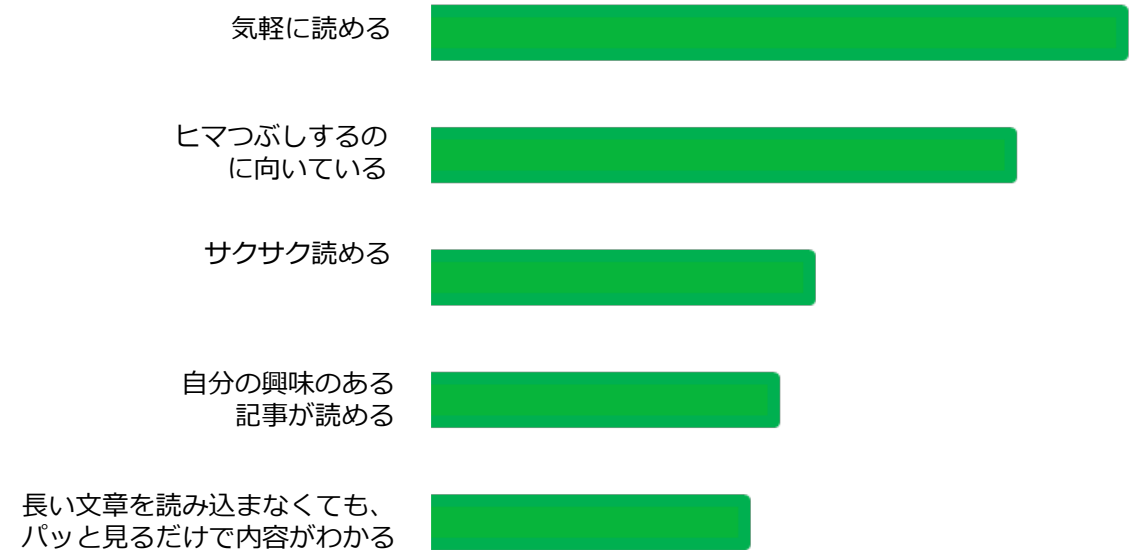
# LINE NEWS TOPのユーザーの利用シーンとイメージ

仕事や学校のお昼休みや休み時間、帰宅後のリラックスタイムに多く利用されています。  
気軽に読めることや、スキマ時間に使いやすいことが評価されており、ユーザーが身構えることなく記事や広告に接触している傾向にあります。

## 利用シーン



## イメージ



※データ出典：スマートアンサー調査  
(2021年10月実施/全国15~59歳の男女を対象 サンプル数498)

# LINE NEWS TOPのユーザーの購買行動

NEWS面ユーザーの商品カテゴリ別の購買実態を見てみると、調査した17カテゴリのすべてでNEWS面ユーザーは「普段買う/お金を支払うことがある」率がスマホユーザー平均に比べて高い傾向にあります。

## LINE NEWS TOPのユーザーが「普段買う/お金を支払うことがある」率がスマホユーザー平均の何倍か

ブランド品 (バッグ/腕時計/ジュエリー等)	2.2倍	日用品・生活雑貨・インテリア	1.5倍
化粧品・美容用品	1.7倍	音楽・映像コンテンツ (ドラマ/映画/アニメ等)	1.5倍
衣料品・ファッション・アクセサリ	1.6倍	旅行・レジャー	1.5倍
飲食店 (カフェ/居酒屋/レストラン等)	1.6倍	車・バイク・関連用品	1.5倍

※リフト率上位8カテゴリ

データ出典：スマートアンサー調査（2021年10月実施/全国15～59歳の男女を対象 サンプル数498）



# LINE NEWS TOP ADの掲載イメージ

LINE NEWSトップページの視認性の高いプレミアムな位置に掲載されます。

動画は自動再生で掲載されるため、視聴ユーザーへの広告訴求効果も高いメニューとなっています。

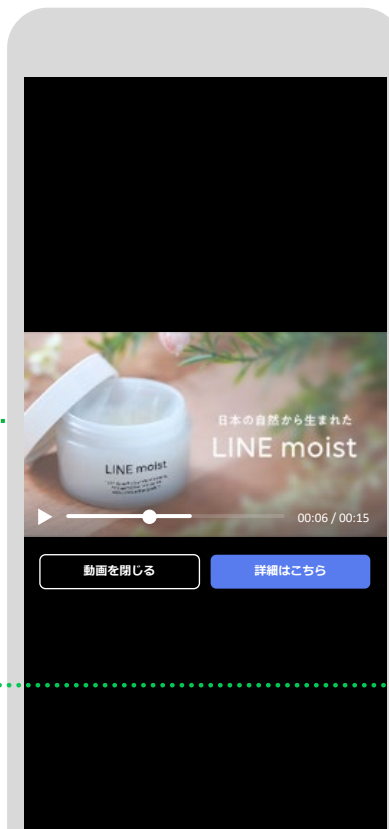
LINE NEWS TOP (静止画)



LINE NEWS TOP (動画)



フルスクリーンで動画再生



動画再生終了後



任意の遷移先



※ キャプチャ画像はイメージです。今後サービスのアップデートに伴い変更となる可能性がございますので、ご了承ください。

※ 動画再生完了後は動画の1フレーム目で停止いたします。

※ ユーザーの利用しているLINEのバージョンにより、広告配信時に表示される要素が異なる場合がございます。

※ 構成は予告なく変更になる場合や、通信障害時等、特別編成になる場合があります。またそれらに伴いページ内での掲載箇所が変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

※ 災害時はページ内の構成が特別編成になる場合があります。それに伴いページ内での掲載箇所が変更になる場合や広告掲載がなくなる場合がありますので、ご了承ください。

# 災害時や大規模な事件・事故発生時の掲載について

災害時や大規模な事件・事故発生時に国民・ユーザーに対して発信すべき情報がある場合、LINE NEWS面の構成が特別編成になり、ユーザーの皆様がいち早く情報を届けられる仕様になります。それに伴いLINE NEWS TOP ADの掲載箇所が変更になる場合や広告掲載がなくなる場合がございます。

## 災害や事件、事故のレベルと対応

レベル	対応内容	判断基準	事例	LINE NEWS TOP ADへの影響
固定バナーモード	<ul style="list-style-type: none"><li>トップニュースを中心に当該話題を積極掲載</li><li>災害時固定バナーを掲載</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>影響が中期～長期に渡ると予想されるもの</li><li>経緯を集約したページが必要な状態</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>安倍首相の銃撃事件</li><li>福島・宮城 震度6強の地震</li><li>熱海で大規模な土砂崩れ</li><li>御嶽山噴火</li><li>熊本地震</li><li>2018年7月豪雨</li><li>国政選挙</li></ul>	掲載位置を変更
広告停止モード	<ul style="list-style-type: none"><li>トップニュースを中心に当該話題を積極掲載</li><li>災害時固定バナーを掲載</li><li>広告枠を非表示にする</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>影響が非常に大きく、自粛行動などが行われると予想されるもの</li><li>事象の最中に激甚災害にあたと判断できる状態</li><li>死者数が1000名以上を超えると予想される規模</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>東日本大震災</li><li>昭和天皇崩御</li><li>阪神淡路大震災</li></ul>	広告掲載の非表示

※固定バナーモードの際、掲載位置がファーストビューから外れる可能性があります。

■ **広告停止モード時の掲載料金について**：掲載時間に関わらず、請求対象外とします。

# 災害時や大規模な事件・事故発生時の掲載イメージ

通常時



固定バナーモード



広告停止モード

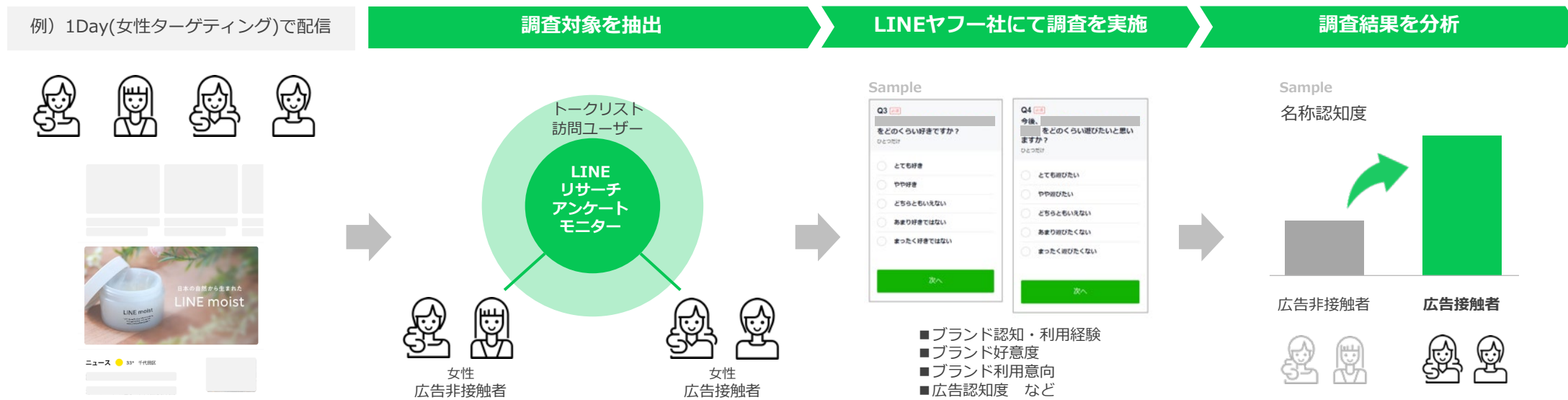


# 商品スペック

商品詳細	1day (ALL)	1day (Half)	1day (Lite)	1day (女性ターゲティング)	1day (男性ターゲティング)
ターゲティング	オールリーチ（ノンターゲティング）			女性のみ	男性のみ
配信面	LINE NEWS TOPタブ上部				
フリークエンシー	2回				
想定Imp数	約2,000万 Imp	約1,000万 Imp	約400万 Imp	約1,350万 Imp	約600万 Imp
掲載期間	1日（11:00～翌日10:59） ※土日・祝日配信可 ※二日間連続して同一クリエイティブでの掲載は不可とさせていただきます。				
クリエイティブ本数	1つ				
クリエイティブFMT	静止画 または 静止画+動画				
設定可能なLP数	iOS/Android 各OS 1つまで指定可				
ブランドリフト調査	可（無償提供）				
レポート	LINE広告 管理画面から閲覧可				
商品金額（グロス*税別）	1,800万円	900万円	500万円	1,500万円	650万円
備考	本商品はImp数を保証する商品ではございません。 案件業種/商材により20代以上への配信対応をさせていただく場合がございます				

# 調査 + クリエイティブレポート

該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し調査することで、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことができます。



## 【ブランドリフトサーベイ詳細】

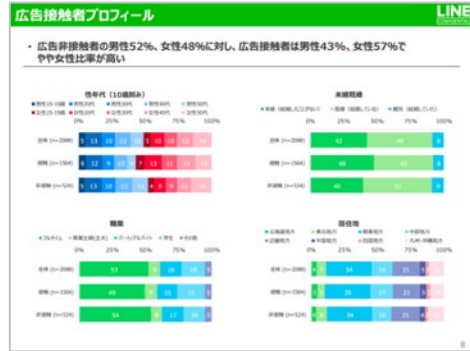
商品説明	該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、調査を実施
配信仕様	広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を行い、広告効果を測定
メリット	ユーザーの反応を知ること、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことが可能

# ブランドリフト調査について

調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果及び、各調査設問における性年代別のリフト効果などをお渡しします。調査結果とあわせて、クリエイティブプランニングチームがLINEリサーチの結果や動画の視聴傾向などの定量データをもとにクリエイティブの分析・考察レポートを提供します。

## ブランドリフトサーベイ調査サンプル

### 広告接触者プロフィール



### 広告の認知状況



### ブランドリフト効果



## クリエイティブレポートサンプル



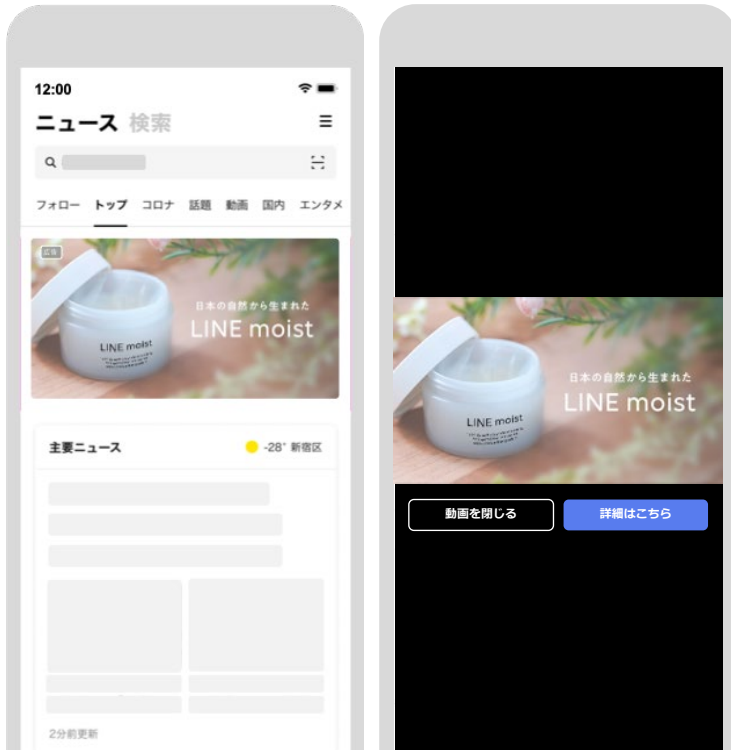
※クリエイティブレポート実施はオプションとなりますので詳しくは営業担当にお問い合わせください

# ブランドリフト商品概要

対象メニュー	1day (ALL)	1day (Half)	1day (1枠-女性ターゲティング)	1day (1枠-男性ターゲティング)	1day (Lite)
商品金額	無償				
調査項目	5問まで無料 【必須4問固定 (広告認知度・ブランド認知度・好意度/興味度・利用意向) + 選択設問1問】 * 6問目以降、追加1設問につきネット10万円 (税別)				
年代	10代刻み (10代、20代、30代、40代、50代～)				15歳刻み (15～24歳、25～39歳、40歳以上)
サンプル数	広告接触者1500s、非接触者500s (計2000s)				広告接触者750s、非接触者 250s (計1000s)

# 入稿素材

- ①クリエイティブ素材 (静止画のみ or 静止画+動画)
- ②アクションバーテキスト(動画での実施時のみ) ③遷移先URL の3点をご用意ください。



①クリエイティブ素材	Imageファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量		
		PNG または JPEG	W 1200px × H 628px ※但し静止画+動画 FMTで配信する場合に使用する静止画は W 1280px × H 720px	5MB以下		
②アクションバーテキスト	Videoファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量	秒数	
		mp4 (H.264を推奨) 1秒あたりのフレーム数は最大30fpsを推奨	W 1280px × H 720px (16 : 9)	1,000MB以下	最低5秒~最大60秒 (推奨は15秒程度)	
③遷移先URL	7文字以内 (全角,半角,英数字,スペース問わず) 改行不可 ※特殊文字や環境依存文字は使用できません。					
		外部ブラウザにて展開されます。 ディープリンクについては、動作保証をしておりません。 アプリ用の計測用URLについては、一部対応しておりません。				

※各楽曲管理団体登録の楽曲や、レコード、CD等をVideo内で使用する場合、権利者に対する利用費等は広告主様負担となります。  
※Videoファイルは、スペックや回線速度に応じた最適な品質で配信されます。



# 配信面UI

動画内の字幕やタレントの顔などが固定表示要素と重ならないよう留意しクリエイティブを作成いただくことを推奨します。

LINE NEWS TOP (静止画)



LINE NEWS TOP (動画)



フルスクリーンで動画再生



動画再生終了後



※クリエイティブ内の要素は端末により変動します。固定表示要素ぎりぎりの位置に字幕やタレントの顔を配置することは推奨しておりません。  
※広告マークの位置はユーザーのLINEバージョン、端末サイズや設定によって異なる場合があります。表示位置を保証するものではありません。

# 表現上の注意・制限事項①

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

## ■ 広告の主体者の明示

常に広告の主体を明示し、画像の場合は視認可能な大きさで表示してください。また、広告主様が権利を保有しない素材を利用する場合は、必ず権利者名を明記し、当該権利者との関係性を明確にしてください。

広告主様と他企業との共同企画を訴求する場合においては、広告の責任所在が広告主様にあることが明確に伝わるようにしてください。

NG例)

タレントの顔のみのイメージ



OK例)

企業名+サービス内容が認識できる要素を配置



## ■ 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

掲載業界の自主基準や公正競争規約がある場合は、その基準、規約に従った表現、表記を行ってください。

## ■ リンク先の制限

アカウントやクリエイティブと直接関係のないページへリンクすることはできません。ユーザーから見て不自然でない内容であることが求められます。

## ■ 第三者が権利を有するものを利用した表現

著名人の氏名、画像、またテレビ番組名や番組画像を始めとする著作権、商標権、特許権等の知的財産権、名誉権、プライバシー権、肖像権、パブリシティ権等法令上または契約上の権利を侵害するものは広告に使用することはできません。

## ■ 不当表示に該当する可能性がある表現

紹介する商品サービスの内容や品質等が実際のものより良いと誤認させる「優良誤認表示」や、商品サービスの価格等の取引条件が実際よりも有利であると誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現は掲載できません。また、「世界初」「業界ナンバー1」等の最大級表現を使用される場合は、遷移先及びクリエイティブ内にデータの出典元調査機関名および調査年が明記され、正確な引用であることが条件となります。

## ■ 会員登録等による個人情報の取り扱いに関する表現

広告主様のサイトへ遷移させサービスや商品への登録を促す内容を訴求する場合、遷移先がLINEと無関係である旨が視覚的にわかるようご配慮ください。なお、ユーザーの個人情報を取得する場合、遷移先での情報の取り扱いが個人情報保護法に準拠していることを前提とします。

また、過度もしくは露骨な会員登録訴求は、ユーザー利益保護の観点からご遠慮いただいております。

## ■ LINEロゴ利用ガイドラインの規定に抵触する表現・内容の配信の禁止

LINEおよびLINE関連サービスのロゴ・アイコンなどを使用する場合は「<https://line.me/ja/logo>」を遵守の上ご利用ください。

また、当社が提供・保有しているロゴやキャラクター、サービス等を用いることで、ユーザーが当社（が認定する）コンテンツと誤認または混同する可能性のある表現を禁止します。

特にLINEキャラクターは当社ならびに関連会社が権利を保有しておりますので、各クリエイティブ内での利用を原則禁止します。

NG例) ロゴガイドライン違反 / キャラクター無断使用

NG例) LINEトーク画面UIを模したデザイン

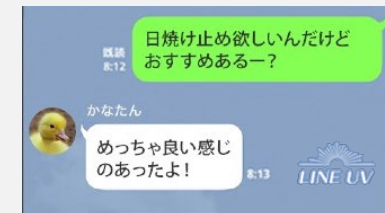
NG例)

ロゴガイドライン違反 / キャラクター無断使用



NG例)

LINEトーク画面UIを模したデザイン



# 表現上の注意・制限事項②

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

## ■ 「友だち」の表記

LINE公式アカウントとユーザーが繋がっていることを「友だち」と呼びます。その為、遷移先及びクリエイティブにおいても、LINE公式アカウントとユーザーが繋がることを意味した表記を行う場合は「友だち」と表記してください。

## ■ スマートフォンで操作閲覧できないページへの遷移の禁止

スマートフォン（iOS、Android）の標準ブラウザで操作閲覧できないページへのリンクは禁止します。必ずリンク先のページがスマートフォンで正常に動作することをご確認ください。また文字が小さく見づらい、字や画像が画面から見切れているページも掲載できません。

## ■ 投機心や射幸心を煽る可能性のある表現

通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は禁止します。

確実に大金が手に入る、絶対に稼げるなどの表現は投機心、射幸心をあおりユーザーを惑わせる可能性があるため掲載できません。

## ■ ユーザビリティが低いと判断される表現・広告の禁止

作成中など正常に表示できないものや、誤操作を誘発する可能性があるもの等ユーザーの意に反する広告は掲載できません。

また、ランディングページには、訴求商品／サービスについてユーザーにとって有益な情報を提供できていることが必要です。情報量が極端に乏しいものや、遷移先との情報が異なるもの、ユーザーにとってわかりにくい表現、別ページへ遷移させることを主目的としているもの等は広告として認められません。

## ■ ユーザーが不快と感じる可能性がある表現の禁止

人体のコンプレックス部分の露骨表現や、過度な肌露出、性に関する表現が露骨なものは禁止します。

また、暴力、反社会勢力を連想させる表現やグロテスクな表現等もユーザーが不快と感じる可能性があるため掲載できません。

音が不自然に途切れたり、その他ユーザーに不快感・嫌悪感を与える恐れのある音声も使用できません。

## ■ ダブルスポンサーの広告の禁止

当社が認める場合を除き、広告の再販を禁止します。また、関係のない第三者の情報を発信することもユーザー利益保護の観点から基本的に禁止しています。

複数の企業による広告の掲載については、以下を満たす場合のみ掲載を認めています。

- 1、複数企業の主従関係が明確であり、ユーザーが混乱誤認しない内容であること
- 2、複数企業で広告展開することの必然性が明確であり、ユーザーが混乱誤認しない内容であること

## ■ 不適切な広告の禁止

性行為やわいせつな行為を目的とするもの、面識のない第三者との出会いや交際を目的とする広告は禁止します。

その他、当社が不適切と判断した広告は配信できません。

# 表現上の注意・制限事項③

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

## ■ App StoreやGoogle Playボタンの表示

画像内にApp StoreやGoogle Playのダウンロードボタンの表示は禁止いたします。  
なお、動画内で短時間での表示であれば可能です。



## ■ 時間表記について

掲載期間は11:00 ~ 10:59と2日間掲載される商品です。  
そのため「本日」や「今夜」などといった当日限定となる表記は禁止いたします。

## ■ ループ、スライドショー形式の動画の禁止

複数の動画を繋げたもの、また複数商材の訴求を行う動画は不可とします。また静止画素材を組み合わせたスライドショー形式の素材はクオリティ観点から禁止いたします。

## ■ 企業や商材・サービスが不明瞭な静止画や動画

静止画内には必ず企業ロゴ、もしくはサービスが認識できる要素を配置し、サービス誤認がないようご注意ください。

## ■ クリエイティブのクオリティについて

掲載枠のクオリティを一定に保つため、クリエイティブの質が基準を満たさないと当社が判断した場合、修正をご相談させていただく場合がございます。

## ■ ユーザーに誤解を与えるような表現の禁止

- 1) LINEのコンテンツを模倣していると思われる表現はユーザーを混乱させ誤動作を発生させる可能性があるため掲載できません。
- 2) 「NEWS」「速報」「お知らせ」などの表現はLINE NEWSの記事やコンテンツであるかのような誤解を与え、意図しないクリックを発生させる可能性があるため掲載できません。



## ■ 過度な数字訴求の禁止

割引率やポイント倍率など過度な数値訴求は不可とします。

## ■ 対象ユーザーを限定する表現について

幅広いユーザーにご利用いただいているメディアのため、「〇代限定」など対象ユーザーを限定する表現は不可とします。

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合もございますのであらかじめご了承ください

# 掲載までのフロー

LINEヤフー 対応項目

代理店/広告主 対応項目

ステップ		概要	締切	ツール
企業・商材審査		出稿を検討している企業・商材についてLBPMシステムの新規案件作成フォームから作成してください。案件作成後、審査を行い、可否をLBPMのシステム上からご連絡を差し上げます。		LBPM
仮押さえ		企業・商材審査が通過した案件については出稿希望日の仮押さえが可能です。 (仮押さえに関するルールはP27をご参照ください。)		
事前原稿審査 (推奨)		仮押さえ後、出稿を検討している原稿について審査を行い、掲載可否のご連絡を差し上げます。必須ではありませんが、強い推奨とさせていただきます。 <b>8営業日前の17:00以降は本入稿をお願いします。</b>	掲載開始日から 8営業日前17:00まで	
2回目以降 (推奨)	アカウント指定	同一企業・商流の場合に限り、新たにアカウントを作成するのではなく、前回配信したアカウントの配下で配信することが可能です。	掲載開始日から 5営業日前12:00まで	
	アカウント審査	アカウント指定で指定いただいたアカウントの企業・商流情報が一致しているか確認を行います。一致していない場合は、新規でアカウント作成となります。		
発注		LBPMの発注フォームから発注をお願いします。	掲載開始日から 6営業日前17:00まで	
発注受領		発注内容に問題がない場合、発注受領のご連絡をLBPMのシステム上から差し上げます。		
原稿入稿		発注受領が完了したのちに、本入稿が可能になります。原稿審査が否認の場合、掲載が遅れる、または掲載をお断りする場合がございます。	掲載開始日から 5営業日前17:00まで	
原稿審査		入稿いただいた原稿の確認を行います。ガイドラインに接触する場合は、LBPMのシステム上からご連絡します。		
配信設定		新規で広告アカウントを作成し、配信設定を行います。 <b>※アカウント指定をした場合には、指定のアカウントにて配信設定を行います。</b>		
権限付与		入稿時に指定したメールアドレスにアカウント権限を付与します。権限付与後、システムから招待メールが届きますのでご確認をお願いします。 <b>※初回配信時と同一のメールアドレスの場合は、権限付与済みとなりますが再度招待メールが届きます。</b>		(LINE広告管理画面)
入稿受領		配信設定が完了したのちに、LBPMから入稿受領のご連絡をさしあげます。		LBPM
配信開始/終了		配信日時より掲載開始致します。		LINE AD Manager
レポート表示		配信終了の4時間後 (目安) に管理画面上に配信結果のレポートが表示されます。 <b>サーベイレポートは配信終了の翌営業日からカウントして20営業日後にLBPM上に納品いたします。</b>		(LINE広告管理画面)

# LBPMの仮押さえのルールについて



## 仮押さえについて

### 回数

枠を変更するしないにかかわらず、**最大2回** (= 1案件につき延長1回)

### 有効期間

**仮押さえご依頼日の翌営業日から5営業日後の17時まで**

ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。

※仮押さえ枠の自動開放は、発注期日の17時ちょうどに実行されますので、ご発注はお早めをお願いいたします

※やむを得ず自動開放までに発注が間に合わない場合は、必ず【**発注期日の1営業日前17時まで**】にご相談ください。理由を加味した上で、調整可能か判断をさせていただきます。

### 可能枠数

**1案件 (サービス/ブランド) につき1枠分**まで

### 延長 (2営業日)

同枠でのキャンセル待ちがない場合のみ可能。自動延長。(最大1回まで)

※発注期日を過ぎた仮押さえ枠は対象外です

## 再仮押さえ可能日について

**最後に期限が切れた日** (その場合、仮押さえ可能回数はリセットされます)

※発注期日を過ぎた案件の再仮押さえは出来ません

## 注意事項

- ・仮押さえするには、企業商材可否を通過していることが条件です。
- ・二日間連続で仮押さえをすることは可能ですが、連続して掲載する場合は同一のクリエイティブの利用はできませんので、ご注意ください。

# 提供可能枠数について

1Day (ALL)・1Day (男性/女性ターゲティング) の場合4枠を使う形となり、配信は1日1社となります。

1Day (Lite) のみの場合、1日最大4社まで配信できます。

カテゴリ	掲載に必要な枠数	枠数	パターン1	パターン2	パターン3	パターン4	パターン5
ALL	4枠	1枠	1Day ALL	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day Half	1Day Half	1Day Lite
男女ターゲ	4枠	2枠			1Day Lite	1Day Lite	
Half	2枠	3枠			1Day Half	1Day Lite	
Lite	1枠	4枠			1Day Lite	1Day Lite	

【空き4枠】の日程は1Day (ALL) or 1Day ALL 性別ターゲティング or 1Day (Half) or 1day (Lite) の仮押さえが可能。

【空き2枠】の日程は1Day Half or 1Day Liteの仮押さえが可能。（1Day ALLは不可）

※ 空き枠がある場合、キャンセル待ちはできません

# キャンセル待ちのルールについて

## ■ 仮押さえで「1Day Half-A」が入っている場合

枠状況	
1枠	1Day Half-A (仮押さえ)
2枠	
3枠	1Day Half-B (仮押さえ)
4枠	
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day ALL-A
キャンセル待ち③	1Day Lite-A

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」がキャンセルになった場合

枠状況	
1・2枠	1Day Half-B (仮押さえ)
3・4枠	1Day Half-C (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day ALL-A
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」が発注になった場合

枠状況	
1枠・2枠	1Day Half-A (発注)
3枠・4枠	1Day Half-B (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

枠の都合上、1Day ALLで発注することが不可能になるため

**キャンセル待ち①の「1Day ALL-A」は自動でキャンセル待ちが解除されます。**



# LBPM上で選択する「申込商品」について

「申込商品」は「LINE NEWS TOP AD」を選択してください。

## 案件新規作成

グループ \*

LINE > Display Planning

申込商品 \*

商品名を入力

広告主企業名 \*

選択

申込商品のプルダウンから選択が可能です。

「LINE NEWS TOP AD」を選択

# 2回目以降の実施時にアカウントを指定する場合（任意項目）

同一商材、同一商流で2回目以降のご掲載時は、

初回実施時のLINE NEWS TOP ADで利用したアカウントと同一のアカウントにて配信することが可能です。

フロー	対応社	ツール	内容	締切
LINE NEWS TOP AD アカウント指定	代理店/広告主	LINE Biz-Process Manager (LBPM)	同一企業・商流である場合に限り、任意で過去配信に使用したLINE NEWS TOP AD配信用のアカウントを指定して配信することが可能です。	掲載開始日から 5営業日前12:00まで
アカウント審査	LINEヤフー社		「アカウント指定」で指定いただいたアカウントの企業・商流情報が一致しているか確認を行います。 一致していない場合は、新規でアカウント作成となりますのでお間違えのないようご注意ください。	

## 同一アカウントを指定することによるメリット

過去のキャンペーンと実績を同一アカウントで比較することができる



CPN1：商品XXX 夏のキャンペーン  
CPN2：商品XXX 冬のキャンペーン

過去アカウントで発行したタグをそのまま利用することができる



既に過去に設置したCV Tagで計測ができるため  
事前準備に時間がかからない

※ LINE NEWS TOP ADの配信用に発行したアカウントでは、通常のLINE広告の配信ではご利用いただけません。

※ 「LINE NEWS TOP AD アカウント指定」で指定できるアカウントは、LINE NEWS TOP AD 配信用として発行したアカウントのみです。

**「通常のLINE広告アカウント」は指定できません。**

※ アカウントを指定する場合の期日は「掲載開始日から5営業日前 12:00まで」となります。それ以降、アカウントの指定はできませんのでご注意ください。

# アカウントを指定する場合の広告主企業・商流について

アカウントを指定する場合、「**広告主企業**」「**発注企業**」「**代理店**」が一致している必要があります。

初回配信

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社



2回目  
以降の配信

## アカウント指定可能

### ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社

「広告主企業」「発注企業」「代理店」  
全て一致しているため指定可

## アカウント指定不可

### ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINE エージェンシー株式会社
代理店	-

「発注企業」が不一致

### ケース②

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	株式会社 LINE広告代理店

「代理店」が不一致

### ケース③

項目	会社名
広告主企業	LINEフード株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	LINEエージェンシー株式会社

「広告主企業」が不一致

# キャンセル規定について

「日程変更」もしくは「掲載中止」の場合、キャンセル費は「LINEヤフー社への申し込み金額の100%」となります。

	発注済 受領前	発注済 受領後
発注期日前	キャンセル費対象外	<b>キャンセル費対象</b>
発注期日後	<b>キャンセル費対象</b>	<b>キャンセル費対象</b>

# 免責事項

免責事項につきまして、以下をご確認ください。

1. 当社は、
  - (a)入稿素材及び誘導先
  - (b)入稿素材及び誘導先に関して当社の利用者を含む第三者が行う一切の行為
  - (c)提案書 又は広告の配信に際して当社からお客様への一切の提供物及び貸与物（当社からお客様に提供したアドバイス、提案、予測、その他の一切の情報を含みます。）及びこれらを利用した結果
  - (d)品質及びターゲティング機能の精度について何ら保証するものではなく、一切の責任を負わないものとします。
2. 利用者の設定やアプリケーションのバージョン、その他の設定や環境によっては、広告配信システムが正常に起動していたとしても、広告の内容が正しく表示されない、又はクリックしても誘導先に誘導できない場合があります。この場合も、当社は一切責任を負わないものとします。
3. お客様による設定の誤りによって生じた損害に対し、当社は一切責任を負わないものとします。
4. 為替換算が発生する場合、為替レートは、当社所定のレートを任意のタイミングで適用することとします。  
お客様は当該為替換算に異議を述べないものとし、これによりお客様に損害又は不利益が生じた場合であっても、当社は一切責任を負わないものとします。
5. 弊社都合で、希望開始日に掲載ができなかった場合、開始日を延期させて頂く可能性がございます。
6. 配信期間中に弊社側で問題が発生し、中断をせざるを得ない場合、料金は頂かず配信をそのタイミングで終了するか、延期させて頂きます。
7. 弊社都合で広告配信ができなかった場合、弊社からの補償内容は広告金額実費を上限といたします。また、間接的な損失、逸失利益などについては一切の責任を負わないものとします。
8. リーチ/impを保証するメニューではありません。想定量を下回った場合でも補填は行いません。
9. 審査が通らず入稿が遅れた場合、配信をお断り、もしくは開始を延期させて頂きます。
10. 申込はLBPM上での決定優先となります。発注後の配信日の変更やキャンセルは原則お受けできません。
11. お申し込み・枠の確定（弊社による受領）後、または受領前であっても発注期日後の場合、キャンセルや開始日等の内容変更には、お申し込みいただいたプランのグロス金額100%のキャンセル費が発生いたします。
12. 配信開始/終了時間は多少前後致しますのでご了承ください。
13. 災害時や大規模な事件・事故発生時にLINEのユーザーに対して発信すべき情報があると当社が判断した場合、LINE NEWS TOP ADの配信枠を削除し、災害に関する情報を配信します。  
この場合、LINE NEWS TOP ADの掲載は停止されます。

# FAQ (1/2)

LINE NEWS TOP ADについてよくあるご質問

**Q** 動画タイプは自動再生ですか。

**A** ユーザーの環境設定に依存します。デフォルトは自動再生となります。

---

**Q** お申し込み後に開始日は変更できますか。

**A** 枠の確定（弊社による受領）後、または受領前であっても発注期日後の場合、キャンセルと開始日の内容変更には、お申し込みいただいたプランの金額100%のキャンセル費が発生いたします。

---

**Q** 自動再生の仕様だが、impressionとVideo Startのボリュームが異なるのはなぜですか？

**A** ユーザー設定で動画再生をWi-fi接続時のみと設定しているユーザーや、静止画が表示されている間に表示領域が50%以下までスクロールした場合などImpressionとVideo Startのボリュームが異なる場合がございます。

---

# FAQ (2/2)

## LINE NEWS TOP ADについてよくあるご質問

### Q 土日・祝日の配信は可能ですか？

A 土日・祝日の配信も可能です。

---

### Q LINE Tagの利用は可能ですか？

A アカウント作成後、管理画面よりLINE Tagを発行いただきご利用することは可能です。  
ただし初回配信時はアカウント作成から配信日までの期間が短いため、タグ設置が間に合う場合にのみご利用ください。

---

### Q LINE NEWS TOP ADの配信データを活用してLINE内の他のメニューでの配信は可能ですか？

A 可能です。ビジネスマネージャーでの対応となります。  
ビジネスマネージャーに関する詳細は別途リリースしている概要資料をご参照ください。  
お手元がない場合は弊社営業担当までお問い合わせください。

---

# お申し込み・お問い合わせ

お申し込み・お問い合わせにつきまして、以下をご確認の上、ご連絡ください。  
ご不明点等ございましたら、営業担当までお問い合わせください。

## お申し込み/お問い合わせ先

- 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願い申し上げます。
  - ・ LINE 法人向けサービス 基本約款  
[https://terms2.line.me/basic\\_terms\\_and\\_conditions\\_of\\_line\\_services\\_for\\_business\\_partner?lang=ja](https://terms2.line.me/basic_terms_and_conditions_of_line_services_for_business_partner?lang=ja)
  - ・ LINE NEWS TOP AD利用規約  
[https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/line-ads/TermsAndPolicies\\_line-ads-NEWSBrandAD.pdf](https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/line-ads/TermsAndPolicies_line-ads-NEWSBrandAD.pdf)
- 各種お問い合わせは弊社営業担当までお問い合わせください。
- LBPMに関するお問い合わせは下記メールアドレスまでお問い合わせください。  
LBPM問合せ用 : [lbpm\\_inquiry@linecorp.com](mailto:lbpm_inquiry@linecorp.com)





# LINEで応募



# LINEで応募

## LINEを活用した販促ソリューションをパッケージ化

ブランド認知促進



LINE  
オープンキャンペーン  
(アンケート型)

景品として活用



LINEポイント  
インセンティブ

購入促進



クローズド  
キャンペーン ※

認知拡大



オープン  
キャンペーン ※

商品トライアル施策



サンプリング ※

※詳細メニューについてはLINEテクノロジーパートナーにお問い合わせください

# LINEオープンキャンペーン (アンケート型)

※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性がございます。あらかじめご了承ください。

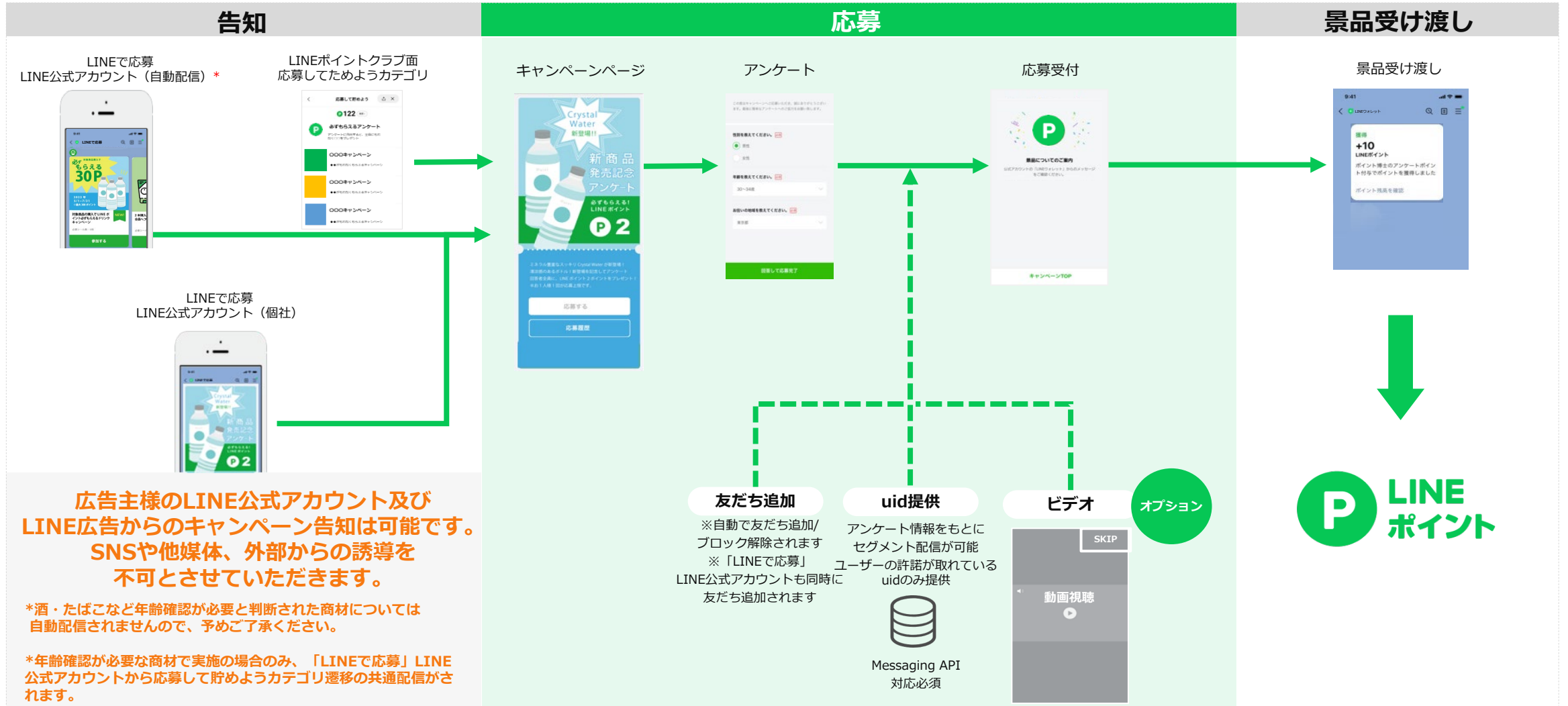
# LINEオープンキャンペーン（アンケート型とは）

LINEユーザーに向けたアンケートに回答することで、回答者全員がLINEポイントをもらえるメニューです。大量リーチによる商品やブランドの認知拡大が可能になります。また、アンケート回答時に友だち追加されるため、効率的な友だち獲得を見込めます。

※本サービスはLINE公式アカウントかつLINEのMessaging APIに対応しているアカウントのみ、ご利用いただけます。また認証プロバイダーであることが必須となります。



# 実施フロー



# レポート

下記の内容について、LINE Sales Promotion Manager管理画面上から確認することができます。

## ■ サマリーレポート

- ページビュー（全期間/日別）
- 応募件数（全期間/日別）

## ■ 詳細レポート

### ➤ ページビュー（全期間/日別）

- 計測パラメータ（utm source/medium）
- ページビュー数

### ➤ 応募件数（全期間/日別）

- 計測パラメータ（utm source/medium）
- 応募件数

### ➤ 景品（全期間/日別）

- インセンティブグループID
- インセンティブ名
- インセンティブ数

### ➤ 付与（全期間/日別）

- インセンティブグループID
- インセンティブ名
- インセンティブ付与数

### ➤ 友だち追加件数（全期間）

- ベーシックID
- ステータス（新規/ブロック解除/既存）

### ➤ アトリビュート（全期間/日別）

- 性年代
- 都道府県

※%表示になります。

※レポートの詳細につきましては弊社営業担当にご相談ください。

※LINE Official Account Managerの集計実績とは算出方法が異なるため、友だち追加数が一致しない場合がございます。

# uid提供

下記の内容について、LINE Sales Promotion Manager管理画面上から確認することができます。

## 提供項目の定義

### ダウンロードした応募者リストの項目解説

Action:応募

番号~	内容
campaignId	キャンペーンID
incentiveGroupId	応募したインセンティブグループのID
action Type	アクションの種類。entry=応募
requestId	応募ごとに一意のID
selectedIncentiveIds	複数のインセンティブに応募できる場合、選んだすべてのインセンティブID
incentiveid	獲得したインセンティブのID
incentiveContents	付与されるインセンティブの内容
enteredAt	応募した日時
userId	キャンペーンに紐づくChannelのUserID
a1~a10	アンケートの回答

※詳細につきましては弊社営業担当にご相談ください。  
※ユーザーの許諾が取れているuidのみ提供となります。

# アンケート

キャンペーン応募時にアンケートが差し込まれます。(全項目回答必須)

キャンペーン  
応募時

アンケートの設問数は4～8問の間で自由に設定することができます\* (3問は固定)

※上記設問数の範囲内であれば、設問数による価格の変更はございません。

固定設問 3問 (変更不可)

■性別	■地域	
0: 男性	0: 北海道	24: 滋賀県
1: 女性	1: 青森県	25: 京都府
2: その他	2: 岩手県	26: 大阪府
3: 回答しない	3: 宮城県	27: 兵庫県
	4: 秋田県	28: 奈良県
	5: 山形県	29: 和歌山県
	6: 福島県	30: 鳥取県
	7: 茨城県	31: 島根県
	8: 栃木県	32: 岡山県
■年齢	9: 群馬県	33: 広島県
0: 19歳以下	10: 埼玉県	34: 山口県
1: 20～24歳	11: 千葉県	35: 徳島県
2: 25～29歳	12: 東京都	36: 香川県
3: 30～34歳	13: 神奈川県	37: 愛媛県
4: 35～39歳	14: 新潟県	38: 高知県
5: 40～44歳	15: 富山県	39: 福岡県
6: 45～49歳	16: 石川県	40: 佐賀県
7: 50歳以上	17: 福井県	41: 長崎県
	19: 長野県	43: 大分県
	20: 岐阜県	44: 宮崎県
	21: 静岡県	45: 鹿児島県
	22: 愛知県	46: 沖縄県
	23: 三重県	

自由設問 4～8問

自由設問は任意で設定可能です。  
※詳細は、入稿シートをご確認ください。  
※各文字数制限は下記となります。  
設問: 70文字以内  
回答: 20文字以内

画面イメージ

ご注意

- ※アンケート内容については、別途入稿シートに記載をお願いします。
- ※9問以上の設問数の追加は受け付けておりません。
- ※回答選択肢は15個までとさせていただきます。
- ※端末によってはデータを取得出来ない可能性があります。また、アンケートデータはローデータでの納品となります。
- ※氏名、メールアドレス、電話番号、生年月日、住所(詳細)など個人情報に該当する内容はアンケートで聞くことはできません。



# 「LINEで応募」 LINE公式アカウント メッセージ配信

「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信により、即効性の高い強力な誘導が可能です。  
キャンペーン期間中に1回の配信となります。

## 「LINEで応募」 LINE公式アカウント



総友だち数  
3,300万人  
以上  
\*2023年12月時点

## メッセージ配信



## キャンペーンLP



### ご注意

※天災地変等により、弊社の判断で配信エリアを制限させていただく場合がございますので予めご了承ください。  
※「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信は、ユーザーに届くまで若干のタイムラグが生じる可能性がある点、予めご了承ください。

# 「LINEで応募」 LINE公式アカウント メッセージ配信 詳細

「LINEで応募」  
LINE公式アカウントのメッセージ配信画面



項目	仕様
【入稿】画像	1040px*1040px PNG/JPG 1MB以下
【入稿】遷移先URL	入稿シート内のURLを使用
【入稿】メッセージタイトル	全角35文字以内 ※半角英数字 使用可
配信頻度	キャンペーン期間中に1回配信
配信OS	両OS (iOS、AOS)
配信セグメント	ノンセグメント/最大900万通配信 ※年齢制限のある商材(酒類など)は10代除外セグメントさせていただきます。 ※10代除外セグメントの場合も価格は変わりません。
配信クリエイティブフォーマット	リッチメッセージ
吹き出し数	1吹き出し
レポート	Excelファイル形式で提出 ・配信数 ・開封数 ・クリックユーザー数

※「LINEで応募」LINE公式アカウントのトーク画面内には、リッチメニューが掲載される可能性があります。  
※詳細は入稿シートをご確認ください。

# 「LINEで応募」LINE公式アカウント 配信レポート

「LINEで応募」LINE公式アカウントからの個社配信の配信レポートはLBPMからダウンロードできます。

※2023年12月配信分よりレポート提出

項目	詳細
レポート形式	Excelファイル
ダウンロード可能タイミング	配信後5日以降の火曜日～LBPMよりダウンロード可能。 レポートにダウンロード期限はありません。 代理店企業様がLBPMのアカウントの利用停止などされない限り、ダウンロード可能です。
レポート	<ul style="list-style-type: none"><li>・配信数</li><li>・開封数</li><li>・クリックユーザー数</li></ul>

※応募数などのレポートは、管理画面（LINE Sales Promotion Manager）よりご確認ください。

# 配信レポートのダウンロード方法

配信レポートは、LBPM進行フローの「レポート」プロセスよりダウンロードいただけます。

進行フロー ※年末年始やGW等の大型連休の期間は、締切日が通常とは異なる場合がございます

企業・商材審査 **承認**

確認 差戻申請

広告掲載が可能な企業・商材であるかの審査を行います。審査基準は媒体資料に記載のガイドラインをご覧ください

所要時間：  
掲載開始希望日の14~19営業日前

仮押さえ **確定**

掲載枠の仮押さえを行います。企業・商材審査を通過していることが条件です。  
仮押さえには有効期限があり、条件によっては期限を迎えた時点で発注が完了していないと仮押さえが自動解放されますので、媒体資料で仮押さえるのルールをご確認いただき、お早めの発注をお願いいたします

所要時間：  
掲載開始希望日9営業日前

発注 **発注受領**

締切：2023/10/31 17:00:00

確認

発注は、受領が行われた段階で正式に成立します。受領されると、ステータスが「発注受領」に変化します

締切：  
掲載開始希望日の9営業日前17時

入稿 **入稿完了**

締切：2023/11/01 17:00:00

確認

配信に使用する広告素材をご入稿ください。

締切：  
掲載開始日の8営業日前の17時まで

クリエイティブ審査 **未入稿**

入稿

LINEポイントの訴求があるクリエイティブについては、審査は必須となります。こちらのプロセスから審査を依頼してください。  
審査完了後に、追加審査をしたいクリエイティブが発生した場合は「差し戻し依頼」ボタンを押下し、差し戻し依頼をしてください。

締切：  
3~5営業日目安

レポート **DL可能**

ダウンロード

レポートは2023年12月配信分より提出いたします。

レポートが公開されると  
ダウンロードできるようになります。

# LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントのメッセージ送信仕様の改善

LINEヤフーでは、より快適なユーザーコミュニケーション環境を目的として、メッセージ受信環境の改善をしています。この改善は、**「LINEで応募」LINE公式アカウントも適用されております。**

2020年7月から改善の一環として、LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントから配信するメッセージに、特定のアルゴリズムでターゲティング配信をする仕様に変更となりました。

ターゲティング配信の適用により、

配信に反応する頻度が高いユーザーには、引き続きメッセージが配信されやすく、

反応していなかったユーザーには、配信されないコントロールがされます。

(このアルゴリズムは固定ではなく、効果を維持しながらユーザーが循環するように設計されているため、配信されていたユーザーに常に配信されることを保証するものではありません。)

これにより、LINEヤフー全体でのメッセージ反応率の向上と共に、従来LINEヤフーフアミリーサービスのメッセージ配信に埋もれてしまう可能性があった広告主様のLINE公式アカウントの通知や反応率向上を期待しております。あらかじめ、ご理解いただけますと幸いです。

※過去に同LINE公式アカウントから配信されたメッセージに対して反応していないユーザーには、配信されない仕様となります。

※メッセージ開封率や反応率などを元にLINE公式アカウント別に判定しており、詳細のアルゴリズムは非開示となります。

※仕様変更は、LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントのみに適用され、広告主様のLINE公式アカウントには影響ございません。

# LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントにおける月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

2023年4月からLINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントから配信するメッセージの月間送信数に制限を設けています。制限について LINEで応募ではメッセージ送信の一部外販枠の販売方法を変更しております。

## 背景

LINEをご利用いただいているユーザーについての下記調査結果に基づいた対策の一環。

- ・ 「メッセージが配信される量」について多いと感じている
- ・ 「LINEヤフーフAMILYサービスから配信されるメッセージ」について、特に多いと感じている
- ・ メッセージを受け取る量が多いユーザーほど、メッセージに対するクリック率が低い

## 施策による効果

LINE全体でのメッセージ反応率の向上および、従来LINEヤフーフAMILYサービスのメッセージ配信に埋もれてしまう可能性があった広告主様のLINE公式アカウントの通知や反応率向上。

※仕様変更は、LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントのみに適用され、広告主様のLINE公式アカウントには影響ございません。

※当制限について、他のファミリーサービスにおいてはご利用のサービスのご案内をご確認ください。

# LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントにおける月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

## 影響範囲

- LINEオープンキャンペーン（アンケート型）
- LINEオープンキャンペーンライト（アンケート型）
- LINEオープンキャンペーン（季節商品）
- パートナーパッケージ LINEで応募 メッセージ（ノンセグメント/最大900万通配信・セグメント配信・Android配信）
- 特別調整 LINEで応募 メッセージ（ノンセグメント/最大900万通配信・セグメント配信）

※ LINEポイントAD出稿キャンペーンの本メニュー利用は不可

## 内容

### 【外販枠について】

配信日時：土日祝日、年末年始を除く平日のうち

① **3, 6, 9, 12月**： **上限7枠** ※季節型キャンペーンの枠が優先のため

配信時間：空き枠の範囲内で**11時、14時、17時から選択**

※季節型キャンペーンの開始日から4営業日分は事前に優先確保

※LINEオープンキャンペーン(季節型) エントリー結果報告翌日開放枠数をご案内

② **それ以外の月**： **上限15枠** ※都度空き枠確認

配信時間：空き枠の範囲内で**11時、14時、17時から選択**

※販売枠の運用については、枠の調整など弊社都合により変更になる場合があります。

※枠上限数および空き枠数についても弊社都合により予告なく変動する可能性があります。

# LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントにおける月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

## 空き枠の枠おさえ方法、優先順位、枠の有効期間について

### ■ 枠おさえ方法について

LBPM上の枠おさえで、空いている日時を選択

### ■ 枠おさへの優先順位について

LBPM上の枠おさえで先着順

(自動解放および、季節型の空き枠が発生した場合はお知らせメールを受け取れる仕様)

### ■ 枠おさへの有効期間について

本仕様導入に伴い、販売枠の上限を設けすでに枠が埋まっている場合は枠をおさえられなくなります。

枠おさえ期間は、枠おさえ日の翌営業日から数えて5営業日後の17時 (\*)まで有効です。

※オープンキャンペーン(アンケート型)については、枠おさえ日の翌営業日から数えて**4営業日後の17時**まで有効です。

有効期間を超えた場合は原則 1 回2営業日期限が自動延長されます。

それを超えた場合、または発注締切日時になった場合、枠は自動解放されます。

\*枠おさえ時 枠の上限に達したら枠がブロックされる機能(以下、当機能)があります。

当機能を用いた枠の上限を適用し販売枠に達した場合に枠をおさえることができなくなる運用が導入されています。

これによりご希望月の枠が販売枠に達している場合、枠の確保ができない仕様となります。予めご了承ください。



# 「LINEで応募」 LINE公式アカウントの自動メッセージ配信機能

LINEで応募プラットフォームで開催されるキャンペーン開始を告知する機能。

「LINEで応募」 LINE公式アカウントからキャンペーン告知が自動配信されます。

## <自動配信タイミング>

第1、3火曜(月に2回)

## <自動配信対象>

- ・ 前回の自動配信から次の配信までの間にキャンペーンが開始された案件
- ・ 当社の審査を通過した抽選を含まないキャンペーン  
(パートナーパッケージのキャンペーンも対象)
- ・ 年齢確認なしの商材案件  
※酒類など年齢確認「あり」の商材案件は自動配信の対象となりません。

## <表示方法>

- ・ ランダムな表示順にて、カルーセルで最大8個のキャンペーンを表示
- ・ キャンペーン通知用に設定されている画像とキャンペーンタイトルを表示
- ・ 遷移先は個社キャンペーンページ

※配信内容、配信頻度などは今後当社都合により変更になる場合があります。



※告知対象となるキャンペーンには当社が定める諸条件及び審査があります。なお、本機能は広告面ではないため、掲載のお約束や配信の指定等ではできませんのでご注意ください。

※事前の予告なく、配信機能の変更および停止、配信ルールなどを変更する場合があります。

※配信画像はイメージです。デザインや表示内容が変更となる場合があります。

※「LINEで応募」LINE公式アカウントから配信していた応募して貯めようカテゴリ遷移の共通配信は終了しましたので、予めご了承ください。

※年齢確認が必要な商材で実施の場合のみ、「LINEで応募」LINE公式アカウントから応募して貯めようカテゴリ遷移の共通配信がされます。

# LINEで応募「開催中キャンペーン一覧」

LINEで応募ユーザーが、いつでも開催中キャンペーンを見つけることができます。

「LINEで応募」LINE公式アカウント  
常設リッチメニュー



開催中キャンペーン一覧



キャンペーンページ



※開催中キャンペーン一覧は、LINEヤフー社により掲載可否を決定します。掲載をお約束するものではありません。

また、リッチメニューから一覧への導線及び、一覧上のキャンペーン情報は予告なく取り下げる場合がございます。予めご了承ください。

※対象年齢が4歳以上とみなす商材（酒類、タバコ、医薬品関連、サニタリー、その他LINEヤフー社が一定のレーティングが必要とみなす商材）を対象商品に含むキャンペーンについては掲載できない場合がございます。

※開催中キャンペーン一覧への導線は常時掲載ではありません。予めご了承ください。

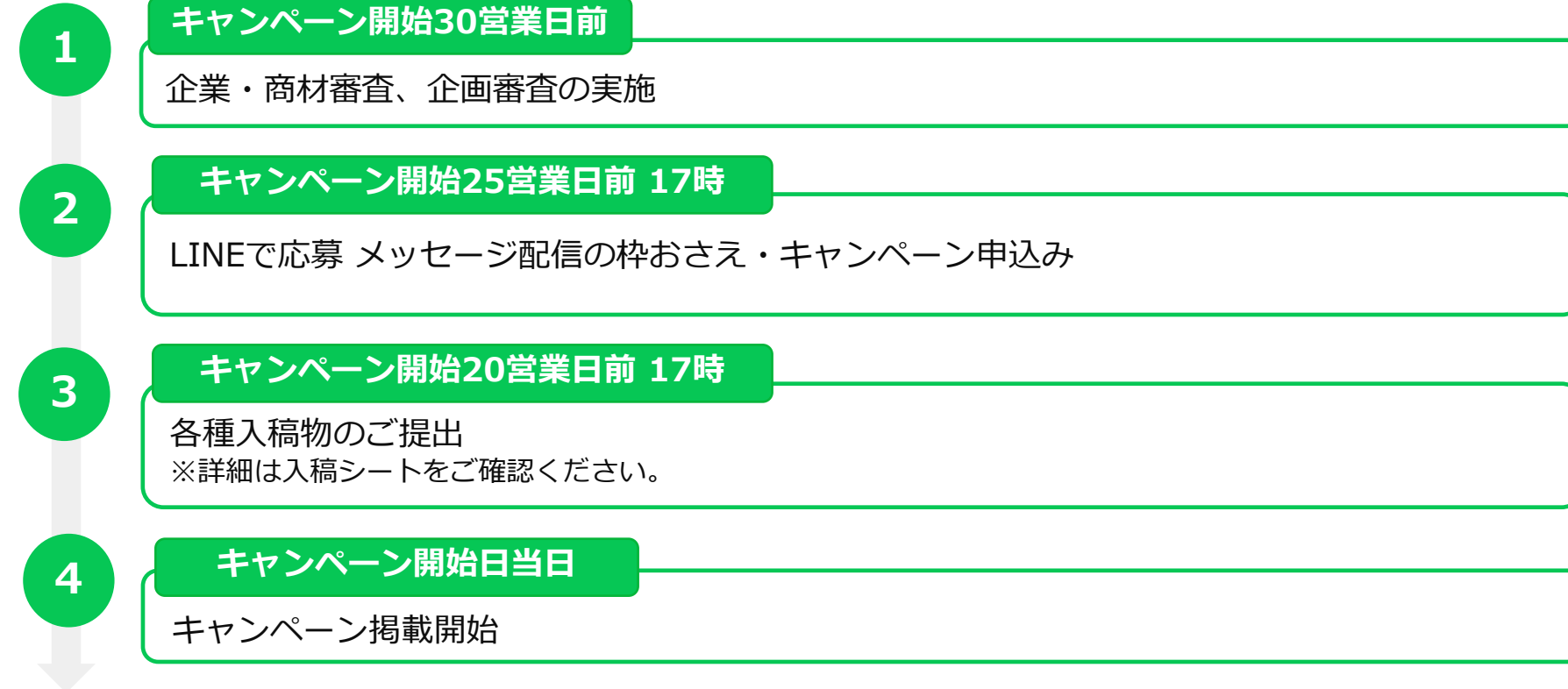
※開催中キャンペーン一覧への流入や遷移数など一切のレポートをご提供出来かねます。

※開催中のキャンペーンのみ表示されます。なお、キャンペーン期間は、一部実際のキャンペーン期間と異なる場合がございます。

※LINE Sales Promotion Managerには、開催中キャンペーン一覧から流入した場合 utm\_source= rewardweb、utm\_medium=campaignlistが該当します。

# 実施の流れ（キャンペーン全体）

LINEオープンキャンペーン（アンケート型）の実施までの流れは下記の通りです。LBPM上より申請ください。



キャンセル  
規定

## <キャンペーン費>

・発注受領後の、また受領前でも発注期日（キャンペーン開始25営業日前）を過ぎてのキャンセルの場合は、最低発注金額1800万円をキャンセル費として請求いたします。詳細はP.451をご確認ください。

## <期間延期について>

・掲載延期の場合は、正規金額にて再度ご発注いただきます。

※キャンペーン開始前の遷移図の事前提供は終了いたしました。何卒ご了承ください。

# 企業・商材審査/企画審査

要開始  
30営業日前  
審査

LBPMより企業・商材審査/企画審査の申請をお願いします

- 案件新規作成をしていただくと、企業・商材審査申請されます。必須項目をご記入のうえ申請をお願いします
- 企業・商材審査の承認後、企画審査の申請に進むことができます。

案件新規作成

グループ \*

申込商品 \*

商品名を入力

広告主企業名 \*

国内法人：法人登録されている正式名称でご登録ください。  
海外法人：DUNSに登録されている企業名を正式名称でご登録ください。  
※正式名称と異なる場合、差し戻しとなる可能性があります。

選択

広告主企業住所 \*

商材名 \*

Sample

広告主企業URL \*

商材URL \*

参考資料

ファイルを指定

案件名 \*

一次代理店名

代理店の場合は自社名を入力してください

選択

一次代理店住所

申込商品は「オープンキャンペーン（アンケート型）」を選択してください。

案件名につきましては、ご自由なテキストをご入力ください。

※画像はイメージです。 別途、最新のLBPMをご確認ください。

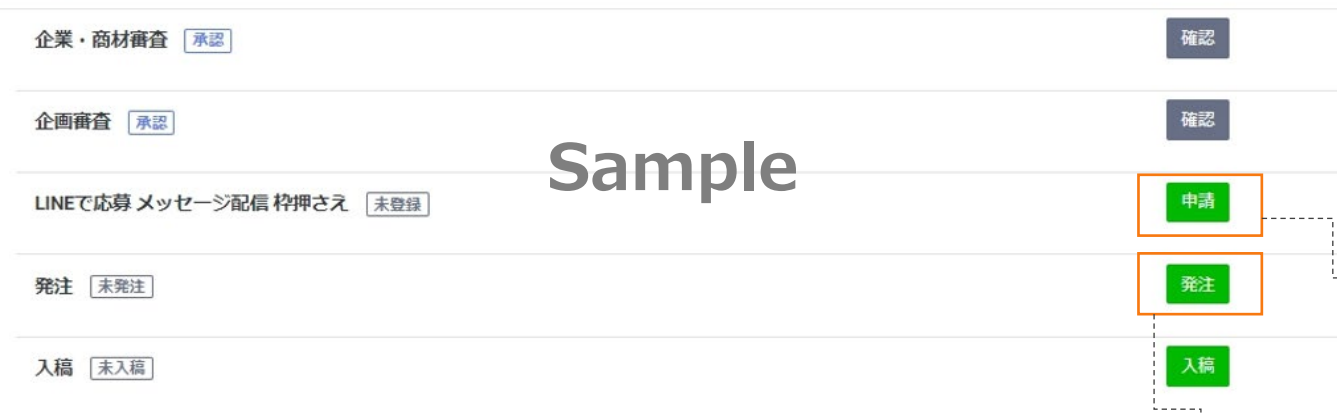
要開始  
25営業日前17時  
発注

# LINEで応募 メッセージ配信枠おさえ/申込み

「LINEで応募」LINE公式アカウントのメッセージ配信枠をおさえて、申込みをお願いします。

- 企画審査の承認後にLBPMより申請をお願いします
- メッセージ配信の枠おさえ完了後、申込み申請することができます

進行フロー



メッセージ配信枠をこちらよりおさえてください。

枠おさえ後、お申込みください。

※画像はイメージです。別途、最新のLBPMをご確認ください。

## ご注意

※枠を仮押さえいただいた翌4営業日後の17時までに発注されない場合は、枠が自動開放されます。  
ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。  
※事業環境によりLINEアプリのサービス内容・機能が変更になる可能性があります。

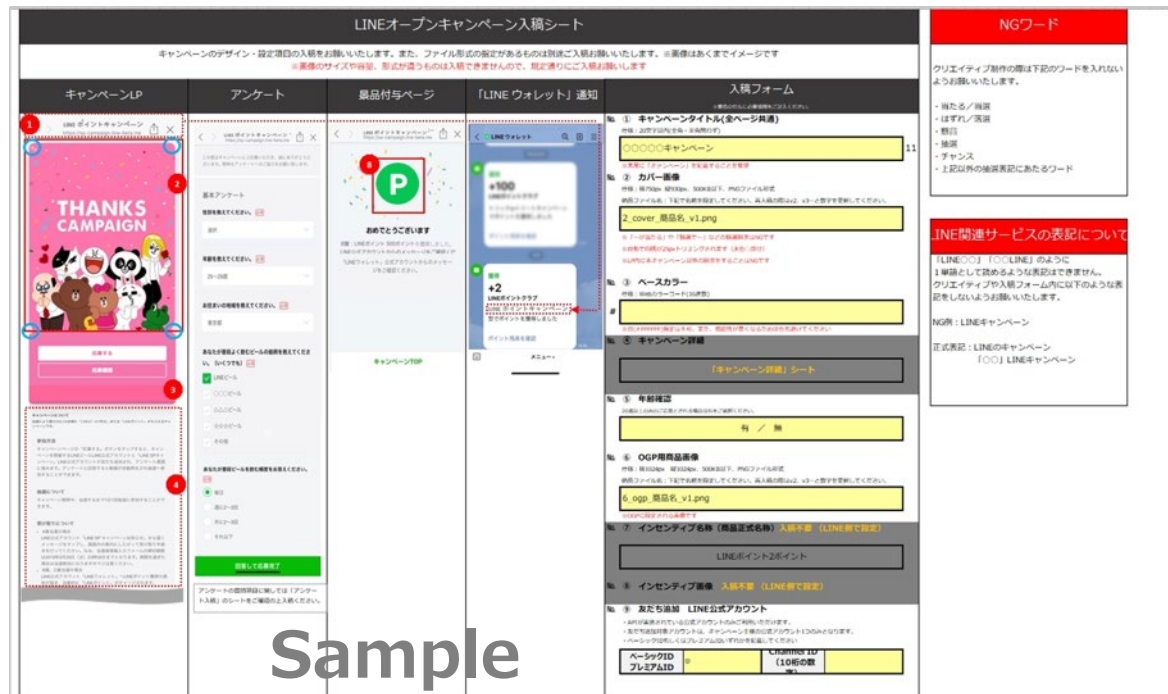
# クリエイティブ入稿

要開始  
20営業日前17時  
入稿

キャンペーンページを制作するために、制作素材として写真画像や文言をご入稿いただきます。  
最新の入稿シートに情報を記載し、必要な画像・テキストデータを添えてご入稿ください。

**入稿：キャンペーン開始日の20営業日前17時（入稿後、弊社広報確認が入ります）**

※入稿締切の期限を過ぎた場合、**キャンペーン開始日を変更いただくこととなります**のでご注意ください。



## ご注意

※各クリエイティブには「抽選」「当たる」「懸賞」「チャンス」などのギャンブル性のある表現は使用出来ません。あらかじめご了承ください。

※入稿後の差替えは原則できません。

※画像はイメージです。必ず、最新の入稿シートをご確認ください。

※2022年4月1月施行の改正個人情報保護法により、応募規約の一部が変更しています。最新の入稿シートをご利用ください。

# 注意事項 各種期限について

媒体資料内で記載している「●●営業日」については、下記の考え方とさせていただきます。

↳ 提出日の営業日数は**開始日を含まず起算した営業日数**となります。

指定の時間内にご提出いただけなかった場合**開始日が1営業日後ろ倒し**となります。

## 例) 7月16日(木) 開始【8営業日後が提出】の場合 ※提出期限17時の場合

7月6日(月) 17時までにご提出いただくと7月16(木)に開始

7/6	7/7	7/8	7/9	7/10	7/11	7/12	7/13	7/14	7/15	7/16	7/17
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑧営業日 17時まで提出	⑦営業日	⑥営業日	⑤営業日	④営業日			③営業日	②営業日	①営業日	開始	

7月6日(月) 17時までにご提出いただけなかった場合

7/6	7/7	7/8	7/9	7/10	7/11	7/12	7/13	7/14	7/15	7/16	7/17
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑨営業日 17時過ぎて提出	⑧営業日	⑦営業日	⑥営業日	⑤営業日			④営業日	③営業日	②営業日	①営業日	開始

# 実施費用

## 基本費用

項目	補足	数量	備考	価格（税別）
基本費用	景品（LINEポイント2ポイント）	一式	2024年9月末までに掲載開始案件のみ対象	1,800万円

## 基本費用に含まれる内容

項目	補足
友だち追加	ユーザーの応募時の友だち追加
uid提供	後追いプロモーション用のキャンペーン応募ユーザー情報（uid）の提供
アンケート	キャンペーン応募前のアンケート入力
景品（LINEポイント）	アンケート回答者に進呈するLINEポイント費用
「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信	キャンペーン期間中に1回配信いたします ※ご希望の配信枠をLBPMよりおさえてください

## 掲載期間

項目	内容
掲載期間/掲載開始日	最大7日間 土/日/祝日の開始は不可。※同日掲載枠には上限がありますので、事前に空き枠をご確認ください。 ※キャンペーン期間は、【キャンペーン開始1日目 11:00頃~7日目 23:59】となります。

### ご注意

- ※24年10月以降開始案件につきましては、価格を変更する可能性があります。
- ※景品がLINEポイントから変更となる可能性があります。予めご了承ください。
- ※キャンペーン期間が7日間を超える場合、原則として別キャンペーンとみなし別料金とさせていただきます。
- ※景品の変更は受け付けておりません。
- ※本メニューをご実施いただけるLINE公式アカウントの条件は以下の通りです。
  - ・ Messaging APIに対応できること
  - ・ 認証済みアカウントであること
  - ・ 認証プロバイダーであること



# 実施費用 オプション

## オプション

項目	補足	数量	単価	価格（税別）
ビデオ	応募直後～応募完了時に強制視聴でビデオを再生	一式	トライアル価格	300万円

**ご注意** ※トライアル価格については、今後変更の可能性がございます。

# 約款・キャンセル規定・お問合せについて



## 約款・キャンセル規定

お申し込み後のキャンセルやアクティベート日などの内容変更は原則お受けいたしかねます。事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みのほど宜しくお願い申し上げます。

- ・LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・LINEオープンキャンペーン利用条件
- ・「LINEで応募」ユーザー情報取り扱いに関する規約

<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>

やむを得ずキャンセルする場合には日程変更/案件のキャンセルが、キャンセル受付対象になります。また、発注受領後のキャンセル、また受領前でも発注期日（キャンペーン開始25営業日前）後のキャンセルの場合は、最低発注金額1800万円をキャンセル費として請求いたします。詳細はキャンセル規定のページをご確認ください。



## 審査ガイドラインについて

当該キャンペーンの実施に当たって、下記の審査ガイドラインが適用されます。事前に必ずご確認ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-de-oubo/guideline/>



## お問い合わせについて

ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。

# ビデオ（オプション）

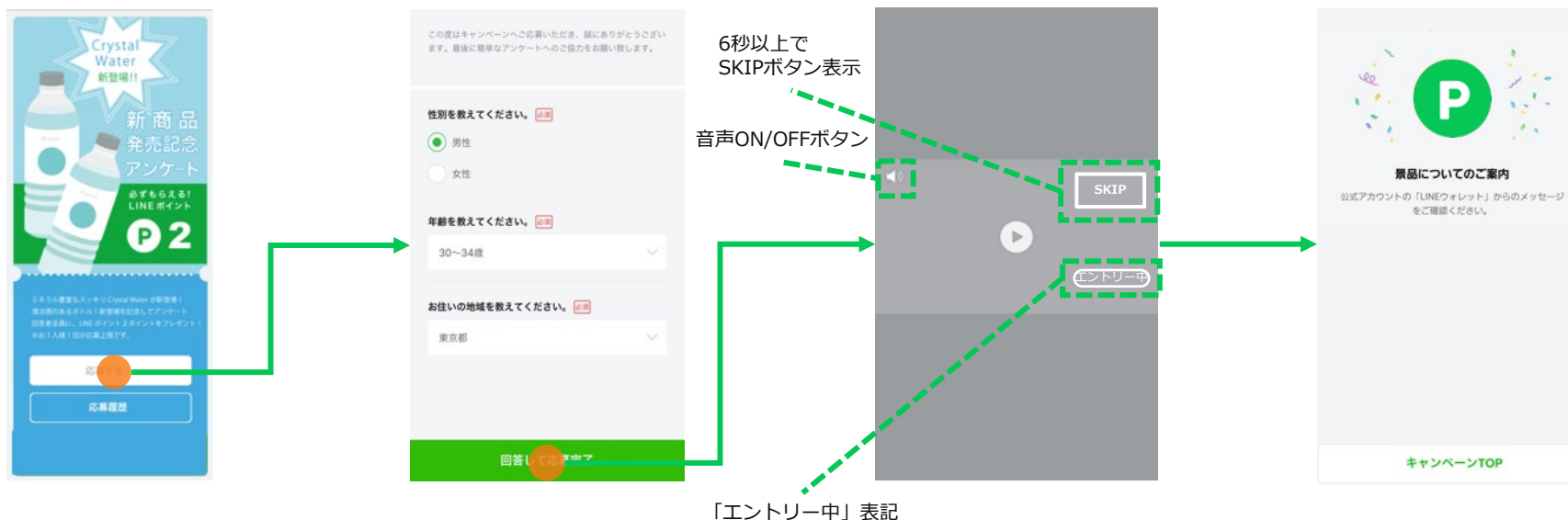
キャンペーン応募時に、動画コンテンツをユーザーに視聴させることが可能。  
アンケート回答後に視聴させる、視認性が高いフォーマットです。

キャンペーン応募時

アンケート

動画再生

応募受付画面



## 動画コンテンツ詳細

- 応募するボタン押下後、自動再生
  - ・ 6秒以上でスキップボタンが出現
  - ・ 視聴完了orスキップ後、応募受付画面表示
- 再生する動画は、3種類から選択
  - ・ ヨコ型/タテ型/スクエア型をご用意
- 音声設定のデフォルトはミュート

## 価格（税別）

トライアル価格	300万円
---------	-------

## ご注意

- ※「抽選」訴求の動画コンテンツは使用できません。あらかじめご了承ください。
- ※動画素材は完パッケージでの入稿になります。素材制作は広告主様にてお願いいたします。別途、クリエイティブ審査がございます。
- ※入稿シートに沿って納品をお願いいたします。

# ビデオ（オプション）仕様/素材詳細

下記3つのフォーマットをご用意しております。非常に視認性の高い動画フォーマットです。

## 動画フォーマット詳細



## 入稿スペック

- ファイル形式 : MP4
- ファイルサイズ : 1280px\*720px/720px\*1280px/720px\*720px
- ファイルの長さ : 6秒以上~60秒以下
- ファイル容量 : 5MB以内

※サムネイル用PNGも同サイズをご用意ください

### ご注意

- ※動画素材は、弊社側で圧縮処理を行い再生します。動画内の文字の可読性や画像の視認性は保証しかねますのであらかじめご了承ください。
- ※仕様は変更になる可能性がありますのでご了承ください。
- ※本キャンペーンと関係のない内容についての訴求はお控えください。また、他基準も含め、動画の内容については都度審査を行います。
- ※視聴完了数などのレポートはございません。あらかじめご了承ください。

## 入稿規定/注意事項

- ユーザー視点での違和感等については審査のうえ修正をお願いすることがあります。
- 動画の素材は1種類入稿です。
- 一部機種で再生できない可能性があります。

# FAQ (1)

## キャンペーンについて

**Q** キャンペーンの申し込み方法を教えてください。

**A** まずは弊社まで可否審査をご依頼ください。LBPM上で審査、申込み、および入稿シートのご提出をお願いいたします。

**Q** キャンペーンの告知はどのように行いますか？

**A** キャンペーンの告知は原則「LINEで応募」LINE公式アカウントからの配信のみとさせていただきます。他LINEメニューなどから告知をご希望の場合は、別途弊社営業にご相談ください。

**Q** キャンペーンの事務局はどこが運用しますか？

**A** 広告主様（あるいは広告代理店様）側にて運用をお願いしております。

**Q** キャンペーンのスケジュールを教えてください。

**A** おおまかな流れについては当媒体資料をご確認ください。

**Q** キャンペーンの実施期間を教えてください。

**A** キャンペーンの実施期間は最大7日間までとなります。土/日/祝日の開始は不可となります。

**Q** LINEアプリ、OSの対応環境について知りたいです。

**A** LINEアプリは最新バージョンでご利用ください。OS環境はヘルプセンターよりご確認ください。フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。

# FAQ (2)

## キャンペーンについて

**Q** 景品を変更することは可能ですか？

**A** 不可となります。

**Q** 自社のLINE公式アカウントや、追加の誘導を行うことは可能ですか？

**A** 広告主様のLINE公式アカウント及びLINE広告からの誘導に限り可能です。SNSや他媒体など外部からの誘導は不可となります。

**Q** キャンペーン開始前にデモ画面や動作確認をすることは可能ですか？

**A** 不可となります。

**Q** LINEオープンキャンペーン（アンケート型）を実施し、後日キャンペーン応募者の中から抽選で当選者を選出し、自社のLINE公式アカウントから景品を付与するキャンペーンの訴求は可能ですか？（いわゆるWチャンスキャンペーン）

**A** 実施は可能ですが、「LINEオープンキャンペーン（アンケート型）」のLP等での訴求は不可となります。

**Q** 本キャンペーンの実施に必要なアカウント種別を教えてください。

**A** 認証済みかつ、Messaging APIが実装されているLINE公式アカウントのみ実施可能です。また認証プロバイダーであることが必須です。

# FAQ (3)

## 基本費用に含まれる内容について

**Q** uid提供（後追いプロモーション）を利用するには何が必要ですか？

**A** LINE公式アカウント（Messaging APIに対応）をご用意ください。

**Q** 友だち追加を利用するには何が必要ですか？

**A** LINE公式アカウントをご用意ください（認証済みのみ）。  
友だちを追加出来る対象のアカウントは1つのみです。

## 入稿について

**Q** 入稿物について教えてください。

**A** 入稿シートに沿ってご入稿ください。

**Q** キャンペーン概要ページ内で外部リンクに飛ばすことはできますか？

**A** 原則としてはできません。どうしても必要な場合、弊社営業にご相談ください。  
（抽選訴求キャンペーンへの誘導は不可となります）

**Q** キャンペーン期間直前、期間中の差替えはできますか？

**A** 不可となります。

# LINEパートナーパッケージ



# LINEパートナーパッケージと既存メニューの違い

LINEパートナーパッケージでは、既存メニューに比べ、より自由度の高いキャンペーンが実施可能になります。

既存メニュー  
(LINEオープンキャンペーン)

LINEパートナーパッケージ

サービス提供元	LINEヤフー株式会社	LINEテクノロジーパートナー
UI	 <ul style="list-style-type: none"><li>・TOPページは静止画 1 枚</li><li>・シール台紙は期間中固定</li><li>・アンケート 最初の 3 問は固定</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>・TOPページに動静止画+他企画の告知</li><li>・シール台紙が期間によって変わる</li><li>・アンケート画面のリッチ化や設問変更が可能</li></ul> など
機能	<ul style="list-style-type: none"><li>クーポン画面表示</li><li>動画再生</li><li>友だち追加</li><li>シール台紙</li><li>景品獲得通知</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>外部SNSリーチ追加 (Twitterや他媒体)</li><li>リッチインタラクティブ</li><li>複数景品設定</li><li>景品付与の複数条件設定</li><li>友だちシェア</li><li>設計次第でさまざまなメニューが開発可能</li></ul>
特徴	シンプル、簡単なキャンペーン	自由度の高いキャンペーン

# LINEパートナーパッケージ 実施フロー

LINEパートナーパッケージ 実施フローは下記の通りです。

- 1 審査**：企業商材可否審査、キャンペーン審査が必要となります。  
(企画によって不要な審査もあるためLINEテクノロジーパートナーにご確認ください)
- 2 申し込み**：希望のLINEパートナーパッケージを取り扱っているLINEテクノロジーパートナーにご発注ください。
- 3 入稿**：LINEテクノロジーパートナーによって、入稿物が異なるため、ご確認ください。
- 4 公開前チェック**：①の審査時に公開前チェックで必要な審査内容が案内されます。  
詳細はLINEテクノロジーパートナーにご確認ください。
- 5 キャンペーン開始**

# FAQ

## LINEパートナーパッケージについてよくあるご質問

**Q** LINEパートナーパッケージのメニューはどこから確認できますか？

**A** LINEテクノロジーパートナー各社、または弊社担当営業にお問い合わせください。

**Q** LINEテクノロジーパートナー企業とはどんな企業ですか？

**A** デジタル領域を含む販促の知見、開発体制をもったパートナー企業様をLINEテクノロジーパートナーとさせていただいております。（弊社内審査必須）  
詳細は弊社Bizサイトをご確認ください。（<https://www.lycbiz.com/jp/partner/technology/line/>）

# LINEポイントインセンティブ

※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性があります。あらかじめご了承ください。

# LINEポイントとは

LINEポイントは、LINEの各種サービスやお店・ネットショッピングなどで貯まる・使えるLINEヤフーのポイントサービスです。貯まったポイントは、さまざまなサービス・シーンで利用可能です。

貯める

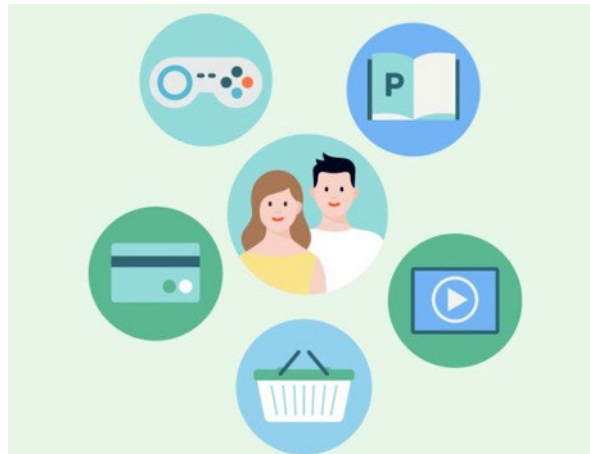
LINEの各サービスで  
LINEポイントが貯まる

友だち追加

動画視聴

ミッション

LINEの各サービスに応じてLINEポイントが貯まる



使う

LINEスタンプや着せかえに交換



コード決済で利用

LINE Pay



# LINEポイントコードとは

LINEポイントコードは、LINEポイントに交換できるPINコードです。ユーザーはLINEポイントコード専用のWeb入力画面でLINEポイントをチャージし、LINEスタンプへの交換などに使用することができます。



LINEポイントコード Webサイト  
<https://points.line.me/pointcode/>

※画像はイメージです。

# LINEポイント 獲得履歴の確認方法

ユーザーに付与されたLINEポイントは、LINEポイント履歴画面でキャンペーン名などとともに確認することができます。

ウォレットタブからLINE  
ポイントの画面へ



※画像はイメージです。

LINEポイント履歴画面へ



LINEウォレットからのメッセージ



獲得履歴で確認



※獲得履歴の表記は規定の範囲でご指定が可能です。

# 商品スペック：2024年4月-2024年9月

項目	内容
販売価格 (1ポイントコードあたり)	<b>@1.5円 ※2024年9月末納品分までキャンペーン実施中</b> (定価@2.0円) ※@1.5円の内訳は、ポイント代1円(※不課税)+システム利用料0.5円(税別)となります。
最低発注価格 (最低発注ポイント数)	総額75万円以上(ポイント代50万円(不課税)+システム利用料25万円(税別))
発注単位	最低発注価格以上であれば、1ポイント単位で発注可能。 ※ポイント数を最大4パターンまで分けることが可能です。 例)ポイント代 50万円発注の場合：50万ポイント(100ポイント×3,000件、200ポイント×500件、500ポイント×200件) ※発行済みのポイントコードは、事後に単位を変更することはできません。 ※1ユーザーへ付与するポイントは原則10万ポイント以下とさせていただきます。
納品スケジュール	納品希望日の9営業日前(納品希望日を除く)の17時までの発注。
納品形式	PINコード(16桁大文字英字と数字の羅列)を.txtファイル(1カラム)に格納し、メールにて担当者に管理画面が納品されます。 1ファイルの最大コード数は100万となり、コード数が100万を超える場合は自動的にファイルが分割されます。納品後に.txtファイル以外で作業される場合はご自身の責任で行ってください。  <b>Fill in URLにして納品することも可能です。例)</b> <a href="https://points.line.me/pointcode?pincode=0000000000000000">https://points.line.me/pointcode?pincode=0000000000000000</a> ※メールにてLINEポイントコードのダウンロードに関するご案内をいたします。管理画面よりダウンロードしてください。
アクティベート/ チャージ有効期限	アクティベート希望日は、納品日から30日以内で指定可能です。分割でのアクティベートは不可となります。 アクティベートしてから2年間で、LINEポイントコードのチャージ有効期限となります(実費精算の場合を除く)。
注意事項	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性がございます。あらかじめご了承ください。</b></li><li>・ <b>事前審査で申請いただいたキャンペーン以外での利用(再利用)は出来かねます。予めご了承ください。</b></li><li>・ お申し込み前に、利用用途など事前審査を行っております。審査は約5~10営業日ほどいただいております。</li><li>・ 基本約款・個別約款に同意の上、お申し込みください。お申し込み後のキャンセルにつきましてはキャンセル費を請求させていただきます。</li><li>・ 競合排除はお受けしておりませんので、ご了承ください。</li><li>・ キャンペーンの販促物を作成する場合は、ガイドライン(<a href="https://www.lycbiz.com/jp/download/line/">https://www.lycbiz.com/jp/download/line/</a>)をご確認いただき、必ず最新のロゴをダウンロード(<a href="https://www.lycbiz.com/jp/logo/">https://www.lycbiz.com/jp/logo/</a>)して作成し、クリエイティブの審査を受けてください。</li><li>・ テスト用のコードの発行はお断りしております。アクティベート日を前倒すなどでご対応ください。</li></ul>



# オプション：2024年4月-2024年9月

## 友だち追加 & ブロック解除

項目	内容
概要	チャージ完了時に、指定したアカウントに自動で友だち追加&ブロック解除します。 対象のLINE公式アカウントをご指定ください（認証アカウントに限ります）。
オプション価格	<b>無償（付与ポイントが20ポイント以上の案件に限ります）</b>
注意事項	※ポイントコード配布時にキャンペーンのLPや告知物等でユーザーに対して、下記文言を必ずご記載ください。 ----- <b>LINEポイントをチャージされると、キャンペーンを開催する&lt;対象アカウント名&gt;のLINE公式アカウントが友だち追加されます。</b> ----- ※記載がない場合はキャンペーンを中止いただく場合がございますので、あらかじめご了承ください。 ※友だち追加オプションについては、既存の有効友だちもチャージ可能となります。

## uid提供

項目	内容
概要	友だち追加&ブロック解除+チャージ完了したユーザーのuidを、ご提供いたします。
オプション価格	<b>無償（付与ポイントが20ポイント以上の案件に限ります）</b>
注意事項	※友だち追加&ブロック解除オプションとの同時発注および、Channel ID取得アカウントであることが条件となります。 ※ポイントコード配布時にキャンペーンのLPや告知物等でユーザーに対して、友だち追加&ブロック解除オプションに必要な文言と合わせて、下記の文言を必ずご記載ください。 ----- <b>情報の取り扱い</b> 本キャンペーンは<企業名>（以下、当社）が主催しています。本キャンペーンで取得する情報は、LINEヤフー株式会社が取得し、本キャンペーンに関する通知および利用状況の分析/調査のために利用します。また、取得した情報は目的の範囲内で、キャンペーン期間および終了後に必要な期間、LINEヤフー株式会社から当社に提供されます。当社は提供された情報を本キャンペーンの実施および当社LINE公式アカウントからの同社製品に関する情報のご案内に利用します。キャンペーンに参加することで本注意事項の同意を得たものとしますのでご了承ください。 ----- ※記載がない場合は、キャンペーンを中止いただく場合がございますので、あらかじめご了承ください。

# LINEポイントコードの有効期限について

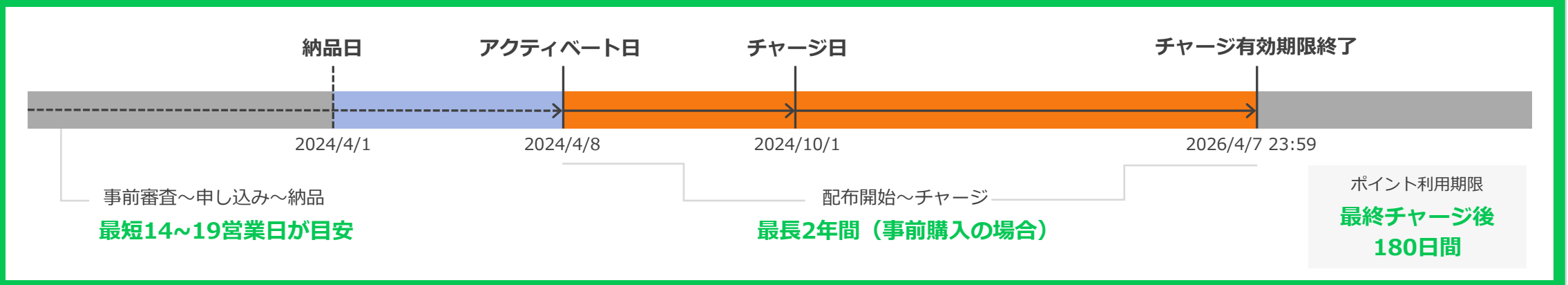
## LINEポイントコードのチャージ有効期限の起算日について

- 起算日は、ポイントコードをアクティベートした日となります。（納品日ではございません。）
- ユーザー配布、チャージ有無にかかわらずチャージ有効期限は経過しますので、ご注意ください。  
※アクティベート希望日については、お申し込み時に必ずご連絡ください。  
※事前購入の場合、チャージ有効期限はアクティベート希望日から2年後の同日までとなります。

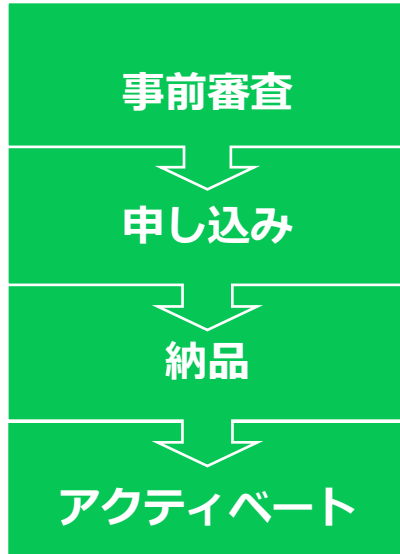
## ユーザーのLINEポイントの利用期限について

- ユーザーがチャージしたポイントの利用期限は、チャージ後180日間となります。

### 例) 事前購入で4/1に納品して、4/11にアクティベートした場合



# 進行フローとスケジュール



- キャンペーン開始前に必ず事前審査を申請ください。約5~10営業日かかります。
- 審査通過後、希望納品日の9営業日前の17時までに発注をお申し込みください。
- 申込後、最短9営業日でメールにてLINEポイントコードのダウンロードに関するご案内をいたします。管理画面よりダウンロードしてください。
- アクティベート希望日に、アクティベートされます。



- キャンペーンの販促物を作成する場合は、ガイドライン (<https://www.lycbiz.com/jp/download/line/>) をご確認ください、最新のロゴをダウンロード (<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>) してご利用ください。
- **制作したクリエイティブは必ずキャンペーン開始前に審査します。**

※レポートはございません。お申し込み後、LINEポイントコード の納品時に管理画面を提供いたします。  
※事前審査~納品まで、最短で14~19営業日ほどかかります。

# 事前審査フォーマット記入例

## フォーマット項目

- 1) キャンペーンの対象となる貴社商品・サービス等を教えてください。
- 2) そのサービスのURL、アプリの場合はストアURLを教えてください。
- 3) キャンペーン的具体的内容とLINEポイントコード/LINEポイントオートチャージのご希望と、その配布方法を教えてください。
- 4) プレゼントするLINEポイントの単価と配布数、合計価格（予定で結構です）をご記載ください。
- 5) プレゼントで使う他の商品があれば教えてください。
- 6) キャンペーンの期間とLINEポイントコードの場合は、その配布開始日について教えてください。
- 7) LINEポイントを購入される会社の情報を教えてください。（社名・住所・電話番号・代表者名・担当者名・URL）

## 記入例(LBPM内入力)

- 1) キャンペーンの対象となる貴社商品・サービス等を教えてください。  
例：ゲームアプリ「ブラウン＆コニー」、携帯ショップ「サリーモバイル 渋谷店」
- 2) そのサービスのURL、アプリの場合はストアURLを教えてください。  
例：http://www.
- 3) キャンペーン的具体的内容とLINEポイントコード/LINEポイントオートチャージのご希望と、その配布方法を教えてください。  
例：アンケートに回答したユーザーにもれなく〇〇ポイントをLINEポイントコードでプレゼント  
スマートフォン新規・機種変更の契約者にLINEポイントをプレゼント、配布はLINEポイントコードをメールで送付予定
- 4) プレゼントするLINEポイントコード単価と配布数、合計価格（予定で結構です）をご記載ください。  
例：500円分のLINEポイントコード×1,000名分、50万円分
- 5) プレゼントで使う他の商品があれば教えてください。  
例：Amazonギフト券（コード式）、楽天Edyなどを予定
- 6) キャンペーンの期間とLINEポイントコードの場合は、その配布開始日について教えてください。  
例：2024年4月3日～2024年5月31日、2024年4月4日～ポイントコード配布開始予定
- 7) LINEポイントを購入される会社の情報を教えてください。（社名・住所・電話番号・代表者名・担当者名・URL）  
例：LINEヤフー株式会社 〒102-8282東京都千代田区紀尾井町1-3 東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー 電話番号：03-0000-0000  
代表取締役：出澤剛 担当者名：らいん ぶらうん URL:http://www.brown・・・  
広告主様：サリー通信株式会社 ※代理店様の場合は広告主様名もお願いいたします。

## ご注意

キャンペーン期間が1年を超えるキャンペーンにつきましては、お断りさせていただく可能性があります。予めご了承ください。  
キャンペーン開始後に審査を申請されたキャンペーンについては、お断りさせていただく可能性があります。予めご了承ください。

# 申し込みフォーマット記入例

## フォーマット項目

-----  
広告主：  
代理店：

キャンペーン概要：  
キャンペーン日程：  
配布開始時期：

申し込み価格：円  
ポイントコード単価：@  
購入方法：事前購入  
価格内訳：ポイント代 円（不課税）+システム利用料 円（課税）  
+オプション代 円（課税）  
追加オプション：友だち追加&ブロック解除（有無） ・UID提供（有無）  
ユーザー付与ポイント単位： ポイント

配布数： 件  
LINEポイント 履歴面表示名： **広告主名※20文字以内（英数字のみ半角可。）**  
納品形態：コードのみ or Fill in URL  
納品仕様：英数字 or 数字のみ  
納品希望日： 2022年 月 日（ ） **※お申し込み受領後10営業日以降となります。**  
アクティベート希望日： 2022年 月 日（ ）  
チャージ有効期限： 2022年 月 日（ ）  
チャージ回数制限：回

**※ユーザーがポイントをチャージできる回数に上限を設けることができます。※ユーザー付与ポイント単位を複数に分ける場合は、付与ポイント単位ごとに回数制限がかかります。**

LINE 法人向けサービス 基本約款、LINE 法人向けサービス「LINEポイントコード」個別約款に同意いたします。不当景品類および不当表示防止法（昭和37年法律第134号）その他適用がある法令等を遵守しています。

<LINEポイントコード管理画面送付先>  
ご住所：  
会社名：  
ご担当者様名：/電話番号：  
emailアドレス：

**※メーリングリスト不可 ※LINEポイントコード と管理画面の納品先はご担当者様1名とさせていただきます。ご担当者様に管理権限が付与されますので必要に応じてご共有ください。**

-----

## 記入例(LBPM内入力)

-----  
広告主：LINEヤフー株式会社  
代理店：ブラウンアド

キャンペーン概要：ゲーム3周年記念  
キャンペーン日程：2024年4月20日～2024年7月31日  
配布開始時期：2024年4月20日

申し込み価格：750,000円  
ポイントコード 単価：@1.5  
購入方法：事前購入  
価格内訳：ポイント代500,000円（不課税）+システム利用料250,000円（課税） +  
オプション：友だち追加&ブロック解除（無） ・UID提供（無）  
ユーザー付与ポイント単位：500ポイント  
配布数：1,000件  
LINE ポイント 履歴面 表示名：LINEヤフー株式会社  
納品形態：Fill in URL  
納品仕様：英数字  
納品希望日：2024年4月18日（木）  
アクティベート希望日：2024年4月18日（木）  
チャージ有効期限：2026年4月17日（火）  
チャージ回数制限：1回

LINE 法人向けサービス 基本約款、LINE 法人向けサービス「LINEポイントコード」個別約款に同意いたします。

<LINEポイントコード管理画面送付先>  
ご住所：東京都千代田区紀尾井町1-3 東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー  
会社名：LINEヤフー株式会社  
ご担当者様名：らいん ぶらうん/電話番号：03-4316-xxxx  
emailアドレス：brown@lycorp.co.jp

-----

# 申し込み 補足/注意事項

## LINEポイント 履歴面表示名について

- ユーザーからキャンペーン事務局などへの問い合わせの際に、獲得履歴の確認をスムーズに行えるようにするため、ポイントの獲得履歴面に広告主名の記載が可能です。
- 広告主名以外の表示名をご希望の場合は、お申し込み時に記載ください。表示名は20文字以内にてお願いいたします（英数字のみ半角可）。「\_（アンダーバー）」や「OA」などの略語、「LINEポイント」などのサービス名はご指定できません。特にご指定のない場合は、広告主名を入れさせていただきます。  
※履歴面表示名についてはお申し込み受領後に変更することはできません。

## LINEポイントコード の納品日について

- 納品日は、ポイントコードのお申し込み手続き（平日17:00まで）した日を含まない9営業日後以降でご指定いただけます。
- ご発注の内容に変更があり、申し込み内容が変更となる場合などは、再度申し込みされた日に力の起算となります。
- 納品したLINEポイントコードのダウンロード期限は納品日を含む30日間となっています。



### 例) 3/1 (月) 17:00までに申し込みを受領した場合の最短の納品日

3/1	3/2	3/3	3/4	3/5	3/6	3/7	3/8	3/9	3/10	3/11	3/12
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
①営業日	②営業日	③営業日	④営業日	⑤営業日			⑥営業日	⑦営業日	⑧営業日	⑨営業日	⑩営業日
17:00までに お申し込みいただき 受領											14:00頃納品

## LINEポイントコード のチャージ回数制限について

- LINEポイントコードはキャンペーン単位でユーザーにチャージ回数制限をかけることが可能ですが、ユーザーに付与するポイントが複数に分かれる場合は、付与するポイントの単位ごとにチャージ制限がかかります。ユーザー付与ポイント単位を横断して回数制限をかけることはできません。

例) ユーザーに付与するポイントが50ポイントと100ポイントで、チャージ回数制限が5回を設定した場合、50ポイントを5回、100ポイントを5回チャージすることが可能になります。

※50ポイントと100ポイント合計で5回のチャージ回数制限をかけることはできません。

# 約款・キャンセル規定・お問合せについて



## 約款

事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みのほど宜しくお願い申し上げます。

- ・LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・LINE 法人向けサービス「LINEポイントコード」個別約款

<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>



## キャンセル規定

お申し込み後のアクティベート日の内容変更はお受けいたしかねます。

また、発注後のキャンセルにつきましては、キャンセル費を請求させていただきます。

詳細は「キャンセル規定について」のページをご参照ください。



## お問い合わせについて

ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。

# LINEポイントクリエイティブ審査について

## ポイントクリエイティブ審査について

- LINEポイントの訴求があるクリエイティブについては、審査は必須となります。LBPM画面上から審査を依頼してください。審査には約3～5営業日かかります。
- ポイントクリエイティブ審査なしでLINEポイントコードを配布するキャンペーンを開始された場合、販売出来ないケースやポイントコードを無効化するケースもありますのでご注意ください。
- 販促物などで作成したクリエイティブは、必ずキャンペーン開始前に確認させていただきます。
- 印刷物、サイト、バナー、メール書面、アプリ画面など、LINEポイントコードに関わる制作物の全てが対象になります。
- ガイドラインに記載されていない内容についても修正をお願いすることがあります。クリエイティブ審査には、約3～5営業日ほどいただきます。スケジュールに余裕を持って公開前（入稿前）にご提出をお願いいたします。



# LINEポイントクリエイティブ審査の申請方法①

LBPMのジョブプロセスにクリエイティブ審査の項目が追加されます。

進行フロー	
事前審査 <input type="button" value="未申請"/>	<input type="button" value="申請"/>
発注 <input type="button" value="未発注"/>	<input type="button" value="発注"/>
クリエイティブ審査 <input type="button" value="未入稿"/> <small>LINEポイントの訴求があるクリエイティブについては、審査は必須となります。こちらのプロセスから審査を依頼してください</small>	<input type="button" value="入稿"/>

クリエイティブ審査の「入稿」を選択

# LINEポイントクリエイティブ審査の申請方法②

LBPMのジョブプロセスにクリエイティブ審査の項目が追加されます。

入稿フォーム

クリエイティブ1

クリエイティブ種別 \*

- パッケージ
- シール
- POP
- 自社制作LP
- 自社LINEアカウント/タイムライン
- LINEポイント及びSPキャンペーンLINE公式アカウント/タイムライン

クリエイティブ種別から該当の項目を選択

添付資料1 \*

※添付される画像・データは、.doc / .docx / .ppt / .pptx / .pdf / .png / .jpeg / .jpg / .zip形式、25MB以内でお願いします。  
※添付するファイルは、選択したクリエイティブ種別のどの項目に該当するかが判別しやすい名称にしてください。

添付資料1～5に、申請用のデータをアップロード

添付資料2

※添付される画像・データは、.doc / .docx / .ppt / .pptx / .pdf / .png / .jpeg / .jpg / .zip形式、25MB以内でお願いします。  
※添付するファイルは、選択したクリエイティブ種別のどの項目に該当するかが判別しやすい名称にしてください。

一時保存

入稿

アップロードが完了したら、一番下の入稿ボタンを選択

# LINEポイントクリエイティブ ガイドラインについて

LINEポイント使用のクリエイティブを制作する際は、**参照必須のガイドラインは2つ**あります。

## クリエイティブのガイドライン・ロゴのガイドラインについて

- 日本国内で使用される広告・販促・告知物等でのLINE関連素材（ロゴ・アイコン・画面イメージなど）の使用およびLINE関連の案件実施告知におけるガイドラインを記載いたします。
- 以下のガイドラインを確認いただき、記載されている内容に則って各種告知物を制作いただきますようお願いいたします。  
※ガイドラインは変更・追加される場合があります。

必ず最新の資料をご確認いただきますようお願いいたします。

- 各種LINE関連素材のダウンロードおよび利用ガイドラインについて  
ロゴデータと各ロゴ・アイコンそのものに関わるガイドラインを掲載しています。
- 広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン  
ロゴ・アイコンを使用した広告物制作におけるガイドラインを掲載しています。下記よりダウンロードしてご確認ください。

いずれのガイドラインも<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>に掲載しています。

詳しい掲載箇所は次のページをご確認ください。

# LINEポイントクリエイティブ ガイドラインの掲載箇所①

LINEポイントクリエイティブガイドラインは以下の箇所からご確認いただけます。

## ■ 各種LINE関連素材のダウンロードおよび利用ガイドラインについて

ロゴデータと各ロゴ・アイコンそのものに関わるガイドラインを掲載しています。

<https://www.lycbiz.com/jp/logo/> にガイドライン資料が掲載されています。

<https://www.lycbiz.com/jp/logo/> > 「LINEポイント」のロゴ・シンボル の項目へ掲載されています。

### LINEヤフー for Business

お問い合わせ

アカウント開設

サービス 事例 イベント・セミナー コラム 資料ダウンロード お知らせ ご利用中のお客様へ

「LINE公式アカウント」のロゴ

LINE 公式アカウント

印刷用データ

デジタル用データ

「LINE公式アカウント（旧 LINE@）」は、企業・店舗様がLINE上に自社の公式アカウントを開設できるサービスです。  
「LINE公式アカウント」を示す際は、こちらのロゴまたはLINEアプリアイコンをご利用ください。

※2020年4月に「LINE@」は「LINE公式アカウント」へサービス移行いたしました。  
LINE@のロゴはご利用いただけませんので、LINE公式アカウントのロゴをご利用ください。

「印刷用データ」と「デジタル用データ」それぞれ  
クリックすると、素材データと併せて  
「LINE POINT DESIGN MANUAL GUIDE」という  
LINEポイントロゴのガイドラインが格納されたzipファイルが  
ダウンロードできます。  
LINEポイントロゴを使用する際には  
こちらを必ずご参照してクリエイティブを制作をお願いします。

LINE POINT  
DESIGN MANUAL  
GUIDE

BX 3 TEAMUP  
Version 4.2 - Last Update: 2023.03

# LINEポイントクリエイティブ ガイドラインの掲載箇所②

LINEポイントクリエイティブガイドラインは以下の箇所からご確認いただけます。

## ■ 広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン

ロゴ・アイコンを使用した広告物制作におけるガイドラインを掲載しています。

<https://www.lycbiz.com/jp/logo/> にガイドライン資料が掲載されています。

<https://www.lycbiz.com/jp/logo/> > 広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材のご利用に関して の項目に掲載されています。

LINEヤフー for Business

お問い合わせ

サービス 事例 イベント・セミナー コラム 資料ダウンロード お知らせ ご利用中のお客様へ

ホーム > ログガイドライン

ロゴガイドライン

### 広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材のご利用に関して

・ LINEおよびLINE関連サービスのロゴ・アイコン・シンボルなどは、LINEヤフー株式会社の権利物です。

LINEおよびLINE関連サービスのロゴ・アイコン・シンボルなどを使用する場合は「[ロゴガイドライン \(本ページ\)](#)」および「[広告・販促・告知物におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン](#)」を遵守の上ご利用ください。

・ プレスリリース、動画素材 (TVCM配信、オンライン配信等) にかかわらず全ての素材)、LINEポイントの訴求があるクリエイティブに関しては、当社による確認が必須となります。必ず事前に「[広告・販促・告知物におけるロゴ等の利用に](#)

「**広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材仕様についてのガイドライン**」をクリックすると資料を閲覧、ダウンロードできます。

LINE

広告・販促・告知物等における  
LINE関連素材使用についてのガイドライン

ME:2019年2月27日  
D/E:2022年1月12日

# LINEポイントクリエイティブ審査の申請方法変更に関するFAQ

## FAQ

### Q. 入稿できるファイルの容量や形式の指定はありますか？

- A. 容量：1データ当たり25MB以内  
形式：doc / .docx / .ppt / .pptx / .pdf / .png / .jpeg / .jpg / .zip となります。  
データ申請可能数：クリエイティブ種別1～5まで申請でき、クリエイティブ種別ごとに5データまで申請可能、よって、最大25データが申請可能です。

### Q. 外部サイトからの一括ダウンロードなどの対応は可能ですか？

- A. 各データごとに審査の結果をお戻しするため、個別ファイルでの申請をお願いいたします。

### Q. ポイントクリエイティブ審査の審査日数に変更はありますか？

- A. 審査日数に変更はありません。3～5営業日程度いただきます。

### Q. Webフォーム申請画面はなくなりますか？

- A. LINEポイントコード、LINEポイントコネクトのみLBPMに移行し、Webフォームは残ります。  
LINEポイントコード、LINEポイントコネクトをWebフォームから申請いただくと、審査が行われない場合があります。  
必ずLBPM画面から申請をお願いいたします。

### Q. ポイントクリエイティブ審査はどのタイミングから申請可能ですか？

- A. クリエイティブ審査は発注受領後の案件しか対応いたしません。発注前の案件が申請された場合差し戻されます。  
ただしすでに発注が確定しており、先んじてポイントクリエイティブ審査が必要な場合は対応いたします。  
発注前にクリエイティブ審査が必要な場合は担当営業までご相談ください。

# クリエイティブ作成時の注意事項について

## クリエイティブ内に記載する注意事項について

- ・LINEポイントコードの有効期限は、ご指定のアクティベート希望日より2年となります（実費精算の場合は別途ご指定ください）。いつまでにチャージし、利用すればよいかなど、キャンペーンページや販促物に期限を記載するようお願いいたします。
- ・LINEポイントコードをプレゼントする際には、専用の入力画面（<https://points.line.me/pointcode/>）を必ずご案内ください。
- ・キャンペーン事務局については広告主様（あるいは広告代理店様）側にて、ご設置いただき運用をお願いお願いしています。LPやその他訴求面などで、キャンペーン説明を行う際には、お問い合わせ先の記載をお願いいたします。
- ・LINEポイントコードに関する問い合わせ先を記入する必要がある場合は、こちらのURLをご利用ください。 <https://contact.line.me/>

## その他の表記について

### LINEポイントコードとは？

「LINEポイントコード」は、LINEポイントに交換できるPINコードです。  
「LINEポイントコード」は、専用の入力画面でLINEポイントをチャージ出来ます。

### LINEポイントとは？

「LINEポイント」は、「LINE Pay」や各種LINEのサービスでの支払いにお使いいただける、LINEのポイントサービスです。

# 管理画面について

## 管理画面について

### LINE POINT Code Report

各レポートの日付や時刻はJST(UTC+9)基準で表示されます。

Redeemed Date:

Name:

検索

↓ XLSX

1 ~ 1 件 / 総数 1 件

Redeemed Date	Name	Region	① Points Per Code	② Total Codes	③ Redeemed Codes	④ Redeemed Points	⑤ Redeemed Total	⑥ Remaining Codes	⑦ Remaining Points	⑧ Create Friendship	⑨ Unblock Friendship
2020-04	LINE Point Code JPY グリーンストア ブラウンド クイズキャンペーン 100pt 6700code	JP	100	6,700	80	8,000	80	6,620	662,000	20	10

Sample

管理画面上ラベル	詳細説明
① Point Per Code	1ポイントコードあたりの付与ポイント数
② Total Codes	全ポイントコード数
③ Redeemed Codes	消化(チャージ)されたポイントコード数
④ Redeemed Points	消化(チャージ)されたポイント数 ※①×③で算出
⑤ Redeemed Total	消化(チャージ)されたポイントコード数の合計
⑥ Remaining Codes	ポイントコードの残数 ※②-⑤で算出
⑦ Remaining Points	ポイントの残数 ※①×⑥で算出
⑧ Create friendship	友だち追加数
⑨ Unblock friendship	ブロック解除数



# よくある質問（1）

## お申し込みについて

### Q. 事前審査から納品までどれくらいかかりますか？

- A. 事前審査～納品まで、最短で15～20営業日ほどかかります。  
以下、目安となりますので、余裕を持ったスケジュールリングをお願いいたします。
- ・事前審査（約5～10営業日）
  - ・申し込み
  - ・納品（お申し込み受領後から最短10営業日）

### Q. LINEポイントコードは、前払い購入ですか？

- A. 前払いではございません。通常のお支払いスケジュールで購入可能です。

### Q. LINEポイントオートチャージは事前購入が可能ですか？

- A. LINEポイントオートチャージは実費精算となります。事前購入型をご希望の場合は、LINEポイントコード をご検討ください。

## LINEポイントコード の有効期限について

### Q. 有効期限はチャージ可能な期限ですか？ チャージ後の利用期限ですか？

- A. チャージが可能な期限です。

### Q. 事前購入のチャージ有効期限2年間は、具体的な日数でカウントしますか？

- A. 具体的な日数ではなく、アクティベート希望日から2年後の同日までとなります。例) 2021/4/11 → 2023/4/11 23:59

### Q. チャージ有効期限を変更出来ますか？

- A. 原則変更不可となります。別途ご相談ください。

### Q. チャージ有効期限の開始日（アクティベート希望日）を指定出来ますか？

- A. 納品日から30日以内で指定可能です。

# よくある質問（2）

## LINEポイントコードについて

### Q. LINEポイントコードはどのような文字列ですか？

A. PINコード16桁大文字・英数字の羅列になります。申し込み時に、英数字 or 数字のみの指定がいただけます。

### Q. レポートはありますか？

A. レポートはございませんが、LINEポイントコード の管理画面をご担当者様にお送りいたします。管理画面についてはご担当者様の判断で、必要に応じてご共有ください。

### Q. 納品ファイルに指定はできますか？

A. txt（テキスト）ファイルとなり、100万を超える場合は自動でファイルが分割されます。1ファイルごとの分割、ファイル名の指定などもできませんのでご了承ください。また、txtファイル以外での納品のご希望にもお応えできません。納品後にtxtファイル以外で作業され、文字化け等データが破損した場合も弊社にて一切の責任を負いかねますので予めご了承ください。

### Q. LINEポイント 履歴面表示名を変更できますか？

A. できません。企業名※20文字以内（英数字のみ半角可）となっておりますが、別の表示名をご希望の場合はお申し込み時にご依頼ください。

# よくある質問 (3)

## ポイントクリエイティブ・ロゴ利用について

### Q. ポイントクリエイティブの審査はありますか？

- A. 審査は必要になりますので、LBPM画面上から審査を依頼してください。  
キャンペーンの販促物を作成する場合は、ガイドライン (<https://www.lycbiz.com/jp/download/line/>) をご確認ください、最新のロゴ (<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>) をダウンロードしてご利用ください。

### Q. 「LINEポイント」ではなく「LINEコイン」と表記しても良いですか？

- A. 「LINEコイン」はLINEのアプリ内で使える仮想通貨を指します。  
ユーザーの混乱を招く恐れがありますので「LINEコイン」の表記は禁止しております。必ず「LINEポイント」の表記をご利用ください。

### Q. 「ポイント」ではなく「pt」など省略して表記しても良いですか？

- A. LINEポイントの単位に関する表記については、「P」や「pt」ではなく、必ず100ポイントなど、「ポイント」と略さずに使用してください。  
また、LINEポイントについて記載をする場合は「LINEポイント」と記載ください。

### Q. デザインマニュアルはありますか？

- A. デザインマニュアルはございませんが、別途「広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン (<https://www.lycbiz.com/jp/download/line/>)」のページをご確認ください。

### Q. 「LINEスタンプ1個分プレゼント」と表記したいのですが？

- A. LINEスタンプの価格はさまざまございますので、表記不可となります。

### Q. LINEアイコンは使用出来ますか？

- A. ガイドラインに則ってご利用ください。 (<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>)

### Q. LINEポイントのロゴデータはもらえますか？

- A. ロゴデータをダウンロードしてご利用ください。 (<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>)

# よくある質問（4）

## その他

### Q. キャンペーンでLINEポイントコードを配布する際は、どこのURLに遷移させれば良いですか？

A. LINEポイントコード チャージ専用URL (<https://points.line.me/pointcode/>) に遷移させてください。  
LINEポイントコード入力画面になりますので、LINE公式アカウントやサイトにリンクを掲載する際にお使いください。

### Q. ユーザーのLINEポイントコードの受け取りに上限を設けるなど、キャップをかけることはできますか？

A. ユーザーに付与するポイント（ユーザー付与ポイント単位）ごとにキャップをかける事が可能です。ユーザー付与ポイント単位が複数に分かれる場合は、付与ポイント単位ごとに回数制限がかかります。ユーザー付与ポイント単位を横断して回数制限をかけることはできません。  
例) ユーザー付与ポイント単位が、50ポイント・100ポイントの2種類で回数制限を5回でお申し込みいただいた場合、50ポイントに5回制限、100ポイントに5回制限がかかります。

### Q. LINEポイントコードを別のキャンペーンで使用することは可能ですか？

A. 事前に審査いただいたキャンペーン以外での使用はできません。

### Q. LINEポイントコードを複数の国（地域）が関わるキャンペーンに利用できますか？

A. LINEポイントコードは各国ごとの法定通貨と連動するため、LINEポイントコードごとに利用できる国家が限定されます。  
対象外の国家からはポイントコードを利用することはできません。

### Q. LINEポイントコードにバルク割引はありますか？

A. ありません。

### Q. LINEポイントコードの納品確認方法を教えてください

A. LINEポイントManager Top > LINE POINT CODE > PIN Code Download からご確認いただけます。

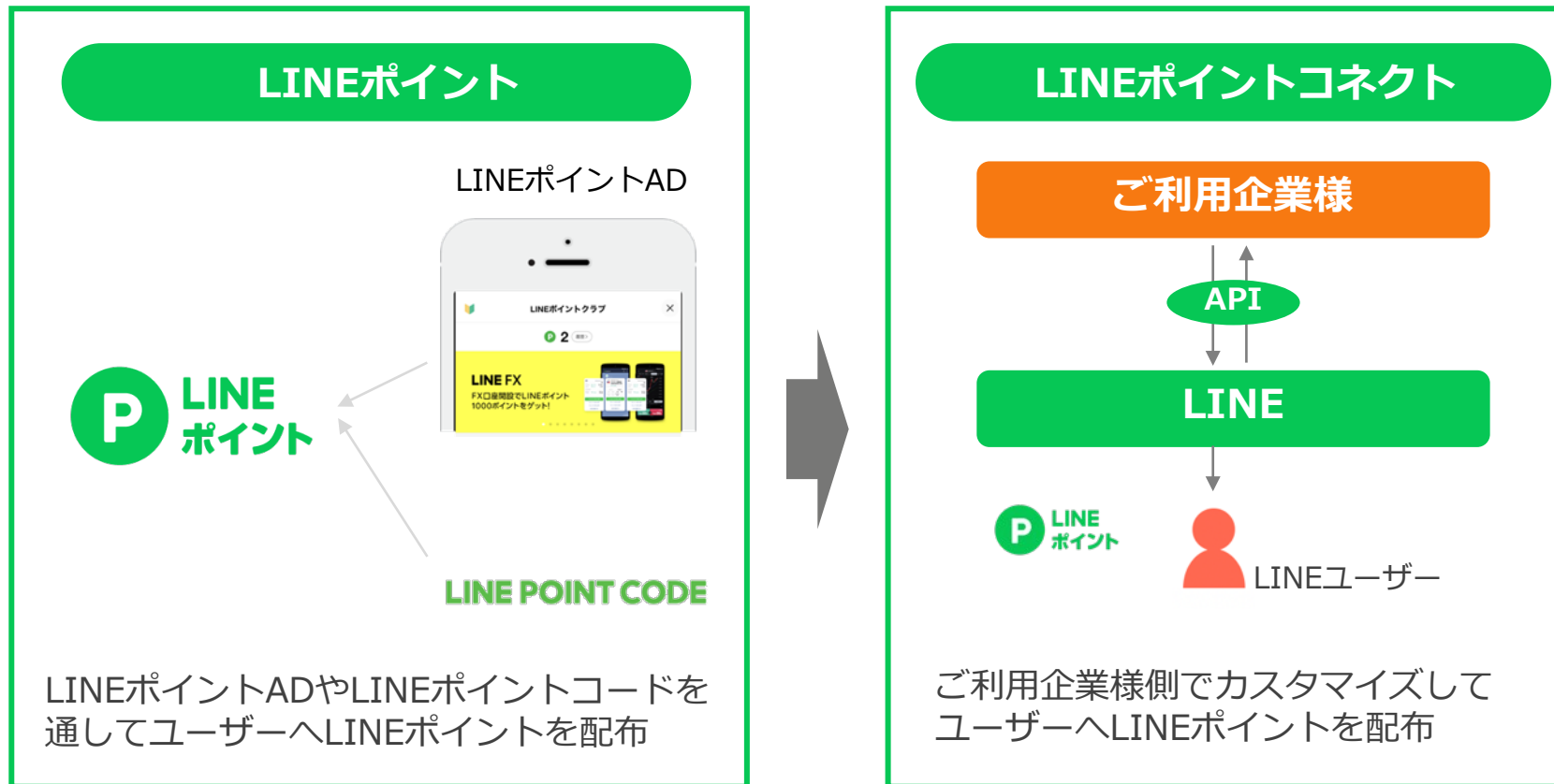
### Q. 納品メールが確認できない場合はどうすればよいのでしょうか？

A. LINEポイントManagerのインバイトメールからLINEポイントManagerにログインしていない場合、納品メールは届きません。  
インバイトメールからLINEポイントManagerにログインし、納品されているかご確認ください。

# LINEポイントコネクトとは

LINEユーザーに対してAPI利用でポイントを提供できる法人向けサービスです。

LINEポイントコネクトAPIを利用することで、「LINE公式アカウント」を導入している広告主様のLINE公式アカウントなどを通じて、ユーザーに対してLINEポイントの発行が可能になります。



※LINEポイントコネクトの導入には、原則、LINE公式アカウントの導入が必須となります。

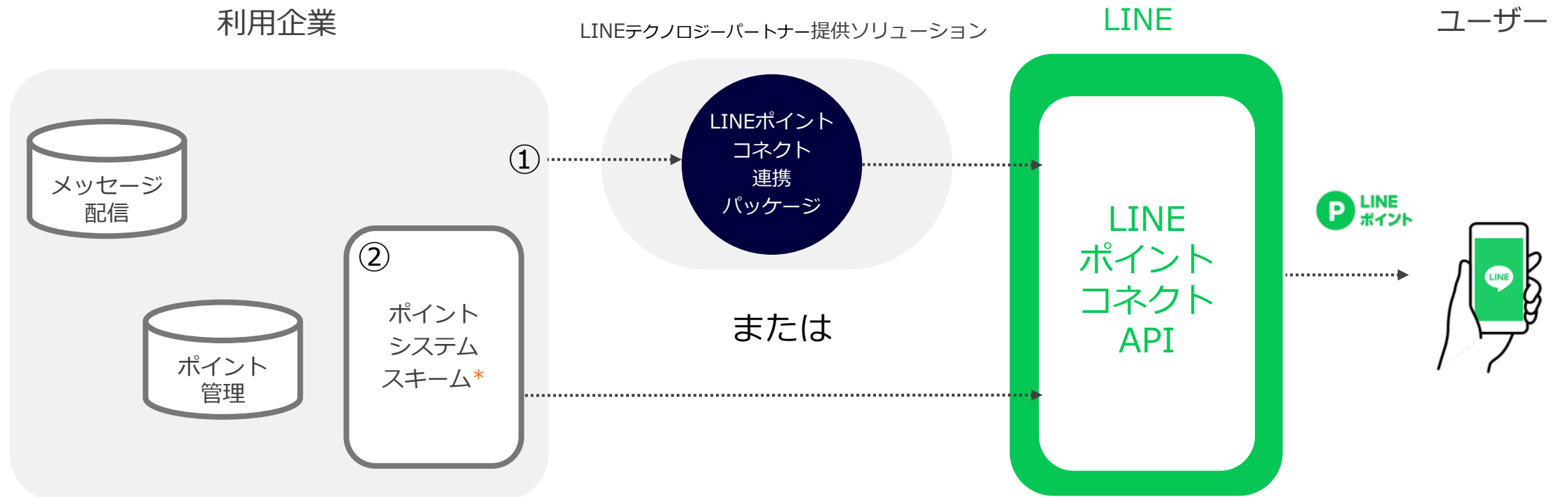
# サービスの実装・連携方法について

LINEポイントコネクトの実装及び連携については、

- ①LINEテクノロジーパートナーが提供するソリューション または
  - ②LINEテクノロジーパートナーに実装監修された利用企業様スキームのいずれかが必要になります。
- サービスのお申し込みは販売代理店までお願いいたします。

詳細はLINEヤフー for Businessの「パートナーに相談」ページをご覧ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/partner/>

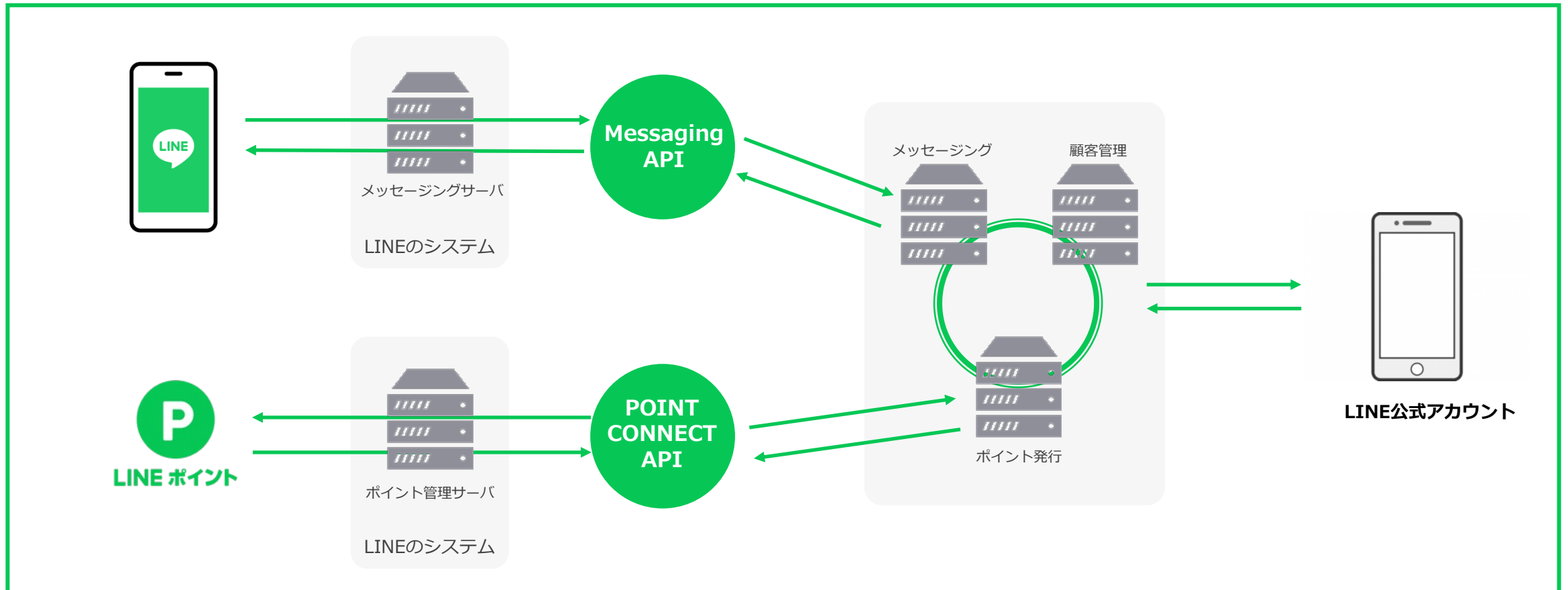


\*LINEテクノロジーパートナー実装監修が必須

# LINEポイントコネクットの仕組み

LINEポイントコネクットAPIと導入企業様のシステムをつなぐことで、LINEポイントのプロモーション利用が可能になります。

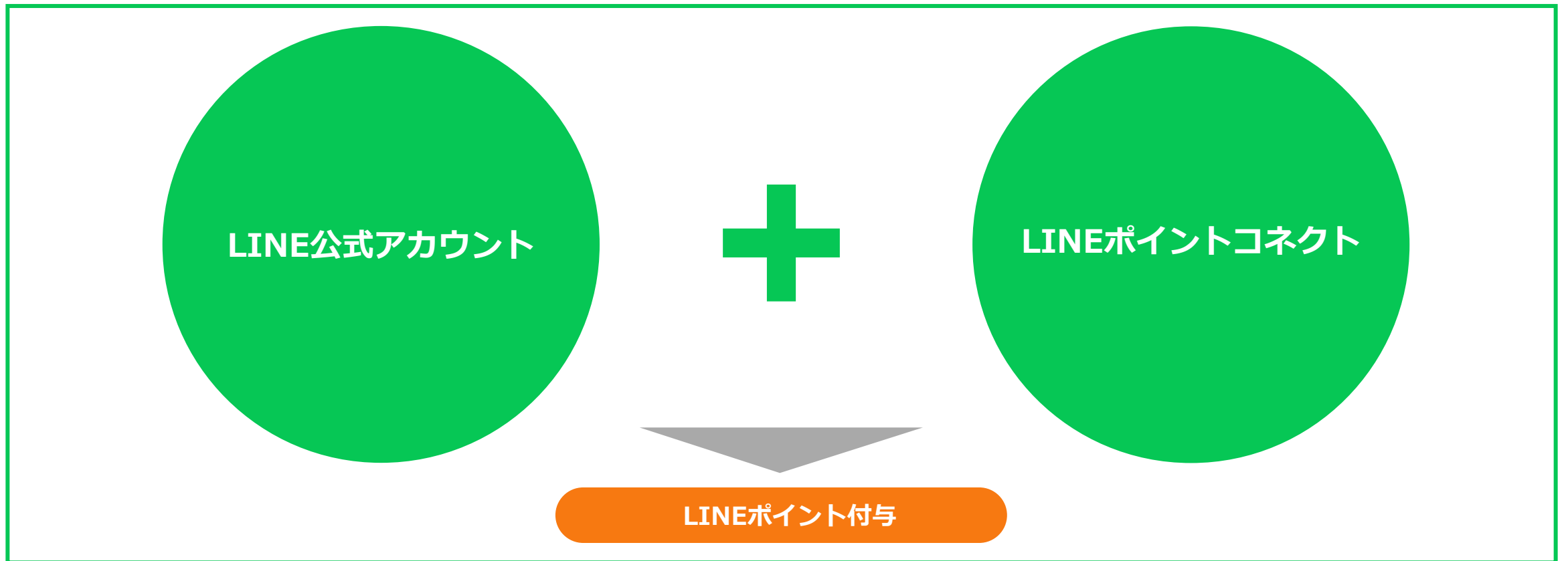
「LINE公式アカウント」と連携することでユーザーに対してポイント発行が可能になり、友だち追加やアンケート回答などさまざまなプロモーションに活用できます。



※事業環境によりLINEアプリのサービス内容・機能が変更になる可能性があります。

# LINEポイントコネク特の特徴

プロモーションインセンティブとしてLINEポイント発行を行うことが可能。  
会員登録、アンケート、チャットなどLINE公式アカウントで提供しているサービスに合わせてポイント発行を行うことで、ユーザーのモチベーションを上げ、満足度・エンゲージメントを高めることが可能になります。



※LINEポイントコネク特の導入には、原則「LINE公式アカウント」の導入が必須となります。

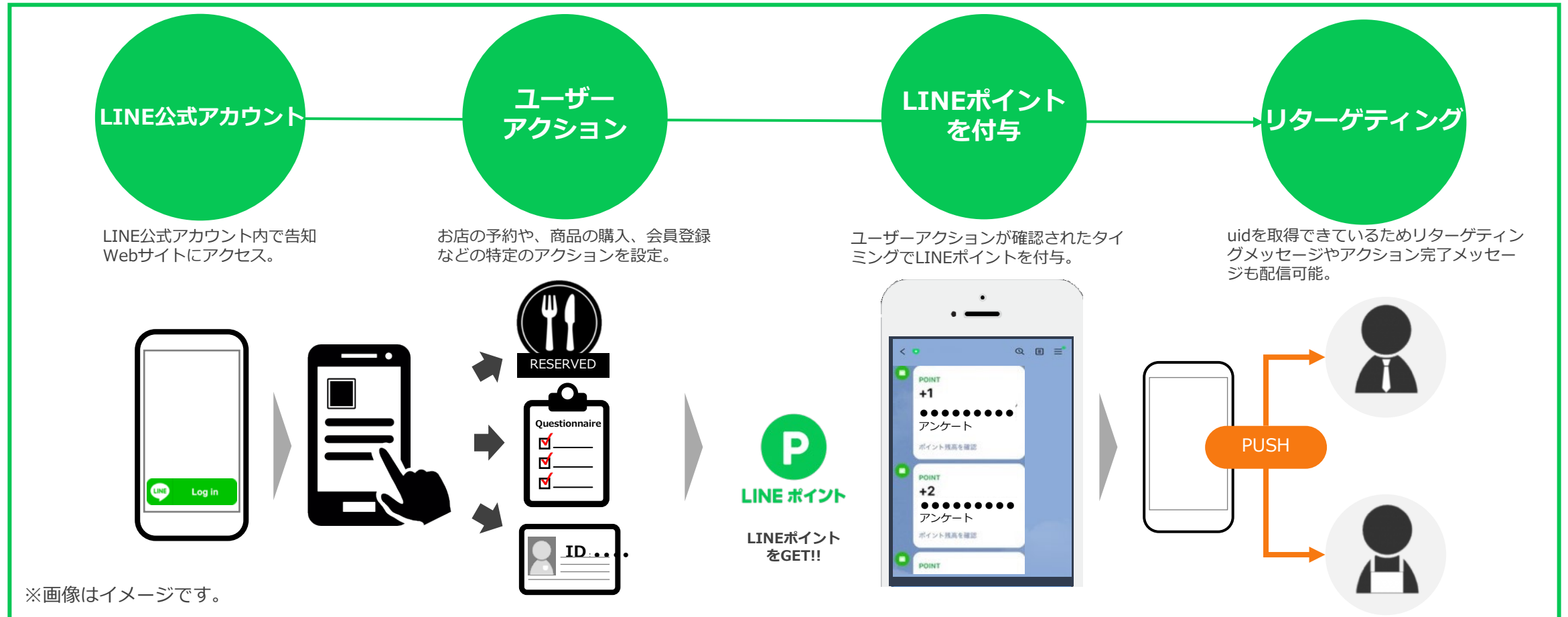
※LINEポイントで商品の値引きを行う企画は不可となります。



# 活用イメージ（オンラインキャンペーン）

オンライン上でユーザーアクションに応じてLINEポイントをプレゼント

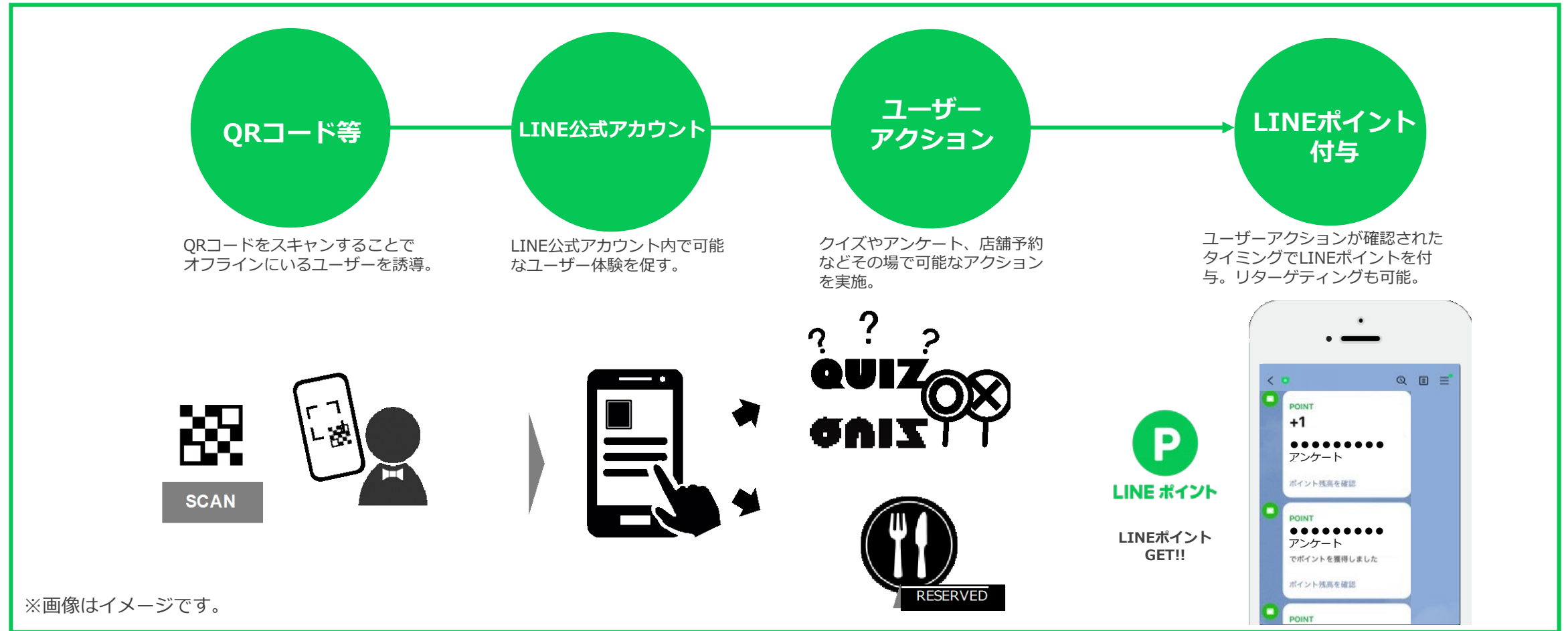
「LINE公式アカウント」が導入されているWebサイトにおいて、ユーザーアクション（購買・予約・登録・応募など）を行った際に、アクションの多寡に応じてLINEポイントを付与する。



# 活用イメージ（オフライン連動キャンペーン）

オフラインからの送客ユーザーに対して、LINEポイントをプレゼント

オフラインでユーザーに対してプッシュ通知などを行い、LINE公式アカウントに誘導し、現場でできるミッションを与え、ミッション達成者に対してLINEポイントを付与する。



# 販売価格

発行したポイント数に応じた課金となり、発行ポイント数は月単位で集計されます。

2.0円



LINE ポイント

1ポイント1.0円  
(非課税)



発行手数料1.0円  
(税別)

## 通常価格

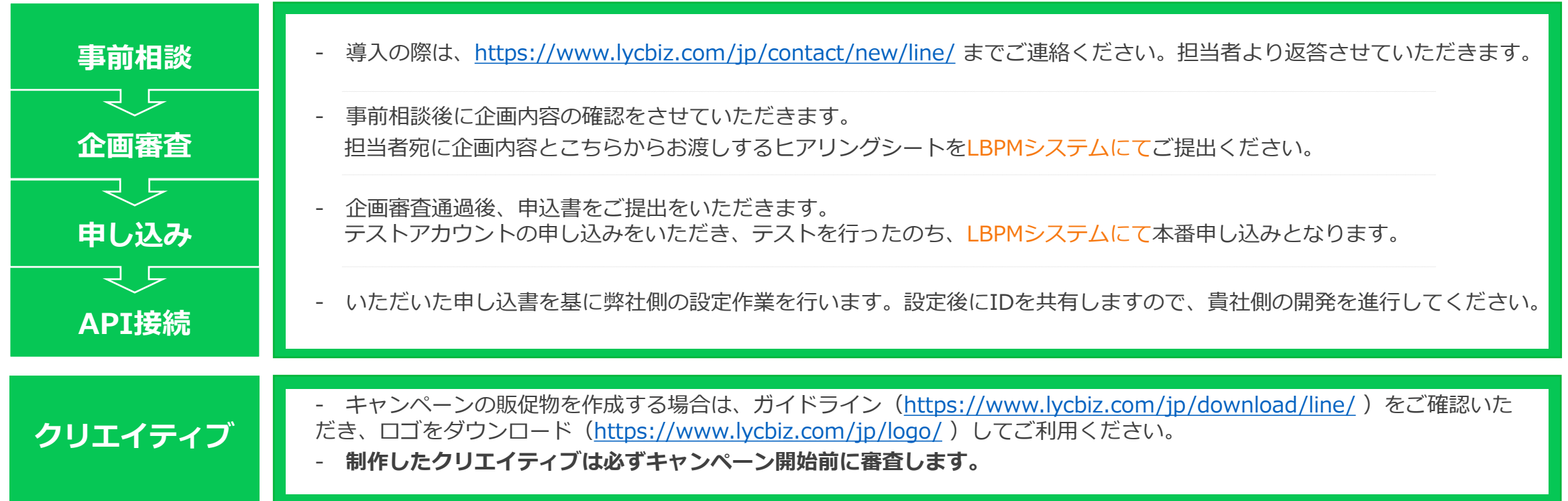
メニュー	発行方法	ポイント代 (非課税)	手数料 (税別)
LINEポイントコネク	API	1円/1ポイント	1.0円/1ポイント

※最低発注価格は、「総額100万円 (ポイント代+手数料) 以上 / 初回キャンペーン」とさせていただきます。

ユーザーのアクションに応じて**定額**でLINEポイントを発行

# 進行フロー

LINEポイントコネクトを実施するにあたっては、以下のようなフローで進行いたします。



※レポートはございません。あらかじめご了承ください。希望によりLINEポイントコネクトの管理画面を提供いたします。

※申し込み～API接続まで、テストアカウントは最短で5～7営業日ほど、本番アカウントは最短で10～12営業日かかります。

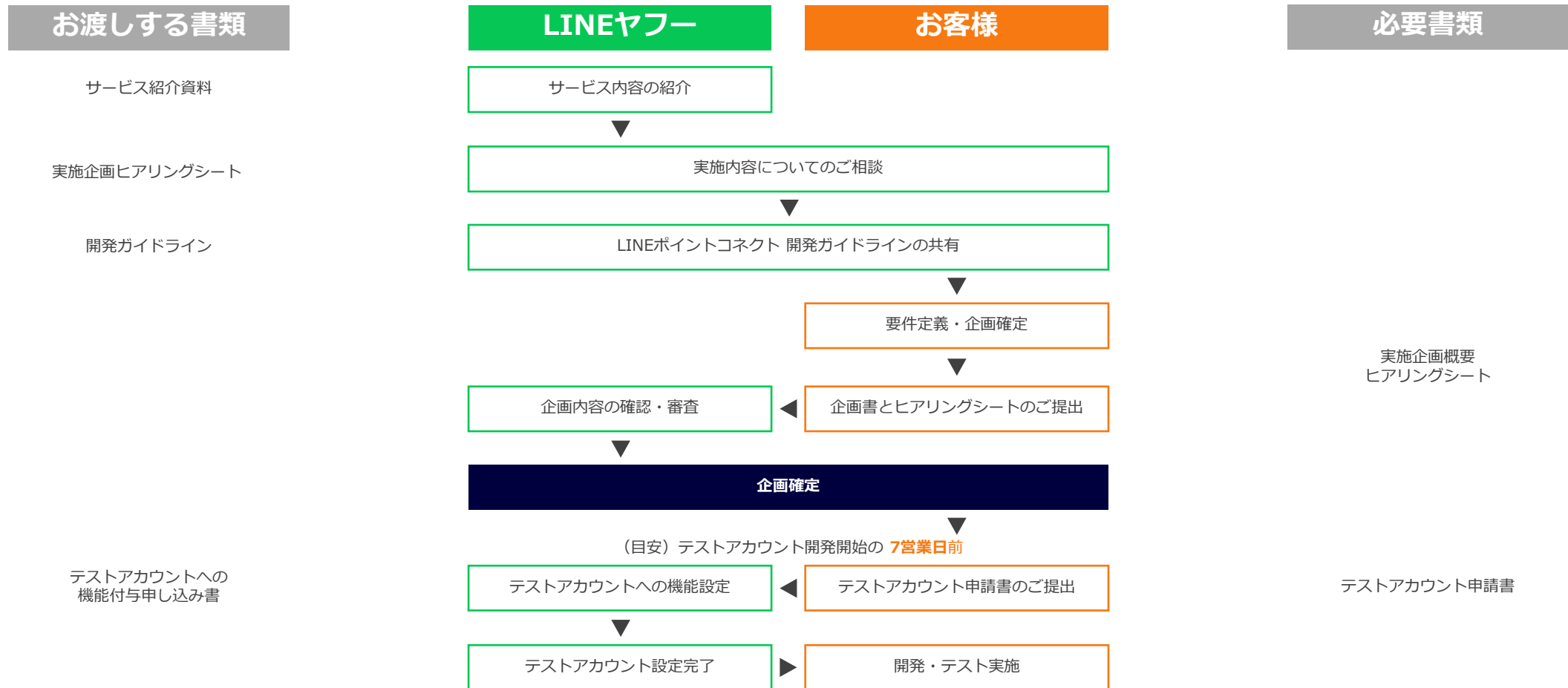
※「LINE公式アカウント」の開設がない場合は、別途申し込みと設定期間が必要になります。

以下、目安となりますので、余裕を持ったスケジュールリングをお願いいたします。

- ・企画審査（約3～5営業日）
- ・テストアカウントの設定（不備のない状態でお申込みいただいた日（17時まで）の翌日から約5～7営業日後）
- ・本番アカウントの設定（不備のない状態でお申込みいただいた日（17時まで）の翌日から約12～15営業日後）

# 詳細スケジュール① 事前相談～テストアカウント開発までのフロー

LINEポイントコネクトをご実施いただく場合は、以下のようなフローで進行いたします。



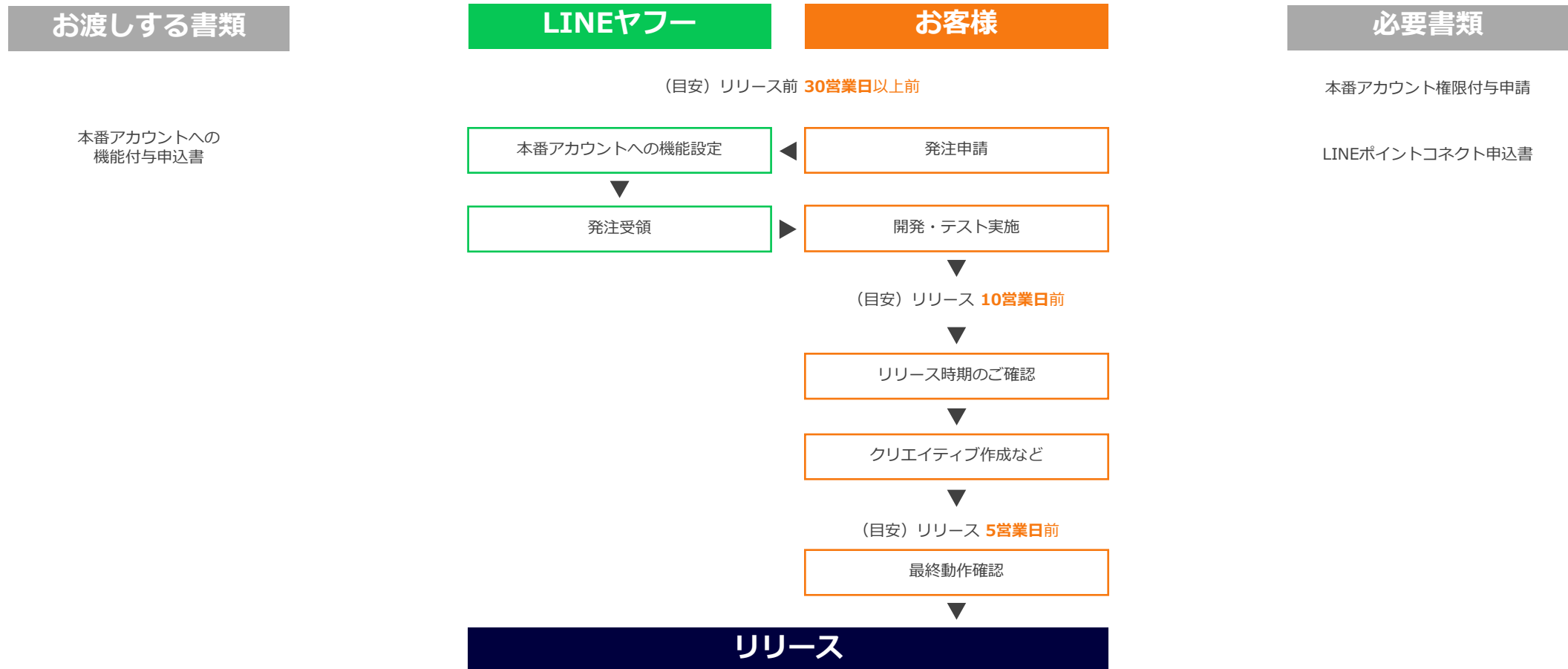
※上記は想定スケジュールとなります。

※LINEポイントコネクトの導入には、原則「LINE公式アカウント」の導入が条件となります。「LINE公式アカウント」の導入がない場合は別途申し込みと設定時間が必要です。

※企画審査は企画ごとに行う必要があります。

# 詳細スケジュール② テストアカウント開発～リリースまでのフロー

LINEポイントコネクトをご実施いただく場合は、以下のようなフローで進行いたします。



※上記は想定スケジュールとなります。

※LINEポイントコネクトの導入には、原則「LINE公式アカウント」の導入が条件となります。「LINE公式アカウント」の導入がない場合は別途申し込みと設定時間が必要です。

※企画審査は企画ごとに行う必要があります。

# 約款・キャンセル規定・お問合せについて



## 約款・キャンセル規定

お申し込み後のキャンセルやアクティベート日の内容変更はお受けいたしかねます。  
事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みのほど宜しくお願ひ申し上げます。

- ・ LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・ LINE 法人向けサービス「LINEポイントコネクト」個別約款  
<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>



## お問い合わせについて

ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。



## 事前相談について

事前相談につきましては下記までお問い合わせください。

<https://www.lycbiz.com/jp/contact/new/line/>

# LINEポイントのクリエイティブ審査・ガイドラインについて

## LINEポイントのクリエイティブ審査について

- LINEポイントの訴求があるクリエイティブについては、審査は必須となります。LBPM画面上から審査を依頼してください。審査には約3～5営業日かかります。
- LINEポイントのクリエイティブ審査なしでLINEポイントコネクトを配布するキャンペーンを開始された場合、販売出来ないケースやポイントを無効化するケースもありますのでご注意ください。
- 販促物などで作成したクリエイティブは、必ずキャンペーン開始前に確認させていただきます。
- 印刷物、サイト、バナー、メール書面、アプリ画面など、LINEポイントコードに関わる制作物の全てが対象になります。
- ガイドラインに記載されていない内容についても修正をお願いすることがあります。クリエイティブ審査には、約3～5営業日ほどいただきます。スケジュールに余裕を持って公開前（入稿前）にご提出をお願いいたします。

## LINEポイントクリエイティブのガイドライン・ロゴのガイドラインについて

- 日本国内で使用される広告・販促・告知物等でのLINE関連素材（ロゴ・アイコン・画面イメージなど）の使用およびLINE関連の案件実施告知におけるガイドラインを記載いたします。
  - 以下のガイドラインを確認いただき、記載されている内容に則って各種告知物を制作いただきますようお願いいたします。  
※ガイドラインは変更・追加される場合があります。
  - 必ず最新の資料をご確認いただきますようお願いいたします。
- 各種LINE関連素材のダウンロードおよび利用ガイドラインについて  
ロゴデータと各ロゴ・アイコンそのものに関するガイドラインを掲載しています。  
<https://www.lycbiz.com/jp/logo/>
- 広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン  
ロゴ・アイコンを使用した広告物制作におけるガイドラインを掲載しています。下記よりダウンロードしてご確認ください。  
<https://www.lycbiz.com/jp/download/line/>



# 必須記載事項・表記について

## 必須記載事項について

下記注記1点をLINEポイントに関連するページ、印刷物などの告知物に必ず記載をお願いします。

※LINEヤフー株式会社は、本プロモーション・調査・プログラム・キャンペーン（※該当しない部分は削除してください）のスポンサーではありません。

下記注記1点は広告主様の慣習として記載が必要、または他の権利表記がある場合に記載をお願いします。

※LINEおよびLINEロゴは、LINEヤフー株式会社の登録商標です。

## 表記について

### LINEポイントとは？

LINEポイントの正式な説明文は以下をご確認ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/logo/format/>

LINEポイントに関する表記は以下のガイドラインを必ずご確認ください。

[https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/logo/line\\_guideline.pdf](https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/logo/line_guideline.pdf)



# LINEポイントAD

# LINEポイントADとは

LINEポイントAD（掲載面：LINEポイントクラブ）は、指定条件をクリアすることでポイントがもらえるサービスです。「アフィリエイト」「スライド読了」「動画視聴」などのキャンペーンを掲載しています。



アフィリエイト スライド読了 動画視聴

ユーザーが、LINEポイントクラブの一覧ページから任意のキャンペーンを選択して実行すると...



ミッションクリア

LINE内で使用可能なLINEポイントがもらえます。LINEポイントを貯めると、好きなLINEスタンプや着せかえに換えられる、ポイントと交換できます。

# 各種メニュー説明

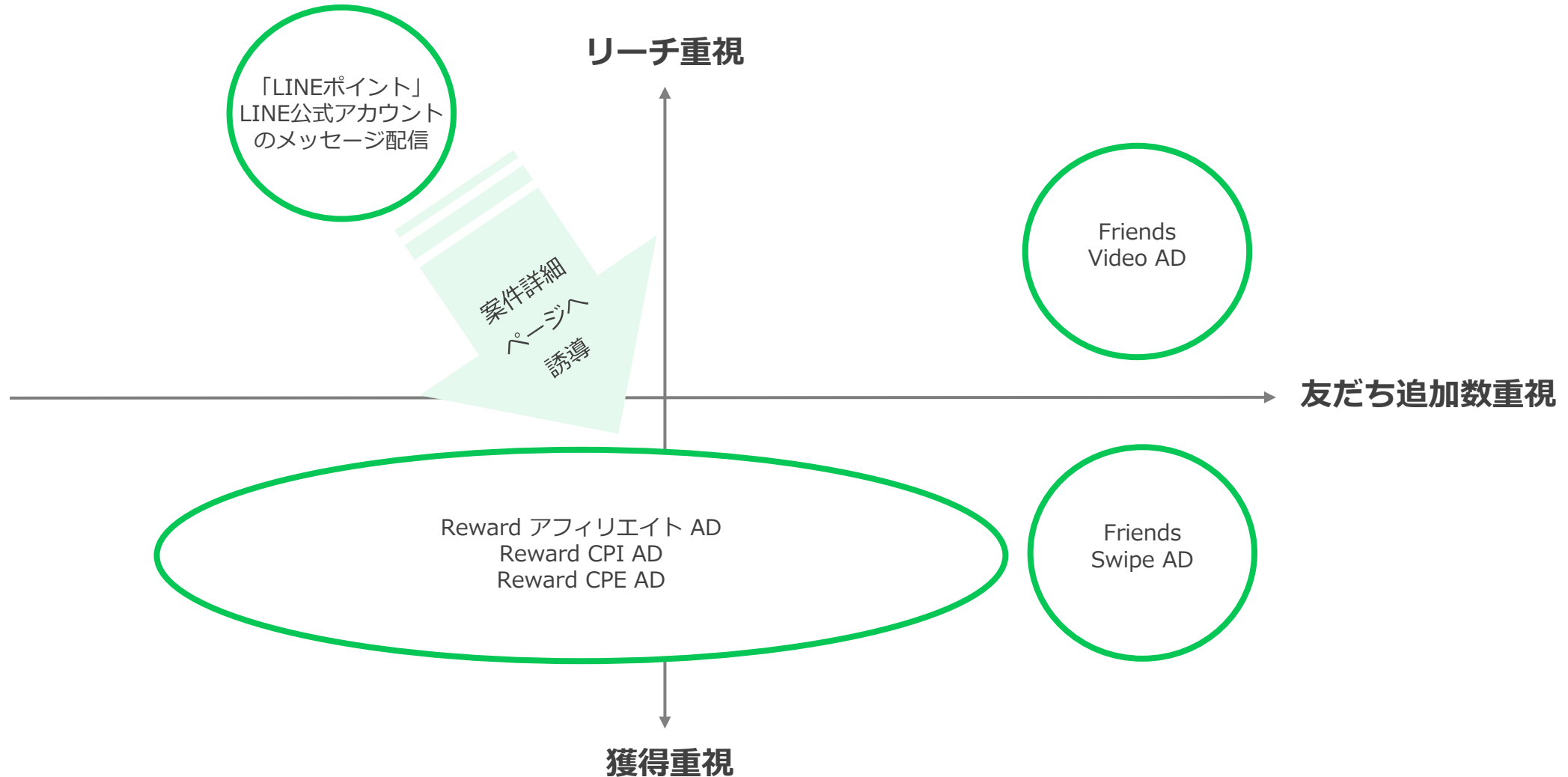
獲得、友だち追加、リーチ、各KPIに合わせた幅広いメニューを取り揃えています。

KPI	メニュー名	メニュー説明
獲得重視	Reward アフィリエイト AD	ミッション完了でポイントゲット web上の任意成果地点を指定してユーザー獲得+友だち追加（オプション利用の場合）が可能
	Reward CPI AD	アプリインストール後の起動でポイントゲット アプリインストール保証でユーザー獲得+友だち追加（オプション利用の場合）が可能
	Reward CPE AD	アプリインストール後のミッション完了でポイントゲット アプリ内の任意成果地点を指定してユーザー獲得+友だち追加（オプション利用の場合）が可能
友だち追加数重視	Friends Swipe AD	スライド読了でポイントゲット ユーザー自らの能動的なスワイプにより商材を理解した友だち追加が可能
	Friends Video AD	ビデオ視聴完了でポイントゲット ビデオ視聴による商材に関するリッチな体験をした友だち追加が可能
リーチ重視	LINE公式アカウントの メッセージ配信	「LINEポイント」LINE公式アカウントのメッセージ配信による、即効性のある大幅リーチが可能

# 各種メニューマッピング

獲得～友だち追加～リーチまですべてLINEポイントADのメニューで完結が可能です。

そのため、LINEポイントメッセージ × Reward アフィリエイト ADなどのクロスセル効果が出やすい点が特徴です。



# LINEポイントADとは

LINEポイントAD（掲載面：LINEポイントクラブ）は、国内最大級のリーチ力を誇るポイントメディアです。



※画像はイメージです。

## 月間PV数

✔ 約2.8億PV（国内のポイントメディアでは最大級）

出典：自社調べ 2023年3月～5月平均値

## キャンペーン CV UU（コンバージョンUU） 年代別比率

✔ 約7割が女性となるため女性向け商材との相性が良い

✔ 他メディアではリーチが難しい10代ユーザーにもリーチ可能

	10代	20代	30代	40代	50代以上	性別合計
女性	14%	7%	7%	14%	31%	73%
男性	8%	2%	2%	4%	11%	27%
年代別合計	23%	9%	9%	18%	41%	100%

出典：自社調べ 2023年3月～5月平均値

# ユーザー属性について

✔ スキマ時間に少しポイントを貯めたい、というピュアユーザーが大半を占める



自社アンケート結果（※1）でも  
「LINEスタンプや着せかえ」  
が交換先の圧倒的1位（78%）

## 一般的なポイントユーザー と異なる動機

LINEスタンプや着せかえ購入目的の  
ピュアユーザーも多い



ポイントゲッター層  
定期的に案件をみにくる



ピュアユーザー層  
スキマ時間で不定期にくる

## 2層の異なるユーザー層

“ピュアユーザー層”を抱えているのが  
一般ポイントメディアとの違い

※1 LINE株式会社調べ  
LINEリサーチ プラットフォーム利用の調査 2020年4月

# みなし属性 指定可能セグメントについて

一部メニューにて、みなし属性(※) セグメントの指定が可能です。

記載のないパターンのセグメントは、原則指定不可となります。

メニューごとの単価は、各メニュー詳細資料をご確認ください。

※「みなし属性」とは、LINEヤフーファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類したものです。

(分類の元となる情報に電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まれません) なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者(広告主等)の提供は実施しておりません。

男女					
10代(20歳未満)	●				●
20代	●	●			
30代	●	●	●		
40代	●	●	●	●	
50代以上	●	●	●	●	
グループ種別	A	A	B	B	C

女性					
10代(20歳未満)	●				
20代	●	●			
30代	●	●	●		
40代	●	●	●	●	
50代以上	●	●	●	●	
グループ種別	B	B	B	C	

男性		
10代(20歳未満)	●	
20代	●	●
30代	●	●
40代	●	●
50代以上	●	●
グループ種別	C	C



# uid提供オプション

Reward AD（友だち追加オプション利用）、  
Friends ADの後追いプロモーション用にキャンペーンCVユーザー情報（uid）を提供します。

## uid提供オプション利用イメージ



提供項目	uidのみ（他項目はシステム仕様上提供不可となります）
オプション料金	1回のuid提供につきgross200万円
注意事項	<ul style="list-style-type: none"><li>・金額は全て税抜価格の表記になります。</li><li>・Messaging APIに対応しているLINE公式アカウントの種類については、LINE公式アカウントの媒体資料をご確認ください。</li><li>・オプションのご利用に必要なLINE公式アカウントの種類については事前にご確認のうえお申込ください。</li><li>・uid納品予定日は抽出期間最終日の翌営業日からカウントして3営業日以内目処となります。</li><li>・プロモーション時にブロックしているユーザーは除外されるためご提供するuid数と差異が生じることがあります。</li><li>・Reward アフィリエイト ADで手動承認の場合は、承認期間を含めた抽出期間でお申込ください。</li><li>・uid提供オプション利用時の掲載フローは営業担当までお問い合わせください。</li><li>・ユーザーの許諾が取れているuidのみ提供となります。</li></ul>

# LINEポイントAD 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

また、LINEヤフーでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、広告表現に関するガイドラインを設けております。

## LINEポイントAD 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

■ 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願ひ申し上げます。

- ・ **LINEポイントAD 審査ガイドライン**

<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/>

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合がございますので予めご了承ください

# クリエイティブ内の抽選訴求について（LINEポイントAD共通）

- ① Reward CPI AD 及び Reward CPE AD(Androidのみ掲載)をのぞいた全メニューにおいて、全てのクリエイティブの抽選訴求を不可とします。

NG訴求タイプ例 ※あくまで一例となり、記載の限りではありません。

景品付与方法	補足
抽選	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 抽選は全面NG</li><li>・ 実際は全員もらえる場合でも、クリエイティブで抽選を想起する訴求はNG</li><li>・ 不確定要素を含む内容をミッションにしている場合はNG 例：ユーザーに予想をさせる、コンテスト要素がある、大喜利など明確な答えのないものを含む</li></ul>
必ずもらえるランダム付与	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 種類や形状や色など些細な差分でも、選択不可の場合はNG</li><li>・ 複数のインセンティブがある場合、選択不可の場合はNG</li></ul>
山分け	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 応募タイミングでインセンティブの絶対値が確定していない場合はNG</li></ul>
オーディション (傾斜選考)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 選考条件が明示的でなく、ユーザーを選抜する場合はNG</li></ul>

※第三者からの指摘などを理由に掲載中に問題や事故が起きた場合には、該当の広告掲載を弊社の判断で停止させていただく可能性がございます。  
※遷移先LP内の抽選訴求によるものも含む。

# よくある質問・注意事項（LINEポイントAD共通）

## LTV計測について

### Q. LTV計測は可能ですか？

A. メニュー毎のレポートサマリに記載の項目のみ、弊社管理画面ではご確認可能です。その先のLTV計測については、各計測ツール開発会社へご確認ください。

### Q. 事前に計測テストは可能ですか？

A. 動作テストはご入稿前に広告主様にてご対応いただきます。基本的には弊社では実施いたしません。また、他社ASP・SDKツールの動作や挙動保証はいたしかねます。

### Q. トラッキングURLのリダイレクト回数制限はありますか？

A. リダイレクトは3回までを推奨しております。

## 成果判定について

### Q. トラッキングのために個人情報取得・使用をしていますか？

A. 個人情報は一切取得・使用いたしません。またトラッキングデータの二次利用も行いません。

### Q. CVの重複カットはできますか？

A. Reward AD の各種メニューにおいては、同一キャンペーンにおけるCVは重複カットいたします。キャンペーンを跨いだ重複カットについては原則不可となります。

## 配信について

### Q. 途中で掲載を止めることはできますか？

A. 原則不可となりますが、掲載サービスに問題や不慮の事故などが起きた場合はその限りではございません。

### Q. LINEアプリ、OSの対応環境について知りたい。

A. LINEアプリは最新バージョンでご利用ください。OS環境はヘルプセンターよりご確認ください。フィーチャーフォン・タブレット・その他のOSには非対応です。

# LINEポイント Reward AD

※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性がございます。あらかじめご了承ください。

# Reward AD 友だち追加+ブロック解除オプション

アフィリエイト・CPI・CPEご出稿時に「企業のLINE公式アカウントへの自動友だち追加+ブロック解除オプション」を無償でご利用いただけます。詳細は LP/クリエイティブ可否 申請時にご確認ください。

友だち追加+ブロック解除オプション利用時遷移イメージ

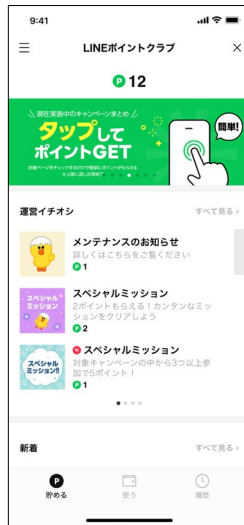
※画像はアフィリエイトの場合のイメージとなります。



対象アカウント	認証済アカウント
レポート項目	インプレッション（案件詳細ページのみ）・クリック数・クリック率・成果数・成果率+新規友だち追加数・既存友だちブロック解除数 ※LINEポイント管理画面でのご確認となります。
オプション料金	<b>無償</b>
注意事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>友だち追加の保証をするメニューではありません。</li> <li>既存の有効友だちにも配信されるため新規友だち追加数+既存友だちブロック解除数=CV数にはなりません。</li> <li>出稿商材と関連したアカウントのみ対象とします。</li> <li>その他、掲載条件は各メニューの媒体資料に準じます。</li> </ul>

# Reward アフィリエイト ADとは

指定サービス内でミッションをクリアしたユーザーに、LINEスタンプなどと交換できるポイントを付与します。  
ミッションの内容を選択できるため、低リスクでユーザー獲得ができる施策です。



選択 & キャンペーン参加



ミッション内容を確認



ミッションクリアで  
ポイント獲得!

※画像はイメージです。

# Reward アフィリエイト AD 画面遷移

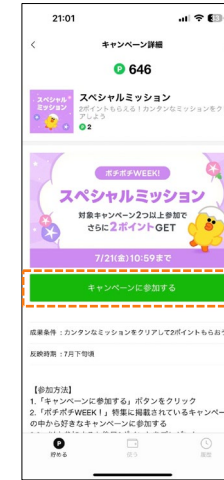
ウォレットタブ>LINEポイントクラブ



トップページ>各種カテゴリ



案件詳細ページ



ポイント獲得



ミッションクリア



Webサイト (外部ブラウザ)





# Reward アフィリエイト AD 商品スペック

項目	内容
成果地点	webサイトでのミッション完了
掲載面 (Android/iOS)	カテゴリページ&トップページ（ローテーション表示） ※カテゴリ名、カテゴリ表示順位は変更になる可能性があります。
掲載期間	開始：掲載開始日（平日開始のみ可、土日祝日開始不可）の午前11時頃（日本時間） 終了：掲載開始日から予算消化完了数まで。消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。
掲載ルール	通常枠： <b>ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可</b> 。単価などの掲載条件詳細は別頁参照。 運営イチオシ枠：詳細は営業担当までお問い合わせください。 <b>※イチオシ枠は最大12週間掲載かつ事前相談必須になります。</b>
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"><li>・即時全承認でお申しいただいた場合は、発生した全ての成果を請求対象とさせていただきます。ご対応が難しい場合、手動承認でのお申込をお願いいたします。</li><li>・指定のアフィリエイトサービス（株式会社サイバーエージェント / 株式会社ADWAYS DEEE / GMOメディア株式会社 / リンクシェア・ジャパン株式会社 / 株式会社セレス / GMO NIKKO株式会社）との連携が必要となります。</li><li>・手動承認の承認サイクルは60日以内となります。</li><li>・手動承認で掲載する場合は、CS問い合わせ対応で発生するポイント付与分もご請求対象となります。</li><li>・クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。</li><li>・日予算設定は不可となります。</li></ul>
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"><li>・1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li><li>・LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。</li><li>・全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li><li>・キャンペーンはOSごとに分けて、両OS合計での表示となります。</li><li>・重複カットの対象となるCV logの保持期限を2年間とする可能性がございます。予めご了承ください。</li><li>・本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン（<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>）もあわせて適用されます。</li><li>・メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li></ul>

# ミッション「商品購入・注文」 出稿単価

成果地点	承認方法	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
初回購入単価 2,000円(税抜)未満商品購入	手動承認	商材単価(税抜) ×5倍	商材単価(税抜) ×5倍×1.2倍	商材単価(税抜) ×5倍×1.5倍	商材単価1,000円未満(税込) : 200P 商材単価1,000円以上(税込) : 商材単価(税込) ×20%	500万円 ~
初回購入単価 2,000円(税抜)以上商品購入 ※上限金額の縛りなし	手動承認	商材単価(税抜) ×4倍	商材単価(税抜) ×4倍×1.2倍	商材単価(税抜) ×4倍×1.5倍	商材単価(税込) ×20%	500万円 ~
テイクアウト・デリバリー 初回注文完了	手動承認	都度	都度	都度	200P ※定率是对应不可	200万円 ~

※(税込)と記載のない金額は全て税抜価格の表記になります。

※アプリの場合はCPEでも実施可能です。単価・付与ポイント数は本ページ通り、その他掲載条件はReward CPE ADの媒体資料をご参照ください。

※単品購入、定期購入ともに商材単価の上限金額の縛りはありません。

※定期購入は最低契約期間がなく、解約料が発生しない場合のみ掲載可能です。

※同一広告主様が複数商材を出稿する場合の掲載可否は以下のルールとなります。

同一ユーザーの初回購入のみを成果対象、2回目以降の購入は商材を問わず成果対象外とする⇒不可 各商材の初回購入は同一ユーザーであっても成果対象とする⇒可

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# ミッション「来店」出稿単価

成果地点	承認	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿 金額
無料来店	手動承認	都度	都度	都度	200P	500万円 ~
有料来店 ※上限金額の縛りなし	手動承認	都度	都度	都度	商材単価(税込) × 20%	500万円 ~

※(税込)と記載のない金額は全て税抜価格の表記になります。

※商材単価の上限金額の縛りはありませんが、来店後の契約成果は不可となります。

※来店成果の企業商材可否基準については、別途営業にお問い合わせください。

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# ミッション「クレジットカード発行」出稿単価

成果地点	承認	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿 金額
年会費無料 カード発行	手動承認	8,000円	9,600円	12,000円	1,500P	500万円 ~
年会費有料 カード発行	手動承認	都度	都度	都度	都度	500万円 ~

※金額は全て税抜価格の表記になります。

※Visa、Mastercard、JCBなどの国際的なクレジットカードブランドのみ掲載可となります。

※キャッシングやローンのみを主な機能としているものや、リボルビング払いのみを主な機能としているような、支払い方法が限定される券種は掲載不可となります。

※同一券種を複数同時掲載する場合の掲載可否は以下のルールとなります。

- ・すべての券種が成果対象になる場合 → 可
- ・他券種でCVしたユーザーは成果対象にならない場合 → 不可

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は、原則掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# ミッション「キャンペーン応募・無料会員・メルマガ・無料おためし登録」 出稿単価

成果地点	承認	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
無料サンプル請求	手動承認	100円	100円	100円	1P	100万円～
キャンペーン応募 無料会員登録 メルマガ登録 口コミ投稿	即時 全承認	250円	300円	380円	50P	200万円～
	手動承認	380円	450円	570円	100P	500万円～
無料おためし登録 1,000円未満(税抜)	即時 全承認	800円	960円	1,200円	200P	200万円～
	手動承認	1,200円	1,400円	1,800円	200P	500万円～
無料おためし登録 1,000円～3,000円以内(税抜)	即時 全承認	1,500円	1,800円	2,300円	初月単価(税込) ×20%	200万円～
	手動承認	2,300円	2,700円	3,500円	初月単価(税込) ×20%	500万円～

※(税込)と記載のない金額は全て税抜価格の表記になります。

※「無料おためし登録」とは、利用開始から規定日数は無料で利用でき、規定日数超過後は有料プラン(原則初月の単価3,000円以内・税別)に切り替わるサービスを指します。

また、月額有料会員登録は原則掲載不可となります。

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# ミッション「資料請求・見積もり」出稿単価

成果地点	承認	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
資料請求 見積もり	即時 全承認	800円	960円	1,200円	200P	200万円～
	手動承認	1,200円	1,400円	1,800円	500P	500万円～

※金額は全て税抜価格の表記になります。

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# ミッション「口座開設」 出稿単価

成果地点	承認	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
※① 銀行・証券 口座開設	手動承認	4,000円	4,800円	6,000円	1,500P	500万円～
※② ローン契約完了	手動承認	60,000円	72,000円	90,000円	1,500P	500万円～
※③ FX口座開設 完了	手動承認	30,000円	36,000円	45,000円	1,500P	500万円～

※金額は全て税抜価格の表記になります。

※①金融庁より必要な免許・許可・登録を受けていない事業者の場合、掲載不可となります。

※①フリーローンがメインになる場合、掲載不可となります。

※②銀行業の免許を有する銀行、またはメガバンクグループに属する消費者金融であれば掲載可となります。

※③金融先物取引業協会（FFAJ）への加入事業者ではない場合、掲載不可となります。

※メール認証を必要とする場合、トラッキング漏れが発生しないように別途対応をお願いしております。

※「電話でのお問い合わせ」「電話での本人確認」など電話を含む導線は掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご注文ください。

※手動承認の最低出稿金額は、発生ベースの成果に対し100%承認時の金額を記載しています。

# Reward アフィリエイト AD LP/クリエイティブ可否ルール



## 原則ルール

- 可否審査は原則3～5営業日目途、薬機関連は7～9営業日目途となります。（あくまで目途となり保証はいたしかねます）
- 審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となります。



## LP審査について

- 訴求対象外の商材に関する訴求や導線を含む場合、掲載不可となります。（カートページのみ可）
- 同一銘柄の商材（同一クレジットカード銘柄やECの同一ブランドなど）であっても、同一LP内での複数商材訴求は不可となります。
- 単品購入と定期購入両方の導線を含む場合、掲載不可となります。（カートページのみ可）
- 言い切り、比較表現、データ根拠の非表示などは掲載不可となります。
- 「ユーザーの使用感」「累計販売数」など更新性のあるクリエイティブも審査時と同一内容での入稿が必須となります。

※主なLP審査基準は上記となりますが、事業環境により変更の可能性があります。予めご了承ください。

※その他、詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。



# よくある質問・注意事項 (Reward アフィリエイト AD)

## 重複カットについて

### Q 過去登録済みユーザーの重複カットもLINEポイントAD側でできますか？

A 広告掲載前の登録済みユーザーの重複カットはできかねます。LINEポイントAD経由の過去登録済みユーザーの重複カットは可能ですが、途中で計測ツールを変更する場合はその限りではありません。詳細については営業担当までお問い合わせをお願いいたします。

### Q LINEポイントAD側での重複カットの仕組みを教えてください。

A LINEユーザーへ電話番号認証後に付与されるユニークなuidと、LINEポイントAD掲載キャンペーン毎に割り振られるユニークなIDを紐付けてデータを保持し、重複カットを行っています。同一ユーザーでも異なる電話番号で認証した場合は重複カットの対象外となります。

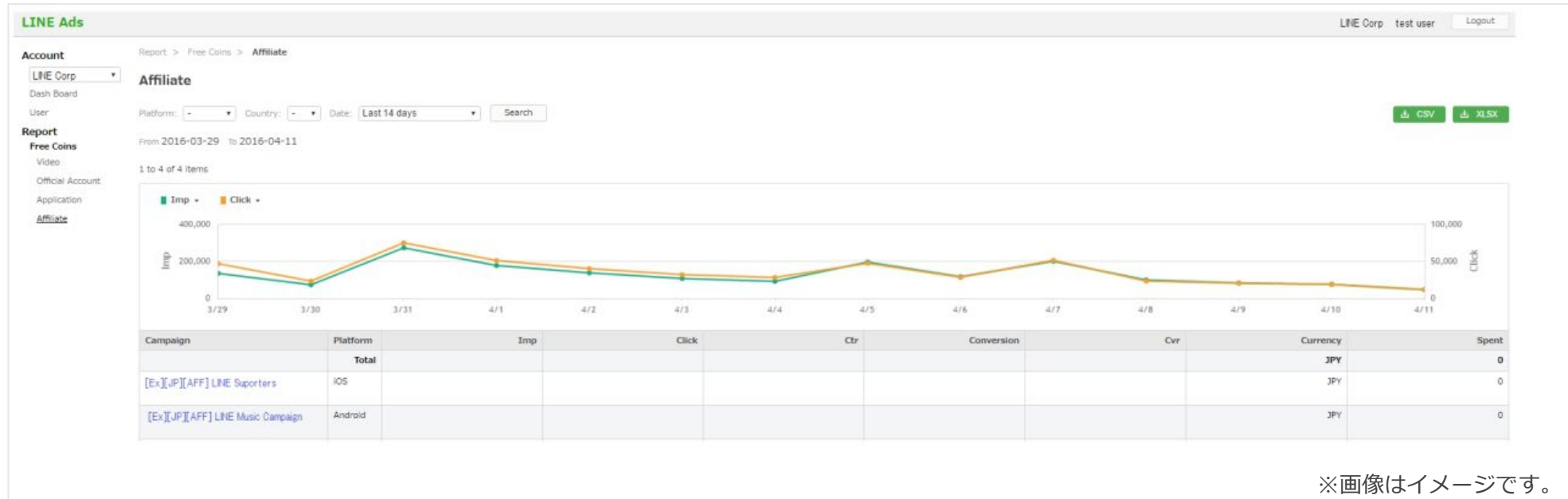
### Q 過去に登録済みのユーザーを成果承認してしまったのですが、請求対象外としてもらえますか？

A 成果承認後の場合、請求対象外とすることはできません。

## 注意事項

- ・ 弊社カスタマーサポート問い合わせ件数が獲得件数比1%以上、もしくは 50件/日 を超える場合は、弊社判断の上掲載を停止いたします。
- ・ アフィリエイト計測ツールやシステム不具合によりCVカウントができていなかった場合、サイトへ遷移したクリック数に参考CVRを掛けあわせた想定CV件数にて請求いたします。
- ・ 登録フローでメール認証を含む場合は、トラッキング漏れの可能性が高くなりますので、別途、必ずご相談ください。
- ・ 広告主様サイトにてメンテナンス予定がある場合は、出稿時期を避けていただくか、3営業日前までにお知らせください。
- ・ トラッキング漏れによる弊社カスタマーサポート分で発生したポイント付与の当月請求対応について（成果対象と回答いただいたもので弊社でのポイント付与対応が発生する案件）は毎月25日締めとなります。  
25日が土日祝日の場合は、前日の平日が期日となります。2月や12月など営業日数が短い月はこれに限らず月初3営業日以内に締日をご連絡させていただきます。
- ・ 平日 11:00 ~ 17:00 以外の緊急停止には対応できかねます。

# Reward アフィリエイト AD レポートサマリ



管理画面上ラベル	説明ラベル	詳細説明
imp	インプレッション数	案件詳細ページの表示
click	クリック数	cvボタンクリック (クライアントLP遷移)
ctr	クリック率	click ÷ imp で算出
conversion	成果数	ミッション完了
cvr	成果率	conversion ÷ click で算出
create friendship	新規友だち追加数	-
unblock friendship	ブロック解除数	-

# Reward アフィリエイト AD 掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
案件作成	企業・商材審査	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。</li> <li>可否有効期限は90日ルールとなります（詳細は営業担当までお問い合わせください）</li> </ul>	5営業日目安
事前成果地点可否	事前成果地点可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>成果地点の掲載可否審査をおこないます。</li> </ul>	5営業日目安
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の「<b>入稿素材ガイドライン</b>」をご確認ください。</li> <li>LPの内容次第では、成果地点可否が不可となる場合もあります。</li> </ul>	5営業日目安 ※薬機関連は7～9営業日目安
トラッキングテスト	計測テスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEヤフー社にてテストキャンペーン作成後、ASP様にてトラッキングテスト対応をいただきます。</li> </ul>	5営業日目安
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li> <li><b>掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</b></li> </ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li><b>必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。</b>相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。</li> <li>入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li> <li><b>掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</b></li> </ul>	5営業日目安
管理画面確認	管理画面共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>入稿受領後、LINEヤフー社から管理画面を共有いたします。</li> </ul>	入稿受領と同時
(配信開始以降) LBPM掲載終了日より前の予算追加	訂正発注	<ul style="list-style-type: none"> <li>配信期間が残っていて追加予算の消化が見込めるのであれば、既存案件コードへの訂正発注を行い予算を変更いただけます。</li> <li><b>追加予算に対する開始日時指定はできません。</b></li> <li>もし日時指定をされたい場合は、まず既存案件コードへの訂正発注にて期間変更を行い既存のキャンペーンを終了させ、その後新たに新規案件として発注いただく必要がございます。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません
(配信開始以降) 掲載期間中のクリエイティブ差し替え	LP/クリエイティブ可否 入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません

# Reward CPI ADとは

指定アプリのインストール後の起動で、LINEスタンプなどと交換できるポイントを付与します。  
短時間で大量のインストール促進ができる、Androidのみを対象とした施策です。



選択&キャンペーン参加



インストール後の起動



指定数のポイントを獲得

※画像はイメージです。

# Reward CPI AD 画面遷移

ウォレットタブ > LINEポイントクラブ



トップページ > アプリで遊ぶ カテゴリ



案件詳細ページ



ポイント獲得



アプリ起動



ストア



# Reward CPI AD 商品スペック

項目	内容					
成果地点	無料Androidアプリにおける、インストール後の初回起動					
掲載面 (Androidのみ)	カテゴリページ（登録して貯めよう枠 or 運営イチオシ枠） & トップページ（ローテーション表示） ※カテゴリ名、カテゴリ表示順位は変更になる可能性があります。					
掲載期間	開始：掲載開始日（平日開始のみ可、土日祝日開始不可）の午前11時頃（日本時間） 終了：掲載開始日から予算消化完了数まで。消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。					
掲載ルール	通常枠： <b>ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可</b> 。単価などの掲載条件詳細は別頁参照。 運営イチオシ枠：詳細は営業担当までお問い合わせください。 <b>※イチオシ枠は最大12週間掲載かつ事前相談必須になります。</b>					
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。					
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>該当の成果地点到達のみをポストバックするSDK側の設定を必須とします。（連携済SDK：Adjust/AppsFlyer/MAT/Kochava）</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>※AppsFlyerのProtect360は計測漏れが発生する可能性があるためご利用いただけません。万が一配信された場合には計測漏れのCVも請求対象となります。</li> </ul> </li> <li>・ <b>ストアにリリースがされているアプリでのトラッキングテスト対応が発注前に必須となります。詳細は掲載フロー及びLBPMをご参照ください。</b></li> <li>・ SDKトラッキングに基づくコンバージョンカウントになります。請求はLINE管理画面に基づきます。</li> <li>・ 日予算設定については、5,000件~/日 の設定を推奨しております。</li> <li>・ また、システムの仕様上、日予算設定をいただいても実際の成果件数が設定の予算件数を上回る可能性がございますので、予めご了承ください。</li> <li>・ アプリ商材では「事前登録」「事前予約」の文言利用は不可となります。</li> <li>・ クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。日時指定はできません。</li> </ul>					
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li> <li>・ LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。</li> <li>・ 全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li> <li>・ キャンペーンはOSごとに分けて、両OS合計での表示となります。</li> <li>・ 重複カットの対象となるCV logの保持期限を2年間とする可能性がございます。予めご了承ください。</li> <li>・ 本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン (<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>) もあわせて適用されます。</li> <li>・ メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li> </ul>					
成果地点	掲載枠	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
インストール後の 初回起動	登録して貯めよう枠	80円	100円	120円	30	200万円～
	運営イチオシ枠	120円	150円	200円	50	800万円～

※金額は全て税抜価格の表記になります。

# Reward CPE ADとは

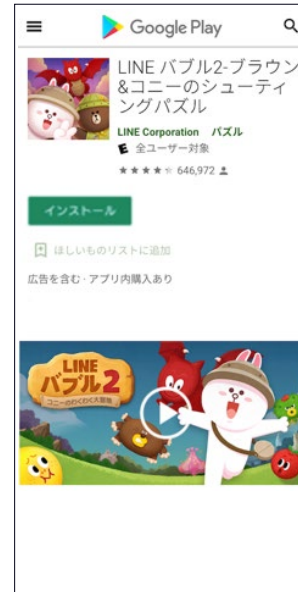
インストール後のミッションをクリアしたユーザーに、LINEスタンプなどと交換できるポイントを付与します。ミッションの内容を選択できるため低リスクでユーザー獲得ができる、Androidのみを対象とした施策です。



選択&キャンペーン参加



アプリ起動後、指定ミッション完了



指定数のポイントを獲得

※画像はイメージです。

# Reward CPE AD 画面遷移

ウォレットタブ > LINEポイントクラブ



トップページ > アプリで遊ぶ カテゴリ



案件詳細ページ



ポイント獲得



アプリ起動後、指定ミッション完了



ストア





# Reward CPE AD 商品スペック

項目	内容
成果地点	Androidアプリインストール後のミッション完了
掲載面 (Androidのみ)	カテゴリページ（登録して貯めよう枠or運営イチオシ枠） & トップページ（ローテーション表示） ※カテゴリ名、カテゴリ表示順位は変更になる可能性があります。
掲載期間	開始：掲載開始日（平日開始のみ可、土日祝日開始不可）の午前11時頃（日本時間） 終了：掲載開始日から予算消化完了数まで。消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。
掲載ルール	通常枠： <b>ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可</b> 。単価などの掲載条件詳細は別頁参照。 運営イチオシ枠：詳細は営業担当までお問い合わせください。 <b>※イチオシ枠は最大12週間掲載かつ事前相談必須になります。</b>
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>該当の成果地点到達のみをポストバックするSDK側の設定を必須とします。（連携済SDK：Adjust/AppsFlyer/MAT/Kochava）</b> <b>※AppsFlyerのProtect360は計測漏れが発生する可能性があるためご利用いただけません。万が一配信された場合には計測漏れのCVも請求対象となります。</b></li> <li>・ <b>ストアにリリースがされているアプリでのトラッキングテスト対応が発注前に必須となります。詳細は掲載フロー及びLBPMをご参照ください。</b></li> <li>・ <b>初回出稿の単価を記載しています。継続掲載単価については営業担当までお問い合わせください。</b></li> <li>・ SDKトラッキングに基づくコンバージョンカウントになります。請求はLINE管理画面に基づきます。</li> <li>・ 日予算設定は不可となります。</li> <li>・ アプリ商材では「事前登録」「事前予約」の文言利用は不可となります。</li> <li>・ クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。日時指定はできません。</li> </ul>
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li> <li>・ LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。</li> <li>・ 全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li> <li>・ キャンペーンはOSごとに分けず、両OS合計での表示となります。</li> <li>・ 重複カットの対象となるCV logの保持期限を2年間とする可能性がございます。予めご了承ください。</li> <li>・ 本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン (<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>) もあわせて適用されます。</li> <li>・ メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li> </ul>

# Reward CPE AD 出稿単価

成果地点	掲載枠	初回出稿単価 (グループA配信)	初回出稿単価 (グループB配信)	初回出稿単価 (グループC配信)	ポイント数	最低出稿金額
インストール～15分以内の無料成果地点 (無料会員登録、チュートリアル完了など)	アプリ枠	250円	300円	380円	50	200万円～
※① 決済サービス申込完了	たくさん 貯めよう枠	4,000円	4,800円	6,000円	1,500	200万円～
テイクアウト・デリバリー初回注文完了	都度	都度	都度	都度	200 ※定率是对应不可	200万円～

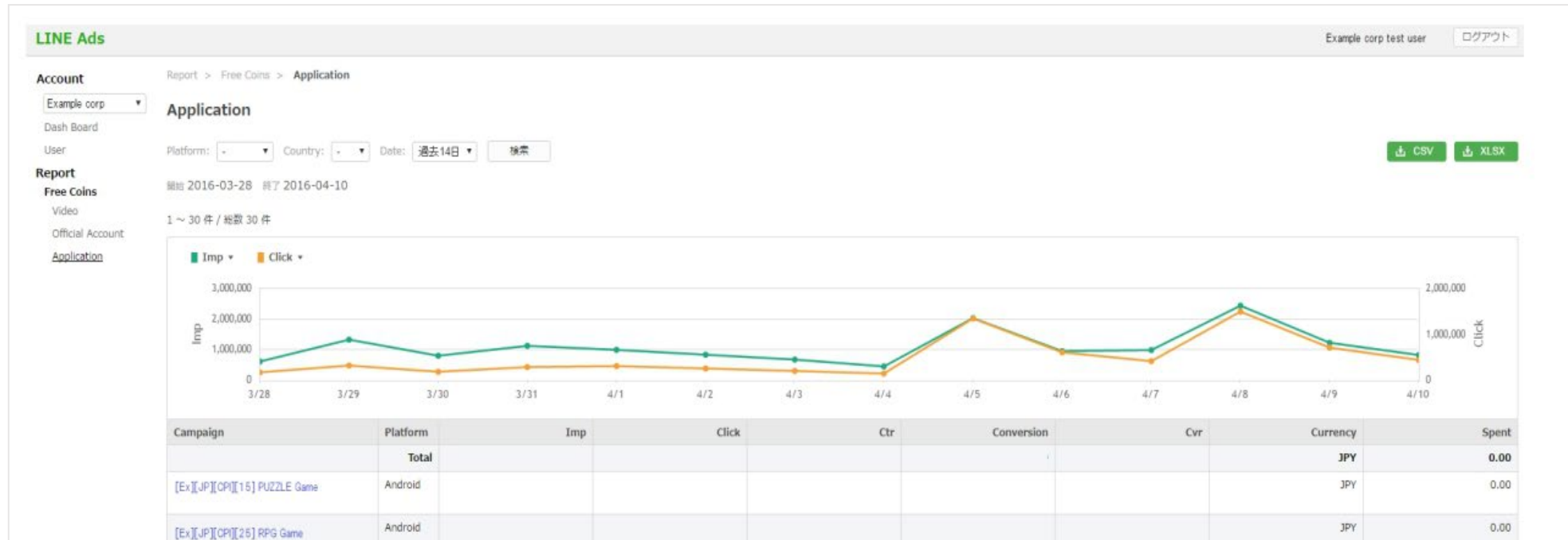
※金額は全て税抜価格の表記になります。

※①金融庁より必要な免許・許可・登録等を受けていない事業者の場合、掲載不可となります。

※①無目的ローンを目的にする場合、掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

# Reward CPI AD / Reward CPE AD レポートサマリ



※画像はイメージです。

管理画面上ラベル	説明ラベル	詳細説明
imp	インプレッション数	案件詳細ページの表示
click	クリック数	cvボタンクリック (クライアントLP遷移)
ctr	クリック率	click ÷ imp で算出
conversion	成果数	CPI : アプリダウンロード後の起動 CPE : アプリダウンロード後のミッション完了
cvr	成果率	conversion ÷ click で算出
create friendship	新規友だち追加数	-
unlock friendship	ブロック解除数	-

# Reward CPI AD / Reward CPE AD 掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
案件作成	企業・商材審査	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。</li> <li>可否有効期限は90日ルールとなります（詳細は営業担当までお問い合わせください）</li> </ul>	5営業日目安
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の「入稿素材ガイドライン」をご確認ください。</li> </ul>	5営業日目安 ※薬機関連は7～9営業日目安
トラッキングテスト	計測テスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINEヤフー社にてテストキャンペーン作成後、トラッキングテスト対応をいたします。</li> <li>LPまたはアプリストア上でアプリが公開されていない場合、テスト対応不可となります。</li> </ul>	5営業日目安
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。</li> <li>入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	5営業日目安
管理画面確認	管理画面共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>入稿受領後、LINEヤフー社から管理画面を共有いたします。</li> </ul>	入稿受領と同時
(配信開始以降) LBPM掲載終了日より前の 予算追加	訂正発注	<ul style="list-style-type: none"> <li>配信期間が残っていて追加予算の消化が見込めるのであれば、既存案件コードへの訂正発注を行い予算を変更いただけます。</li> <li>追加予算に対する開始日時指定はできません。</li> <li>もし日時指定をされたい場合は、まず既存案件コードへの訂正発注にて期間変更を行い既存のキャンペーンを終了させ、その後新たに新規案件として発注いただく必要があります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません
(配信開始以降) 掲載期間中のクリエイティブ 差し替え	LP/クリエイティブ 可否 入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません

# LINEポイント Friends AD

※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性があります。あらかじめご了承ください。

# Friends Swipe ADとは

スライドをユーザーにスワイプさせることで、ユーザー認知を高めることができる施策です。サービス紹介のチュートリアルや、商品のカタログ・チラシ訴求などにご活用いただけます。スライドで認知を高めながら「企業のLINE公式アカウントへの自動友だち追加+ブロック解除」も同時にできます。

## 全画面ジャックスライド

スライド鑑賞後、サービス理解が深まったユーザーにアカウントへの友だち追加や、LINEポイント付与を行います。



スライドを鑑賞  
(友だち追加+LINEポイントプレゼント)



任意のLPへ誘導  
(外部ブラウザ起動)

※画像はイメージです。



スライド鑑賞によって商材・サービスへの認知と理解が深まり、新規友だちの増加だけでなく、ブロックした友だちの呼び戻しも期待できます。

# Friends Swipe AD 画面遷移

ウォレットタブ > LINEポイントクラブ

トップページ > 読んで貯めよう

案件詳細ページ

スライド開始

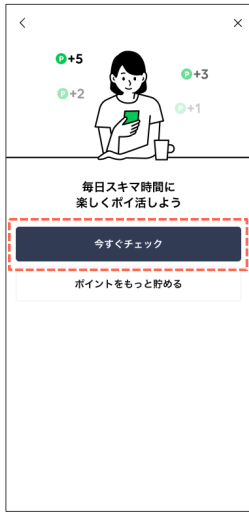
- ①案件詳細ページに戻る
- ②ポイントクラブを閉じる



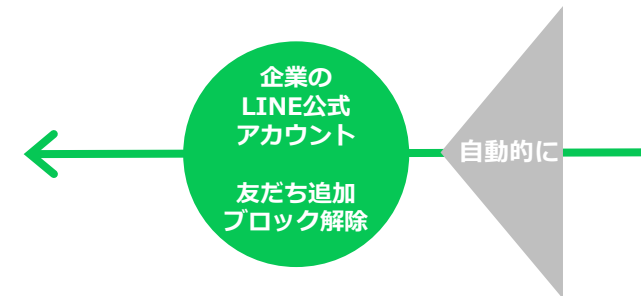
スライド読了 > ポイント獲得



ボタンをタップしてLPへ遷移②



ボタンをタップしてLPへ遷移①



既存ターゲットリーチにも配信されるため、  
友だち追加+ブロック解除数=動画視聴数  
にはなりません。

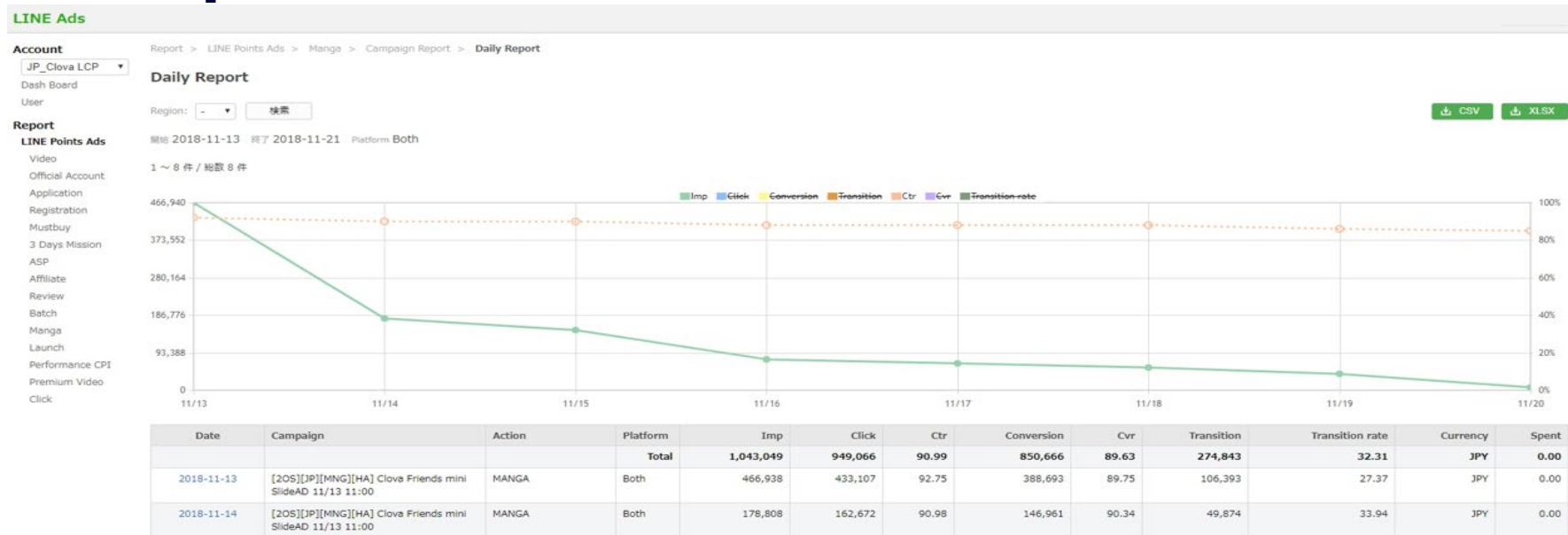
※画像はイメージです。

# Friends Swipe AD / デリタゲFriends Swipe AD 商品スペック

項目	内容	
掲載メニュー（課金形式）	Friends Swipe AD（スライド読了課金）	デリタゲFriends Swipe AD（スライド読了課金） ※ターゲットリーチ <b>50万人以上</b> のLINE公式アカウントのみ掲載可、既存ターゲットリーチ以外へ配信
掲載面（Android/iOS）	カテゴリページ（読んで貯めよう） & トップページ（ローテーション表示）※カテゴリ名、カテゴリ表示順位は変更になる可能性があります。	
掲載期間	<b>最大12週間掲載</b> 開始：掲載開始日（平日開始のみ可、土日祝日開始不可）の午前11時頃（日本時間） 終了：掲載開始日から目標視聴完了数まで。消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。	
価格（税別）	グループA配信：単価 8円 グループB配信：単価 10円 グループC配信：単価 15円	グループA配信：単価 10円 グループB配信：単価 15円 グループC配信：単価 20円
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※成果数は案件単位で1ユーザー1回が上限となり、同一ユーザーが複数回スライド読了を行っても1回の成果となります。 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。	
ミニマムロット	200万円～	500万円～
還元ポイント	3ポイント ※還元ポイント数の指定不可	
管理画面レポート	インプレッション数（案件詳細ページのみ）・読了開始数・読了開始率・読了数・読了率・遷移数・遷移率・友だち追加数・ブロック解除数	
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金額は全て税抜価格の表記になります。</li> <li>・スライド読了が成果のメニューとなるため、友だち追加は保証しておりません。</li> <li>・デリタゲ指定の場合、ターゲットリーチのリスト抽出を行い設定いたします。抽出後のターゲットリーチの変動は反映されません。</li> <li>・未認証のLINE公式アカウントは掲載不可となります。</li> <li>・広告主様のLINE公式アカウント内のトーク画面、LINE VOOM投稿を遷移先として指定することも可能です。</li> <li>・日予算設定は不可となります。</li> <li>・アプリ商材では「事前登録」「事前予約」の文言利用は不可となります。</li> <li>・クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。日時指定はできません。</li> </ul>	
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li> <li>・LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。</li> <li>・全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li> <li>・キャンペーンはOSごとに分けて、両OS合計での表示となります。</li> <li>・本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン（<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>）もあわせて適用されます。</li> <li>・メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li> </ul>	



# Friends Swipe AD / デリタゲFriends Video AD レポートサマリ



管理画面上ラベル	説明ラベル	詳細説明
imp	インプレッション数	案件詳細ページの表示
click	クリック数	cvボタンクリック (スライド開始)
ctr	クリック率	click ÷ imp で算出
conversion	成果数	スライド読了
cvr	成果率	conversion ÷ click で算出
transition	遷移数	cv後のクライアントLP遷移
transition Rate	遷移率	transition ÷ cv で算出
create friendship	新規友だち追加数	-
unblock friendship	ブロック解除数	-

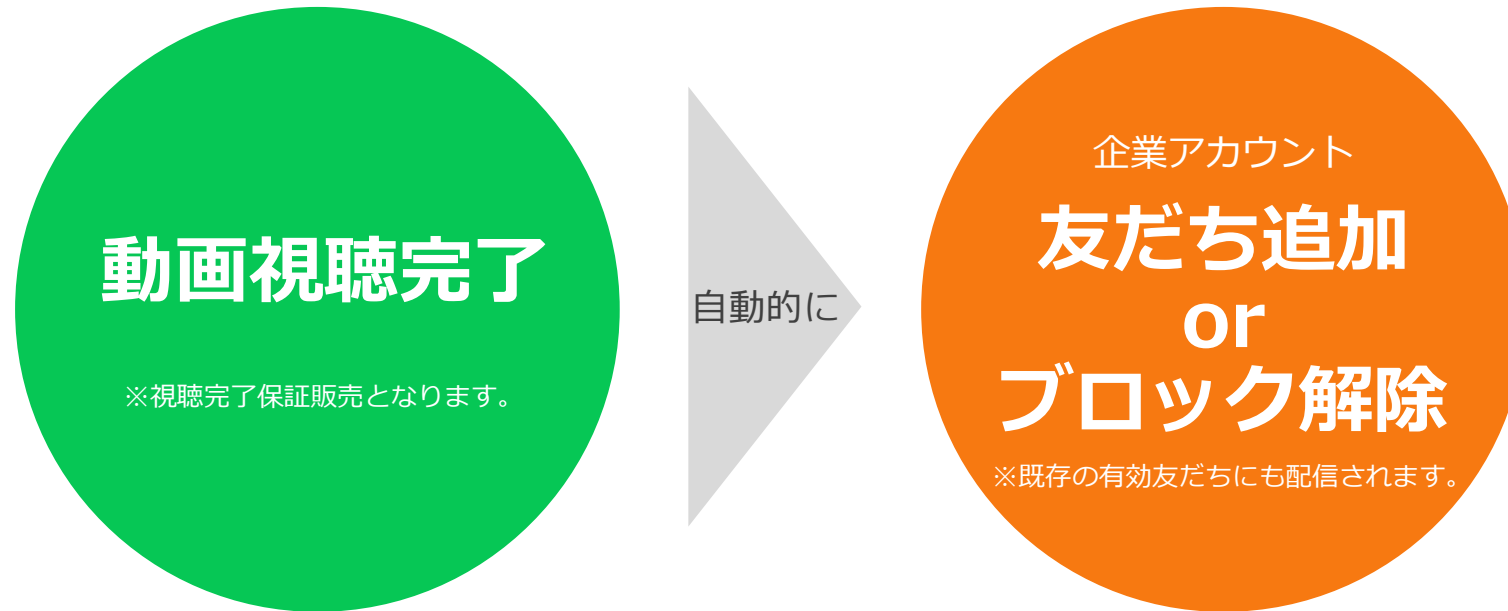
※画像はイメージです。

※LINEポイントの管理画面で確認できる数値となります。LINE公式アカウントCMSと異なる場合がございますので、ご了承ください。

# Friends Video ADとは

ビデオを視聴完了したユーザーに、LINEスタンプなどと交換できるポイントを付与します。

視聴体験をさせながら「企業のLINE公式アカウントへの自動友だち追加+ブロック解除」も同時にできる施策です。



動画視聴によって商材・サービスへの認知と理解が深まり、  
新規友だちの増加だけでなく、ブロックした友だちの呼び戻しも期待できます。

# Friends Video ADとは

ウォレットタブ > LINEポイントクラブ トップページ > 動画を見て貯めよう



ボタンをタップしてLPに遷移②



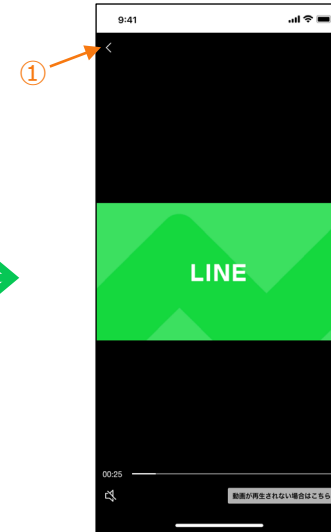
ボタンをタップしてLPに遷移①



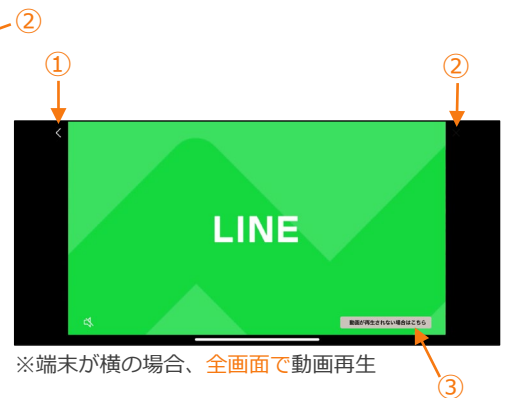
案件詳細ページ



動画視聴



※端末が縦の場合、画面中段で動画再生



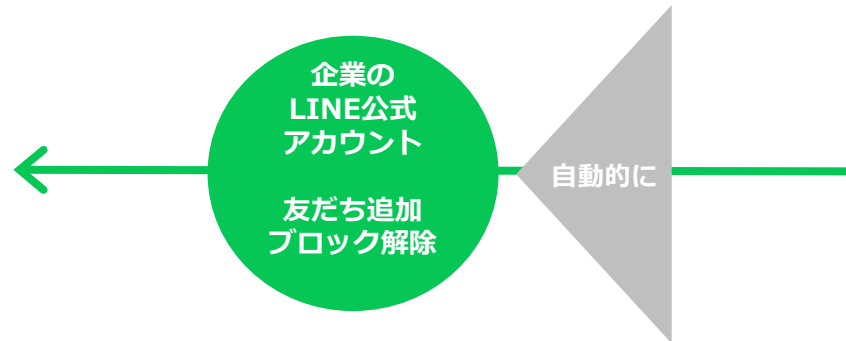
※端末が横の場合、全画面で動画再生

視聴完了 > ポイント獲得



※画像はイメージです。 355

- ①案件詳細ページに戻る
- ②ポイントクラブを閉じる
- ③タップで動画再生（通信環境により再生されない場合を使用）

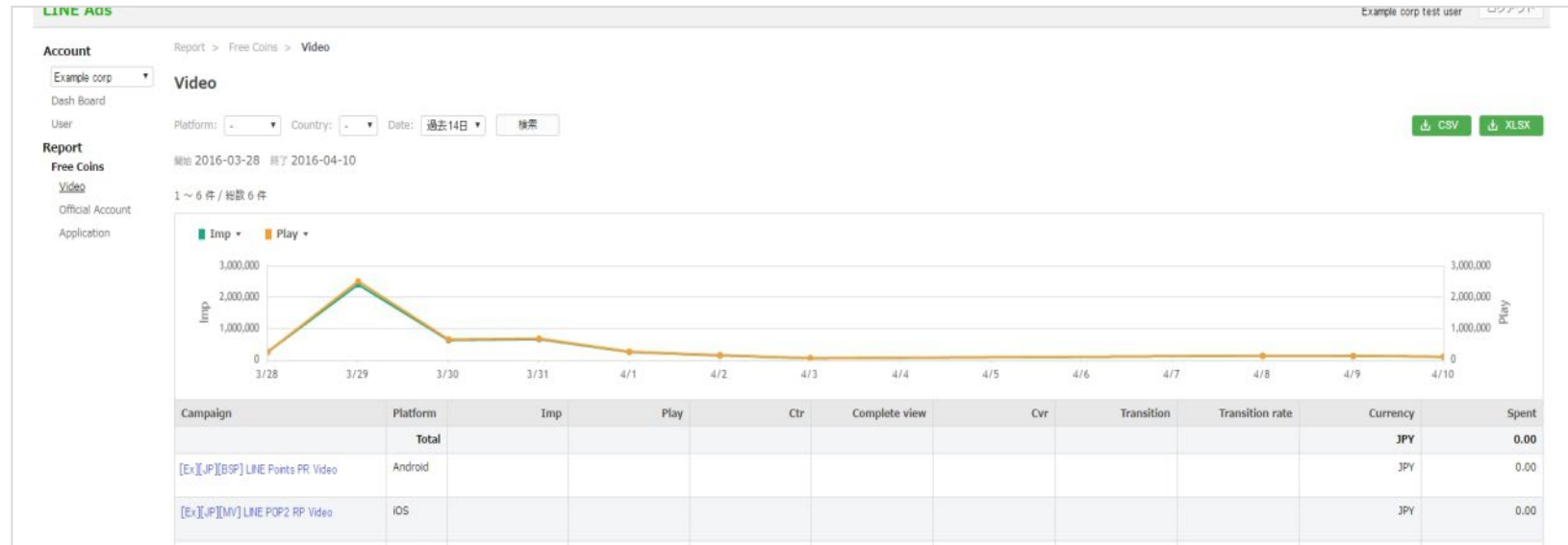


既存ターゲットリーチにも配信されるため、  
友だち追加+ブロック解除数=動画視聴数  
にはなりません。

# Friends Video AD / デリタゲFriends Video AD 商品スペック

項目	内容	
掲載メニュー（課金形式）	Friends Video AD（視聴完了課金）	デリタゲFriends Video AD（視聴完了課金） ※ターゲットリーチ <b>50万人以上</b> のLINE公式アカウントのみ掲載可、既存ターゲットリーチ以外へ配信
掲載面（Android/iOS）	カテゴリページ（動画をみて貯めよう） & トップページ（ローテーション表示）※カテゴリ名、カテゴリ表示順位は変更になる可能性があります。	
掲載期間	<b>最大12週間掲載</b> 開始：掲載開始日（平日開始のみ可、土日祝日開始不可）の午前11時頃（日本時間） 終了：掲載開始日から目標視聴完了数まで。消化完了しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。	
価格（税別）	<b>グループA配信：単価 8円</b> <b>グループB配信：単価 10円</b> <b>グループC配信：単価 15円</b>	<b>グループA配信：単価 10円</b> <b>グループB配信：単価 15円</b> <b>グループC配信：単価 20円</b>
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※成果数は案件単位で1ユーザー1回が上限となり、同一ユーザーが複数回スライド読了を行っても1回の成果となります。 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。	
ミニマムロット	200万円～	500万円～
還元ポイント	3ポイント ※還元ポイント数の指定不可	
管理画面レポート	インプレッション（案件詳細ページのみ）・視聴数・視聴率・視聴完了数・視聴完了率・遷移数（Friends Video AD・デリタゲFriends Video ADのみ、友だち追加数・ブロック解除数）・遷移率	
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金額は全て税抜価格の表記になります。</li> <li>・視聴完了が成果のメニューとなるため、友だち追加は保証しておりません。</li> <li>・デリタゲ指定の場合、ターゲットリーチのリスト抽出を行い設定いたします。抽出後のターゲットリーチの変動は反映されません。</li> <li>・未認証のLINE公式アカウントは掲載不可となります。</li> <li>・各楽曲管理団体登録の楽曲を動画内で使用する場合、利用費等は広告主様負担となります。</li> <li>・広告主様のLINE公式アカウント内のトーク画面、LINE VOOM投稿を遷移先として指定することも可能です。</li> <li>・日予算設定は不可となります。</li> <li>・アプリ商材では「事前登録」「事前予約」の文言利用は不可となります。</li> <li>・クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。日時指定はできません。</li> </ul>	
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li> <li>・LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。</li> <li>・全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li> <li>・キャンペーンはOSごとに分けず、両OS合計での表示となります。</li> <li>・本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン（<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>）もあわせて適用されます。</li> <li>・メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li> </ul>	

# Friends Video AD / デリタゲFriends Video AD レポートサマリ



管理画面上ラベル	説明ラベル	詳細説明
imp	インプレッション数	案件詳細ページの表示
play	クリック数	cvボタンクリック（動画視聴開始）
ctr	視聴率	play ÷ imp で算出
complete view	視聴完了数（ユニーク）	-
cvr	視聴完了率	complete view ÷ play で算出
transition	遷移数	cv後のクライアントLP遷移
transition Rate	遷移率	transition ÷ cv で算出
create friendship	新規友だち追加数	-
unlock friendship	ブロック解除数	-

※画像はイメージです。

※LINEポイントの管理画面で確認できる数値となります。LINE公式アカウントCMSと異なる場合がございますので、ご了承ください。

# Friends Video AD / Friends Swipe AD 掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
案件作成	企業・商材審査	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。</li> <li>可否有効期限は90日ルールとなります（詳細は営業担当までお問い合わせください）</li> </ul>	5営業日目安
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の「入稿素材ガイドライン」をご確認ください。</li> <li>LPの内容次第では、審査不可となる場合があります。</li> </ul>	5営業日目安 ※薬機関連は7~9営業日目安
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。</li> <li>入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	5営業日目安
管理画面確認	管理画面共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>入稿受領後、LINEヤフー社から管理画面を共有いたします。</li> </ul>	入稿受領と同時
(配信開始以降) LBPM掲載終了日より前の 予算追加	訂正発注	<ul style="list-style-type: none"> <li>配信期間が残っていて追加予算の消化が見込めるのであれば、既存案件コードへの訂正発注を行い予算を変更いただけます。</li> <li>追加予算に対する開始日時指定はできません。</li> <li>もし日時指定をされたい場合は、まず既存案件コードへの訂正発注にて期間変更を行い既存のキャンペーンを終了させ、その後新たに新規案件として発注いただく必要があります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません
(配信開始以降) 掲載期間中のクリエイティブ 差し替え	LP/クリエイティブ可否 入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません

# デリタゲ Friends Video AD / デリタゲ Friends Swipe AD 掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
案件作成	企業・商材審査	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。</li> <li>可否有効期限は90日ルールとなります（詳細は営業担当までお問い合わせください）</li> </ul>	5営業日目安
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の「入稿素材ガイドライン」をご確認ください。</li> <li>LPの内容次第では、審査不可となる場合があります。</li> </ul>	5営業日目安 ※薬機関連は7～9営業日目安
空き枠確認+枠押さえ依頼 ターゲットリーチ抽出依頼	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>枠押さえ、ターゲットリーチ抽出依頼をいただきます。</li> <li>仮押さえ期間は、ご依頼日の翌営業日から数えて3日目の17時（*）まで有効です。超えた場合は自動解放いたします。</li> <li>仮押さえ延長は、（*）の時点でキャンセル待ち案件がない場合のみ1回に限り承ります。</li> <li>有効期間は、初回仮押さえ有効期限日の翌営業日から数えて3営業日目の17時までとなります。超えた場合は自動解放いたします。</li> <li>掲載開始日の10営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	4営業日目安
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。</li> <li>入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	5営業日目安
管理画面確認	管理画面共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>入稿受領後、LINEヤフー社から管理画面を共有いたします。</li> </ul>	入稿受領と同時
（配信開始以降） LBPM掲載終了日より前の予算 追加	訂正発注	<ul style="list-style-type: none"> <li>配信期間が残っていて追加予算の消化が見込めるのであれば、既存案件コードへの訂正発注を行い予算を変更いただけます。</li> <li>追加予算に対する開始日時指定はできません。</li> <li>もし日時指定をされたい場合は、まず既存案件コードへの訂正発注にて期間変更を行い既存のキャンペーンを終了させ、その後新たに新規案件として発注いただく必要があります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません
（配信開始以降） 掲載期間中のクリエイティブ差 し替え	LP/クリエイティブ可否 入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイティブ差し替え希望の場合は4週間単位で対応可能、4週間未満は対応不可となります。</li> </ul>	3営業日目安 ※日時指定はできません

# 「LINEポイント」 LINE公式アカウントのメッセージ配信

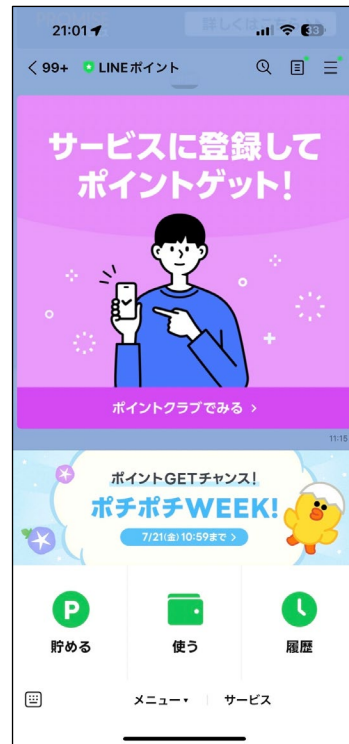
※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性があります。あらかじめご了承ください。



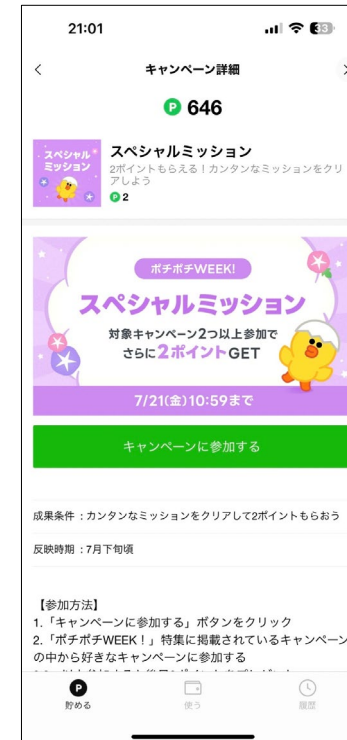
# 「LINEポイント」 LINE公式アカウントのメッセージ配信とは

LINE公式アカウントからのプッシュメッセージにより、即効性の高い誘導が可能です。

LINEポイントのトーク画面 配信イメージ  
※あくまでイメージとなり、実際の画面とは異なります。



遷移先イメージ  
※以下、LINEポイント案件詳細ページの場合の一例です。



※リッチメニューはデフォルト表示されます。

※画像はイメージです。

# 「LINEポイント」LINE公式アカウントのメッセージ配信 商品スペック

項目	内容
保証形式	掲載保証
掲載面 (Android/iOS)	LINEポイント LINE公式アカウント トーク画面内メッセージ
掲載枠	<p><b>1枠/日（平日のみ・土日祝日不可）</b>  <b>※月10枠までとなります。</b>            ※広告用アカウントではないため、ご希望の配信日に添えない可能性がございます。            ※ご希望の配信日によっては、「LINEポイント」LINE公式アカウントの通常のメッセージ配信+広告配信の2通連続で配信される可能性がございます。            ※両OS配信のみ</p>
価格（税別）	<p><b>ALL配信 or 20代以上男女配信：700万円/1配信</b></p> <p><b>セグメント配信（全年代女性 or 30代以上女性 or 30代以上男性）：600万円/1配信</b></p>
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金額は全て税抜価格の表記になります。</li> <li>・同一商材の連日配信は不可となります。</li> <li>・ユーザー保護の観点より、配信セグメントはLINEヤフー社独自基準で可否判断いたします。</li> <li>・配信セグメントの可否は企業商材可否と合わせて回答いたします。</li> <li>・枠には上限がございますのでお早めにお申し込みください。</li> <li>・発注期日後やお申し込み受領完了後のキャンセルや配信日の変更には、ご発注金額に対して100%のキャンセル費が発生いたします。詳細はP.451をご確認ください。</li> <li>・レポート内容はクリック数のみのご共有となります。</li> <li>・クリエイティブ差し替えは対応不可となります。</li> </ul>
注意事項（共通）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1案件の中で複数商材訴求は不可となります。</li> <li>・LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細は入稿フォーマット内のクリエイティブガイドラインをご参照ください。</li> <li>・全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。</li> <li>・キャンペーンはOSごとに分けて、両OS合計での表示となります。</li> <li>・本サービスの利用におきましては、当社が別途定める審査ガイドライン（<a href="https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>）もあわせて適用されます。</li> </ul>

# 「LINEポイント」LINE公式アカウントのメッセージ配信 掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
案件作成	企業・商材審査	<ul style="list-style-type: none"> <li>案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。</li> <li>可否有効期限は90日ルールとなります（詳細は営業担当までお問い合わせください）</li> </ul>	5営業日目安
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の「入稿フォーマット」「LINEポイントAD 入稿素材ガイドライン」をご利用ください (<a href="https://www.lycbiz.com/jp/download/line/">https://www.lycbiz.com/jp/download/line/</a>)</li> </ul>	5営業日目安 ※業機関連は7～9営業日目安
枠押さえ依頼	仮枠押さえ	<ul style="list-style-type: none"> <li>仮枠押さえ依頼をいただきます。</li> <li>配信枠数には上限がございます。上限分仮枠押さえがされた状態では、新たに仮枠押さえすることはできません。</li> <li>仮押さえ期間は、ご依頼日の翌営業日から数えて3営業日目の17時（*）まで有効です。超えた場合は自動開放いたします。</li> <li>仮押さえ延長は、（*）の時点で待ち案件がない場合のみ1回に限り承ります。有効期間は、初回仮押さえ有効期限日の翌営業日から数えて3営業日目の17時までとなります。超えた場合は自動開放いたします。</li> <li>仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。自動解放は、発注期日の17時ちょうどに実行されますので、ご発注はお早めをお願い致します。</li> <li>やむを得ず自動開放までに発注が間に合わない場合は必ず【発注期日の1営業日前17時まで】にご相談ください。理由を加味した上で調整可能か判断をさせていただきます。</li> </ul>	4営業日目安
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"> <li>発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li> <li>必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。</li> <li>入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li> <li>掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</li> </ul>	5営業日目安
クリック数共有	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>弊社営業担当からメッセージのクリック数を共有いたします。</li> </ul>	5営業日目安

# LINEポイント スタンプセクション

※LINEポイントは名称及び利用用途が変更となる可能性があります。あらかじめご了承ください。

# LINEポイント スタンプセクションとは

LINEポイント面から、LINEスタンプのダウンロード促進を行える商品となり、スタンプのダウンロードページへ直接誘導することが可能です。

## LINEポイント面からLINEスタンプのダウンロードを促進



※今後UIやデザインが変更になる場合がございます。

# LINEポイント スタンプセクション商品スペック

項目	内容
保証形式	期間保証（4週間）
掲載面	LINEポイントクラブ「スタンプ」セクションに掲載
対象スタンプメニュー	スポンサーダスタンプ スポンサーダミッションスタンプ スポンサーダターゲティングスタンプ スポンサーダターゲティングミッションスタンプ ダイレクトスタンプ ダイレクトミッションスタンプ  ※スタンプダウンロードページへの誘導となるため必ずスタンプメニューと併せてご発注ください。スタンプセクションのみのご発注はできません。
掲載枠	枠数制限なし ※ランダムローテーション掲載
価格（税別）	300万円（全配信/みなし属性配信-女性全年代/男性全年代）のいずれか選択可能
注意事項（個別）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金額は全て税抜価格の表記になります。</li> <li>・一部のメニューではターゲティング外からのユーザー流入が増加するためご注意ください。</li> <li>・ユーザーへのポイント還元はありません。また「運営イチオシ枠」への掲載もありません。</li> <li>・スタンプ、その他素材の差し替えはいたしかねます。</li> <li>・期間保証の商品であるため、スタンプのダウンロード数の保証はいたしかねます。</li> <li>・レポート内容スタンプダウンロードページへの遷移数となります。</li> <li>・発注期日後やお申し込み受領完了後のキャンセルや配信日の変更には、ご発注金額に対して100%のキャンセル費が発生いたします。</li> <li>・メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。</li> </ul>
掲載期間	<b>4週間掲載（*）</b> 開始：11:00頃（平日開始のみ可） 終了：4週間後の23:59頃 例：火曜日開始の場合、4週間後の月曜日23:59となります。  ※平日（弊社営業日）での掲載開始となります。 ※スponsoredスタンプ掲載開始日が土日祝日や年末年始休暇等の弊社社休日の場合、翌営業日が掲載開始日となり、掲載期間が4週間に満たない場合がございます。 ※上記の場合、発注の掲載開始日はスタンプ掲載開始日の翌営業日を指定いただく必要がございます。

# LINEポイント スタンプセクション掲載フロー

クライアント/代理店様 タスク	LBPM項目名	説明	LINEヤフー社対応 スケジュール目安 ※保証するものではありません。
発注	発注 発注受領	<ul style="list-style-type: none"><li>・発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。</li><li>・掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。</li></ul>	1営業日目安
入稿	入稿 入稿受領	<ul style="list-style-type: none"><li>・発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。</li><li>・入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。</li><li>・掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。</li></ul>	5営業日目安
クリック数共有	-	<ul style="list-style-type: none"><li>・弊社営業担当からクリック遷移数を共有いたします。</li></ul>	5営業日目安

# [Appendix] 掲載可否・申込・入稿・問い合わせ等について

## ■ キャンセル規定

発注期日後やお申し込み受領完了後のキャンセルや配信日の変更には、ご発注金額に対して100%のキャンセル費が発生いたします。詳細はP.451をご確認ください。

## ■ 約款に関して

必ず約款をご確認の上、お申し込みください。

- ・ LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・ LINE 法人向けサービス「LINEポイント AD」個別約款
- ・ LINEポイント AD ガイドライン

<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>

## ■ ユーザーからの問い合わせ対応について

以下ご一読の上、ご対応ください。

[https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/download/Reward\\_affiliate\\_ad\\_inquiry\\_manual.pdf](https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/download/Reward_affiliate_ad_inquiry_manual.pdf)





# LINEチラシ

# LINEチラシとは

生活者の毎日のお買い物がもっと便利になる、LINEのデジタルチラシです。

## LINE チラシ

LINEチラシ  
メディアフォーマット

国内MAU ※  
9,600万人+OVER



※自社調べ  
LINEアプリ 月間アクティブユーザー  
2023年9月末時点。

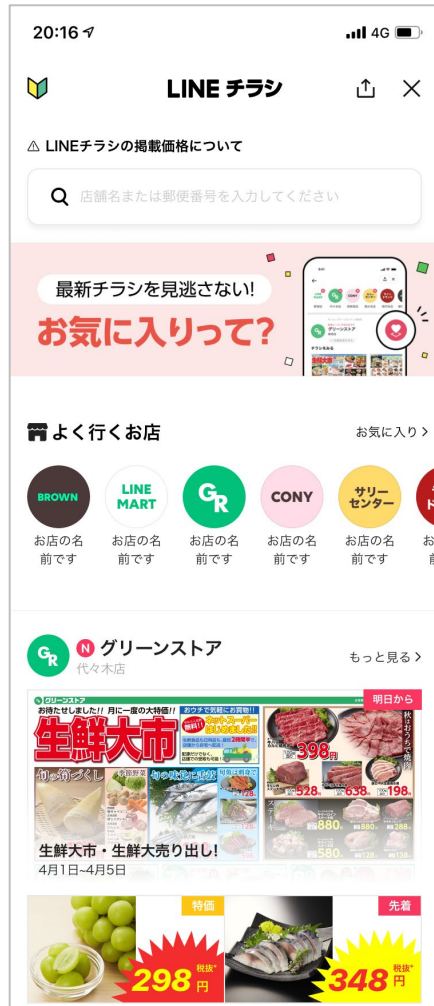
店頭



# LINEチラシ メディアフォーマット

# LINEチラシ メディアフォーマットとは

特売情報を個店ごとに集約し、商圈内のユーザーに配信できるチラシメディアサービスです。



## ①大規模リーチ



LINEの  
月間アクティブユーザー  
**9,600万人**<sup>(※)</sup>が  
サービス提供の対象に

## ②自動友だち追加



商圈内かつ来店意欲が  
高いユーザーと  
**継続的な接点**

## ③商圈ユーザーに届く



ユーザーのエリア情報  
に基づき  
**近隣の店舗を  
優先表示**

## ④広告効果の可視化



**定量データの提供**  
により従来の折込チラシ  
では難しかった効果検証  
が可能に

※自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2023年9月末時点。 ※デザインは変更になる可能性があります。

# お気に入り機能

LINEチラシ メディアフォーマットでは、ユーザーがお店をお気に入り登録すると、お店のLINE公式アカウントが自動で友だち追加されたり、LINEチラシのLINE公式アカウントから更新通知が届きます。

LINEチラシ  
店舗ページ

お気に入り登録



9:41 新宿店

LINE MART GR CONY サリーセンター ラインドッグ

お気に入り登録

グリーンストア  
新宿店

店舗詳細 公式アカウント

新生活応援フェア

チラシをみる

生鮮祭  
毎日の味覚を味わおう！生鮮祭！  
4/23日～4/24日

本日 明日(土) 4/26(日) 4/27(月)

オススメ商品

目玉商品

198  
98  
税込  
円

お店の  
LINE公式アカウントの  
自動友だち追加



9:41

グリーンストア

友だち追加ありがとうございます！  
代々木店のお得な情報をお届けします。

午後 8:26

Coupon  
大抽選会！当選すれば1ドリンク  
無料クーポンプレゼント  
有効期限：2021/12/31

今すぐ使用

LINEチラシのLINE公式アカウントから  
お気に入り店舗のチラシの更新通知

プッシュ配信



7月22日更新  
ブラウンさんのマイショップ  
に今日開始のチラシがあります

プッシュ配信

生鮮大市

旬の味覚

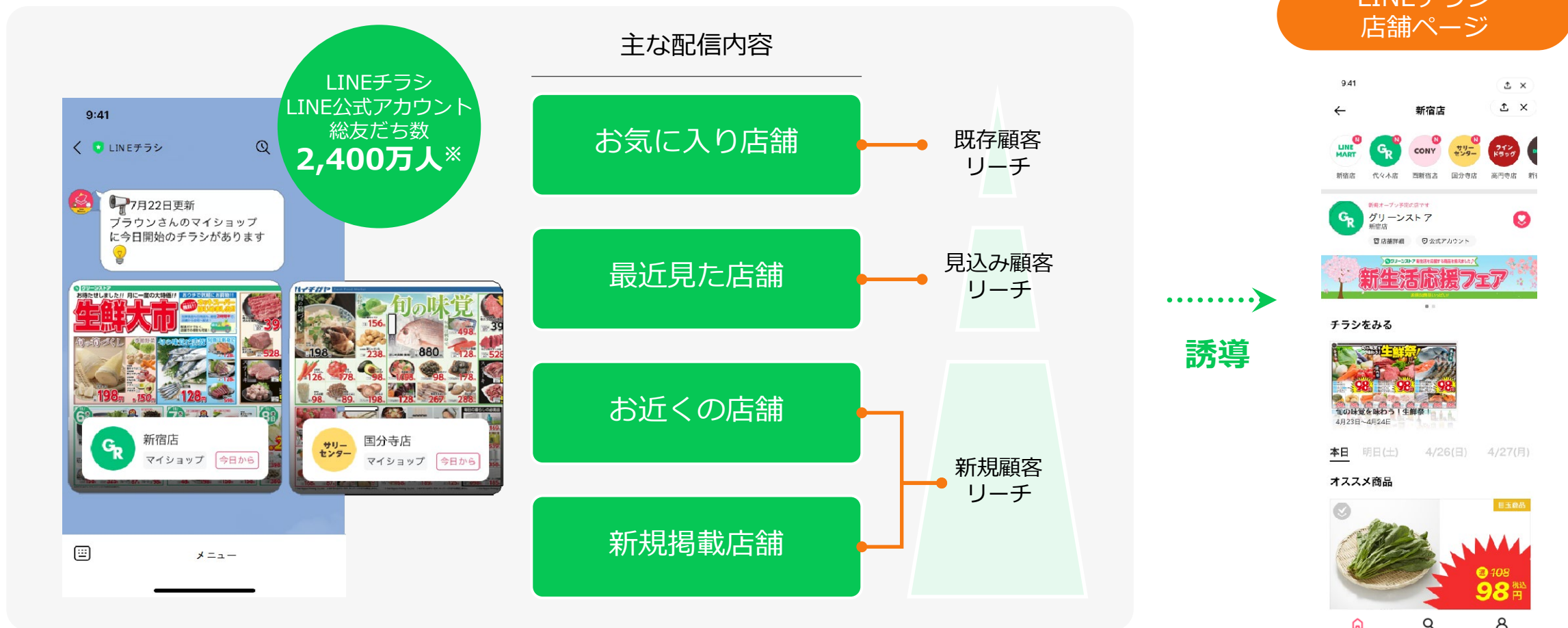
新宿店  
マイショップ 今日から

サリーセンター  
国分寺店  
マイショップ 今日から

メニュー

# LINEチラシ LINE公式アカウント

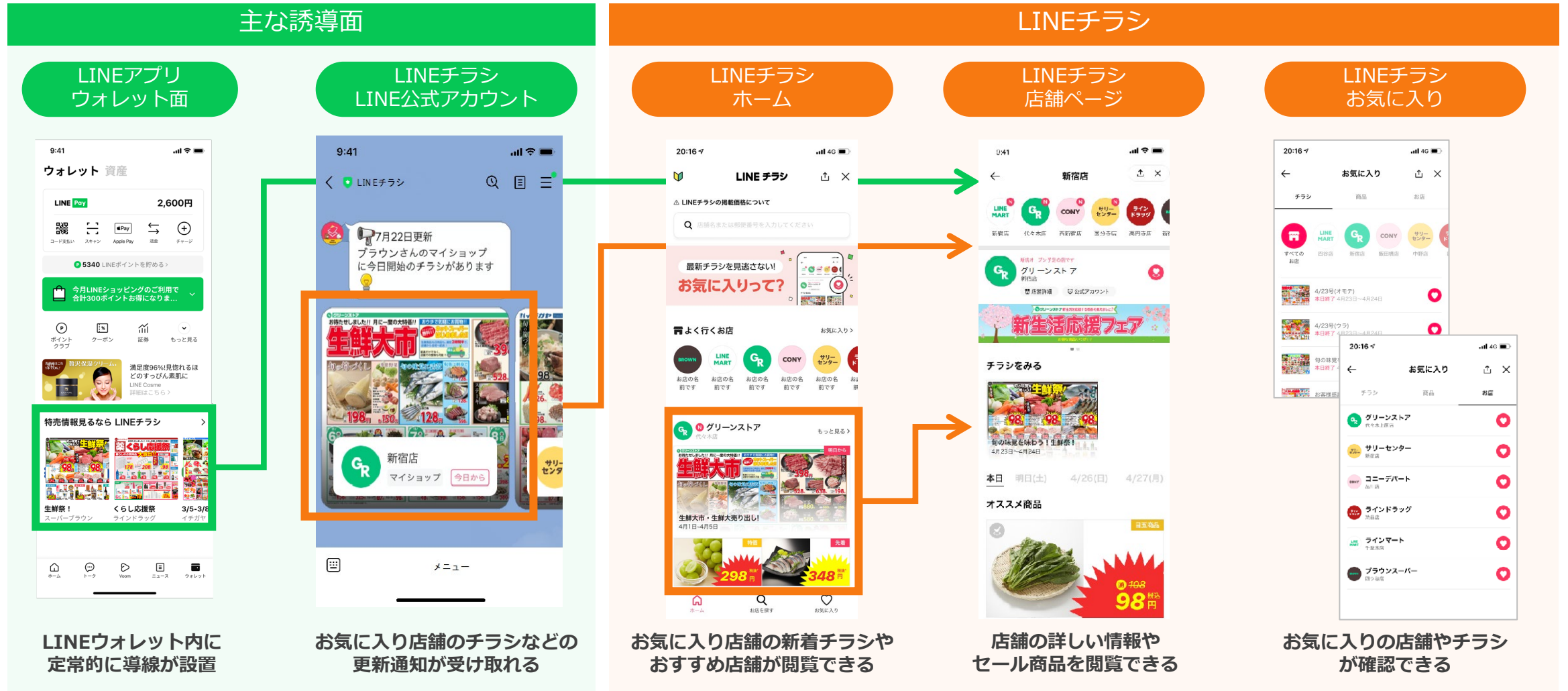
LINEチラシのLINE公式アカウントから、チラシの更新通知だけでなく、お近くの店舗や新規掲載店舗のチラシなどのお得な情報を定期的にプッシュ配信し、店舗ページへ誘導します。



※2023年12月時点のLINEチラシLINE公式アカウントの友だち数です。  
※LINEチラシLINE公式アカウントからの配信の内容や頻度は変更になる可能性があります。  
※デザインは変更になる可能性があります。

# サービスの主な導線

LINEチラシには、ユーザーを店舗の特売情報に誘導するさまざまな機能と掲載面があります。



※各画面において、広告が表示される場合がございます。  
※デザインや機能はアップデートにより、実物と異なる可能性がございます。

# 入稿コンテンツ

①折込チラシデータ ②個商品データ (商品詳細ページ) ③特集、3種のコンテンツを入稿できます。



※デザインや機能はアップデートにより、実物と異なる可能性がございます。



# 実施の流れ

## LINE公式アカウント ご利用状況の確認

掲載には、認証済みのLINE公式アカウントが必要です。アカウントの有無 (※2) と、アカウントをお持ちの場合は、ご利用状況・LINEチラシ メディアフォーマットへのアカウント紐付け可否について、貴社内での確認・調整を必ずお申し込み前に行ってください。（該当アカウントをお持ちでない場合、開設をお願いいたします。）

掲載前々月  
末まで

## 申し込み

規約 (※3) に同意の上、「LINEチラシ メディアフォーマット サービス利用申込書」および「“LINEチラシ メディアフォーマット”用 入稿ポータルサイト利用申込書」「店舗リスト」をご記入の上、販売パートナーへご提出ください。掲載可否審査を行い、掲載可能な場合、申込受領いたします。

## 登録完了

販売パートナーにて入稿ポータルサイトへの登録をいたします。登録作業が完了次第、入稿ポータルサイト利用申込書上で「サービス利用者」にご指定いただいた方宛へ、メールにてIDとパスワードをお知らせします。

掲載約1時間  
前まで

## 商品情報の入稿

入稿ポータルサイトへログインの上、商品情報などの必要データをアップロードいただくようお願いいたします。

## 掲載・レポート

ご指定の掲載日時より、掲載を開始します。  
販売パートナーより月次で店舗ごとの掲載レポートをご提出いたします。

※1 詳細は本媒体資料「FAQ」のページをご参照ください。

※2 LINEチラシ メディアフォーマットの掲載には、Webサイト・アプリもしくは当社指定のパートナー経由で開設された「LINE公式アカウントの認証済アカウント/プレミアムアカウント」「2018年11月以前に開設されたLINE公式アカウント」「LINE@の認証済アカウント」のいずれかの保有または開設を必須条件としております。

※3 「LINEチラシ メディアフォーマットサービス利用規約」「“LINEチラシ メディアフォーマット”用 入稿ポータルサイト利用規約」の2点。

# 価格プラン

価格は、大きく2つの項目で構成されます。

基本価格/月額  
(固定価格)

登録店舗数 × 1,000円 (税別)

※当月コンテンツの掲載が一切なくとも基本価格は毎月発生  
※コンテンツは「折込チラシデータ」「個商品データ」「特集」が該当します



掲載価格/月額  
(上限つき従量課金)

お気に入りユーザーの  
月間閲覧ユーザー数 × 30円 (税別) + 非お気に入りユーザーの  
月間閲覧セッション数 × 10円 (税別)

※当月コンテンツの掲載がない場合は、当該価格は発生しません。  
※掲載価格には、上限価格が設定されます。設定された上限以上の請求は発生しません。  
※上限は年に1回改定されます。掲載実績に応じて、上限価格は決定されます。

※価格プランは機能アップデートなどに伴い変更となる場合がございます。  
※上限に関する詳細な内容はLINEチラシ販売パートナーにお問い合わせください。

# 価格詳細

項目	内容
メニュー名	LINEチラシ メディアフォーマット
契約期間	12ヶ月
掲載面	LINEウォレット、Webブラウザ
課金方式	基本価格+掲載価格（上限あり）
基本価格	1,000円/店舗（税別）
掲載価格	<p>①月間閲覧ユーザー数（お気に入りユーザー）：定価@30円（税別） ※月に1度でもコンテンツを閲覧した場合に課金され、同一ユーザーが、月間で複数回閲覧しても重複課金されません。 ※お気に入りユーザーでも、その月にコンテンツを閲覧していない場合は課金の対象にはなりません。</p> <p>②月間閲覧セッション数（お気に入りユーザー以外）：定価@10円（税別） ※同一ユーザーが、月間で複数回コンテンツを閲覧した場合、そのセッション数分課金されます。</p> <p><b>全店舗一律で上限価格が設定されます。 掲載価格が上限に達した場合は、設定された上限価格でのご請求となります。</b></p>
注記事項	<ul style="list-style-type: none"><li>・当月にコンテンツの掲載が一切ない場合には、掲載価格は発生しません。</li><li>・お申し込みの単位は「法人全体」単位となります。</li><li>・認証済みLINE公式アカウントが開設されていることが掲載の条件となります。</li><li>・LINEチラシの登録店舗に紐づけられるLINE公式アカウントは1つのみです。</li></ul>

## 注意

- ・上記価格とは別途、販売パートナー側のシステム初期設定費が発生する場合がございます。詳しくは販売パートナーにお問い合わせください。
- ・お気に入りユーザーの閲覧計測は、ユーザーがログイン状態であることを前提とします。
- ・課金対象となる「閲覧回数」はPVではなくセッション回数です。
- ・上限に関する詳細な内容はLINEチラシ販売パートナーにお問い合わせください。
- ・価格詳細は機能アップデートなどに応じて変更となる場合がございます。

# 基本価格の日割り表

新規で登録された店舗の初月の基本価格は日割り価格となります。

店舗ページ公開日に応じて変動いたします。また、掲載中店舗の各月の基本価格は「1日」の行の価格をご参照ください。

月の日数 店舗ページ 公開日	31日 基本価格	30日 基本価格	29日 基本価格	28日 基本価格
1日	¥1,000	¥1,000	¥966	¥933
2日	¥1,000	¥966	¥933	¥900
3日	¥966	¥933	¥900	¥866
4日	¥933	¥900	¥866	¥833
5日	¥900	¥866	¥833	¥800
6日	¥866	¥833	¥800	¥766
7日	¥833	¥800	¥766	¥733
8日	¥800	¥766	¥733	¥700
9日	¥766	¥733	¥700	¥666
10日	¥733	¥700	¥666	¥633
11日	¥700	¥666	¥633	¥600
12日	¥666	¥633	¥600	¥566
13日	¥633	¥600	¥566	¥533
14日	¥600	¥566	¥533	¥500
15日	¥566	¥533	¥500	¥466
16日	¥533	¥500	¥466	¥433
17日	¥500	¥466	¥433	¥400
18日	¥466	¥433	¥400	¥366
19日	¥433	¥400	¥366	¥333
20日	¥400	¥366	¥333	¥300
21日	¥366	¥333	¥300	¥266
22日	¥333	¥300	¥266	¥233
23日	¥300	¥266	¥233	¥200
24日	¥266	¥233	¥200	¥166
25日	¥233	¥200	¥166	¥133
26日	¥200	¥166	¥133	¥100
27日	¥166	¥133	¥100	¥66
28日	¥133	¥100	¥66	¥33
29日	¥100	¥66	¥33	
30日	¥66	¥33		
31日	¥33			

※全て税別表記となります。


# 掲載価格のカウント方法

掲載価格は、お気に入りユーザーの月間閲覧ユーザー数×30円+非お気に入りユーザーの月間閲覧セッション数×10円です。月間閲覧ユーザー数と、月間閲覧セッション数をカウントする対象ページやカウントルールは下記の通りとなります。


## 課金カウント対象のページ

コンテンツが掲載されている期間のみ課金対象となります。


店舗ページ



商品詳細ページ



折込チラシ閲覧ページ

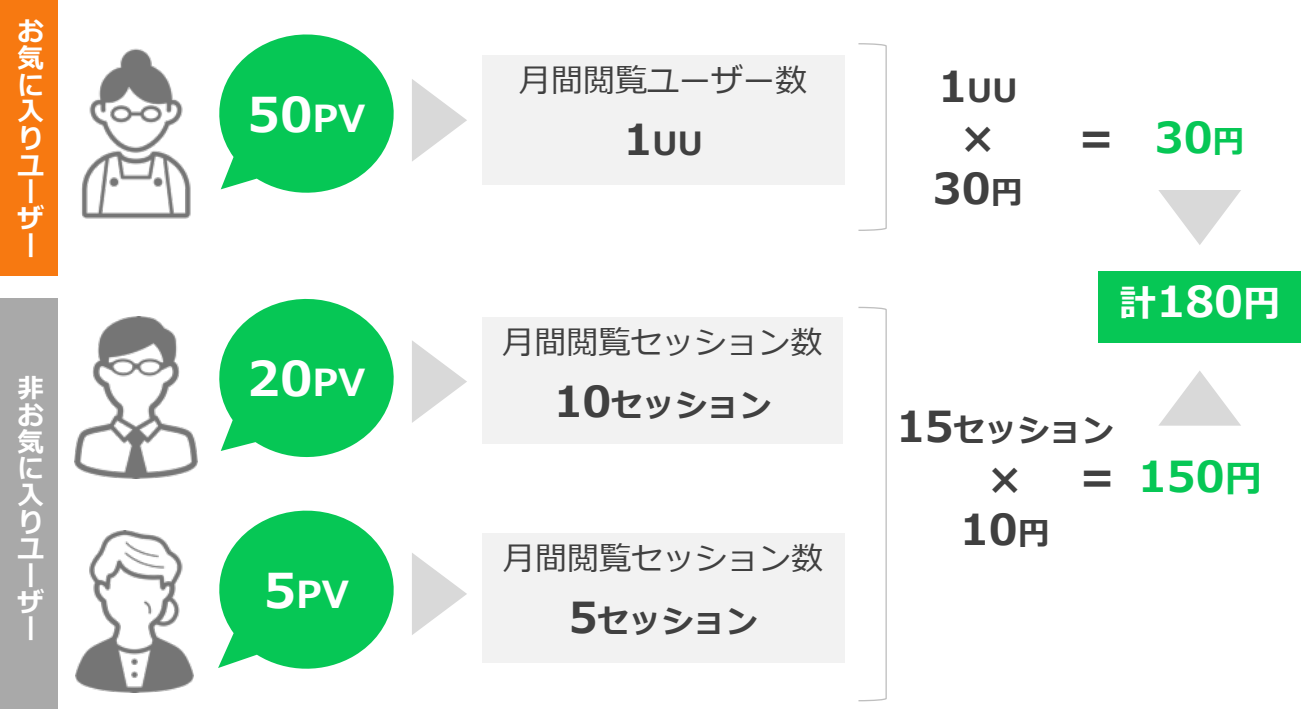


**課金対象のコンテンツ**

- ・折込チラシデータ
- ・個商品データ
- ・特集

## 月間閲覧ユーザー数/月間閲覧セッション数のカウント方法

例：店舗Aのお気に入りユーザーと非お気に入りユーザー3人



月間閲覧ユーザー数 = 月間でカウント対象のページを1回以上訪れたお気に入りユーザー数  
 月間閲覧セッション数 = 月間で非お気に入りユーザーが対象ページを訪れたセッション数

※デザインや機能はアップデートにより、実物と異なる可能性がございます。※セッションの定義：5分以内に課金カウント対象のページを何度訪れても1セッションとカウントします。  
 ※掲載価格の仕組みは機能アップデートなどに応じて変更となる場合がございます。

# 提供レポート

以下のレポート項目を主に提供しております。

項目	内容
全店舗サマリーレポート (月間)	<p>&lt;配信実績&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・店舗ページ月間閲覧数 (PV) — お気に入りユーザー/非お気に入りユーザー</li><li>・店舗ページ閲覧月間ユーザー数 (UU) ※1— お気に入りユーザー/非お気に入りユーザー</li></ul> <p>&lt;お気に入り実績&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・店舗別累計お気に入りユーザー数 (UU) ※1</li><li>・店舗別月間お気に入り追加数・解除数・アクティブ率</li></ul> <p>&lt;ユーザー属性&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・店舗ページ閲覧ユーザー属性 (性別・年代) — お気に入りユーザー/非お気に入りユーザー</li></ul>
店舗別レポート (日別)	<p>&lt;配信実績&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・日別店舗ページ閲覧数 (PV) — お気に入りユーザー/非お気に入りユーザー</li><li>・日別店舗ページ閲覧ユーザー数 (UU) ※1— お気に入りユーザー/非お気に入りユーザー</li></ul> <p>&lt;お気に入り実績&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・日別累計お気に入りユーザー数 (UU) ※1</li><li>・日別お気に入り追加数・解除数・アクティブ率</li></ul>
チラシ企画別レポート	<ul style="list-style-type: none"><li>・閲覧ユーザー数 (UU) ※1— 個商品/折込チラシ/商品詳細ページ</li><li>・閲覧回数 (PV) — 個商品/折込チラシ/商品詳細ページ</li><li>・特集imp数、特集詳細PV数</li><li>・買い物リスト追加数</li></ul>

レポート項目や定義はアップデートなどに伴い変更となる場合がございます。

※1：LINEチラシのレポート内のユーザー数 (UU) は推計値を利用しております。請求対象となるユーザー数

# 申し込み・解約・入稿規定

## 申し込み、契約に関する規定

- ご契約の主体、お申し込みの単位は「法人全体」となります。  
複数の屋号をお持ちで、それぞれ掲載ご希望の場合は、掲載を希望する屋号名を全て申込書にご記入の上、販売パートナーへ提出してください。
- 本サービスの契約期間は、お申し込み内容を当社が承諾した日より始まり、本サービスにおける最初の店舗ページ公開日の翌月1日から12カ月間となります。解約申込書のご提出がない場合は、さらに12カ月間の契約期間自動更新となります。

## 解約に関する規定

- 解約希望の場合は、契約満了日の30日前までに、所定の解約申込書をパートナーに提出してください。  
解約申込書のご提出がない場合は、自動的に12カ月の契約延長となります。
- 契約期間満了日前に契約を解除する場合、当該月の月額価格全額・掲載価格に加え、1店舗当たり5,000円（税別）の違約金をお支払いいただきます。

## 入稿に関する規定

- コンテンツは掲載前および掲載後に、ガイドラインに則してモニタリングを実施し、内容を審査しています。  
ガイドラインの内容に違反したコンテンツは発見次第、貴社の許可なく掲載を停止いたします。

# 掲載可否基準

LINEチラシ メディアフォーマットに掲載可否基準は以下の通りです。

なお、申込時点で掲載可否審査をお受けいただき、掲載可の場合のみ申込受領いたします。

また、LINEチラシはLINE公式アカウントの認証済アカウントの保有が掲載必須条件です。

審査の結果、LINE公式アカウントガイドライン（※）にて

「ご利用いただけないお客様」に該当すると当社が判断した場合は、本サービスをご利用いただけません。

※ [https://terms2.line.me/official\\_account\\_guideline\\_jp](https://terms2.line.me/official_account_guideline_jp)

- ▶ 実店舗/事業所を保有していること
- ▶ 国内または国外法人事業主であること
- ▶ LINEチラシ メディアフォーマットの定める「掲載不可業種」に該当しないこと



# 掲載不可の業種

当社ポリシーにより、全部もしくは一部に関わらず、下記に該当する業種は掲載不可とさせていただきます。

なお、以下はあくまで一例であり、記載のないケースにおいても、本サービスの利用をお断りすることがあります。あらかじめご了承ください。

- 宗教関連
- ギャンブル関連、パチンコ等
- アダルト関連
- 出会い系
- 連鎖販売取引
- 探偵業
- 政党
- 公益法人、NPO/NGO、社団法人（一部除く）
- 整骨院、接骨院、鍼灸院等
- 消費者金融（一部除く）
- 調剤薬局
- エステ（一部除く）
- 質屋
- 個人・有名人
- 政党
- 法人向け業種・業態・サービス
- その他弊社が不適合と判断した業種・業態・サービス

※実店舗（サービス業の場合、事業所）がない場合は原則NGとさせていただきます。

※掲載基準は掲載可能業種の追加など、変更される可能性があります。

※当社が利用するアプリマーケットから掲載に関する指摘を受けた場合、本ガイドラインで「可」としている商材であっても掲載を停止する可能性があります。

# 商材・サービスごとの掲載基準（1）

掲載可否基準は「折込チラシデータ」と「個商品データ」「特集」で異なる場合があります。

「折込チラシデータ」で掲載可としている商材であっても、当該商材がチラシ上、主たる訴求商材と当社がみなした場合は掲載不可といたします。また、「個商品データ」は貴社が販売する商材のみ掲載可とし、その他の訴求は掲載不可とします。

商材・サービス	折込チラシデータ	個商品データ・特集
酒類・ノンアルコール飲料	可 ※ただし、未成年者の飲酒防止に関する表示基準に基づき「飲酒は20歳から」「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」などの文言を必ず入れてください。	可 ※酒類はアルコール表記を入稿時に必ず選択してください。 ※当社ポリシーに基づき、LINEウォレット面には酒類は表示しません。
禁煙グッズ	可	不可
生体販売	「折込チラシデータ」内に掲載される複数の商品群の1つとして左の商材の掲載が行われる場合は原則掲載可とします。	不可
避妊具・精力剤 ※精力剤：性機能増強のための薬剤および一般食品。		不可
タバコ・電子タバコ	不可	不可
日本国内で未承認の医薬品・医療機器等、医療行為全般、その他医療関連	不可	不可
アダルト全般 ※ただし精力剤は除く。成人対象の性的な商品やサービス等のアダルト全般。	不可	不可
アダルトコンテンツ ※青少年の保護育成上好ましくない、性表現を含むコンテンツ。	不可	不可
武器全般 ※銃器・弾丸・刀剣などの刃物・催涙スプレー・スタンガンなど。	不可	不可

※掲載基準は業種追加や機能追加に伴い、変更となる可能性があります。

※上記一覧で「不可」としている商材が、当社モニタリングにより掲載前あるいは掲載後に検知された場合、当該商材の削除、配信停止等の対応を行います。

※当社が利用するアプリマーケットから掲載に関する指摘を受けた場合、本ガイドラインで「可」としている商材であっても掲載を停止する可能性がございます。

## 商材・サービスごとの掲載基準（2）

商材・サービス	折込チラシデータ	個商品データ・特集
出会いの機会/場所を提供するサービス	不可	不可
宗教関連商材・雑貨等 ※魔除け関連、靈感商法霊視商法等	不可	不可
モニター商法	不可	不可
寄付・募金等 ※寄付金募金を募る表現、またはそれらにつながる訴求	不可	不可
情報商材 ※「儲かる/儲ける」などの内容を謳った商材やサービス	不可	不可
能力開発商材 ※「〇〇するだけ」など、消費者が簡単に始められるような内容を謳った商材やサービス	不可	不可
ギャンブル関連、パチンコ、賭け事に関わる具体的商材やサービス	不可	不可
模倣品・海賊版商品・非公式グッズ販売	不可	不可

※掲載基準は業種追加や機能追加に伴い、変更となる可能性があります。

※上記一覧で「不可」としている商材が、当社モニタリングにより掲載前あるいは掲載後に検知された場合、当該商材の削除、配信停止等の対応を行います。

※当社が利用するアプリマーケットから掲載に関する指摘を受けた場合、本ガイドラインで「可」としている商材であっても掲載を停止する可能性がございます。

# 「特集」掲載内容の制限

「特集」で訴求できる内容には制限があります。ユーザー全てに等しく、同じ価値が提供される催事訴求やキャンペーンなどは掲載可能ですが、偶然性や特定行為の優劣により提供する価値にユーザー間で差があるキャンペーンや、他社様主催・共同主催・協賛主催によるキャンペーンなどは掲載不可とします。



提供するサービス・価格・物品が  
**全ユーザーにとって同じ**  
&  
**自社単独主催キャンペーン**

例：



・シーズン/催事訴求



・キャンペーン  
ポイントバック、キャッシュバック  
※自社単独主催のキャンペーンに限ります



・先着などの来店キャンペーン  
※来店を条件に、先着またはもれなく  
全ユーザーへ同じものを提供するキャンペーン。



提供するサービス・価格・物品に  
**ユーザー間で差がある**  
&  
**他社様主催・共同主催キャンペーン**

例：



・くじ引きやガラポンなど  
抽選によって提供する価値（サービス・価格  
・物品等）や提供有無に差があるキャンペーン

・じゃんけん大会など  
競技の優劣によって提供する価値に差が  
あるキャンペーン

・他社様主催/共同主催/協賛主催の  
キャンペーン

※当社では認める場合を除き、広告枠の再販を禁止いたします。連合広告や共同での広告購入は認めておりません。

また、関係のない第三者の情報を発信することもユーザー利権保護の観点から基本的に禁止いたします。

※当社が利用するアプリマーケットから掲載に関する指摘を受けた場合、本ガイドラインで「可」としている商材であっても掲載を停止する可能性がございます。

※掲載基準は業種追加や機能追加に伴い、変更となる可能性があります。

# 「特集」のリンクの制限

「特集」ではリンクの設置が可能ですが、一部制限があります。テキスト・クリエイティブと直接関係のないページへのリンクおよびお客様が実質的に支配管理されていないページへリンクすることはできません。



リンク先のページが  
お客様の支配・管理下である

例：



- ・ **自社のホームページ**  
店舗ページ、ポイントカード、レシピ、ギフト、アプリ紹介、自社単独主催のキャンペーンなど
- ・ **自社で運営している通販サイト**
- ・ **自社運営のアプリダウンロード**



リンク先のページが  
お客様の支配・管理下でない

例：

- ・ **「特集」のテキスト・クリエイティブの掲載制限に関連するページ**  
※P353に制限内容を記載  
※お客様の支配・管理下のページであってもNG
- ・ **外部で運営している通販サイト**

# 表現上の注意・制限事項（1/4）

## ◆はじめに

LINEチラシ メディアフォーマット（以下「本サービス」といいます）へのコンテンツ掲載にあたっては、各種法令、業界が定める自主基準やルールを遵守してください。また、弊社（以下「当社」といいます）は法的リスクの回避に加え、ユーザー利益保護の観点から、掲載内容に関するガイドラインを設けております。本サービス掲載前および掲載後、コンテンツのモニタリングを行い、ガイドラインに抵触した項目によっては、掲載内容の削除、停止等の対応を行う場合もございます。ご一読、ご理解の上、サービスをご利用ください。なお、このガイドラインは、本サービス上に掲載されるコンテンツにおいて全ての内容に適用されます。

## ◆入稿素材の利用許諾

貴社が権利を保有しない素材を利用する場合、あるいは企業名・商品名/サービス名・ロゴ・著名人の肖像・キャラクター等の画像を利用される場合は、必ず権利者に利用許諾を取ってから利用してください。

## ◆当社が提供する汎用商品画像の利用範囲

当社は「個商品データ」ご入稿の際にご活用いただける汎用商品画像を提供しておりますが、これらの画像は、本サービス上でのみ利用を承諾します。本サービス以外での利用が発覚した場合は、サービス利用規約違反として取り扱います。

## ◆肖像権またはプライバシーに関する注意

特に個商品データを入稿いただく際、来店客等、第三者の顔が識別できる画像については、本人からの許諾のない場合、肖像権の侵害またはプライバシーの侵害に当たる恐れがありますので禁止いたします。

## ◆当社コンテンツと誤認または混合する可能性のある表現の禁止

貴社が掲載する商材について、当社が提供または推薦するものであるとユーザーに誤認させるまたは混同させる表現を禁止いたします。当社のロゴ、キャラクター、サービス名称等について、当社の事前の承諾がない限り、各クリエイティブ内での利用を禁止いたします。また、当社の事前の承諾があったとしても、当社が指定するガイドライン等に従い利用するものとします。

## ◆ユーザーが不快と感じる可能性がある表現の禁止

人の身体に関するコンプレックスを露骨に刺激する表現や、過度な肌露出（※1）、性に関する表現が露骨である等、ユーザーが不快と感じる可能性がある表現（※2）を禁止いたします。

※1 水着や下着においても訴求内容とは関係のない不必要な画像は禁止です。

※2 暴力、反社会的勢力を連想させる表現は禁止です。

# 表現上の注意・制限事項（2/4）

## ◆景品表示法の遵守

景品表示法に違反するチラシの入稿は禁止します。特に以下のような事項にはご注意ください。

- ・紹介する商品サービスの内容が事実より良いと誤認させる「優良誤認表示」や、実際よりも安いと誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現。
- ・不当表示に該当する可能性がある表現。  
最大級・NO.1表現またはそれらに類似する表現「世界初」「業界ナンバー1」等の最大級表現。  
(ただし、データの出典元調査機関名および調査年が明記され、正確な引用である場合は例外的に使用を認めます。)
- ・投機心や射幸心をあおる可能性のある表現、通貨およびもしくはそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現。

## ◆会員登録等による個人情報の取り扱いに関する表現

店舗ページ内から貴社の外部サイトへ遷移させ、貴社が販売する商品もしくはサービスを案内する、または、貴社の会員サービスへの登録を促す内容を訴求する場合、遷移先がLINEと無関係であるとユーザーが視覚的に分かることを条件とします。  
なお、ユーザーの個人情報を取得する場合、遷移先での情報の取り扱いが個人情報保護法に準拠していることを前提とします。  
また、過度もしくは露骨な会員登録訴求は、ユーザー利益保護の観点から禁止します。

## ◆「医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保等に関する法律」の遵守

医薬品、医薬部外品、医療機器、化粧品等に関しては、厚生労働省の定める「医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保等に関する法律」および、「医薬品等適正広告基準」に基づきます。効能効果の表示はそれぞれ認められた範囲内とし、条件がある場合は本サービス内で条件を明示・記載、かつ安全性や効能効果を保証する表現がないようにしてください。表現規制については、東京都保健医療局の資料を参考としてください。

- ・医薬品等の広告規制について  
<https://www.hokeniryo.metro.tokyo.lg.jp/anzen/iyaku/sonota/koukoku/index.html>

# 表現上の注意・制限事項（3/4）

## ◆医療機器の掲載について

厚生労働省によって承認を受けていない医療機器の掲載は禁止いたします。

また、承認を受けている医療機器を広告する場合にも、商品詳細ページ内に「医療機器承認番号」、「医療機器認証番号」または「医療機器届出番号」の表示が必要です。

## ◆古物商

店舗ページもしくは会社HPに古物商の許可番号の記載をお願い致します。

## ◆コンタクトレンズ

日本コンタクトレンズ協会が定めるコンタクトレンズの広告自主基準を遵守してください。

## ◆カードローン（個人向け無担保無保証貸付）

カードローンの訴求において、銀行系カードローン（※メガバンクグループに属する消費者金融が運営するカードローンの意）に該当する場合は下記事項を始めとした、日本貸金業協会が定める自主基準に準拠してください。

1. 他の貸金業者の利用者または返済能力がない者に向けて訴求しないこと
2. 借入れを必要とする者へ安易な借入れを助長、または過度に強調しないこと

## ◆人材派遣・有料職業紹介会社

店舗ページ内もしくは会社HPに厚生労働省の許可・届出番号の記載をお願い致します。

## ◆金融商品

金融商品等においては監督官庁への登録を確認できることが必要です。

また、LPには費用・取引リスクについて明確に表示してください。

投機心を煽る可能性がある表現を行わないなど、各種関連団体の定める広告自主基準等を遵守してください。



# 表現上の注意・制限事項（4/4）

## ◆入稿時選択必須項目について

入稿ポータルサイトで設定が必須となる、以下項目には特にご注意ください。

### ・一般医薬品

折込チラシデータを掲載する場合には、薬機法の定めに従って必ず医薬品のリスク区分を記載してください。  
また、個商品データを入稿する際にも必ず「医薬品」カテゴリにおいてリスク区分を選択してください。

### ・アルコール飲料

折込チラシデータを掲載する場合には、「お酒、飲酒は20歳を過ぎてから」等の文言を記載してください。  
また、個商品データ入稿の際にも必ず「アルコール表記」を選択してください。  
度数1%未満の低アルコール飲料については、アルコール分を有する飲料である旨を記載してください。

### ・消費税

個商品データ入稿の際は、国税庁の定める軽減税率制度に則り、商材ごとに標準税率または軽減税率または非課税、いずれかの該当となるかを、必ず入稿時に選択してください。

### ・二重価格表示

販売価格の比較対象となる元値を表示する場合は、必ず元値の種類を選択してください。

通：通常価格

メ：メーカー希望小売価格

発：発売元希望小売価格

輸：並行輸入業者確認価格

    輸入（総）代理店希望小売価格

    輸入元希望価格

## ◆リンク先の制限（店舗情報、個商品データ、特集など）

テキストやクリエイティブと直接関係ないページへのリンクはお控えください。

またお客様が実質的に支配管理されていないページへリンクすることはできません。

特集クリエイティブと本文、リンク先ページが関係し、ユーザーからみて不自然でない内容であることが求められます。

# FAQ

## Q 掲載はどこにされますか？

A LINEウォレット面とWebブラウザに掲載されます。

## Q 掲載価格の従量課金はどのようにされますか？

A ユーザーが、貴社の掲載コンテンツを閲覧した際に課金されます。ただし、店舗ページに「個商品データ」「折込チラシデータ」「特集」の掲載がない場合は、課金は発生しません。掲載価格の詳細はLINEチラシ メディアフォーマット販売パートナーへお問い合わせください。

## Q 上限価格はどのようなものですか？

A 上限価格は、掲載価格の従量課金が対象になります。掲載価格の従量課金が、上限価格を超えて請求することはありません。

## Q 上限価格の具体的な価格を教えてください

A 契約初年度の上限価格は、LINEチラシ メディアフォーマットの利用ユーザー者数の規模に応じて変動します。詳しい価格はLINEチラシ メディアフォーマット販売パートナーへお問い合わせください。  
契約2年目以降の上限価格は、掲載実績に応じて決定されます。

## Q 実施したい場合、どのように申し込めばよろしいですか？

A LINEチラシの販売パートナーから所定の申し込み手続きについてご案内いたします。LINEヤフー for Business お問い合わせページよりご連絡ください。

## Q 申し込みから掲載までどのくらい日数がかかりますか？

A 掲載まで最短で1カ月以上必要となります。

## Q 掲載できるコンテンツの条件はありますか？

A ガイドラインを設けていますので、ご確認ください。規約に違反した内容は掲載途中であっても掲載を終了する場合があります。

# 約款・規約・サービス紹介（LINEチラシ メディアフォーマット）

## 約款・規約について

事前に以下の約款内容をご確認の上、販売パートナー宛にお申し込みのほど、宜しくお願い申し上げます。

- ・ LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・ LINEチラシ メディアフォーマット サービス利用規約  
<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>

## サービス紹介について

LINEヤフー for Businessページにて「LINEチラシ」のサービスを紹介しています。

- ・ LINEヤフー for Business サービス紹介ページ  
<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-flyer/>

## お問い合わせについて

各種お問い合わせはLINEヤフー for Businessページの「お問い合わせ」よりお願いいたします。

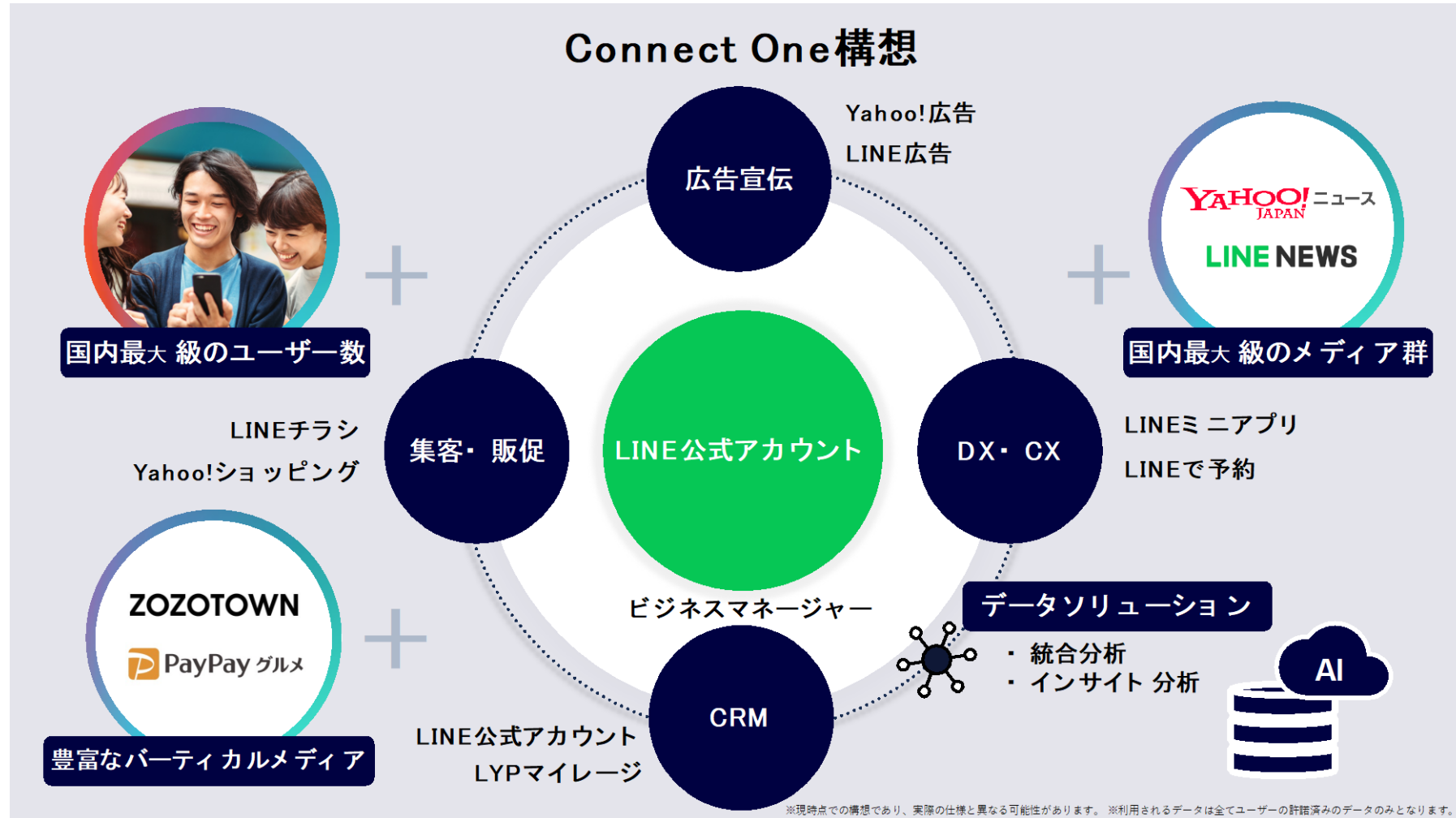
- ・ LINEヤフー for Business お問い合わせページ  
<https://www.lycbiz.com/jp/contact/>



# LINE DATA SOLUTION

# LY統合後のMSC戦略

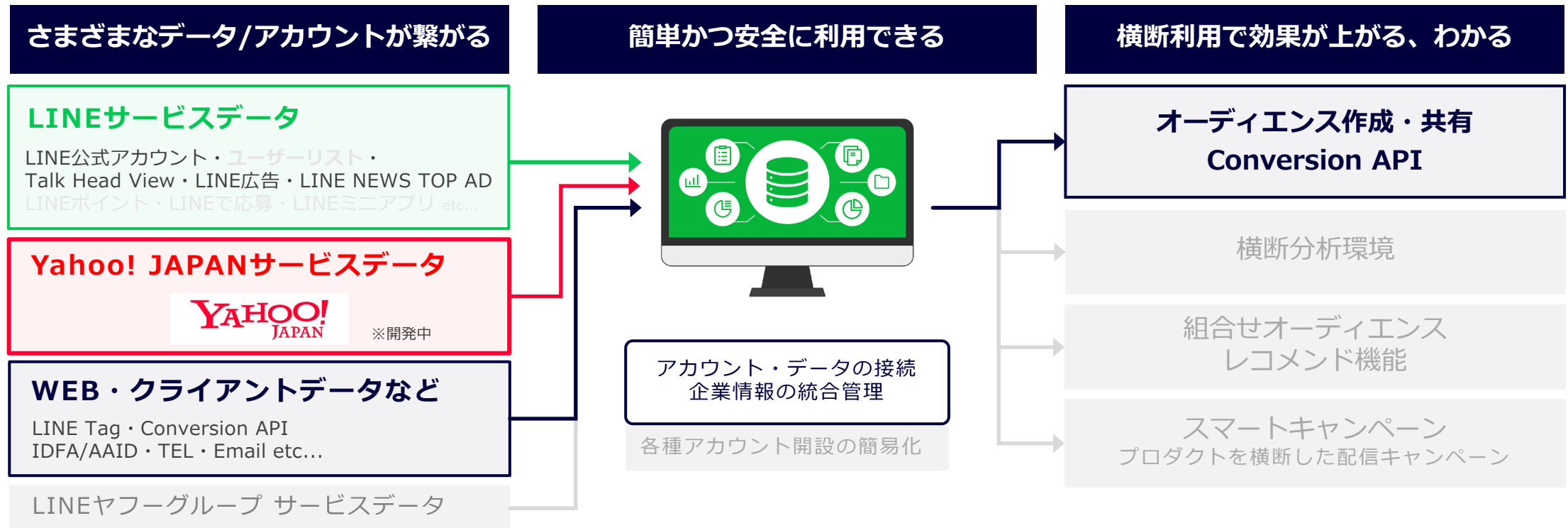
Connect One構想の実現には、データやアカウントを一元管理し、簡単に利活用できるプラットフォームが必要



# ビジネスマネージャー

# ビジネスマネージャー(BM)とは

LINEヤフーのサービスデータ/アカウントを横断的かつ簡単に利用するためのプラットフォーム



※BMで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。 ※構想中のため、実装有無や時期は予告なく変更される場合があります。予めご了承下さい。

# BMで現在できること

## ①LINE内データ

LINEのプロダクトやアカウントを横断したオーディエンス共有

## ②LINE外データ

電話番号・メールアドレスなどの顧客データからのオーディエンス作成

## ③Conversion API

コンバージョンを補填するAPIを利用する際に必要なアクセストークンを発行



ビジネスマネージャー  
(同一組織)

## ①LINE内データ

LINE公式アカウント

オーディエンス

LINE Tag

LINE広告アカウントA

オーディエンス

LINE Tag

LINE広告アカウントB

オーディエンス

LINE Tag

各アカウント間でオーディエンス共有が可能！

## ②LINE外データ

オーディエンス

・電話番号  
・メールアドレス  
・IDFA/AAID

LINE Tag

顧客データから  
オーディエンス作成が可能！

## ③Conversion API

アクセストークン  
の発行

計測・最適化に  
利用可能

※BM/BIで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。 ※構想中のため、実装有無や時期は予告なく変更される場合があります。予めご了承ください。



# ①LINE内データ：現在4つのプロダクトのデータが利用可能

ビジネスマネージャーと各プロダクトのアカウントを接続することで、オーディエンスやLINE Tagなどを共有し、LINE公式アカウントやLINE広告の配信に利用できます。

Talk Head View  
Talk Head View Custom



LINE広告



LINE公式アカウント



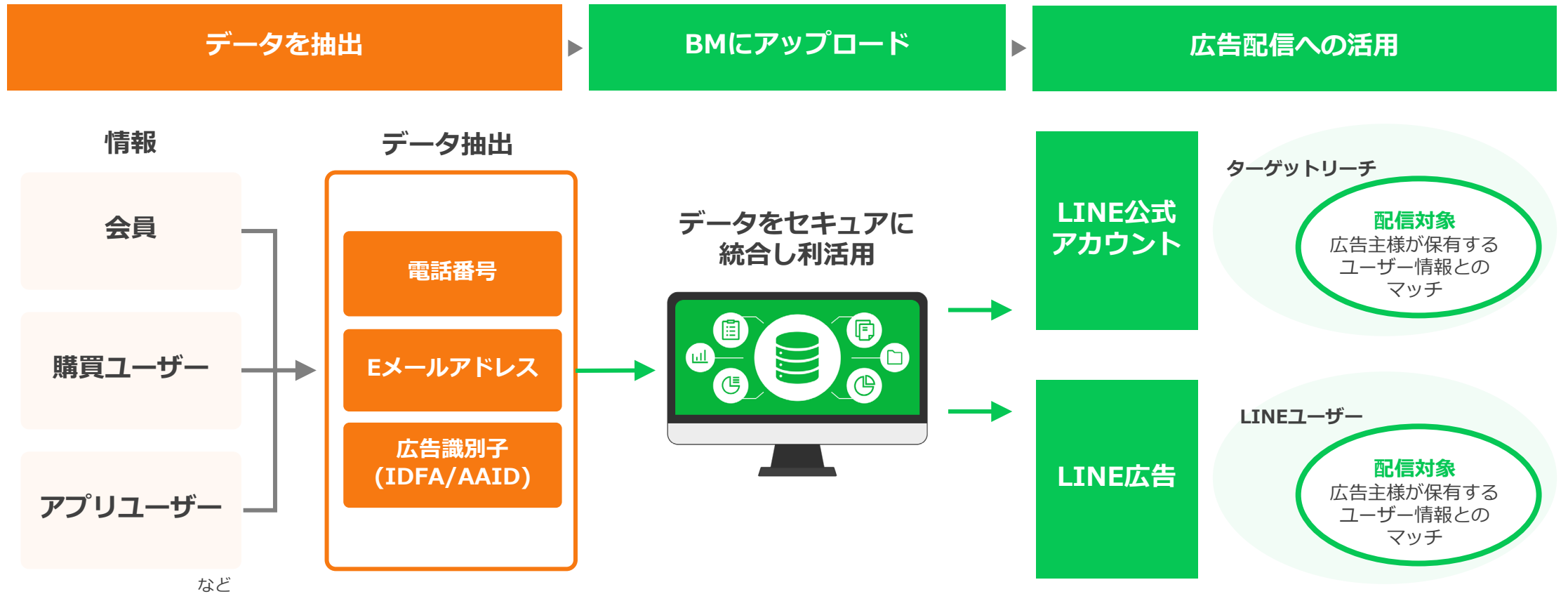
LINE NEWS  
TOP AD



※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

## ②LINE外データ：電話番号・メールアドレスなどが利用可能

ビジネスマネージャーに電話番号やメールアドレスをアップロードすることで、LINE公式アカウントやLINE広告の配信に利用できます。



※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# ビジネスマネージャーの機能

# ビジネスマネージャーにおける用語の定義

ビジネスマネージャーでは下記のような用語を利用します。

用語	意味
ビジネスマネージャーの組織	ビジネスマネージャーを構成する単位 ※原則、1企業で1組織のみ認証が可能
リソース	ビジネスマネージャーで管理・作成・共有できるオーディエンスやLINE Tagなどの総称
アカウント	ビジネスマネージャーに接続できるLINE公式アカウントやLINE広告のアカウントの総称
接続	ビジネスマネージャーの組織にアカウントを紐付けること

# ビジネスマネージャーの機能詳細

## ビジネスマネージャーの主な機能

### 基本 機能

#### ① オーディエンスやLINE Tagの共有

##### 繋がるサービス

- ・ LINE公式アカウント
- ・ LINE広告
- ・ Talk Head View
- ・ Talk Head View Custom
- ・ LINE NEWS TOP AD

#### ② オーディエンスやLINE Tagの作成

##### オーディエンス

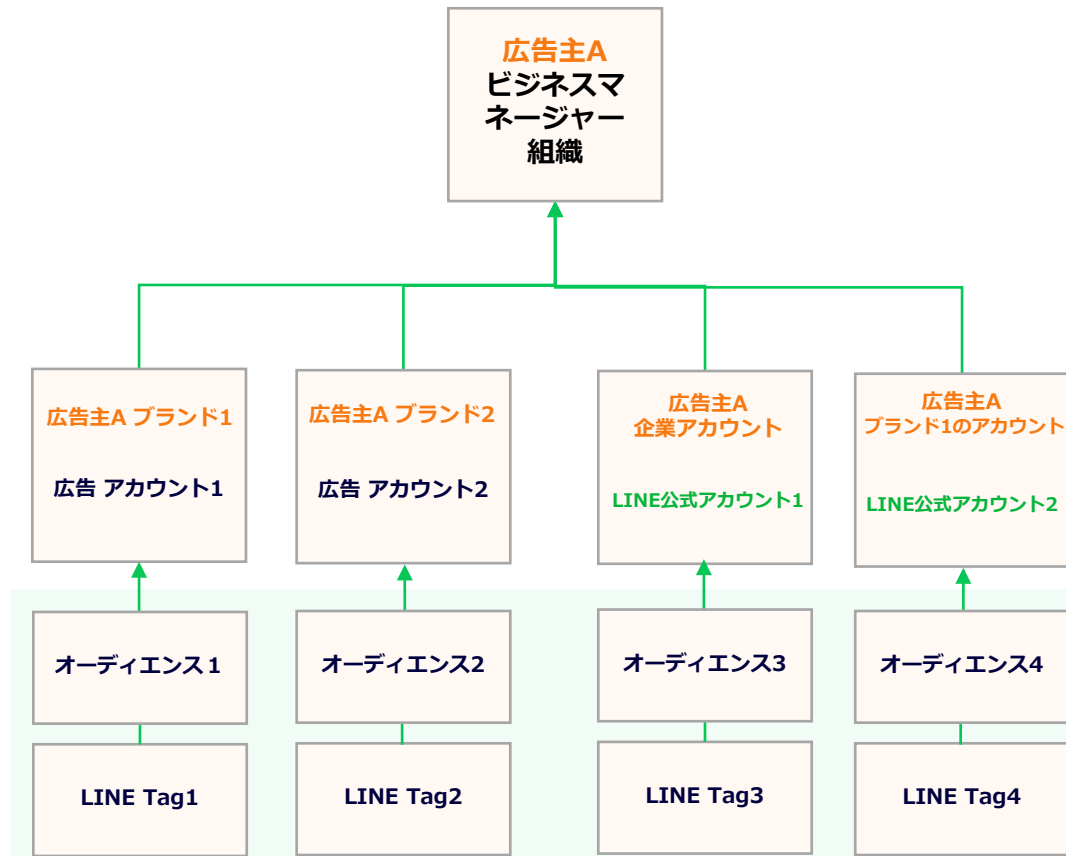
- ・ IDFA/AAID/TEL/Emailアップロードオーディエンス
- ・ ウェブトラフィックオーディエンス

##### LINE Tag

- ・ 共通LINE Tagの作成

# ビジネスマネージャーの機能詳細 ①リソース共有

複数のプロダクトを横断したオーディエンスやLINE Tagの共有



組織に各種アカウントを接続すると、  
オーディエンスやLINE Tagを相互に共有できます。  
各管理画面からビジネスマネージャーを経由して共有  
されたオーディエンスが利用可能です。

相互に共有して利用可能

# ビジネスマネージャーの機能詳細

## ②LINE外データ：電話番号・メールアドレスなどが利用可能

ビジネスマネージャーと各プロダクトのアカウントを接続することで、オーディエンスやLINE Tagなどを共有し、LINE公式アカウントやLINE広告の配信に利用できます。

### オーディエンスの作成

下記オーディエンスが作成可能

データタイプ	内容
ウェブトラフィック オーディエンス	LINE Tagの トラッキング情報に基づいたリスト
IDFA/AAID アップロード	アップロードしたIDFAリスト
電話番号 アップロード	アップロードした電話番号リスト
メールアドレスアップ ロード	アップロードしたEmailアドレスリスト

### LINE Tagの作成

名前を設定するだけで作成完了

#### LINE Tagの作成

LINE Tagは最大10件まで作成できます。

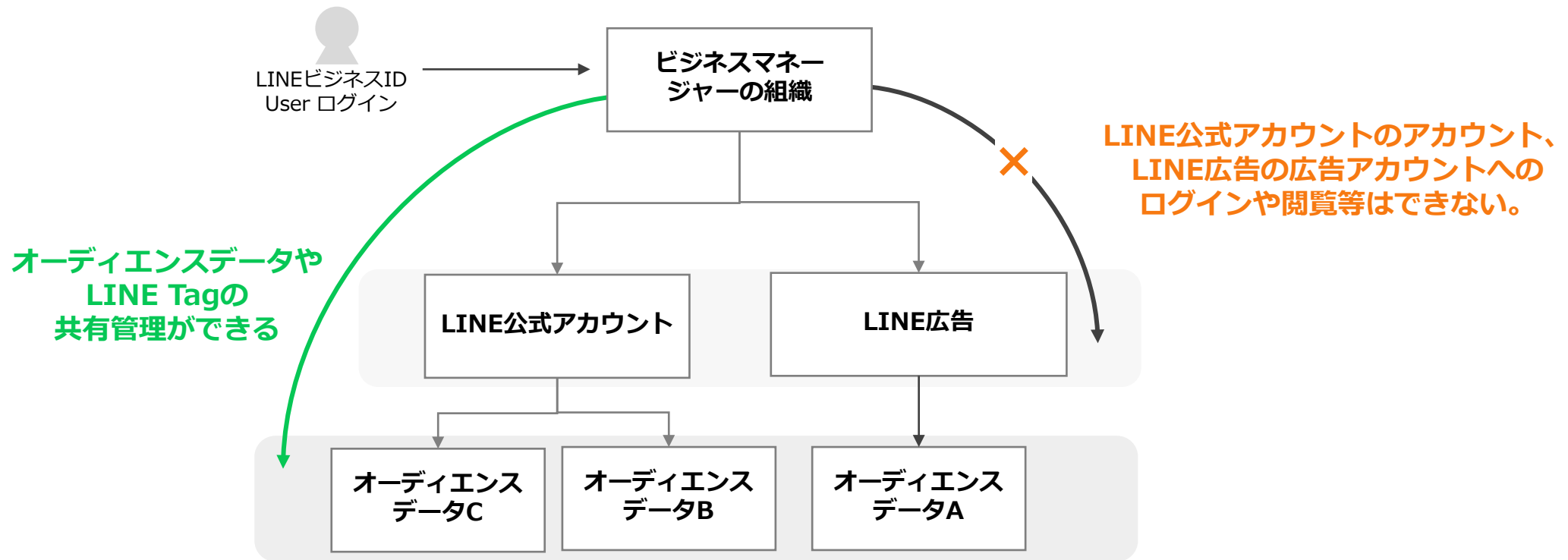
名前

作成

キャンセル

# 誤解しやすいポイント

現状、ビジネスマネージャーの管理者はオーディエンスやLINE Tag等リソースの共有先の設定のみが可能です。  
LINE公式アカウントやLINE広告のアカウントにログインして、閲覧・編集・運用・配信ができるわけではありません。





# ビジネスマネージャーを活用して共有できるオーディエンス①

## Talk Head View ※6



## LINE広告



データタイプ	内容	配信先
静止画クリック	Talk Head View (静止画) のバナーをクリックしたユーザー ※画像クリックオーディエンス	LINE広告※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)  LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
動画視聴	Talk Head View (動画) の動画に接触したユーザー ※LINE広告と同じ (視聴開始、視聴完了を含む)	
アクションボタンクリック	Talk Head View (動画) の“詳細はこちら”をクリックしたデータ ※動画オーディエンスの“動画をクリックした人”	

データタイプ	内容	配信先
IDFA/AAID アップロード	アップロードしたIDFAリスト	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
電話番号 アップロード	アップロードした電話番号リスト	
Email Address アップロード	アップロードしたEmailアドレスリスト	
ウェブトラフィック	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト	LINE公式アカウント※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
画像クリック	画像をクリックしたユーザー	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外)
動画視聴	LINE広告で動画に接触したユーザー	
アプリイベント	アプリイベントのオーディエンス	
友だち / ブロックユーザー	該当のLINE広告のアカウントに紐づくLINE広告アカウントの友だち/ブロックユーザー	
類似拡張	ソースオーディエンスに類似したユーザーをLINE内で拡張したオーディエンス	

- ※1 LINE公式アカウントについては認証済みアカウントのみビジネスマネージャーを利用可能です。
- ※2 データプロバイダーが提供しているオーディエンスはビジネスマネージャーでの共有はできません。
- ※3 LINE公式アカウントで配信できるオーディエンスの最小サイズは50となります。
- ※4 個人の特定を示唆するようなメッセージの配信やLINE広告の配信は禁止しております。
- ※5 LINE広告のキャンペーンタイプの1つとしてTalk Head View Customを利用できます。
- ※6 Talk Head View Customの配信結果もオーディエンスとして利用できます。利用できるオーディエンスはTalk Head Viewと同様です。

※実装内容が予告なく変更される場合があります。予めご了承ください。

# ビジネスマネージャーを活用して共有できるオーディエンス②

## LINE公式アカウント



データタイプ	内容	配信先	
メッセージインプレッション	メッセージを開封したユーザー	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)	
メッセージクリック	メッセージのリンクをクリックしたユーザー		
ユーザーIDアップロード	アップロードしたユーザーIDリスト ※6		
チャットタグ	Chat tagを利用したオーディエンスリスト		
友だち追加経路	友だち追加経路別のリスト		
予約	LINEで予約経由で予約したユーザー ※連携済みの予約データがある場合に選択が可能		LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
ウェブトラフィック	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト		
リッチメニューインプレッション	リッチメニューを表示したユーザー		
リッチメニュークリック	リッチメニューをクリックしたユーザー		

## ビジネスマネージャー



データタイプ	内容	配信先
ウェブトラフィックオーディエンス	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
IDFA/AAIDアップロード	アップロードしたIDFAリスト	
電話番号アップロード	アップロードした電話番号リスト	
メールアドレスアップロード	アップロードしたEmailアドレスリスト	LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)

- ※1 LINE公式アカウントについては認証済みアカウントのみビジネスマネージャーを利用可能です。
- ※2 データプロバイダーが提供しているオーディエンスはビジネスマネージャーでの共有はできません。
- ※3 LINE公式アカウントで配信できるオーディエンスの最小サイズは50となります。
- ※4 個人の特定を示唆するようなメッセージの配信やLINE広告の配信は禁止しております。
- ※5 LINE広告のキャンペーンタイプの1つとしてTalk Head View Customを利用できます。
- ※6 別途Messagin APIの利用が必要になります。

※実装内容が予告なく変更される場合があります。予めご了承ください。

# ビジネスマネージャーを活用して共有できるオーディエンス③



## LINE NEWS TOP AD

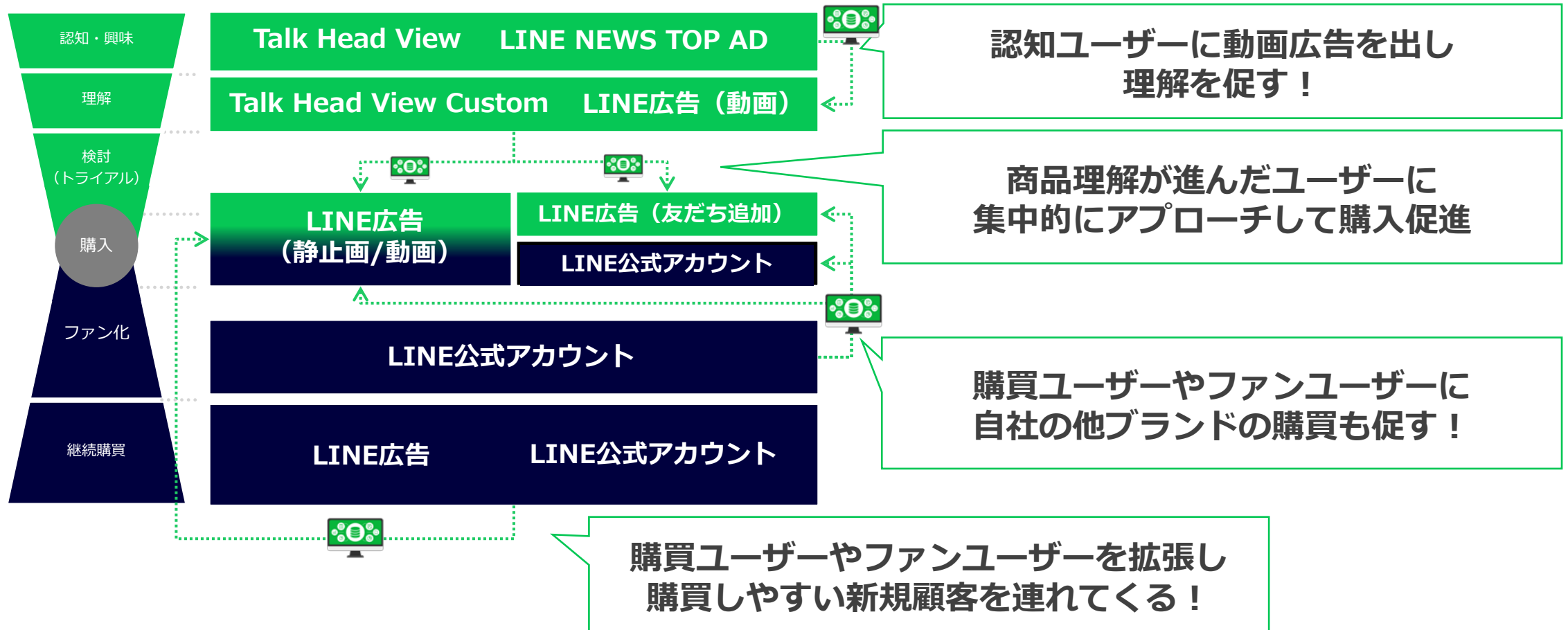
データタイプ	内容	配信先
静止画クリック	LINE NEWS TOP AD(静止画)の バナーをClickしたユーザー ※画像クリックオーディエンス	LINE広告※2 ※4 (リターゲティング、除外、類似拡張)  LINE公式アカウント※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
動画視聴	LINE NEWS TOP AD(動画)の 動画に接触したユーザー ※LINE広告と同じ (視聴開始、視聴完了を含む)	
アクションボタン クリック	LINE NEWS TOP AD(動画)の "詳細はこちら"をクリックしたデータ ※動画オーディエンスの"動画をクリックした人"	

- ※1 LINE公式アカウントについては認証済みアカウントのみビジネスマネージャーを利用可能です。
- ※2 データプロバイダーが提供しているオーディエンスはビジネスマネージャーでの共有はできません。
- ※3 LINE公式アカウントで配信できるオーディエンスの最小サイズは50となります。
- ※4 個人の特定を示唆するようなメッセージの配信やLINE広告の配信は禁止しております。

※実装内容が予告なく変更される場合があります。予めご了承ください。

# ビジネスマネージャーのユースケース

フルファンネルでユーザーのステータスに合わせた配信利用が可能に！



※利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# ユースケース早見表

フルファネルでの利用も、特定ファネルでの課題解決も可能です。

ユースケース	おすすめクライアント	例えば
CASE 1 (ブランド横断でのLTV向上)	友だち数の多いブランドを横断した訴求を行う LINE公式アカウントを持っているお客様	例) コーポレートのLINE公式アカウントとブランドごとのLINE公式アカウント
CASE 2, 3 (ブランド横断でのLTV向上)	運用しているLINE公式アカウントが複数あり、 それらのターゲットユーザーが似ているお客様	例) 化粧品や消費財、教育サービスなど複数ブランドで似た属性のユーザーをターゲットとしているお客様
CASE 4 (認知→理解,購入)	Talk Head ViewやLINE NEWS TOP AD, Talk Head View Customを検討中で出稿時の効果を 最大化したいお客様	例) キャンペーン告知、新商品告知などを行う場合 キャンペーンの参加率向上、商品理解から購入促進への 効率アップを狙う場合
CASE 5, 6 (購入→再購入, 新規獲得)	LINE公式アカウントでのメッセージ配信データや LINE広告の配信データをお持ちで、 それぞれの効率を更に高めたいお客様	例) ID連携実施、CPF実施、 クロスターゲティング実施企業など
CASE 7 (購入→再購入, 新規獲得) (登録→理解, 購入)	自社で適切なユーザー同意を経て取得されている 電話番号やメールアドレスを安全に 広告やメッセージの配信に利用したいお客様	例) 会員登録で取得した電話番号で類似するお客様を 集めたい。購買ユーザーにLINE公式アカウントでメッ セージを送りたい。

# ブランド横断の友だちオーディエンスをLINE広告配信に活用

ブランド横断での訴求を行なっているLINE公式アカウントの友だちデータを類似拡張することで、ターゲット層が似ている各ブランド/商材ごとのLINE公式アカウントで親和性の高い友だちを効率的に獲得

CASE 1  
(ブランド横断でのLTV向上)

LINE公式アカウント > LINE広告 (友だち追加)

## LINE公式アカウント

ブランド横断のLINE公式アカウント



## ビジネスマネージャー

### オーディエンス共有

別事業のLINE公式アカウントが紐づく  
広告アカウントへ共有



友だちオーディエンス  
友だちオーディエンス 類似拡張

※友だちオーディエンスはLINE広告で作成可能です。

## LINE広告

ブランドのLINE公式アカウント  
の友だち獲得配信



※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# LINE公式アカウントのオーディエンスをLINE広告に活用して配信

LINE公式アカウントのメッセージクリックオーディエンスを、別のLINE公式アカウントが紐づく広告アカウントに共有し、友だち追加広告に利用することが可能です。

CASE 2  
(ブランド横断でのLTV向上)

LINE公式アカウント > LINE広告 (友だち追加)

## LINE公式アカウント

ファッションECサイトのLINE公式アカウント



## ビジネスマネージャー

### オーディエンス共有

別事業のLINE公式アカウントが紐づく  
広告アカウントへ共有



LINE公式アカウント  
メッセージクリックオーディエンス

## LINE広告 (友だち追加)

フィッシングサービスの  
友だち追加広告の配信



※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# LINE公式アカウントのオーディエンスをLINE広告に活用して配信

LINE公式アカウントの友だちオーディエンスを、別のLINE広告に共有して配信することが可能です。

CASE 3  
(ブランド横断でのLTV向上)

LINE公式アカウント > LINE広告

## LINE公式アカウント

学習塾のLINE公式アカウント



## ビジネスマネージャー

### オーディエンス共有

別事業のLINE公式アカウントが紐づく  
広告アカウントへ共有



友だちオーディエンス

※友だちオーディエンスはLINE広告で作成可能です。

## LINE広告

他の学習塾のウェブトラフィック獲得配信



※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。



# 予約型広告のオーディエンスをLINE広告に活用して配信

予約型広告のオーディエンスをLINE広告に活用して配信

CASE 4  
(認知→理解,購入)

Talk Head View/LINE NEWS TOP AD > LINE広告

LINE NEWS TOP AD



Talk Head View



ビジネスマネージャー

オーディエンス共有

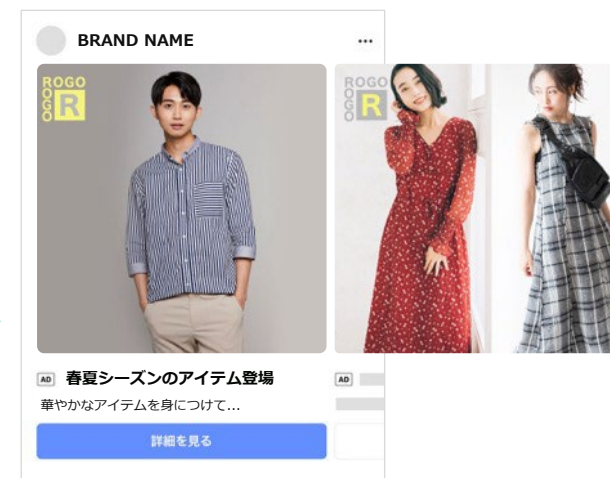
広告アカウントへ共有



NEWS TOP AD  
クリックオーディエンス

Talk Head View  
動画視聴オーディエンス、クリックオーディエンス

LINE広告



※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# LINE公式アカウントの接触データをLINE広告で利用

LINE公式アカウントで配信したメッセージのクリックユーザーを拡張して、LINE広告の友だち追加配信に利用。  
低CPF単価で、ブロック率の低い友だち獲得を狙う。

CASE 5  
(購入→再購入, 新規獲得)

LINE公式アカウント > LINE広告 (友だち追加)

LINE公式アカウント



LINE公式アカウントの  
メッセージクリックのオーディエンス

ビジネスマネージャー

オーディエンス共有

広告アカウントへ共有



LINE広告



共有されたメッセージクリック  
オーディエンスをLINE広告で活用

※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# LINE広告の接触データをLINE公式アカウントで利用

LINE広告で購入済みユーザー（CVユーザー）のオーディエンスをLINE公式アカウントで利用。

購入済みの友だちと未購入の友だちへ異なるメッセージを配信し、リピート購入・初回購入促進を狙う。

CASE 6  
(購入→再購入, 新規獲得)

LINE公式アカウント > LINE広告

LINE広告



LINE広告のコンバージョンイベント  
ウェブトラフィックオーディエンス

ビジネスマネージャー

オーディエンス共有

広告アカウントへ共有



LINE公式アカウント

購入済み

未購入



定期購入  
クーポン



商品紹介

※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではございません。

※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# オーディエンス作成の簡易化

ビジネスマネージャーに電話番号データやメールアドレスデータをアップロードすることで、代理店へ展開せずデータ接続を自社で完結することが可能です。

CASE 7  
(購入→再購入, 新規獲得)  
(登録→理解, 購入)

ビジネスマネージャー > LINE広告 / LINE公式アカウント

ビジネスマネージャー

電話番号をアップロード



ビジネスマネージャー

オーディエンス共有

LINE公式アカウント・広告アカウントへ共有

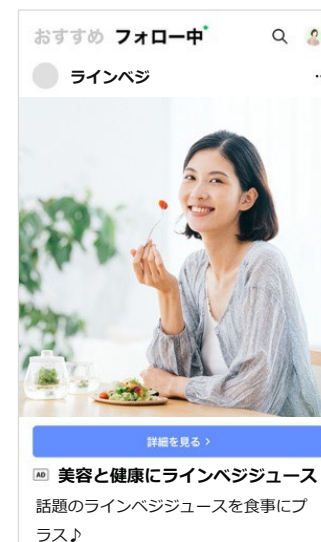


電話番号オーディエンス

LINE広告 / LINE公式アカウント

広告アカウント配信

LINE公式アカウント配信

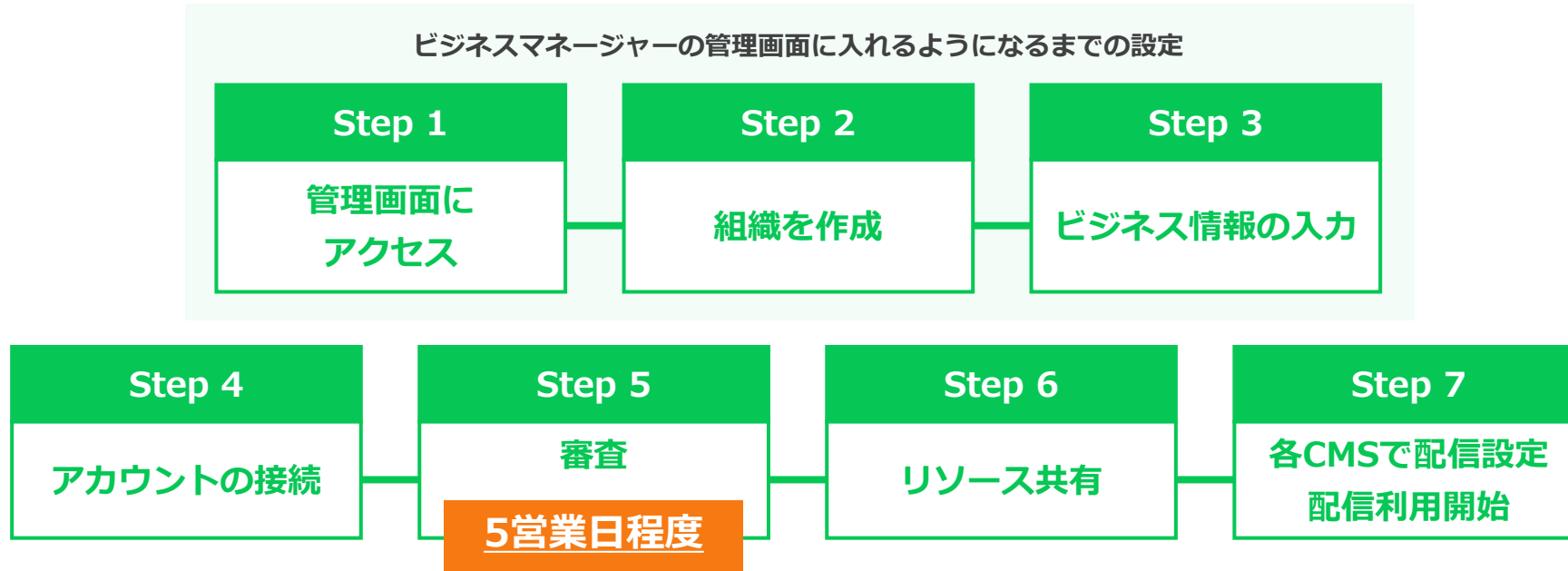


※実際のクリエイティブや商材を表している訳ではありません。  
※ビジネスマネージャーで利用できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。

# ビジネスマネージャーの利用方法、 注意事項

# ビジネスマネージャーの利用までの流れ

ビジネスマネージャーの開設から配信利用の開始までにかかる所要営業日目安は【5営業日程度】です。



- Step5の審査にかかる日数は5営業日程度となっています。
- デフォルトの設定では、アカウント接続時に「一部のリソースのみ」が共有されるようになっているため、接続時にアカウントに紐づいているリソースをすべて共有したい場合は、「組織」の設定から「すべてのリソース」に設定を変更しておいてください。  
※リソース=オーディエンスやTagのことを指しています。

# ビジネスマネージャーの利用方法

ご利用方法については、LINE DATA SOLUTIONのウェブサイト上のビジネスマネージャーの説明ページにマニュアルを掲載しておりますので、そちらをご確認下さい。

こちらからアクセス



<https://lin.ee/g1DBhY1/adtu>



The screenshot shows the LINE DATA SOLUTION website interface. At the top, there is a green header with the text "LINE DATA SOLUTION" and a white button labeled "お問い合わせ". Below the header is a navigation menu with links for "ソリューション紹介", "導入事例", "LINE Marketing Lab", and "お知らせ". The main content area features a dark background with a photo of people working on laptops. The title "ビジネスマネージャー" is prominently displayed. Below the title, there is a paragraph of text: "データ活用基盤。LINE公式アカウント、LINE広告をはじめとするLINEのマーケティングデータや、クライアント企業、サードパーティの持つデータを統合して活用できます。" At the bottom of this section, there are two buttons: an orange button labeled "Business IDでログイン" and a white button labeled "マニュアル".

# ビジネスマネージャーの認証について

ビジネスマネージャーでは、オーディエンスやLINE Tagなどリソースの共有に、2つの認証審査を必須としています。

## ▼認証の背景

ユーザー保護の観点から異なる法人のオーディエンスがビジネスマネージャーを介して、LINE広告アカウントやLINE公式アカウント等で相互利用されることを防ぐため。

## ▼認証の種類

- ①組織の認証（組織を所有する法人/個人事業主の認証）
- ②アカウント接続の認証（組織とアカウントの所有者の一致を認証）

## ▼認証のタイミング

初めてアカウントを接続したタイミングで、組織の認証とアカウント接続の認証を同時に行います。

## ▼組織の制限

1つの法人が認証できる組織は原則1つのみです。

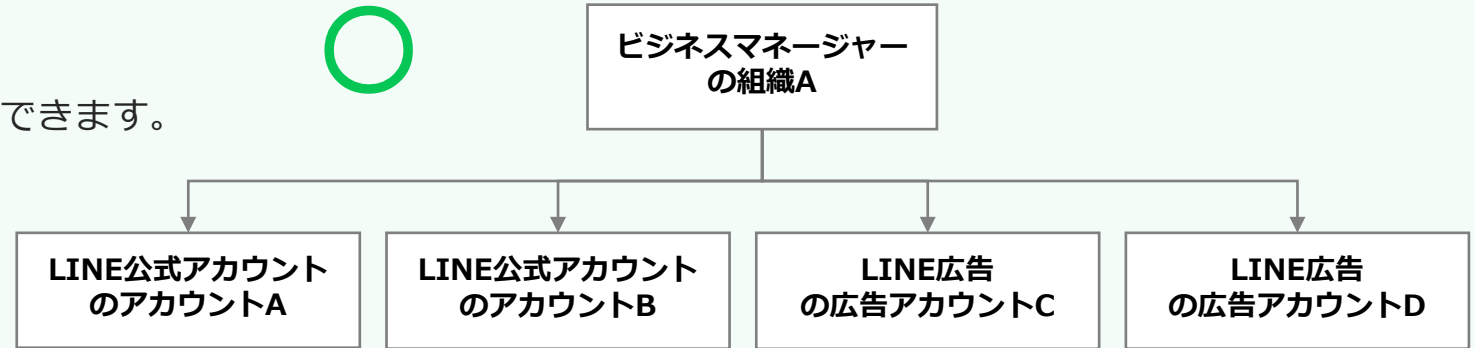


# 【補足】 ビジネスマネージャーの組織とアカウントの関係

## 1. ビジネスマネージャーの組織と接続アカウントの関係

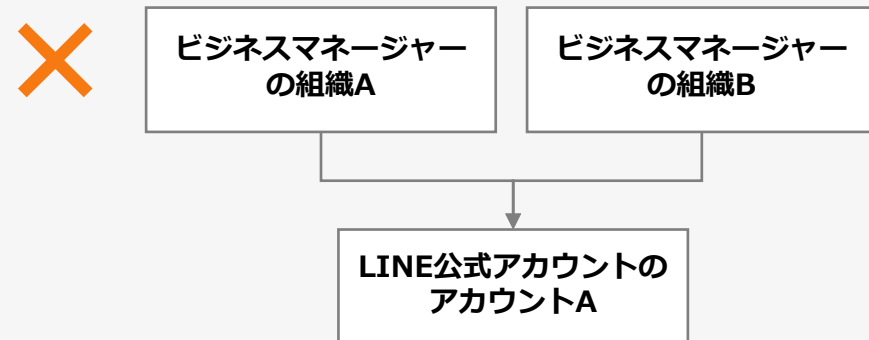
組織 : 接続アカウント = 1:N

ビジネスマネージャーの組織には、複数のLINE公式アカウントのアカウントやLINE広告の広告アカウントを接続することができます。



LINE公式アカウントのアカウントやLINE広告アカウントの広告アカウントが一度に接続できるビジネスマネージャーの組織は、1つのみとなります。複数の組織に同時に接続することはできません。

※接続する組織の変更は可能です。



## 【補足】 ビジネスマネージャーを活用して共有できるオーディエンス一覧（1/2）

データ元	データタイプ	内容	配信先
LINE公式アカウント	メッセージインプレッション	メッセージを開封したユーザー	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
	メッセージクリック	メッセージのリンクをクリックしたユーザー	
	ユーザーIDアップロード	アップロードしたユーザーIDリスト ※7	
	チャットタグ	Chat tagを利用したオーディエンスリスト	
	友だち追加経路	友だち追加経路別のリスト	
	予約	LINEで予約経由で予約したユーザー ※連携済みの予約データがある場合に選択が可能	
	ウェブトラフィック	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト	
LINE広告	IDFA/AAID アップロード	アップロードしたIDFAリスト	LINE広告※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
	電話番号 アップロード	アップロードした電話番号リスト	
	Email Address アップロード	アップロードしたEmailアドレスリスト	
	ウェブトラフィック	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト	
	画像クリック	画像をクリックしたユーザー	
	動画視聴	LINE広告で動画に接触したユーザー	
	アプリイベント	アプリイベントのオーディエンス	
	友だち/ブロックユーザー	該当のLINE広告のアカウントに紐づくLINE広告アカウントの友だち/ブロックユーザー	
類似拡張	ソースオーディエンスに類似したユーザーをLINE内で拡張したオーディエンス	LINE広告※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外)	

- ※1 LINE公式アカウントについては認証済みアカウントのみビジネスマネージャーを利用可能です。  
 ※2 データプロバイダーが提供しているオーディエンスはビジネスマネージャーでの共有はできません。  
 ※3 LINE公式アカウントで配信できるオーディエンスの最小サイズは50となります。  
 ※4 個人の特定を示唆するようなメッセージの配信やLINE広告の配信は禁止しております。  
 ※5 LINE広告のキャンペーンタイプの1つとしてTalk Head View Customを利用できます。  
 ※6 Talk Head View Customの配信結果もオーディエンスとして利用できます。利用できるオーディエンスの種類はTalk Head Viewと同様です。  
 ※7 別途Messaging APIの利用が必要になります。  
 ※実装内容が予告なく変更される場合があります。予めご了承下さい。

## 【補足】 ビジネスマネージャーを活用して共有できるオーディエンス一覧（2/2）

データ元	データタイプ	内容	配信先
Talk Head View※5	静止画クリック	Talk Head View(静止画)のバナーをClickしたユーザー ※画像クリックオーディエンス	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
	動画視聴	Talk Head View(動画)の動画に接触したユーザー ※LINE広告と同じ(視聴開始、視聴完了を含む)	
	アクションボタンクリック	Talk Head View(動画)の "詳細はこちら"をクリックしたデータ ※動画オーディエンスの"動画をクリックした人"	LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
LINE NEWS TOP AD	静止画クリック	LINE NEWS TOP AD(静止画)のバナーをClickしたユーザー ※画像クリックオーディエンス	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
	動画視聴	LINE NEWS TOP AD(動画)の動画に接触したユーザー ※LINE広告と同じ(視聴開始、視聴完了を含む)	
	アクションボタンクリック	LINE NEWS TOP AD(動画)の "詳細はこちら"をクリックしたデータ ※動画オーディエンスの"動画をクリックした人"	LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
ビジネスマネージャー	ウェブトラフィックオーディエンス	LINE Tagのトラッキング情報を基にしたリスト	LINE広告 ※2 ※4 ※5 (リターゲティング、除外、類似拡張)
	IDFA/AAIDアップロード	アップロードしたIDFAリスト	
	電話番号アップロード	アップロードした電話番号リスト	LINE公式アカウント ※1 ※3 ※4 (リターゲティング、除外配信)
	メールアドレスアップロード	アップロードしたEmailアドレスリスト	

- ※1 LINE公式アカウントについては認証済みアカウントのみビジネスマネージャーを利用可能です。  
 ※2 データプロバイダーが提供しているオーディエンスはビジネスマネージャーでの共有はできません。  
 ※3 LINE公式アカウントで配信できるオーディエンスの最小サイズは50となります。  
 ※4 個人の特定を示唆するようなメッセージの配信やLINE広告の配信は禁止しております。  
 ※5 LINE広告のキャンペーンタイプの1つとしてTalk Head View Customを利用できます。  
 ※6 Talk Head View Customの配信結果もオーディエンスとして利用できます。利用できるオーディエンスの種類はTalk Head Viewと同様です。  
 ※7 別途Meessaging APIの利用が必要になります。  
 ※実装内容が予告なく変更される場合があります。予めご了承下さい。

# 注意点

ビジネスマネージャーの利用にあたっては下記の点に改めてご注意ください。

## 注意事項

- ビジネスマネージャーの利用規約及び、関連するサービスの利用規約やガイドラインを遵守して下さい。
- ビジネスマネージャーを利用してオーディエンス等を共有する場合は、プライバシーポリシーやウェブサイト等で、ユーザーが共有範囲を適切に理解できる状態にして下さい。
- LINE公式アカウントに紐付けるプロバイダー※1は当該LINE公式アカウントの広告主と同じ法人である必要があります。ビジネスマネージャーを利用するには改めてご確認をお願いします。
- ビジネスマネージャーから共有されたオーディエンスをメッセージ配信や広告配信に利用する場合、個人を特定する表現や、オーディエンス作成元のLINE公式アカウントで収集した行動に基づくような、ユーザーが不審に感じるメッセージの送信は行わないようにして下さい。

上記の点に違反をしている場合、予告なくビジネスマネージャー及び関連サービスの利用を停止する可能性がありますので、予めご了承下さい。

※1 プロバイダーとは、サービスを提供し、ユーザーの個人情報を取得するサービス提供者であり、企業や、団体等を登録します。Messaging APIチャンネル（LINE公式アカウント）であれば、通常はアカウント主の企業、団体様の名前で登録ください。詳しくはこちらをご確認ください。<https://developers.line.biz/ja/docs/line-developers-console/overview/#provider>

# FAQ (1/2)

主要なFAQのみ掲載しております。全てのFAQは下部に記載のウェブページよりご確認ください。

## 全般について

**Q** ビジスマネージャーの利用料金を教えてください。

**A** ビジスマネージャー自体は無償でご利用いただけます。LINE公式アカウントやLINE広告は、各媒体資料通りの価格でご利用いただけます。

**Q** 推奨環境を教えてください。

**A** Chrome（最新版）、Firefox（最新版）、Safari（最新版）、Edge（最新版）

**Q** ビジスマネージャーはスマートフォンでの利用に対応していますか？

**A** 申し訳ありません。現状対応しておりません。

**Q** ビジスマネージャーの利用にあたって、新たに課される条件や規約はありますか？

**A** ビジスマネージャー利用規約に従ってご利用いただく必要がございます。

FAQウェブページはこちら

<https://help.linebiz.com/lineadshelp/s/topic/0TO5i000000DxySGAS/%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E3%83%9E%E3%83%8D%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%BC?language=ja>



# FAQ (2/2)

主要なFAQのみ掲載しております。全てのFAQは下部に記載のウェブページよりご確認ください。

## 操作方法について

**Q** ビジネスマネージャーで管理・利用できるアカウントに制限はありますか？

**A** 未認証のLINE公式アカウントを、ビジネスマネージャーで管理・利用することはできません。

**Q** ビジネスマネージャーの組織に、接続したい複数のLINE公式アカウントのアカウントやLINE広告の広告アカウントを一括で接続することは可能ですか？

**A** 不可となります。各LINE公式アカウント、LINE広告の広告アカウントごとに接続の設定を行ってください。

**Q** ビジネスマネージャーの組織にLINE公式アカウントやLINE広告アカウントを接続する際に、あらかじめ特定のリソースのみを選んで共有することはできますか？

**A** 不可となります。接続後に共有の削除・変更の設定を行なってください。

FAQウェブページはこちら

<https://help.linebiz.com/lineadshelp/s/topic/0TO5i000000DxySGAS/%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E3%83%9E%E3%83%8D%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%BC?language=ja>





# LINEミニアプリ

# LINEミニアプリとは

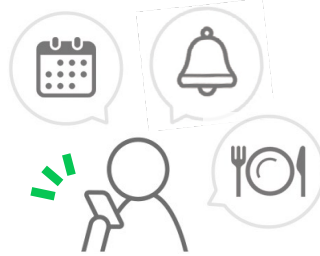
LINEミニアプリは、「モバイルオーダー」「順番待ち受付・呼び出し」「デジタル会員証」などの店舗や施設運営に役立つ企業の自社サービスを無料で「LINE」アプリ上で提供できるウェブアプリケーションプラットフォームです。国内利用者数9,600万人※1のLINE上でサービス提供できるため、クイックかつ簡単に利用でき、サービスを提供する際に発生するさまざまな課題の解決を見込めます。

すぐに使える



LINEさえあればすぐ・簡単に利用可能  
店舗のQRコードやWebサイト等からも利用可

見落とし防止



予約リマインド、順番のお呼出し、商品の完成等  
重要な情報はLINEのメッセージで確実に通知

友だち増える



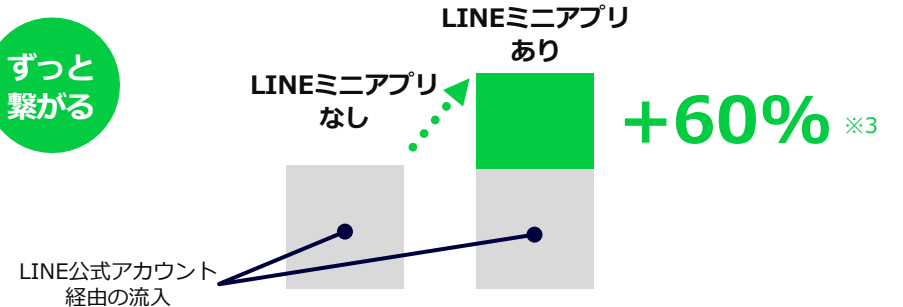
LINEミニアプリ利用時に友だち追加※2  
顧客と中長期的な関係を構築

効果を上げる



LINE公式アカウントの友だちと  
ユーザー行動が紐づき配信※4の費用対効果UP

ずっと繋がる



リピーターを中心とした  
LINEアプリ内からの自然流入を獲得

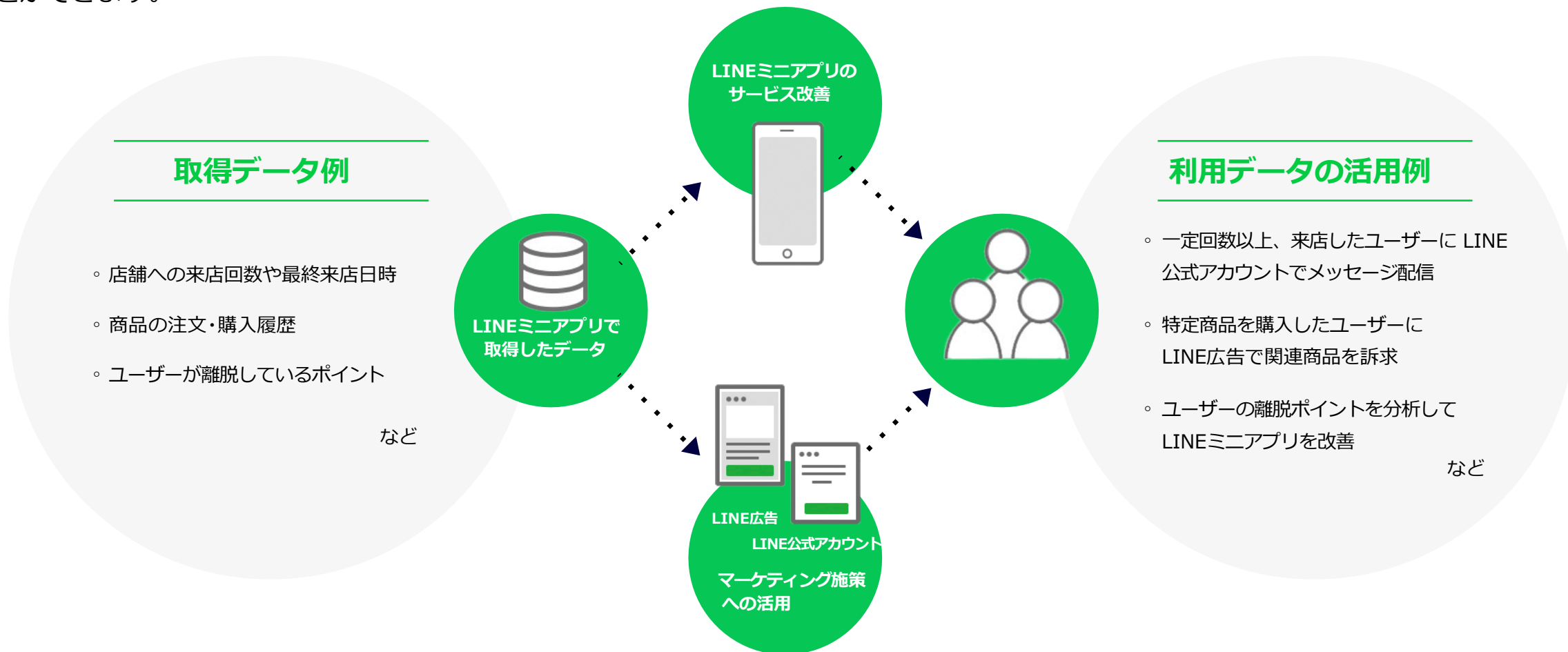
※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2023年9月末時点  
※2 LINE公式アカウントの友だち追加にはユーザーの許諾が必要です。

※3 自社調べ：2022年12月1日～12月31日にてLINEアプリ内から日本の全LINEミニアプリへのTraffic情報を元に算出  
友だちとのチャットルームおよび、LINE内検索結果からの流入数値は除外自社調べ  
※4 LINEミニアプリで取得する登録情報や行動履歴などのデータは、利用開始時に利用者の許諾を得た場合のみ使用可能。



# LINEミニアプリのデータ活用

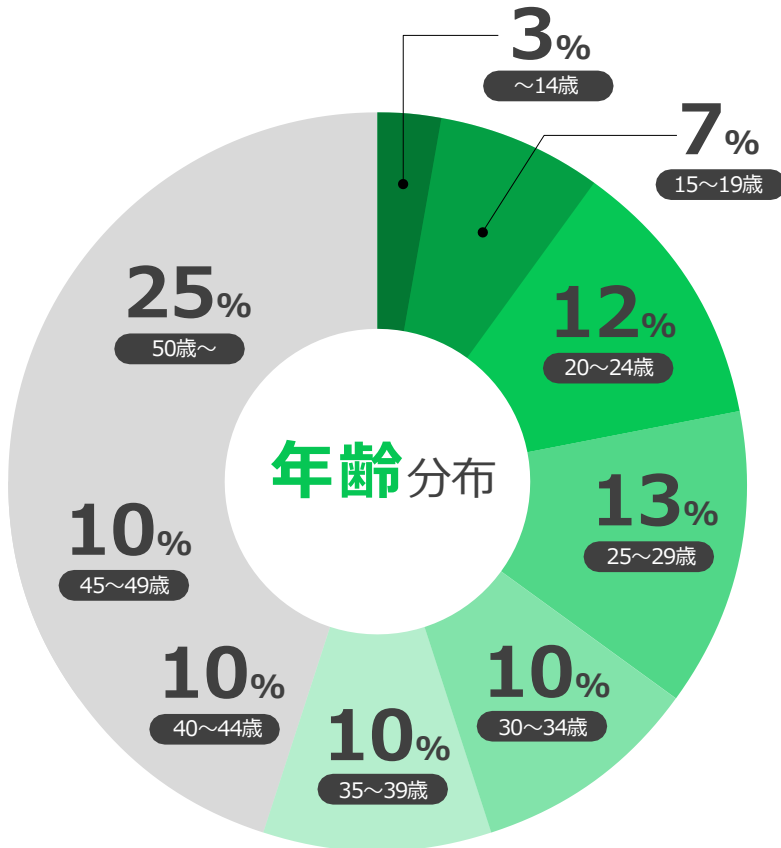
LINEミニアプリ上でユーザーが登録した情報や予約・注文・会員証の提示などの行動履歴をユーザーのLINEアカウントに紐づいたデータとして取得が可能※1です。そのデータを基にLINE公式アカウントやLINE広告の運用改善を行うことで、さらなる集客・販促につなげることができます。



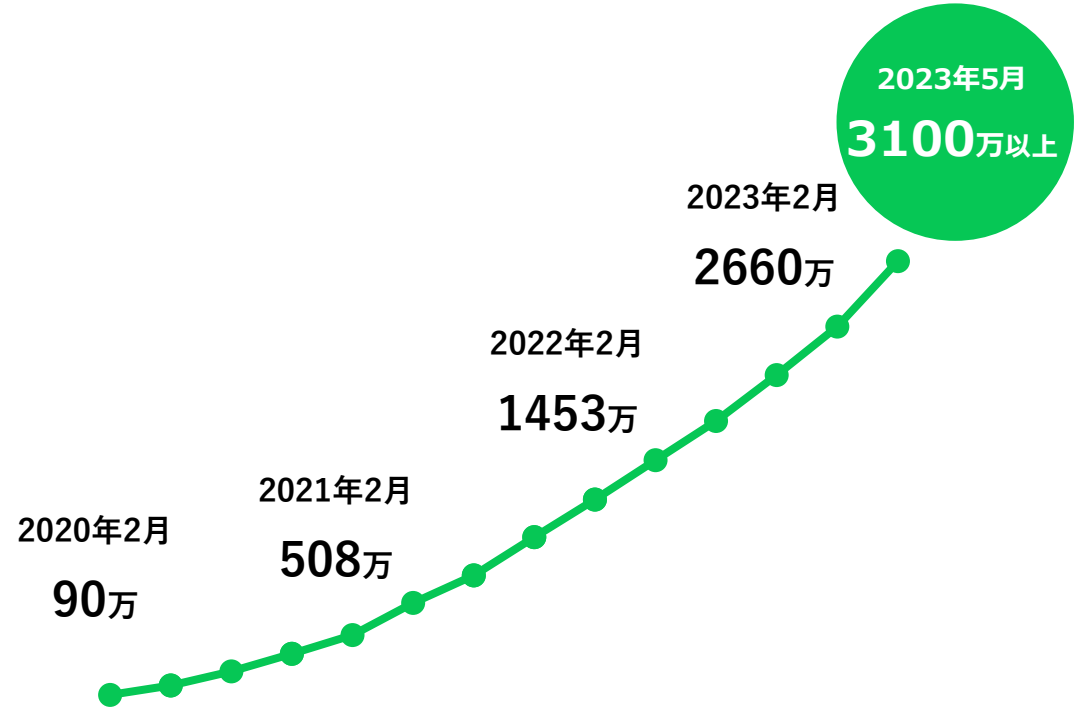
# LINEミニアプリの利用状況

LINEミニアプリは、LINEアプリ本体のユーザー分布と同じように年齢を問わず多くのユーザーに利用されています。  
また、日本における累計利用者数は直近で3100万※2を超え、今後さらなる成長を見込んでいます。

LINEミニアプリの利用ユーザー層※1



LINEミニアプリの累計利用者数※2



※1 リリース済みLINEミニアプリを対象とした社内調査で得られた推定値（2021年1月時点）

※2 2023年5月末時点 LINEヤフー社調べ 日本におけるLINEミニアプリの累計利用者数。

2020年1月以降のアクセスデータを対象に算出。「利用者」とは、何かしらのLINEミニアプリに一度以上アクセスしたユーザーアカウントを指します。

# LINEミニアプリの独自機能

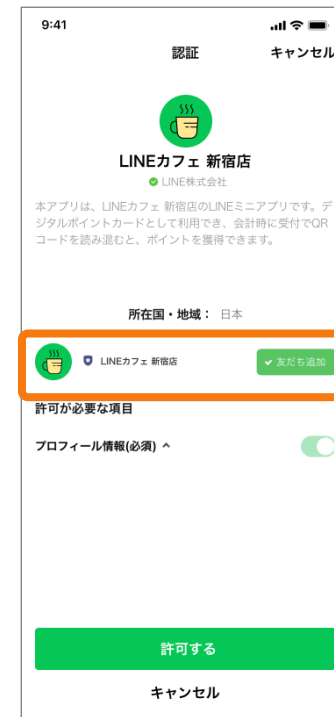
## サービスメッセージ

サービスメッセージによる通知機能を利用できるようになります。LINE公式アカウントのメッセージ配信と異なり、無料で配信でき、ユーザーはブロック不可であるため、重要な通知を届けることができます。 ※1



## LINE公式アカウントの友だち追加誘導

ユーザーが初めてLINEミニアプリを利用する際に表示される「チャンネル同意画面」では、プロフィール情報とトークへのメッセージ送信権限を確認すると同時に、連携するLINE公式アカウントの友だち追加を促すことができます。



# LINEミニアプリの独自機能

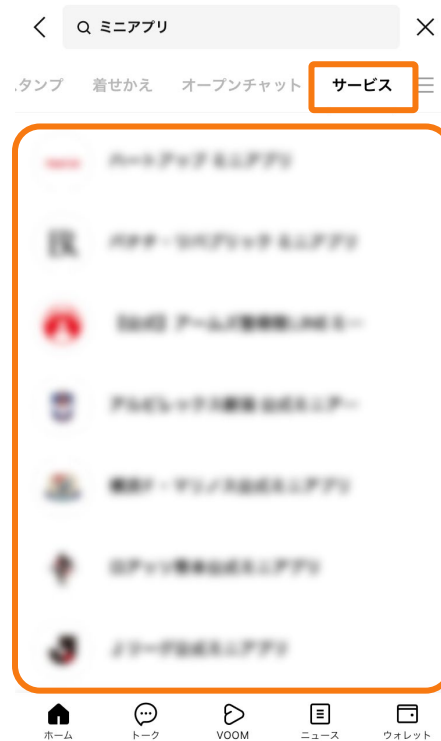
## LINE内からの特別な導線

LINEミニアプリでサービスを提供することで、LINEアプリ ホーム画面での表示、LINE内検索結果への表示、「LINEマイカード」への掲載※1 など、LINEアプリ上での露出面が増え、ユーザーは、スムーズにサービスにアクセス可能になります。

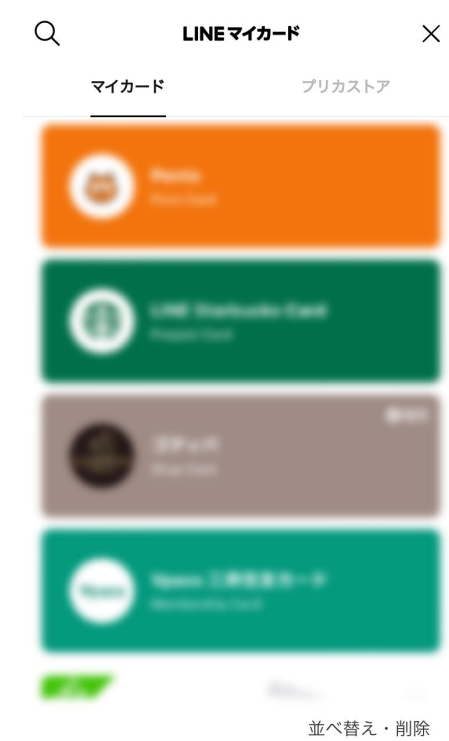
### ホーム画面での履歴表示



### 検索結果に表示



### LINEマイカードへの掲載

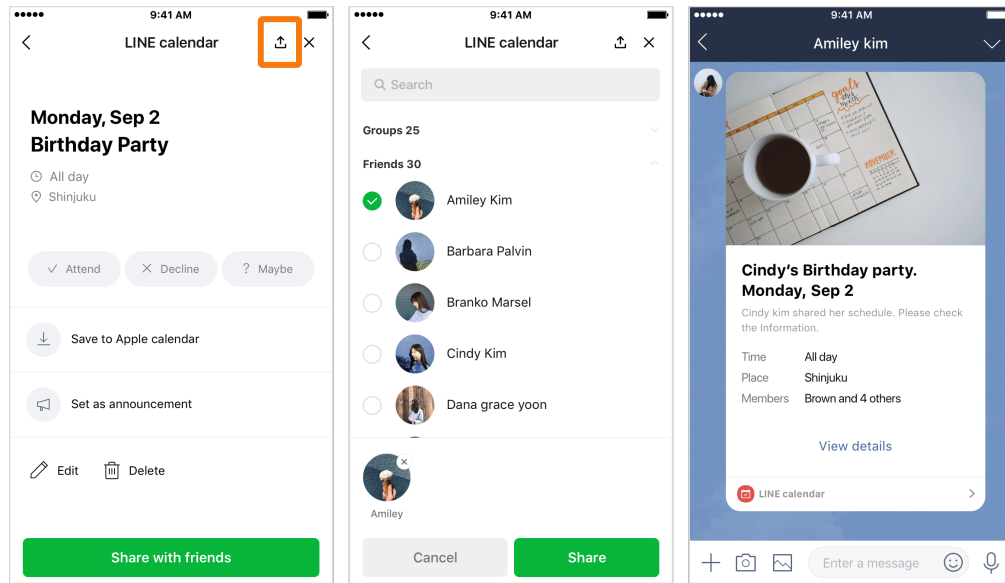


※1 マイカードへの掲載には別途申請が必要です。  
また、マイカードの掲載ポリシーに沿ったサービスのみ掲載対象となります。

# LINEミニアプリの独自機能

## アクションボタン

LINEミニアプリでは、現在開いているLINEミニアプリのページを友だち同士で簡単にシェアするためのアクションボタンがヘッダー部分にデフォルトで実装されています。また、本機能はカスタマイズすることもでき、シェアするメッセージの内容をフォーマットに沿って自由に設計することも可能です。



※画像はイメージです。

## その他開発機能

LINEミニアプリを開発する場合は、HTML5のほとんどの仕様を使用できます。また、Geolocation APIやGoogle Maps APIなど、HTML5と互換性のあるAPIも使用可能です。

### 機能開発の例



# LINEミニアプリで実現できるサービス例 ①

## モバイルオーダー

LINEミニアプリでメニューを注文したり決済まで完了できるサービスを提供することで、商品提供にかかる時間を短縮でき、顧客満足度向上や人材不足の解消を実現できます。また、LINEのユーザーIDとそれに紐付いた顧客一人ひとりの来店回数や注文傾向を可視化させることで、商品開発や店舗オペレーションの改善、再来店施策に活かすことができます。

### LINEミニアプリ



demo : モバイルオーダー

## デジタル会員証

LINEのユーザーIDを識別子として利用することで、QRコードを読み込んでもらうだけで簡単に会員証やポイントカードの発行を行うことができます。面倒な会員登録やアプリインストールが一切不要なため、店舗側にとって接客の効率化はもちろん、これまで会員登録していなかった層への会員化促進効果も期待できます。

### LINEミニアプリ



demo : デジタル会員証

※本ページに掲載しているLINEミニアプリ画面はすべて参考イメージです。

© LY Corporation ※LINEミニアプリポリシーに基づいたサービスであれば、本資料でご紹介しているサービス例以外のサービスもLINEミニアプリ上で提供が可能です。

# LINEミニアプリで実現できるサービス例 ②

## 順番待ち・呼び出し

LINEミニアプリで順番待ちサービスを提供することで、サービスメッセージを使ってユーザーの呼び出しを行うことができます。従来、店舗に来店しないとできなかった混雑状況の確認や発券もLINE上で行えるため、順番待ちによる店内の混雑が緩和され、コロナ禍における3密回避を徹底し、ユーザーにストレスなく店舗を利用してもらいやすくなります。



## 予約

LINEミニアプリで来店予約の受付を行うことで、予約前日のリマインドや予約の空き状況をサービスメッセージ通知することができます。また、LINE上で手軽に予約できるようになるため、リピート率の向上を目指すほか、予約受付に関するオペレーションの効率化も実現できます。



demo : ヘアサロン予約



demo : レストラン予約

※本ページに掲載しているLINEミニアプリ画面はすべて参考イメージです。

※[LINEミニアプリポリシー](#)に基づいたサービスであれば、本資料でご紹介しているサービス例以外のサービスもLINEミニアプリ上で提供が可能です。

# LINEミニアプリの提供方法

LINEミニアプリの導入には、開発会社が提供する「パッケージ」を利用する方法とより高度な機能を提供するために自社開発または開発会社による「個別開発」を行う方法があります。必要なサービスに応じて開発会社を選定し、サービスの開発・実装をご依頼ください。

## パッケージ

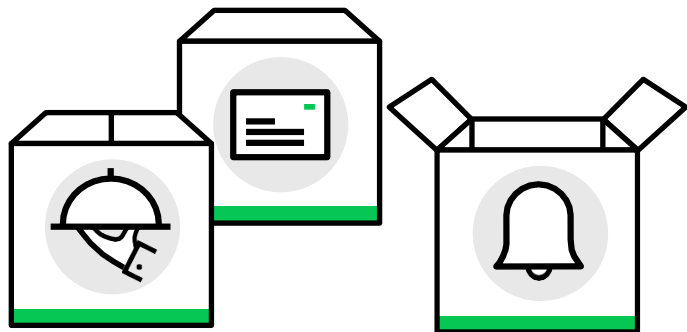
開発会社が提供している LINEミニアプリを導入する方法

### メリット

- パッケージ化されているためすぐに導入可能
- 初期費用+月額費用のみで安価に利用できる

### デメリット

- パッケージ化されている以外の機能は追加開発（別料金） ※1



店内オーダー、会員証、順番待ち・呼び出しなど  
LINEミニアプリのパッケージを下記より導入いただけます。 ※2

<https://lin.ee/kWAK0Qh/cmpn>



## 個別開発

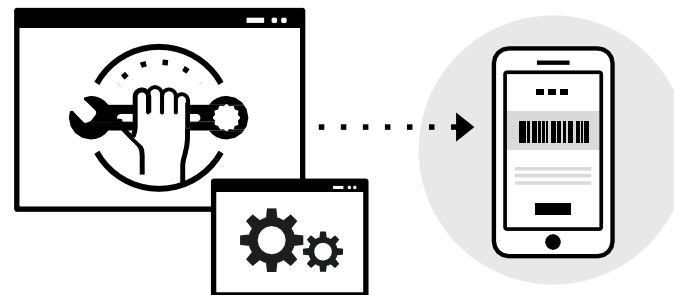
開発会社が貴社だけの LINEミニアプリを開発する方法

### メリット

- 自社用に最適なサービス設計が可能
- 既存システムとの連携もスムーズに対応

### デメリット

- パッケージ利用に比べて費用がかかる可能性がある
- 開発に時間がかかる場合がある



リンク先にあるLINEミニアプリの開発会社の情報を参考に、  
直接お問い合わせください。 ※3

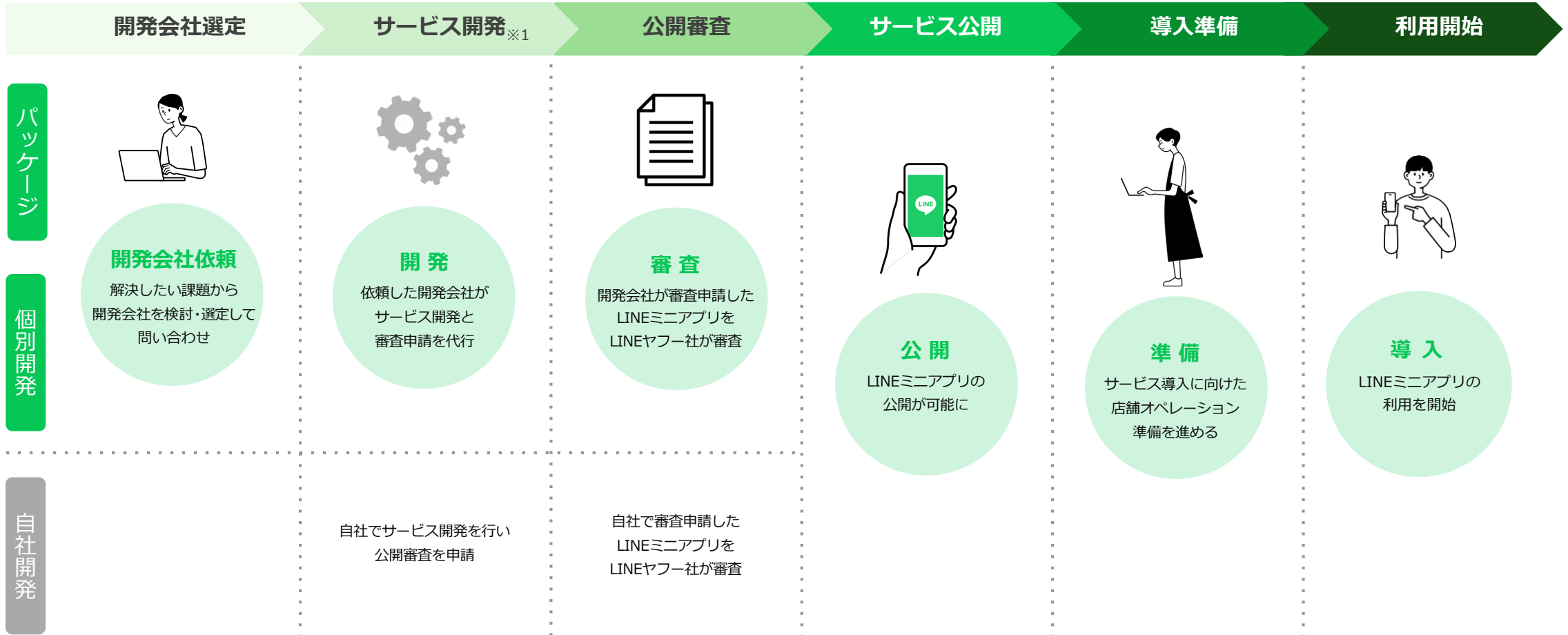
<https://lin.ee/aiMyjRo/cmpn>





# LINEミニアプリのリリースまでのプロセス

「パッケージ」「個別開発」の場合は、まずは開発会社にお問い合わせの上、各種ステップの対応を進めてください。  
自社開発の場合は、LINE Developers内で[開発ドキュメント](#)を確認の上、自社でサービス開発を進めてください。  
なお、LINEヤフー社ではLINEミニアプリの開発は行っておりません。



※1 LINEミニアプリの開発には、LINEビジネスIDの作成・ログインの後にLINEミニアプリチャンネルを作成する必要があります。



# LINE Biz-Process Managerについて

# LINE Biz Process Manager

LINE Biz Process Managerは予約型広告商品の案件作成から発注、入稿、レポート配信、請求書公開をワンストップでサポートするシステムです。対象商品は以下をご確認ください。

## ■対象プロダクト

LINEプロモーションスタンプ	LINE広告	LINEで応募	LINEポイントAD
<ul style="list-style-type: none"><li>・ スポンサーードスタンプ</li><li>・ ダイレクトスタンプ</li><li>・ ミッションスタンプ</li><li>・ スポンサーードターゲティングスタンプ</li><li>・ 従量課金型 CPD スタンプ※1</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ Talk Head View</li><li>・ NEWS TOP AD</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINEオープンキャンペーン</li><li>・ LINEパートナーパッケージ</li><li>・ LINEポイントインセンティブ<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINEポイントコード</li><li>・ LINEポイントコネク</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINEポイント Reward AD</li><li>・ LINEポイント Friends AD</li><li>・ LINEポイント メッセージ</li><li>・ LINEポイント スタンプセクション</li></ul>
LINEチラシ	その他		
<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINEチラシ メディアフォーマット</li><li>・ LINEチラシ 効果計測</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINEログイン v2.1 Profile+</li><li>・ Mark-as-Read API</li><li>・ 認証Provider申請</li><li>・ LINEリサーチ</li><li>・ スタンプ登録</li><li>・ LINE通知メッセージ※1</li><li>・ LINEチャットPlus ※1</li><li>・ LINEコールPlus ※1</li><li>・ LINE広告 来店計測機能</li></ul>		

※1 一部商品につきましては別ツールでの請求となります。

※ 本資料に掲載されていない商品も含まれます。詳しくは弊社営業担当までお問い合わせください。

※ 対象商品については、今後変更となる可能性があります。

# FAQ

## LBPMに関するFAQ

### Q. LBPMのマニュアルはどこにありますか。

A. 招待メールのメール本文内にマニュアルのURLが記載されていますので、ご確認ください。また、LBPMシステム内でも閲覧、ダウンロードが可能です。  
[https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/docs/process-manager/LINE%20Biz-Process%20Manager\\_Manual.pdf](https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/docs/process-manager/LINE%20Biz-Process%20Manager_Manual.pdf)

### Q. LBPMについて確認したいことがある場合、どうすれば良いですか。

A. LBPMに関する各種お問い合わせは弊社営業担当、またはLBPM問い合わせ窓口 ([lbpm\\_inquiry@linecorp.com](mailto:lbpm_inquiry@linecorp.com)) までお問い合わせください。

### Q. LBPMの利用申請はどのようにすれば良いですか。

A. LBPM利用開始時にはアカウント発行申請が必要です。詳細は弊社営業担当までご確認ください。



# キャンセル規定について

# キャンセル規定について

2022年7月に掲載開始の案件より、キャンセル規定を下記のように定義させていただきます。

日程変更 もしくは 案件のキャンセル のみがキャンセルの受付対象になります。

また、キャンセル費は「LINEヤフー社へのお申し込み金額の100%」となります。

	発注済 受領前	発注済 受領後
発注期日前	キャンセル費対象外	<b>キャンセル費対象</b>
発注期日後	<b>キャンセル費対象</b>	<b>キャンセル費対象</b>

## 対象プロダクト

LINEプロモーションスタンプ\*、Talk Head View、LINEで応募 メッセージ配信、LINEパートナーパッケージ、LINEオープンキャンペーン（アンケート型）、LINEポイントコード、LINEポイントメッセージ、LINEポイントスタンプセクション、LINEポイントAD UID提供オプション、LINEチラシ メッセージ

※LINEプロモーションスタンプについて、スタンプ制作費とエントリーに関しては別途キャンセル規定がございますので、担当までご確認ください。

※媒体資料記載のプロダクトについて抜粋しております。記載のないプロダクトについては個別媒体資料ないしは担当までご確認ください。