

LINE広告

LINE Dynamic Ads

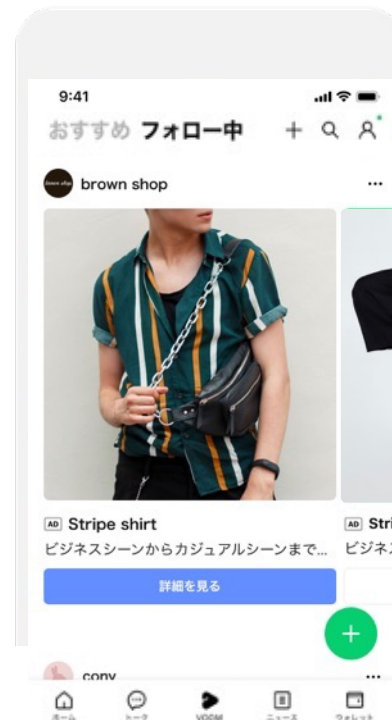
LINEヤフー株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

LINEヤフー

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。



ユーザーの閲覧履歴に基づき
クリエイティブを動的に作成し配信

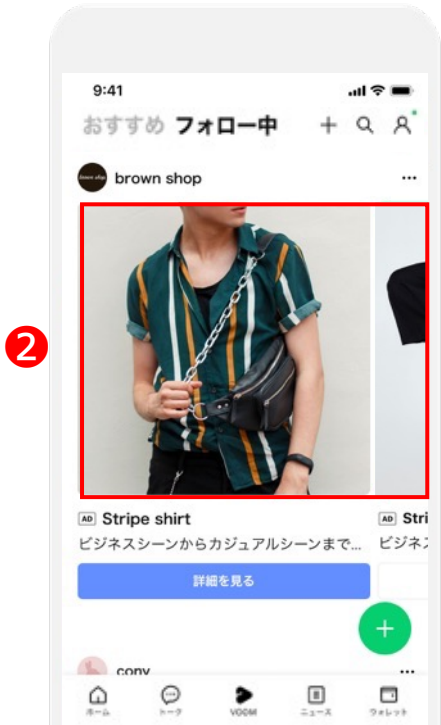


※ECの場合でも、「単品通販」「健康食品」「一部金融関連サービス」「サプリメント」は対象外となります。
※弊社ガイドラインに抵触する場合、いかなる理由でも、ご実施いただくことはできません。
※配信面により配信されるフォーマットが異なります。

※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。

配信フォーマット

カルーセル



シングルタイプ
(1:1)



シングルタイプ
(16:9)



構成要素	①アイコン ②画像 (フィード上の項目名: "image_link") ③タイトル (フィード上の項目名: "title") ④説明文 (フィード上の項目名: "description") ⑤アクションボタン
表示文字数	タイトル: 20文字 説明文: 40文字 ※超過分は「…」表示 ※全角半角問わず1文字カウント
配信先	LINE広告 LINE広告ネットワーク

※キャプチャ画像はイメージです。
※サイズに満たない部分は白抜きで表示されます。
※掲出している配信面以外に新たに面が追加されることがあります。

実施までのフロー

広告アカウントの作成

広告アカウントを作成し、審査を完了させてください。
(オンライン・オフラインどちらの請求方法でも、ダイナミック広告をご利用いただけます。)

LINE Tagの設置

ベースコードとDynamic Ads独自のイベントコードの設置をお願いします。

商品フィードの登録

指定の商品フィードをご用意頂き、管理画面 → メニューバー → 商品フィードより登録を行なってください。

キャンペーンと 広告グループの作成

キャンペーンと広告グループの作成をお願いします。

配信開始

「利用可能」になりましたら、配信が可能になります。

STEP1: 広告アカウントの作成

✓ 入力項目に不備がないか確認の上、広告アカウントを作成してください。

ユーザートップ

グループ: テスト (G01234567890)

グループ

広告アカウント

+ 新しい広告アカウントを作成

+ 広告アカウントとリンクする

[広告アカウント]タブから
[+新しい広告アカウントを作成]をクリックしてください。

各項目のチェックポイントに注意しながら入力してください。
入力内容に誤りがないか確認し、[作成する]を押してください。

広告主情報	・正式名称で入力されているか ・広告主ウェブサイトのURLのリンクが有効か
商材情報	・広告アカウントカテゴリーは広告で使用する商材のカテゴリーと一致しているか ・LINE公式アカウントのLINE ID設定に不備がないか
基本情報	・広告アカウント名が入力されているか ・広告配信先、タイムゾーン、通貨を正しく選択しているか
ビジネスマネージャー (任意)	ビジネスマネージャーと連携する場合は、組織IDを入力してください。 ※組織IDは広告アカウントの作成後でも入力することができます。

STEP2: LINE Tagの設置

✓ ベースコードとLINE Dynamic Ads イベントコードを、各ページに設置してください。

項目		説明	タグ
ベースコード		全てのページに設置してください。 ベースコードはサイトの<head>~</head>内に設置するか タグマネージャーを利用して設置してください。	管理画面「トラッキング(LINE Tag)」から取得可能
イベントコード	検索結果ページ カテゴリページ (dpa_search)	ベースコードとセットで設置してください。 検索結果ページや、カテゴリページ（商品がリスト表示されるようなページ）に設置し、上位3つの商品IDを\${PRODUCT_ID1}箇所に動的に取得するよう設定してください。 \${PRODUCT_ID1}箇所に指定する商品のIDは、商品フィードにある商品IDと同じにする必要があります。	<pre><script> _lt('send', 'cv', { type: 'dpa_search', itemIds: ['\${PRODUCT_ID1}', '\${PRODUCT_ID2}', '\${PRODUCT_ID3}'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxxx']); </script></pre>
	商品詳細ページ (dpa_detail)	ベースコードとセットで設置してください。 ユーザーが閲覧した商品IDを\${PRODUCT_ID1}箇所に動的に取得するよう設定してください。 \${PRODUCT_ID1}箇所に指定する商品のIDは、商品フィードにある商品IDと同じにする必要があります。	<pre><script> _lt('send', 'cv', { type: 'dpa_detail', itemIds: ['\${PRODUCT_ID1}'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxxx']); </script></pre>
	カートページ (dpa_cart)	ベースコードとセットで設置してください。 ユーザーがカートに追加した商品IDを\${PRODUCT_ID1}箇所に動的に取得するよう設定してください。 \${PRODUCT_ID1}箇所に指定する商品のIDは、商品フィードにある商品IDと同じにする必要があります。	<pre><script> _lt('send', 'cv', { type: 'dpa_cart', itemIds: ['\${PRODUCT_ID1}', '\${PRODUCT_ID2}', '\${PRODUCT_ID3}'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxxx']); </script></pre>
	コンバージョンページ (conversion)	ベースコードとセットで設置してください。 ユーザーがコンバージョンした商品IDを\${PRODUCT_ID1}箇所に動的に取得するよう設定してください。 \${PRODUCT_ID1}箇所に指定する商品のIDは、商品フィードにある商品IDと同じにする必要があります。	<pre><script> _lt('send', 'cv', { type: 'Conversion', itemIds: ['\${PRODUCT_ID1}', '\${PRODUCT_ID2}', '\${PRODUCT_ID3}'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxxx']); </script></pre>

※'xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx' の部分はベースコード内に記載されている「TagID」をコピーして貼り付けてください。
※dpa_searchは自動でオーディエンスが作成されませんので、ご自身で作成くださいますようお願い致します。

App Dynamic

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

通常のLINE広告と同様に管理画面からアプリ登録を行い、発行されたIDと広告アカウントのIDをSDK管理画面で設定してください。

■ 提携SDK各社

Ads Measurement

adjust

adjust 株式会社

AppsFlyer

AppsFlyer, inc

Kochava

Kochava, inc

■ 設定までの流れ

管理画面のメディアから
アプリ登録

必要項目を入力

付与されたIDとアカウントID
をSDKツールに登録

設定完了

■ 各社SDKに登録するID一覧

LAP管理画面	adjust	AppsFlyer	F.O.X	Kochava
広告アカウントID	ADVERTISER ID	Account_ID	LINE広告主ID	ADVERTISER ID
アプリに付与されたID ※1	MOBILE APP ID	Postback_ID	LINEモバイルアプリID	MOBILE APP ID

※1 アプリIDはメディアにてアプリ登録後付与されるIDです。アプリID またはパッケージ名ではありません。

App Dynamic 管理画面上の設定

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

App Dynamic の場合、広告グループでアプリを選択してください。

<管理画面 イメージ>

アプリ

管理画面で登録したアプリを選択

アプリ（任意） ?

選択してください ▾



アプリを選択すると、アプリをインストール済みの人が広告をタップした際に、商品フィードに登録したディープリンクのURLに遷移します。アプリをインストールしていない人が広告をタップした際には、商品フィードに登録したリンクのURLに遷移します。

アプリを選択すると 遷移先が商品フィード内の “link” ではなく “ios/android url” になります。



“link”



“link”

“ios/android url”

注意

※商品フィードのコンバート機能は
非対応です。LINEのフォーマット
を使用してください。

App Event



Event	Category_ids	Items				Keyword	Level_id	Name	data
		Items.ids	Items.price	Items.currency	Items.quantity				
Open	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Install	-	-	-	-	-	-	-	-	-
View_home	-	-	-	-	-	-	-	-	-
View_category	○	-	-	-	-	-	-	-	-
View_item	○	● (ItemID必須)	○	○	○	-	-	-	-
Search	-	-	-	-	-	○	-	-	-
Add_to_cart	○	● (ItemID必須)	○	○	○	-	-	-	-
Purchase	○	● (ItemID必須)	-	-	-	-	-	-	-
Level_achieved	-	-	-	-	-	-	○	-	-
Tutorial_complete	-	-	-	-	-	-	○	-	-
Custom	-	-	-	-	-	-	-	○	

設定例一覧



配信目的	管理画面	商品フィード		
	アプリ	link (必須)	ios/android url	ios/android tracking url
Webの顕在層をWebでCVさせたい	設定不要	Web URL	設定不要	設定不要
Webの潜在層をWebでCVさせたい (Webプロスペクティング配信)	設定不要	Web URL	設定不要	設定不要
Appの顕在層をAppでCVさせたい	設定必須	Web URL	Deeplink URL	SDK Tracking URL
Appの潜在層をAppでCVさせたい (Appプロスペクティング配信)	設定必須	Web URL	Deeplink URL	SDK Tracking URL
Web&App上の顕在層をAppでCVさせたい	設定必須	Web URL	Deeplink URL	SDK Tracking URL
Appをインストールさせたい (Install Dynamic)	設定必須	Web URL	SDK Tracking URL	設定不要

Post backに関する注意点



ItemIDが正しく連携できていない場合の挙動は SDKによって異なりますのでご注意ください。

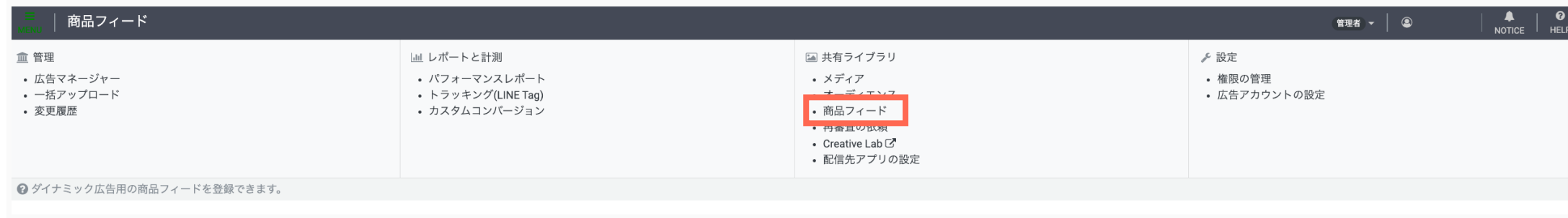
SDK	ItemIDがない場合の処理	挙動
adjust	固定値 “UNKNOWN” をセットしてPost back	管理画面上にオーディエンスが溜まり配信もできるが ItemIDがないので、リコmendによる配信になる
AppsFlyer	固定値 “{undefined}” をセットしてPost back	管理画面上にオーディエンスが溜まり配信もできるが ItemIDがないので、リコmendによる配信になる
Kochava	固定値 “UNKNOWN” をセットしてPost back	管理画面上にオーディエンスが溜まり配信もできるが ItemIDがないので、リコmendによる配信になる

※ CTRが異常に低い場合は、ItemIDの連携が正常に行われていない可能性があります。
設定状況に関しては、SDK各社にお問い合わせください。

STEP3: 商品フィードの登録



広告マネージャー画面左上のmenu [≡] から、[共有ライブラリ]の[商品フィード]をクリックします。



[商品フィードを登録]をクリックします。



STEP3: 商品フィードの登録

商品フィードの業種を選択してください。



注意

※一度フィードを登録すると
変更できませんのでご注意ください。

商品フィード

概要

設定

業種と商品フィードのアップロード方法を選択してください。商品フィードをアップロードした後は設定を変更できません。

業種 ⓘ

eコマース・通販 ▾

eコマース・通販用テンプレートをダウンロード

商品フィードのアップロード方法

ファイル ▾

リセット

保存

項目	説明
業種	プルダウンより、対象業種を選択
商品フィードのアップロード方法	「ファイル」または「ファイルURL」を選択

業種別テンプレート

カテゴリ	管理画面 選択業種	利用テンプレート名
eコマース・その他	eコマース・通販	eコマース・通販用テンプレート
人材	人材	人材用テンプレート
不動産	不動産	不動産用テンプレート
ホテル・ツアー	ホテル・ツアー	ホテル・ツアー用テンプレート
航空券	航空券	航空券用テンプレート

※人材、不動産、ホテル・ツアー、航空券のいずれにも該当しない場合は、eコマース・通販のテンプレートをご利用ください。

STEP3: 商品フィードの登録

商品フィードのアップロード方法の選択（ファイルを直接アップロードする場合）

商品フィード

概要 設定

業種  eコマース・通販 [eコマース・通販用テンプレートをダウンロード](#)

商品フィードのアップロード方法

ファイル

商品フィードが登録された後は、業種とアップロード方法を変更できません。

フォーマット

LINE



アップロード

更新方法 ☒ 全件更新 ☐ 差分更新

ボタン

詳細はこちら

リセット

保存

項目	説明
フォーマット	他社プラットフォームのテンプレートで作成した商品フィードの転用も可能です。詳細に関しては、仕様書をご参照ください。
ファイル	登録する商品フィードのファイルを選択してアップロード ※ファイルの上限サイズは100 MBです。
更新方法	全件更新は差分更新を選択してください 全件更新：全商品の情報を、新たに登録された内容に置換します 差分更新：商品情報に変更がある商品のみ、新たに登録された内容を反映します
ボタン	広告表示時のCTAボタンを選択してください

STEP3: 商品フィードの登録

商品フィードのアップロード方法の選択（ファイルサーバーからアップロードする場合）

商品フィード

概要

設定

業種

eコマース・通販

eコマース・通販用テンプレートをダウンロード

商品フィードのアップロード方法

ファイルURL

商品フィードが登録された後は、業種とアップロード方法を変更できません。

フォーマット

LINE

ファイルURL

ftp://storage.co.jp/feedfile.csv

サポートされるプロトコル：FTP、SFTP

サポートされるファイル形式：CSV、TSV、JSON

ID

パスワード

更新方法

全件更新

差分更新

ボタン

詳細はこちら

同期日時

毎日

毎週

時刻

00:00

設定が保存されると、商品フィードのアップロードがすぐに開始されて設定が同期されます。それ以降は、[同期日時]に設定した日時に同期されます。

リセット

保存

項目	説明
フォーマット	他社プラットフォームのテンプレートで作成した商品フィードの転用も可能です。詳細に関しては、仕様書をご参照ください。
ファイルURL	作成した商品フィードが保存されているURLを記入 ※ファイルの上限サイズはcsv・tsvで8GB、jsonで24GBです。
ID	保護されているURLのログインIDを入力
パスワード	保護されているURLのパスワードを入力
更新方法	全件更新は差分更新を選択してください 全件更新：全商品の情報を、新たに登録された内容に置換します 差分更新：商品情報に変更がある商品のみ、新たに登録された内容を反映します
ボタン	広告表示時のCTAボタンを選択してください
同期日時	サーバーに保存されている商品フィードの情報を同期する日時を入力 ※1

※1 設定した同期日時とは別に、設定を保存するたびに同期が行われます。初回の商品フィードの登録に失敗した場合は、原因の修正後再度設定画面にアクセスして保存ボタンを押下し、同期してください。

商品フィードコンバート機能

他社プラットフォームのテンプレートで作成した商品フィードの転用も可能です。



■ 設定方法

商品フィード

概要

設定

業種

eコマース・通販

eコマース・通販売用テンプレートをダウンロード

商品フィードのアップロード方法

ファイル

商品フィードが登録された後は、業種とアップロード方法を変更できません。

フォーマット

LINE

LINE

Meta

Google

Criteo

更新方法

☒ 全件更新

☐ 差分更新

ボタン

詳細はこちら

リセット

保存

注意

※他社テンプレートを利用する場合でも、テンプレートのヘッダーの値（カラム）は削除しないでください。エラーとなります。
※App Dynamicには対応しておりません。LINEのフォーマットにて商品フィードを登録してください。

■ 対応状況

プラットフォーム	Google	Meta	Criteo
eコマース・通販（その他）	○	○	○
人材	○	×	○
不動産	○	○	×
ホテル・ツアー	○	○	○
航空券	○	○	×

※対応業種は順次対応予定。
※コンバート機能は互換的にサポートしている機能です。
仕様変更などにより、転用不可になるケースがありますのでご了承ください。

フィードの上限について

登録できるフィードの容量上限は下記の通りです。

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

CSV TSV

※Single Fileの場合

- ・ファイル容量上限 : 8GB
- ・商品点数（行） : 300万点（300万行）

JSON

※Multiple Files（複数）の場合

- ・ファイル容量上限 : 合計24GB ※複数ファイルのアップロード可（上限約100ファイルまで）
- ・商品点数（行） : 合計1,000万点（1,000万行）

※容量が8GBを超える場合、ファイルを分割してJSONフォーマットでアップロードしてください。

※容量が大きい場合、読み込みにお時間がかかる場合がございます。

※JSON形式でのアップロード方法の詳細は、フィード仕様書（別紙）をご参照ください。

※ファイルアップロード形式の場合、ファイル容量の上限はいずれのフォーマットでも100MBです。

フィード作成 登録時の注意事項



- ✓ フィードテンプレートのヘッダーの値（カラム）は削除しないでください。エラーとなります。
- ✓ 必須項目は必ず入力してください。必須項目が空欄の場合は、エラーとなります。
- ✓ 任意項目は空欄でも配信は可能です。配信ロジックに影響はありません。
- ✓ 特殊文字、改行は使用できません。
- ✓ Port番号はFTPの場合「**21**」、SFTPの場合は「**22**」を指定してください。
- ✓ Imageの上限容量は5MBです。
- ✓ 秘密鍵には対応していません。（フィードの読み込みエラーとなります）
- ✓ フィード登録後、エラーとなった場合は管理画面からエラーファイルをダウンロードして修正してください。
- ✓ フィードの入力項目の詳細は、テンプレート内の説明文、もしくは、フィード仕様書（別紙）をご参照ください。
- ✓ 対応しているプロトコルは、FTP、SFTPです。（http、httpsには対応していません）

STEP4: キャンペーンと広告グループの作成



[広告アカウント]タブから広告アカウント名をクリックし、[+キャンペーンを作成]をクリックしてください。

キャンペーンの目的では「商品フィードから販売」を選択し、入力内容に誤りがないか確認の上、[作成する]を押してください。

キャンペーンを作成

キャンペーンの目的



ウェブサイトへのアクセス
ウェブサイトへのアクセス数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



ウェブサイトコンバージョン
ウェブサイトでのコンバージョン数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



アプリのインストール
アプリのインストール数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



アプリのエンゲージメント
インストール後のアプリのエンゲージメントイベントを増やすことを目的としたキャンペーンです。



動画の再生
動画の再生数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



リーチ
リーチ数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



友だち追加
LINE公式アカウントの友だち数を増やすことを目的としたキャンペーンです。



商品フィードから販売
ウェブサイトを訪れたりアプリを利用した人が興味を示した商品を広告に表示して、その商品の認知度を高めたり購入を促進したりします。



Talk Head View custom
スマートチャンネルを訪れたユーザーにTalk Head Viewのフォーマットで広告を配信します。

説明
ウェブサイトを訪れるかアプリを利用した人が興味を示した商品を広告に表示して、その商品の認知度を高めたり、購入を促進したりします。

広告フォーマット
商品フィード

最適化方法
ウェブサイトを訪れたりアプリを利用した人が興味を示した商品を広告に表示します。

[詳細はこちら](#)

STEP4: キャンペーンと広告グループの作成



続けて、広告グループを作成してください。

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

広告グループを作成

基本情報

キャンペーン

2270032919248: LINE Dynamic Ads キャンペーン (商品フィードから販売)

編集

広告グループ名

広告グループ: 202401291142

20/120

ステータス

● 有効

商品セット

推薦する商品

すべての商品

商品セット

アプリ

アプリ (任意)

選択してください

+

アプリを選択すると、アプリをインストール済みの人が広告をタップした際に、商品フィードに登録したデフォルトのURLに遷移します。アプリをインストールしていない人が広告をタップした際には、商品フィードに登録したリンクのURLに遷移します。

App Dynamicをご利用される場合は、アプリを選択してください。

ターゲティングや最適化と入札の入力内容に誤りがないか確認の上、[作成する]を押してください。

商品セットの概要

STEP 1

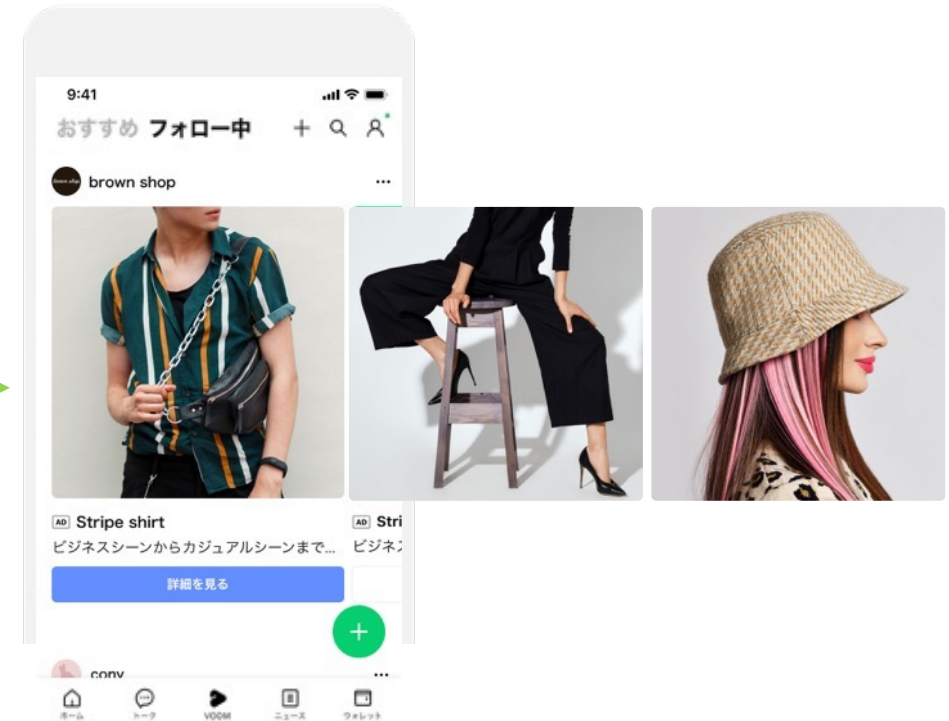
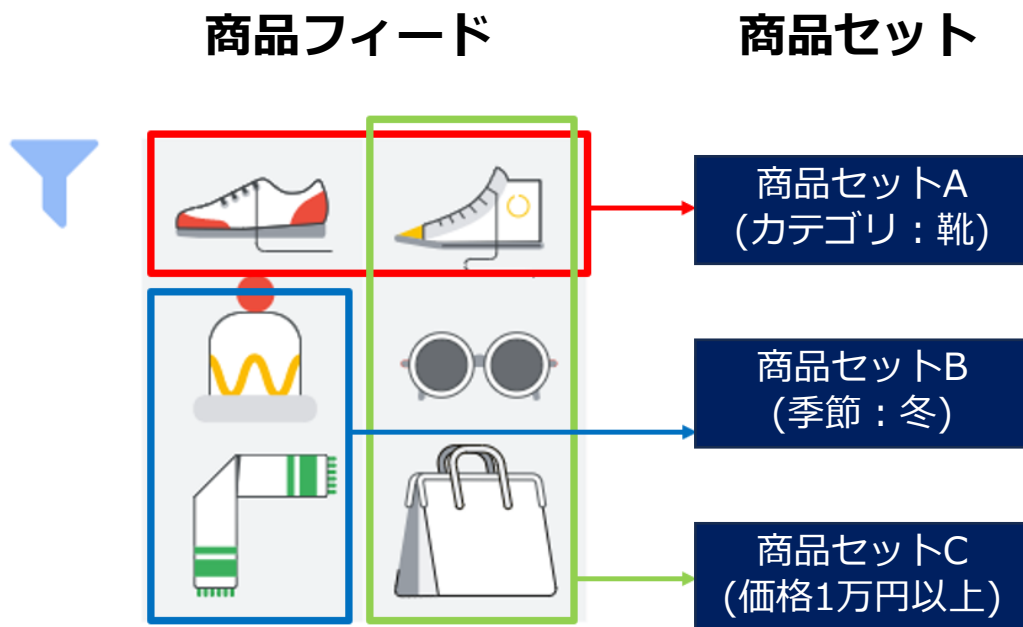
STEP 2

STEP 3

STEP 4

商品フィードに登録された商品をグループ化する機能です

商品フィードから商品を出稿主の任意の条件でカテゴライズする機能（商品セット）を提供します。
カテゴライズした商品セットによって広告を配信できるようになります。



※キャプチャ画像はイメージです。

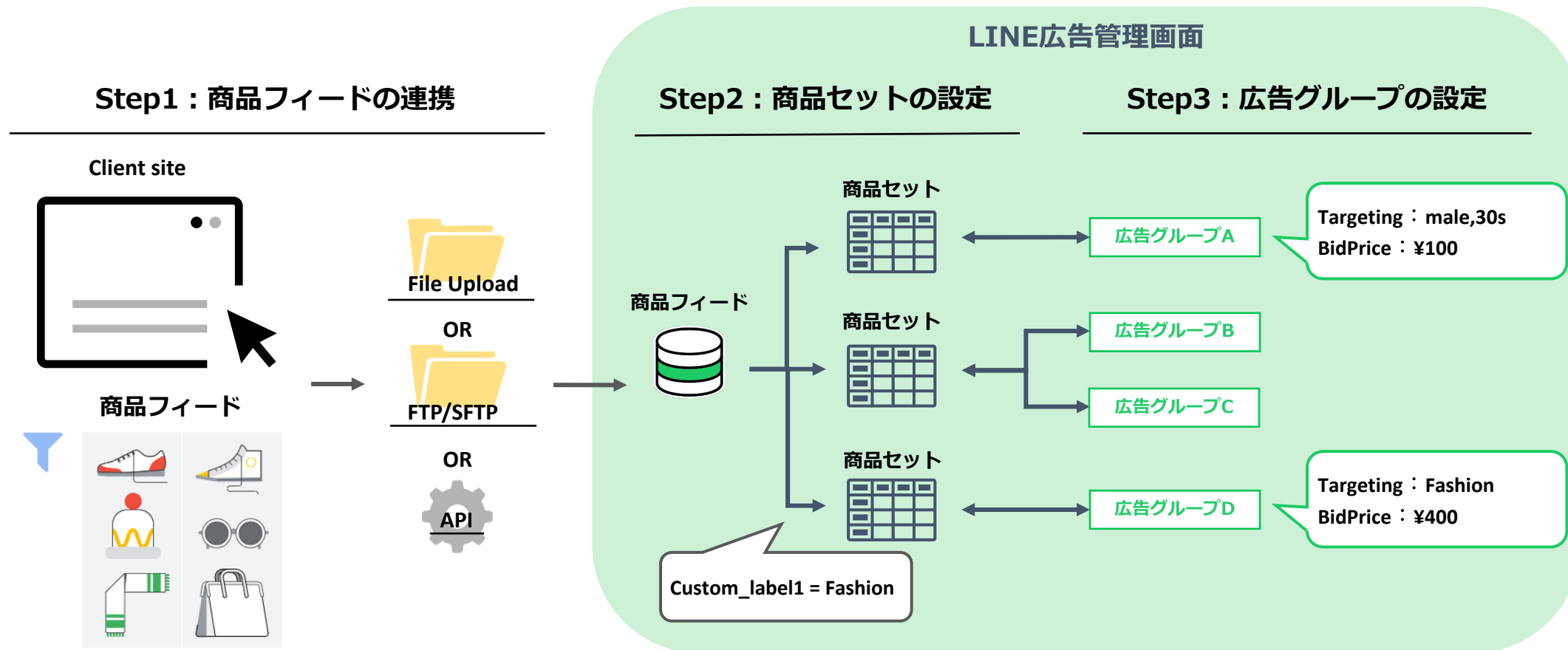
※最大表示数は20件です。

※詳細はLINE Dynamic Adsの媒体資料をご参照ください。

商品セットの概要

商品セットごとにターゲティングや入札が可能です

登録した商品フィードから商品セットを作成することで、広告グループの配信設定の際に商品セットに合わせたターゲティングや入札を設定できます。



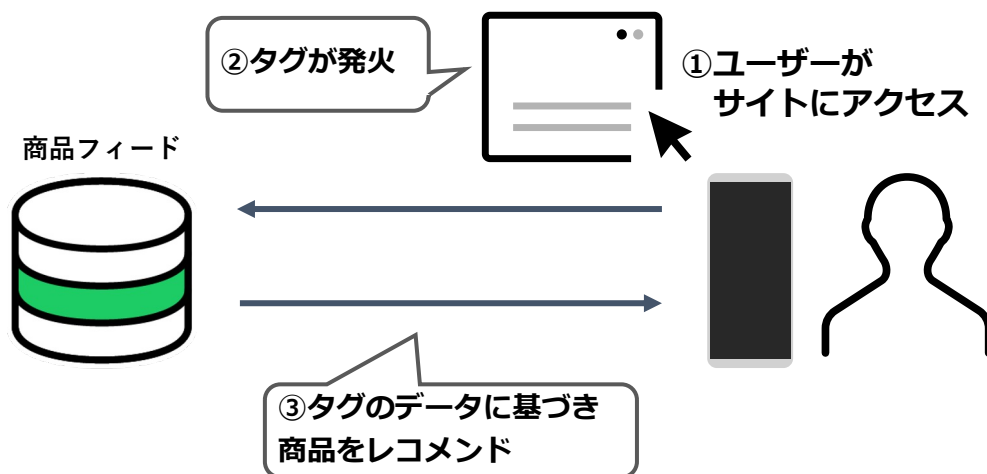
商品セットの概要

商品セット適用時における推薦ロジックの変更点

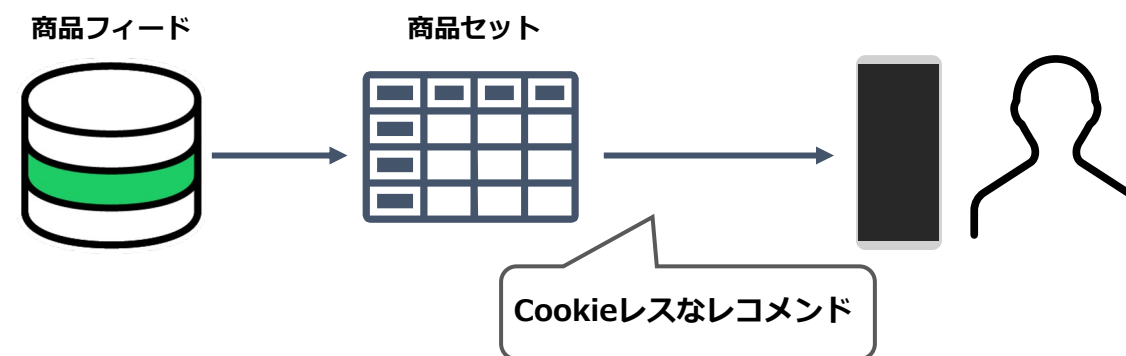
商品フィードからの Recommend では、LINE Tag のデータに基づいてユーザーごとに興味がある特定商品を表示します。

一方、商品セットからの Recommend では、LINE Tag のデータを利用しないため、Cookie レスな Recommend が可能です。

商品フィードによる Recommend



商品セットによる Recommend



※広告グループで設定するターゲティングによってはCookieを利用する場合がございます。

STEP4: キャンペーンと広告グループの作成

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

✓ 商品セットの登録 (任意)

[商品フィード]の[商品セット]を開いて、[商品セットを作成]をクリックします。

The screenshot shows the LINE Ad Manager interface. At the top, there's a navigation bar with 'MENU', '商品フィード', and 'convert xlt key'. Below this, there are four main sections: '管理' (Management), 'レポートと計測' (Reports and Measurement), '共有ライブラリ' (Shared Library), and '設定' (Settings). The '商品フィード' section is expanded, showing '概要' (Overview), '商品セット' (Product Set), and '設定' (Settings) tabs. The '商品セット' tab is active, displaying a message: '商品セットを作成して、商品フィードに登録されている商品をカスタマイズしましょう。ガイド' (Create a product set to customize products registered in the product feed. Guide). A red box highlights the '+ 商品セットを作成' button. Below this, there's a message: '商品セットはありません。' (No product sets). At the bottom, there's a table header '商品セット (0件)' and a pagination control showing '1'.

STEP4: キャンペーンと広告グループの作成

✅ 絞り込み条件を入力して、商品セットを作成してください。(任意)

商品セット > 商品セットを作成

商品セットを作成

商品セット設定

商品セット名

商品セット テスト1

10/100

検索条件

すべての条件を満たす

いずれかの条件を満たす

条件

カスタムラベル0

次のいずれかに一致する

11 x

選択

-

カスタムラベル1

次のいずれかに一致する

ABC x

選択

-

+

商品リスト

1 - 15 / 15 < >

画像	商品名	説明	価格	在庫状況
	AAAAAAAAAAAAAA AAAAAA	Description_001Descri ption_001Descriptio...	¥100	在庫あり
	CC	Description_003Descri ption_003Descriptio...	¥102	予約販売
	G	Description_007Descri ption_007	¥106	在庫あり
	DD	Description_004Descri ption_004Descriptio...	¥103	在庫あり

保存

キャンセル

注意

※商品セットの作成には、商品フィードにカスタムラベルの入力が必要です。
※フィードに入力しているカスタムラベルが1万種類以上登録されている場合、
検索結果が表示されないことがあります。

項目	説明
商品セット名	商品セットの名前を入力
検索条件	[すべての条件を満たす]または[いずれかの条件を満たす]を選択してください
条件	カスタムラベル：0~4のカスタムラベルを選択してください
	次の4つから1つ選択してください ・ 次のいずれかに一致する ・ 次のいずれにも一致しない ・ 次のいずれかを含む ・ 次のいずれも含まない
	商品フィード登録時に入力したカスタムラベルを入力してください

※1つの商品セットあたり、2件~50件の商品を登録することを推奨します。
※商品の審査状況によっては、表示されない場合があります。

STEP4: キャンペーンと広告グループの作成



広告グループの作成ページで、推薦する商品に商品セットを指定してください。(任意)

広告グループを作成

基本情報

キャンペーン

2270032919248: LINE Dynamic Ads キャンペーン (商品フィードから販売)

編集

広告グループ名

広告グループ: 202401221902

20/120

ステータス

● 有効 ▼

商品セット

推薦する商品 ⓘ

すべての商品

商品セット

商品セットを選択 ▼

+

商品セット(冬物)

P8784272900181 | 18

▶

アプリ

アプリ (任意) ⓘ

選択してください ▼

+

アプリを選択すると、アプリをインストール済みの人が広告をタップした際に、商品フィードに登録したディープリンクのURLに遷移します。アプリをインストールしていない人が広告をタップした際には、商品フィードに登録したリンクのURLに遷移します。

推薦する商品で [商品セット] を選択して、STEP 4で作成した商品セットを選択してください。

項目	説明
すべての商品	商品フィードに含まれるすべての商品からユーザーに最適な商品を表示します。LINE Tagのイベントコードの発火をもって商品の推薦が行われます。
商品セット	選択した商品セットに含まれる商品からユーザーに最適な商品を表示します。LINE Tagのイベントコードが設置されていなくてもご利用いただけます。

App Dynamicをご利用される場合は、アプリを選択してください。

ターゲティングや最適化と入札の入力内容に誤りがないか確認の上、[作成する]を押してください。

オーディエンス配信

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

オーディエンス	概要
ウェブトラフィック (dpa_cart、dpa_detail、Conversion)	サイト上にLINE Tagのベースコードと、Dynamic Ads のイベントコードを設置することで商品単位で訪問ユーザーをターゲットとした配信が可能です。
ウェブトラフィック (ベースコード、カスタムイベントコード、特定ページ)	サイト上にLINE Tagのベースコードと、イベントコード設置することで訪問ユーザーをターゲットとした配信が可能です。
モバイルアプリオーディエンス	アプリ内で発生した指定イベントを元にオーディエンス作成が可能です。 細かくイベントを掛け合わせることでユーザーのリエンゲージメントを促す配信が可能です。
IDFA/AAIDアップロード	クライアントの保有しているIDFA/AAIDデータをオーディエンスとして作成して配信が可能です。
LINE公式アカウントの友だち	「アカウントの友だち（有効友だち）」「ブロック中の友だち」への配信が可能です。
類似 (プロスペクティング配信)	上記4種類のオーディエンスに類似したユーザーをLINE内から新たに探し出し、ターゲットの幅を広げて配信することが可能です。
オーディエンスを設定しない場合	セグメントごとに反応の良い広告が表示する配信ロジックが適用されます。 デモグラフィック設定（年齢/性別など）を行うことも可能です。

FAQ（エラー関連）

Q. フィードはエラーなく登録できたが、広告の配信ステータスが「利用可能」になりません。

A. ご利用にあたり設置が必要なLINE Tagの設定に問題がある場合があります。

確認ポイント

- ✓ 商品IDを動的に取得する設定になっているか
- ✓ タグで取得した商品IDとフィードに登録した商品IDが一致しているか
- ✓ p.6 STEP2 の内容を全て設置できているか
- ✓ タグマネージャー上で各タグの発火順序は適切に設定されているか



Q. 他プラットフォームで使っている商品フィードを転用しているのですが、登録できません。

A. 商品フィード コンバート機能には、対応業種とプラットフォームに制限があります。

確認ポイント

- ✓ 商品フィードの一行目を順序変更や修正などにより書き換えていないか
- ✓ 転用する商品フィードと管理画面上で選択したプラットフォームが一致しているか
- ✓ 業種選択で対応業種のテンプレートを選択しているか
- ✓ 他プラットフォームでは任意項目だがLINE Dynamic Adsでは必須項目の内容がないか



FAQ（仕様関連）

Q. 商品点数に上限下限はありますか？

A. 商品点数は1件～1,000万件まで対応しております。

Q. 配信前にクリエイティブの確認（プレビュー）は可能ですか？

A. 配信開始前のクリエイティブ確認はできません。

Q. プロダクトID（商品ID）は動的に取得可能ですか？

A. 広告主様（代理店様）にてタグ上で設定して頂く必要がございます。

Q. 他プラットフォームで使っている商品フィードの利用は可能ですか？

A. 商品フィード コンバート機能を利用して頂ければ可能です。
※ただし、対応業種とプラットフォームに制限がありますのでご注意ください。

Q. 類似拡張配信は可能ですか？

A. 可能です。詳細に関しては、媒体資料をご参照ください。

Q. クリエイティブの審査が通らなかった場合どうなりますか？

A. 対象の商品のみが配信から除外されます。審査を通過したものは配信されます。

FAQ（仕様関連）

Q. クリエイティブの最大表示件数は何件ですか？

A. 最大20件です。

Q. 1つのキャンペーン内で複数フィードを登録することは可能ですか？

A. 登録できません。ひとつのアカウントあたり1キャンペーン1フィードとなります。

Q. Dynamic Adsで表示されるバナーは、閲覧した商品のみですか？

A. 閲覧した商品のみではなく、閲覧した商品と類似した商品も表示されることもあります。

Q. パラメーターを付与したURLをフィード内に入力しても問題ないでしょうか？

A. 問題ありません。

Q. LINE広告ネットワークには対応していますか？

A. 対応しております。

FAQ（フィード関連）

Q. フィードのTitleやDescriptionが文字数制限を超えてしまった場合どうなるか？

A. エラーとなり、対象の商品のみ配信がされません。

Q. フィードの項目の詳細を教えてください。

A. 商品フィード仕様書をご参照ください。（フィードテンプレート上にも説明文がございます）

Q. フィード内で改行文字は使用可能か？

A. 改行は利用できません。フィードの読み込みエラーとなりますので削除してください。

Q. フィードの文字カウントの定義を教えてください。

A. 半角は1文字1カウント、全角は1文字2カウントとなります。

Q. 'analyze_title' 'analyze_description' の利用目的は何か？また、配信ロジックに影響はあるか？

A. 'analyze_title' 'analyze_description' は、今後提供予定のアイテム別レポートの分析に活用するカラムです。
配信ロジックには影響はありません。（任意項目のため、空欄でも問題ありません）

Q. 'custom_label' の利用目的は何か？

A. 'custom_label' は商品セットを作成する際に利用します。

FAQ（フィード関連）

Q. フィードの読み込み時間の指定は可能か？

A. 1日1回または1週間に1回の頻度で、曜日と時間を指定できます。

Q. フィードに問題がないかLINE社にてチェックしてもらうことは可能か？

A. 弊社にてチェック作業は承っておりません。ご了承をお願いします。

Q. フィードのエラー内容を教えてほしい。

A. 管理画面よりCSV形式でダウンロードが可能です。ダウンロードの上、修正箇所をご確認ください。

Q. 審査で否認された理由を教えてほしい。

A. 審査結果に関しては弊社お問い合わせ窓口または営業までお問い合わせください。

Q. 商品フィードのアップロード方法の「全件更新」と「差分更新」の違いはなんですか？

A. 全件更新は、既存の商品フィード情報を最新の商品フィードに含まれるすべての商品情報に置換します。

差分更新は、既存の商品フィード情報と差分のある商品についてのみ、商品情報を更新します。差分更新で商品を削除する場合は、DELETE列にTRUEを入力してください。

※フィードに関する詳細は、別途リリースしております「商品フィード仕様書」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)

FAQ（その他）

Q. フィードのテンプレートはどこからダウンロード可能か？

A. 管理画面のメニューより **商品フィード>設定** のページからダウンロード可能です。

Q. フィードのカラムの意味を教えてください。

A. 仕様書をご確認頂くか、テンプレート上に説明文がございますので、そちらをご参照ください。

Q. 業種を間違えて設定してしまった場合、どうしたらいいか？

A. 商品フィード登録後に一度設定した業種は変更できません。再度、アカウントを作成して頂く必要がございます。

Q. Dynamic Adsのイベントコードは管理画面上から取得可能か？

A. 管理画面からは取得できません。媒体資料からコピーしてご活用ください。

Q. 商品別のレポート、販売額や販売個数は管理画面から確認可能か？

A. 開発予定ではありますが、現段階ではありません。具体的な開発スケジュールは非開示になります。

Q. クリエイティブに反映される項目を教えてください。

A. 本媒体資料 P3をご参照ください。

FAQ（その他）

Q. 配信を開始したのですがImpが発生しない。

A. 商品IDの取得ができていない可能性があります。タグの設定内容を再度確認してください。

Q. タグの設定方法などマニュアルはあるか？

A. LINE Ads Platformの媒体資料をご参照ください。（本媒体資料では詳細は割愛しています）

Q. タグが発火しているか確認する方法はあるか？

A. 管理画面「トラッキング（LINE Tag）」から確認が可能です。「利用可能」となっているかをご確認ください。

LINE Dynamic Ads Guideline

LINE Dynamic Ads Guideline

実施条件について

また、弊社ガイドラインに抵触する場合、いかなる理由でも、ご実施頂くことはできません。

表現上の注意、制限事項について

LINE Ads Platform のガイドラインに準じます。

抵触した項目によっては、配信内容の修正、削除依頼、配信停止などの対応を行う場合もございます。

<一例>

- ・人体のコンプレックス部分の露骨表現
- ・過度な肌露出（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）
- ・性に関する表現が露骨である
- ・ユーザーが不快と感じる可能性がある表現
- ・アダルト関連商品
- ・優良/有利誤認表現 など

LINE Dynamic Ads Guideline

表現上の注意、制限事項

LINE Ads Platformの配信にあたっては、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、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、LINE Ads Platformを通じて発信する内容について、広告表現に関するガイドラインを設けております。

LPおよびクリエイティブについて事前審査必須としておりますが、LINE Ads Platform配信時のモニタリングを行い、
抵触した項目によっては、配信内容の修正・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、配信をお願い致します。
なお、このガイドラインは、LINE Ads Platform上に発信される広告において全ての内容に適用されます。

■ 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。

■ 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

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いたします。

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と致します。

LINEロゴ、LINEアイコン、LINE@ロゴ利用時は以下のガイドラインを遵守ください。

<https://line.me/ja/logo>

■ 「友だち」の表記

LINEアカウント（公式アカウント、LINE@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アカウント（公式アカウント、LINE@アカウント）とユーザーを繋がることを意味した表記を行う場合は「友だち」と表記下さい。「友達」「お友だち」等の形を変えた表記は禁止いたします。

■ 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、広告の再販を禁止いたします。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。

■ 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。

ユーザーからみて不自然でない内容であることが求められます。

LINE Dynamic Ads Guideline

■ アンケート形式のLP

LP内に会社情報（会社名・会社所在地）の記載をして頂くか、リンク先で確認できるようにして下さい。

■ スマートフォンで操作閲覧できないページへ遷移の禁止

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致します。

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。

■ ユーザーが誤認や誤操作を行う可能性のある表現の禁止

人体のコンプレックス部分の露骨表現や、過度な肌露出（※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）

を禁止致します。 ※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。

■ 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」が含まれる表現は掲載できません。

■ 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。

■ 投機心や射幸心をあお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致します。

■ 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

業界の自主基準・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。

■ 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致します。

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 Dynamic Ads Guideline

■「医薬品、医療機器等の品質、有効性及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、有効性及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、条件がある場合は当社サービス内で条件を明示・記載、且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、東京都福祉保険局の各資料を参考としてください。

医薬品等適正広告基準（東京都福祉保険局）

http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/iya_cos_ki/kijun/

医薬品等の広告規制について（東京都福祉保険局）

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

■一般医薬品のオンライン販売

第1～3類に該当する一般用医薬品を販売するサイト等へ誘導する場合は、薬機法の定めに従って、サイト内に店舗の名称、勤務中の薬剤師・登録販売者の氏名、許可証の内容、営業時間を含めた連絡先等、適切な表示を行ってください。

また、医薬品の口コミ、レビューの表示、購入履歴に基づいた特定の医薬品のレコメンド等を行うことがないようにしてください。

LINE Dynamic Ads Guideline

特に注意が必要な商材の具体例

■ アルコール飲料

アルコール飲料に関する内容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。
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。

■ 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下さい。

■ 公営ギャンブル

過度に射幸心をあおるような表現および予想など馬券、舟券等の直接的な購入や購入につながるような表現、映像、画像は配信できません。
また、配信の際は未成年への配慮をお願いいたします。

■ 公営くじ

宝くじ等の公営くじにおいては、過度な期待を抱かせるような表現がないようにお願いします。また、配信の際は未成年への配慮をお願い致します。

■ カードローン（個人向け無担保無保証貸付）について

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下さい。
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. 借り入れを必要とする者へ安易な借り入れを助長、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

LP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します。

■ 古物商

LP内もしくは会社HPに古物商の許可番号の記載をお願いします。

■ 通販サイト

LP内もしくは会社HPに特定商取引に関する法律の記載をお願いします。

THANK YOU