

LINE Promotion Sticker

制作ガイド

LINE株式会社
プロダクトマーケティングセンター
第17版（2021年1月版）

LINE

各ガイドについて

目的別にガイドが分かれています。該当の資料をご確認ください。

<https://www.linebiz.com/jp/download/>

制作ガイド

プロモーションスタンプ*(企業制作/クリエイターコラボ)の基本の進行フロー
プロモーションスタンプ*のレギュレーション
制作時の注意事項・Tips

納品ガイド

納品データ作成時の注意事項・入稿規定

*プロモーションスタンプ

公式スタンプ・クリエイターズスタンプなどの有料のスタンプとはレギュレーションが異なります。

プロモーションスタンプの規定については本ガイドをご参照ください。

Contents

進行フロー

企業制作… P.04

クリエイターコラボ…P.05

1.オリエン

オリエン概要…P.06

2.キャラクター審査

審査内容… P.07

★Tips：使われやすいキャラクター…P.08

3.バリエーション

バリエーション案… P.09

PR表現… P.10

NG表現… P.11

★Tips：使われやすい表現… P.12

★Tips：有料スタンプとの違い…P.13

4.白黒ラフ

白黒ラフ(静止画)… P. 14

絵コンテ(アニメーションの場合)… P.15

★Tips：ラフ制作時のポイント①：視認性について… P.16

★Tips：ラフ制作時のポイント②：表情・ポーズについて…P.17

5.清書

清書・文字… P.18

6.入稿

入稿物… P.19

入稿締切…P.20

★Tips：メイン/タブ/並び選定時のポイント…P.21～22

7.リリース・告知物

リリース… P.23

スタンプに関する告知物…P.24

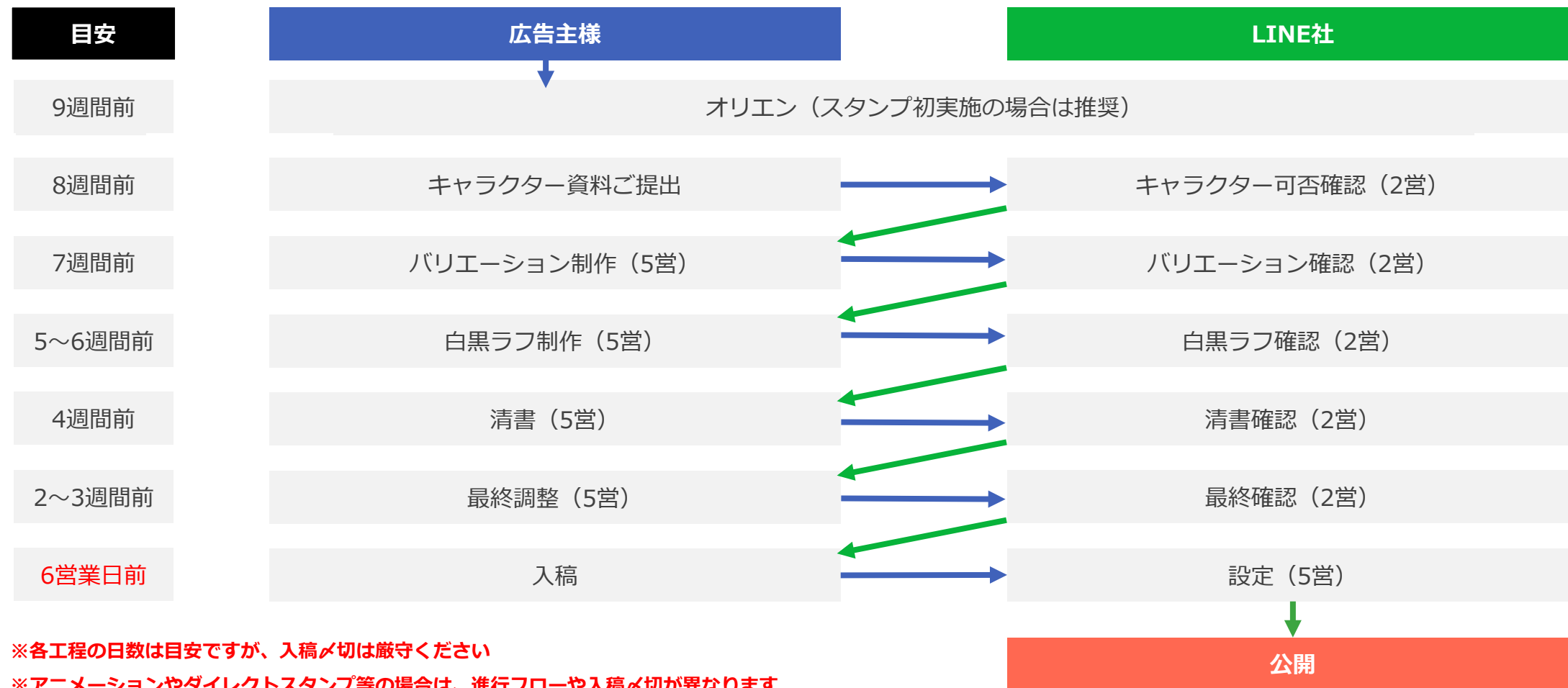
LINE社確認が必須の告知物…P.25～26

その他告知物に関する注意事項…P.27～28

FAQ

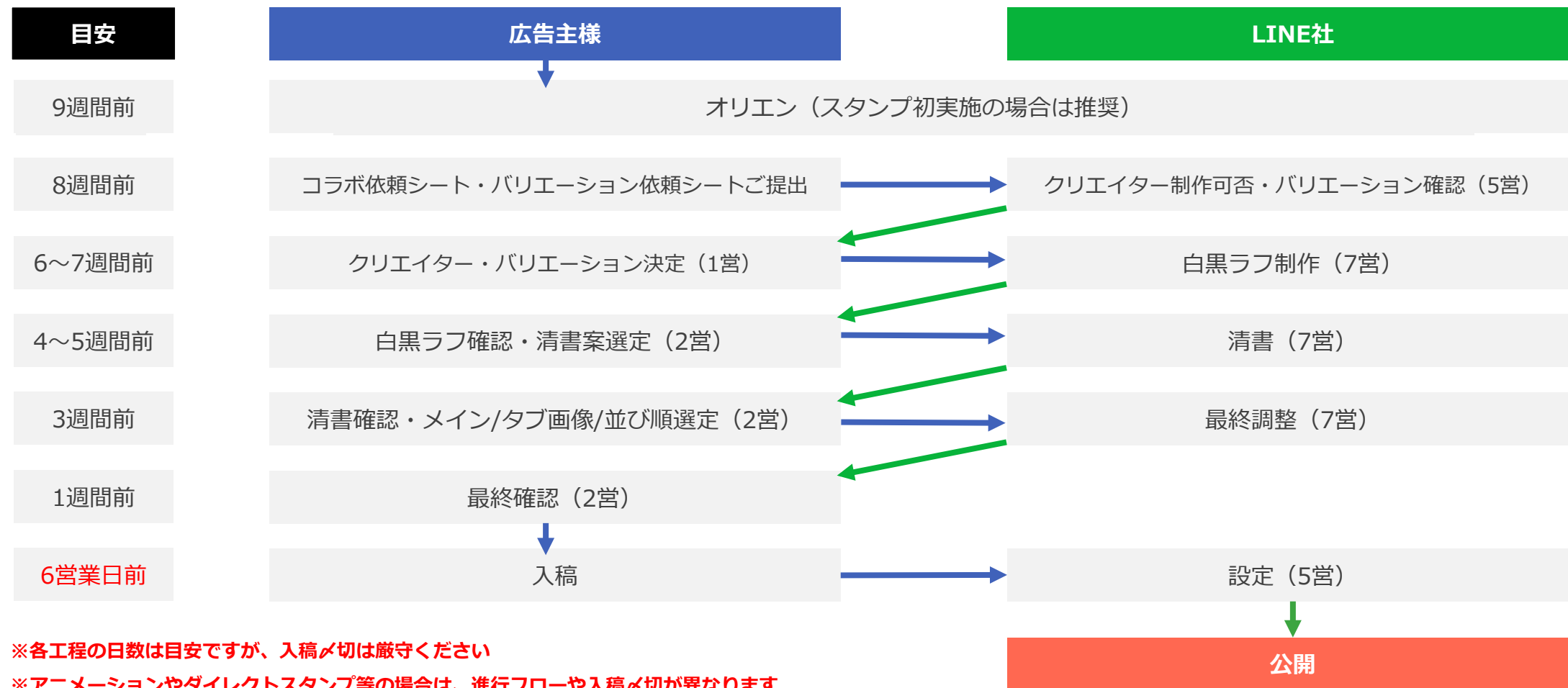
進行フロー

A. 企業制作



進行フロー

B. クリエイターコラボ



1.オリエン

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

実施目的

はじめてスタンプを実施する広告主様は、事故防止のためにも、オリエンの実施を推奨いたします。

広告主様

ご用意いただきたいもの

- 実施目的
- 獲得したいターゲット
- 連動するキャンペーンなどがあれば、その情報など

LINE社

話す内容・用意するもの

- 制作ガイド
- スケジュール

※その他、案件や進行状況に応じて補足資料を用意する場合もございます

2.キャラクター審査

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

審査内容

使用するキャラクターが、LINEスタンプの機能を満たしているか、審査を行います。

LINEスタンプでは、キャラクターが喜怒哀楽の表情や、サムズアップや敬礼など手足のポーズを変化させることで、顔の見えない相手に対して、文字だけでは伝えることのできない、豊かなコミュニケーションが可能となります。

過去に実施したことのあるキャラクターでも、**毎回審査が必要**となります。

※審査基準は公開しておりません

NG例

- 文字やロゴ、商品のみで、キャラクターが存在しない
- 表情の変化が乏しい
- 手足が無い、手足のポーズが動かせない
- トンマナが異なる複数のキャラクターが混在する
- その他、LINEスタンプの機能を満たさないもの

※ LINEの利用推奨年齢は12歳以上ですが、12歳未満の利用も想定し審査をしております
そのため有料スタンプとは掲載基準が異なります

2.キャラクター審査

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

Tips

使われやすいキャラクター

スタンプのダウンロード数は、起用するキャラクターによって左右されやすいです。

性別や年代を問わず広く愛されるキャラクター性が求められます。

その一方で、有名なキャラクターのスタンプは、既存のイラストに文字を主体としたメッセージを後付けすること多いため、表現したいメッセージに合わせて、新規でイラストを描き起こしたスタンプのほうが使われやすい傾向にあります。

特徴

- 中性的
- 年齢不詳
- 表情豊か
- 頭身が低く、引きの構図でも表情が理解しやすい
- タレントより好き嫌いが分かれにくい、ペット的な動物
- 手足が自在に動かせる
- カラフルな配色がしやすい
- 彩度が高く、トーク画面で映える



3.バリエーション

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿


7.リリース・告知

バリエーション案 ※審査点数は最大でも納品数×2までを目処に絞ってからご依頼ください

イラストから描き始めるのではなく、最初にテキストベースで意図するメッセージ内容、使用するキャラクター、キャラクターの表情やポーズ、文字内容、背景や小物などをできるだけ詳細に設定し、制作方針や企画を作成してください。リリースする点数よりも多めに用意し、後の工程で数を絞り込んでいく方が最終的な品質が向上しやすいです。

クリエイターコラボの場合、バリエーション依頼シートにて希望のバリエーションを選択してください。チェックを入れたバリエーションに対して具体的な要望がある場合はチェックボックス隣の記入欄にご記載ください。具体的なイメージがある場合は「参考例」欄に画像添付してください。

例

分類	実用性	メッセージ	バリエーション選択	詳細な要望がある場合は記載	利用率観点での補足事項	参考例
1	◎	サムズアップ	<input type="checkbox"/>		相手の承認欲求を満たす「いいね！」同様の表現	
2	◎	賛同・承諾	<input type="checkbox"/>	フルショットで敬礼	「了解、OK」などポジティブな回答	

3. バリエーション

1. オリエン

2. キャラクター審査

3. バリエーション

4. 白黒ラフ

5. 清書

6. 入稿

7. リリース・告知

PR表現

PR表現を含める場合は、全体の**1/4以内**に収めてください。(8種リリースの場合2種まで、16種リリースの場合4種まで) ※必須

PRに該当するか否かの判断は、審査時に当社が行います。

PR要素の強い表現は、ユーザー間のコミュニケーションに適さず、通常のスタンプと比べて使われにくいいため、採用しても、結果的にパッケージ内での利用数が最下位になることがほとんどです。

PRはスタンプではなく、LINE公式アカウントのメッセージ等で実施されることをオススメいたします。

例

- 商品
- ロゴ
- キャッチコピー等の文字
- TVCM等の広告物と連動した表現
- その他、コミュニケーション用途ではないもの



3. バリエーション

1. オリエン

2. キャラクター審査

3. バリエーション

4. 白黒ラフ

5. 清書

6. 入稿

7. リリース・告知

NG例

有料スタンプとは掲載基準が異なります。※画像は一例です。

× 公序良俗に反するもの 	× 性的なもの 	× 特定の個人やグループを誹謗中傷するもの 
× 不快感を与えるもの 	× 暴力的なもの 	× 特定の著作物の模倣やパロディ要素を含むもの 
× 飲酒・喫煙を想起させるもの 	× 政治的なもの 選挙へ 行こう 宗教的なもの	× パッケージ内でトンマナが統一されていないもの 
× 未加工の写真などイラストでないもの	× ナショナリズムを煽るもの	× LINEスタンプでの機能を満たさないもの

3. バリエーション

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

Tips

使われやすい表現

肯定・愛情・感謝など、家族や友人、恋人との会話に使える**ポジティブでトークを盛り上げる表現**が使われやすく、利用シーンを限定する表現は比較的使われにくいです。

←利用数が多い

1位 サムズアップ	2位 了解	3位 無言	4位 お辞儀	5位 OK	6位 おはよう	7位 ハート	8位 お疲れ様	9位 擬音	10位 変顔/ポーズ
									
11位 怒る	12位 喜ぶ	13位 呼びかけ	14位 感謝	15位 落ち込む	16位 流行語	17位 依頼	18位 驚く	19位 泣く	20位 相づち
									

※集計期間：2019年リリース分、各パッケージ内で利用数1位を記録した回数の多い順

利用数が少ない→

3. バリエーション

1. オリエン

2. キャラクター審査

3. バリエーション

4. 白黒ラフ

5. 清書

6. 入稿

7. リリース・告知

Tips

有料スタンプとの違い

プロモーションスタンプは、公式アカウントの友だち獲得を目的として実施いただくケースが多く、有料のスタンプとは、ターゲットや実用性が異なります。プロモーションスタンプの方が厳しい審査基準を設けているため、有料スタンプで既に配信されている表現でもNGとなる可能性がございます。

※公式スタンプと同様に、認知度の高いキャラクターを起用するとDL数は増えやすいものの、

既存のイラストに文字を用いたメッセージを後付けすることも多く、使われにくい場合があります。

※クリエイターズスタンプは表現の差別化を目的としたものも多く、ターゲットや利用シーンが限定されやすい傾向にあります。

	スポンサード	公式	クリエイターズ
価格	無料	240円	120～600円
種類	8 or 16	40（アニメ:24）	8～40
ダウンロード期間	4週間	無期限	無期限
有効期間	180日（CPD:90日）	無期限	無期限
リリース日時	毎週火曜日AM11時頃	毎週火・木曜日AM11時頃	随時
枠数	最大6	5～	無し
開始時期	2012年5月	2012年4月	2014年5月

4.白黒ラフ

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

白黒ラフ（静止画） ※審査点数は最大でも納品数×2までを目処に絞ってからご依頼ください

テキストのバリエーション案を元に、着色せず白黒でラフを制作ください。描き起こしたラフから、意図するメッセージが正しく伝わるか、スタンプを介して、送信者と受信者が同じメッセージを共有できるか確認してください。

LINEスタンプは、文字で伝えるメール等と異なり、キャラクターを通じたコミュニケーションツールのため、文字を主体としたものではなく、キャラクターの表情やポーズによって、意図するメッセージが伝わるようにしてください。

<クリエイターコラボの場合>

白黒ラフ確認のタイミングで清書へ進める案（8種or16種）をご選定ください。

修正範疇に収まらず描き直しと判断されるご要望については、当社は拒否できるものとします。描き直し可否かの判断は当社が行います。

なお、クリエイターコラボはクリエイターの作風で描き起こすメニューのため、全てのご要望をお受けできない可能性があります。

例

実用性	メッセージ	バリエーション選択	詳細な要望がある場合は記載	利用率観点での補足事項
◎	賛同・承諾	<input type="checkbox"/>	フルショットで敬礼	「了解、OK」などポジティブな回答
◎	ハート	<input type="checkbox"/>	大きなハートを抱きしめている	異性や女性同士で使われやすい、ハートを用いた愛情表現



4.白黒ラフ

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

絵コンテ（アニメーションの場合）

アニメーションの動作がイメージしやすいよう、絵コンテをご制作ください。

最低限、Before Afterの2コマのみでも構いませんが、
途中の変化もできるだけ細かく分割して描いた方が、動作をイメージしやすいです。

例



片手を挙げて敬礼をする（表情や動きの変化、時間の流れがわかる）

※アニメーションスタンプはLINEのバージョン4.4.0以降に対応。（4.4.0以前のLINEで受信した場合、静止画スタンプが表示されます）

4.白黒ラフ

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

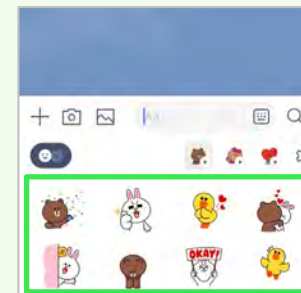
Tips

ラフ制作時のポイント①：視認性について

ユーザーはスタンプを送信する前に、必ずトーク画面下部の縮小されたサムネイル群の中からスタンプを選択します。

スタンププレビュー機能を使用しないとメッセージ内容が理解できないようなスタンプは、使われにくいです。制作時にはトーク画面上の見え方だけではなく、サムネイル大で視認性を確保するようにしてください。

▼サムネイルイメージ



視認性の低いスタンプ

- ・ 全身、引きの構図
- ・ 複数のキャラクター
- ・ 複雑で細かな描写
- ・ 彩度の低い配色
- ・ テキスト量が多い



4.白黒ラフ

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

Tips

ラフ制作時のポイント②：表情・ポーズについて

表情、ポーズ、構図、キャラクターバランス等がバラエティに富んでいるかご確認ください。

各スタンプが差別化されていることはユーザーがスタンプを選択する上でも重要です。

よくある差戻し

- 表情の変化が乏しい、メッセージに即した表情・ポーズでない

⇒メッセージが伝わりやすくなるよう、表情や動きに喜怒哀楽の変化をつけてください。



- 構図の変化が乏しい

⇒全身・バストアップ等バランスよく盛り込んで制作ください。2種以上のキャラクターが登場する場合は、特に構図・シルエット・配色が似やすくなりますのでできるだけ変化をつけてください。

- トークルームでの見え方が考慮されていない

⇒スタンプは送信相手の画面左上に表示されるため、お辞儀や物を差し出す等のポーズの場合は右向きor正面向きが推奨です。



5.清書

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

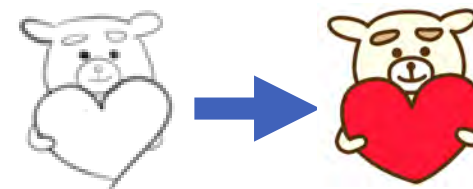
7.リリース・告知

清書

白黒ラフを基に清書してください。

ポジティブ表現は暖色系、ネガティブ表現は寒色系など、メッセージ内容に合わせて配色してください。

淡い色を多用し、コントラストの低いスタンプは、選択画面でメッセージ内容が理解しづらく使われにくくなります。



<クリエイターコラボの場合>

清書確認のタイミングでメイン・タブ画像・並び順をご選定ください。

清書後はポーズ変更はお受けできません。

また修正範疇に収まらず描き直しと判断されるご要望については、当社は拒否することができるものとします。描き直しか否かの判断は当社が行います。

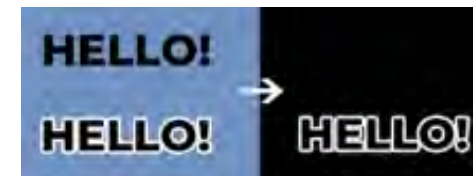
なお、クリエイターコラボはクリエイターの作風で描き起こすメニューのため、全てのご要望をお受けできない可能性があります。

文字

ブラックの着せかえ適用時を考慮して、清書時に黒い文字は必ず白やグレーなどでフチ取りしてください。**※必須**

またスタンプショップの背景色が白のため、ショップ上では白いあしらい等は見えなくなりますので

フチ取り等をおすすめします。



6.入稿

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

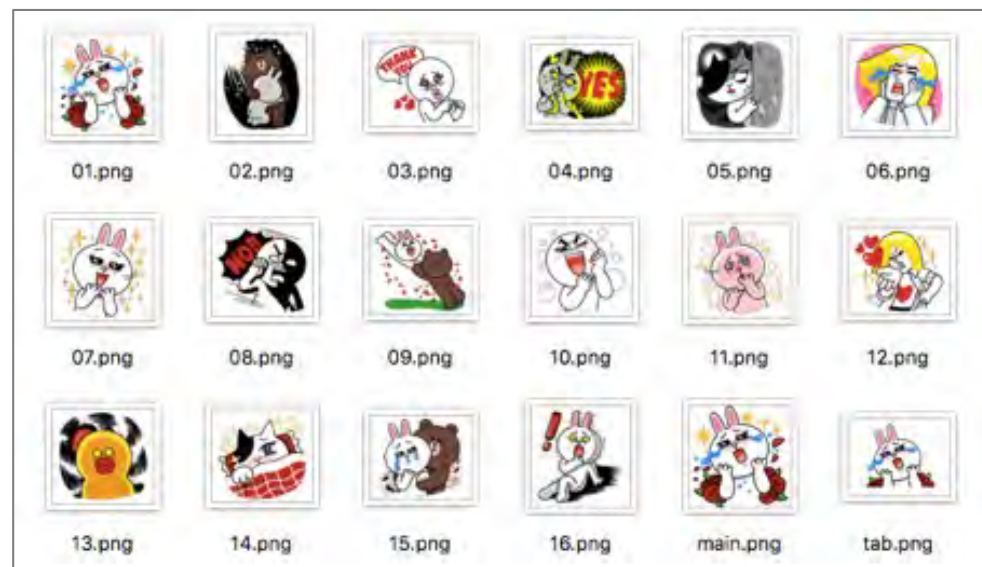
7.リリース・告知

入稿物 ※入稿前に必ず納品ガイドをご確認ください。

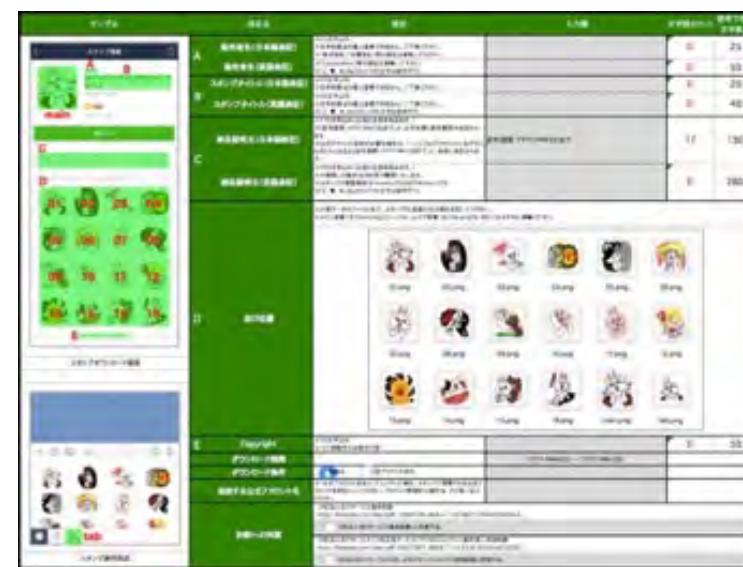
スタンプ画像（メイン・タブ含む）と入稿シートの両方を用意の上、入稿してください。

- ・ いずれか一方のみでは設定作業が進められません。
- ・ 入稿後の修正は一切受け付けません。

▼入稿用スタンプ画像フォルダ



▼入稿シート



6.入稿

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

入稿締切

以下の期日は入稿“完了”の締切日です。

入稿データに不備がある場合は入稿完了とは見做されません。必ず時間に余裕をもって入稿をお願いします。

また、締切日の調整はお受けしておりません。入稿内容に不備があり期限を過ぎた場合、掲載日が後ろ倒しとなりますのでご注意ください。

	スポンサード/ ターゲティング	ダイレクト	CPD	スポンサードミッション/ ダイレクトミッション
静止画*1	6営業日前	10営業日前	10営業日前	15営業日前
アニメーション*2	10営業日前	15営業日前	-	15営業日前
カスタム	プレ入稿：20営業日前 本入稿：10営業日前	プレ入稿：25営業日前 本入稿：15営業日前	-	プレ入稿：25営業日前 本入稿：15営業日前
メッセージ	プレ入稿：25営業日前 本入稿：15営業日前	プレ入稿：30営業日前 本入稿：20営業日前	-	プレ入稿：30営業日前 本入稿：20営業日前

*1：BIGスタンプを含む。

*2：アニメーション以外のオプション(サウンド・ポップアップ・エフェクト)も同様。オプションを2つ以上追加する場合は、1つ追加につき+5営業日。

6.入稿

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

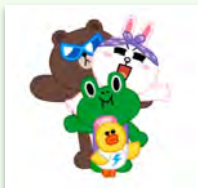
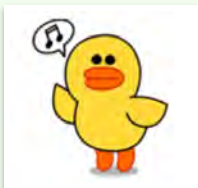
4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

Tips



メイン画像選定のポイント

ユーザーの目に留まることが重要なため、スタンプショップでの視認性がよいものをご選択ください。

推奨 : キャラクター自体が大きく入っており、視認性が高いもの。色彩のコントラストが目立つもの。

非推奨 : キャラクターの視認性が低いもの。淡色のもの。PR色が強いもの。



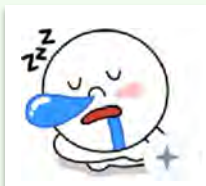
トークルームタブ画像選定のポイント

トークルームタブは非常に小さく表示されますので、キャラクターを大きくトリミングできるものよりお選びください。(メイン画像と同一のデザインである必要はありません)

入稿規定により、あしらいは削除いただく必要がありますので、トリミングのしやすさも考慮ください。

推奨 : キャラクターを大きくトリミングできるもの。

非推奨 : キャラクターの視認性が低いもの。キャラクター部分に文字やあしらいが重なっているもの。



アニメーション・エフェクトスタンプなどはメイン画像・タブ画像の右側にアイコンが自動付与されます。キャラクターや人物の顔などと被る可能性もあるのでご注意ください。

※アイコンのサイズはデバイスごとに多少異なり、イラストに合わせた調整などはシステム上できません。

6.入稿

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

Tips



並び順選定のポイント

日常的に使われやすい表現をユーザーの目に留まりやすい上部に配置することをおすすめします。

また、ポーズやシルエット・色味が似ているもの、同じ用途で使われる可能性のあるメッセージは、極力近くに並ばないようにすることで、バリエーションを豊かに見せることができます。上下左右のスタンプの並びにもご注意ください。

下部のスタンプはスクロールしないと見えないため、ネガティブなメッセージやPR色の強い表現など、使用頻度が少ないスタンプを配置してください。

※出典：<http://creator-mag.line.me/ja/archives/1072361401.html>

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

リリース

スポンサードスタンプは毎週火曜、ダイレクトスタンプは平日、いずれも11時以降にリリースします。

スポンサードスタンプの場合は新着タブに、友だち追加やミッションの場合はイベントタブにも掲載されます。

ダイレクトスタンプはスタンプショップに掲載されません。

LINE社からはユーザー全員に対して一律リリースを行いますが、ユーザーの利用環境により、反映には若干の誤差が生じるため、配信時間を告知する場合は「11時頃」と表記してください（11時開始と告知するのはNGです）。

※告知物制作に関しては次のページをご確認ください。



◀スタンプショップ掲載例

※スタンプショップのUIは事前告知なく変更になる場合がございます。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

スタンプに関する告知物

リリースに関する告知物は、以下の「ガイドライン」と「規約」を必ずご確認ください、制作してください。

※原則としてLINE社への確認は不要ですが、一部ご提出が必須となるケースがございますので、次頁も合わせてご確認をお願いいたします。

※ガイドラインや規約に抵触するような表現/レイアウト、ロゴ、クリエイティブの使用方法で告知物を制作された場合、配信後や公開後であっても、告知物の修正をご依頼することがございます。

★ロゴガイドライン／広告・販促・告知物等におけるLINE関連素材使用についてのガイドライン

<https://www.linebiz.com/jp/logo/>

※上記ページ内の「ロゴガイドライン」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」のPDFファイルを必ずご確認ください。

★「クリエイターコラボ実施時の告知物」に関する規約

- 1) スタンプとして制作されたクリエイティブを「スタンプ以外の用途」で利用する場合、利用範囲を「スタンプに関連した広告宣伝の目的（告知物内での掲出等）」に限りませう。
- 2) 上記1の目的でクリエイティブを利用できる期間は、「スタンプ配信日の1ヵ月前～配信期間終了日迄」に限りませう。
- 3) 上記1の利用にかかる流通在庫については、スタンプ配信期間終了後、なるべく回収するように努めてください。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

LINE社確認が必須の告知物（1/3）

以下のケースに該当する場合は、LINE社の「広報部門」へのご確認を必ずお願いいたします。

- プレスリリース
- 動画(CM、Web動画すべて)
- LINEポイントの訴求があるもの

下記フォームより申請をお願いいたします。

<https://linecorp.com/inquiry/icon/form.html>

※確認には3営業日程度かかります（他案件との兼ね合いでさらにお時間をいただく場合がございます）。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

LINE社確認が必須の告知物（2/3）

以下のケースはユーザークレームに繋がりやすいため、LINE社の「**営業担当**」へのご確認を必ずお願いいたします。

■販売促進を目的としたスタンプ配信で、商品パッケージやチラシ、レシート等にスタンプの告知を挿入するケース

⇒下記3つのうち、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。

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、細心の注意を払っていただけますと幸いです。

※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を知ることダウンロード可能です。

■ミッションスタンプ

⇒ユーザーの誤認を防ぐため、ダウンロード条件（〇〇するとDLできる等）を必ず明記してください。

■CPDスタンプ

⇒配布数に限りがある商品設計のため、「先着順での配布」であることを必ず明記してください。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

LINE社確認が必須の告知物（3/3）

以下のクリエイターについては監修必須のため、LINE社の「**担当ディレクター**」へのご確認を必ずお願いいたします。

■LINE Friends Japan 所属クリエイター

- ・ igarashi yuri
- ・ my
- ・ saimari
- ・ sakumaru
- ・ もじじ
- ・ もふ屋
- ・ サドルとペダル
- ・ ロシヒ

■その他クリエイター

- ・ カナヘイ
- ・ にしむらゆうじ

※確認には3営業日程度かかります（他案件との兼ね合いでさらにお時間をいただく場合がございます）。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

その他告知物に関する注意事項（1/2）

■スタンプクリエイティブを利用できる範囲

⇒「スタンプに関する告知物」の項目内に記載した「告知物に関する規約」に則り、「スタンプに関連した広告宣伝の目的」のみに限定します。

具体的には、スタンプのDL画面への導線が明確な場合に限り利用可能です。

それ以外（スタンプに関連しない制作物への流入促進のため、あしらいとして使用する等）は二次利用に該当し、別途二次利用費が発生いたしますのでご注意ください。 ※告知物／二次利用の判断が難しい場合はお問合せください。

■スタンプクリエイティブ利用に関するルール

⇒LINE社から、クリエイターに対する告知内容の確認は原則行っておりませんので

制作にあたっては下記ルールを遵守していただけますようお願いいたします。（案件により監修が必要なケースもございます）

万が一違反を見つけた場合は、配信後や公開後であっても、告知物の修正をご依頼することがございます。

- ・スタンプクリエイティブは一切の改変を禁止します。
- ・スタンプクリエイティブの近くに「クリエイターのコピーライト」を必ず記載してください。
- ・クリエイターに関する説明は、入稿シートに記載されている内容に限ります。

※クリエイターのプロフィールなどを作成いただき、新たに記載することはできません。

7.リリース・告知

1.オリエン

2.キャラクター審査

3.バリエーション

4.白黒ラフ

5.清書

6.入稿

7.リリース・告知

その他告知物に関する注意事項（2/2）

■告知物への免責文の記載

⇒一部ユーザーでエラーが起きやすいため、告知物内に下記免責文を記載してください。

LINEアプリは最新のバージョンをご利用ください。

日本国外で契約した端末の電話番号で認証した端末、あるいはFacebook認証した端末では、無料スタンプをダウンロードすることができません。

LINEアプリの、ホーム> 設定> アカウントから日本国内で契約した端末の電話番号を設定することでダウンロード可能になります。

FAQ

表現・レギュレーション

Q. 1つのパッケージに、同一企業の他のブランドの商品を露出することは可能ですか？

A. 原則、不可といたします。（トンマナ統一の観点より）

Q. 実写タッチのスタンプの配信は可能ですか？

A. 写真そのままの掲載は不可です。イラストに寄せたタッチになるよう加工を施してください。

Q. 流行語などのフレーズや、パロディをスタンプに用いることは可能ですか？

A. スタンプでは権利侵害の余地を与えない表現をご採用下さい。

仮に法律上対抗できたとしても、度を越えたパロディや安易な流行への便乗には炎上リスクが伴い、
広告主およびLINE社、クリエイターの信頼回復が困難となるケースが考えられます。

そのため、権利者からの許諾が得られていない表現、権利の所在が明確でない表現についてはNGとなります。

Q. 過去にリリースしたスタンプと同じクリエイティブを再度配信できますか？

A. 全体の1/4以内（8種リリースの場合2種まで、16種リリースの場合4種まで）であれば、許容します。

※ただし、ユーザーが利用可能状態にあるスタンプクリエイティブは再配信できません。

FAQ

キャラクター（1/2）

Q. 商品・製品をキャラクターとしてスタンプ化することは可能ですか？

- A. 顔の表情と手足のポーズを変化させることが可能で、喜怒哀楽などの感情表現や、サムズアップや敬礼などのポーズを取ることによって、コミュニケーションツールとして、LINEスタンプの機能を満たすと判断した場合は、許容します。

Q. 1つのパッケージに、複数のキャラクターを混在させることは可能ですか？

- A. トンマナが統一されていない複数キャラの混在は、基本不可です。クリエイターコラボのように、1人のクリエイターが自身のキャラと企業キャラの両方を描き、トンマナが統一されていれば問題ありません。ダイレクトスタンプに限り、CMやキャンペーンなどスタンプ以外で複数キャラのコラボ企画がある上で、その一環としてスタンプを実施する場合、例外的に許容します。（スタンプ単体のコラボはNGです）

Q. 1つのパッケージに、子会社のキャラクターを含めることは可能ですか？

- A. 企業間の資本関係が親子関係である場合は、許容します。
※親子の定義：資本比率が67%以上であること。（兄弟会社は不可、51%の資本比率も不可）

Q. 1つのパッケージに、1つの企業内の他のブランドのキャラクターを混在させることは可能ですか？

- A. ダイレクトスタンプかつ、16種類のスタンプの場合は許容します。

FAQ

キャラクター (2/2)

Q. 1つのパッケージに、企業キャラの他、CMキャラを混在させることは可能ですか？

- A. 企業キャラクターとタレントなどが共演したテレビCMが放送された実績がある場合。
または、これから放送されることが確定している場合は、許可します。

Q. 広告主の企業キャラと、他企業のキャラを混在させることは可能ですか？

- A. 次の2つの条件を満たした場合、許可します。
- 1.ダイレクトスタンプかつ、16種類のスタンプであること。
 - 2.2社間の業務締結など企業間での取り組みを明示的に示唆するクリエイティブであること（提携カードなど）
- ※ユーザーに分かりやすいように表現してください。

Q. ゲームアプリ内のスタンプをLINEスタンプ化することは可能ですか？

- A. Facebook Messenger等、競合サービスのスタンプと同一クリエイティブをLINEスタンプで二次利用するのはNGです。
競合サービスに該当するか否かは弊社判断となります。

FAQ

告知

Q. LINE社が許可するスタンプの告知タイミングは？

A. 実施メニューや告知タイミングによって条件が異なりますので、ご確認ください。

【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】

▼リリース日の1ヶ月以前：「スタンプをリリースすること」のみ告知OK

▼リリース日の1ヶ月前～：以下内容であれば告知OK

- ・スタンプをリリースすること／リリース日／スタンプの名称／配布期間／利用期間／スタンプのクリエイティブ（個数に制限ナシ）

【販売促進を目的としたダイレクトスタンプ、複数パッケージを複数回配信する大型キャンペーン】

▼リリース日の3ヶ月前～：告知OK

※ご発注いただいていることが必須条件

Q. スタンプのダウンロードURLの発行タイミングは？

A. 原則、入稿後の発行となります。

告知物への記載が必要なケースなど、入稿前に必要な場合には発注受領が完了していればお渡しが可能です。