

# LINE Business Guide

LINE株式会社  
マーケティングソリューションカンパニー  
2021年1～6月期版 v2.8

LINE

# Contents

## コミュニケーション

- P.16 **LINE公式アカウント**
- P.38 **LINEプロモーションスタンプ**
- P.57 スポンサーダスタンプ
- P.62 ダイレクトスタンプ
- P.67 スポンサーダターゲティングスタンプ
- P.71 ミッションスタンプ
- P.77 従量課金型 CPD (Cost Per Download) スタンプ
- P.101 **LINE通知メッセージ**
- P.108 **LINEチャットPlus、LINEコールPlus**
- P.117 **LINE LIVE**

# Contents

## 広告

P.134

**LINE広告**

P.179

**LINE広告ネットワーク**

P.187

**LINE Moments**

P.196

**Talk Head View**

# Contents

## 販促・OMO

- P.214 **LINEで応募**
- P.217 LINEオープンキャンペーン（アンケート型）
- P.239 LINEパートナーパッケージ
- P.245 LINEポイントインセンティブ
- P.278 **LINEポイントAD**
- P.288 LINEポイント Reward AD
- P.313 LINEポイント Friends AD
- P.329 LINEポイント メッセージ
- P.335 **LINEチラシ**
- P.337 LINEチラシ メディアフォーマット
- P.362 LINEチラシ メッセージ

## その他

- P.370 **クロスプラットフォーム**
- P.374 クロスタargetティング

---

## お知らせ

- P.387 **LBPMについて**



# LINEの紹介



OUR MISSION

# CLOSING THE DISTANCE

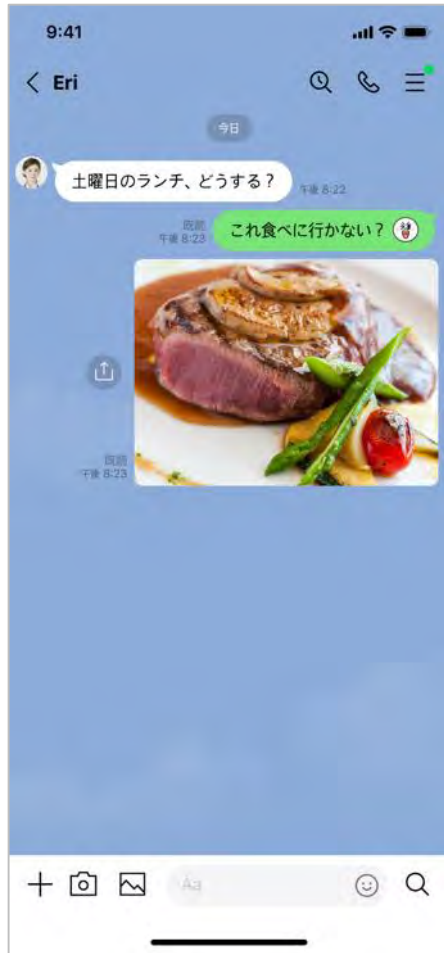
私たちのミッションは、世界中の人と人、  
人と情報・サービスとの距離を縮めることです

# 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・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



## トーク(チャット) 音声通話・ビデオ通話

LINEユーザー同士であれば、個人間はもちろん、複数人でも、トーク(チャット)・音声通話・ビデオ通話を利用することができます。

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送金を依頼したり、割り勘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、インドネシア)によって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。



## タイムライン

テキスト・スタンプ・写真・動画・位置情報・音楽などを使って、自分の近況を投稿したり、友だちの投稿をチェック。「ストーリー」機能で気軽に今をシェアすることもできます。



## LINEウォレット

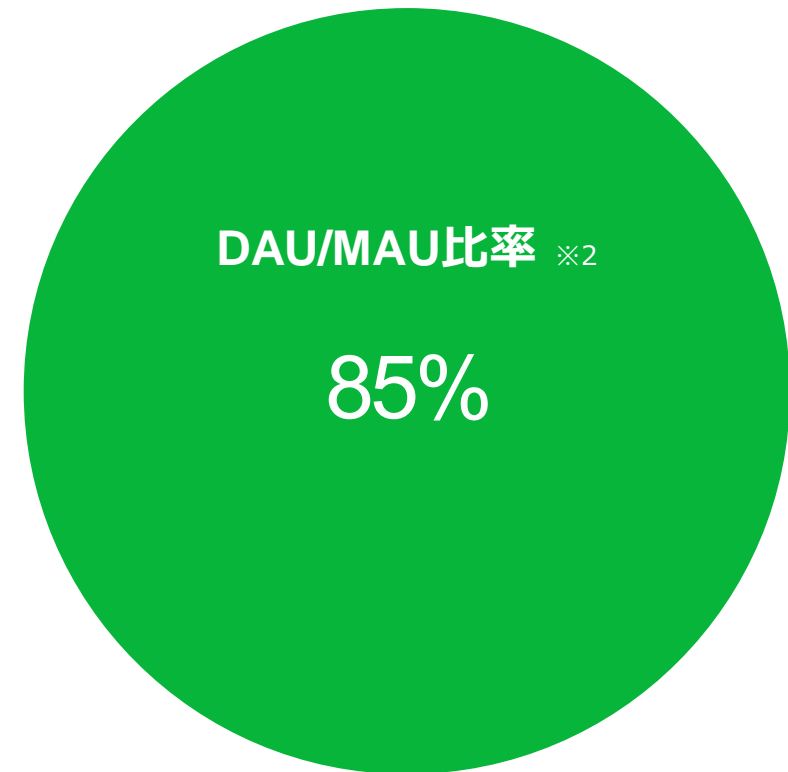
モバイル送金・決済「LINE Pay」を利用することができるほか、スマート投資、LINEほけん、LINE家計簿など、LINEが提供するさまざまな金融サービスのゲートウェイとなります。

# 日本国内の「生活インフラ」として定着

国内のMAUは8,600万人以上で、日本の人口の68%以上をカバーしています。



日本の人口の68%以上 ※3



毎日利用している日本国内のユーザー

出典：※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2020年9月末時点

出典：※2 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 2020年9月末時点

※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,600万人÷日本の総人口1億2631万人(平成31年2月1日現在(確定値) 総務省統計局)



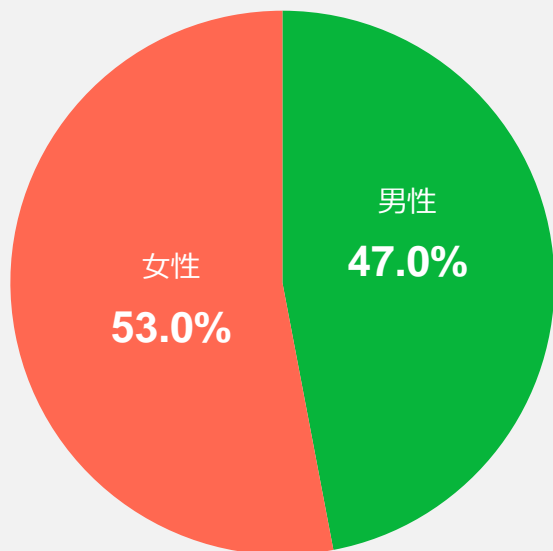
# LINEの成長戦略

LINEでは、「LINE」を入り口としてオンライン・オフラインを問わず、必要とする人や情報・サービス、企業・ブランドとシームレスに繋がり、全てが完結する「スマートポータル」の実現を目指しています。そしてその中でも、「広告」をコア事業、「Fintech」や「コマース」、「AI」を戦略事業と位置付けています。



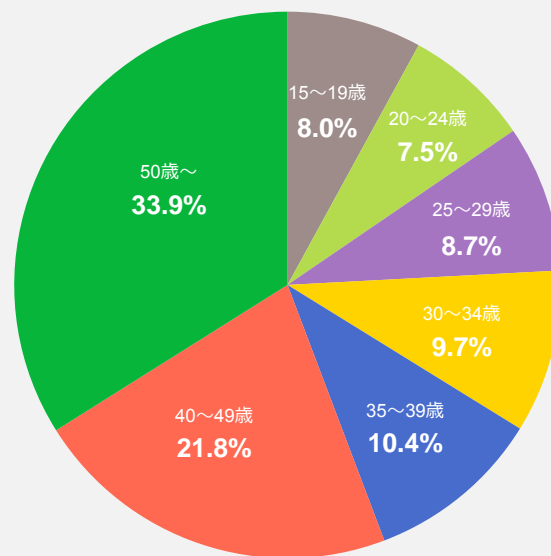
# LINEのユーザー属性（性別・年齢・職業）

## 性別



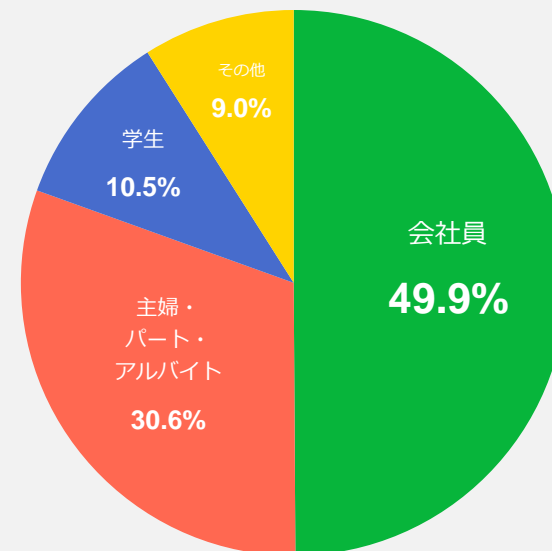
男女比は、やや女性が多い

## 年齢



幅広い年齢層に  
利用されている

## 職業



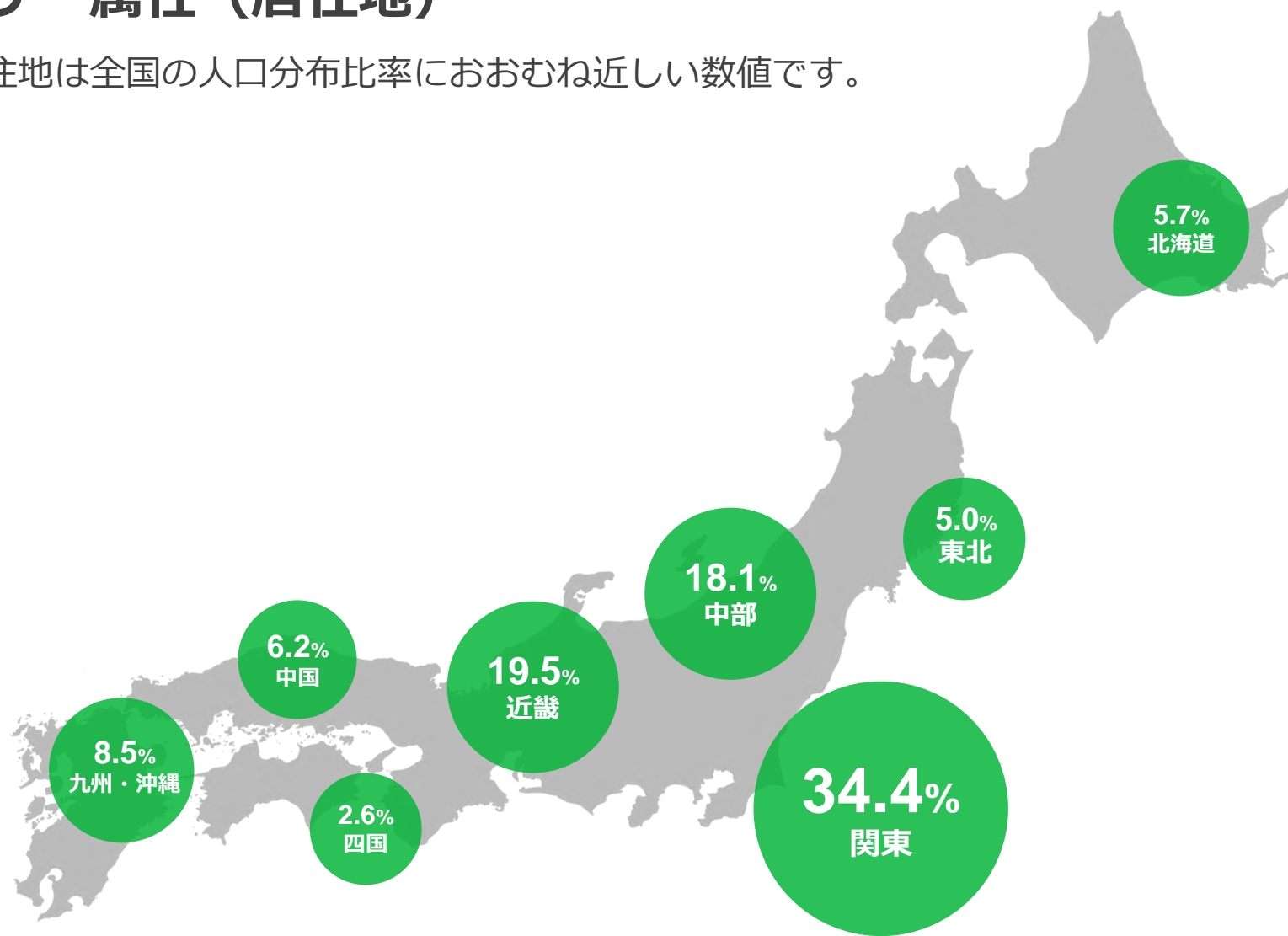
会社員が最も多く  
ついて主婦や学生が多い

調査機関：マクロミル・インターネット調査  
(2021年1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）

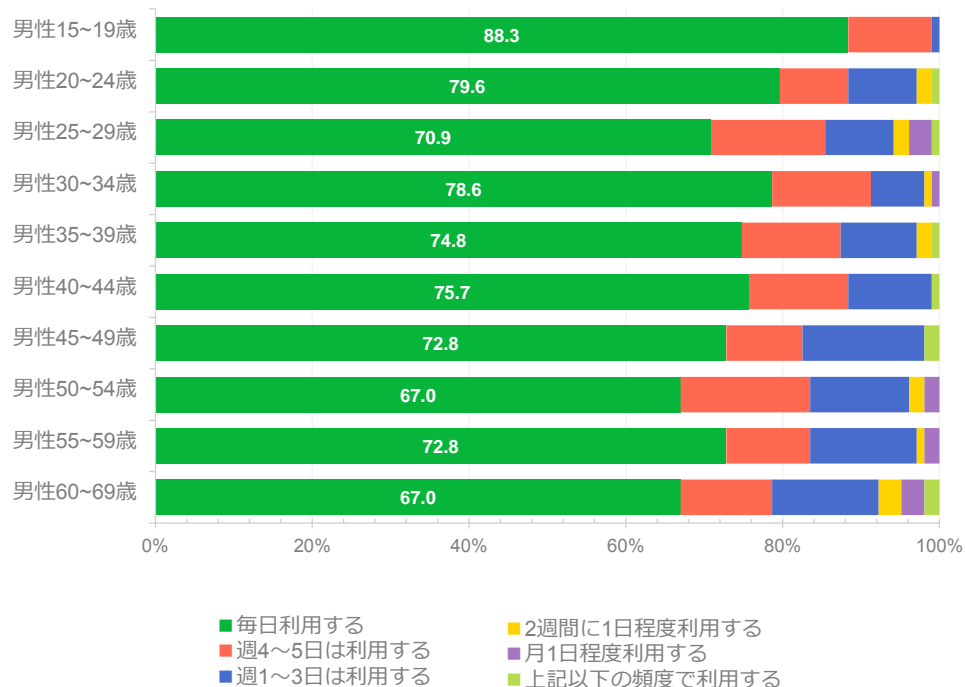
LINEユーザーの居住地は全国の人口分布比率におおむね近い数値です。



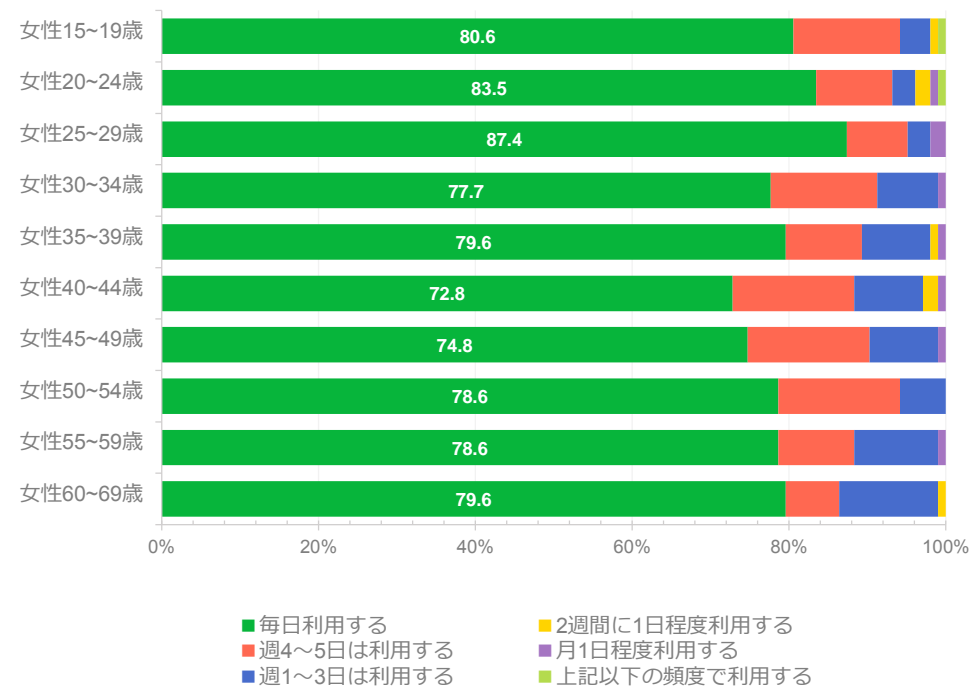
調査機関：マクロミル・インターネット調査  
(2021年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

# LINEユーザー属性（性年代別の利用頻度）

## 男性



## 女性

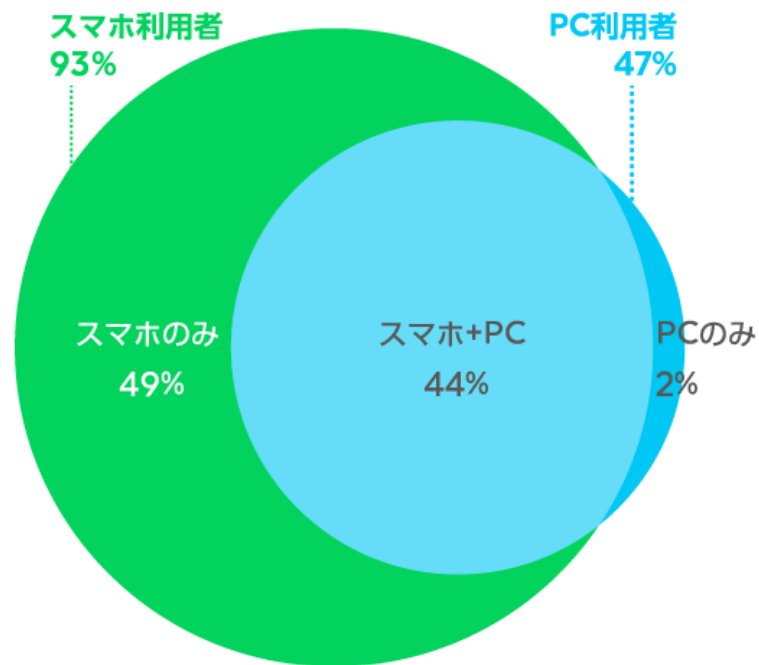


調査機関：マクロミル・インターネット調査  
 (2021年1月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

# “スマートフォンのみ”で接触可能なユーザーが増えています

若年層を中心に、スマートフォンのみでインターネットに接触するユーザーが増えています。

## アクティブな利用者の実態



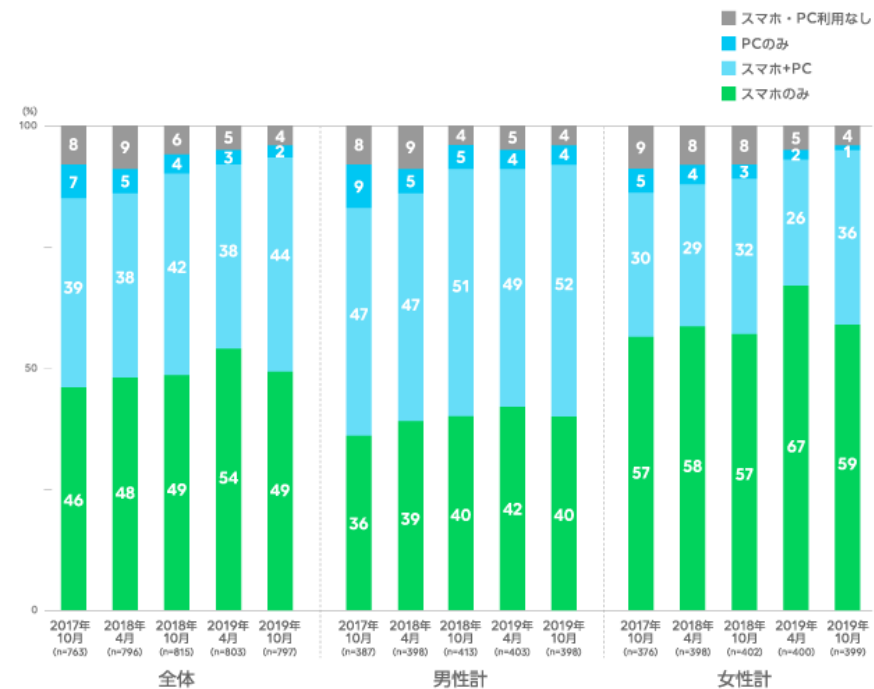
出典：LINE調べ（訪問留置調査・2019年10月実施・n=797・15～59歳）

※小数第1位を四捨五入して表記

※スマホ・PCを非利用の人(ベン図の外の人)の内訳：

タブレットのみ利用 0.4%、ガラケーのみ利用 0.5%、タブレット+ガラケー併用 0.7%、いずれも利用していない 2.5%

## アクティブなネット利用者の推移（男女別）



出典：LINE調べ（訪問留置調査・2017年10月、2018年4月、2018年10月、2019年4月実施、2019年10月実施・15～59歳）

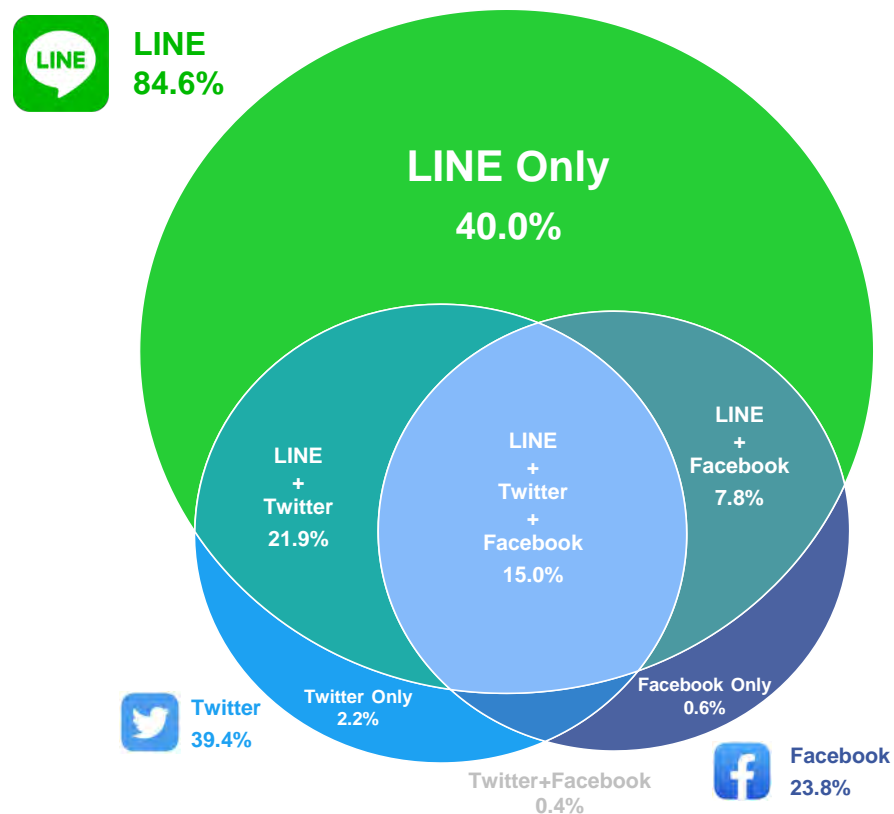
※小数第1位を四捨五入して表記

出典：【LINE】〈調査報告〉インターネットの利用環境 定点調査（2019年下期）<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2819>

# LINEの強み：他サービスと比較したリーチ力

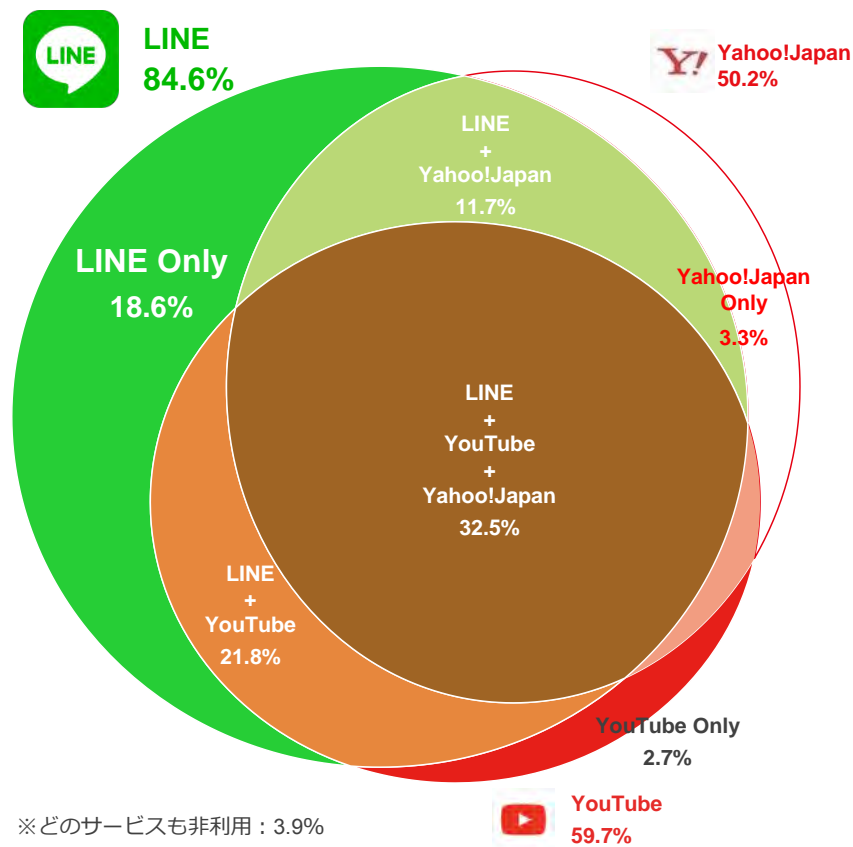
国内8,600万人以上のMAUを基盤にしているため、利用率が高いだけでなく、LINEのみでリーチ可能なユーザーが多く存在しています。

普段スマートフォンで利用しているSNS



※どのサービスも非利用：9.3%

普段スマートフォンで利用しているサービス



※どのサービスも非利用：3.9%

# LINE公式アカウント



# LINE公式アカウントとは

日本の人口の68%以上※2が利用する「LINE」のトーク画面から、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。国内MAU8,600万人※1の「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」と「深いつながり」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MAU8,600万人※1以上！  
日本の人口の68%※2以上をカバー



## 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

※1 自社調べ LINEアプリ 国内月間アクティブユーザー 2020年9月末時点

※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,600万人÷日本の総人口1億2631万人(平成31年2月1日現在(確定値) 総務省統計局)

# 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。

※2020年7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

LINE公式アカウントではさまざまな機能が利用可能です。メッセージ配信が課金対象となります。  
オプション機能の利用には別途お申込みが必要です。

## 機能一覧

- メッセージ配信
  - 絞り込み配信
  - A/Bテストメッセージ
  - 配信通数指定
- あいさつメッセージ
- 応答メッセージ
- AI応答メッセージ
- 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
- リッチメニュー
- クーポン
- ショップカード
- リサーチ/満足度調査
- 友だち追加/友だち追加広告
- トラッキング
- 分析
- タイムライン投稿/宣伝・収益化
- チャット
- プロフィール

## オプション機能

- LINEプロモーションスタンプ
- LINE通知メッセージ
- LINEチャットPlus
- LINEコールPlus
- LINEオーディエンスマッチ
- LINE LIVE                   etc...





## [補足]メッセージ配信の詳細機能

メッセージ配信では、配信先を絞った配信やA/Bテストメッセージなどの設定が可能です。さまざまな設定を利用し、年齢層・性別・地域に合わせたアカウント運営やメッセージ配信を行うことで効果の最大化を図ることができます。

### 配信先の絞り込み

アカウントの友だちとなっているユーザーの年齢層・性別・地域などのみなし属性情報を判別し、特定のみなし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。

### 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。

### A/Bテストを作成

作成した複数のバリエーションを指定した割合のユーザーに配信してメッセージの効果検証を行います。例えばターゲットリーチの20%を対象に4つのメッセージ（1つのメッセージにつき5%ずつ）を配信して効果比較を行い、最も効果が高かったメッセージを選択してテスト対象外のユーザーに配信することも可能です。

※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により機能が利用できない場合があります。

# [補足]メッセージの投稿カウント方法

CMS配信では1メッセージ配信で、同時配信に限り最大3吹き出しの利用が可能です。

The image shows a screenshot of a LINE chat conversation with 'Brown Cafe'. The chat interface includes a header with the name 'Brown Cafe', a search icon, and a menu icon. The message content is as follows:

- Callout 1: 1吹き出し (1 Callout)
- Callout 2: 1吹き出し (1 Callout)
- Callout 3: 1吹き出し (1 Callout)
- Main Message: 今だけ。コーヒー1杯200円で提供中！！ (Only today. Coffee 1 cup 200 yen special!!) with a subtext: 期間限定 (10/29-11/3) (Limited Time (10/29-11/3)).

A green box on the right side of the screenshot is labeled '1配信' (1 Delivery).

# 機能紹介 (1)

## タイムライン (投稿)

テキストや画像で記事を作成し、投稿ができます。ユーザーは投稿に「いいね」や「コメント」をつけることができるため、ユーザーとのコミュニケーションの場として活用が可能です。共有された情報は、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。

※追加料金不要で無制限に配信可能です。

※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。



## 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、メッセージを送ることなくユーザーにアカウントの概要やメリットを伝えることが可能です。



## 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。



## AI応答メッセージ

ユーザーから話しかけられた内容について、カテゴリで判別し定められたメッセージを自動的に返信します。簡易的なサービスサポートなどへの活用が可能です。

※チャット機能での利用となります。



# 機能紹介 (2)

## 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めます。



## 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。縦型/横型/正方形など、さまざまな動画形態に対応しており、縦型動画ならトーク画面を専有するリッチな動画表現が可能となります。遷移先を設定することで、動画視聴を経たユーザーを外部サイトに誘導することも可能です。



## カードタイプメッセージ

カルーセル形式で複数枚のカードを配信できるメッセージフォーマットです。4種類のカードタイプを元に情報を入力することで、整理されたレイアウトのメッセージを簡単に作成できます。



## リッチメニュー

LINE公式アカウントのトークを訪れた際、画面下部に大きく開くメニューです。メニュー内をタップすると、外部サイトへの誘導や事前に設定したキーワードの送信などを促すことが可能です。



# 機能紹介 (3)

## クーポン

LINE上で使用できるクーポンを作成できます。作成したクーポンはメッセージ・タイムライン・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や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。ユーザーにポイントを付与するためのQRコードは管理画面から取得できます。

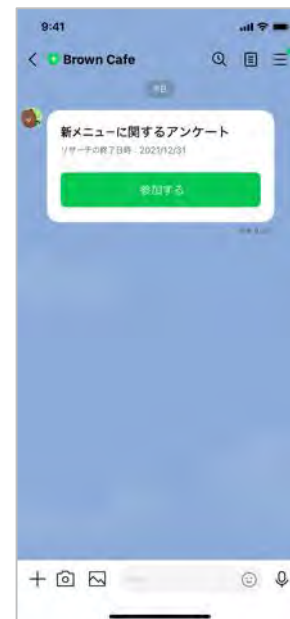
※QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です。



## リサーチ

LINE上で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リサーチを作成できます。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。

※利用プランにより、一部設定できない機能があります。



## アカウント満足度調査

アカウントを運営するにあたり、エンドユーザーの満足度を定期的に指標化する仕組みです。定期的に調査を実施することにより、可視化したエンゲージメントをデータとして確認することが可能です。





# 機能紹介 (4)

## 友だち追加

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。

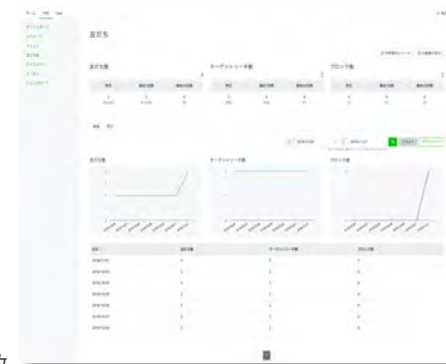


## 分析

メッセージ、友だち数、タイムラインなどの統計情報の確認が可能です。

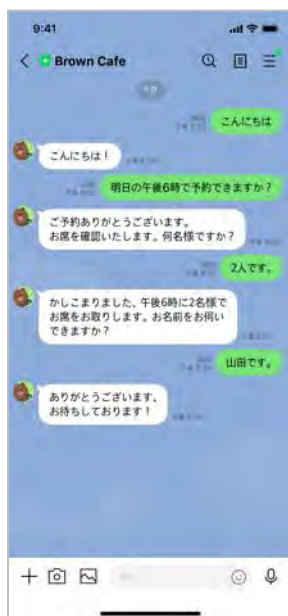
### 例) メッセージ配信で確認可能な指標

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。



## 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。複数のプラグインを利用して、より効果的な情報公開が可能です。



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

# 機能紹介 (5)

## 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。

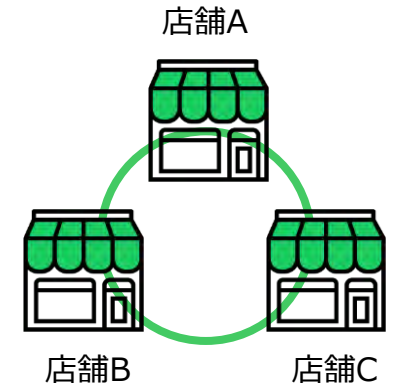
計測したいWebサイトに指定のタグを設置することで、LINE公式アカウントの友だちがとった行動 (「購入」や「会員登録」など) を計測することが可能です。



## 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を一括で同じメニューの設定が可能になります。

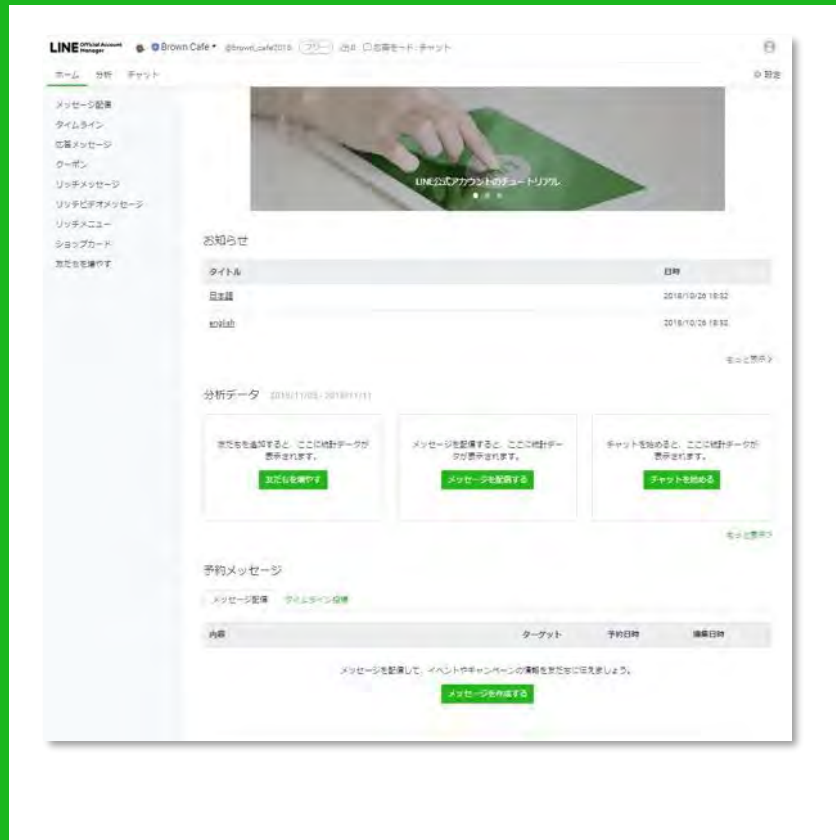
※一部メニューのみ



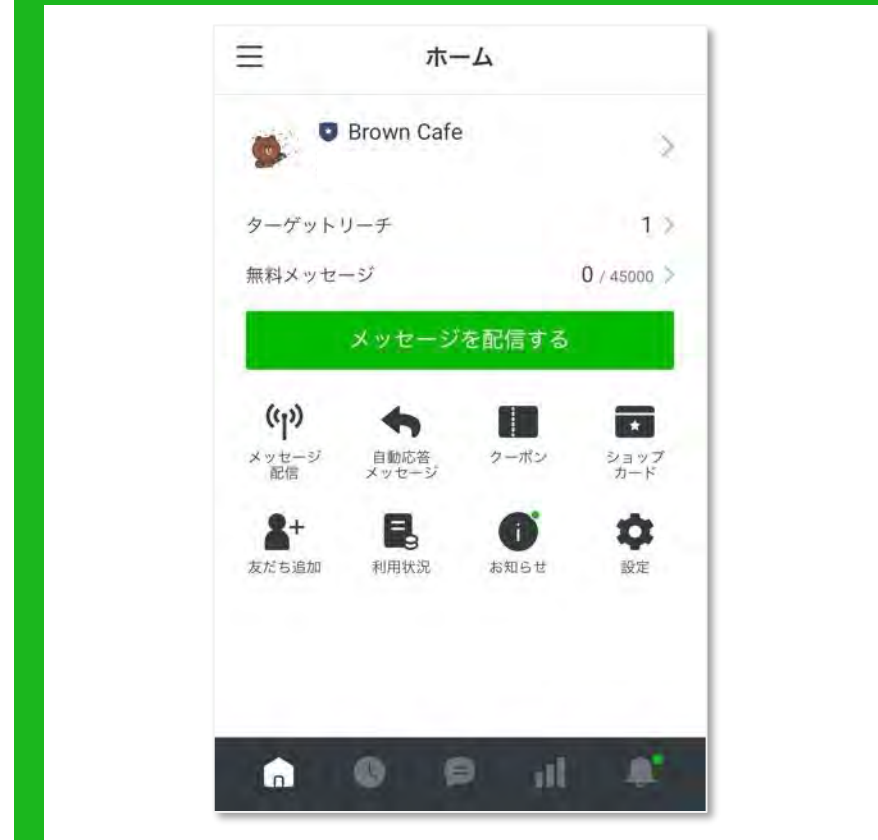
# LINEの管理画面(LINE Official Account Manager)

LINEでは、用途や利用シーンに合わせて、Web版、アプリ版の管理画面をご用意しております。

Web版



アプリ版





# LINE Official Account Manager 機能別比較表

## 機能別

	Web版	アプリ版
メッセージの配信	●	●
タイムライン投稿	●	●
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	●	×
LINE Tagの発行	●	×
アカウントのグループ化	●	×

# 料金プランについて

どなたでもご利用しやすい、シンプルな料金プランです。プランによって、利用できる機能の制限はございません。

## 料金プラン（税別）

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数/月	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ従量料金	不可	5円/通	~3円/通 (追加メッセージ料金テーブル後述)

### ※注意点

友だち数、プランに応じて機能差はなく、メッセージの配信通数に応じた従量課金プランが基本構成です。

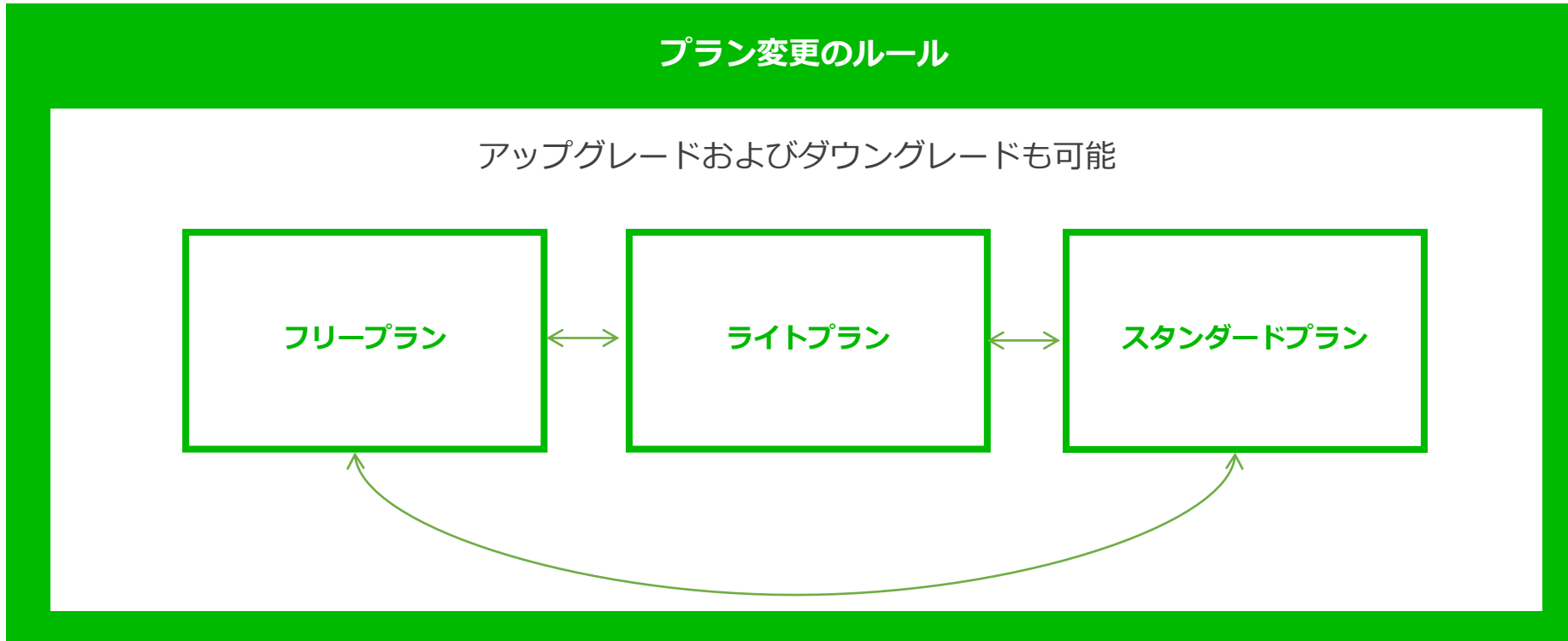
配信メッセージ単価は、一斉配信、セグメント配信、API経由でのメッセージ配信のいずれにかかわらず一律です。

タイムライン投稿は無料です。

本料金はLINE公式アカウント利用料であり、運用費、クリエイティブ費などは含まれておりません。

# 料金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、ダウングレードも月単位で対応可能で、広告主様の利用ニーズにあわせてご利用いただけます。



**※プラン変更の詳細ルール**

月中反映：フリープラン → ライトプラン or スタンダードプラン

※プラン変更後はフリープラン時に当月配信したメッセージ数もカウントされています。

翌月反映：ライトプラン → スタンダードプラン or フリープラン  
スタンダードプラン → ライトプラン or フリープラン

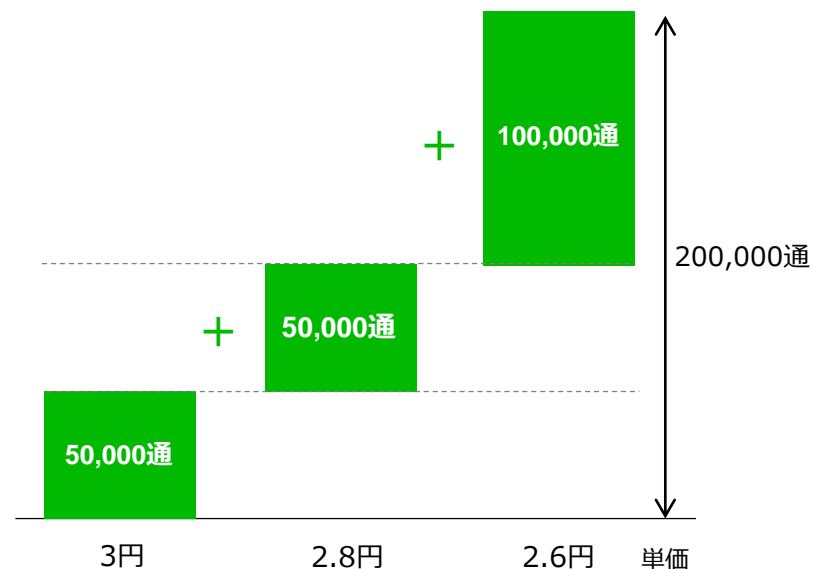
# スタンダードプラン追加メッセージ 料金テーブル

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  
 $(50,000\text{通} \times 3\text{円}) + (50,000\text{通} \times 2.8\text{円}) + (100,000\text{通} \times 2.6\text{円})$   
**=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。

# 有料プラン変更月 料金表 (ライトプラン)

フリープランからライトプランに変更された場合、変更月は日割り料金となります。  
月額費用と無料メッセージ数が変更日に応じて変動いたします。

開始日	31日		30日		29日		28日	
	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数
1日	¥5,000	15,000	¥5,000	15,000	¥4,833	14,500	¥4,666	14,000
2日	¥5,000	15,000	¥4,833	14,500	¥4,666	14,000	¥4,500	13,500
3日	¥4,833	14,500	¥4,666	14,000	¥4,500	13,500	¥4,333	13,000
4日	¥4,666	14,000	¥4,500	13,500	¥4,333	13,000	¥4,166	12,500
5日	¥4,500	13,500	¥4,333	13,000	¥4,166	12,500	¥4,000	12,000
6日	¥4,333	13,000	¥4,166	12,500	¥4,000	12,000	¥3,833	11,500
7日	¥4,166	12,500	¥4,000	12,000	¥3,833	11,500	¥3,666	11,000
8日	¥4,000	12,000	¥3,833	11,500	¥3,666	11,000	¥3,500	10,500
9日	¥3,833	11,500	¥3,666	11,000	¥3,500	10,500	¥3,333	10,000
10日	¥3,666	11,000	¥3,500	10,500	¥3,333	10,000	¥3,166	9,500
11日	¥3,500	10,500	¥3,333	10,000	¥3,166	9,500	¥3,000	9,000
12日	¥3,333	10,000	¥3,166	9,500	¥3,000	9,000	¥2,833	8,500
13日	¥3,166	9,500	¥3,000	9,000	¥2,833	8,500	¥2,666	8,000
14日	¥3,000	9,000	¥2,833	8,500	¥2,666	8,000	¥2,500	7,500
15日	¥2,833	8,500	¥2,666	8,000	¥2,500	7,500	¥2,333	7,000
16日	¥2,666	8,000	¥2,500	7,500	¥2,333	7,000	¥2,166	6,500
17日	¥2,500	7,500	¥2,333	7,000	¥2,166	6,500	¥2,000	6,000
18日	¥2,333	7,000	¥2,166	6,500	¥2,000	6,000	¥1,833	5,500
19日	¥2,166	6,500	¥2,000	6,000	¥1,833	5,500	¥1,666	5,000
20日	¥2,000	6,000	¥1,833	5,500	¥1,666	5,000	¥1,500	4,500
21日	¥1,833	5,500	¥1,666	5,000	¥1,500	4,500	¥1,333	4,000
22日	¥1,666	5,000	¥1,500	4,500	¥1,333	4,000	¥1,166	3,500
23日	¥1,500	4,500	¥1,333	4,000	¥1,166	3,500	¥1,000	3,000
24日	¥1,333	4,000	¥1,166	3,500	¥1,000	3,000	¥833	2,500
25日	¥1,166	3,500	¥1,000	3,000	¥833	2,500	¥666	2,000
26日	¥1,000	3,000	¥833	2,500	¥666	2,000	¥500	1,500
27日	¥833	2,500	¥666	2,000	¥500	1,500	¥333	1,000
28日	¥666	2,000	¥500	1,500	¥333	1,000	¥166	500
29日	¥500	1,500	¥333	1,000	¥166	500		
30日	¥333	1,000	¥166	500				
31日	¥166	500						

※全て税別表記です。

※1日に予約購入を行った場合も日割り料金となります。

# 有料プラン変更月 料金表（スタンダードプラン）

フリープランからスタンダードプランに変更された場合、変更月は日割り料金となります。  
月額費用と無料メッセージ数が変更日に応じて変動いたします。

開始日	31日		30日		29日		28日	
	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数	月額費用	無料メッセージ数
1日	¥15,000	45,000	¥15,000	45,000	¥14,500	43,500	¥14,000	42,000
2日	¥15,000	45,000	¥14,500	43,500	¥14,000	42,000	¥13,500	40,500
3日	¥14,500	43,500	¥14,000	42,000	¥13,500	40,500	¥13,000	39,000
4日	¥14,000	42,000	¥13,500	40,500	¥13,000	39,000	¥12,500	37,500
5日	¥13,500	40,500	¥13,000	39,000	¥12,500	37,500	¥12,000	36,000
6日	¥13,000	39,000	¥12,500	37,500	¥12,000	36,000	¥11,500	34,500
7日	¥12,500	37,500	¥12,000	36,000	¥11,500	34,500	¥11,000	33,000
8日	¥12,000	36,000	¥11,500	34,500	¥11,000	33,000	¥10,500	31,500
9日	¥11,500	34,500	¥11,000	33,000	¥10,500	31,500	¥10,000	30,000
10日	¥11,000	33,000	¥10,500	31,500	¥10,000	30,000	¥9,500	28,500
11日	¥10,500	31,500	¥10,000	30,000	¥9,500	28,500	¥9,000	27,000
12日	¥10,000	30,000	¥9,500	28,500	¥9,000	27,000	¥8,500	25,500
13日	¥9,500	28,500	¥9,000	27,000	¥8,500	25,500	¥8,000	24,000
14日	¥9,000	27,000	¥8,500	25,500	¥8,000	24,000	¥7,500	22,500
15日	¥8,500	25,500	¥8,000	24,000	¥7,500	22,500	¥7,000	21,000
16日	¥8,000	24,000	¥7,500	22,500	¥7,000	21,000	¥6,500	19,500
17日	¥7,500	22,500	¥7,000	21,000	¥6,500	19,500	¥6,000	18,000
18日	¥7,000	21,000	¥6,500	19,500	¥6,000	18,000	¥5,500	16,500
19日	¥6,500	19,500	¥6,000	18,000	¥5,500	16,500	¥5,000	15,000
20日	¥6,000	18,000	¥5,500	16,500	¥5,000	15,000	¥4,500	13,500
21日	¥5,500	16,500	¥5,000	15,000	¥4,500	13,500	¥4,000	12,000
22日	¥5,000	15,000	¥4,500	13,500	¥4,000	12,000	¥3,500	10,500
23日	¥4,500	13,500	¥4,000	12,000	¥3,500	10,500	¥3,000	9,000
24日	¥4,000	12,000	¥3,500	10,500	¥3,000	9,000	¥2,500	7,500
25日	¥3,500	10,500	¥3,000	9,000	¥2,500	7,500	¥2,000	6,000
26日	¥3,000	9,000	¥2,500	7,500	¥2,000	6,000	¥1,500	4,500
27日	¥2,500	7,500	¥2,000	6,000	¥1,500	4,500	¥1,000	3,000
28日	¥2,000	6,000	¥1,500	4,500	¥1,000	3,000	¥500	1,500
29日	¥1,500	4,500	¥1,000	3,000	¥500	1,500		
30日	¥1,000	3,000	¥500	1,500				
31日	¥500	1,500						

※全て税別表記です。

※1日に予約購入を行った場合も日割り料金となります。

# プレミアムIDについて

アカウントが開設された際、LINE内のID検索で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としてご提供いたします。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。

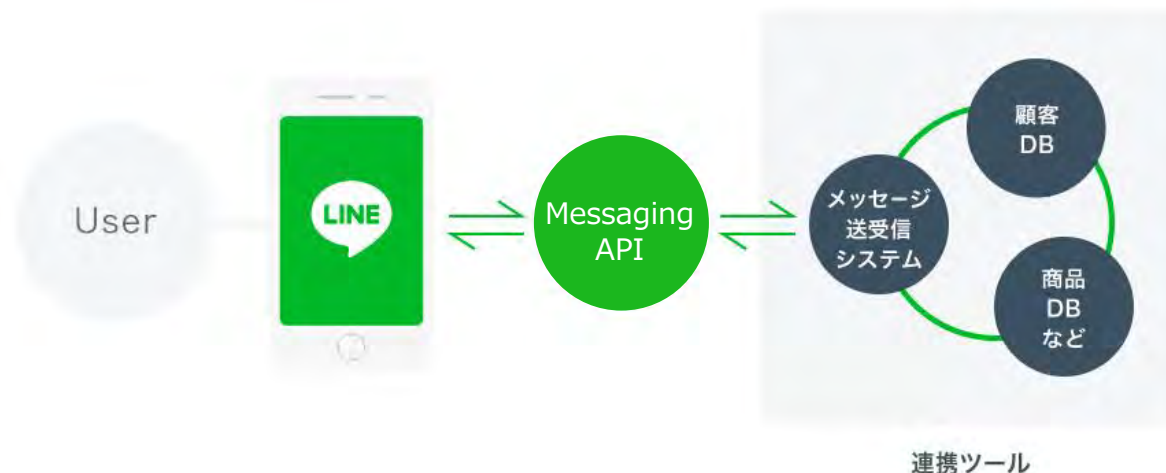
プレミアムID料金		
概要	ベーシックID	プレミアムID
料金	0円	100円（税別）/月額 または 1,200円（税別）/年額 ※購入経路によって料金形態が異なります。 ※iOSアプリからご購入いただく場合、価格・取引条件が異なりますので購入前にご確認ください。
フォーマット	@ + 3桁数字 + 5桁英字（ランダム）	@ + 指定文字列（@を除き4文字以上18字以内。大文字使用不可。半角英数字と、「.」「_」「-」の記号のみご利用いただけます）
内容	LINE公式アカウント開設時に自動発行	プレミアムIDの費用お支払いにより取得可能
備考	ランダムな英数字の組み合わせとなります。	重複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

## Messaging APIとは

Messaging APIをご利用いただくことで、LINE公式アカウントと友だちになっているユーザーに対し、パーソナライズ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を行うことができます。LINEが提供しているAPIと企業のシステムをつなげることで利用することができます。APIのご利用については、システムの自社開発をせずに、パートナー企業が提供するツールの導入を行っていただくことが可能です。



## Messaging API(一部)を管理画面上で利用申し込みが可能に

管理画面上でMessaging APIを有効化することが可能です。Messaging APIの詳細については、[LINE Developers](#)をご参照ください。※当社が定める審査基準によって、ご利用いただけない場合がございます。





# LINEログインを活用したID連携促進

LINEログインをソーシャルログインとしてご利用いただくことで、

①ID連携の促進、②アカウントの友だち追加数増加、③新規会員登録率の向上が見込めます。



【LINEログインの概要】

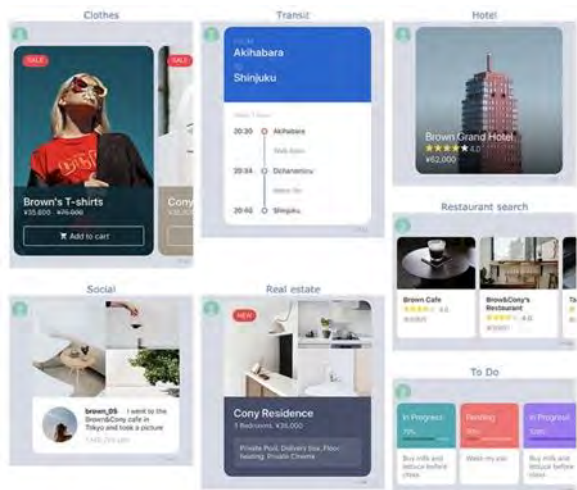
<https://developers.line.me/ja/docs/line-login/overview/>

# 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。

## 自由なレイアウトのメッセージ

Flex Messageは、複数の要素を組み合わせることでレイアウトを自由にカスタマイズできるメッセージです。柔軟に文字のサイズや色を変更したり、メッセージの途中やヘッダー部分に任意の画像を組み込むなどのレイアウトも可能です。



## ユーザーに合わせたリッチメニュー

リッチメニューはカスタマイズして使うメニューで、ユーザーが簡単にアカウント内の機能を利用できるように、トーク画面に表示するものです。メニュー項目をカスタマイズして、さまざまなアクションに対応ができます。



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、2021年1～6月期となります。2021年4～6月のスポンサードスタンプのエントリーについては別途ご案内させていただきます。

		2021年						
スタンプ ショップ枠掲載	スタンプ種類	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
枠掲載あり商品	<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> </ul>				2020年12月に事前エントリーご案内 2021年1月に販売開始予定			
					※別途資料をご案内いたします			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CPDスタンプ（従量課金型）</li> </ul>	ご案内中						
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（従量課金型）</li> </ul>				2020年12月に事前エントリーご案内 2021年1月に販売開始予定			
					※別途資料をご案内いたします			

# プロモーションスタンプ実施時のルール

本サービスは、LINE公式アカウント開設の有無にかかわらずご利用いただけます。本ガイドラインの対象となるのは、下記のお客さまです。LINE公式アカウントを開設している、または予定しているお客さまについては、アカウントのプランによって実施いただける内容が以下の表のとおり異なります。LINE公式アカウント未開設のお客さまについては、本ガイドラインの定めを準用し、当社所定の審査のうえ、実施可能なメニューをお知らせいたします。

プラン名	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
説明	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。	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。	個人、法人問わず、誰でも取得できるアカウントです。基本機能は認証済み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。
スタンプ実施	○	○	×
スタンプショップ掲載	○	○	×
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>・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（従量課金型スタンプ）</li> <li>・CPDミッションスタンプ（従量課金スタンプ）</li> </ul>	<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>・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（従量課金型スタンプ）</li> <li>・CPDミッションスタンプ（従量課金スタンプ）</li> </ul>	×

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

# 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
- ・LINEスタンプとは、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。喜怒哀楽や様々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

弊社制作。LINE利用時にデフォルトで登録されている無料スタンプ

### 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  
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

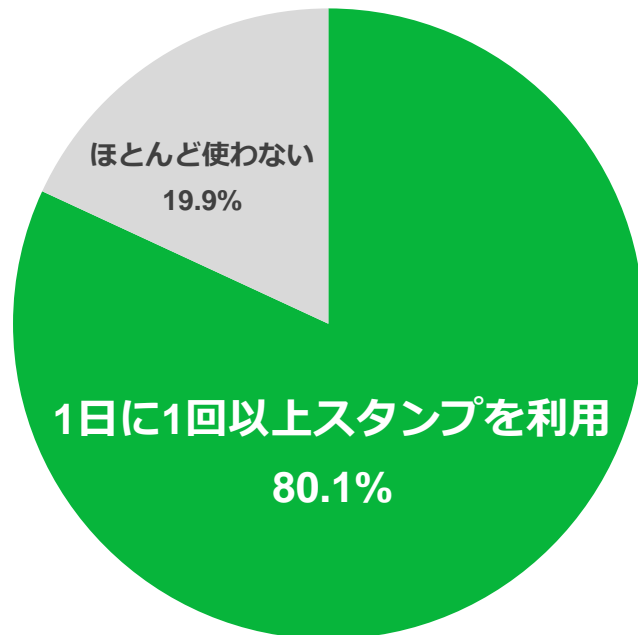
# LINEスタンプ-毎日5,900万人が利用するコミュニケーション手段

スタンプを「毎日利用する」と回答するユーザーは約80%です。

毎日、LINEユーザーのうち約5,900万人がスタンプを活用したコミュニケーションを行っています。

## 1日に1回以上送信するユーザー

約80%が毎日スタンプを送信 ※1



## 1日の利用人数

1日のスタンプ利用者数

約5,900万人 ※2

1日に日本の人口の50%弱が使う  
コミュニケーション手段へと成長

出典※1 調査機関：マクロミル・インターネット調査(2020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)

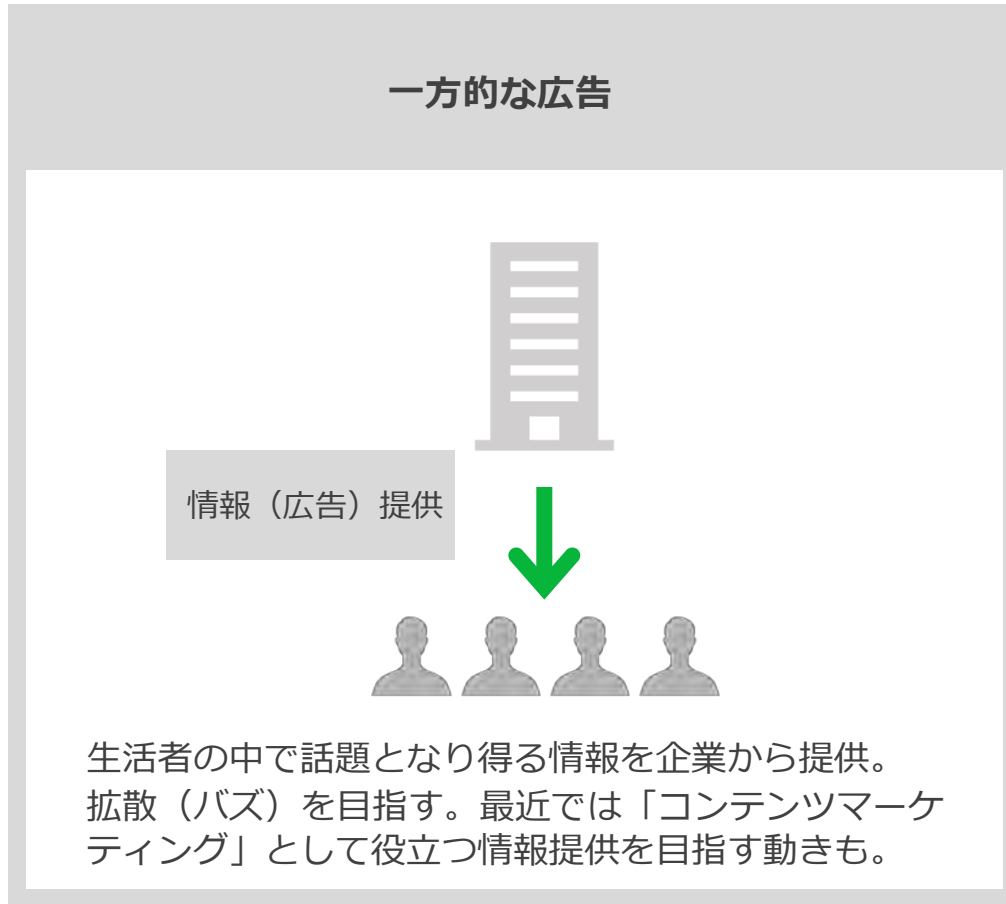
出典※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,600万人×LINE DAU/MAU比率85%×毎日1回以上スタンプを利用するユーザー



# 無視されず、進んで使われる広告

## 「見る」広告から「使ってもらえる」広告へ

友だちとのコミュニケーションツールとして、スタンプを使用することができます。  
ユーザー同士でスタンプを送り合うことでさらに伝播します。



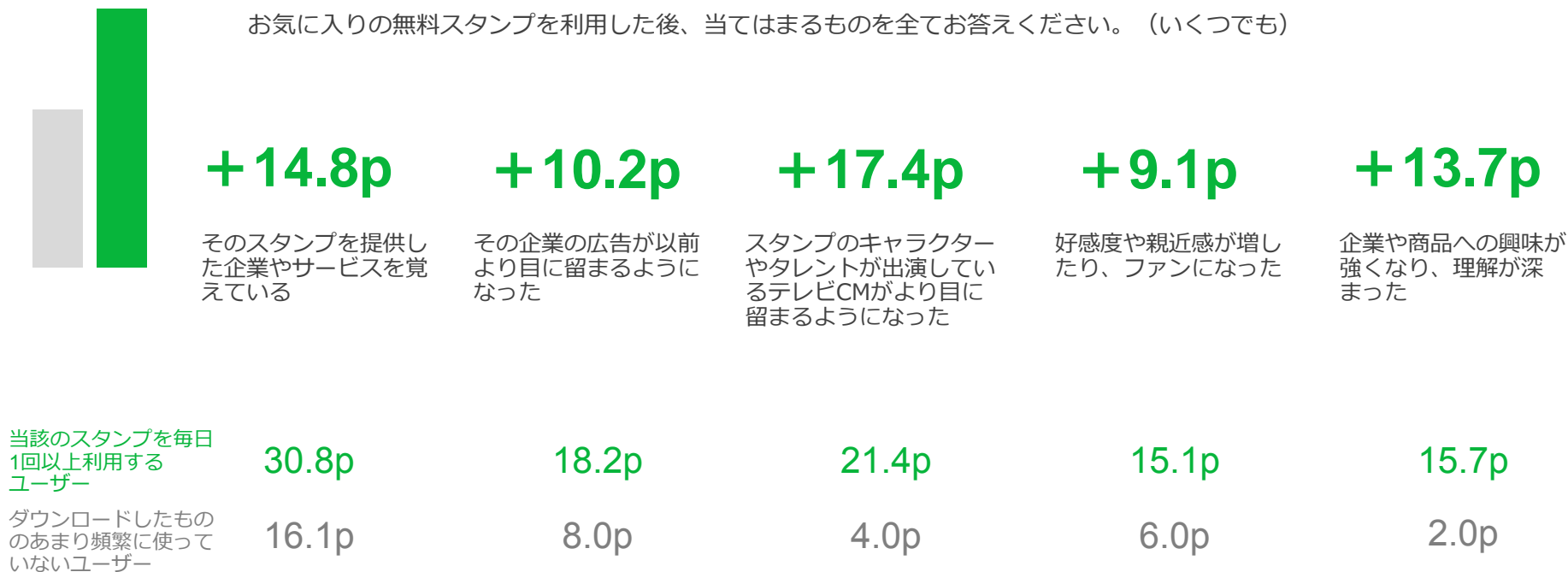
# LINEスタンプの利用がもたらす広告効果

## スタンプをきっかけに“企業・ブランドのファン化”を実現

スタンプが利用されるほど、企業・ブランドを認知し、企業のファンとなるユーザーが増えます。

### スタンプの利用がブランド認知・ファン化に貢献

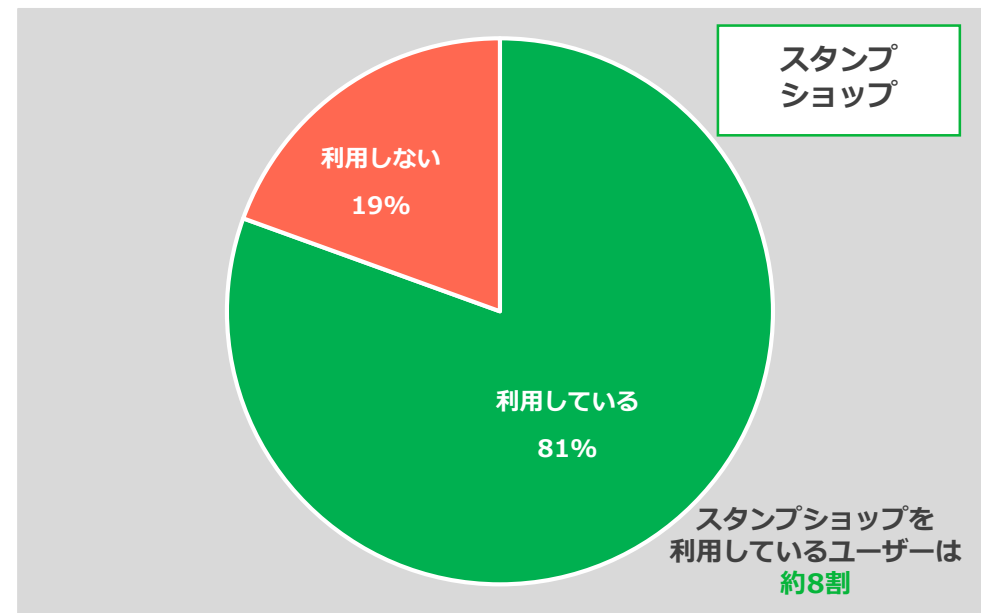
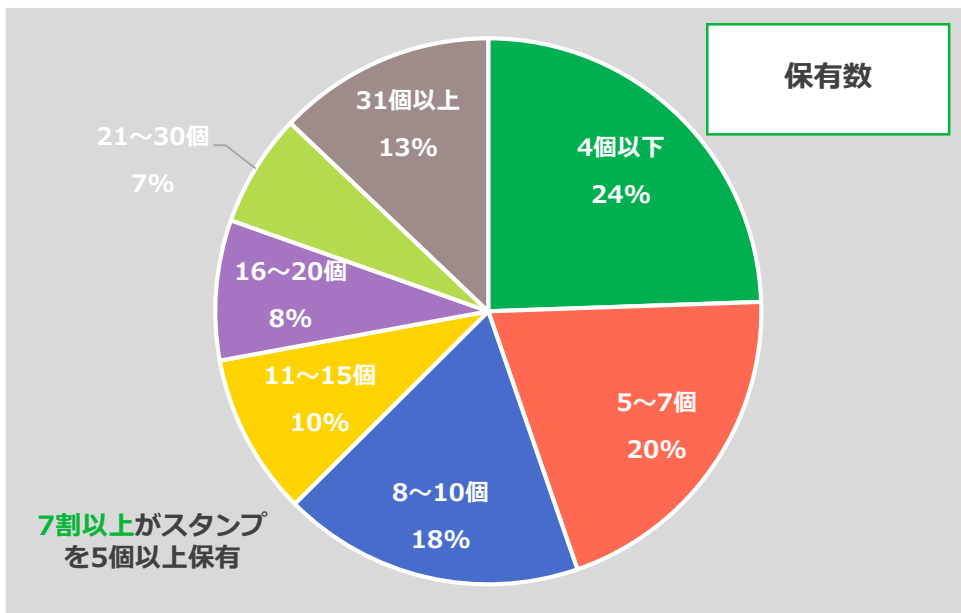
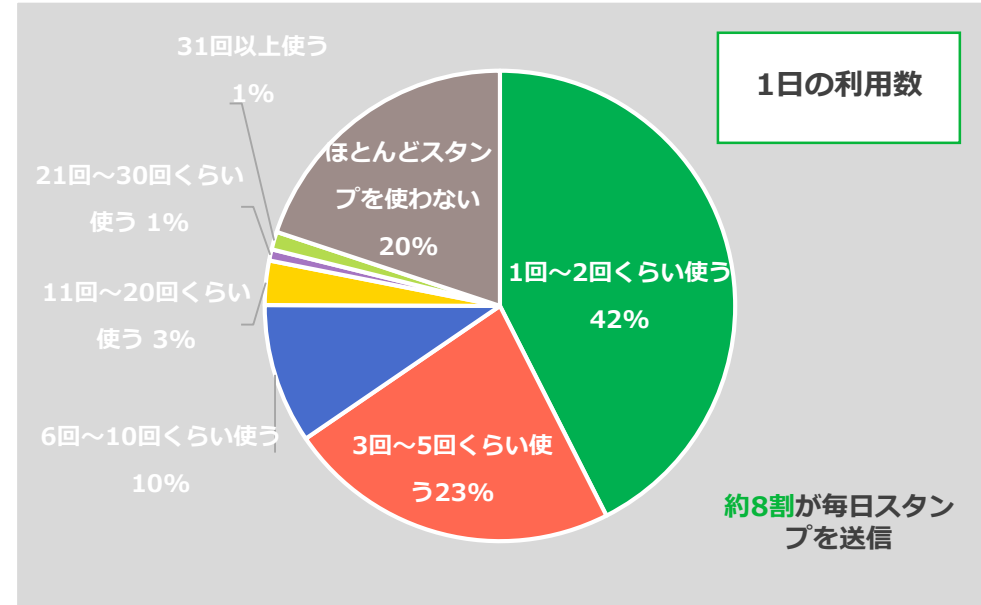
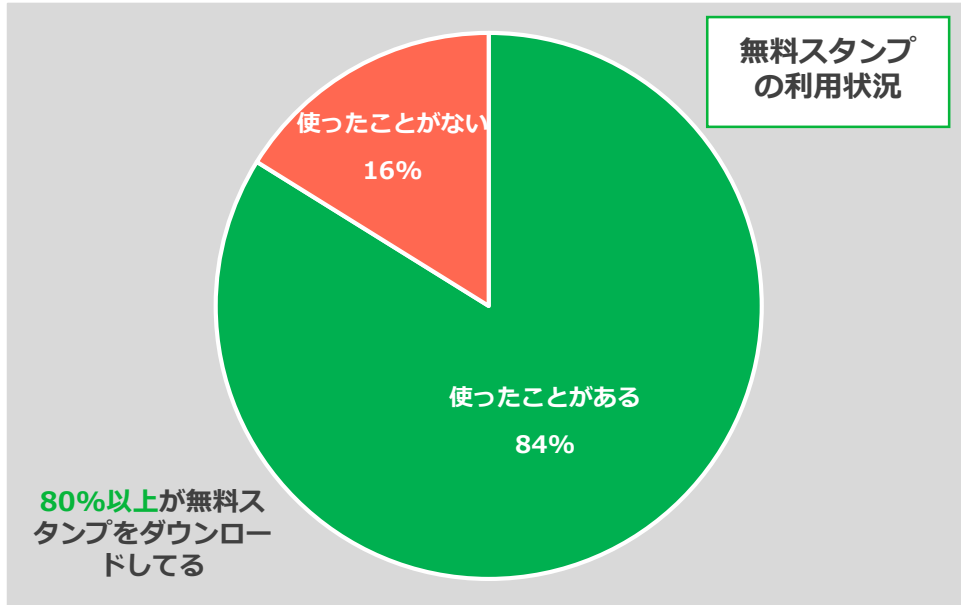
お気に入りの無料スタンプを利用した後、当てはまるものを全てお答えください。(いくつでも)



出典：2020年3月実施・外部調査

調査機関：マクロミル(2020年3月実施/全国12~59歳のLINEユーザーを対象 サンプル数1,447)

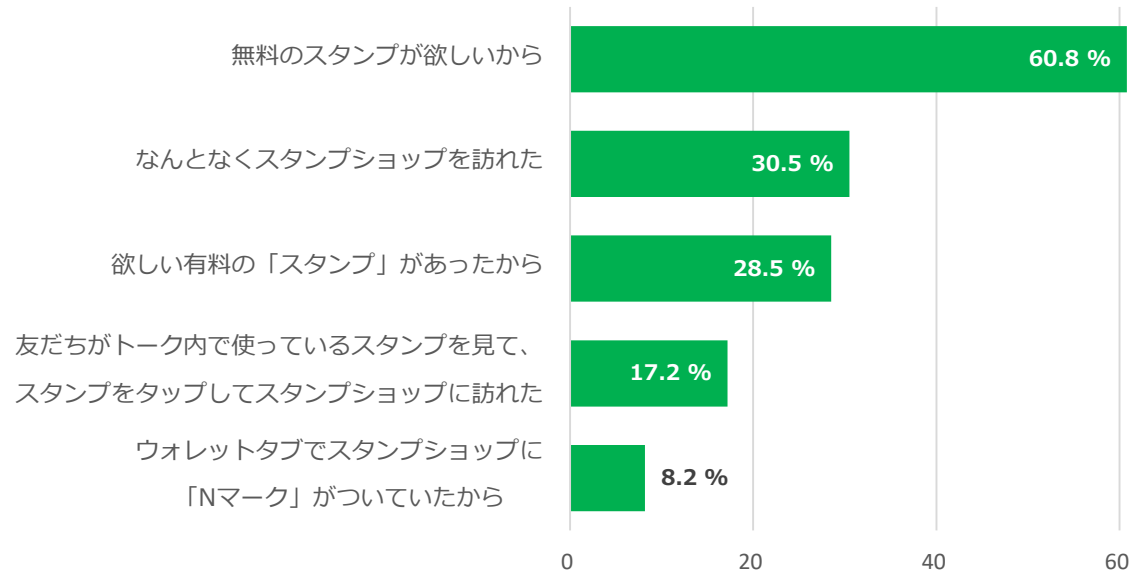
# LINEスタンプ利用データ



# スタンプダウンロードによる態度変容

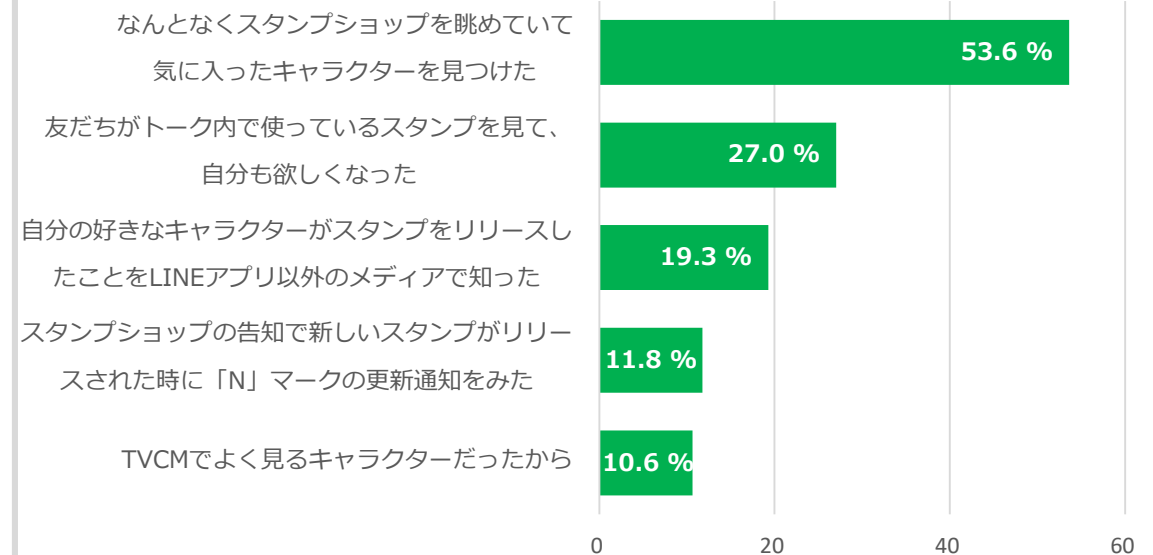
## スタンプショップを訪れる理由 (複数回答)

無料スタンプがほしいユーザーがほとんど



## DLのきっかけ (複数回答)

スタンプショップでの告知とクチコミが有効



調査機関：マクロミル・インターネット調査(2020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スタンプの種類と枠数

2021年1-3月期は、下記の枠数と価格で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投稿可能となります。

	対象枠	枠数	種類	エントリー/オープン価格	
				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
			CPDスタンプ(スタンプショップ掲載あり)	600～	-
			CPDミッションスタンプ(スタンプショップ掲載あり)	900～	-
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～ (ネット)	-
			CPDミッションスタンプ(スタンプショップ掲載なし)	500～ (ネット)	-

## ご注意

- ※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」として投稿可能です。
- ※レポートは、ダウンロード期間中の週1回及び利用期間終了後の最終版1回となります。
- ※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。

※単位は万円です。表示は税別です。

# 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)、ダイレクトスタンプの基本機能は、静止画8点/16点でご提供します。

また、これらのスタンプにはアニメーション、サウンド、ポップアップ、カスタムなどの追加オプションをご提供します。

オプション項目	価格	制作期間目安
アニメーション利用	+ 500	2~3カ月
サウンド利用	+ 500	2~3カ月
ポップアップ利用	+ 500	2~3カ月
カスタム利用	+ 500	3カ月
メッセージ利用	+ 500	3カ月
BIG利用	+ 500	2か月
エフェクト利用	+ 500	3カ月
アニメーション・サウンド利用	+ 1,000	2~3カ月
ポップアップ・サウンド利用	+ 1,000	2~3カ月

**ご注意** サウンド機能において、利用する楽曲が楽曲管理団体に登録されている場合、  
広告主様負担にて別途費用が発生いたします。詳しくは営業担当にお問い合わせください。

※単位は万円です。表示は税別です。

# オプション機能①

## アニメーション・サウンド機能

アニメーション機能の活用で、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。

サウンド機能の活用では日常会話で利用されるようなセリフやフレーズを表現することができます。



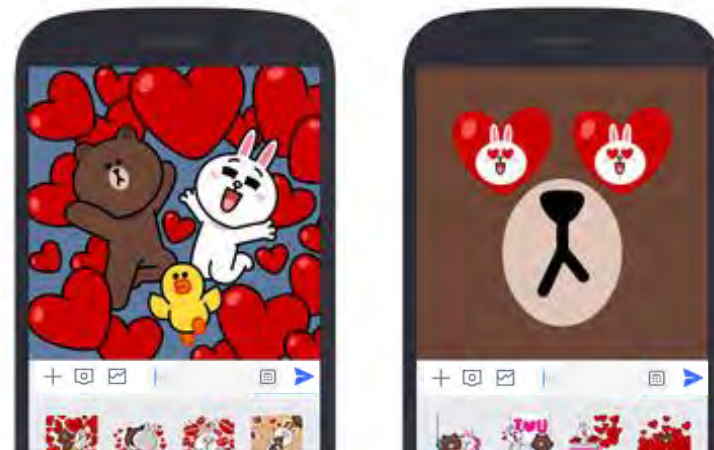
ご注意

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。

## ポップアップ機能

スマートフォンの画面全体を使って飛び出す大型のアニメーション機能です。最初に届いたとき（受信時）と、その後タップしたとき（トーク画面でのタップ時）に、LINEのトーク画面全部を使って動き出します。

これまでのアニメーションスタンプに比べ、感情や状況をよりダイナミックに演出することが可能になります。



ご注意

バージョン6.3.0 以上（6.3.0未満のLINEで受信した場合、静止画のスタンプが表示されます）



# 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  
ダウンロード可能に



※後からの変更も可能です



何度でも繰り返し変更可能



- ①スタンプを長押し  
または
- ②スタンプ選択欄より、何度でも変更可能

※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がございます。

※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。

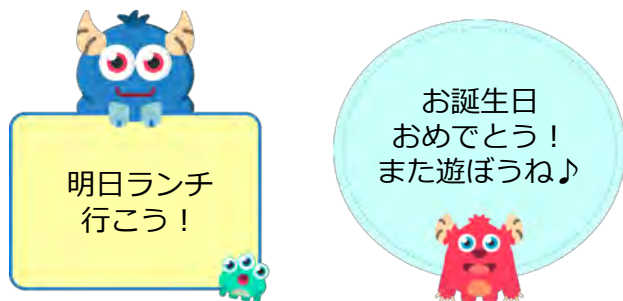
# オプション機能③

## メッセージスタンプ

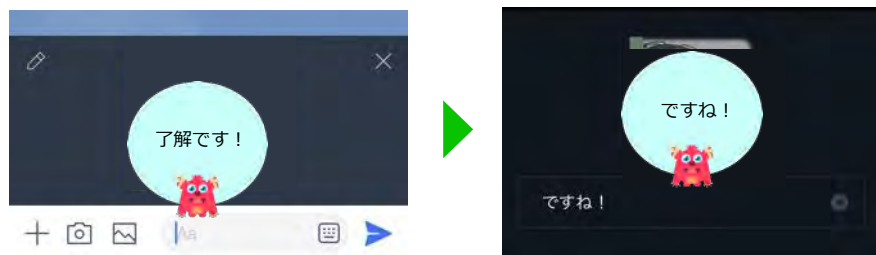
名前やニックネーム、短文から最大100文字までの長文テキストを自由に入力して使える、スタンプのオプション機能です。ユーザーが何度も繰り返しテキストをカスタマイズできるため、スタンプ単体でのメッセージコミュニケーションが可能となります。

### メッセージスタンプ

1. LINEのメッセージのような長文を設定できる



2. スタンプクリエイティブ別にテキストを設定可能



### スタンプショップで掲載



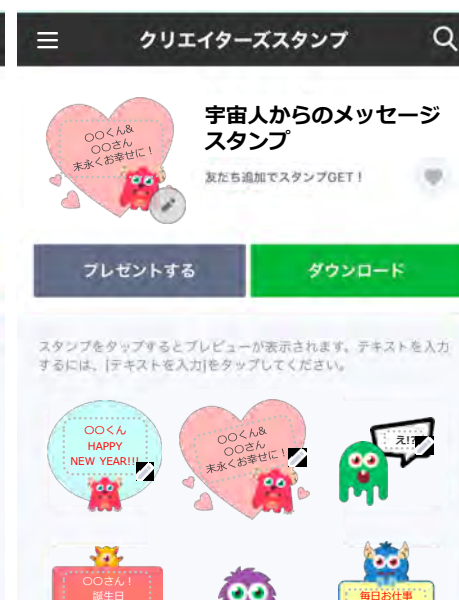
LINEアプリ内のスタンプショップ上で告知

### 友だち追加&ダウンロード



ダウンロード前にプレビュー機能で確認することも可能

### メッセージを設定



## オプション機能④

### BIGスタンプ

通常の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

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。



# LINEクリエイターズスタンプ

LINEでは、オリジナルスタンプを、世界中のLINEユーザーに販売することができる取り組み「LINE Creators Market」を展開しています。「LINE Creators Market」には、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加しています。人気上位や新進気鋭のクリエイターのなかから、広告タイアップ可能なクリエイターおよびキャラクターをピックアップし、貴社オリジナルのスタンプを制作することができます。

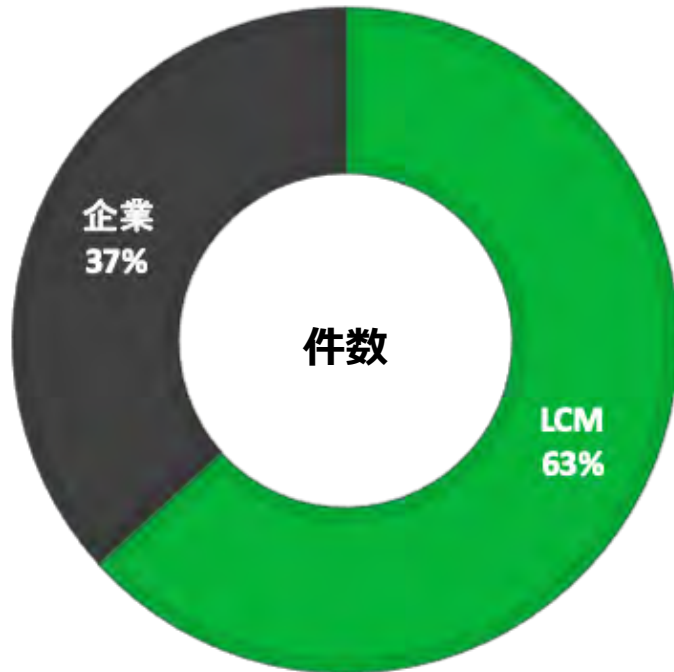
## LINEクリエイターズの例 (五十音順)

アグリム	endo	おつう	さいきたむむ	ジェリーフィッシュ
				
かわいい主婦の1日	うさぎ帝国	だいふく	ともだちはくま	ゲスクマVS毒舌あざらし
chococo	ナガノ	mame&co	Miho Kurosu	ヨッシースタンプ
				
ゆるうさぎ	自分ツッコミくま	うるせえトリとまるいの	敬語くまさん	うさぎ100%

# クリエイターコラボと企業制作の比較

## 案件比

企業制作よりも、クリエイターコラボでの実施が全体の**約7割弱**を占める。



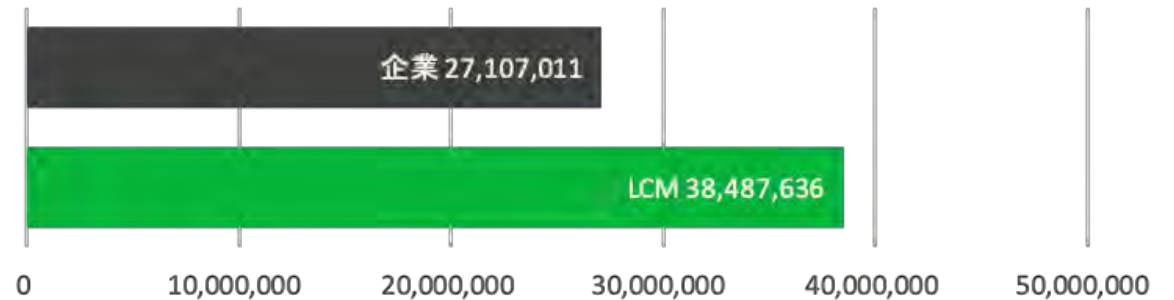
## DL数

クリエイターコラボでのDL数は、企業制作よりも**約70万DL多い**。



## 利用数

クリエイターコラボのスタンプ利用数は、企業制作よりも**1.4倍多い**。



※集計期間：2020年1～6月リリース分、LCM…LINE Creators Market



# LINEクリエイターズスタンプ価格プラン

クリエイターズスタンプの制作費は、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、別途特急料金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週間
特急料金	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	通常料金 + 80万円 (Net金額)	通常料金 + 160万円 (Net金額)
【アニメーション】クリエイター作業日が14営業日以下	通常料金 + 160万円 (Net金額)	通常料金 + 320万円 (Net金額)

※単位は万円です。表示は税別です。

媒体費および制作費のご発注タイミングは、クリエイター決定後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。

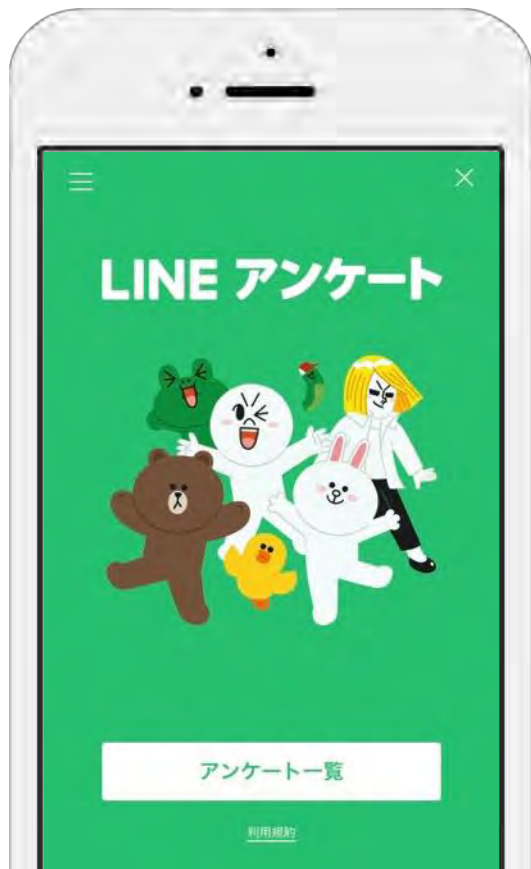
※アニメーション制作では、クリエイター作業日が9営業日以下、または、全体スケジュールが15営業日以下の場合はお受けできません。

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。

# LINEリサーチ 広告効果測定調査パッケージ

「LINE Research Platform」の広告効果測定調査パッケージで、連動LINE公式アカウント友だち追加後のLINE公式アカウントユーザーに対するプロフィール調査を実施いただけます。  
LINEスタンプ経由で貴社LINE公式アカウントと友だちになったユーザーの詳細なプロフィール情報や、態度変容などもログデータベースで調査可能です。

※性/年代/居住地/未既婚等の基本プロフィールは登録情報を使用するためデフォルトのレポート項目に含まれます。



## スタンプ調査

ユーザーがスタンプダウンロード後に、態度・意識変容どのようなユーザー。自社キャラクター認知度なども調査次回以降に役立つことも可能です。

### 【設問例】

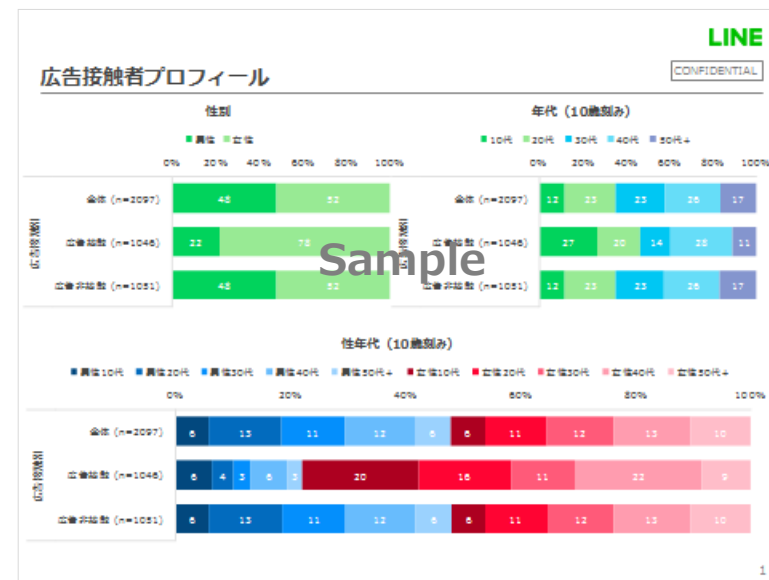
- ・スタンプダウンロードのきっかけ
- ・スタンプ利用相手
- ・態度・意識変容
- ・キャラクター認知・好意度

## LINE公式アカウント調査

どのようなユーザーが自社アカウントと友だちになっているかを調査することができます。

### 【設問例】

- ・自社に関する調査
- ・公式アカウントフォロー後の態度変容
- ・メッセージ配信ニーズ
- ・自社および競合サービス比較調査



※ログベースのリサーチをスポンサースタンプ配信後に行います。他社のログは利用できません。  
※報告書とクロス表をご提出します。ローデータのご提供はいたしかねます。  
※詳細は別途ご提供する「LINE リサーチ 広告効果測定パッケージ」媒体資料をご参照ください。



# スポンサードスタンプ

# 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内のスタンプショップ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。

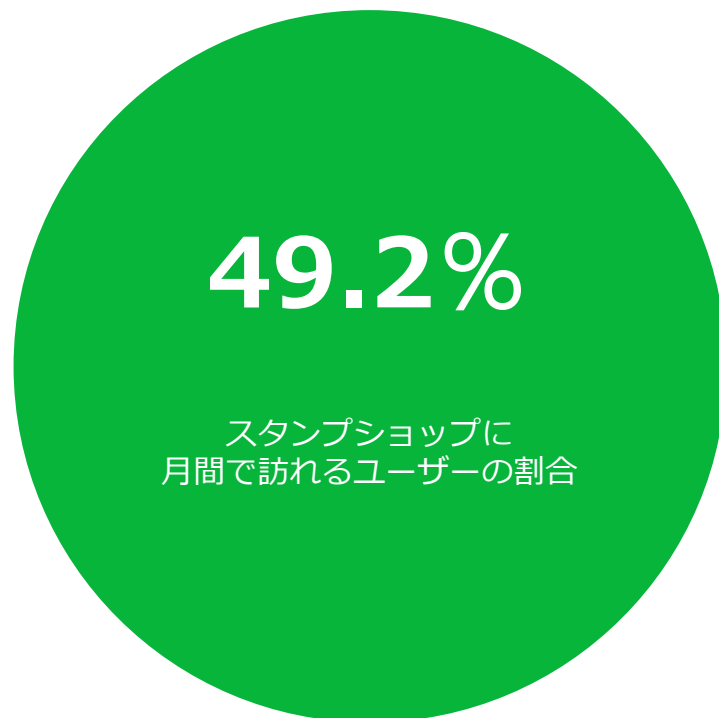


# スタンプショップの月間利用ユーザー/利用デモグラ

LINEユーザーの約50%が、毎月一度は訪問するLINEでも有数の集客力を持つメディアです。LINEアプリ同様に、幅広い世代に使われていることが特長です。

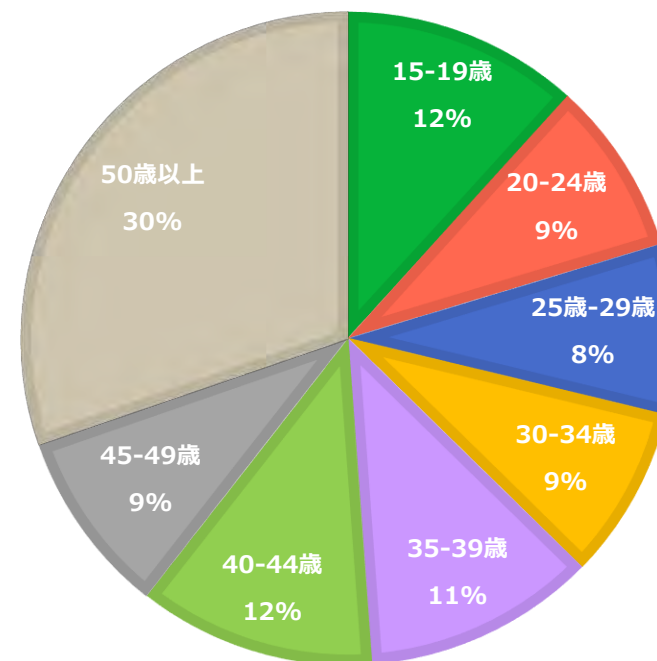
## スタンプショップのMAU

LINEユーザーの約50%が、月に一度訪問



## 利用者の年齢割合

LINEアプリ同様に幅広い年齢層に利用されている



# スポンサードスタンプ価格プラン (2021年1月-3月期、通常価格)

通常枠

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 ・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 ・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	
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)	
入稿締切日	・静止画スタンプ(※1): 6営業日前 ・アニメーションスタンプ(※2): 10営業日前 ・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 ・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  ※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) も同様です。 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営業日追加されます。	
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	

## ■掲載審査について

- © LINE
- 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。

# スポンサードスタンプ掲載フロー（2021年1～6月期）

LBPMについて、詳しくはP388をご覧ください

掲載フローは次のとおりです。

広告主様

LINE

## 1. 広告主様審査

広告主様の審査をさせていただきます。LBPMシステムにて案件作成を行ってください。  
新規のお客様に限り、与信審査を行います。（※1）

## 2. クリエイティブ審査

スタンプ素材のご入稿。メールにてデータをお送りいただきます。

## 3. 登録受付完了の連絡

弊社にて審査を行います。（3～4営業日ほど）（※2）

## 4. ご発注

LBPMシステムにて発注申請を行ってください。この時点で正式なお申し込みとなります。  
※スタンプショップ掲載ありをお申し込みの場合は仮押さえおよび枠押さえをご発注前にご対応ください。

## 5. スタンプ化、配信の設定

スタンプ化作業を行います。入稿告知物がございましたらリリース前に事前確認をお願いします。  
審査通過後、入稿作業に進みます。（ご入稿期限は各スタンプの価格プラン表をご確認ください）

## 6. リリースおよび掲載連絡

指定のリリース日の11時台を目処にスタンプダウンロードページをオープンし、  
配信開始した旨をご連絡差し上げます。

## 7. レポート

※レポートについては掲載開始前までに弊社営業にご連絡をお願いします。

※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。

# 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となっております。

※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 (2021年1~6月期)

- ・ 広告主様スポンサーとしてLINEユーザーにスタンプを無料配布することが可能です
- ・ ただし、LINEアプリ内「スタンプショップ」には掲載ができません

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 <b>※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。あらかじめご了承ください</b> <b>※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</b>	
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 (延長1回)、20週 (延長2回)、24週 (延長3回) の3パターンのみ</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	
入稿締切日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 静止画スタンプ(※1)：10営業日前</li> <li>・ アニメーションスタンプ(※2)：15営業日前</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</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</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) も同様です。 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営業日追加されます。	
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>	

## © LINE ■ 掲載審査について

- ・ 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。



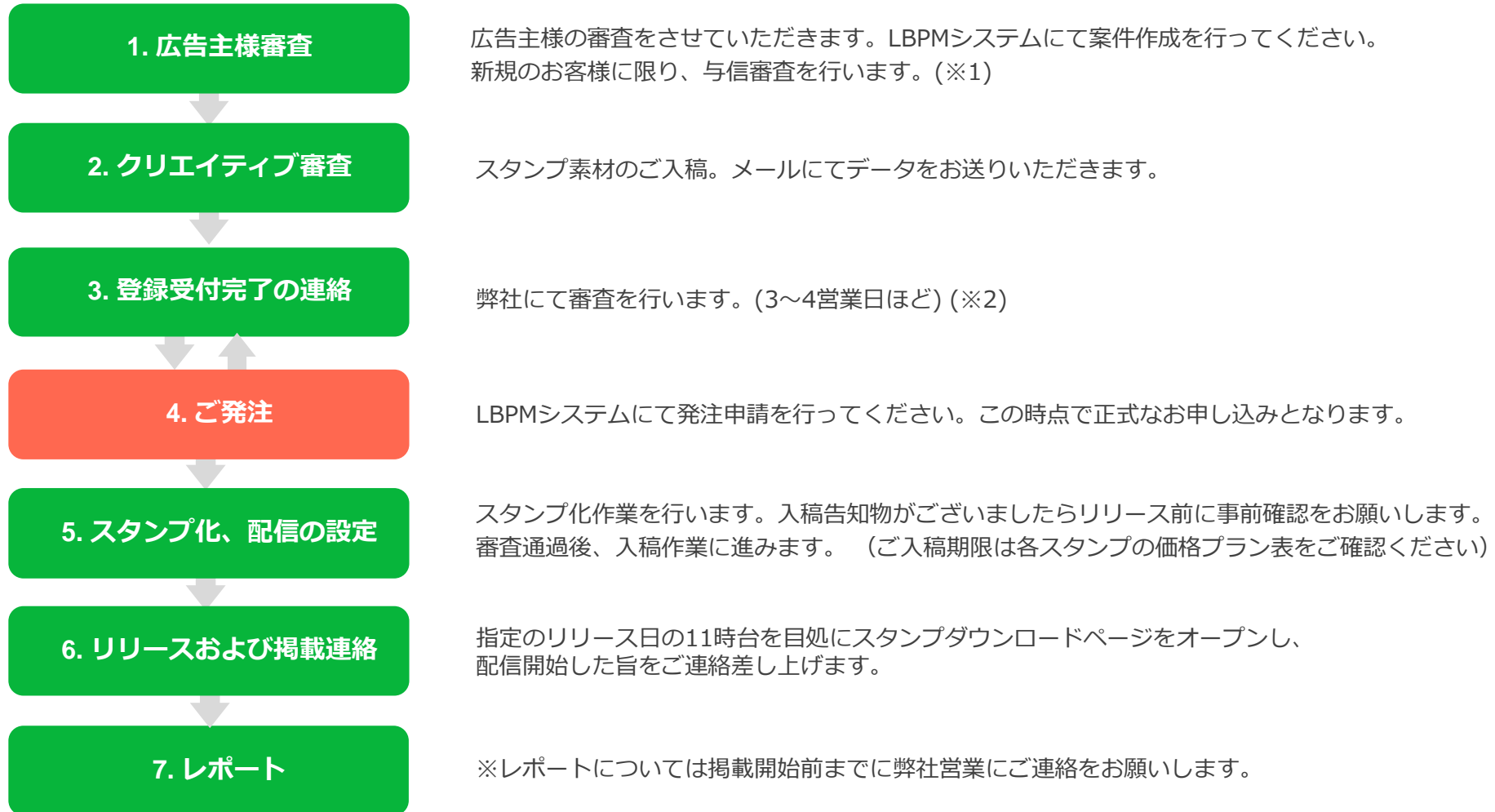
# ダイレクトスタンプ掲載フロー（2021年1～6月期）

LBPMについて、詳しくはP388をご覧ください

掲載フローは次のとおりです。

広告主様

LINE



※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く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。

# 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けますと幸いです。

(告知物に関しましては、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)

【参考】消費者庁 <http://www.caa.go.jp/representation/>

# スポンサードターゲティングスタンプ

# 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。



※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。

# スポンサーターゲットティングスタンプ価格プラン（2021年1月-6月期、通常価格）

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 ・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 ・通常枠4枠が満枠の場合、当該週の「ターゲット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	
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 イベントタブにて掲載(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）	
入稿締切日	・静止画スタンプ(※1)：6営業日前 ・アニメーションスタンプ(※2)：10営業日前 ・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 ・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  ※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）も同様です。 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営業日追加されます。	
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	

## ■掲載審査について

- ・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ティングスタンプ掲載フロー（2021年1～6月期）

掲載フローは次のとおりです。

■ 広告主様

■ LINE



※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。

# 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スタンプがダウンロードできる広告商品です。

ミッションスタンプの活用により、下記のソリューションを実現することができます。

**ユーザー情報に基づく効果的なコミュニケーションで、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。**

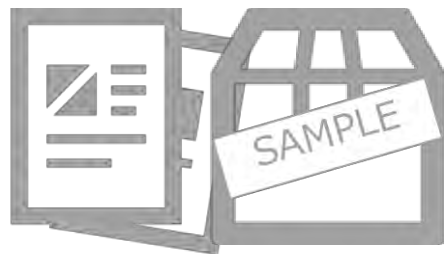
## ID連携・新規会員登録

既存ユーザーのID連携、  
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



### ご注意

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。

# ミッションスタンプ実施可否の条件

UID（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。

※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どちらも

	OK	NG
スタンプ配布用途	<ul style="list-style-type: none"><li>・ UIDとユーザー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	本人認証を行える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

※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きます。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 (2021年1月-6月期、通常価格)

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 ・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 ・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	
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 ①UIDとユーザー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、5問以内。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)	
入稿締切日	・静止画スタンプ(※1): 15営業日前 ・アニメーションスタンプ(※2): 15営業日前 ・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 ・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  ※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) も同様です。 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営業日追加されます。	
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	

## ■掲載審査について

- ・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 (2021年1月-6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) ※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 ①UIDとユーザー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、5問以内。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)	
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 (延長1回)、20週 (延長2回)、24週 (延長3回) の3パターンのみ</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	
入稿締切日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静止画スタンプ(※1): 15営業日前</li> <li>・アニメーションスタンプ(※2): 15営業日前</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</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</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) も同様です。 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営業日追加されます。	
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>	

## ■掲載審査について

- ・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ティングミッションスタンプ価格プラン (2021年1月-6月期、通常価格)

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 ・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 ・通常枠4枠が満枠の場合、当該週の「ターゲット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	
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 スタンプショップ内イベントタブにて掲載(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	
ミッションスタンプオプション追加	+500万円 (税別)	
入稿締切日	・静止画スタンプ(※1): 15営業日前 ・アニメーションスタンプ(※2): 15営業日前 ・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 ・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  ※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) も同様です。 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営業日追加されます。	
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	

## ■掲載審査について

- ・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

ダウンロード数×ダウンロード単価でご実施いただける、従量課金形式のスタンプです。  
スタンプショップ内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。

## ダウンロード数×単価の従量課金型



※スタンプショップ掲載なしの場合



# CPDスタンプの特長

これまではお申し込みまでにロット数を確定させる必要があり、案件開始後のロット追加は不可となっていました。キャンペーン状況に応じて柔軟に追加できるようになりました。

## 特長① 最低出稿金額が下がり、実施しやすく

LINEプロモーションスタンプ：1000万円～



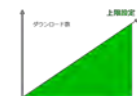
最低出稿金額：200万円～

## 特長② 従量課金型キャンペーンで、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 開始後のロット追加が可能に

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。詳細は価格プランをご参照ください。

# CPDスタンプ | ご活用イメージ

従量課金型のスタンプの実施により、目的に応じて柔軟活用いただけるようになります。  
企業様内で複数アカウントでのスタンプ配信や、キャンペーン・商戦期などのタイミングに合わせた利用が可能です。

## 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



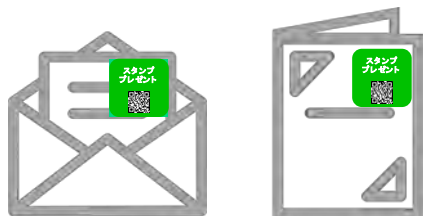
## 先着キャンペーンでの利用

- ✓ 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



## 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



## ミッション連携も

### ID連携・新規会員登録

既存ユーザーのID連携、新規での会員登録を促進



### 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



# 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。  
ミッションスタンプの場合は、一定金額以上からのご発注となります。

## 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

価格 **600万円**～

ミッションの場合は900万円～

ダウンロード数 × 単価  
10万 DL～ **¥60**

※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)

価格 **200万円**～

ミッションの場合は500万円～

ダウンロード数 × 単価  
5万 DL～ **¥40**

※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）発行済みのクライアント様、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。LINE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。

【ミッション実施を成果地点とする場合】  
上記に加え、LINE公式アカウントのAPI利用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をご参照ください。

# CPDスタンプ(スタンプショップ掲載あり) 価格プラン (2021年1月-6月期)

項目	詳細
スタンプ提供数	8種類 (ネット価格) ※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)	<p>単価60円：600万円～ (税別/ネット価格) <b>ミッション実施の場合：900万円～ (税別/ネット価格)</b>            最低ロット：10万ロット～ <b>ミッション実施の場合：15万ロット～</b> ※1万単位で発注可能  <b>終了：掲載開始日から目標ダウンロード完了数まで。</b>  <b>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。</b></p>
掲載開始日/枠数	<p>毎週火曜日/ターゲットスタンプ枠内で2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。            ・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。</p>
課金形式	ダウンロード型課金
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2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 イベントタブにて掲載(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枠に掲載されます
対象となるLINE公式アカウントと条件	<p>LINE公式アカウント、請求管理ツール (AGP) 発行済みのクライアント様、代理店様、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。            ミッションオプション実施の場合は、公式アカウントがAPI対応していることが必須となります。</p>
ミッション実施の場合の条件	<p>①UIDとユーザーIDとの連携 ②会員登録            ③アンケート回答 (3～5問推奨、5問以内。個人情報を特定しない範囲のもの)</p>
各オプション	オプション実施不可 (アニメーション、サウンド、ポップアップ、カスタムに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 (LINE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)
入稿締切日	静止画スタンプ：10営業日前 ミッションの場合：15営業日前
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>・同一案件の複数回掲載への対応はいたしかねます。</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> <li>・ミッション実施の場合は、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。</li> </ul>

# CPDスタンプ(スタンプショップ掲載なし) 価格プラン (2021年1月-6月期)

項目	詳細
スタンプ提供数	8種類 (ネット価格) ※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)	単価40円 : 200万円～ (税別/ネット価格) ミッション実施の場合 : 500万円～ (税別/ネット価格) 最低ロット : 5万ロット～ ミッション実施の場合 : 12.5万ロット～ ※1万単位で発注可能
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
対象となる公式アカウントと条件	LINE公式アカウント、請求管理ツール (AGP) 発行済みのクライアント様、代理店様、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。 ミッションオプション実施の場合は、公式アカウントがAPI対応していること必須となります。
ミッション実施の場合の条件	①UIDとユーザーIDとの連携 ②会員登録 ③アンケート回答 (3~5問推奨、5問以内。 個人情報を特定しない範囲のもの)
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、サウンドスタンプ、ポップアップ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 (LINE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)
入稿締切日	・静止画スタンプ : 10営業日前 ミッションの場合 : 15営業日前
備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同一案件の複数回掲載への対応は致しかねます。またキャンペーン期間途中での掲載延長、ダウンロード数の追加に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> <li>・ミッション実施の場合は、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」を参照ください。</li> </ul>

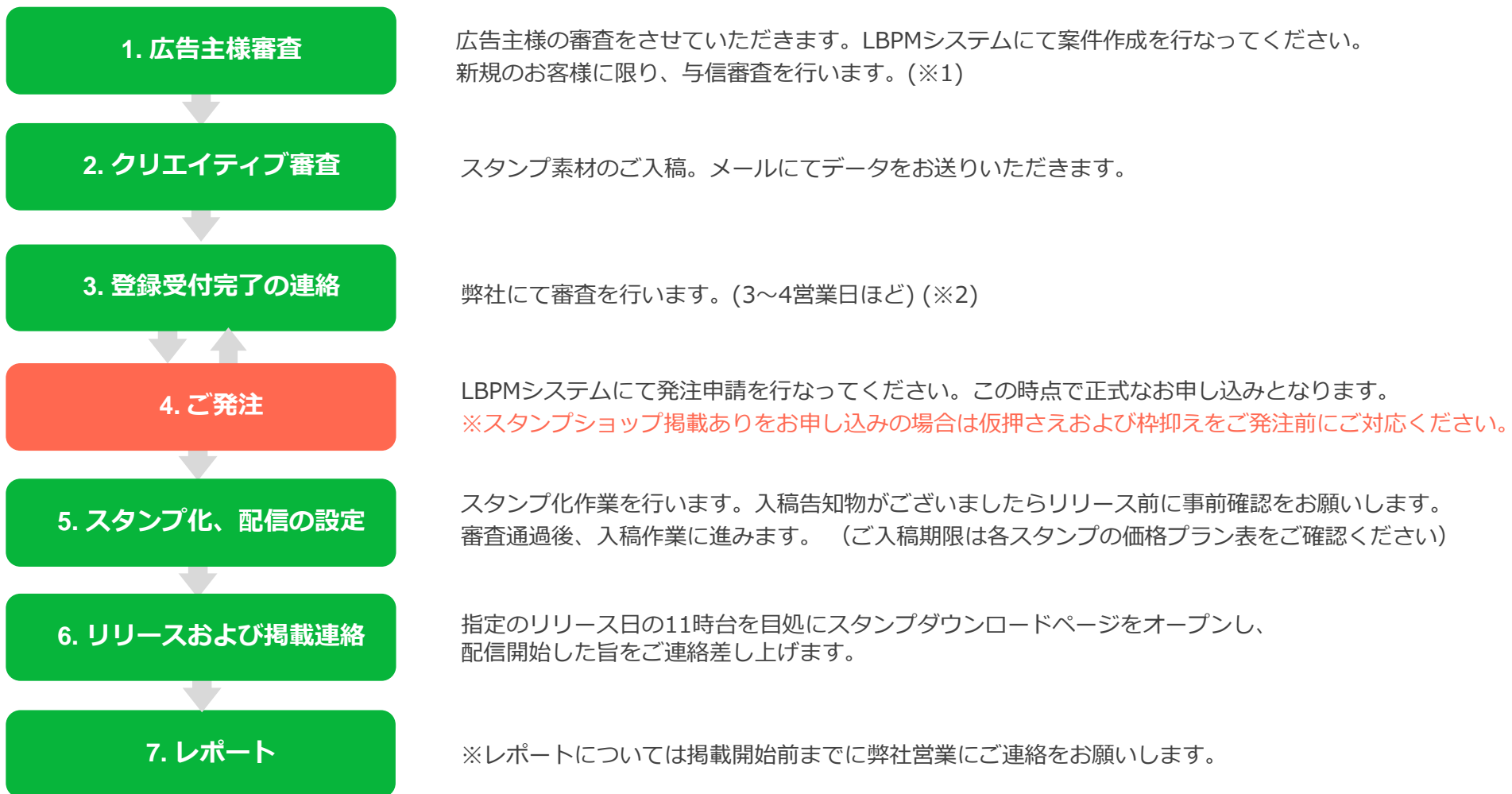
# CPDスタンプ掲載フロー (2021年1~6月期)

掲載フローは次のとおりです。

LBPMについて、詳しくはP388をご覧ください

広告主様

LINE



※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く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。

# ロット追加オプション CPDスタンプ(スタンプショップ掲載なし) 価格プラン (2021年1月-6月期)

項目	詳細
実施条件	下記の全ての条件を満たしたCPDスタンプ案件が対象 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) 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～ (税別/ネット価格)
追加反映日	反映タイミング：発注受領後、3営業日程度。反映日時指定はいたしかねます。 発注期限：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致しかねます。</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・金額でのご請求となります。</li> <li>・ミッション実施の場合は、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。</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クリエイターズマーケットで販売中のスタンプの中から、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、すでに販売中の有料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クリエイターズマーケットで展開中の人気スタンプ



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**  
販売中のスタンプ活用で、制作なしで短納期で実施可能

→スタンプをイチから制作する手間なしで、キャンペーンを行えます

**特長②**  
自社キャラクターがない場合におすすめ

→自社キャラクターが不在・利用できない場合でも、お気軽に実施可能です

**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

→ダウンロードが見込める人気クリエイターの中から選定できます



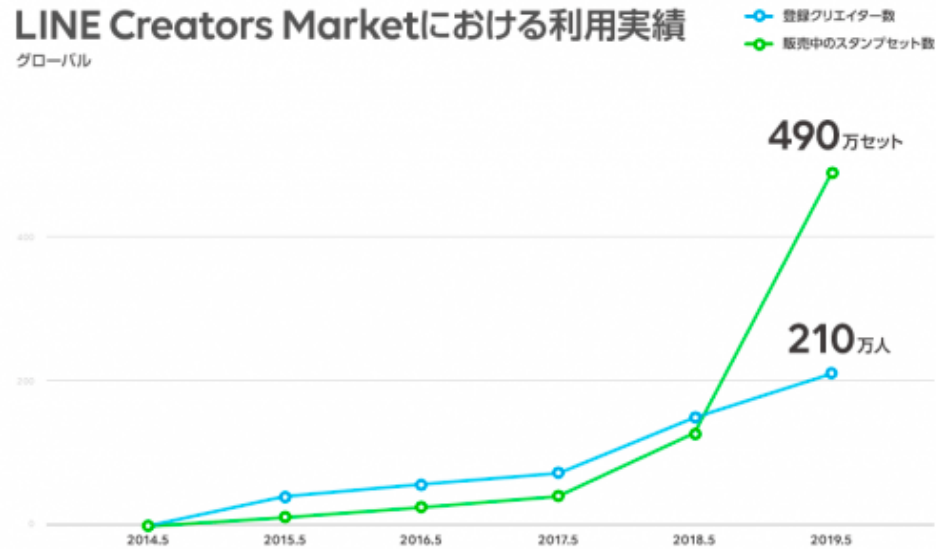
# LINEクリエイターズマーケットについて

LINE社ではオリジナルのスタンプを、世界中のLINEユーザーに販売することができる取り組み「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クリエイターズマーケット概況

登録クリエイターは、世界230ヶ国で200万人  
販売中のスタンプ数は合計490万セットを突破

### 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5周年を突破 登録クリエイター数は世界230ヶ国で約200万人に <https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2019/2698>

※2019年12月時点での販売実績

## 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

サービス公開後  
5年間の販売総額

**690億円**

売上上位10名の  
クリエイターの平均販売額(累計)

**7億7,357万円**

5年間累計で  
年収1億円のクリエイター

**26人**

# LINEクリエイター リパッケージプラン 価格プラン (2021年1月-6月期)

項目	詳細
価格	50万円(税別/ネット価格)
対象スタンプ	CPDスタンプ ※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>・LINE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ん。</li><li>・別途LINE CPDスタンプの媒体費が発生します。CPDスタンプの詳細に関しては、P71~をご参照ください。</li><li>・スタンプの加工・修正はいたしかねます。</li></ul>

# 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

## 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。ユーザーが自身の端末で削除する必要があります。

**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。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## スタンプ共通項目（2）

### 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（CPDスタンプの場合は90日間）。  
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。

### 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。

### Q 同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 原則、同一ブランドとさせていただきます。

# 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。

### Q スタンプ配信期間・利用期限の延長・短縮は可能ですか？

A 短縮は可能ですが、延長はいたしかねます。

### 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。

### Q 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。（友だち追加を条件とした無料スタンプを除く）

### Q キャンペーン事務局を弊社に委託することは可能ですか？

A いたしかねます。広告主様側にてお願いしております。 ※マニュアル別紙参照

# 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 **ダイレクトスタンプを友だちへプレゼントすることはできますか？**

A **他のスタンプと同様、LINE公式アカウントのフォローを条件にしないアカウント非連動の単純配布の場合に限り、LINEの友だちへプレゼントすることができます。**

### 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。（友だち追加を条件とした無料スタンプを除く）**

### 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

## ダイレクトミッションスタンプについて

**Q** キャンペーン事務局を弊社に委託することは可能ですか？

**A** いたしかねます。広告主様側にてお願いしております。 ※マニュアル別紙参照

**Q** スタンプ利用期限の延長・短縮は可能ですか？

**A** 短縮は可能ですが、延長はいたしかねます。

**Q** 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ミッションを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

## ダイレクトミッションスタンプについて

**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。

# LINEプロモーションスタンプFAQ

## CPDスタンプについて

**Q** 旧プラットフォームのLINE公式アカウントでも実施ができますか？

**A** ご実施できません。新プラットフォームで開設中のLINE公式アカウントのみが対応可能となります。

**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。

# LINEプロモーションスタンプ枠押さえルール

- Talk Head Viewと同様のルールになります。
- 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		再仮押さえ 可能日	5営業日	
19	20	21	22	23	24	25
	5営業日			延長		
26	27	28	29	30		

## 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、 <b>最大2回</b> (=1案件につき延長1回)
有効期限	<b>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</b>
可能枠数	<b>1案件 (サービス/ブランド) につき1枠分まで</b>
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)

# LINEスタンプ クリエイティブガイドライン

## ・推奨するスタンプ

1. 日常会話、コミュニケーションで使いやすいもの
2. 表情、メッセージ、イラストが分かりやすくシンプルなもの



## ・NGなスタンプ

1. 日常会話で使用しにくいもの（例：企業ロゴだけ、商品そのものだけ、景色だけのスタンプなど）
2. イラストでないもの（例：写真や顔写真など）
3. 視認性が悪いもの（例：横長・縦長な画像など）
4. スタンプ全体のバランスを著しく欠いているもの（例：淡色ばかりのもの、単なる数字の羅列など）
5. 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

※別紙、制作ガイドラインおよびレギュレーション資料に準拠します。なおガイドラインは、事前事後の告知なく変更になる場合がございます。

# お申し込み・お問い合わせに関して①

## お申込に際して

事前に以下の内容をご確認の上、お申込のほど、宜しくお申し込み申し上げます。

- ・ LINE 法人向けサービス基本約款
- ・ LINE 法人向けサービス「LINE公式アカウント」利用規約
- ・ LINE 法人向けサービス「LINE広告サービス（デジタルコンテンツ配布系）」個別約款  
<https://www.linebiz.com/jp/download/>
- ・ LINE 法人向けサービス「LINE公式アカウント API利用ガイドライン」  
<https://line.box.com/s/icdap7j2i0hzcnyk7eg3olns07ucxs0k>

## キャンセル規程

お申し込み・枠の確定後のキャンセルや開始日等の内容変更には、100%のキャンセル費が発生いたします。

## お問い合わせに関して

広告出稿のご依頼・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。

- ・ 新規問い合わせ用フォーム <https://www.linebiz.com/jp/contact/>
- ・ LINE公式アカウントの開設告知、LINEスタンプのリリース告知などLINEの告知等で、LINEロゴ、LINEアプリアイコンなど、LINEのVI/CI（ビジュアルアイデンティティ、コーポレートアイデンティティ）を使用する場合は、VI/CIの使用ガイドラインを遵守してください。

詳細は、弊社・法人向けサービスサイト上にある「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」の最新版資料資料をご確認下さい。

<https://www.linebiz.com/system/files/jp/download/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.pdf>

## お申し込み・お問い合わせに関して②

### 審査ガイドラインについて

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 (<https://www.linebiz.com/jp/service/line-promotion-sticker/guideline/>) もあわせて適用されます。必ず内容のご確認をお願いします。

### その他

- ・本サービスの名称・機能および本ガイドラインの内容は予告なく変更する場合がございます。
- ・本サービスのご利用にあたっては、事前に特定商取引法、個人情報保護法、景品表示法、知的財産権等の関連する法律に抵触することがないか、事前に必ず確認を行ってください。
- ・一般社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）または株式会社NexTone等の管理楽曲等の音声データを利用する場合は、事前に権利のクリアランスをしたうえでご利用ください。  
万が一、権利の侵害が認められた場合、当社では一切の責任を負わないものとします。
- ・LINEを使ったアプリ告知によってランキングの著しい変動が発生したとApple社・Google社が判断した場合、ランキング操作として訴求アプリがリジェクトされるリスクがございます。  
訴求される際はこの点についてご注意ください。

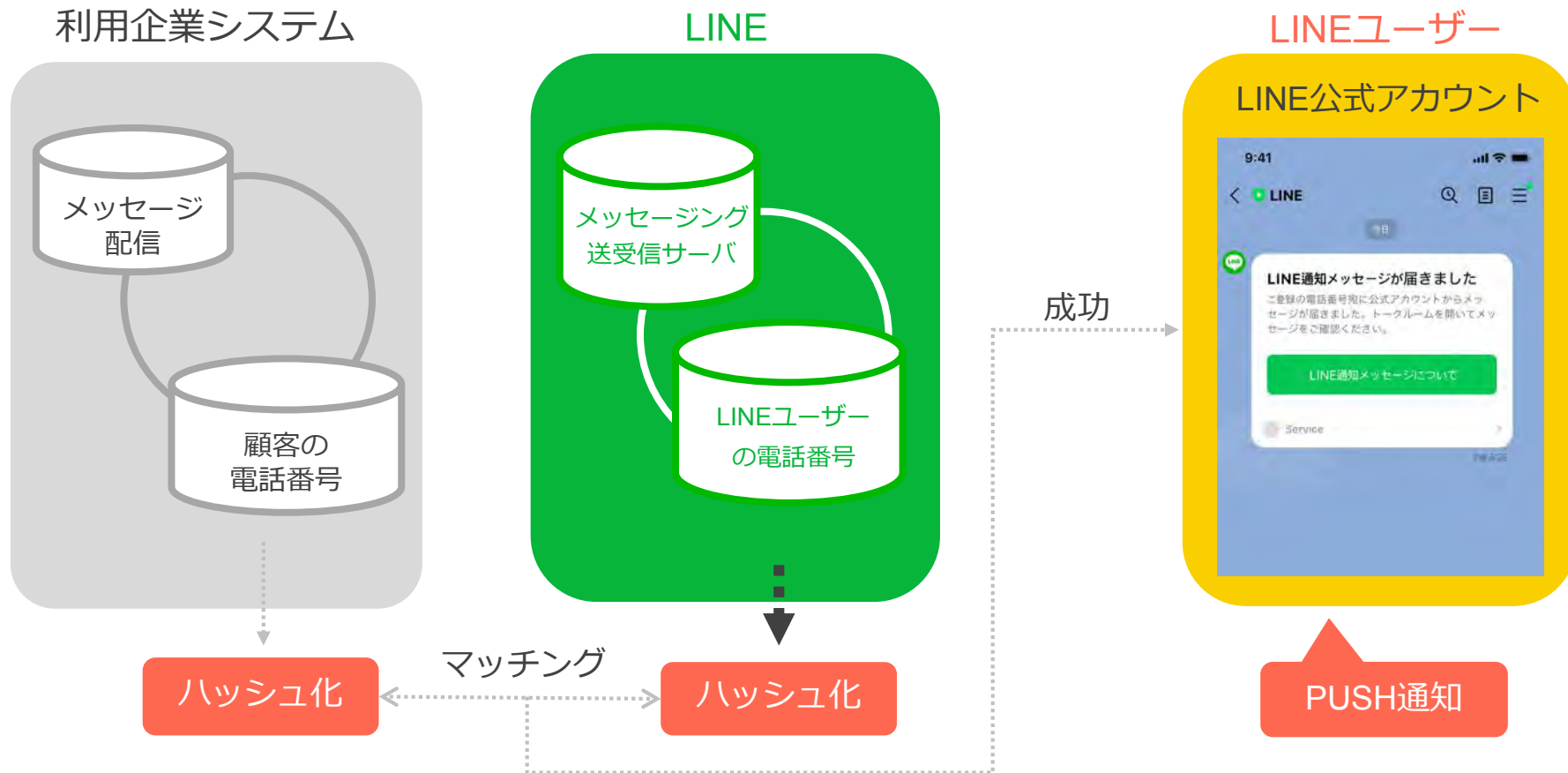


# LINE通知メッセージ



# 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マッチングすることで、友だちとして登録され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。本サービスでは、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、友だちとして登録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、友だちとして登録され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。

※送信するメッセージ内容については、LINE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。

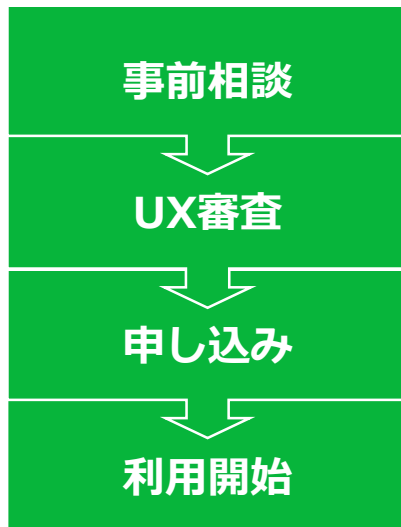
企業の既存会員/利用者



# スケジュール

LBPMについて、詳しくはP388をご覧ください

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。



- 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.linebiz.com/jp/contact/new/>
- LBPMシステムにて利用されるメッセージのUX審査を行います。  
※UX審査については、LINE通知メッセージ UXガイドラインをご確認ください。
- UX審査通過後、LBPMシステムにて申請いただきます。  
※ご利用開始の5営業日前の17時までに申請ください。
- いただいた申請を基にLINE社でアカウントへ利用権限の付与を行います。

※ 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：(新規) <https://www.linebiz.com/jp/entry/> (既存) <https://www.linebiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/settings/overview/>

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）

## 各種期限についての考え方

- 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。
- 指定の時間内にご提出いただいた場合：**提出日当日を含む営業日から起算した営業日数**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：**翌営業日から起算した営業日数**となります。

例) リリース日から【5営業日前の17時まで】提出の場合

3/1(月)17時までにご提出いただいた場合：3/5(金)リリース

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							

3/1(月)17時までにご提出いただけなかった場合：3/8(月)リリース

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				

# よくあるご質問

## Q LINE通知メッセージとは何でしょうか。

- A LINE株式会社が提供する、企業からの利便性の高い通知を企業のLINE公式アカウントから受け取ることができるサービスです。ユーザーが本サービスに同意することで、個別のアカウントを友だち追加することなく、簡単にLINE通知メッセージを受け取ることが可能になります。対象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。

「LINE通知メッセージ」に関して詳しく確認したい場合は、  
[こちら](https://help.line.me/line/android/pc?lang=ja&contentId=20011417)( <https://help.line.me/line/android/pc?lang=ja&contentId=20011417> )をご参照ください。  
「LINE通知メッセージ」の受信設定を確認・変更したい場合は、  
[こちら](https://help.line.me/line/android/pc?lang=ja&contentId=20011418)( <https://help.line.me/line/android/pc?lang=ja&contentId=20011418> )をご参照ください。

## 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UXガイドラインをご確認ください。

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

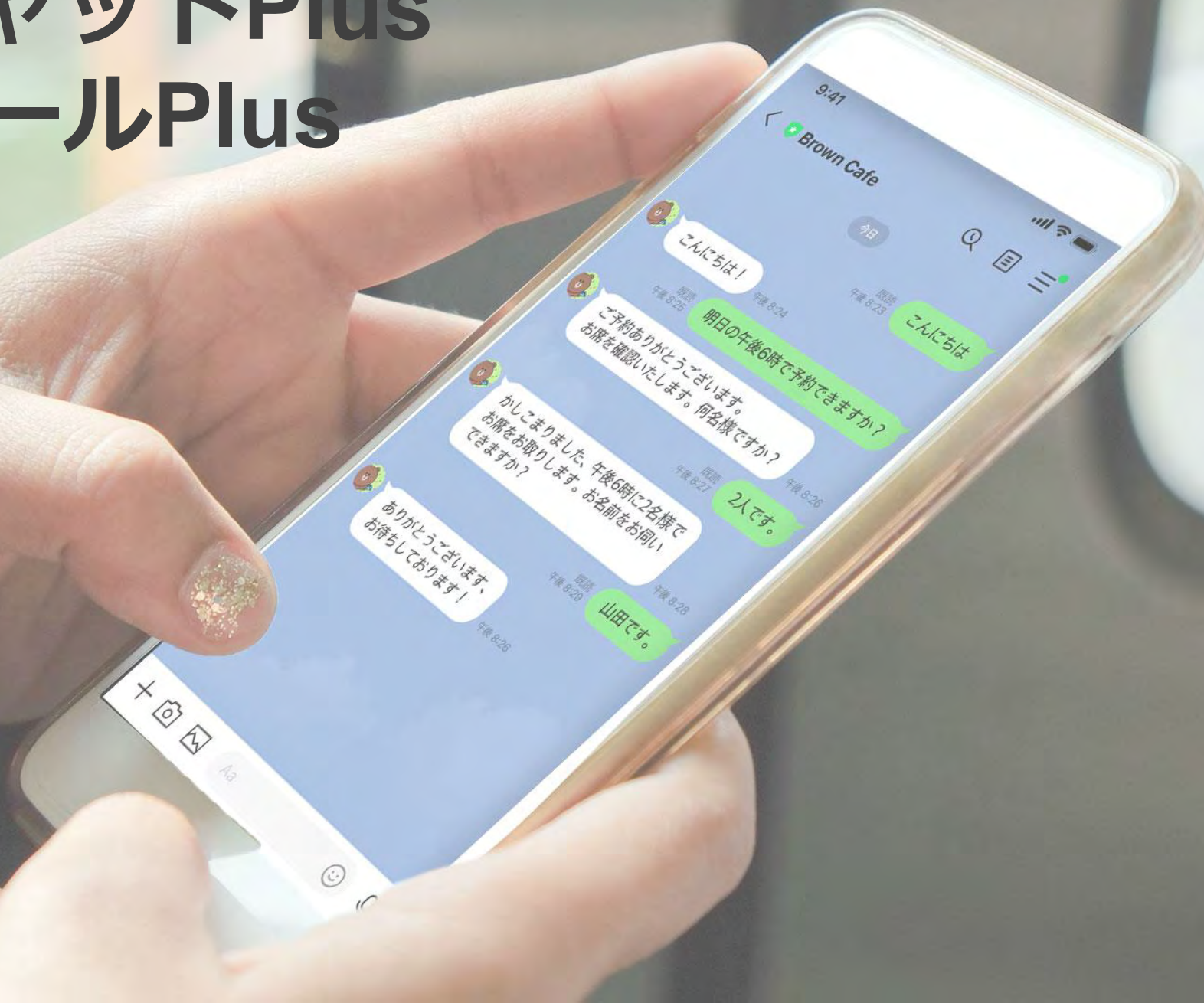
- A 以下の3つの条件を満たすとLINE通知メッセージが配信されます。
- 企業から送信された電話番号と、同一の電話番号が登録されているLINEアカウントが存在する
  - 当該LINEアカウントが、LINEアプリの設定で「通知メッセージ」の受信を許可している
  - 当該LINEアカウントが、配信元企業のLINE公式アカウントをブロックしていない

## よくあるご質問（2）

**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。

# 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。



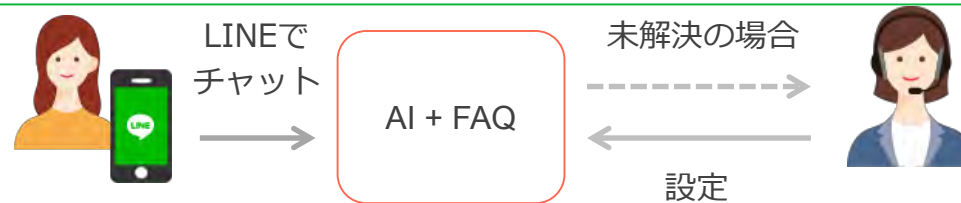
## コストパフォーマンス向上

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を使ったカスタマーサポートのサービス

## 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料金の対象外となり、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

### 1 LINEでコールセンターに電話



- LINEとPBXのSIP基盤を接続連携した、VoIPの音声通話です。
- LINEアプリのVoIPからコンタクトセンターのCTIへの着電を実現します。
- 導線設定は所定のURLを設置するだけで完了します。
- ユーザーはLINEアプリから無料で通話が可能です。



## その他の機能

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>

# 料金プランについて

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

※全て税別

# スケジュール

LBPMについて、詳しくはP388をご覧ください

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

申し込み

利用開始

- 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.linebiz.com/jp/contact/new/>
- 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5営業日前、LINEコールPlusはご利用開始の10営業日前の17時までに申請ください。
- いただいた申請を基にLINE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.linebiz.com/jp/entry/> (既存) <https://www.linebiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/settings/overview/>

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

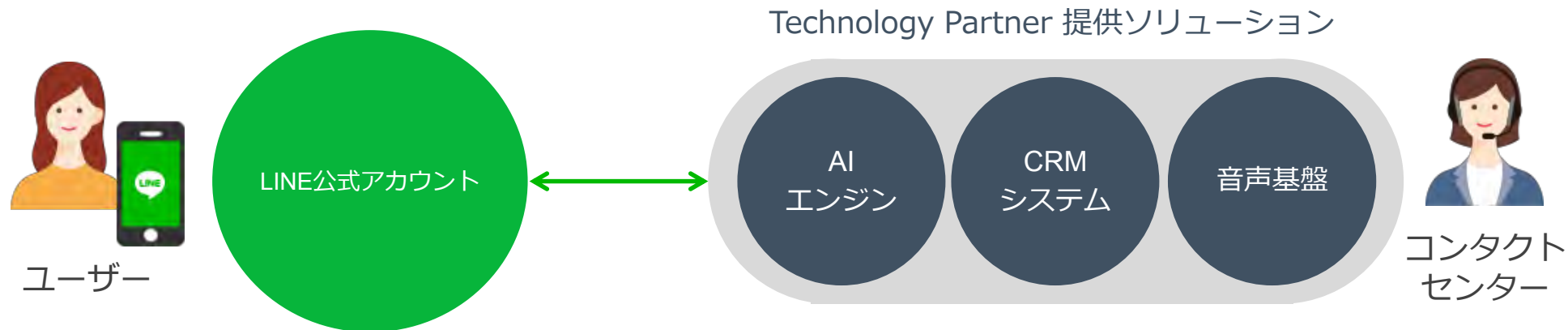
- ・ お客様がLINEチャットPlusを利用する場合、本サービスの利用料金には、LINEを通じたエンドユーザー起点のカスタマーサポート用途でのPush Messageの利用料金のみを含むものとし、一方的な広告配信などその他の用途でのPush Messageの配信についてはこれに含まれません。
- ・ 一方的な広告配信等その他の用途でのPush Messageの利用料金については、別途、企業アカウントサービスの料金体系に沿うものとしします。

## 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は、各社製品と連携しサービスをご提供します。  
(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 for Businessの「パートナーに相談」ページをご覧ください。  
<https://www.linebiz.com/jp/partner/>



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  
Technology Partner各社、  
または販売代理店にお問い合わせください。

※ 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。

# 補足/注意事項 各種期限について

## 各種期限についての考え方

- 各種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。  
 指定の時間内にご提出いただいた場合：**提出日当日を含む営業日から起算した営業日数**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：**翌営業日から起算した営業日数**となります。

### 例) 3/1 (月) の【9営業日後】の場合

#### 指定の時間内にご提出いただいた場合

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	

#### 指定の時間内にご提出いただけなかった場合

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

# LINE LIVE





# LINE LIVEとは

## ライブ配信サービス「LINE LIVE」

「LINE LIVE」は、誰もが気軽にリアルタイムで動画配信を楽しめるライブ配信サービスです。何気ない日常トークをはじめ、音楽や歌などのパフォーマンスや声だけによる配信など、時間や場所に捉われないリアルタイムなコミュニケーションを楽しむことができます。また、毎日開催されているオーディションには、数多くのライバー（ライブ配信者）が参加しており、視聴者はコメントやハート、アイテムを送って応援するなど、夢を叶えたいライバーと応援者が一緒に盛り上げられる空間を提供しています。<https://live.line.me/>

### 2015年 12月 LINE LIVEスタート

- ・ 2016年 8月 LINE LIVE個人配信スタート
- ・ 2017年 1月 タテ型へ移行
- ・ 2018年11月 カラオケ機能スタート
- ・ 2019年4月 スクリーン配信スタート





# LINE公式アカウントと連携したライブ配信

LINE LIVEでは、広告商品として広告主様のLINE公式アカウント上や「LINE LIVE」アプリ、Web上でライブ配信を行うことが可能です。自社のLINE公式アカウントの友だちに対してのエンゲージメント、イベントやキャンペーンのリーチを得るのにオススメです。（※LINE公式アカウントをお持ちでない場合は、LINE LIVEのご利用はできません）

## LINEならではの、プッシュ型LIVEサービス

LINE公式アカウント配信



PC、スマートフォンのWeb配信  
「LINE LIVE」アプリとも同時連携



※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# LINE LIVE 広告概要

※本仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

生配信/オンデマンド配信 配信価格		
視聴想定 ※ターゲットリーチ×想定視聴率	番組配信時間	
	2時間以内（30分以上を推奨）	
	料金(グロス)	視聴想定単価
0~150万未満 視聴想定	¥5,000,000	¥5.00
150万~200万未満 視聴想定	¥6,000,000	¥4.00
200万~300万未満 視聴想定	¥7,000,000	¥3.50
300万~400万未満 視聴想定	¥8,000,000	¥2.67
400万以上 視聴想定	¥9,000,000	¥2.25

※ターゲットリーチ数は、ご発注時の数値となります。

※想定視聴率は、前四半期の平均実績値から算出した一定の値となります。視聴想定は、あくまで想定となり、保証するものではありません。

※配信時間が5分未満もしくは3時間以上の場合、放送終了後アーカイブ配信を行うことはできません。

※規定時間+30分以内に配信終了できなかった場合、超過料金が発生します。

※2時間以上の配信は別途ご相談ください。（2時間以上の場合、別途超過費用が発生いたします）

内容	
配信方法	生配信（ストリーミング配信）／オンデマンド配信（事前に動画データをアップロードしての予約配信）
配信チャンネル	自社のLINE公式アカウント、LINE LIVEアプリの自社チャンネル、ウェブブラウザ
配信時間	平日任意、11~23時までの間、1番組2時間以内（※23時までには終了していただけますようお願いいたします） ※土日配信のご要望がある場合は、LINEの担当営業までご相談ください。
配信フォーマット	タテ型（※例：Wirecastを利用した場合、横720×縦1280pxのキャンバス）を推奨 / ヨコ型にも対応
LIVE開始時メッセージ	自動配信：配信開始メッセージが自動送信されます。（テキスト／リッチ選択可）
タイムライン投稿	自動投稿機能により、番組開始時、終了時に自動でリンクが投稿されます
レポート内容	レポート項目：累計視聴者数、累計コメント数/毎分コメント数 参考数値：視聴者デモグラフィック、平均視聴時間、視聴時間が1分より多い視聴者数 ※コメントのレポートはコメント許可に設定した場合

ご注意

※期間中に広告内容が変更になる可能性があります。変更がある場合には、詳細が決まり次第ご連絡いたします。

※キャンセル規定：お申し込み確定後のキャンセルや開始日等の内容変更には、100%のキャンセル費が発生致します。

# LINE LIVE配信時に送信可能なメッセージ

ライブ配信時はライブ配信の開始を通知するメッセージが自動配信されます。（テキスト／リッチメッセージ選択可）



※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# LIVE配信開始を通知するメッセージ（無料）

放送登録時の「配信開始メッセージ」設定で「テキストメッセージ」を選択した場合、ライブを配信するLINE公式アカウントのトークルーム内で番組配信と同時に以下のメッセージが投稿されます。放送登録情報を元に自動生成されるため、メッセージ予約などを行う必要はありません。

The image shows a LINE chat interface on the left and the LIVE management interface on the right. The chat message is titled 「LINE LIVE 2020 #13」のライブが始まりました and contains a URL for watching the live broadcast. The management interface shows the broadcast title and the notification message that will be sent to the chat.

**LIVE管理画面「放送登録」メニュー**

放送タイトル + LINE LIVE 2020 #13

放送のお知らせ

LINE LIVE 放送#13をお届けします!!

番組告知用URLへの誘導が自動で追加されます。  
※番組告知用URLは、放送登録終了後に自動生成される放送情報のまとまったWebページです。

**公衆ライブ配信のための免責文言**  
※必ず自動的に挿入されます。

※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# オンデマンド配信（データライブ配信）

事前にLINE LIVE管理画面でアップロードした番組データ（動画ファイル）を任意の日時に配信する「オンデマンド配信(データライブ配信)」もできます。



※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

## ご注意

- ・データ放送のご利用には、事前の設定が必要です。
- ・データ放送利用の旨をメール等で弊社営業担当へあらかじめお知らせください。
- ・データ放送をすることができる番組は、あらかじめ番組審査を通過した番組動画のみです。
- ・事前に必要書類（ヒアリングシート、番組台本、確認書、撮影済みであれば配信動画ファイル）をご提出いただいた上、弊社にて番組審査を行います。
- ・配信開始後の中断、キャンセルはできません。

# オンデマンド配信（データライブ配信）

番組データ（動画ファイル）は、以下の仕様に則ってご用意ください。

内容		
動画ファイル仕様	エンコードフォーマット	h264形式
	ファイル形式	H.264・AAC MP4ファイル
	解像度	720 x 1280p（1280 x 720p）
	画面アスペクト比	9：16、タテ型を推奨 （※例：Wirecastを利用した場合、横720×縦1280pixのキャンバス） ※ヨコ型にも対応しております
	ファイルサイズ	最大10GB （動画ビットレート目安：10Mbps≒120分で10GB 5Mbps≒240分で10GB）
その他	動画配信面	1. 広告主様のLINE公式アカウント、トークルーム内 2. LINE LIVEアプリ内の広告主様のチャンネル 3. ブラウザ版（PC/SP）LINE LIVEの広告主様のチャンネル

- ご注意**
- ・正しく再生できることを必ず確認してください。（破損しているファイルであっても、配信CMSで検知することはできません）
  - ・5分以上3時間以内の長さの動画をご使用ください。
  - ・動画配信面の制限はできません。仕様上、LINE公式アカウント、LINE LIVEアプリ、Webの3箇所全てに配信されます。
  - ・アップロード時間短縮のため、無線LANではなく有線LANの利用を推奨します。
  - ・アップロード完了後の再生準備には、動画の再生時間と同程度の処理時間が掛かる場合があります。

※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# 配信ステップ 概要

LINE LIVEの配信までの流れは下記の通りです。

## LINE公式アカウント

### 1. LINE公式アカウント開設

LINE LIVEの管理画面から、番組の登録、配信の設定を行います。はじめにLINE公式アカウントの開設が必要です。



### 2. LIVE配信 確認書への合意

LINE LIVEで公衆配信を行う場合は、別紙「LINE LIVE利用ガイドライン」の確認書合意が必要です。



### 3. 番組情報登録

確認書合意後、LINE LIVEの管理画面が付与されます。別紙「ヒアリングシート」の内容に基づき、番組を登録します。



### 4. 配信

あらかじめ設定した所定の時間になると、LINE LIVEの管理画面でストリームを受け取ることが可能となり、配信をはじめることができます。





# 配信ステップ 詳細①－②

LINE LIVEの配信までの流れは下記の通りです。

## LINE公式アカウント

### 1.LINE公式アカウント開設

LINE LIVEの管理画面から、番組の登録、配信の設定を行います。はじめにLINE公式アカウントの開設が必要です。

- LINE LIVEの管理画面から、番組の登録、配信の設定を行います。
- **LINE LIVEを実施するためには、はじめにLINE公式アカウントの開設が必要**です。





## 配信ステップ 詳細③－④

LINE LIVEの配信までの流れは下記の通りです。



### 2.LIVE配信 確認書への合意

LINE LIVEで公衆配信を行う場合は、別紙「LINE LIVE利用ガイドライン」の確認書合意が必要です。

- LINE LIVEは、公衆配信です。配信する映像や音声権利クリアされたコンテンツであること、あるいは公序良俗に反するコンテンツではないことなど、「LINE LIVE利用ガイドライン」に合意した証憑をいただいております。
- 別紙「LINE LIVE利用ガイドライン」を確認、同意した旨を記載する確認書をご用意いたしますので、記名ご捺印ください。
- 記名ご捺印は、**広告主様、または広告代理店様の代表名と代表印（代表取締役の印）にて**お願いしております。
- 確認書のご提出は、余裕をもって**配信2～3週間前を推奨**しております。



# 配信ステップ 詳細⑤ - ⑥ - ⑦

LINE LIVEの配信までの流れは下記の通りです。



**3. 番組情報登録**  
確認書合意後、LINE LIVEの管理画面が付与されます。  
別紙「ヒアリングシート」の内容に基づき、番組を登録します。

- ライブ実施の前に、**企業商材審査・企画審査**がございます。
- 企業名・商材名・内容を所定のフォーマットに記入の上、ご連絡ください。
- 確認書合意後、LINE LIVEの管理画面が付与されます。
- 別紙「ヒアリングシート」の内容に基づき、広告主様または広告代理店様にて、番組をご登録いただきます。
- **ライブ機能ご利用の際は、別紙の配信マニュアルをご参照ください。**
- 「ヒアリングシート」はLINEへもご提出ください。登録内容をLINEの運用チームでも確認し、登録漏れがないか二重確認します。



## 配信ステップ 詳細⑧－⑨－⑩

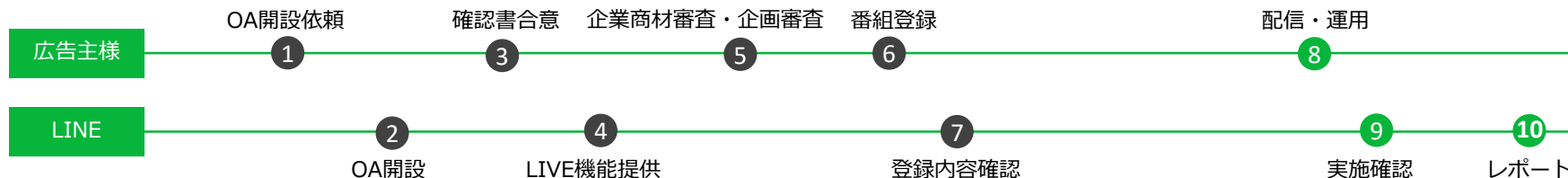
LINE LIVEの配信までの流れは下記の通りです。



### 4. 配信

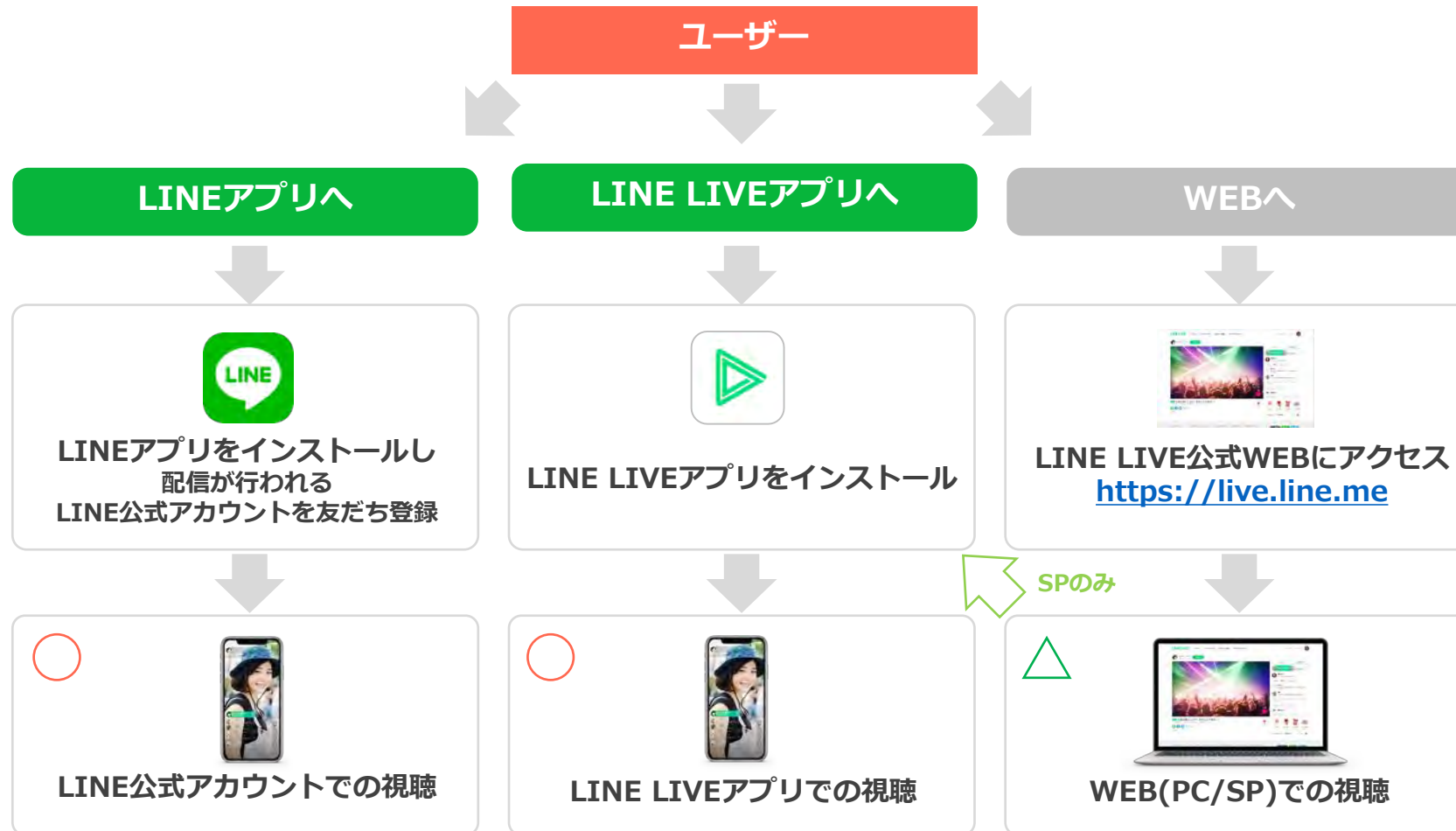
あらかじめ設定した所定の時間になると、LINE LIVEの管理画面でストリームを受け取ることが可能となり、配信をはじめることができます。

- LINE LIVEの管理画面内、ライブ新規番組の登録画面にて番組を登録すると、あらかじめ設定した所定の時間に、LINE公式アカウントの管理画面でストリームを受け取ることができます。
- プレビューを確認し、問題がなければ、LINE公式アカウントとLINE LIVEアプリのマイチャンネルのフォロワーへ向けて、ストリームを配信することができます。
- **ライブ機能ご利用の際は、別紙の配信マニュアルをご参照ください。**
- 配信開始後は、LINE LIVEの管理画面内でユーザー監視、コメント監視などを行うことができます。



# LINE LIVE視聴までの流れ

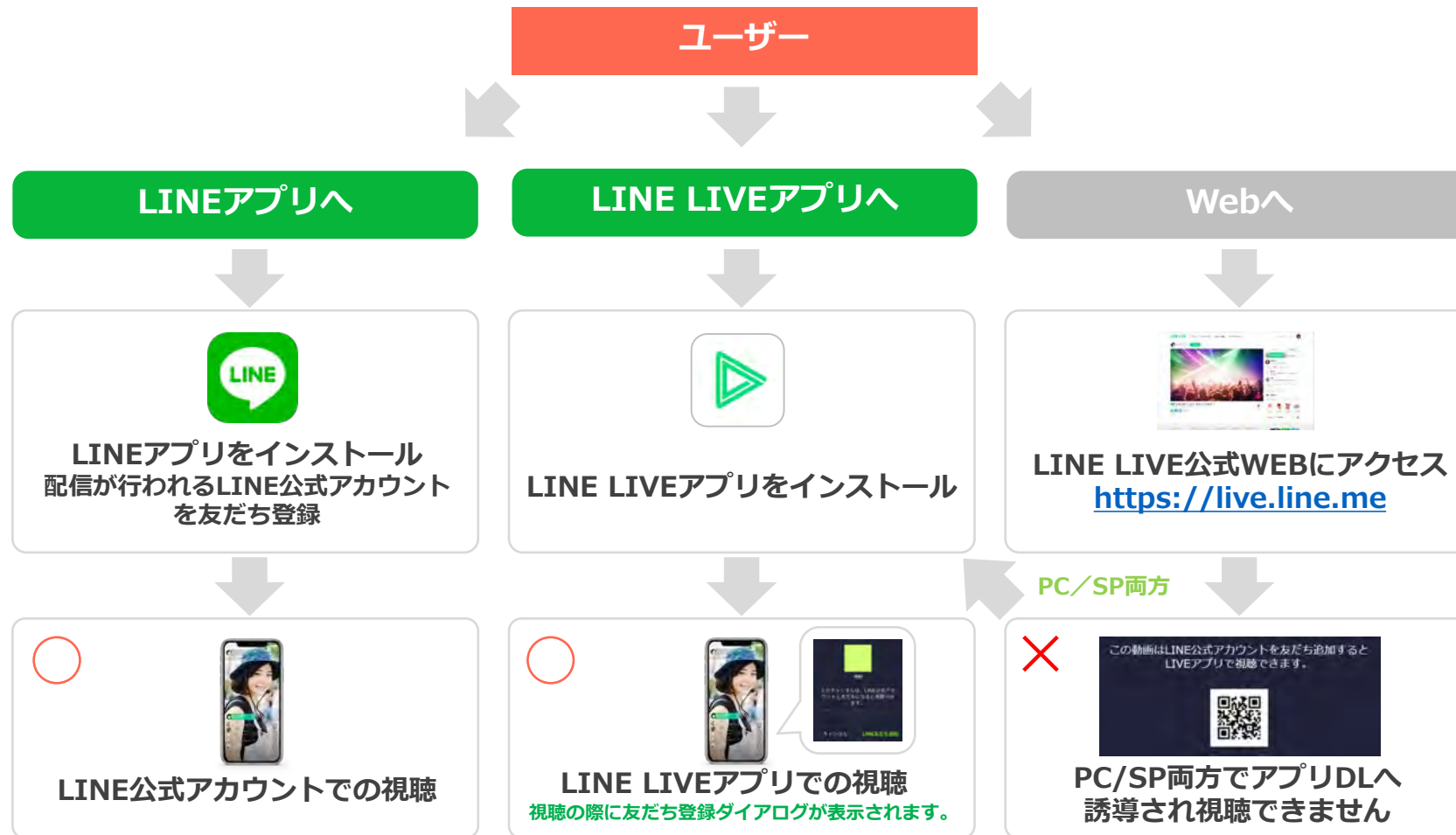
LINE LIVEでの配信は、LINE公式アカウント・LINE LIVEアプリ・Webでそれぞれ視聴することが可能です。配信時には、上記3つの配信面で同時配信され、どれかを選んで配信を行うことはできません。



※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# LINE LIVE視聴までの流れ（友だち限定配信）

友だち限定配信の際は、Web上での視聴が行えません。Webで見ようとしたユーザーには、LINE LIVEアプリのダウンロード用QRが案内されます。ユーザーはLINEアプリもしくはLINE LIVEアプリのみで視聴可能となります。



※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

## その他

### Q 配信時に権利楽曲を利用することはできますか？

**A** JASRACまたはNexTone（旧イーライセンス・JRC）の管理楽曲を楽器演奏、弾き語り、アカペラ等に利用するときは、弊社への事後申請を行うことで楽曲が利用可能になります。事後申請は、LINE公式アカウントを管理する「LINE Official Account Manager」の管理画面から行うことができます。

※JASRACまたはNexToneの管理楽曲であっても、外国楽曲の場合かつアーカイブを残す配信の場合は、別途著作権者からの事前許諾が必要です。

※録音された音源（DJプレイやカラオケBGM等を含む）を利用する場合は、弊社への事後申請に加えて、御社にてレコード会社等の原盤権者から事前許諾を得ることが必要です。

### Q 企画審査は何を行いますか？

**A** ご用意いただいた企画内容、ラフ、オンデマンドであれば動画を元に、企画内容の審査を行います。薬機法ほか関連法案・業界ガイドラインに照らし合わせて審査を行います。

### Q 日本国外からも見ることはできますか？

**A** 広告主様のLINE公式アカウントをフォローしている人は、日本国外からでも視聴が可能です。日本国以外での閲覧を拒否する場合、IPブロックを選択すると、日本国外のIPアドレスからの接続を不可にすることができます。

※ただし、LINE公式アカウントの「国」が日本の場合に限る。

※上記仕様は2020年11月下旬時点のものであり、提供機能の変更やアップデートについてはご発注時に改めて最新の状況をご案内いたします。

# 補足/注意事項 各種期限について

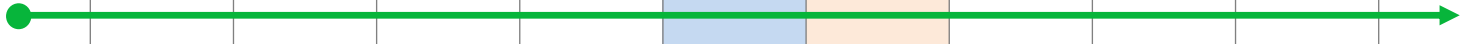
## 各種期限についての考え方

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。


- 指定の時間内にご提出いただいた場合：**提出日当日を含む営業日から起算した営業日数**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：**翌営業日から起算した営業日数**となります。

### 例) 3/1 (月) の【9営業日後】の場合

#### 指定の時間内にご提出いただいた場合

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	
											

#### 指定の時間内にご提出いただけなかった場合

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
											



# 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

# トークリスト掲載面のポイント

LINEのトーク一覧の最上部のトークリストに広告が表示されます。トークリストと同じ形式の広告をタップすると商品・サービスのランディングページに遷移します。

圧倒的なDAUを誇るLINEアプリ内で、最もアクティブ率の高いトーク画面の最上部に広告が表示されるため、大規模なプロモーションに活用できます。



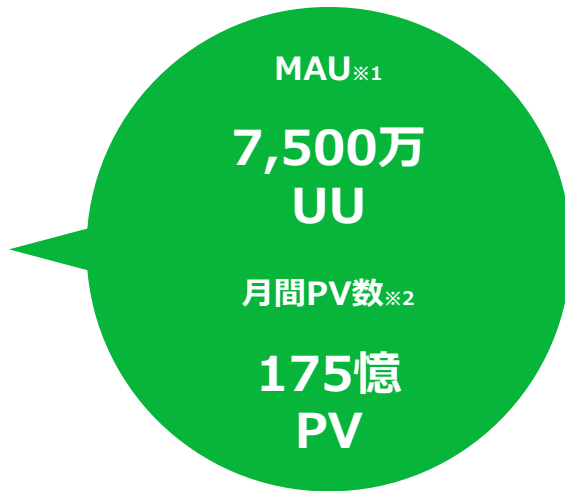
※キャプチャ画像はイメージです

# LINE NEWS掲載面のポイント

MAU 約7,500万人以上（※1）、月間PV数175億（※2）を超える国内最大級のニュースサービスです。

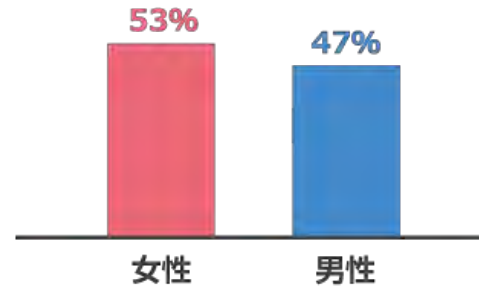
「LINEアカウントメディアプラットフォーム」の累計友だち数は2億人（※3）を突破し、340を超えるメディアに参画いただいています。ユーザーの男女比はほぼ同率で、年代は、20代から50代がボリュームゾーンとなり、居住地は全国の人口分布比率におおむね近しく、年齢や地域による利用率の偏りなく幅広いユーザーにご利用いただいております。

ユーザーの属性は、男性47.17%、女性52.83%とほぼ同率で  
閲覧が多い時間帯は12時、20時～22時（※4）となり、昼休みや帰宅時の合間に利用されていることが多いです。

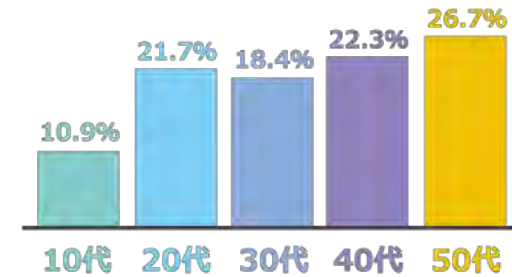


## LINE NEWS 利用者

### 【男女比率】



### 【年代比率】



※キャプチャ画像はイメージです

※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（7,500万人／2020年4月時点）において（当社調べ）

※2 「LINE NEWS」の月間アクティブユーザー7,500万人（2020年7月末時点）÷日本の総人口1億2631万人（平成31年2月1日現在（確定値）総務省統計局）当社調べ

※3 2020年5月末時点（当社調べ）

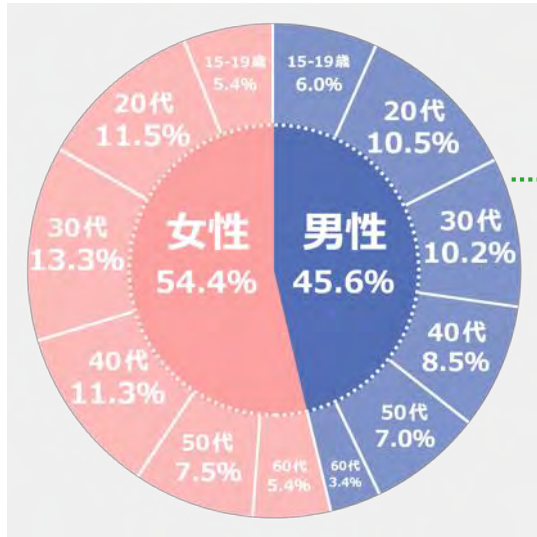
※4 2019年6月と2020年6月の利用（クリック数）を比較（当社調べ）

# タイムライン掲載面のポイント\_他サービスとのリーチ比較

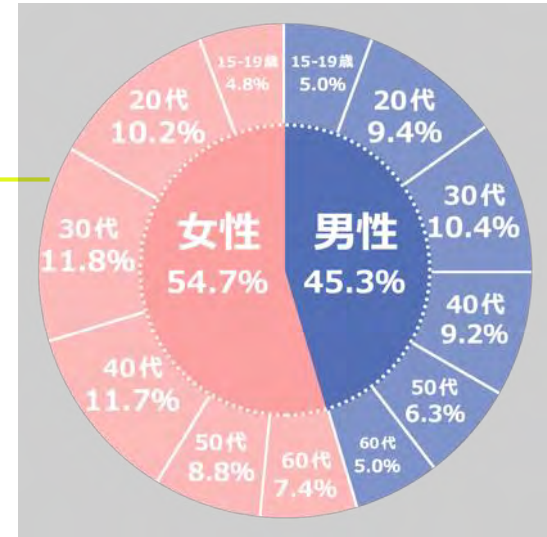
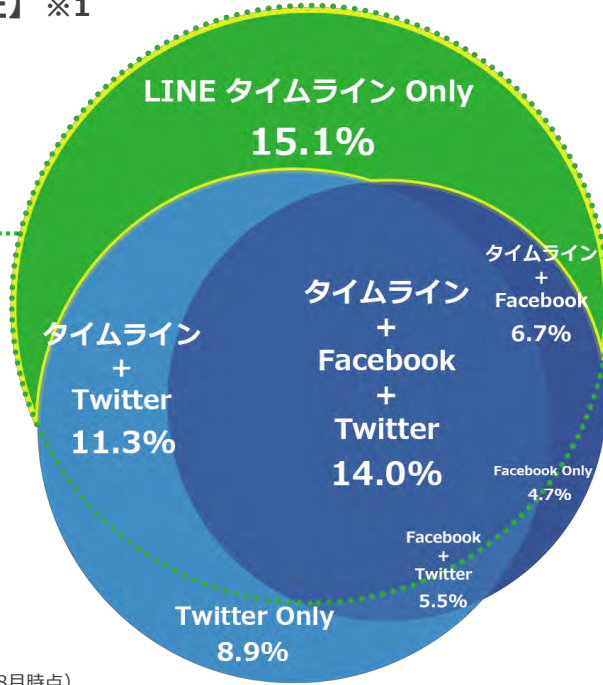
MAU 6,800万人以上 (※) のタイムライン利用ユーザーへ、外部送客、ダイレクトレスポンス、アプリDL促進の用途で広告掲載を行えます。

タイムラインユーザーの男女比率は女性の方が多く、年齢層は10代から60代まで幅広く利用されており FacebookやTwitterでリーチできない層へリーチができます。  
LINE公式アカウントのブロック状況にかかわらず、タイムラインを利用する全ユーザーにリーチ可能です。

【LINEタイムラインユーザー全体の属性】 ※1



【LINEのみがリーチできるタイムラインユーザーの属性】 ※2



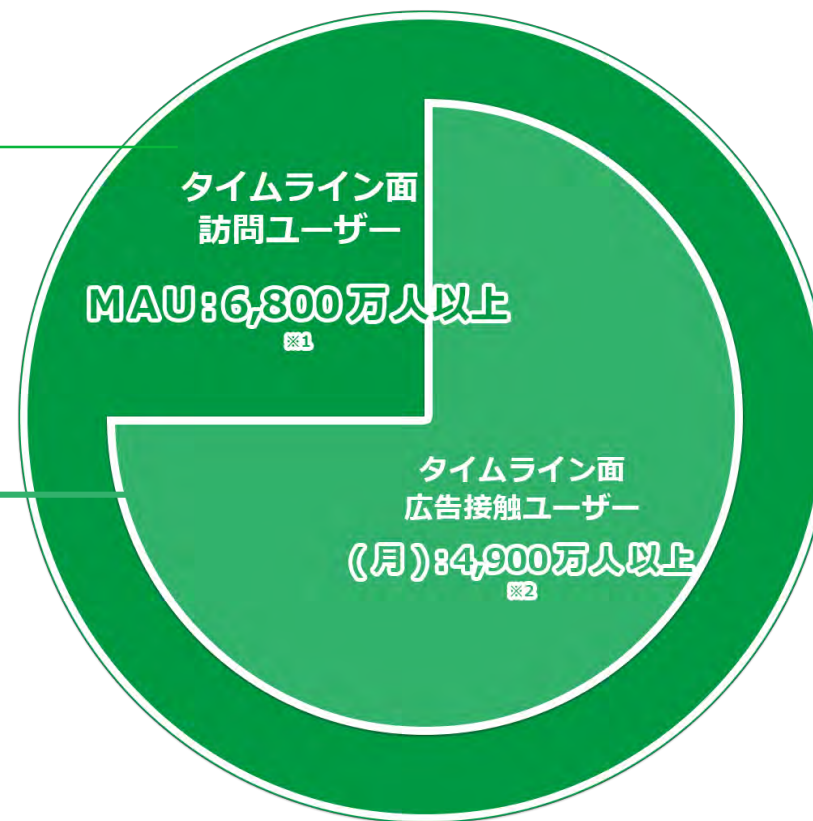
※どのサービスも非接触 : 35.1%

※1 MAU:LINEのタイムラインを訪問したユーザーの数 社内調査 (2019年8月時点)

※2 全国男女 15-69歳のスマートフォンユーザー対象 17,144サンプル マクロミル調査 (2019年7月時点)

# タイムライン掲載面のポイント\_タイムラインにおける広告接触規模

タイムライン訪問ユーザー6,800万人以上のうち4,900万人以上は月に1回以上タイムライン上の広告に接触しています。



※1 MAU:月に1回でもLINEのタイムラインを訪問したユーザーの数 社内調査(2019年8月時点)

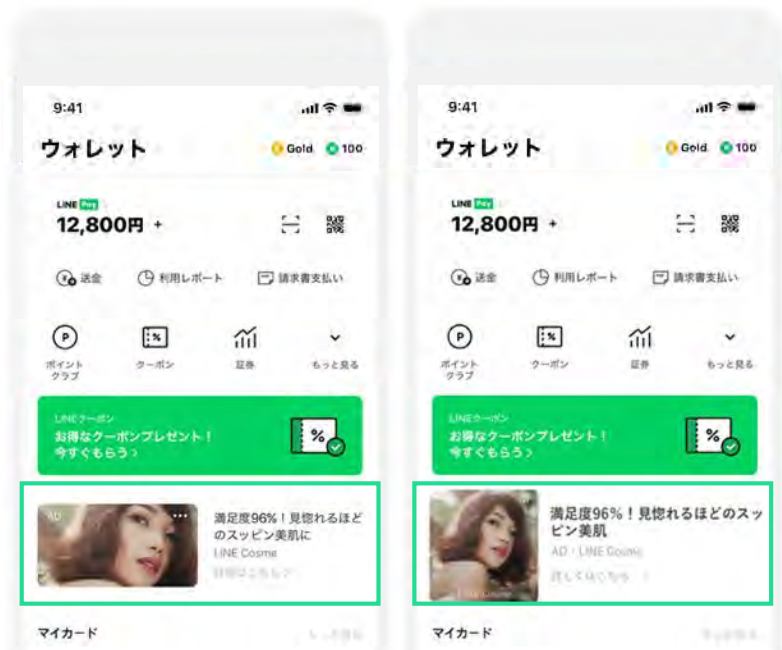
※2 広告接触ユーザー(月):タイムライン上にて月に1回以上広告に接触(imp)したユーザーのユニーク数 社内調査(2019年8月時点)



# ウォレット掲載面のポイント

「ウォレット」タブは、月間5,200万超（※1）の幅広いユーザーに利用されており、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しての役割も果たしています。LINE内であらゆるお金のやりとりや管理を一元化できる場所を目指し、モバイル送金・決済サービス「LINE Pay」を中心に、LINEのポイントサービスであるLINEポイント、さまざまなブランドやサービスのポイントカードや会員証を一括管理するマイカード、国内飲食メジャーブランドのクーポンをまとめて閲覧できるLINEクーポンなどへのアクセスが可能です。

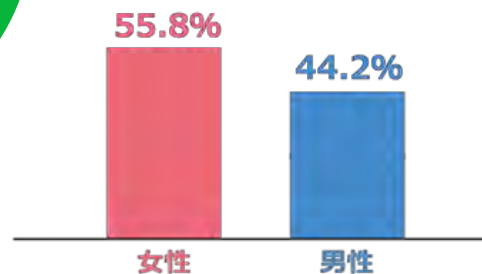
ユーザーの属性は女性の方がやや高く、全体に占める年代の内訳を見ると幅広い年齢層に利用されています。特に20代以上のユーザーの利用率が高い点は特徴的です。



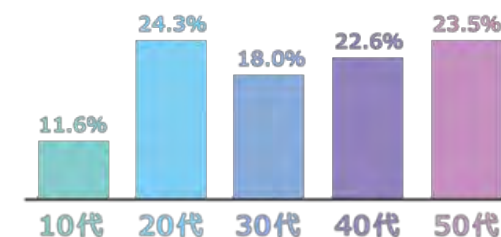
MAU  
5,200万  
UU

## ウォレット利用者

### 【男女比率】



### 【年代比率】



# LINEマンガ掲載面のポイント

LINEマンガは、気軽に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サービスです。2013年4月のサービス開始以降、日本国内におけるアプリダウンロード数は3,000万（※1）を突破し、スマホマンガアプリダウンロード数ランキングにて1位を記録しています。さらに、2020年8月には世界最高レベルの電子コミックのノウハウを持つ米国「Webtoon Entertainment」の傘下に入ったことで、日本の作品のグローバル展開、海外で人気となっている作品のローカライズを行い、その結果、さらなるコンテンツの充実やユーザー数増加が期待できます。

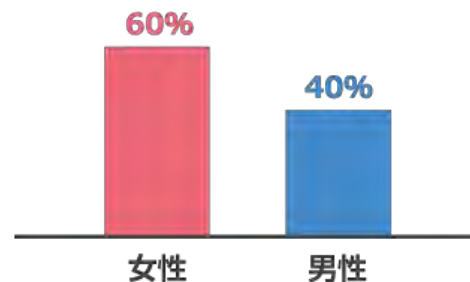
ユーザーの属性は男女ともに比率の差異はなく、全体に占める年代の内訳を見ると10代の利用が18%、20-30代の利用が60%（20代：35%、30代：25%）となっており、若年層のみならず幅広い層に利用されています。



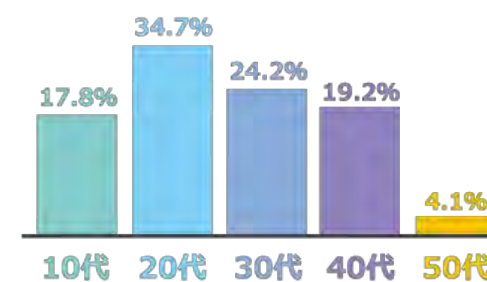
ダウンロード数  
3,000万  
突破

## LINEマンガ利用者

【男女比率】



【年代比率】



※キャプチャ画像はイメージです

※1 2013年4月～2020年8月/iOS & Google Play 合計/出典: App Annie

# LINE BLOG掲載面のポイント

LINE BLOGは、アーティスト・タレントなど著名人をはじめとしたユーザーの外部への情報発信やファンとのコミュニケーションツールとして活用されています。LINEを通じてメッセージを配信できるLINE公式アカウントと連携しており、ブログを更新するとLINE公式アカウントのタイムラインに自動的にフィードが投稿されるなど、LINEを活用した双方向コミュニケーションも高く評価されています（※1）。

ジャンルはアーティスト、タレント・モデル、ママタレント、ファッション、アイドル、スポーツ、文化人、スペシャリスト、スタンプクリエイターと多岐にわたり、2016年11月より一般の方でもブログ開設ができるようになっております。2014年11月のサービス開始から5年間で、これまでに公式ブロガー総勢2,500組以上のブログが開設されています（※2）。

ユーザーの属性は男女比率 3 : 7で女性の方が多く、全体に占める年代の内訳を見ると20~40代が中心層で77%（20代：25%、30代：24%、40代：28%）となっており、幅広い層で利用されています。



公式ブロガー※2

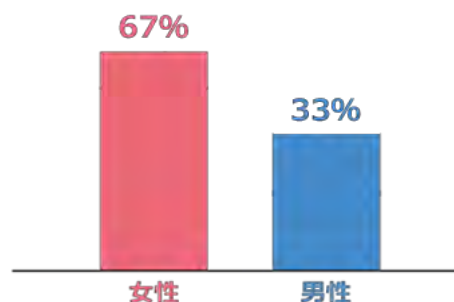
2,500組  
以上

※1 LINE BLOG内の公式ブログのみ

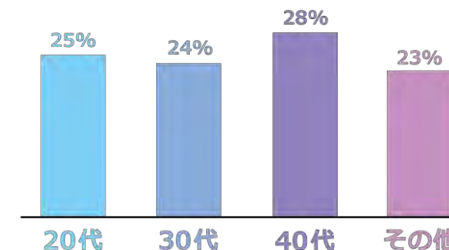
※2 2019年8月時点

## LINE BLOG利用者

### 【男女比率】



### 【年代比率】





# LINEポイントクラブ掲載面のポイント

LINEポイントクラブは、「友だち追加」「動画視聴」「ミッション」などの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。国内最大級のリーチ力を持っており、多くのユーザーに利用されています。

ユーザーの属性は約8割が女性で、全体に占める年代の内訳を見ると40代～50代の利用が54%以上と半数を占め、続いて他メディアではリーチが難しい10代ユーザーに利用されています。



各OS比率※1

約50%

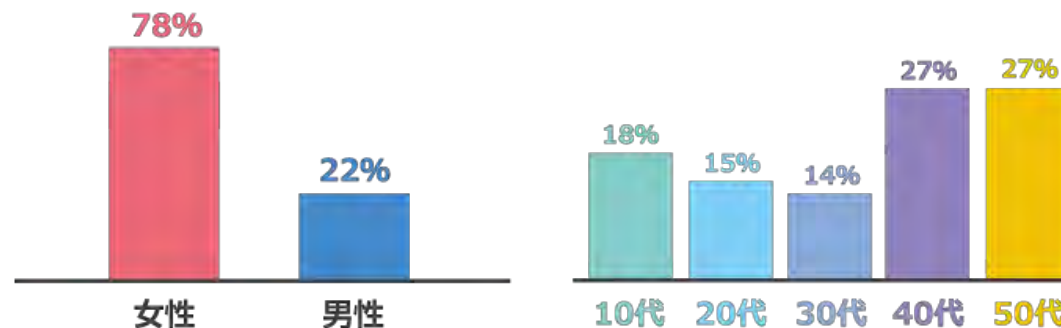
PV数※2

月/2.8億  
PV

## LINEポイントクラブ利用者

【年代比率】

【男女比率】



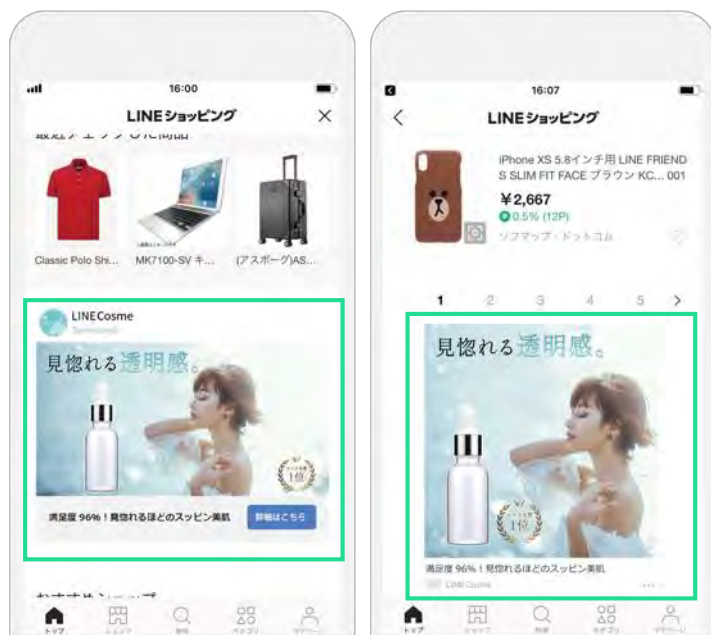
※1,2ともに自社調べ 2020年6月~2020年8月平均値

# LINEショッピング掲載面のポイント

LINEショッピングは、ファッションや雑貨をはじめ、スポーツ、インテリア、家電、コスメなど約300社、3億点を超える商品をLINEアプリ上からおトクに買い物が楽しめるショッピングサービスです。

2017年6月のサービス開始以降、掲載アイテム数の拡張やサービス機能改善を行い、2020年9月時点での会員登録数（※）は3,500万人を突破しております。

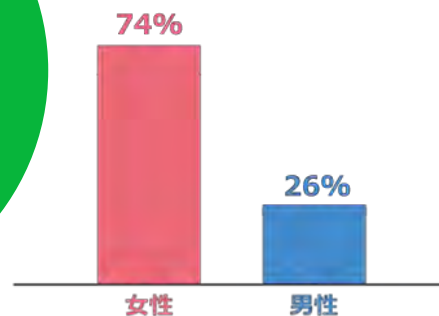
ユーザーの属性は男女比率 3 : 7で女性の方が多く、全体に占める年代の内訳を見ると20代後半、30代、40代前半（25-34歳：39%、35-44歳：39%）と年齢層が高めのユーザーに利用されています。



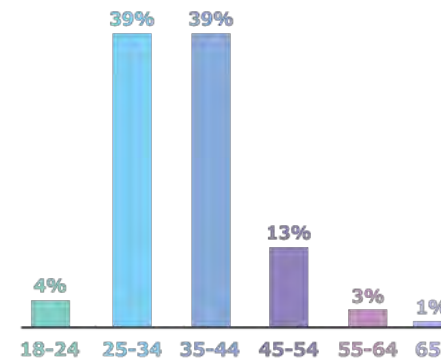
※LINEショッピングの利用規約に同意したユーザー数

## LINEショッピング利用者

【男女比率】



【年齢別比率】



# LINEチラシ掲載面のポイント

LINEチラシは、LINE上で地域の店舗のセール・特売情報を閲覧できるスマートフォンに最適化したデジタルチラシサービスです。国内月間利用者数5200万人（※1）の「ウォレット」タブからアクセスできる「チラシメディア」上に、LINEのユーザーごとにパーソナライズされた近隣店舗のチラシや、レコメンド商品が掲載されます。ユーザーがスーパーやドラッグストアなどの店舗での購入を検討している際に閲覧する可能性が高く、LINE広告を通して購買意欲の高いユーザーにアプローチが可能です。

ユーザーの属性はユーザーの属性は、男女比率は女性の方が75%と多く、全体の半数以上を40代以上が占めています。

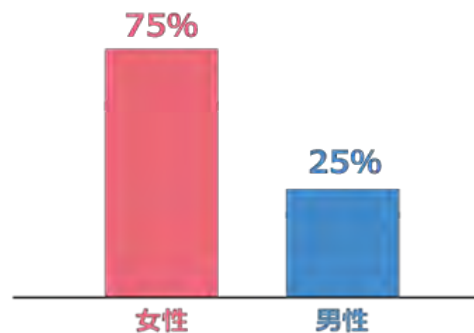
MAU

5,200万  
UU

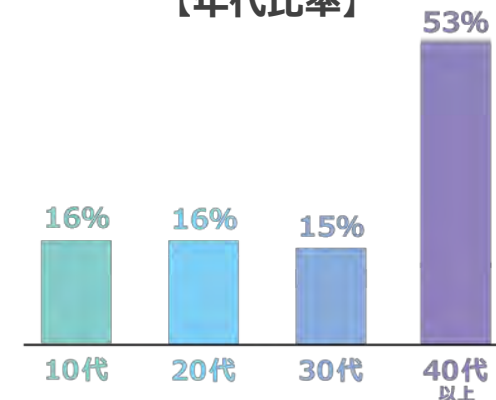


## LINEチラシ利用者

### 【男女比率】



### 【年代比率】

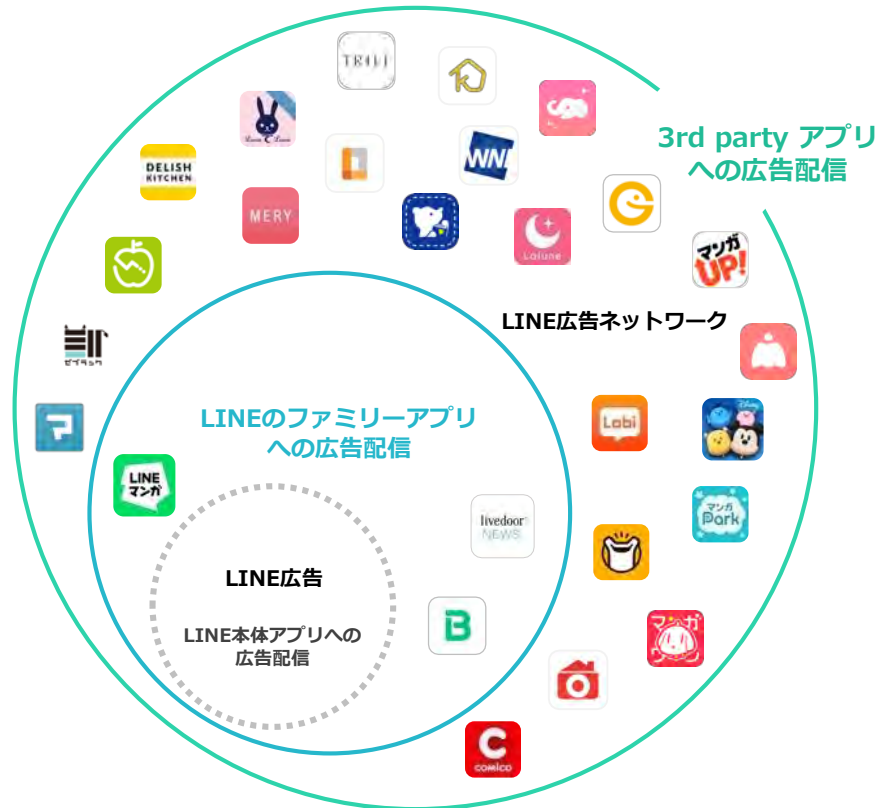


# LINE広告ネットワーク掲載面のポイント

LINE広告ネットワークとは、1.1億MAU(LINE広告ネットワーク内の重複を除く) 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LINEのファミリーアプリや 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LINEのファミリーアプリや 3rd party アプリへと広く配信することが可能となりました。

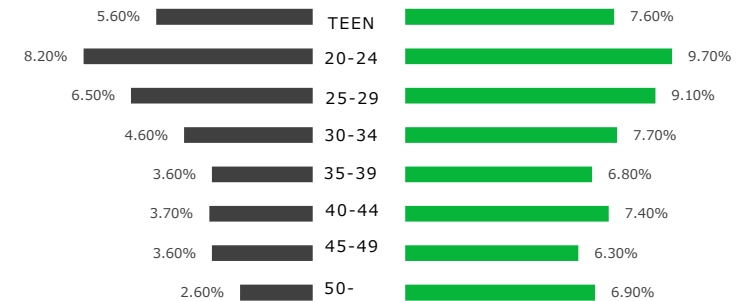
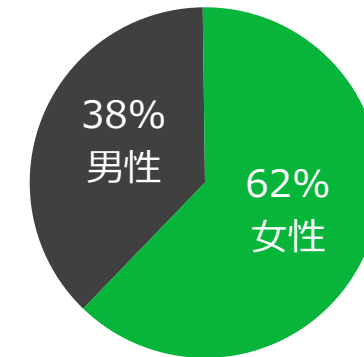


## 配信先アプリMAU



自社調べ、2020年9月時点の配信先アプリMAU (LINE広告ネットワーク内の重複を除く)

## ユーザーの性別・年代分布



自社調べ、2020年9月時点 LINEオーディエンスデータを活用して、LINE広告ネットワーク全体の性別・年代分布を分析 (アプリ媒体のみ)。年代別の小数第二位は四捨五入

# クリエイティブ① Card

静止画（1200×628）、動画（16：9）の広告フォーマットです。

静止画  
(1200×628)



動画  
(16：9)



【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	静止画 (1200×628)	動画 (16：9)
トークリスト	○	×
LINE NEWS	○	○
タイムライン	○	○
ウォレット	○	○
LINEマンガ	○	○
LINE BLOG	○	○
LINEポイントクラブ	○	○
LINEショッピング	○	○
LINEチラシ	○	○

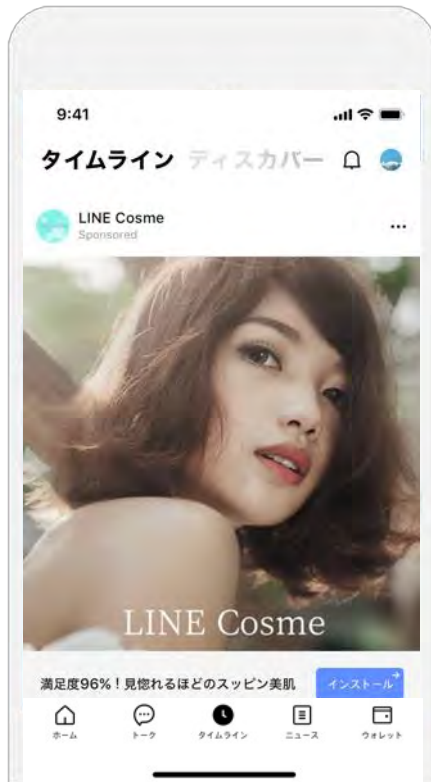
※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性がございます

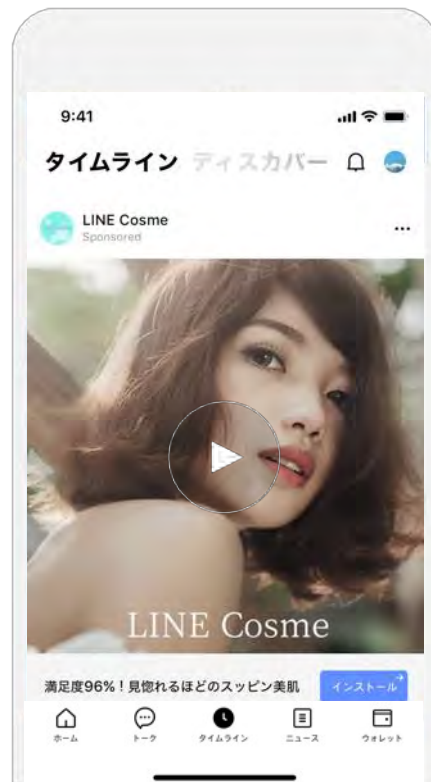
# クリエイティブ② Square

静止画（1080×1080）、動画（1：1）の広告フォーマットです。

静止画  
(1080×1080)



動画  
(1：1)



【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	静止画 (1080×1080)	動画 (1：1)
トークリスト	○	×
LINE NEWS	○	○
タイムライン	○	○
ウォレット	○	○
LINEマンガ	○	○
LINE BLOG	○	○
LINEポイントクラブ	○	○
LINEショッピング	○	○
LINEチラシ	○	○

- ※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
- ※配信面によっては一部配信できない枠がございます



# クリエイティブ③ Vertical

9 : 16 (動画) の広告フォーマットです。タイムライン上では、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。

Vertical  
(9 : 16)



タイムライン表示時  
(3 : 4)



全画面再生時  
(9 : 16)



【掲載面×フォーマット一覧】

掲載面 / フォーマット	Vertical (9 : 16)
トークリスト	×
LINE NEWS	×
タイムライン	○
LINEマンガ	×
ウォレット	×
LINE BLOG	×
LINEポイントクラブ	×
LINEショッピング	×
LINEチラシ	×

※キャプチャ画像はイメージです

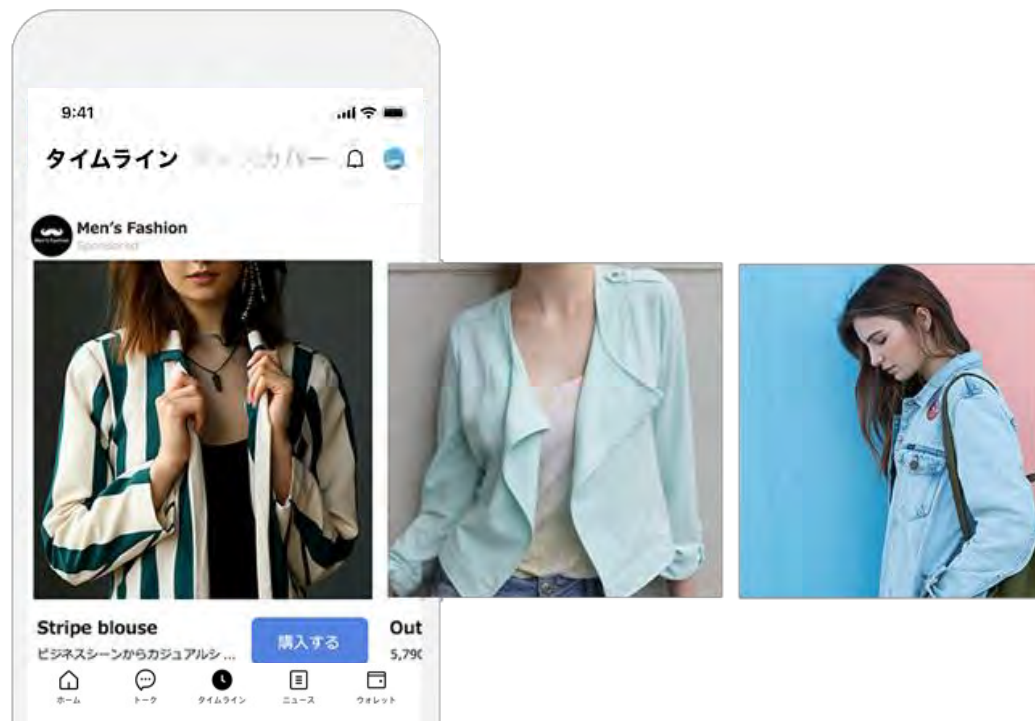
※配信仕様は今後変更する可能性があります



# クリエイティブ④ Carousel

1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。

静止画  
(1080×1080)



※キャプチャ画像はイメージです

※最大表示数は10件です

※配信面は、タイムライン、LINE NEWSの一部枠のみになります。枠によりフォーマットは異なります。

※LINE Dynamic Adsは仕様が異なりますので、詳しくはP26をご覧ください。

【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	静止画 (1080×1080)
トークリスト	×
LINE NEWS	○
タイムライン	○
LINEマンガ	×
ウォレット	×
LINE BLOG	×
LINEポイントクラブ	○
LINEショッピング	×
LINEチラシ	×

# クリエイティブ⑤ 画像+テキスト

トークリスト面で表示される画像とテキストの広告フォーマットです。

## 画像+テキスト



## 【広告構成】

要素番号	項目名	内容
1	画像	管理画面に入稿されている素材（静止画のみ）
2	タイトル	20文字以内（半角全角問わず） ※ 広告表示される文字数は端末によって異なります
3	企業名	LINE公式アカウントの名称
4	アクションボタン	管理画面より任意で設定できます

※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

# 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 タイトル ディスクリプション アクションボタン ランディングページ リンク先URL(任意)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>画像/動画/カルーセル/画像(小)※1</b> →「メディア」より入稿したものを選択</li> <li>■ <b>タイトル※2</b> →20文字以内（半角全角問わず）</li> <li>■ <b>ディスクリプション</b> →75文字以内(半角全角問わず)</li> <li>■ <b>アクションボタン</b> →管理画面内の選択肢より選択</li> <li>■ <b>ランディングページ</b> →LPのURLを記入</li> <li>■ <b>リンク先URL(任意)※3</b> →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</li> </ul>
アプリ	画像/動画/カルーセル タイトル ディスクリプション アクションボタン アプリ 遷移先	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>画像/動画/カルーセル/画像(小)※1</b> →「メディア」より入稿したものを選択</li> <li>■ <b>タイトル※2</b> →20文字以内（半角全角問わず）</li> <li>■ <b>ディスクリプション</b> →75文字以内(半角全角問わず)</li> <li>■ <b>アクションボタン</b> →管理画面内の選択肢より選択</li> <li>■ <b>アプリ</b> →「メディア」より登録したものを選択</li> <li>■ <b>遷移先※3</b> →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</li> </ul>

※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）」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）」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

# 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) タイトル ディスクリプション アクションボタン ランディングページ リンク先URL(任意)	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 画像 →「メディア」より入稿したものを選択 (最大10枚まで設定可能)</li><li>■ タイトル →20文字以内 (半角全角問わず)</li><li>■ ディスクリプション →40文字以内(半角全角問わず)</li><li>■ アクションボタン →管理画面内の選択肢より選択</li><li>■ ランディングページ →LPのURLを記入</li><li>■ リンク先URL(任意)※1 →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</li></ul>
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 →100×100pixel／600×600pixel (推奨) ／1200×628pixel (推奨) →形式 : jpg/png →容量 : 10MB以内</li><li>■ 文字コード →UTF-8</li><li>■ ファイルサイズ →最小 : 10行 (10商品～) ※CSV/TSV : 最大1ファイル (8GB以内、または計300万行以内) ※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>

※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・動画）

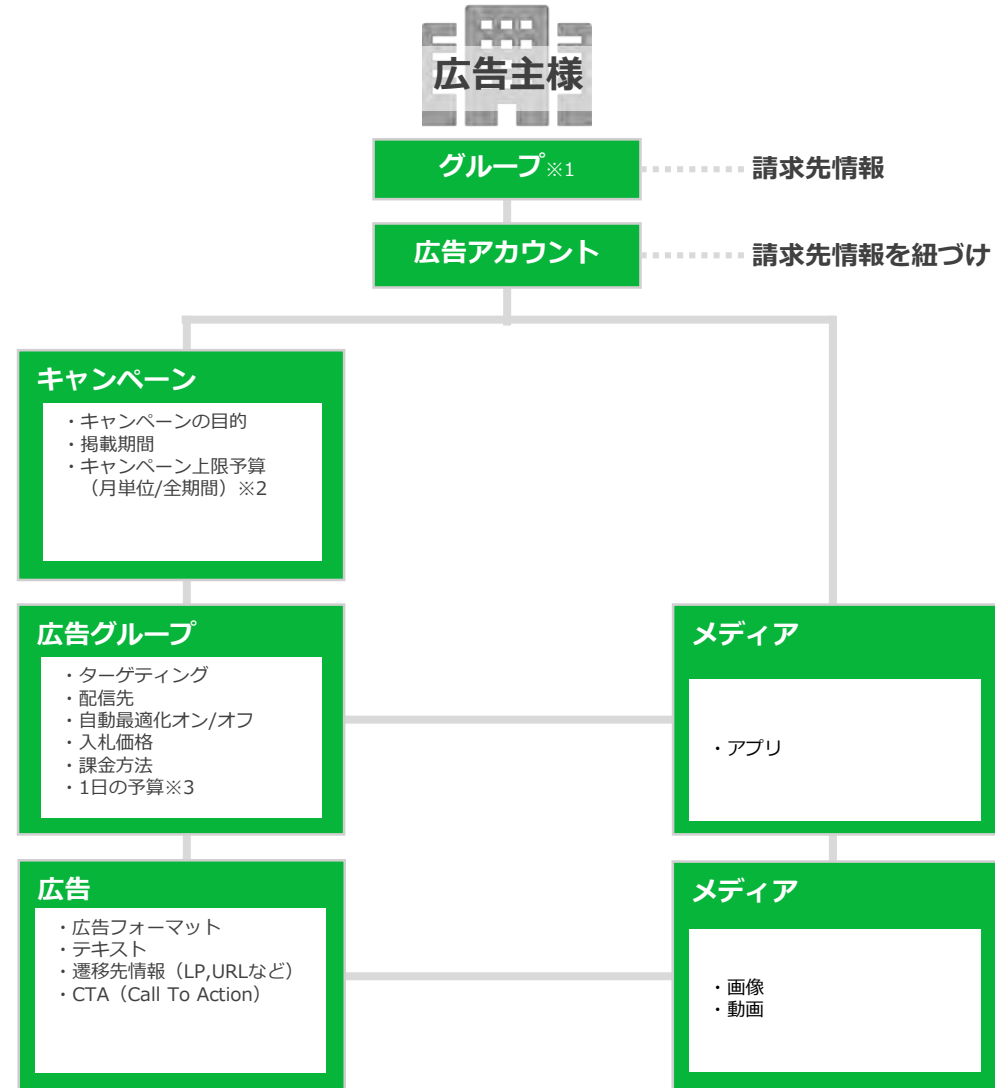
広告	入稿素材	入稿規定
画像	静止画	<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>サイズ</b> : 1200×628pixel / 1080×1080pixel / 600×400pixel</li><li>■ <b>形式</b> : jpg/png</li><li>■ <b>ファイルサイズ</b> : 10MB以内</li></ul>
動画	動画	<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>動画</b> : H.264、メイン/ハイプロファイル推奨、正画素、固定フレームレート、プログレッシブスキャン</li><li>■ <b>音声</b> : AAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ</li><li>■ <b>フレームレート</b> : 最大30fps</li><li>■ <b>フォーマット</b> : mp4/mov</li><li>■ <b>アスペクト比</b><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>■ <b>解像度</b> : 最大1080p（広告配信時は最大720p）</li><li>■ <b>ビットレート</b> : 最大8Mbps</li><li>■ <b>時間</b> : 最大600秒（最低5秒以上）</li><li>■ <b>ファイルサイズ</b> : 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 アプリ名 ストアURL	<ul style="list-style-type: none"><li>■プラットフォーム →iOS/Androidを選択</li><li>■アプリ名 →アプリの正式名称を入力</li><li>■ストアURL →iOSであればApp Store、AndroidであればGoogle PlayのURLを入力</li></ul>

# LINE広告のアカウント構造

入札金額、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階層まで紐づけ可能です

※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 (超過分のご利用金額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あります



# LINEデモグラフィックデータ配信

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・推定収入を設定して配信することができます。

## 行動セグメント

テレビ視聴頻度・ゲームプレイ・コンバージョンネットワーク利用、キャリア・モバイル端末の変更状況、ラグジュアリー商品の購買意欲などを設定して配信することができます。

## 年齢セグメント

14歳以下から50代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歳-

## 性別セグメント

男性・女性の指定配信ができます。

## 興味関心セグメント

18種類のインタレストカテゴリより指定配信ができます。さらに、自動車に関しては9種類の車種も指定配信ができるようになりました。

例) ゲーム/デジタル機器・家電/スポーツ/職・ビジネス/ファッション/家・インテリア・園芸/テレビ・番組/音楽/教育・学習・資格/金融/健康/エンタメ/ショッピング/書籍・マンガ/食べ物・飲み物/美容・コスメ/旅行/自動車

↳軽自動車/コンパクトカー/ハッチバック/セダン/スポーツカー/ステーションワゴン/ミニバン/SUV (コンパクト) /SUV (ラージ)

## 地域セグメント

47都道府県別に加え、新しく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(スタンプ購入履歴、LINE公式アカウントの友だち登録履歴など)をもとに分類した「みなし属性」となります(携帯キャリア・OSを除く)なお「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みません)したものです。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)の提供は実施いたしておりません

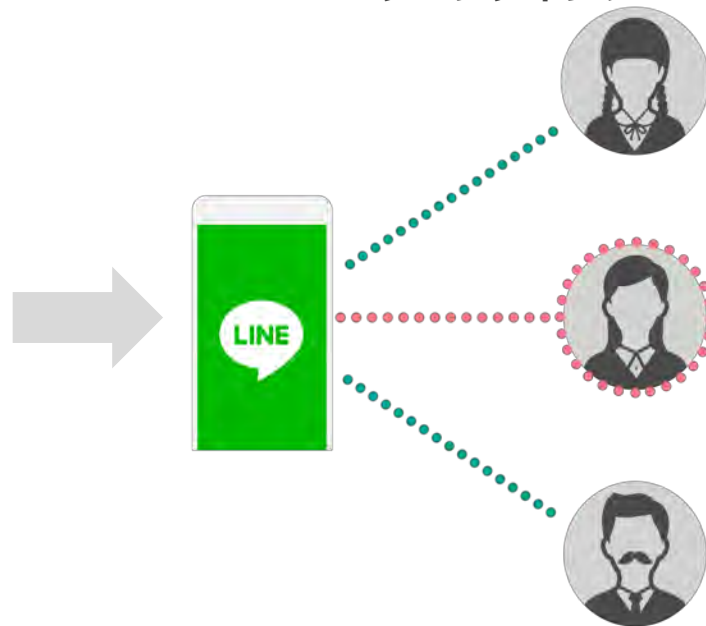
# オーディエンス配信

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それぞれの類似が作成可能です。

例) 初回購入をした顧客データ



初回購入をしたユーザーを探し出し  
ターゲティング



広告表示



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

# 友だち追加

LINE広告の友だち追加とは、LINE広告を通じて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。

## 【タイムライン】



## 【LINE NEWS】



## 【トークリスト】



## 【配信詳細】

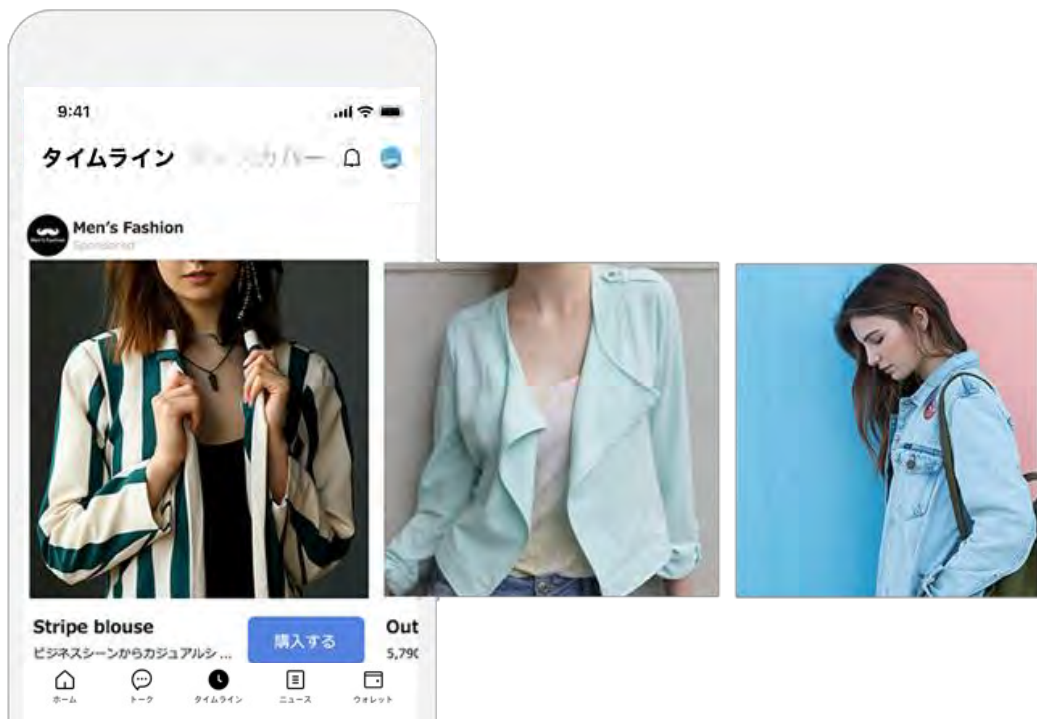
項目	詳細
LINEオーディエンスデータ配信	LINE広告の通常ターゲティング、LINE公式アカウントの友だちオーディエンス
配信面	LINE NEWS面、タイムライン面、トークリスト面
掲載フォーマット	静止画 1200×628 / 1080×1080
配信価格	最低入札金額 自動入札75円～、手動入札50円～
対象LINEアカウント	LINE公式アカウント

※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（実施が確認された場合、配信停止の対応をさせていただいております）

# LINE Dynamic Ads

ユーザーの商品の閲覧履歴に基づき、興味がありそうな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。



- ※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
- ※オフラインアカウントのみの提供になります

## 【配信詳細】

項目	内容
LINEデモグラフィックデータ配信	年齢/性別/地域/興味関心
LINEオーディエンスデータ配信	商品ページ、カートページ、コンバージョンページ
配信面※1	タイムライン、LINE NEWS、LINEマンガ、LINE BLOG、LINEポイント、LINEショッピングウォレット、LINEチラシ
配信フォーマット	データフィード
類似配信	可

※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

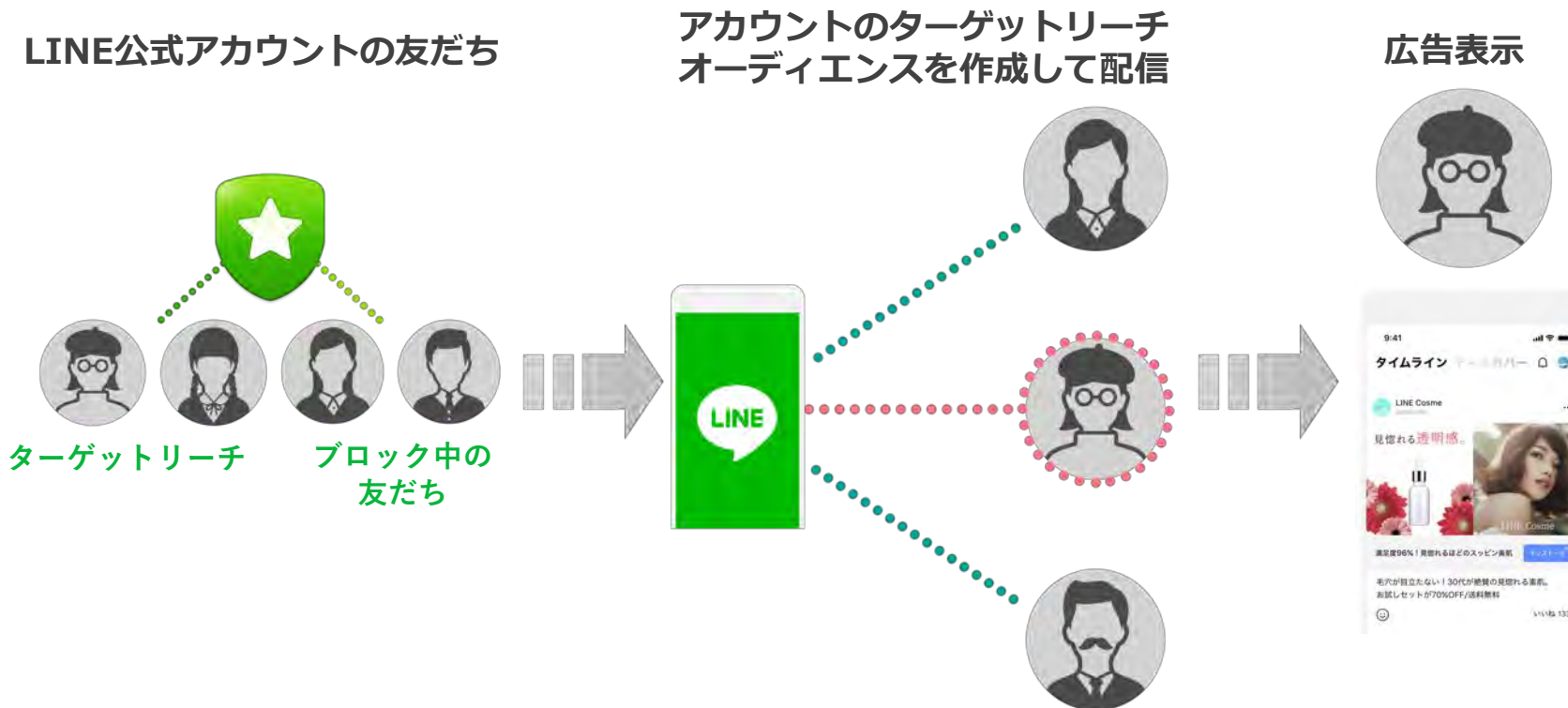
※弊社ガイドラインに抵触する場合、いかなる理由でも、ご実施いただくことはできません

※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

※1 配信面により配信されるフォーマットが異なります

# 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

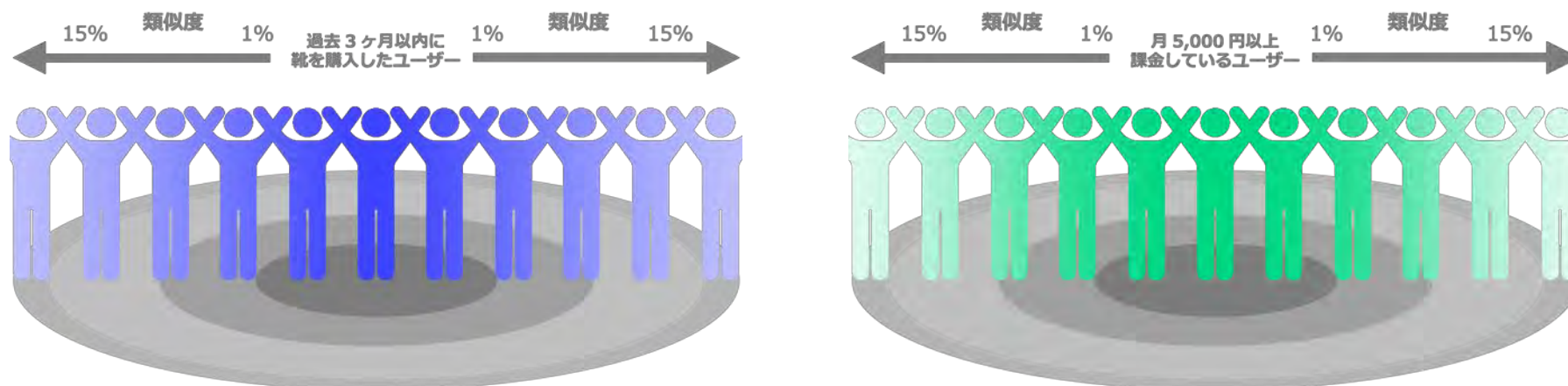
※オーディエンスの作成は、「アカウントの友だち」「ブロック中の友だち」それぞれ一つずつです

※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。



## 【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

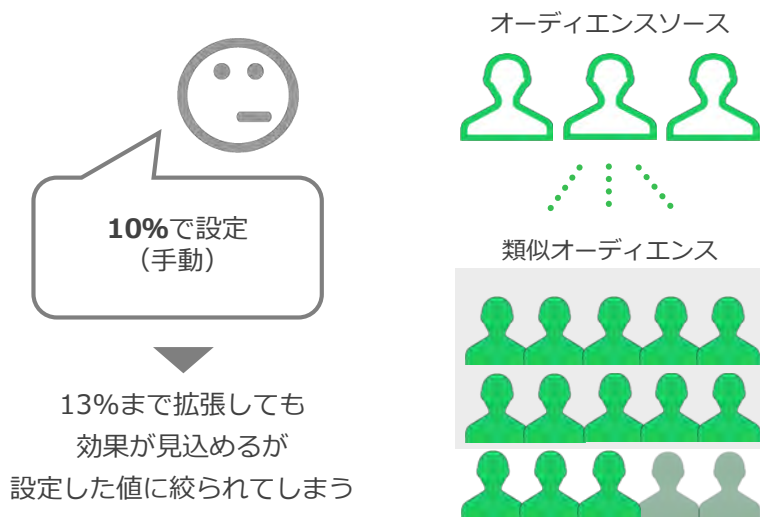
※類似オーディエンスには、ソースオーディエンスに含まれるユーザーは除外されています

※一部広告アカウントはクロスターゲティングをオンにしている

# 類似配信\_オーディエンスサイズの自動とは

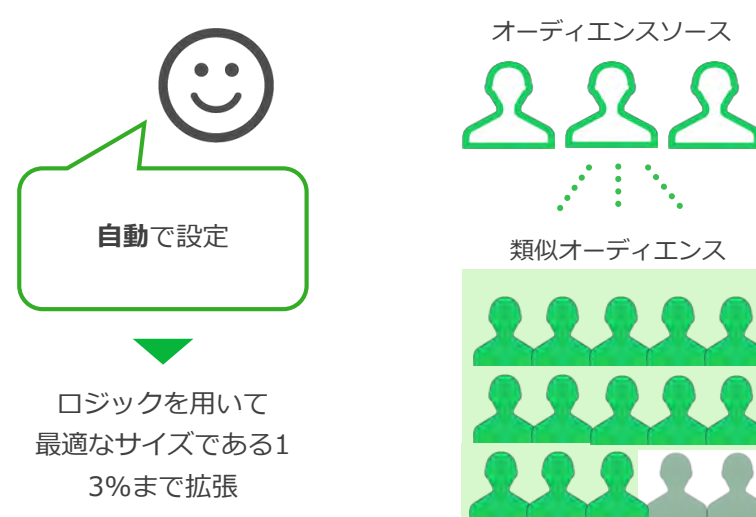
類似配信において、類似度とオーディエンスサイズを加味して、自動で最適なオーディエンスサイズに調整することができる機能です。広告効果の検証なども効率よく行うことができます。

## 1~15%を手動で設定



運用者はオーディエンスソースとオーディエンスサイズを掛け合わせた検証を行う必要がある

## オーディエンスサイズを自動で設定



最適なオーディエンスサイズを自動で判断するため運用者はオーディエンスソースのみ検証をすれば良い



# リ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。



※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

# リ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。

パラメータ								
イベント (管理画面表記)	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	-	-	-	-	-	-	●	○

●: 必須項目 ○: 任意項目

# リ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】

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

● : 必須項目 ○ : 任意項目

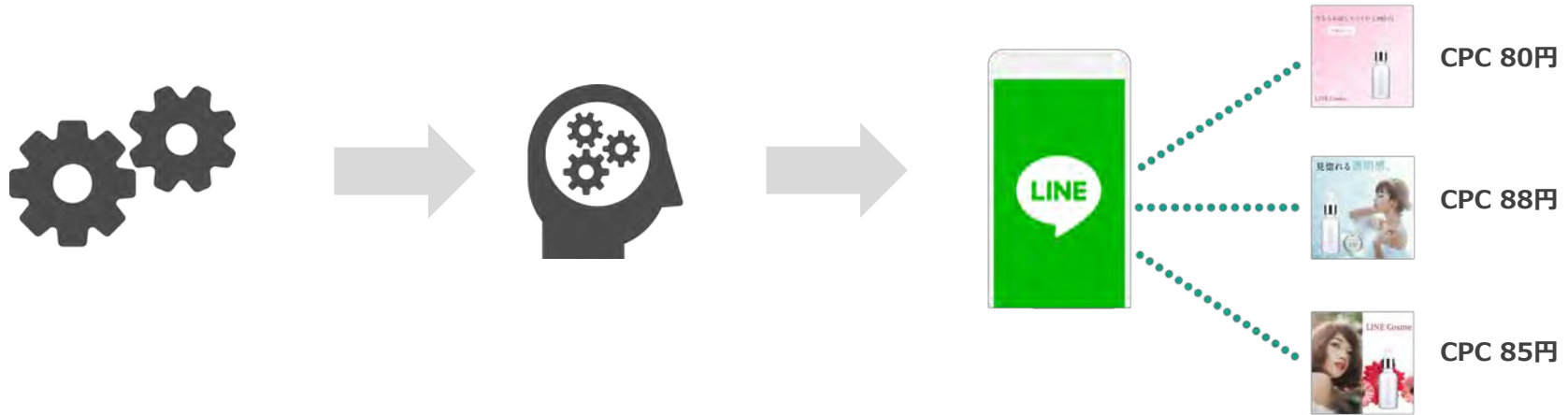
# 自動最適化配信

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。

目標CPAを設定（CV最適化）

機械学習

目標CPA内で獲得できるように自動で入札調整



【入札設定一覧】

キャンペーン目的	ウェブサイトへのアクセス	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	友だち追加	商品フィードから販売	動画の再生
手動入札	○	○	×	○	○	○	×
自動入札（クリック）	○	○	×	×	×	○	×
自動入札（コンバージョン）	×	○	×	×	×	×	×
自動入札（友だち追加）	×	×	×	×	○	×	×
自動入札（インストール）	×	×	○	×	×	×	×
自動入札（オープン）	×	×	×	○	×	×	×
自動入札（動画3秒再生）	×	×	×	×	×	×	○

# リーチ&フリークエンシー

月に1回以上タイムラインの広告に接触している4,900万人のユーザーに対して、優先的に広告を配信をすることができます。



※キャプチャ画像はイメージです

※詳細は別途ブランドメニューの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

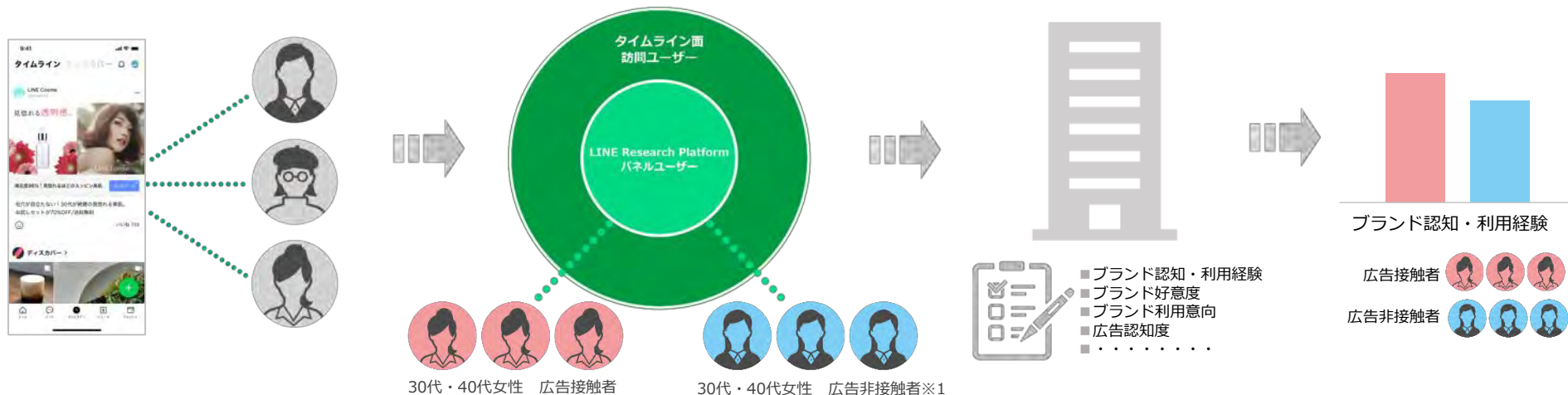
## 【配信詳細】

詳細	リーチ&フリークエンシー
商品説明	ブランド広告主様向けのリーチ最大化広告
配信仕様	<ul style="list-style-type: none"><li>・フリークエンシーと配信期間を指定して配信</li><li>・タイムライン面に通常配信よりも優先して配信</li></ul>
メリット	<ul style="list-style-type: none"><li>・短期間に多くのユーザーへの広告接触が可能</li><li>・レポートにてリーチ数の可視化が可能</li><li>・上限フリークエンシーの設定が可能</li></ul>

# 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 ライトプラン	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・ブランド認知度・利用意向の3項目を設定し、調査を実施	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	

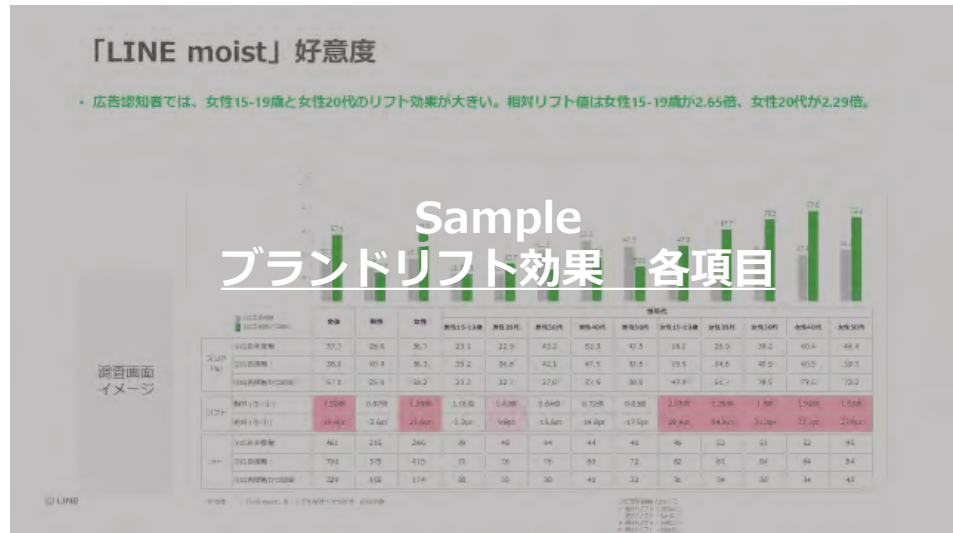
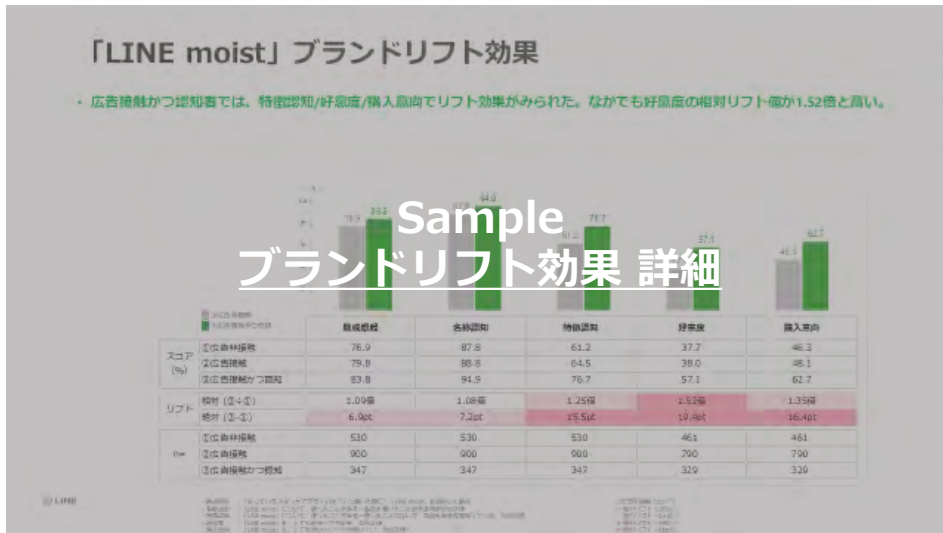
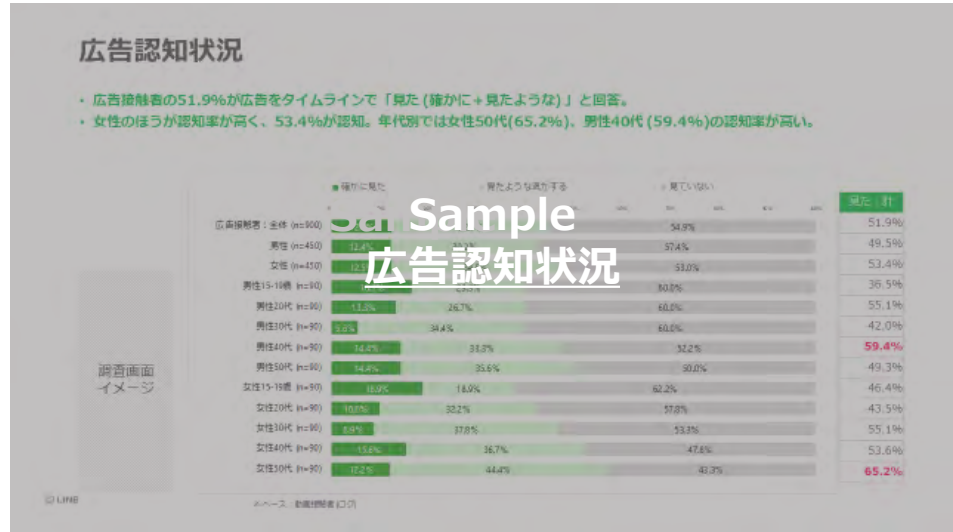
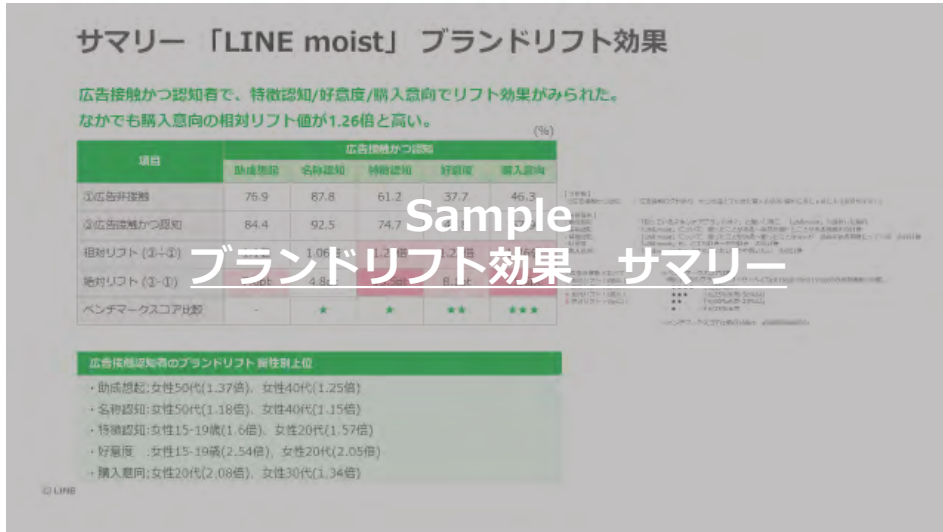
※1 調査対象の広告に接触していないユーザー

※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\_アンケート設問例①

※赤字は必須設問項目です

※アンケート内の言葉尻はスマートフォンでの回答のしやすさを考慮し適宜変更する場合がございます。  
質問の意図や趣旨、回答内容に影響を及ぼすことのない範囲での調整となります

※オフラインアカウントのみの提供になります

## 【アンケート設問例一覧】

調査テーマ	調査項目	必須4問 選択1問	設問文	選択 肢数	設問形式 (SA/MA)	選択肢例
ブランディング指標	ブランド認知 利用経験	必須	あなたは、「〇〇」をどのくらい知っていますか。 知っている方は、使ったことがありますか？	5	SA	使っている、使ったことがある/使ったことはないが、サービス内容、商品をよく知っている/ 使ったことはないが、サービス内容、商品がある 程度知っている/名前を聞いたことがある程度/ まったく知らない (このアンケートで初めて知っ た)
	ブランド好意度	必須	あなたは、「〇〇」を どのくらい好きですか。	5	SA	とても好き/やや好き/どちらともいえない/ あまり好きでない/まったく好きでない
	ブランド利用意向	必須	今後、「〇〇」をどのくらい使いたい/ 買いたと思いますか。	5	SA	ぜひ利用（購入）したい/やや利用（購入）した い/どちらともいえない/あまり利用（購入）した くない/まったく利用（購入）したくない
	ブランド興味度	選択	あなたは、「〇〇」に どのくらい興味がありますか。	5	SA	とても興味がある/やや興味がある/どちらともい えない/あまり興味がない/まったく興味がない
	ブランド関与意向	選択	あなたは、「〇〇」について もっと知りたい/理解したいと思いませんか。	5	SA	とても知りたい、理解したいと思う/やや知りた い、理解したいと思う/どちらともいえない/あま り知りたい、理解したいと思わない/まったく知 りたい、理解したいと思わない
	ブランド推奨意向	選択	あなたは、家族や友だちへ「〇〇」の利用 (購入)を、どの程度すすめたいと思いませんか。	5	SA	とてもすすめたい/ややすめたい/ どちらともいえない/あまりすすめたいと思わな い/まったくすすめたいと思わない
	ブランド助成想起 (特定キーワード)	選択	△△と聞いて、思い浮かぶ ブランド/サービス/商品は何ですか。	10 以内	MA	●● (自社ブランド/サービス/商品) 競合B/競合 C/競合D/競合E/競合F/ 競合G/競合H/競合I/あてはまるものはない
	ブランド助成想起	選択	次のうち、知っている ブランド/サービス/商品は何ですか。	10 以内	MA	●● (自社ブランド/サービス/商品) /競合A/競 合B/競合C/競合D/競合E/競合F/ 競合G/競合H/競合I/あてはまるものはない

# ブランドリフトサーベイ\_アンケート設問例②

※赤字は必須設問項目です

※アンケート内の言葉尻はスマートフォンでの回答のしやすさを考慮し適宜変更する場合がございます。  
質問の意図や趣旨、回答内容に影響を及ぼすことのない範囲での調整となります

※オフラインアカウントのみの提供になります

## 【アンケート設問例一覧】

調査テーマ	調査項目	必須4問 選択1問	設問文	選択 肢数	設問形式 (SA/MA)	選択肢例
広告認知度 ・ 広告クリエイティブ 評価	タイムライン広告の 認知度	必須	あなたは、〇月〇日～〇月〇日の間に、LINEの タイムラインで以下の動画広告を見ましたか。	3	SA	確かに見た/見たような気がする/見ていな い
	タイムライン広告の 広告評価	選択	あなたは、先程ご覧になった広告に対して、 どのように感じましたか。それぞれお答えくだ さい。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	TVCMの認知度	選択	あなたは、〇月〇日～〇月〇日の間に、 TVCMで以下の広告を見ましたか。	3	SA	確かに見た/見たような気がする/見ていな い
	TVCMの広告評価	選択	あなたは、先程ご覧になったTVCMに対して、 どのように感じましたか。それぞれお答えくだ さい。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
メディア利用状況	メディアの利用状況	選択	ふだん、定期的に見たり読んだりしているもの や行っていることはありますか。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	主要SNSの利用状況	選択	ふだん、よく使っているSNSサービスは 何ですか。	1	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	TVの1日あたり 視聴時間	選択	あなたは、TVを1日に どのくらい視聴していますか。 平日・休日ごとにお知らせください。	8	SA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください

# 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3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いただくと自由にオーディエンスやコンバージョン地点を作成することができます。

## 【LINE Tagコード内容】

	項目	計測	注意点
<div style="border: 1px solid green; padding: 5px; display: inline-block;">LINE Tag</div>	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
	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)、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)、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 (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、1~180日で設定可能 (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1~180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。[https://www.linebiz.com/jp/manual/line-ads/tracking\\_002/](https://www.linebiz.com/jp/manual/line-ads/tracking_002/)

# 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。

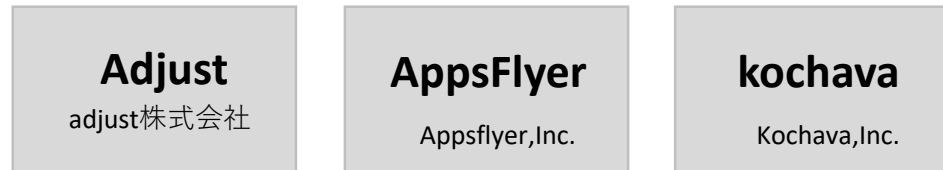


# アプリコンバージョン計測

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



### 【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	Account_ID	ADVERTISER ID
アプリID※	Mobile AppID	Postback_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

# 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
adaccount name	広告アカウント名
adaccount id	広告アカウントID
impression	広告の表示回数
clicks	クリック数
CTR	クリック率
CPC	1クリック当たりのコスト
CV	コンバージョン
CVR	コンバージョン率
CPA	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）

項目名	内容
Video starts	動画再生開始
3-second video views	3秒再生
Video watches at 25%	25%再生
Video watches at 50%	50%再生
Video watches at 75%	75%再生
Video watches at 95%	95%再生
Video completions	動画再生完了
Cost per 3-second playback	3秒動画視聴単価
Cost per complete video view	動画視聴完了単価
Install	アプリインストール数
Open	アプリ起動数
View home	ホーム閲覧

項目名	内容
View category	カテゴリ閲覧
View item	商品閲覧
Search	検索
Add to cart	カートに追加
Purchase	購入
Level achieved	レベル達成
Tutorial complete	チュートリアル完了
Install (view)	インストール（ビュー）
Cost per Install (click+view)	インストール単価（クリック+ビュー）
Install (click+view)	インストール（クリック+ビュー）
Reach (estimated)	リーチ（推定）

※「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、当日朝8時以降にご確認ください

# お申し込みフロー

配信開始まで  
10営業日前後

## 1.LINE ビジネスIDの 発行・ログイン

LINE広告を利用するには、「LINEビジネスID」の取得が必要です。  
お持ちでない場合は[申し込み画面](#)より、お持ちのメールアドレスで  
「LINEビジネスID」を作成してください。  
LINEビジネスIDでログイン後、利用規約に同意いただけましたら管理画面へログインが可能です。

## 2.グループの作成、 請求先情報の登録

管理画面にログイン後、グループ作成と新規取引先登録書面・請求先情報登録書面の提出※  
をお願いします。

## 3.広告アカウント の作成と申請

グループに紐づく広告アカウントの作成をお願いします。  
(請求先情報の審査通過後、広告アカウントの審査を開始します。)

## 4.メディアの 登録と申請

「広告アカウント」作成後にメディアの登録をお願いします。  
「広告アカウント」審査中でもメディアの登録は可能です。

## 5.アカウント/ メディア 広告の審査

当社にて「広告アカウント」「メディア(画像・動画・アプリ)」「広告」の審査を行います。

## 6.配信開始

審査中のものは「未配信」、承認済みのものは「利用可能」と表示されます。  
「利用可能」になりましたら、配信が可能になります。



# 利用規約・お問い合わせに関して

## 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 for Businessの「お問い合わせ」ページよりお願いいたします。

<https://linebiz.jp/>

# 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。

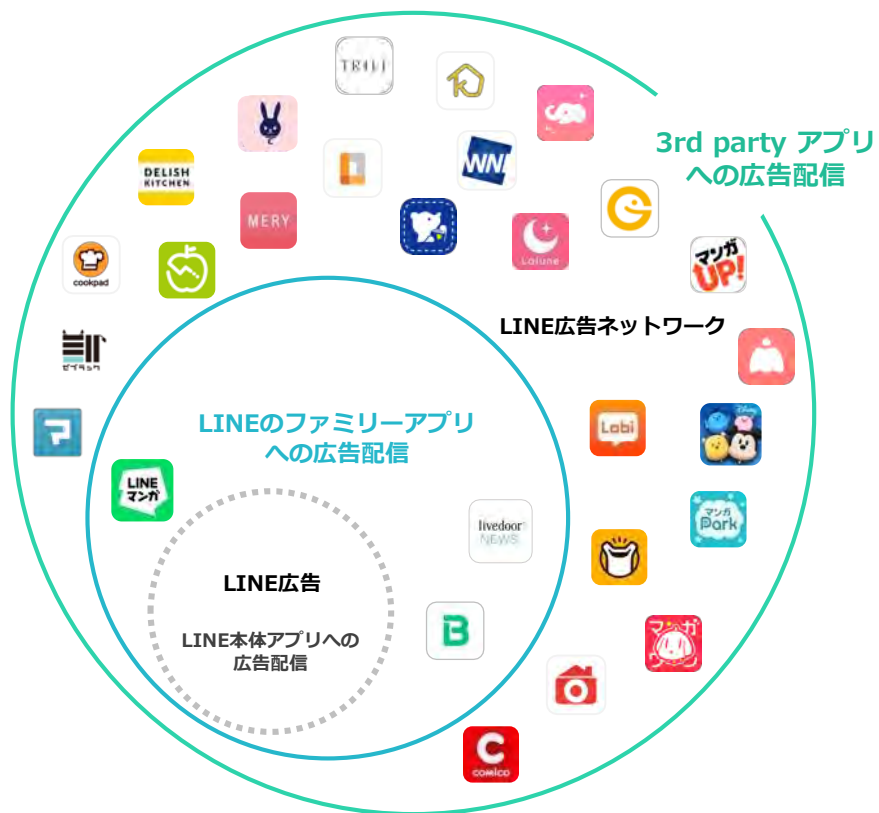
LINE広告の配信先の一つとして、  
LINEのユーザーデータや最適化の配信機能を活用できます。

# LINE広告ネットワークの特徴

LINE広告ネットワークとは、1.1億MAU(LINE広告ネットワーク内の重複を除く) 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LINEのファミリーアプリや 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LINEのファミリーアプリや 3rd party アプリへと広く配信することが可能となりました。

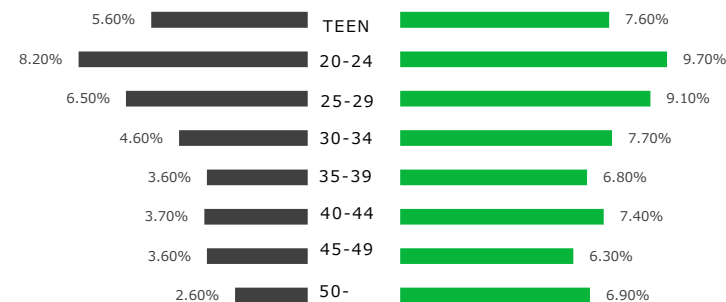
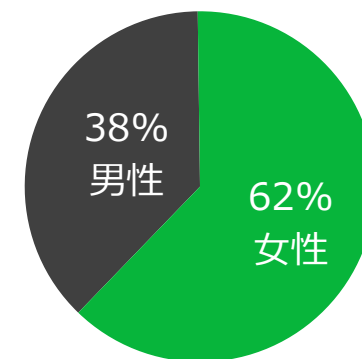


## 配信先アプリMAU



自社調べ、2020年9月時点の配信先アプリMAU (LINE広告ネットワーク内の重複を除く)

## ユーザーの性別・年代分布



自社調べ、2020年9月時点 LINEオーディエンスデータを活用して、LINE広告ネットワーク全体の性別・年代分布を分析 (アプリ媒体のみ)。年代別の小数第二位は四捨五入



# 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可能

## LINEデモグラフィックデータ配信

年齢・性別・地域・興味関心など、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。



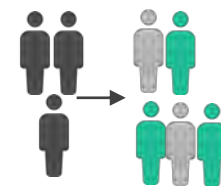
## オーディエンス配信

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。



## 類似配信

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1~15%まで選択が可能です。



## 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。



# 配信アプリ面について

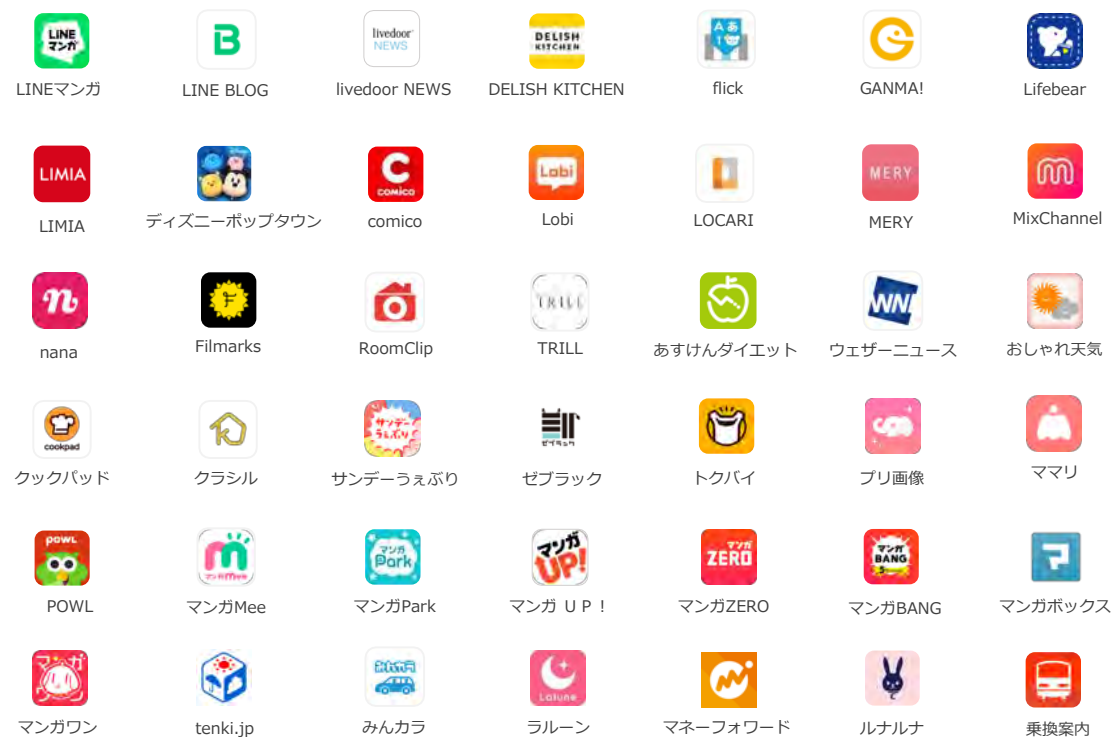
LINE広告ネットワークは、広告主様のブランドイメージを損ねないように厳格な審査基準に則したメディアにのみ広告を配信いたします。

## 直接審査したメディアのみに配信、 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  
<http://www.coda-cj.jp/index.html>
- ・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

## 1.1億MAU（※）のさまざまな テーマのアプリメディアに配信

豊富な配信先メディアの中から、広告主様の目的に合わせた適切な配信先のユーザーへ広告配信することで、広告主様の広告効果の最大化が期待できます。



ABC, あいうえお順

# LINE広告ネットワークの配信設定

管理画面上の「配信先を編集」を選択いただき、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～

「配置を編集」からLINE広告ネットワークのみを選択いただくことで、手動入札の単価を1円から設定可能となります。

### 自動配置（推奨）を選択 配信開始

ターゲット設定

国  日本

地域

性別  すべて  男性  女性

年齢  すべて

OS  すべて  Android  iOS

最低  最新

詳細設定

趣味・関心

オーディエンス

### 「配置を編集」を選択 配信先を変更することが可能

ターゲット設定

国  日本

地域

性別  すべて  男性  女性

年齢  すべて

OS  すべて  Android  iOS

最低  最新

詳細設定

趣味・関心

オーディエンス

#### 広告の配信

配信先  自動配置（推奨）  配信先を編集

最適化と入札

#### 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  ディスプレイ広告

動画リワード広告

## ブロックリストは一括で設定可能

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メディアがある場合には、ブロックリストを設定 指定のメディア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
- パフォーマンスレポート
- ブロックリスト
- 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。

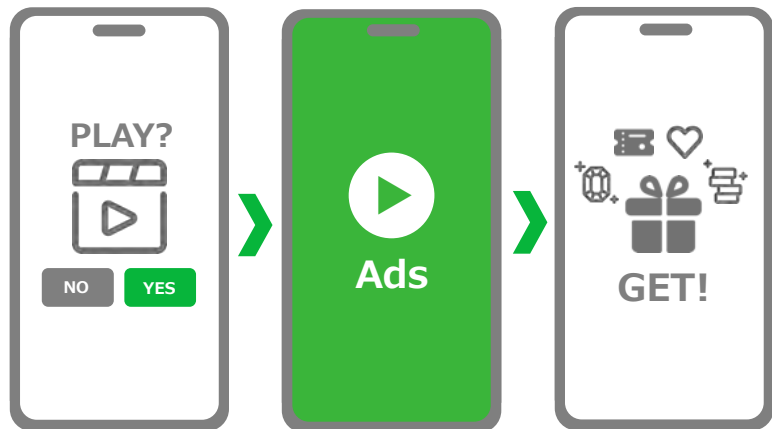


# LINE広告ネットワークの「動画リワード広告」フォーマット

「動画リワード広告」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動画広告フォーマットです。

## 「動画リワード広告」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動画フォーマットです。



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

### 「動画リワード広告」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

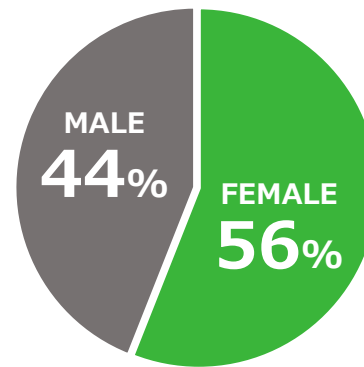
## LINE広告ネットワーク「動画リワード広告」の特徴

### 配信先アプリMAU

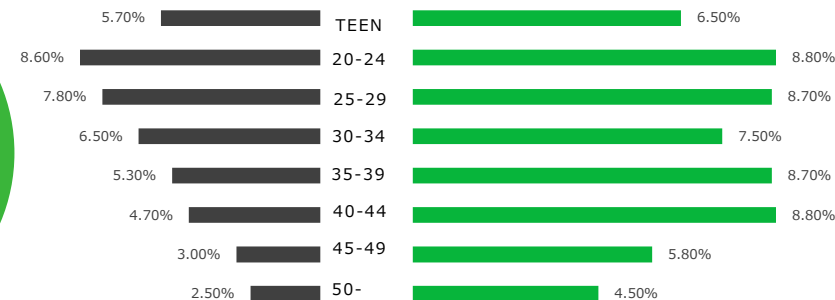


自社調べ 2020年9月時点の動画リワード広告配信先アプリMAU

### ユーザーの性別・年齢分布

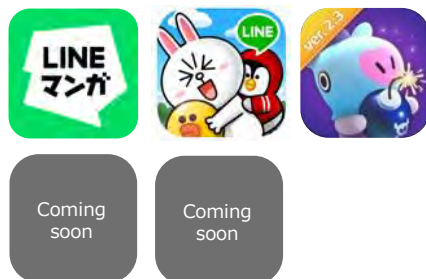


自社調べ 2020年9月時点 LINEオーディエンスデータを活用してLINE広告ネットワークの動画リワード広告の性別・年代分布を分析 (アプリ媒体のみ) 年代別的小数第二位は四捨五入。



### 「LINEファミリーアプリ」をはじめとしたさまざまなアプリメディアへ配信可能

#### LINEファミリーアプリ



#### 3rd party アプリ(一部抜粋)



And More...

# 「動画リワード広告」表示項目と配信設定

「広告の配信」から「自動配置(推奨)」を選択いただく、もしくは「配信先」から「動画リワード広告」を選択いただくことで「動画リワード広告」の配信が可能です。

## 「動画リワード広告」表示項目



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※

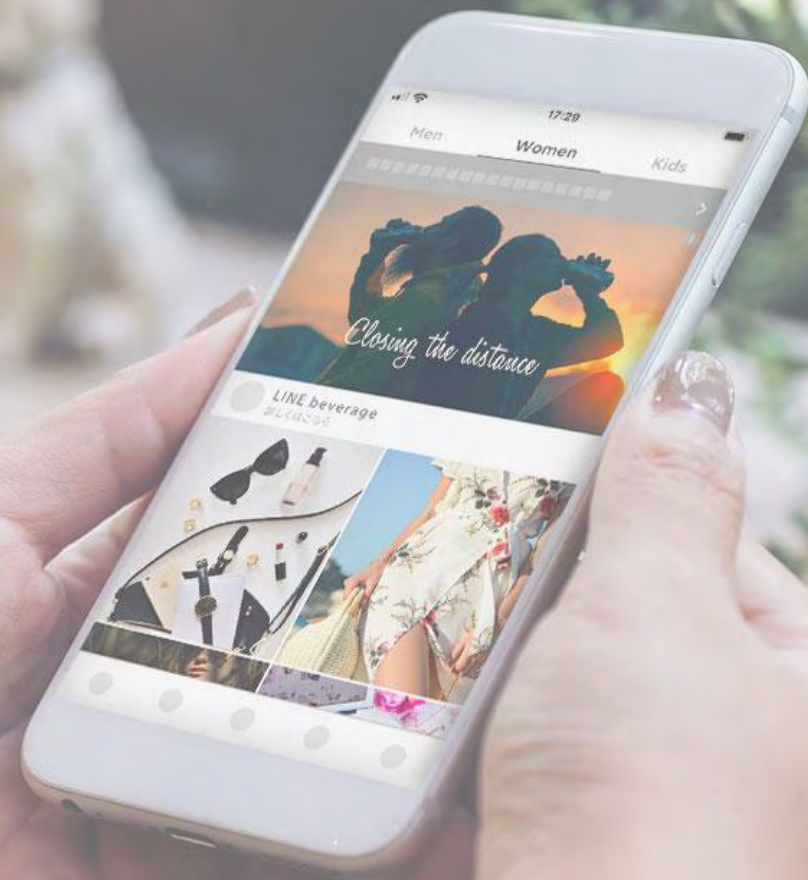
※30秒以上の動画の場合30秒地点でXボタンが表示されます。

## 「動画リワード広告」配信設定

「広告の配信」から「自動配置(推奨)」を選択いただく、もしくは「配信先」から「動画リワード広告」を選択いただくことで「動画リワード広告」の配信が可能です。



# LINE Moments





# LINE Momentsとは

LINE Momentsとは、LINEのブランディング動画広告配信メニューの1つで、良質な再生フォーマット、目的に合わせた柔軟なカスタマイズが可能です。



# LINE Moments 4つのポイント

POINT

1

LINE社と公式連携している  
良質な配信先と自動再生フォーマットで、

**ブランディングに最適！**

POINT

2

LINEの保持するさまざまなデータを活用、  
類似配信やシーケンス配信で

**配信効果を最大化！**

POINT

3

クリエイティブ分析、  
主要な3rdParty計測ツール対応で

**配信効果を多角的に分析、可視化！**

POINT

4

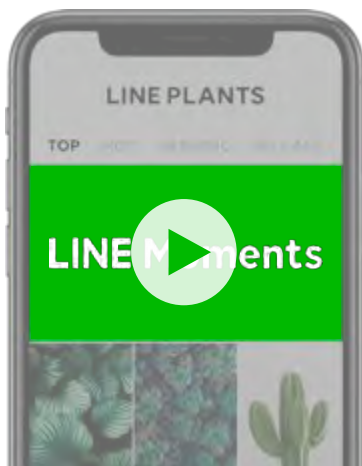
リーチ/視聴完了/ブランドリフトなど  
多様なブランディングKPIに合わせた

**配信が可能！**

POINT  
1

LINE社と公式連携している良質な配信先と自動再生フォーマットで、  
ブランディングに最適です。

自動再生(Viewable)による  
良質な再生フォーマット



ビューアブル  
インプレッション課金  
(50%以上が1秒以上)

自動再生  
全域クリック可能

視聴完了率に応じた  
シークエンス設定

30秒以内の  
動画配信を推奨

カテゴリTOPアプリを中心とした  
良質な配信先を確保

Fashion



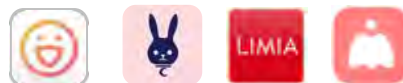
Entertainment



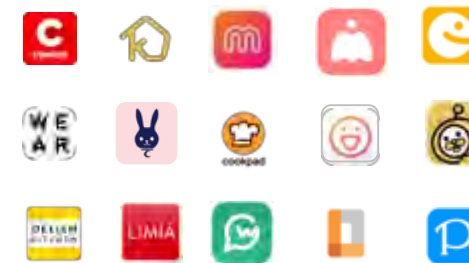
Cooking



Lifestyle



完全ホワイトリストによる、  
ターゲットに合わせた  
配信先・配信枠の選定



20代女性



30代男性



20代女性含有率の高い  
メディア中心に配信



30代男性含有率の高い  
メディア中心に配信

POINT  
2

# LINEの保持するさまざまなデータを活用して類似配信やシークエンス配信で配信効果を最大化します。

## オーディエンスターゲティング、類似配信

年齢・性別のオンターゲット率は80~90%  
高精度のターゲティングが可能です。  
※過去半年間のNielsen DAR計測値より算出

### LINEオーディエンスデータの活用



年齢



エリア



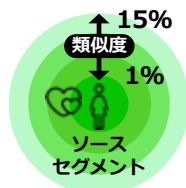
性別



インタレスト

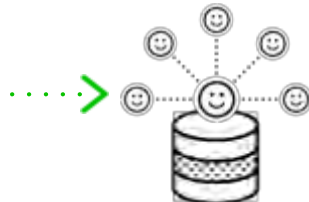
### 類似配信

ソースセグメントの類似ユーザーを抽出して配信します。



## 他配信メニューと組み合わせたカスタムオーディエンス

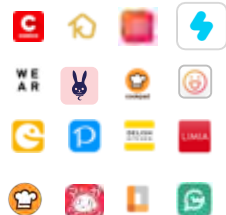
例) Talk Head View



カスタムオーディエンス作成



### LINE Moments



## 視聴ログに基づいたシークエンス配信

広告IDへの配信ログを効果的に活用し  
ユーザーの視聴状況に合わせた  
動画広告の出し分けが可能です。

認知獲得

視聴完了

サービス理解

興味喚起

1stクリエイティブ



2ndクリエイティブ





POINT  
3

## クリエイティブ分析、主要な3rdParty計測ツール対応で、 配信効果を多角的に分析、可視化します。

### LINEリサーチと LINE Moments独自の アンケート調査の併用が可能

LINEリサーチの利用はもちろん、  
LINE Moments独自のリサーチ機能もご利用いただけます。

#### LINEリサーチ



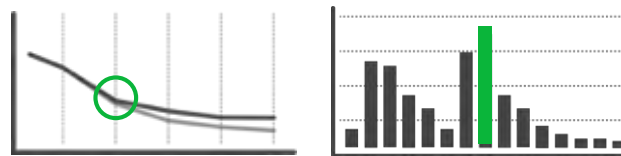
#### LINE Momentsアンケート



### 視聴残存率など独自の 配信分析による、詳細な効果検証

1秒ごとの視聴維持率とクリック発生タイミングの分析や、  
次回動画制作時にPDCAを回すサポートをいたします。

#### 視聴・クリック分析



視聴残存率やクリック発生箇所を分析します。

#### 属性別のレポート



性別や年齢層別に配信レポートを作成します。

### 3rdParty計測ツールに幅広く対応

ブランド広告の効果計測における  
主要な3rd Party計測ツールと連携済みです。

nielsen

MOAT  
BY ORACLE DATA CLOUD

intage

MACROMILL  
a Macromill Group company

Sizmek  
by amazon

Campaign Manager

※LINEリサーチは1200万円以上の出稿、LINE Moments独自リサーチは300万円以上の出稿で無償付帯

POINT  
4

「リーチ」「視聴完了」「ブランドリフト」など多様なブランディングKPIに合わせた配信が可能です。

✓ LINE動画メニューの中において、低価格帯でのキャンペーン設計が可能

リーチがKPIの場合

リーチ単価

@1.5円~

送客がKPIの場合

クリック単価

@50円~

視聴完了がKPIの場合

視聴完了単価

@5.0円~

少ない予算で実施したい

配信予算

500,000円~

※全てグロス

LINE他ディスプレイ広告商品との価格帯比較

商品名	Talk Head View	リーチ&フリークエンシー	LINE Moments
価格帯	2,000万円~4,000万円	140万円~	50万円~
平均価格帯	2,000万円	500万円	300万円

# LINE Moments 広告商品

## 配信メニュー

### Guaranteed

カテゴリTOPのモバイルApp/Webを中心に  
期間と配信数を保証した予約型配信カテゴリ

### Premium

推奨メディアの1st Viewを中心に  
としたプレミアムな広告枠のみに  
配信

### Standard

推奨メディアをターゲットやテー  
マに合わせて選定して配信

### Performance

キャンペーンKPIに合わせて、「クリック」や  
「視聴完了」を指標にした成果報酬型配信カテゴリ

### Reach

impression課金による  
リーチ最適化・成果報酬型配信

### Click

クリック課金による  
成果報酬型配信

### Complete View

視聴完了課金による  
成果報酬型配信

## 配信スキーム

### オーディエンス



性別・年齢・エリア・インタレストでターゲティング

### 類似配信



ソースセグメントを指定して類似ユーザーに配信

### ストーリー (Sequence) 配信

動画 A → 視聴完了 → 動画 B

認知段階と理解段階で広告を出し分ける

## レポートニング

クリエイティブの詳細分析に加え、  
配信後のアンケートで認知や利用意向の  
リフトアップをレポートニング。

ブランドリフト  
サーベイ

視聴・  
クリック  
分析

属性別  
レポート

## クリエイティブサポート

モバイル視聴環境に最適化した動画の企画提案～効果検証の結果に基  
づいたクリエイティブの改善提案まで。  
PDCAサイクルのサポートが可能です。

動画制作

広告配信

改善案の提案

効果検証

# LINE Moments 配信メニュー 目的別配信プラン

## 配信先重視！

ターゲットに合わせてプレミアムメディアを厳選して配信したい。

### Guaranteed

カテゴリTOPのモバイルApp/Webを中心に、  
期間と配信数を保証した配信カテゴリ

#### Premium

推奨メディアの1st Viewや  
インストリーム配信を中心とした  
プレミアムな広告枠のみに配信

View単価 3.0円～

#### Standard

推奨メディアから  
ターゲットやテーマに  
合わせて選定して配信

View単価 2.0円～※

※ 1セグメント指定込。以降セグメント追加するごとに +0.3円

## KPIの達成効率重視！

リーチ、クリック、視聴完了といったキャンペーンのKPIを踏まえ  
パフォーマンスを固定して配信したい。

### Performance

キャンペーンKPIに合わせて、  
「リーチ」「クリック」「視聴完了」を指標にした配信カテゴリ

#### Reach

impression課金による  
リーチ最適化・  
成果報酬型配信

imp単価 0.5円～  
想定リーチ単価 1.5円～

#### Click

クリック課金による  
成果報酬型配信

50円保証～

#### Complete View

視聴完了課金による  
成果報酬型配信

5.0円保証～  
(15秒の場合)

📌 配信先候補をホワイトリストとして開示



# 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8600万人※1以上で、日本の人口の68%以上をカバーしています。日本国内において、生活インフラとして定着したLINEのトーク一覧部分の最上部「トークリスト」という枠の中に、Talk Head Viewは1日1社限定で静止画と動画の広告が掲載できます。国内最大規模である1日で約5,000万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 (トークリスト)



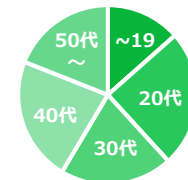
毎日利用している  
日本国内のユーザー  
DAU/MAU比率※4



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 2020年9月末時点 ※2 2019年6月実績を参考 ※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,600万人÷日本の総人口1億2,631万人（平成31年2月1日時点（確定値）総務省系統局） ※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 2020年6月末時点 ※5 過去掲載実績平均値

# 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



Talk Head View

## コンテンツ



通常広告



天気



占い



ニュース



# 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に、1日1社限定で静止画と動画の広告が掲載できます。  
1日で約5,000万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。



※キャプチャ画像はイメージです  
※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

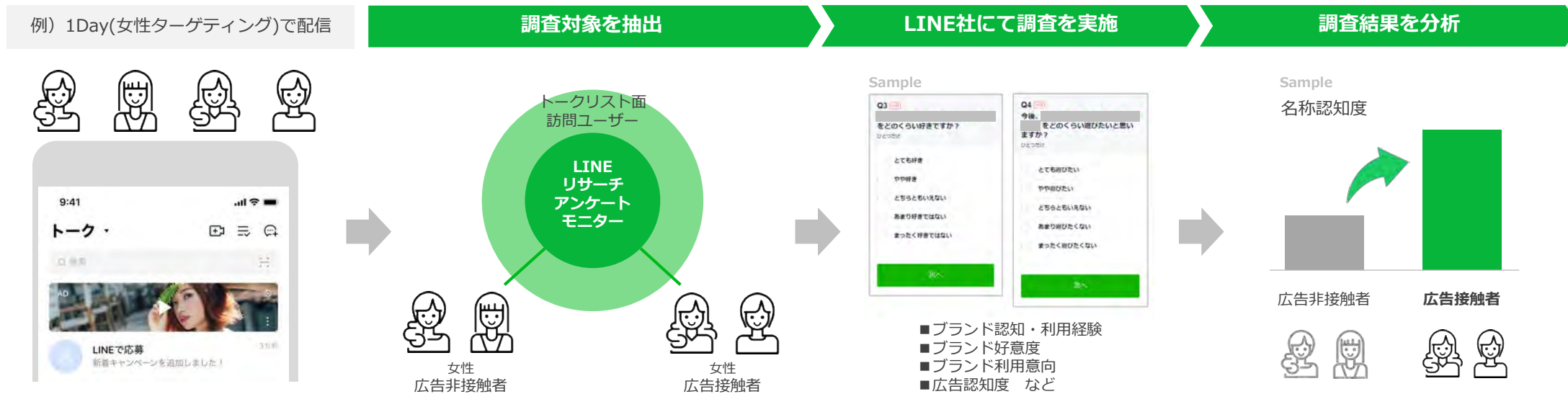
# 商品スペック

商品詳細		1day (Half)	1day (ALL-男女ターゲット)	1day (ALL)
ターゲティング		オールリーチ	性別ターゲティング	オールリーチ
バージョン	Video	iOS 9.7.0 以上 / Android 10.3.0 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		約 2,500万UU (配信対象は全体の約50%のユーザー)	男性 / 約 2,250万UU 女性 / 約 2,750万UU	約 5,000万UU
配信設定期間		1日 (11:00~翌日10:59) ※土日・祝日配信開始不可	1日 (11:00~翌日10:59) ※土日・祝日配信開始可	
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		
ブランドリフト調査		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net 10万円		
レポート項目	Video	インプレッション / 視聴開始数 / 視聴開始率 / 視聴完了数 / 視聴完了率 (25%,50%,75%,95%) / 遷移クリック数 / CTR / ユニークリーチ数		
	Static	インプレッション / 遷移クリック数 / CTR / ユニークリーチ数		
商品金額 (gross)		2,000万円	2,500万円	4,000万円

※掲載は1日1社限定となります  
※案件業種/商材により10代の配信除外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

Talk Head Viewとあわせて、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連携する調査会社による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、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】

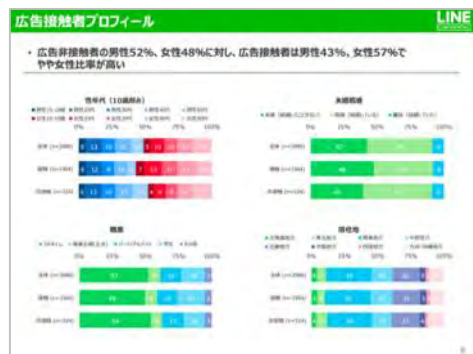
<b>商品説明</b>	該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、調査を実施
<b>配信仕様</b>	広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を行い、広告効果を測定
<b>メリット</b>	ユーザーの反応を知ること、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことが可能

# ブランドリフト調査について

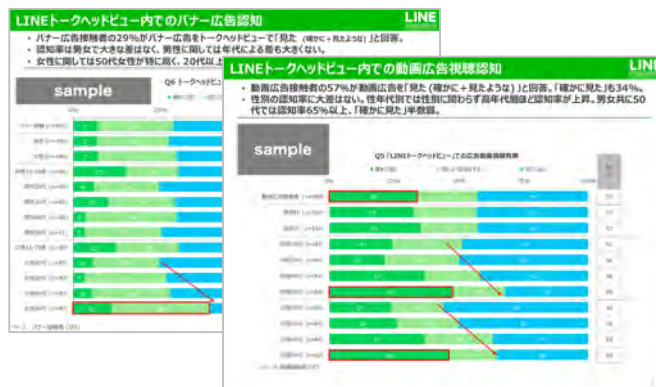
調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果及び、各調査設問における性年代別のリフト効果などをお渡しします。調査結果とあわせて、クリエイティブプランニングチームがLINEリサーチの結果や動画の視聴傾向などの定量データをもとにクリエイティブの分析・考察レポートを提供します。

## 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

# 入稿素材 -Video

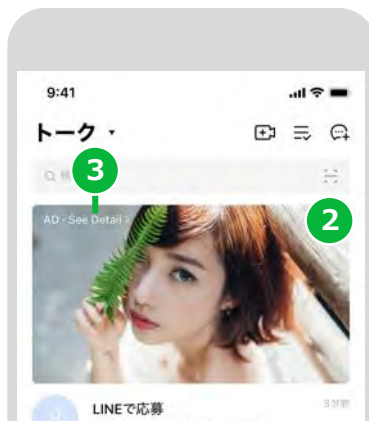
Videoの場合とStaticの場合では入稿素材数が異なりますのでご注意ください。

また、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ご確認の上で、ご入稿ください。

Expand前(静止画)



Expand後(動画/playing)



## ①Imageファイル

※表示領域に関してはp14をご参照ください。

## ②Videoファイル

## ③アクションバーテキスト

## ④遷移先URL

### ファイル形式

PNG または JPEG

### サイズ

W 1280px × H 720px

### ファイル容量

5MB以下

※端末によりサムネイルの表示領域が異なります（詳細は後述）

### ファイル形式

mp4 (H.264を推奨)  
1秒あたりの  
フレーム数は  
最大30fpsを推奨

### サイズ

W 1280px  
× H 720px  
(16 : 9)

### ファイル容量

1,000MB以下

### 秒数

最低5秒～最大60秒  
(推奨は15秒程度)

※1: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。

※2: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。

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。

エンコード前の形式でご記載ください。

※1:遷移先は外部ブラウザにて展開します。

※2:エンコードされたURLを記載いただくと、再エンコードされて正しく遷移しない場合がございます。

※3:URLとして使用できない半角スペースや一部記号はパーセントエンコーディングされた形で配信します。

※4:ディープリンクについては、動作保証をしておりません。

※5:アンカーリンクは利用できません。



# 入稿素材 -Static

Videoの場合とStaticの場合では入稿素材数が異なりますのでご注意ください。

また、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ご確認の上で、ご入稿ください。



## ①Imageファイル

※表示領域に関してはp14をご参照ください。

## ②遷移先URL

ファイル形式	サイズ	ファイル容量
PNG または JPEG	W 1280px × H 720px	5MB以下
※端末によりサムネイルの表示領域が異なります（詳細は後述）		
エンコード前の形式でご記載ください。 ※1:遷移先は外部ブラウザにて展開します。 ※2:エンコードされたURLを記載いただくと、再エンコードされて正しく遷移しない場合がございます。 ※3:URLとして使用できない半角スペースや一部記号はパーセントエンコーディングされた形で配信します。 ※4:ディープリンクについては、動作保証をしておりません。 ※5:アンカーリンクは利用できません。		

# クリエイティブ掲載イメージと表示領域

エキスパンド前のImage素材制作時は、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。またImage上にテキストを記載する際は、文字の見切れを防ぐ為、高解像度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致します。高解像度の端末でも不自然なトリミングにならないようご注意ください。（審査の観点で掲載NGとなる可能性もございます。）



※ キャプチャ画像はイメージです  
※ 高解像度端末は6インチ程度の端末、低解像度端末は4インチ程度の端末です



# 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領域は W1280px × H720px、Video領域は16 : 9 (H1280px × W720px) を入稿してください。



ユーザーの端末によってUIの仕様が異なるため、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。



# 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.linebiz.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あらかじめご了承ください

# その他 表現上の注意・制限事項

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

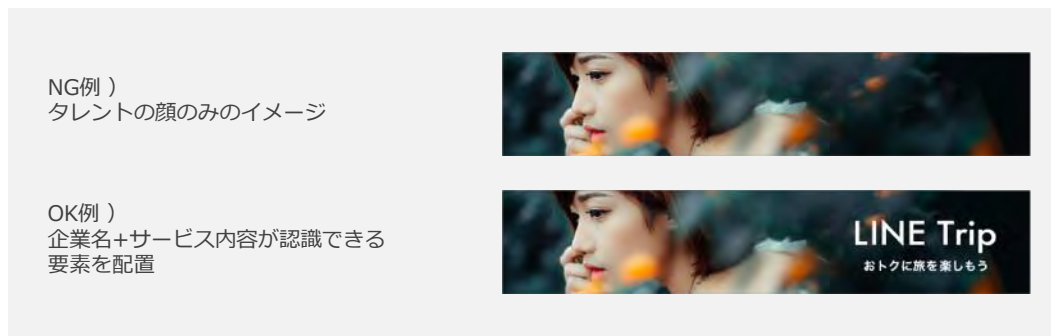
掲載期間は11:00 ~ 10:59と2日間掲載される商品です。  
そのため「本日」や「今夜」などといった当日限定となる表記は禁止いたします。

## 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

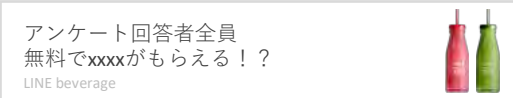
静止画内には必ず企業ロゴ、もしくはサービスが認識できる要素を配置し、サービス誤認がないようご注意ください。



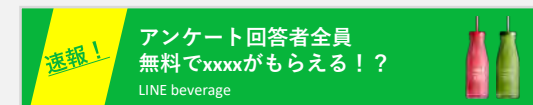
## ユーザーに誤解を与えるような表現の禁止

- 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)



NG例)  
「速報!」といった表現



## 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。

※ 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

# 掲載フロー

掲載フロー	対応社	ツール	内容
企業・商材審査 (必須)	代理店 広告主	LINE Biz- Process Manager (LBPM)	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。
仮押さえ (任意)	代理店 広告主		業種・商材審査が通過した案件については出稿希望日を営業日の間仮押さえが可能です。 (詳細は次ページをご確認ください)
事前原稿審査 (任意/推奨)	代理店 広告主		仮押さえが完了している案件に限り、出稿を検討している原稿について審査を行い、 可否のご連絡を差し上げます。LBPMの入稿フォームにてご入稿ください。 事前の可否につきましては必須ではありませんが、強い推奨とさせていただきます。
お申し込み (必須)	代理店 広告主		LBPMの発注フォームから発注をお願いします。
お申し込み受領	弊社		お申し込み内容に問題がない場合、お申し込み受領のご連絡をLBPMのシステム上から差し上げます。
原稿入稿/審査 (必須)	代理店 広告主		掲載開始希望日の5営業日前17時までにLBPMの入稿フォームにてご入稿ください。 万が一可否が通らない場合、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。 そのため事前のクリエイティブ可否を推奨いたします。(クリエイティブ・LPの本審査を致します)
入稿受領	弊社		原稿に問題がない場合、入稿受領のご連絡をLBPMのシステム上から差し上げます。
配信開始	弊社		配信日時より掲載開始致します。
配信終了/レポート送付	弊社		配信終了後5営業日を目処にレポートをお送り致します。 サーベイのレポートは配信終了後、20営業日後を目安に弊社営業担当よりお送りさせていただきます。

# LBPM移管後の仮押さえルールについて

LBPM移管後に仮押さえるルールが変更となります。

仮押さえ日程が「3営業日押さえ+3営業日延長」から、「5営業日押さえ+2営業日延長」となります。



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、 <b>最大2回</b> (=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
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)	

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。	

# 免責事項

免責事項につきまして、以下ご確認ください。

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まみます。）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. 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頂きます。
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. お申し込み・枠の確定（弊社による受領）後の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金額100%のキャンセル費が発生いたします。
11. 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。

# よくある質問

Talk Head Viewについてよくある質問をまとめました。

**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、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** お申し込み・枠の確定（弊社による受領）後の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金額100%のキャンセル費が発生いたします。

---

**Q IDFAリセット（再発行）したら、Frequency Capも同様にリセットされますか？**

**A** リセットされます。そのため再度表示されます。

---

**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impだけ計測される場合があります。

---



# 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、宜しくお願ひ申し上げます。

- ・ 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%20terms%20and%20conditions%20of%20line%20services%20for%20business%20partner?lang=ja)

- ・ Talk Head View 利用規約

[https://www.linebiz.com/static/jp/terms-and-policies/pdf/THV/TermsAndPolicies\\_line-ads-TalkHeaderView\\_ve1.0.pdf](https://www.linebiz.com/static/jp/terms-and-policies/pdf/THV/TermsAndPolicies_line-ads-TalkHeaderView_ve1.0.pdf)

各種お問い合わせは弊社営業担当また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

誰でも簡単に応募できる  
キャンペーンプラットフォーム

リマインド  
機能

フォロー  
メッセージ機能

Coming Soon

住所入力  
補助機能

Coming Soon

チャット  
問合せ機能

Coming Soon

旧LINEセールスプロモーション + 新機能 + LINE公式アカウントメッセージ

=  **LINEで応募**

LINEを活用した店頭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 ※

# LINEオープンキャンペーン（アンケート型）

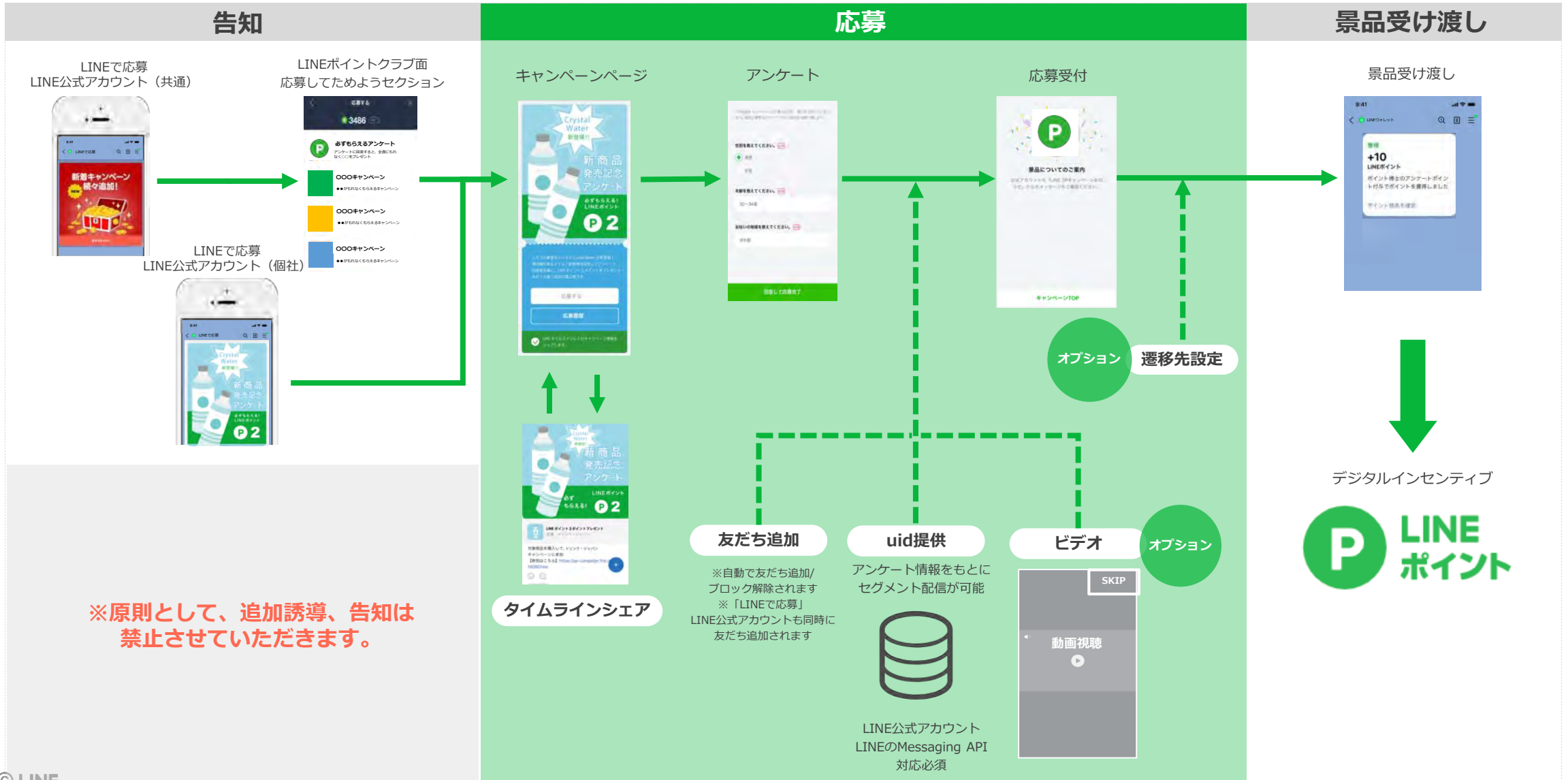
# LINEオープンキャンペーン（アンケート型）とは

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、タイムラインを活かした口コミ拡散が可能になります。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。



# 実施フロー





# レポート

下記の内容について、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）
- タイムライン投稿件数  
（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、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。

# 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\*（うち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

※「性別」「年齢」「地域」の選択肢は、左記のテンプレートが適用されます。

## 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 メッセージ

「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。（時間の指定は受け付けておりません）

## LINEで応募 LINE公式アカウント



総友だち数  
2,500万人  
以上  
\*2020年11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 メッセージ 詳細

## 「LINEで応募」 LINE公式アカウント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	キャンペーン開始日に配信予定 ※配信時間の指定不可
配信OS	両OS (iOS、AOS)
配信セグメント	ALL配信 10代除外セグメント (酒類など) ※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	なし

※「LINEで応募」LINE公式アカウントトーク画面内には、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ファミリーサービスのLINE公式アカウントからの メッセージ送信仕様改善について

LINE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。

2020年7月から改善の一環として、LINEファミリーサービスの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、これまでも反応していたユーザーには、引き続きメッセージが配信され、反応していなかったユーザーには、配信されない仕様となります。

これにより、LINE全体でのメッセージ反応率の向上と共に、従来LINEファ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。

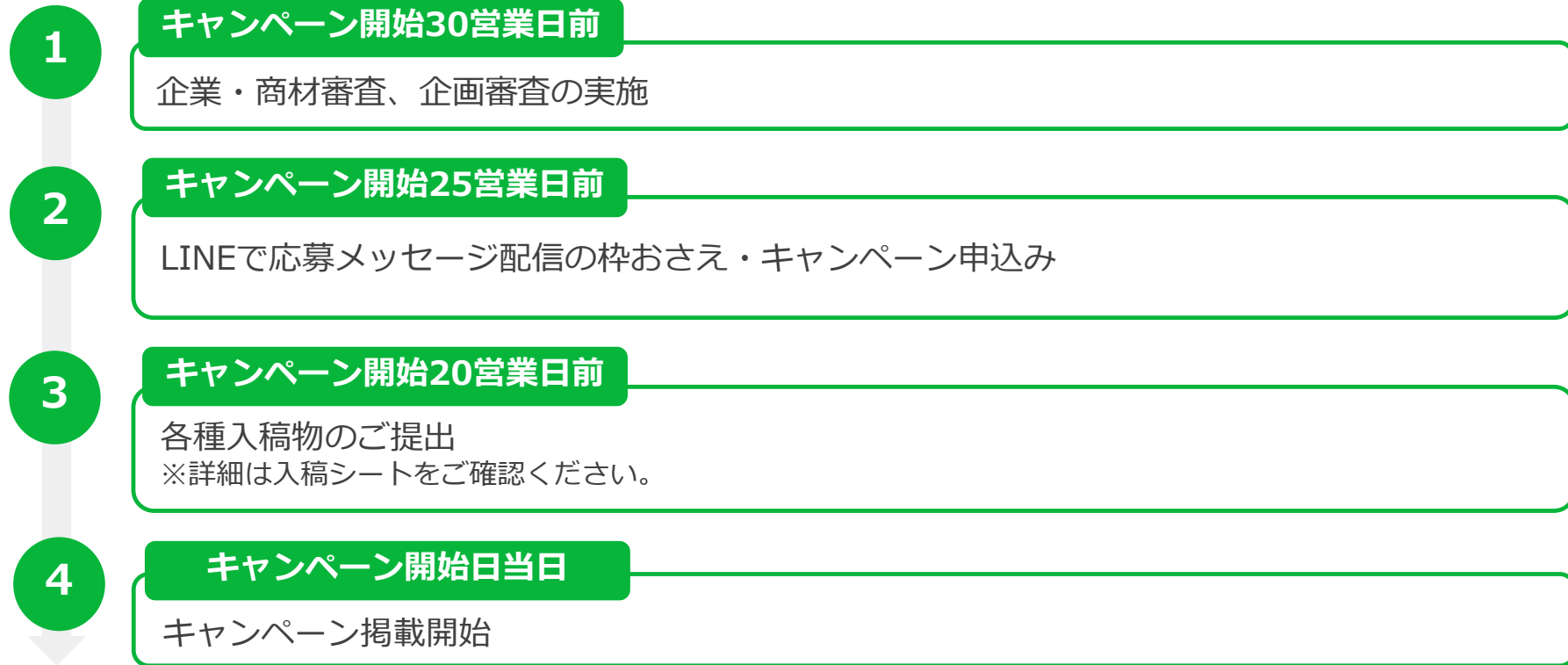
※過去に同公式アカウントから配信されたメッセージに対して反応していないユーザーには、配信されない仕様となります。

※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ファミリーサービスの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。

# 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。

### <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けます。



# 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をご登録ください。  
海外法人：DUNSに登録されている企業名を正式名称をご登録ください。  
※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。

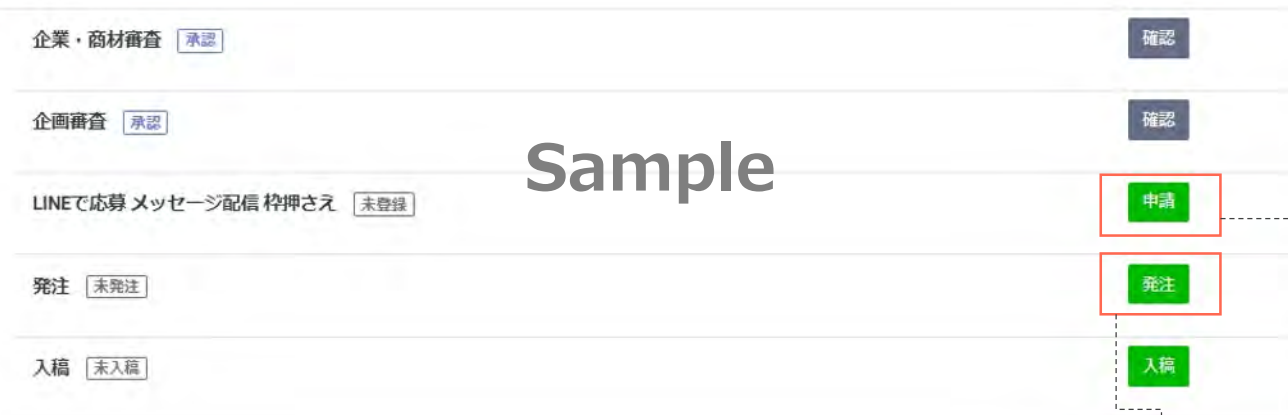
# LINEで応募 メッセージ配信枠おさえ/申込み

要開始  
25営業日前  
発注

「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** ※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。

# 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。

↳ 指定の時間内にご提出いただいた場合：**提出日当日を含む営業日から起算した営業日数**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：**翌営業日から起算した営業日数**となります。

## 例) 3月1日(月)の【9営業日後】の場合 ※提出期限17時の場合

3月1日(月) 17時までにご提出いただいた場合

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	

3月1日(月) 17時までにご提出いただけなかった場合

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

※原則、他の販促サービスにかかる各種期限についても同様の考え方です。

# 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	2021年6月末までに掲載期間開始案件のみ対象のトライアル価格	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公式アカウント告知配信	キャンペーン開始日に配信いたします。配信時間の指定はできません。

## 掲載期間/誘導

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。
誘導面	LINE広告枠/その他外部告知 ※詳細なメニュー、価格は各媒体資料をご確認ください。

- ご注意** ※2021年7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。  
※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。

# 実施費用 オプション

## オプション

項目	補足	数量	単価	金額（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
遷移先設定	応募完了画面でLINE内の遷移先を設定するボタンの設置が可能	一式	トライアル価格	200万円
	応募完了画面でLINE外の遷移先を設定するボタンの設置が可能	一式	トライアル価格	500万円

**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

<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>



## 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.linebiz.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。

価格(税別)	
トライアル価格	300万円

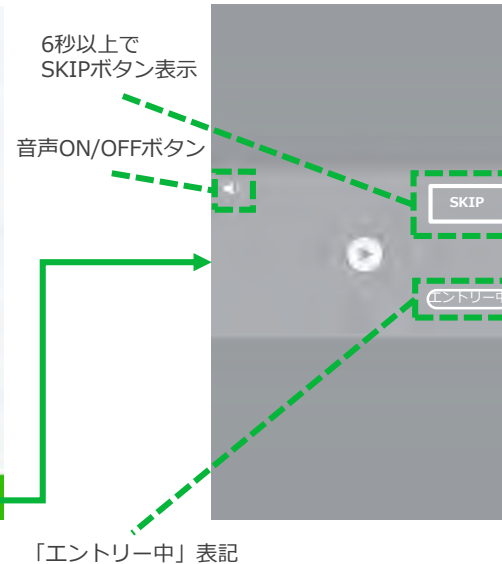
## キャンペーン応募時



## 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

### 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。
- ※ 動画素材は完パケ入稿になります。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\*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ございます。

# 遷移先設定（オプション）

応募完了画面で遷移先を設定するボタンの設置が可能です。

応募時のモチベーションの高いタイミングで、さまざまな用途に利用が可能です。

価格（税別）	
LINE内部 （トライアル価格）	200万円
LINE外部 （トライアル価格）	500万円



- ご注意**
- ※遷移先については、LINE内部コンテンツ（LINEスタンプ、LINE LIVEなど）、またはLINE外コンテンツへの遷移が可能です。
  - ※遷移先の設定について、別途、審査がございます。審査には約2～3営業日をいただいております。
  - ※LINE外へ遷移する場合、遷移先に抽選キャンペーンが掲載されている場合、ご利用できません。あらかじめご了承ください。
  - ※URLタイプは問いません（ただしパラメーターの挙動は保証しかねます）。
  - ※遷移先のURL入稿方法については、入稿シートをご確認ください。

# 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/仕様書のご提出、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あらゆる媒体から可能です。LINE内メニューをご検討の場合は、担当営業までご相談ください。また、「LINEで応募」LINE公式アカウントからの告知がございます。

**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** 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、タイムラインシェア画像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。

## 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）。  
友だちを追加できる対象のアカウントは1つのみで、キャンペーン告知を行うアカウントと同様にしてください。

### 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、遷移先設定（LINE外部）をご利用ください。  
（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？**

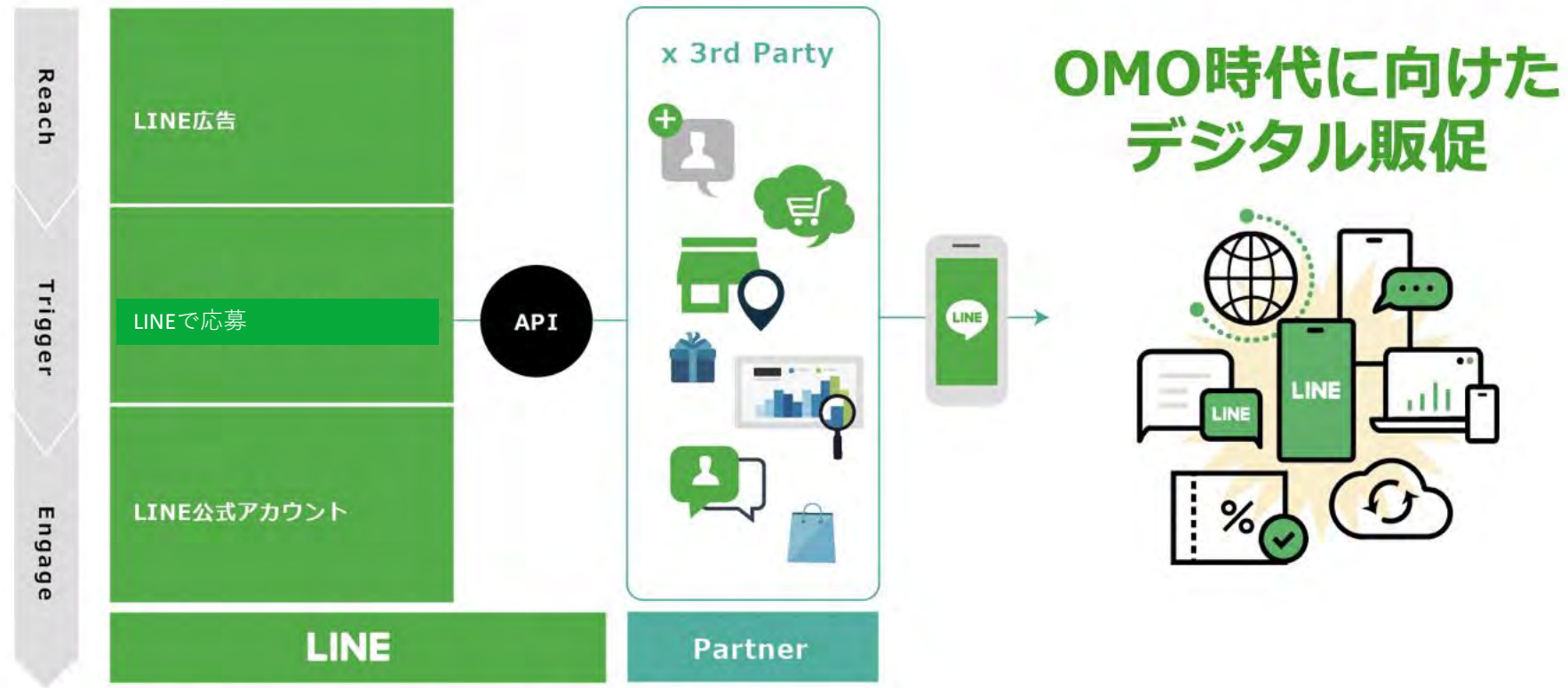
**A** 不可となります。

# LINEパートナーパッケージ

# LINEパートナーパッケージとは

LINEパートナーパッケージとはLINEのデジタル販促に特化したTechnology Partnerが開発、販売するキャンペーンパッケージメニューです。

LINEで応募の機能を応用した、さまざまなキャンペーンを実施できます。





# LINEで応募のメニューについて

既存のLINEで応募のメニューに加え、パートナーパッケージが展開されることで、今までにはなかったさまざまなパッケージメニューが展開されます。



# LINEパートナーパッケージと既存メニューの違い

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社が規定する挙動・機能のみ

UI



- ・TOPページは静止画1枚
- ・シール台紙は期間中固定
- ・アンケート 最初の3問は固定

機能

クーポン画面表示

動画再生

タイムラインシェア

※先着 or べた付のみ

友だち追加

シール台紙

景品獲得通知

さらに

## パートナーパッケージ

LINE社が規定する挙動・機能以外に  
自由度の高いキャンペーンが実現可能



- ・TOPページに動静止画+他企画の告知
- ・シール台紙が期間によって変わる
- ・アンケート画面のリッチ化や設問変更が可能  
など

外部SNSリーチ追加  
(Twitterや他媒体)

リッチ  
インタラクティブ

複数景品設定

景品付与の  
複数条件設定

友だちシェア

など Technology Partnerの設計次第で  
さまざまなメニューが開発できます

# 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Technology Partnerにご確認ください)

2

**申し込み**：希望のパートナーパッケージを取り扱っているTechnology Partnerにご発注ください。

3

**入稿**：Technology Partner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Technology Partnerにご確認ください。

5

**キャンペーン開始**

## FAQ

### Q. 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. Technology Partner各社、または弊社担当営業にお問い合わせください。

---

### Q. Technology Partner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Technology Partnerとさせていただきます。（弊社内審査必須）

# LINEポイントインセンティブ

# LINEポイント 2021年以降のスペックおよび価格について

LINEポイントは、2021年以降キャンペーンインセンティブの活用を促進するために、スペックおよび価格について変更されます。

2020年度  
(2020年納品分)



**販売価格 @1.5円** (ポイント原価1.0円+システム利用料0.5円)



**友だち追加 200万円** (キャンペーンによって都度見積)  
**uid提供 200万円**

2021年度  
(2021年納品分)



**販売価格 @2.0円** (ポイント原価1.0円+システム利用料1.0円)

**友だち追加、uid提供 無償**  
※付与ポイントが20ポイント以上案件のみ

ご注意

本スペックの提供は2021年1月以降納品分からとなります。

# 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

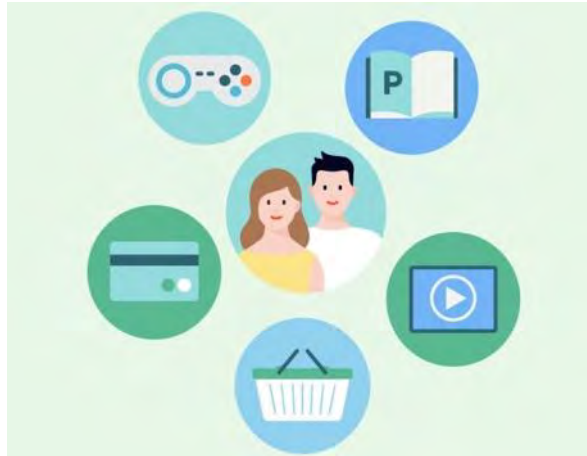
LINEの各サービスで  
LINEポイントが貯まる

友だち追加

動画視聴

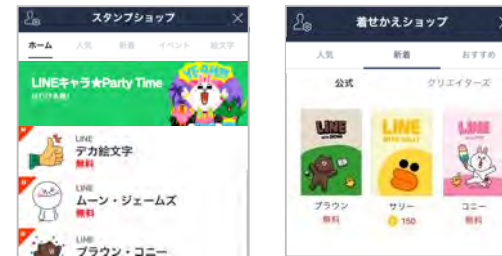
ミッション

LINEの各サービスに応じてLINEポイントが貯まる



使う

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/LINEポイントコード：2021年1月-6月

項目	内容
販売価格	1ポイントコード = <b>定価@2.0円</b> <b>付与ポイントが20ポイント以上の案件につきましては、「友だち追加」「uid提供」が無償で提供されます。</b> ※@2.0円の内訳は、ポイント代1円(※不課税)+システム利用料1.0円(※課税)となります。
最低発注金額 (最低発注ポイント数)	<b>事前購入型：総額100万円(ポイント代+システム利用料)～</b>  <b>最低発注金額以上であれば、1ポイント単位で発注可能。(ただし付与ポイントが20ポイント未満の場合、「友だち追加」「uid提供」は適用されません)</b>
発注単位	※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) 合計100万円、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	お申し込み受領後、10営業日後に納品 ※納品希望日をあらかじめご連絡ください。
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) <a href="https://points.line.me/pointcode?pincode=0000000000000000">https://points.line.me/pointcode?pincode=0000000000000000</a></b>  ※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>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。お申込み後のキャンセルや変更はできません。</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.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</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.linebiz.com/jp/logo">https://www.linebiz.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ご対応ください。</li></ul>

# LINEポイントコード オプション／2021年1月-6月

アカウントの友だち追加&ブロック解除施策でも活用可能です。

## 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アカウントをご指定ください。
オプション料金	<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、 ----- LINEポイントをチャージされますと、キャンペーンを開催する<対象アカウント名>のLINE公式アカウントが友だち追加されます。 ----- と必ず記載ください。 <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。</b> ※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

後追いプロモーションのために、チャージ完了したユーザーのuid（識別子）をご提供いたします。

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。
オプション料金	<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、下記の文言を記載ください。 ----- 情報の取り扱い 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株式会社が取得し、本キャンペーンに関する通知及び利用状況の分析/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、キャンペーン期間及び終了後に必要な期間、LINE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及び当社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、あらかじめご了承ください。 ----- <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。</b>

# LINEポイントコードの有効期限について

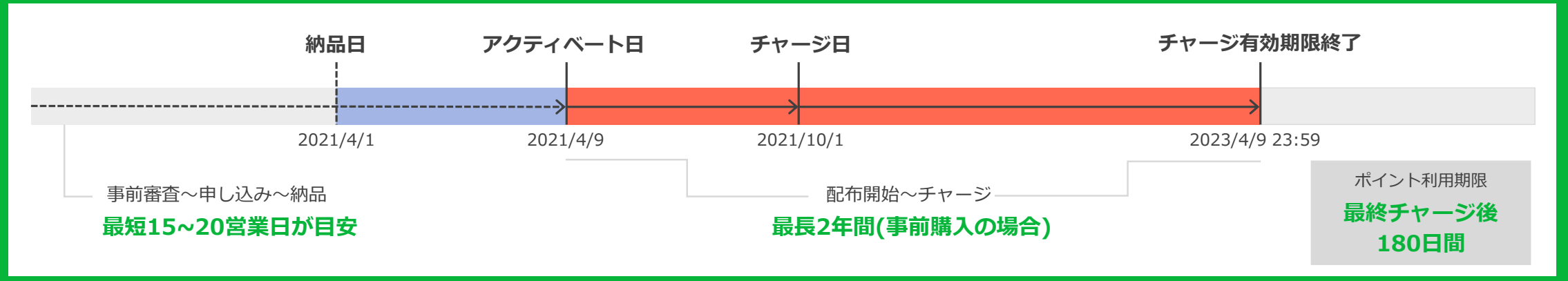
## LINEポイントコードのチャージ有効期限の起算日について

- 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。  
※LINEポイントオートチャージも同様に獲得後180日間となります。

### 例) 事前購入で4/3に納品して、4/11にアクティベートした場合



#### ご注意

LINEポイントコードの納品までのスケジュールについては、余裕を持ってお申し込みください。  
年末年始、GWなど大型連休や祝日については弊社営業日をご確認ください。

# LINEポイントコード の申込みから掲載まで

事前審査

申し込み・入稿

納品

アクティベート

- LBPMシステムにて、事前審査を行ってください。審査には、約5~10営業日かかります。
- 審査通過後に、LBPMシステムにて発注、入稿をお申し込みください。
- 申込受領後、最短10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。

クリエイティブ

- 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.linebiz.com/jp/download/>)をご確認いただき、最新のロゴをダウンロード(<https://www.linebiz.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15~20営業日ほどかかります。

# LINEポイントコード 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) キャンペーンの内容と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、合計金額（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

- 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) キャンペーンの内容と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、合計金額（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：2018年4月1日～2018年5月31日、2018年4月1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株式会社 〒160-0022 東京都新宿区新宿四丁目1番6号 JR新宿ミライナタワー 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. . . .  
クライアント：サリー通信株式会社 ※代理店様の場合はクライアント名もお願いいたします。



# LINEポイントコード 申込みフォーマット・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：

申し込み料金：円  
ポイントコード単価：@  
購入方法：事前購入  
料金内訳：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： 2020年 月 日 ( ) ※お申込み受領後10営業日以降となります。  
アクティベート希望日： 2020年 月 日 ( )  
チャージ有効期限： 2020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。不当景品類及び不当表示防止法（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：

※メールリスト不可 ※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

-----  
広告主：LINE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：2020年1月20日～2020年3月31日  
配布開始時期：2020年1月20日

申し込み料金：1,000,000円  
ポイントコード 単価：@2  
購入方法：事前購入  
料金内訳：ポイント代500,000円(不課税)+システム利用料500,000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株式会社  
納品形態：Fill in URL  
納品仕様：英数字  
納品希望日：2021年1月18日（月）  
アクティベート希望日：2021年1月18日（月）  
チャージ有効期限：2022年1月20日（木）  
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：東京都新宿区新宿四丁目1番6号 JR新宿ミライナタワー  
会社名：LINE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@linecorp.com

# LINEポイントコード 申込み 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込み手続き（平日17:00まで）した日を含む10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、申込み内容が変更となる場合などは、再度申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5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・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 法人向けサービス「LINEポイントコード」個別約款  
<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>



## 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。

# クリエイティブ審査・ガイドラインについて

## 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。下記のCONTACTフォーム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。  
<https://linecorp.com/inquiry/icon/form.html>
- ・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、販売でき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。

## 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.linebiz.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.linebiz.com/jp/download/>

# その他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お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できます。

### LINEポイントとは？

LINEポイントは、LINEの各サービスの指定条件をクリアすることで、ポイントが貯まるサービスです。  
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。

# その他の注意事項について

LINE POINT Code > Report

## 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:

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 ブラウンアド 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（FAQ）

## 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。

### Q. LINEポイントオートチャージだけで申し込みはできますか？

- A. できません。LINEポイントオートチャージはLINEマイレージの利用時のみ、お申し込みが可能です。

## 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) 2020/4/11 → 2022/4/11 23:59

### Q. チャージ有効期限を変更できますか？

- 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）を指定できますか？

- A. 納品日から30日以内で指定可能です。



# よくある質問①

## 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②

### クリエイティブ・ロゴ利用について

#### Q. 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、コンタクトフォーム (<https://linecorp.com/inquiry/icon/form.html>) 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.linebiz.com/jp/download/>)をご確認いただき、最新のロゴ(<https://www.linebiz.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.linebiz.com/jp/download/>)」のページをご確認ください。

#### Q. 「スタンプ1個分プレゼント」と表記したいのですが？

A. 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アイコンは使用できますか？

A. ガイドラインに則ってご利用ください。 (<https://www.linebiz.com/jp/download/>)

#### Q. LINEポイントのロゴデータはもらえますか？

A. 事前審査通過後に、ロゴデータをダウンロードしてご利用ください。 (<https://www.linebiz.com/jp/logo>)

## よくある質問③

### その他

#### Q. キャンペーンで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. 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。  
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. 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. 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. ポイントコードは各国ごとの法定通貨と連動するため、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。

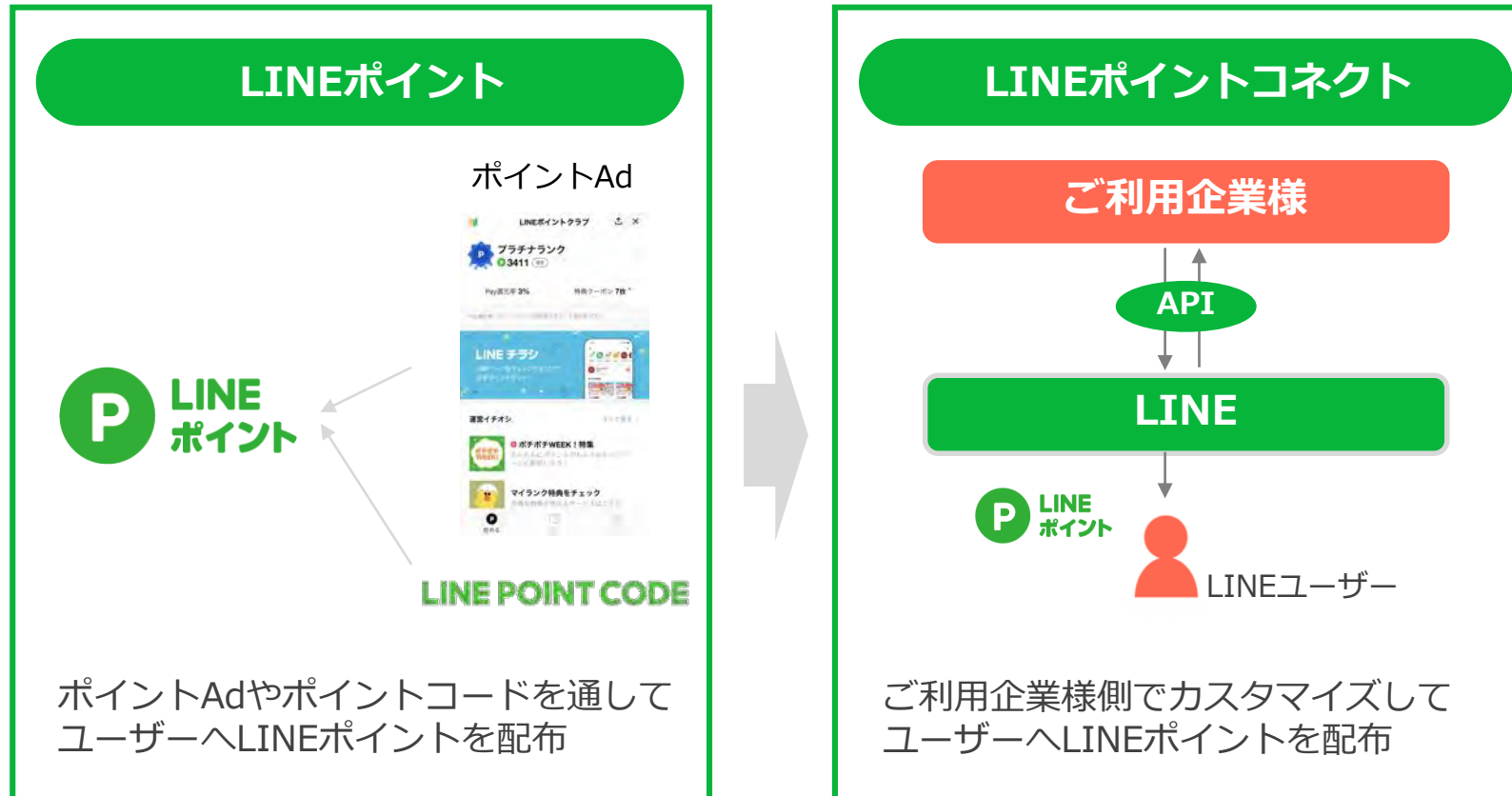
#### Q. LINEポイントにバルク割引はありますか？

- A. ありません。

# 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アカウントなどを利用して、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条件となります。

※LINE公式アカウントの表記については、新プラットフォーム移行済みのアカウントであることを前提として統一しております。

# LINEポイントコネクト 2021年以降の価格について

LINEポイントコネクトは、2021年以降価格が変更されます。



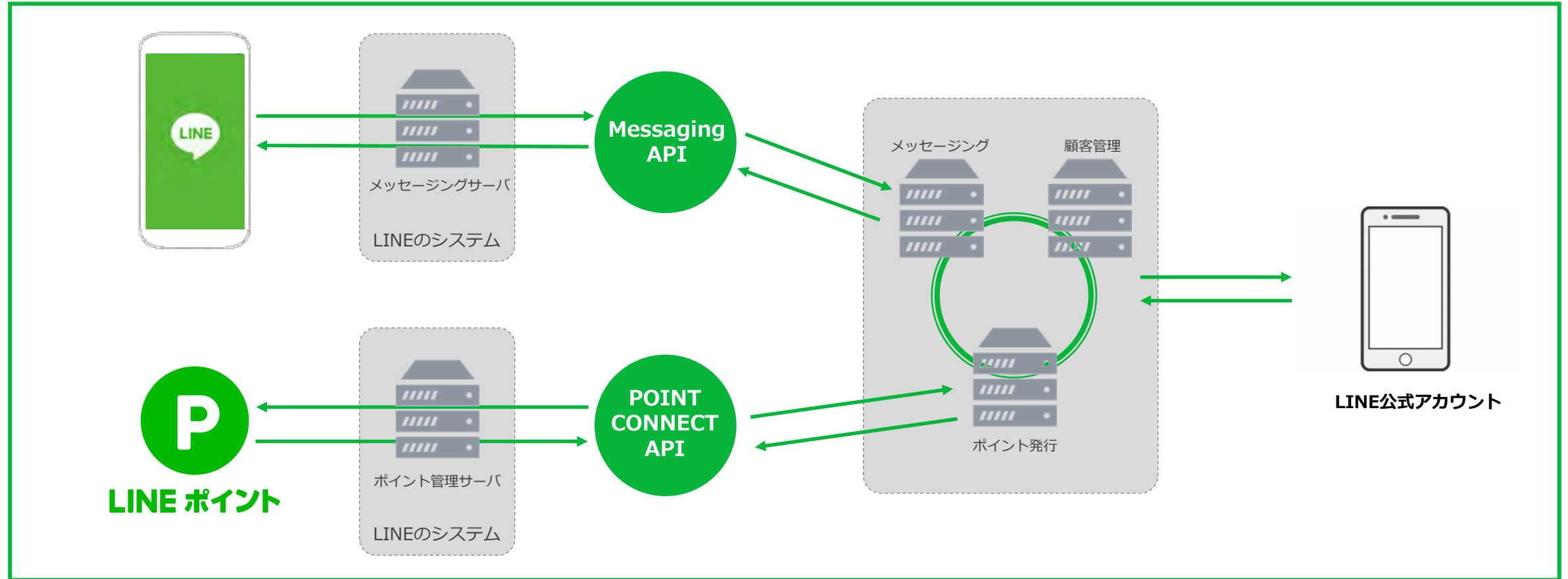
**販売価格 @1.5円** (ポイント原価1.0円+システム利用料0.5円)



**販売価格 @2.0円** (ポイント原価1.0円+システム利用料1.0円)

# LINEポイントコネクットの仕組み

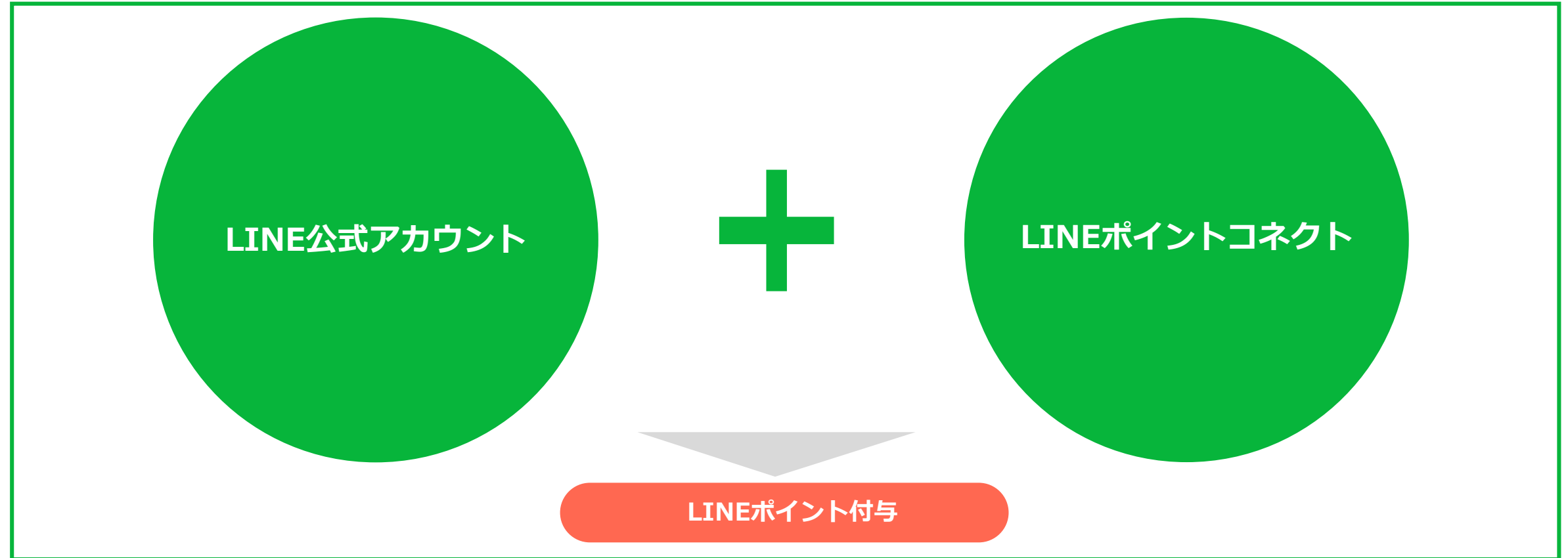
LINEポイントコネクットAPIと導入企業様のシステムをつなぐことで、LINEポイントのプロモーション利用が可能になります。「LINE公式アカウント」と連携することでユーザーに対してポイント発行が可能になり、友だち追加やアンケート回答などさまざまなプロモーションに活用できます。



※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」の導入が条件となります。

※LINE公式アカウントの表記については、新プラットフォーム移行済みのアカウントであることを前提として統一しております。

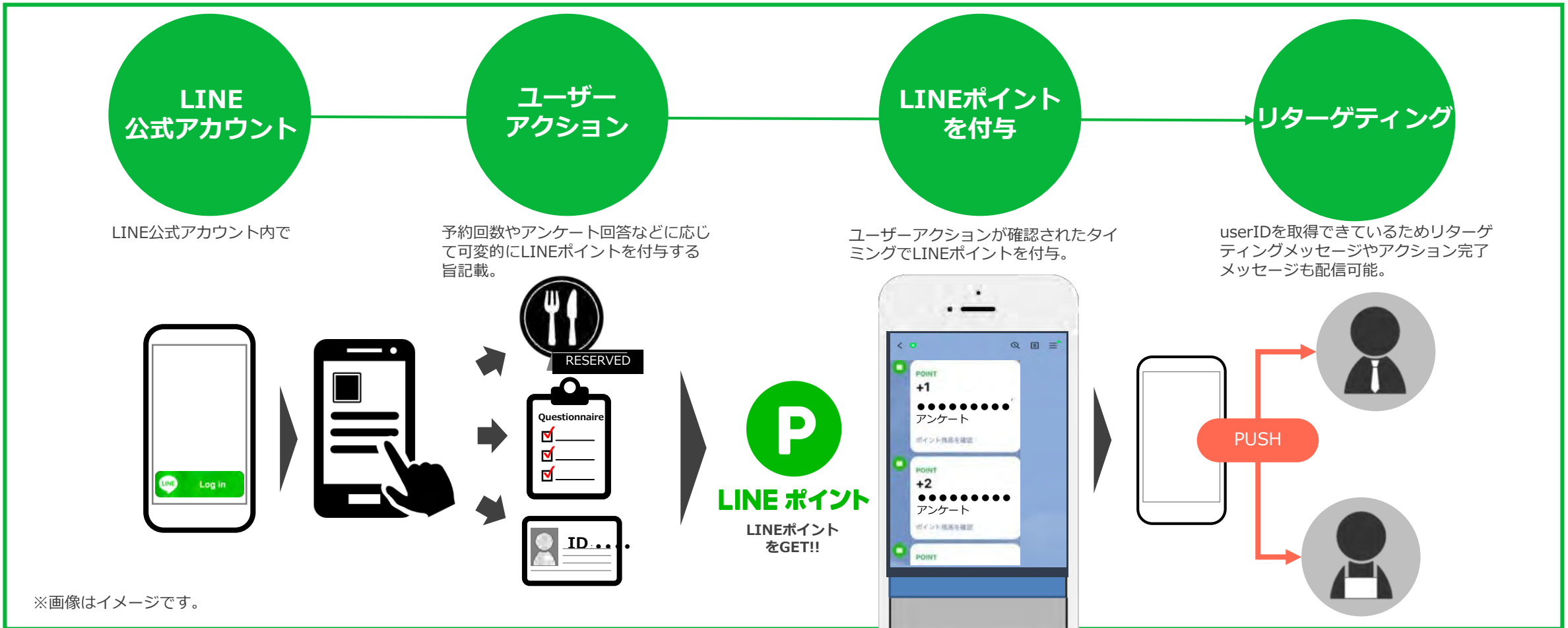
※LINEポイントで商品の値引きを行う企画は不可となります。



# 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。



※画像はイメージです。

# 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。



※画像はイメージです。

# LINEポイントコネク ト 料金形態

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。



## 通常価格

メニュー	発行方法	ポイント代(非課税)	手数料(課税)
LINEポイントコネク ト	API	1円/1ポイント	1.0円/1ポイント

※最低発注金額は、「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

# スケジュール

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。



## クリエイティブ

- 導入の際は、<https://www.linebiz.com/jp/contact/new/>までご連絡ください。担当者より返答させていただきます。
- 事前相談後に企画内容の確認をさせていただきます。  
担当者宛に企画内容とこちらからお渡しするヒアリングシートを**LBPMシステムにて**ご提出ください。
- 企画審査通過後、申込書をご提出をいただきます。  
テストアカウントの申し込みをいただき、テストを行ったのち、**LBPMシステムにて**本番申し込みとなります。
- いただいた申込書を基に弊社側の設定作業を行います。設定後にIDを共有しますので、貴社側の開発を進行してください。

- 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.linebiz.com/jp/download/>)をご確認いただき、ロゴをダウンロード(<https://www.linebiz.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。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。

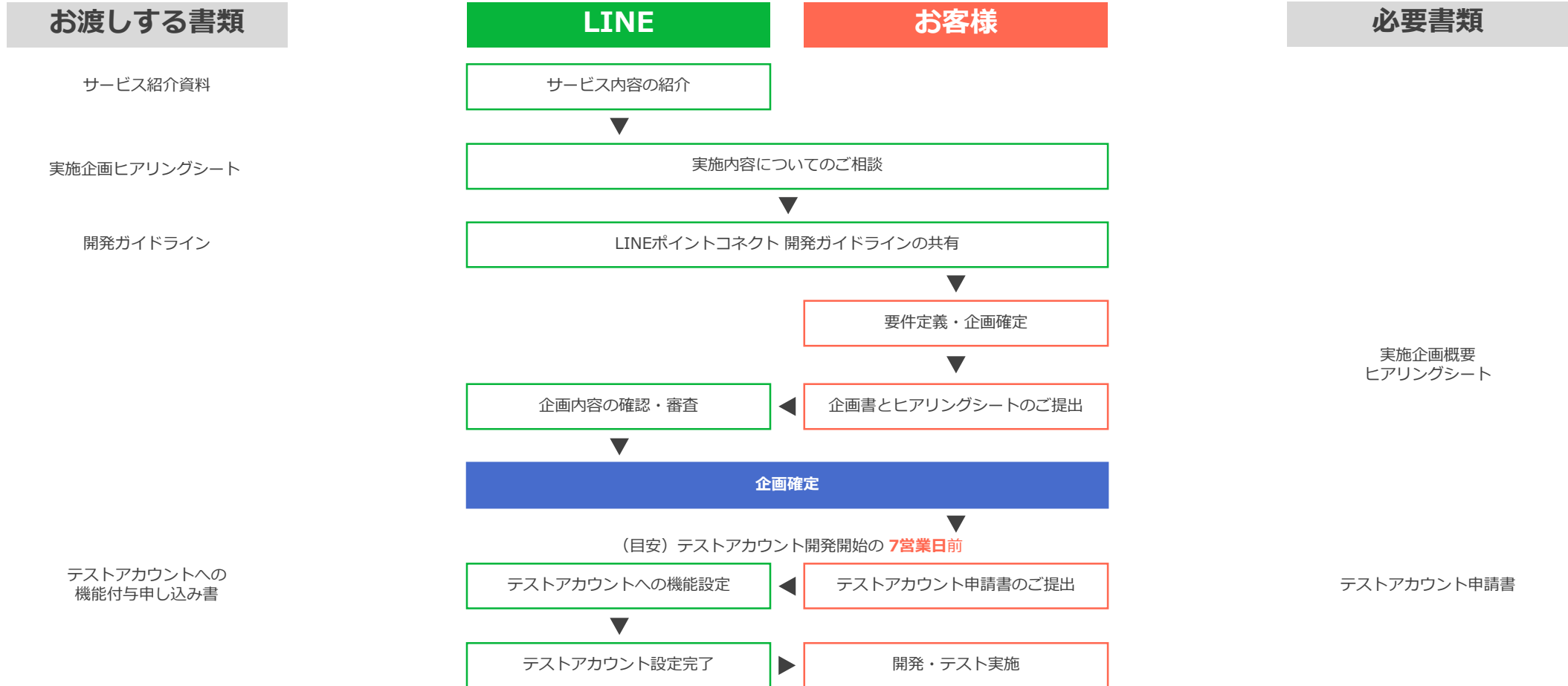
※申し込み～API接続まで、テストアカウントは最短で5～7営業日ほど、本番アカウントは最短で10～12営業日かかります。

※「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（約5～7営業日）
- ・本番アカウントの設定（約10～12営業日）

# 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。

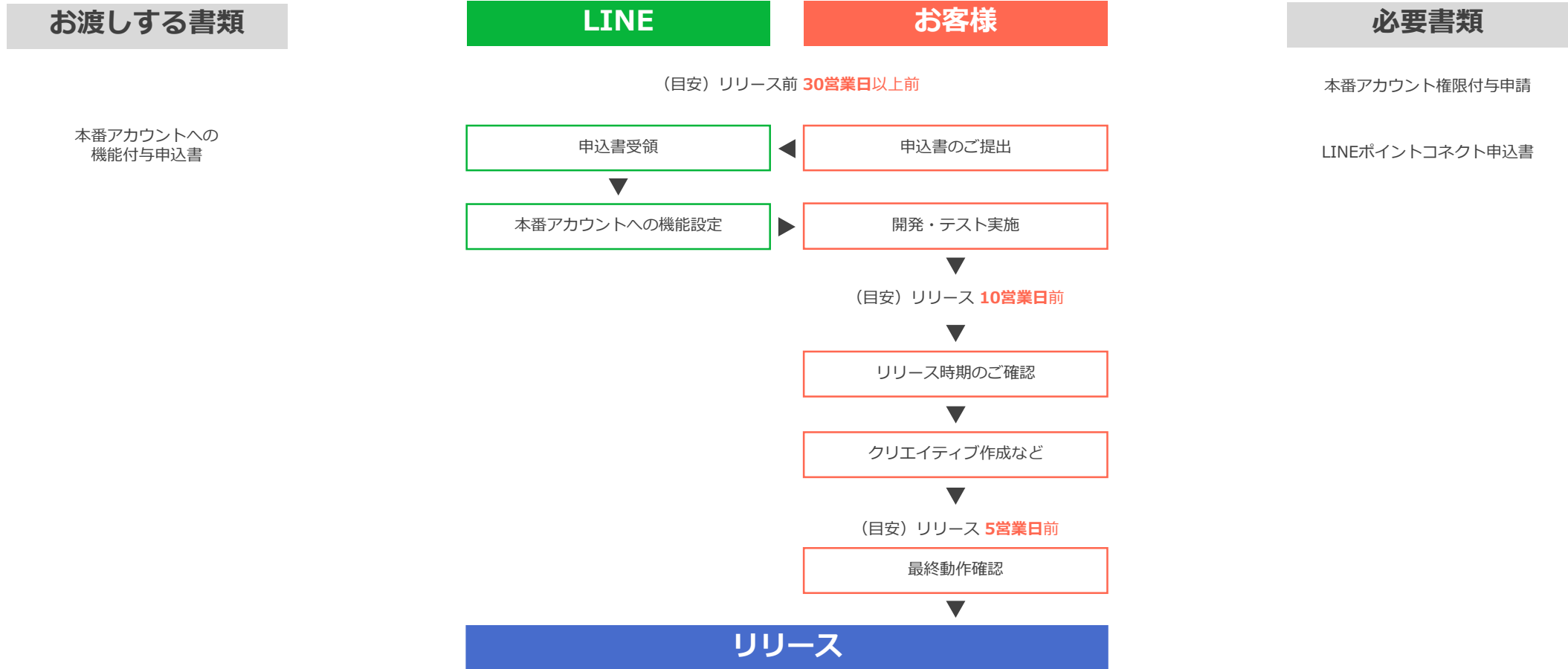
※LINEポイントコネクトの導入には、原則「LINE公式アカウント」の導入が条件となります。「LINE公式アカウント」の導入がない場合は別途申し込みと設定時間が必要です。

※LINE公式アカウントの表記については、新プラットフォーム移行済みのアカウントであることを前提として統一しています。

※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。

※LINE公式アカウントの表記については、新プラットフォーム移行済みのアカウントであることを前提として統一しています。

※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など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ポイントコネクト」個別約款  
<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>



## 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.linebiz.com/jp/contact/new/>



# クリエイティブ審査・ガイドラインについて

## 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。下記の CONTACT フォーム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。  
<https://linecorp.com/inquiry/icon/form.html>
- ・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、販売でき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、2~3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。

## 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ご確認いただき、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.linebiz.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.linebiz.com/jp/download/>

# 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点はクライアント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.linebiz.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.linebiz.com/system/files/jp/download/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.pdf>

# LINEポイントAD



# LINEポイントADとは

LINEポイントAD(サービス名：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、好きなスタンプや着せかえに換えられる、コインと交換できます。

# 各種メニュー説明

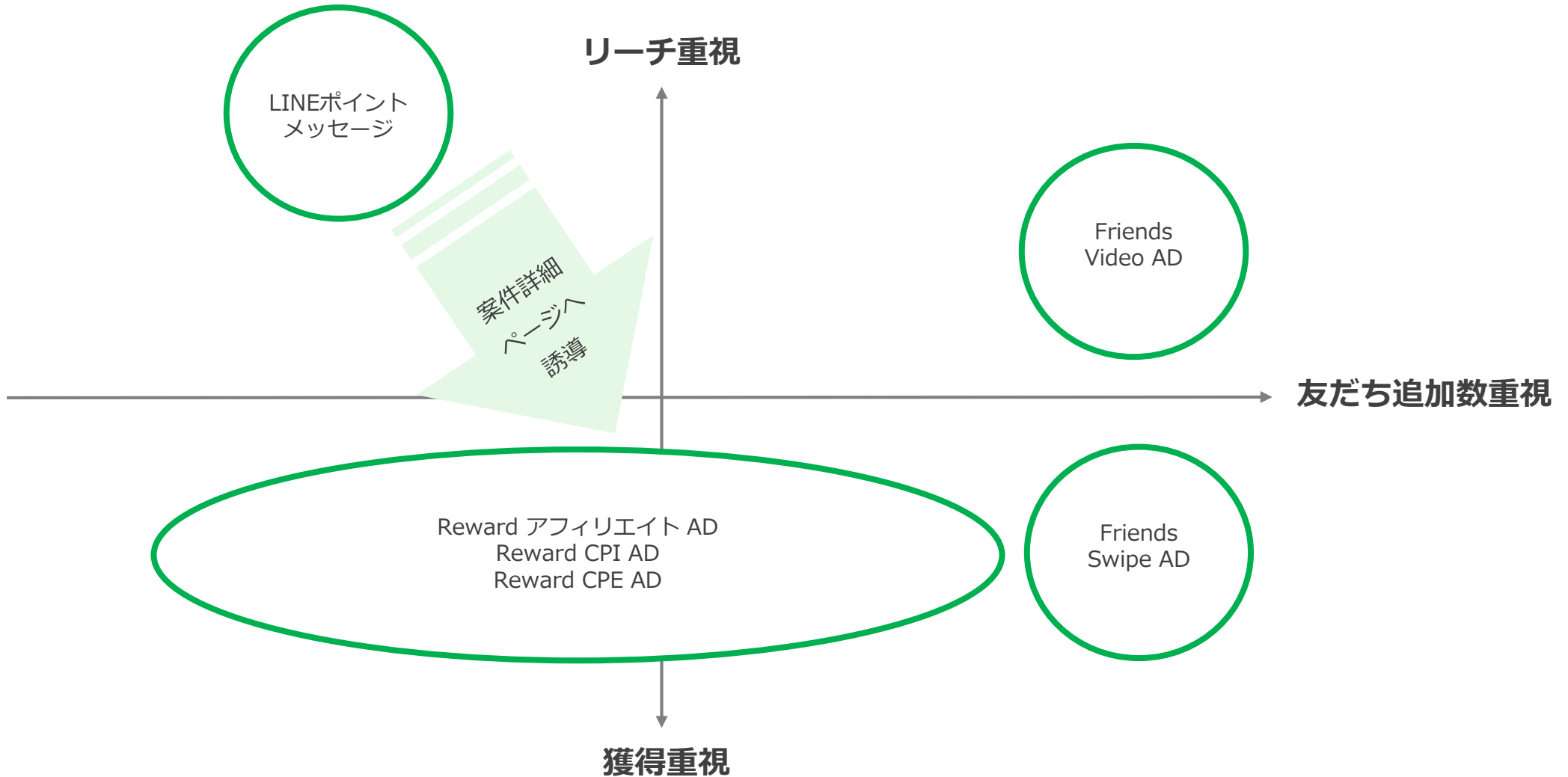
獲得、友だち追加、リーチ、各KPIに合わせた幅広いメニューを取り揃えています。

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ポイント メッセージ	LINEポイント公式アカウント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(サービス名：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。



※画像はあくまでイメージとなります。

## 月間PV数 (各OS比率 約50%)

✔ 約2.8億PV(国内のポイントメディアでは最大級)

※UI変更の影響でPV数が変動しておりますが、LINE内の面のため来訪数は右肩上がり成長しています。

## キャンペーン CV UU(コンバージョンUU) 年代別比率

✔ 約8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	13%	12%	11%	22%	21%	79%
男性	5%	3%	3%	5%	6%	21%
年代別合計	18%	15%	14%	27%	27%	

出典：自社調べ 2020年6月～2020年8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

スタンプや着せ替え購入目的の  
ピュアユーザーも多い



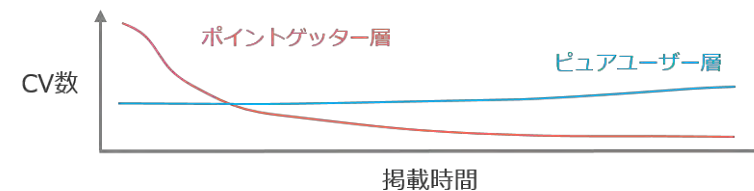
ポイントゲッター層  
定期的に案件をみにくる



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



## 掲載期間と共に起こる ユーザーのスイッチ

掲載期間が長くなるにつれて  
次第にポイントゲッター層が減り  
ピュアユーザー層が増えてくる

※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。

※LINE公式アカウントの友だち登録情報や  
スタンプの購入情報等をベースにしたみなし属性です。  
属性不明ユーザーには配信されません。

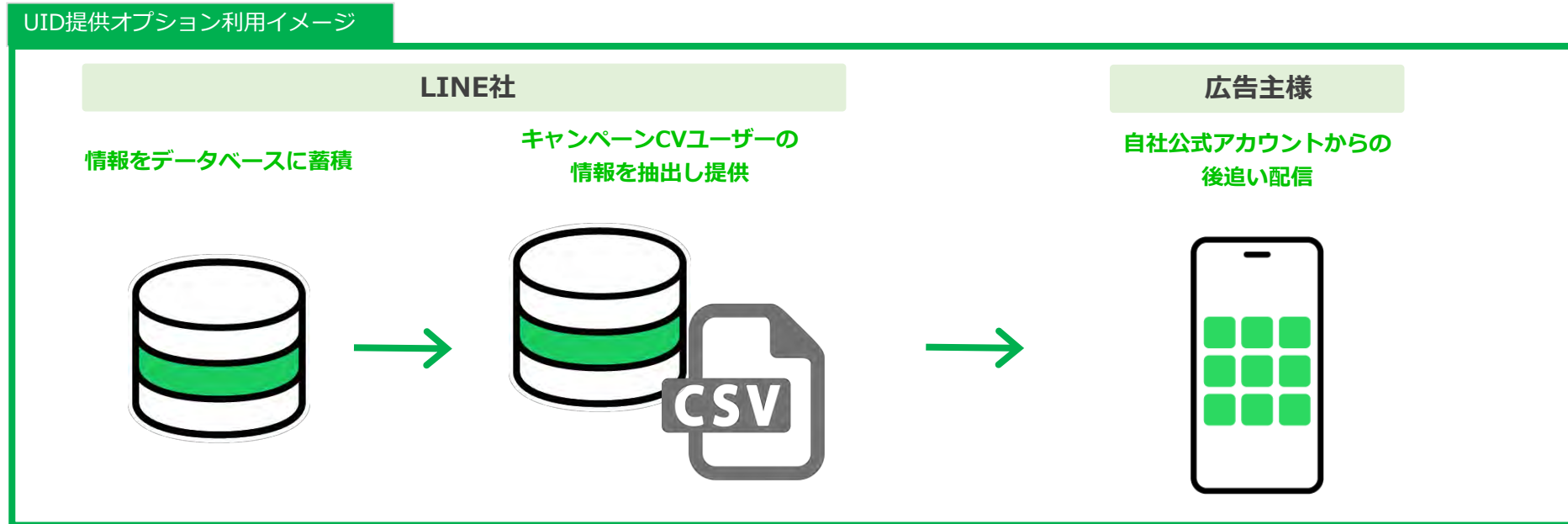
男女					
10代（20歳未満）	●			●	
20代	●	●			
30代	●	●	●		
40代	●	●	●	●	
50代以上	●	●	●	●	
グループ種別	A	A	B	B	C

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

# 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。



提供項目	<b>UIDのみ(他項目はシステム仕様上提供不可となります)</b>
オプション料金	<b>1回のUID提供につき gross 200万円</b>
注意事項	<ul style="list-style-type: none"><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、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>• 最短抽出開始日は申込翌営業日からカウントして5営業日後となります。</li><li>• 最長90日までUID抽出期間は指定可能です。</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>• 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></ul>

## 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)



**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及び遷移先LP内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>

# 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. 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。

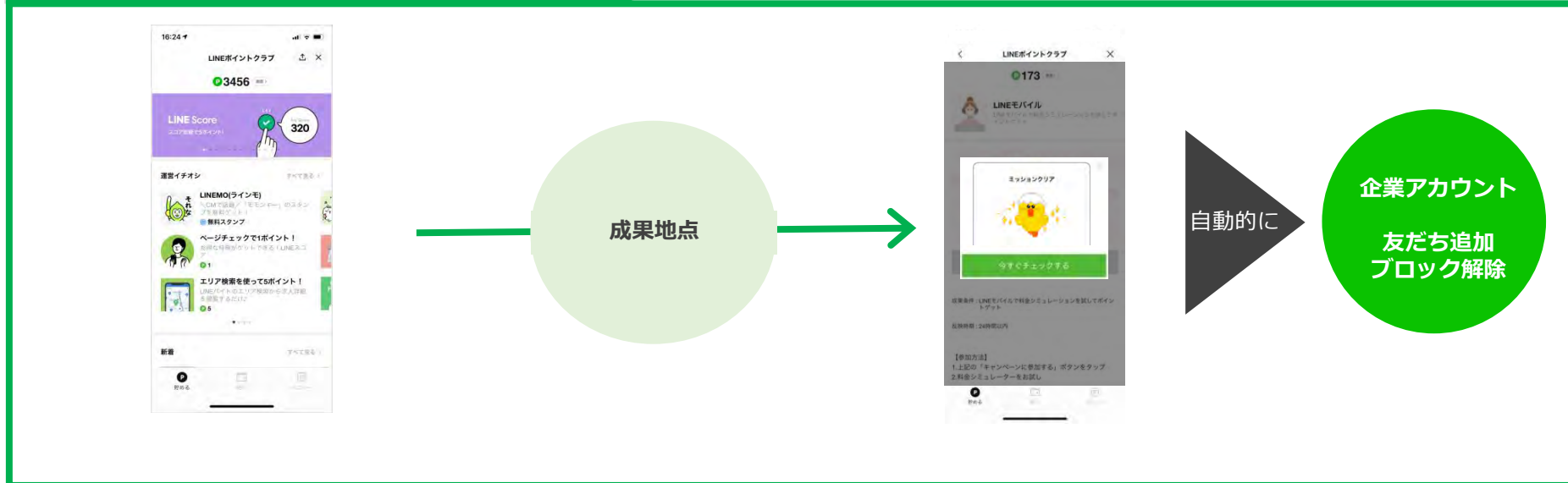
# LINEポイント Reward AD

# 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。詳細は入稿シートをご参照ください。

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

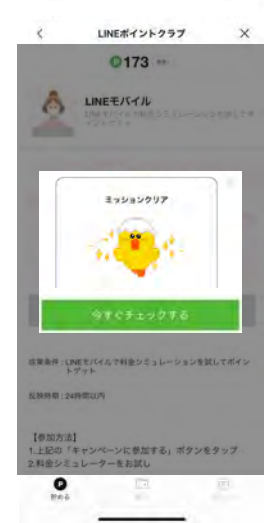
指定サービス内でミッションをクリアしたユーザーに、スタンプなどと交換できるポイントを付与します。ミッションの内容を選択できるため、低リスクでユーザー獲得ができる施策です。



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!

# Reward アフィリエイト AD 画面遷移

※画像はイメージです。

ウォレットタブ>ポイントクラブ



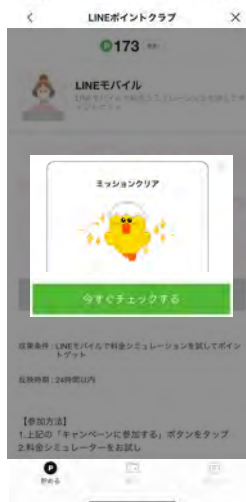
トップページ>各種カテゴリ



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。
初回掲載ルール	<b>通常枠：ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は別頁参照。</b> <b>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>
継続掲載ルール	<b>通常枠：ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は営業担当までお問い合わせください。</b> <b>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>
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込んだ場合は、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>・単価テーブルは初回出稿時の条件です。獲得状況に応じて2回目以降の継続掲載条件が変更になる可能性がありますので、予めご了承ください。</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/株式会社アドウェイズ/GMOメディア株式会社/リンクシェア・ジャパン株式会社)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>・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及び、遷移先LPにおける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>・ミニマムロットは4週間単位でのカウントとなります。</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あります。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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</li> </ul>

# 初回出稿単価 商品購入・注文

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 ~

※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

※「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。

※継続出稿単価については、事前確認が必要になります。別途お問い合わせください。

※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。

# 初回出稿単価 来店

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 ~

※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。

※「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。

※継続出稿単価については、事前確認が必要になります。別途お問い合わせください。

※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。

# 初回出稿単価 クレジットカード発行

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 ~

※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

※「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。

※継続出稿単価については、事前確認が必要となります。別途お問い合わせください。

※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。

# 初回出稿単価 キャンペーン応募・無料会員・メルマガ・無料おためし登録

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	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～

※「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。

※継続出稿単価については、事前確認が必要になります。別途お問い合わせください。

※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。



## 初回出稿単価 資料請求・見積もり

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～

※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。

※継続出稿単価については、事前確認が必要になります。別途お問い合わせください。

※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。

# 初回出稿単価 口座開設

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 カードローン 口座開設完了 (カード受取完了)	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～

- ※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。
- ※「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。
- ※継続出稿単価については、事前確認が必要になります。別途お問い合わせください。
- ※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。

# ボリューム配信オプションについて

## ボリューム配信オプションとは

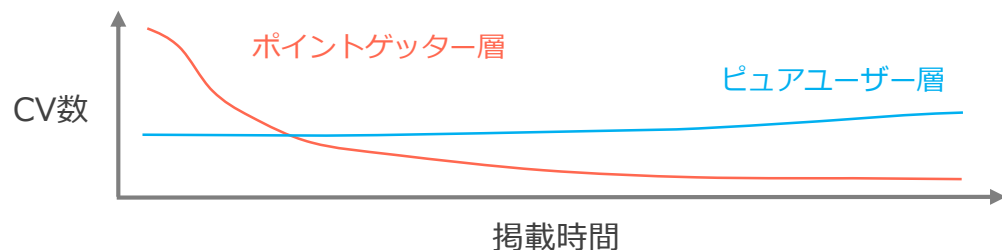
配信当初はポイントゲッター層が集まる傾向がありますが、しだいにその割合は減っていきトークをメインで使用するようなピュアユーザー層の割合が多くなる(質が高くなっていく)傾向があります。この傾向を予算規模に関わらず体感いただくため、ボリューム配信オプションを提供しています。

※本オプションの利用は無償ですが、配信期間中にミニマムロットが消化できることが前提条件となります。

※消化が見込めない案件ではLINE社判断でボリューム配信を解除する場合がございます。

※ボリューム配信時の消化進捗の保証はいたしかねます。

### ユーザー属性イメージ



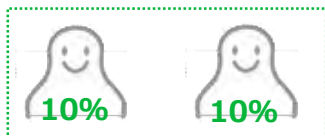
## ロジックについて

ユーザーIDの末尾にある数字をLINE社にて指定して配信することでボリュームの調整をおこないます。

例) 20%配信の場合→ ID末尾「0」「1」のユーザーのみに配信

※配信先の数字は非開示情報となるため、数字をご指定いただくことはできません。

末尾数字0 末尾数字1



配信

末尾数字2 末尾数字3 末尾数字4 末尾数字5 末尾数字6 末尾数字7 末尾数字8 末尾数字9



非配信

# Reward アフィリエイト AD 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、詳細については入稿フォーマットをご参照ください。

# 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。

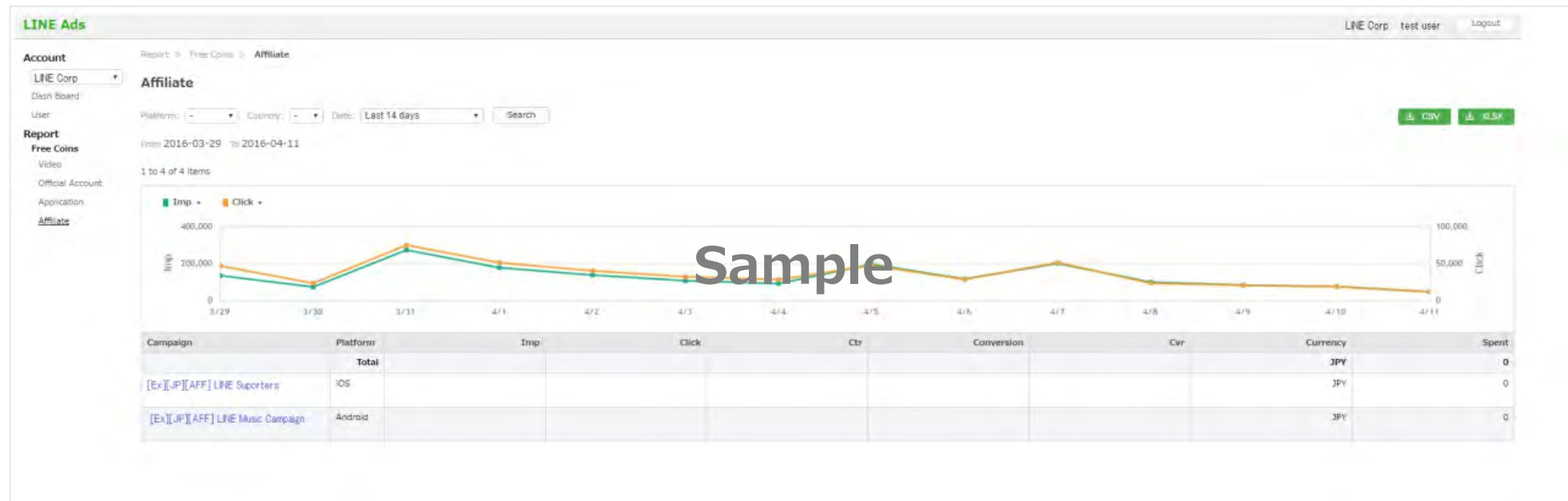
**A** LINEユーザーへ電話番号認証後に付与されるユニークなユーザーIDと、LINEポイントAD掲載キャンペーン毎に割り振られるユニークなIDを紐付けてデータを保持し、重複カットを行っています。同一ユーザーでも異なる電話番号で認証した場合は重複カットの対象外となります。

**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。

- ・ 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。
- ・ 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



※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	$\text{click} \div \text{imp}$ で算出
conversion	成果数	ミッション完了
cvr	成果率	$\text{conversion} \div \text{click}$ 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

流れ	確認内容	内容
一次審査	企業商材可否、事前成果地点可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 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.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
テスト・申込・入稿	テスト成果、申込内容、入稿内容	一次審査、二次審査、トラッキングテストが完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時までに申込、入稿可能となります。 ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。 ※掲載は先着順でお受けしております。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。



# Reward CPI ADとは

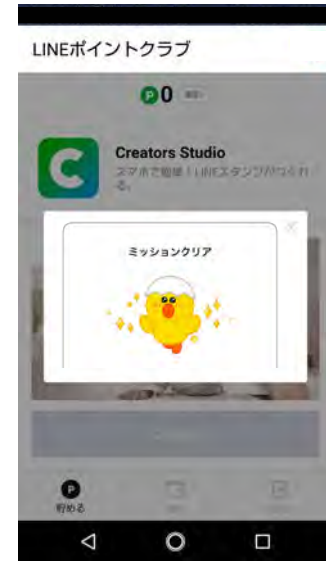
指定アプリのインストール後の起動で、スタンプなどと交換できるポイントを付与します。短期間で大量のインストール促進ができる、Androidのみを対象とした施策です。



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

※画像はイメージです。

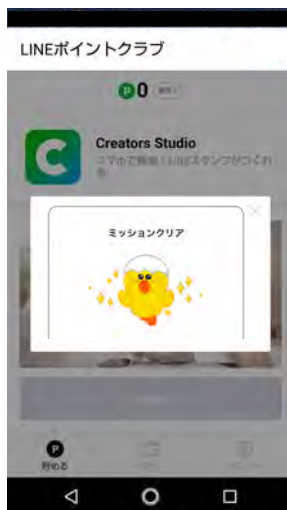
ウォレットタブ>LINEポイントクラブ

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。
初回掲載ルール	<b>ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は以下参照。</b>
継続掲載ルール	<b>通常(登録して貯めよう)枠：ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は営業担当までお問い合わせください。 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>
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>・ 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>・ 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)</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 日予算設定は5,000件以上/日～設定可となります。</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。</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>・ 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及び、遷移先LPにおける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>・ ミニマムロットは4週間単位でのカウントとなります。</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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</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～

# Reward CPE ADとは

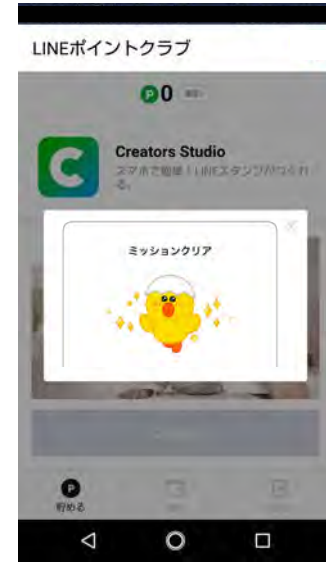
インストール後のミッションをクリアしたユーザーに、スタンプなどと交換できるポイントを付与します。ミッションの内容を選択できるため低リスクでユーザー獲得ができる、Androidのみを対象とした施策です。



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

※画像はイメージです。

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

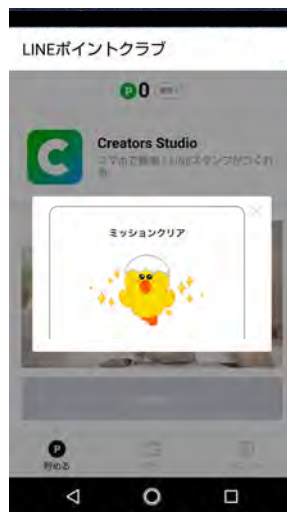
案件詳細ページ



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	<b>Androidアプリインストール後のミッション完了</b>
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。
初回掲載ルール	<b>ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は別頁参照。</b>
継続掲載ルール	<b>通常(登録して貯めよう)枠：ミニマムロットが消化可能な期間～最大12週間掲載可。単価などの掲載条件詳細は営業担当までお問い合わせください。 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>
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>・ 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>・ 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)</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</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。</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>・ 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及び、遷移先LPにおける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>・ ミニマムロットは4週間単位でのカウントとなります。</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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</li> </ul>

# Reward CPE AD 初回出稿単価

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～
<b>NEW!</b> ※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～
<b>NEW!</b> 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～

※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。

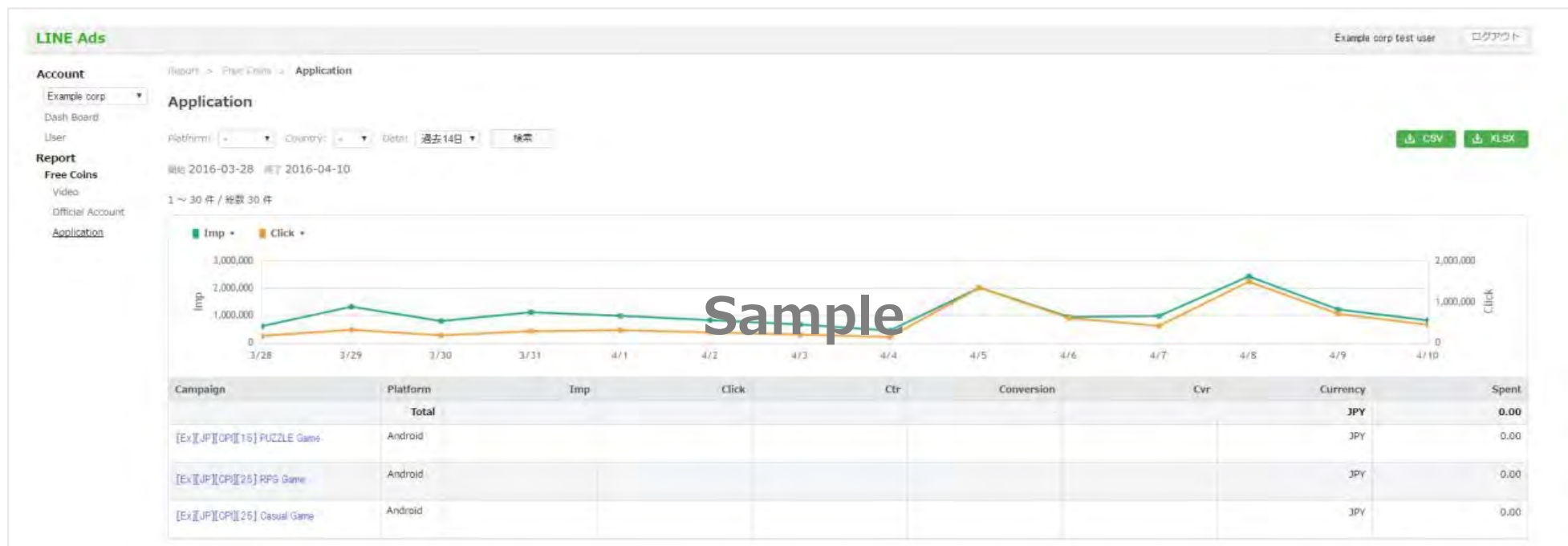
※①無目的ローンを主目的にする場合、掲載不可となります。

※別途、景品表示法をご確認のうえご発注ください。

※継続出稿単価については、事前確認が必要となります。別途お問い合わせください。



# 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

流れ	確認内容	内容
一次審査	企業商材可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 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.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
テスト・申込・入稿	テスト成果、申込内容、入稿内容	一次審査、二次審査、トラッキングテストが完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時までに申込、入稿可能となります。 ※トラッキングテストは申込前の実施となり、対応順序の変更は不可となります。 ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。

# LINEポイント Friends AD

# 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。

## 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と友だちになってもらったり、お礼にLINEポイントをプレゼントします。



※画像はイメージです。

# 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 案件詳細ページのURLをトークでシェア
- ③ ポイントクラブを閉じる

LPへ遷移



ボタンをタップ



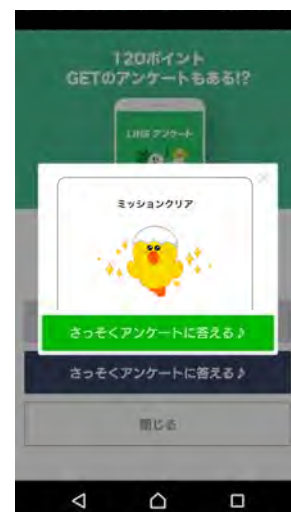
企業アカウント

友だち追加  
ブロック解除

自動的に

※既存ターゲットリーチにも配信されます。

スライド読了>ポイント獲得

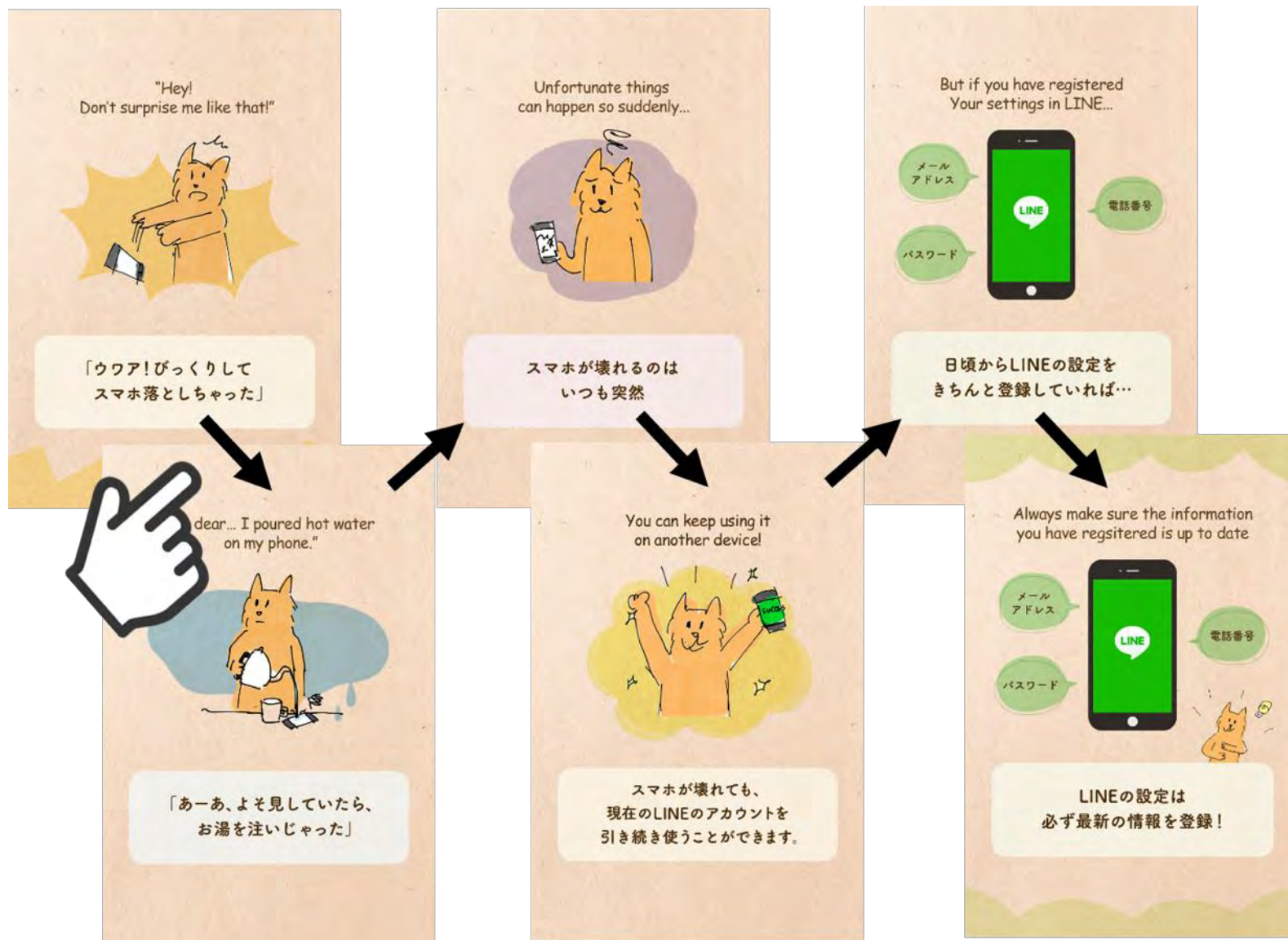


# Friends Swipe AD /デリタゲFriends Swipe AD 商品スペック

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)	<b>6/2(水)~可否申請可</b> 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。	
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 ※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(4週間単位カウント)	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>・未認証のLINE公式アカウントは掲載不可となります。</li> <li>・広告主様の公式アカウント内のトーク画面、タイムライン投稿を遷移先として指定することも可能です。</li> <li>・読了成果のメニューとなるため、友だち追加は保証していません。</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。</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>・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及び、遷移先LPにおける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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</li> </ul>	



# [社内事例] LINE本体 訴求内容：お知らせ活用





# [社内事例] LINEギフト 訴求内容：チュートリアル活用

**贈り方はとっても簡単  
まずは贈りたいギフトを選択**  
ギフト選びに迷ったら人気のギフトやシーンから探そう

**LINE GIFT**  
ピーチピロタ フルーイ  
プラスポイント  
お祝いシーンにぴったり

人気ギフト  
VISA VISA  
シーンから探す

**支払方法を選択して購入**  
LINEポイントは全額 もしくは一部支払いも出来る  
LINE POINT も使える

クレジットカード決済 VISA  
ドコモ払い  
auかんたん決済  
ソフトバンクまとめて支払い  
LINE

**友だちのトーク画面に  
ギフトメッセージが届く**  
作成したギフトカードはこんな感じで見えます

MACHI cafeドリンク (100円)  
LINE GIFT  
ギフトメッセージを送る

ありがとうメッセージ  
お祝いシーンにぴったり  
MACHI cafeドリンク (100円)  
LINE GIFT

**贈り先を選択**  
ギフトを贈る友だちを選ぼう

ギフトカードを選ぶ  
目的や伝えたい気持ちに合わせて  
選べるギフトカード  
メッセージも添えられるよ

店舗引換画面  
贈られた友だちはレジで  
引換画面を見せるだけ  
好きな時に近くのお店で受け取れるよ

MACHI cafeドリンク (100円)  
LINE GIFT

# [社内事例] LINEマンガ 訴求内容：カタログ活用

**マリーミー!**  
 マリーミー  
 1100万人が選ぶ本当に面白いWEBコミック  
 国家公務員の秋保心は28歳の誕生日  
 として選ばれてしまう。結婚相  
 果たして二人の結婚

**嘘にも恋がある**  
 嘘にも恋がある  
 1.で恋が動き出す—  
 ななじみの裕貴にすっ  
 いてしまい女の子として  
 位ならずと友達のまま  
 も告げられないでいた。  
 げにそれを見透かされあ  
 り人を振り向かせるための

**流星イニシャルイズ**  
 流星イニシャルイズ  
 ~1/5の恋人~  
 流星イニシャルイズ  
 ©ENZO / LINE  
 ©Kaito / LINE

**シアラア**  
 シアラア  
 アロア  
 業ユニット「シアラア」。  
 彼らについて知ることのできる全て。  
 素手の僕らであり、彼ら自身—  
 面とテーマソングを響き合わせて紡ぐ、  
 変えるアンサンブルストーリー—

**ゆとのと**  
 ゆとのと  
 ゆとのと  
 祖父の突然死により、天涯孤独となった湊。  
 画家だった祖父が描き残した“絵”をきっかけに、  
 祖父の旧友を訪ねて大阪へ行くことになる。  
 初めて訪れた大阪の街の活気に圧倒される湊だったが、  
 突然現れた一人の男の子によって、とある銭湯へと導かれていく—

# [社内事例] LINE占い 訴求内容：カタログ活用



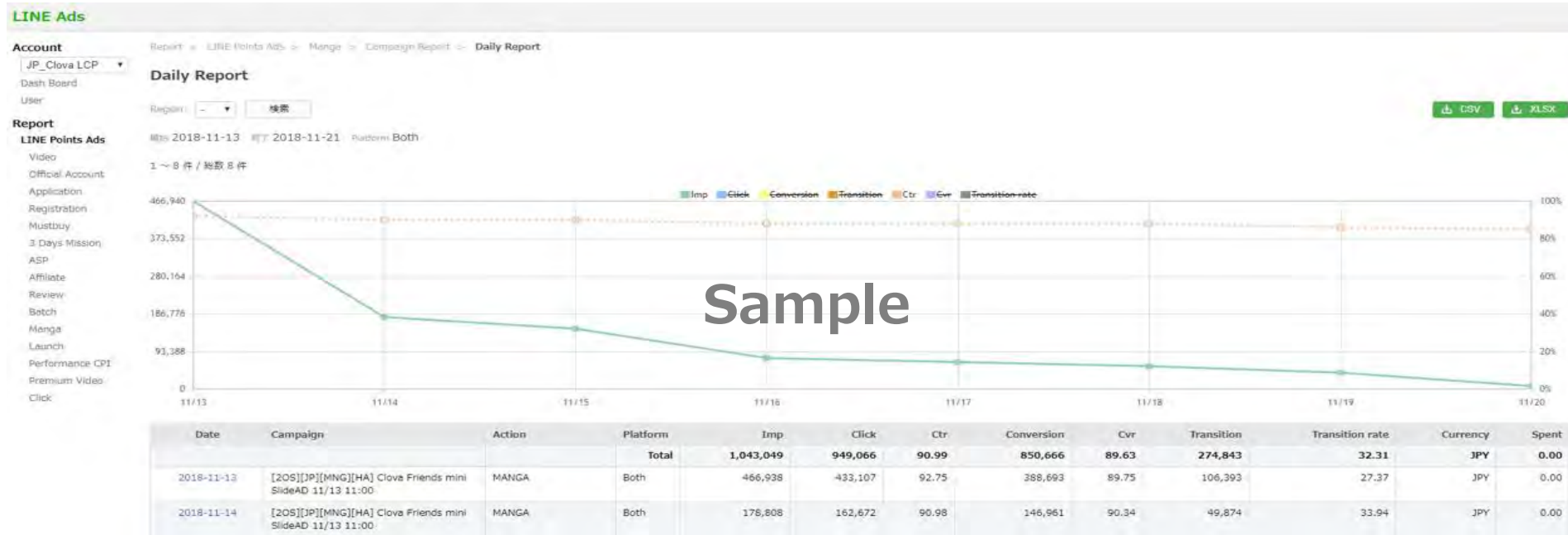


# Friends Swipe AD 掲載フロー

流れ	確認内容	内容
一次審査	企業商材可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 <b>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</b> ( <a href="https://www.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
申込・入稿	申込内容、入稿内容	<b>一次審査、二次審査が完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時までに申込、入稿可能となります。</b> ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。 ※掲載は先着順でお受けしております。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。

# Friends Swipe AD レポートサマリ

※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。

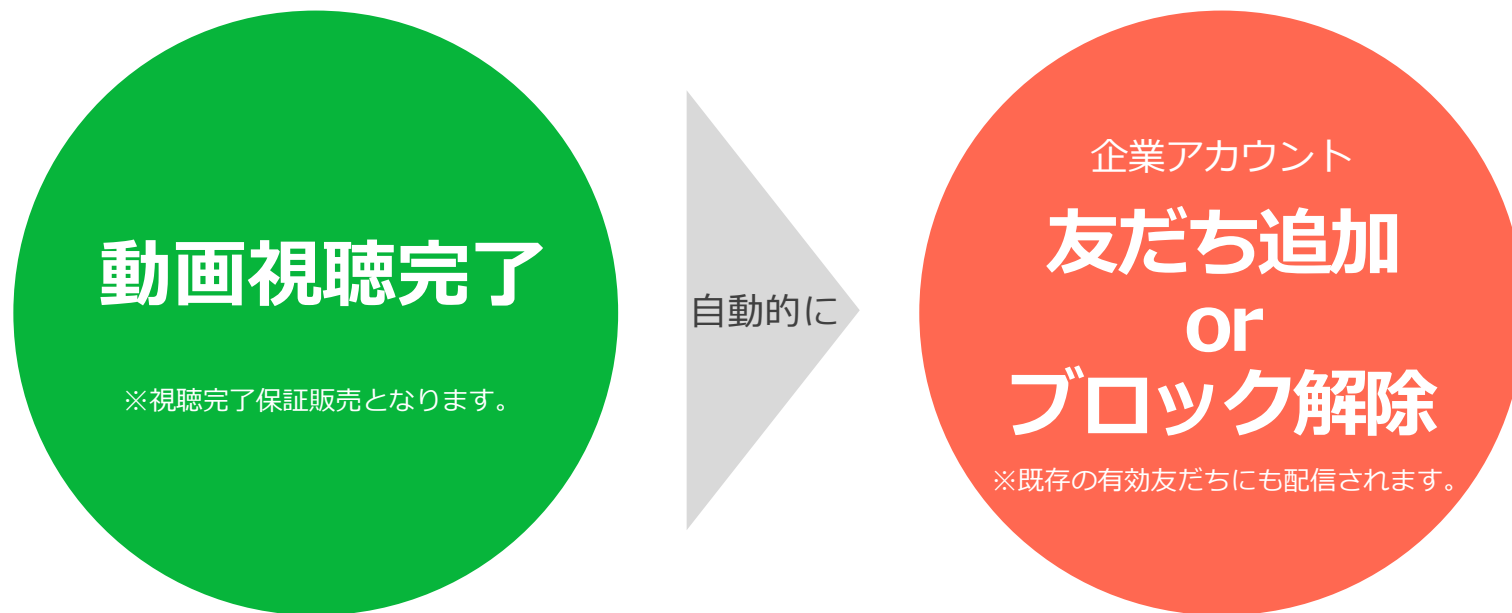


※画像はイメージです。

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(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	-

# Friends Video ADとは

ビデオを視聴完了したユーザーに、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。

※画像はイメージです。

# Friends Video AD 画面遷移

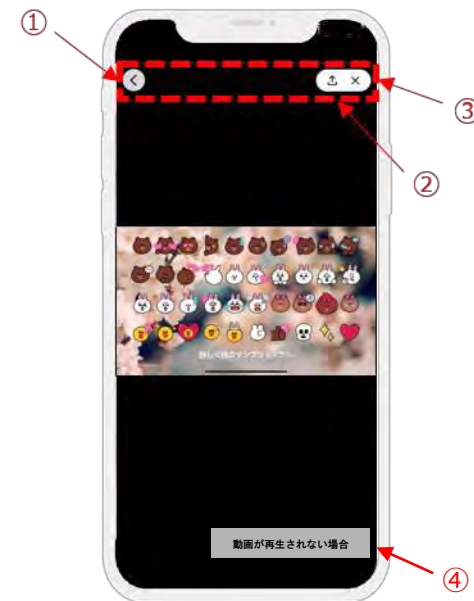
ウォレットタブ>LINEポイントクラブ

トップページ>動画を見て貯めよう

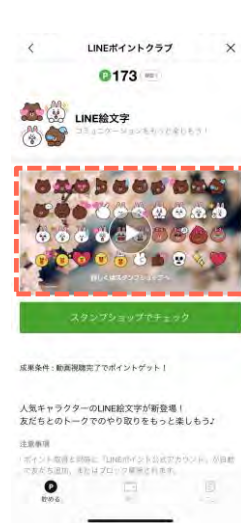
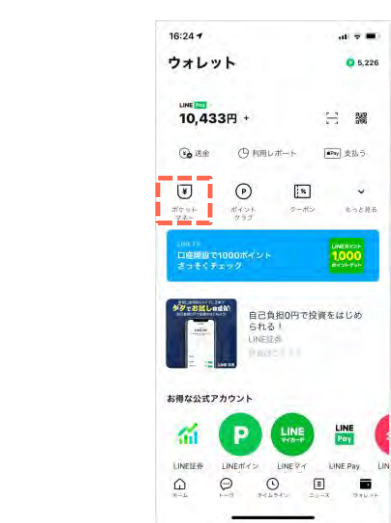
案件詳細ページ

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



LP

ボタンをタップ

視聴完了>ポイント獲得



企業アカウント  
友だち追加  
ブロック解除

自動的に



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。

- ①案件詳細ページに戻る
- ②案件詳細ページのURLをトークでシェア
- ③ポイントクラブを閉じる
- ④タップで動画再生(通信環境により再生されない場合に使用)



# 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。	
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 ※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(4週間単位カウント)	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>・未認証のLINE公式アカウントは掲載不可となります。</li> <li>・視聴完了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>・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>・広告主様の公式アカウント内のトーク画面、タイムライン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。</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>・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及び、遷移先LPにおける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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</li> </ul>	

# Friends Video AD 掲載フロー

流れ	確認内容	内容
一次審査	企業商材可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 <b>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</b> ( <a href="https://www.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
申込・入稿	申込内容、入稿内容	<b>一次審査、二次審査が完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時までに申込、入稿可能となります。</b> ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。 ※掲載は先着順でお受けしております。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。

# デリタゲFriends Video AD 掲載フロー

流れ	確認内容	内容
①一次審査	企業商材可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
②二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 <b>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</b> ( <a href="https://www.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
③ターゲットリーチ 抽出依頼	ターゲットリーチ数	掲載開始希望日の10営業日前17時までにご連絡をください。 ※ターゲットリーチ抽出は、LINE社任意タイミングでの対応となります。
④空き枠確認・仮押さえ	空き枠状況	掲載開始希望日の空き枠確認・仮押さえのご連絡をください。
申込・入稿	申込内容、入稿内容	<b>①~④が完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時まで</b> に申込、入稿可能となります。 ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。 ※掲載は先着順でお受けしております。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。

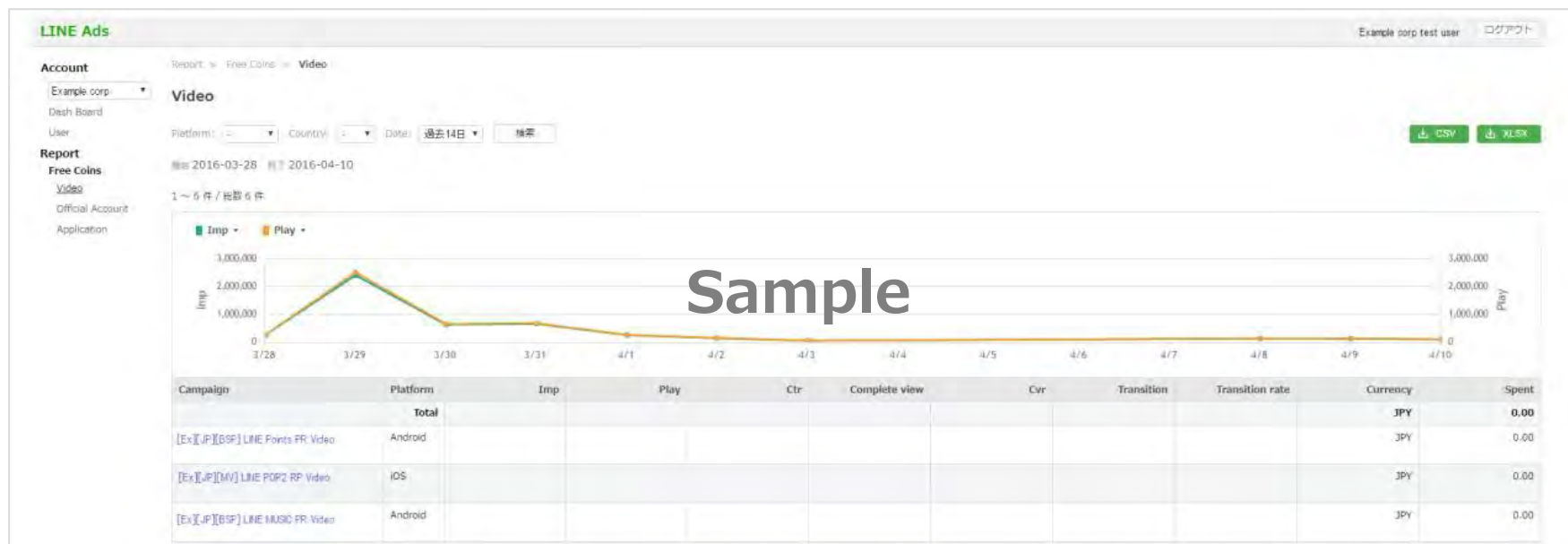
※仮押さえ期間は、ご依頼日の翌営業日から数えて3日目の17時 (\*)まで有効です。超えた場合は自動解放いたします。

※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。

その場合の有効期間は、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。

# Friends Video AD /デリタゲFriends Video AD レポートサマリ

※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。



※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
play	クリック数	cvボタンクリック(動画視聴開始)
ctr	視聴率	$play \div imp$ で算出
complete view	視聴完了数(ユニーク)	-
cvr	視聴完了率	$complete view \div play$ で算出
transition	遷移数	cv後のクライアントLP遷移
transition Rate	遷移率	$transition \div cv$ で算出
create friendship	新規友だち追加数	-
unblock friendship	ブロック解除数	-

# LINEポイント メッセージ

# LINEポイント メッセージとは

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。



※リッチメニューはデフォルト表示されます。

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。



※画像はイメージです。

# LINEポイント メッセージ 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 公式アカウント トーク画面内メッセージ
掲載枠	<b>1枠/日(平日のみ・土日祝日不可)</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ポイントアカウント通常配信+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
価格(税別)	<b>ALL配信 or 20代以上男女配信 : 700万円/1配信</b> <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>
注意事項(個別)	<ul style="list-style-type: none"><li>・同一商材の連日配信はNG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>・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>・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>・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及び、遷移先LPにおける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.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/">https://www.linebiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/</a>)もあわせて適用されます。</li></ul>



# LINEファミリーサービスのLINE公式アカウントからの メッセージ送信仕様改善について

LINE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。

2020年7月から改善の一環として、LINEファミリーサービスの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、これまでも反応していたユーザーには、引き続きメッセージが配信され、反応していなかったユーザーには、配信されない仕様となります。

これにより、LINE全体でのメッセージ反応率の向上と共に、従来LINEファ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ファミリーサービスの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ポイント メッセージ 掲載フロー

流れ	確認内容	内容
①一次審査	企業商材可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 可否有効期限は3ヶ月ルールとなります(詳細は営業担当までお問い合わせください)
②二次審査	入稿フォーマット及び クリエイティブ可否	可否審査は原則3~5営業日をいただいております。 <b>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</b> ( <a href="https://www.linebiz.com/jp/download/">https://www.linebiz.com/jp/download/</a> )
③空き枠確認・仮押さえ	空き枠状況	掲載開始希望日の空き枠確認・仮押さえのご連絡をください。 <b>※同一商材の連日配信はNGとなります。</b>
申込・入稿	申込内容、入稿内容	<b>①~③が完了した案件のみ、掲載開始希望日の5営業日前17時までに申込、入稿可能となります。</b> ※審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので予めご注意ください。 ※掲載は先着順でお受けしております。
管理画面共有		掲載開始前までにLINEポイントAD管理画面を提供いたします。

※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。

※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。

その場合の有効期間は、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。

# [Appendix]掲載可否・申込・入稿について

## 【進行フロー】代理店様向け

以下より都度最新の申込FMT・入稿FMTをダウンロードのうえ、ご利用ください。

<https://line.ent.box.com/folder/79633672774>

※入稿物は申込メールに添付してください。

## 【進行フロー】メディアレップ様向け

以下より都度最新の入稿FMTをダウンロードのうえ、ご利用ください。

<https://line.ent.box.com/folder/79633672774>

申込・入稿の送付先アドレスはそれぞれ以下をご利用ください。

-----  
・申込、仮押さえ用

[order\\_adsales@linecorp.com](mailto:order_adsales@linecorp.com)

・入稿用

[submit\\_adsales@linecorp.com](mailto:submit_adsales@linecorp.com)

## キャンセル規定

お申込後のキャンセルや開始日等の内容変更はお受けいたしかねます。

## 約款に関して

必ず約款をご確認の上、約款同意済みの旨を【申込】メール内に記載してください。

- ・ 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.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>

# 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の新しいデジタルチラシです。

## LINE チラシ

国内MAU ※  
8,600万人+OVER



LINEチラシ  
メディアフォーマット



LINEチラシ  
メッセージ



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  
**8,600万人<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**を創出

## 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



# 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、お店のアカウントが自動で友だち追加されたり、LINEチラシの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



お店の  
公式アカウントの  
自動友だち追加



LINEチラシ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



# LINEチラシ 公式アカウント

LINEチラシの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。



LINEチラシ  
店舗ページ

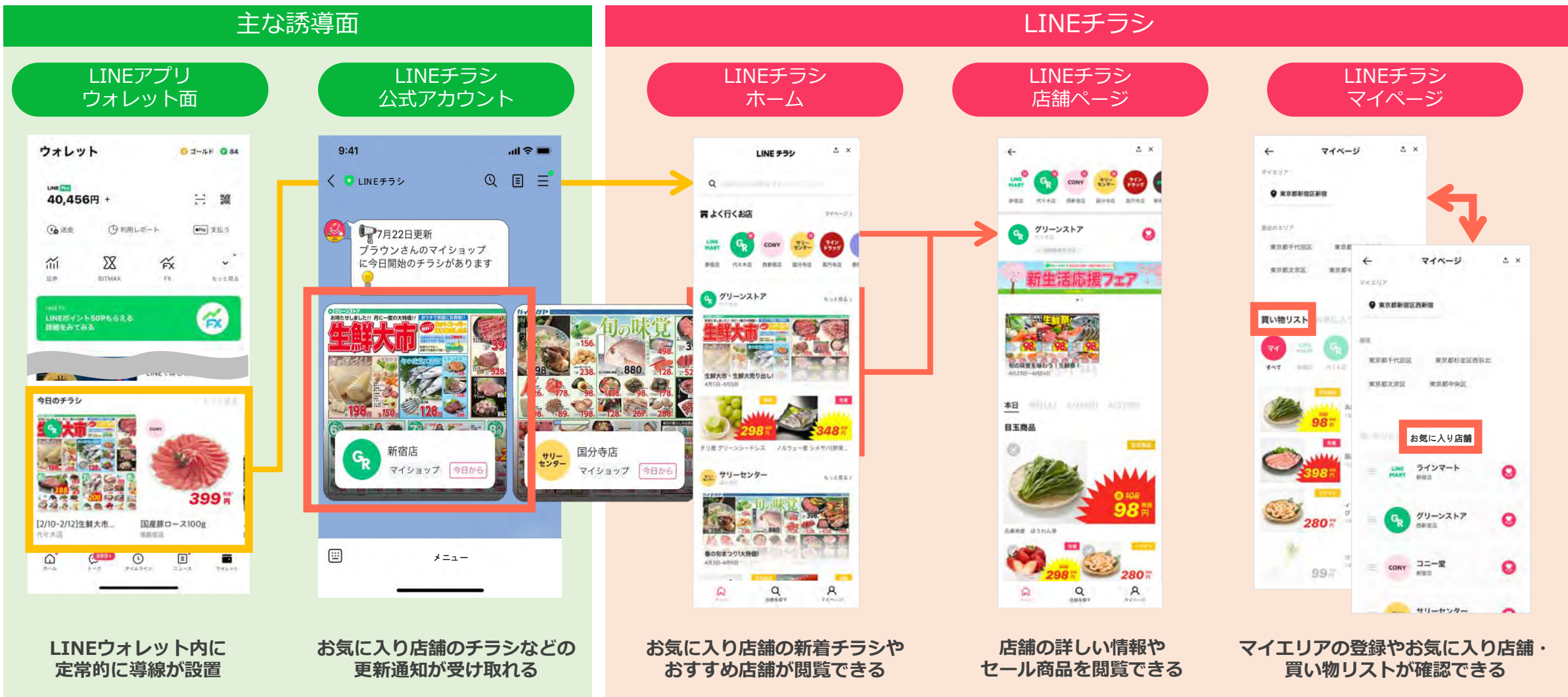
.....→  
誘導



© LINE ※2020年10月時点のLINEチラシ公式アカウントの友だち数です。  
※LINEチラシ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チャリシには、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。



LINEウォレット内に  
定期的に導線が設置

お気に入り店舗のチャリシなどの  
更新通知が受け取れる

お気に入り店舗の新作チャリシや  
おすすめ店舗が閲覧できる

店舗の詳しい情報や  
セール商品を閲覧できる

マイエリアの登録やお気に入り店舗・  
買い物リストが確認できる



# 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。



# 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。

# 料金プラン

料金は、大きく2つの項目で構成されます。

基本料金/月額  
(固定料金)

登録店舗数 × 1,000円

※当月コンテンツの掲載が一切なくとも基本料金は毎月発生  
※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

+

掲載料金/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 + 非お気に入りユーザーの  
月間閲覧セッション数 × 10円

※当月コンテンツの掲載がない場合は、当該料金は発生しません。  
※掲載料金には、上限料金が設定されます。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、上限金額は決定されます。

## 料金詳細 (2021年1月～6月期)

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	基本料金+掲載料金(上限あり)
基本料金	1,000円/店舗
掲載料金	<p>①月間閲覧ユーザー数(お気に入りユーザー)：定価@30円            ※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            ※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>全店舗一律で上限料金が設定されます。            掲載料金が上限に達した場合は、設定された上限金額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、掲載料金は発生しません。</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

- ・ 上記料金とは別途、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。
- ・ 料金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。



# 基本料金の日割り表

新規で登録された店舗の初月の基本料金は日割り料金となります。

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料金は「1日」の行の価格をご参照ください。

月の日数	31日	30日	29日	28日
店舗ページ公開日	基本料金	基本料金	基本料金	基本料金
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。


# 掲載料金のカウント方法

掲載料金は、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。

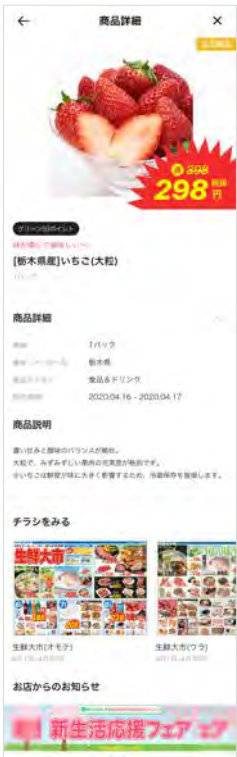
## 課金カウント対象のページ

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



# 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) — 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)</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) — 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)</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) — 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>

# 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、当該月の月額料金全額・掲載料金に加え、1店舗当たり5,000円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<sup>(※)</sup>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。

# 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及び一般食品。		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、そのほか医療関連	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



## 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あります。

# 「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。

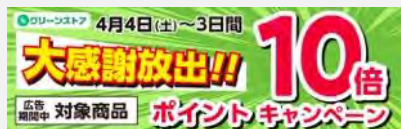


提供するサービス・価格・物品が  
**全ユーザーにとって同じ**  
&  
**自社単独主催キャンペーン**

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

## 「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**  
※P17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、LINE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、東京都福祉保健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(東京都福祉保健局)  
<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/smph/kenkou/iyaku/koukokukisei/kijun/index.html>
- ・医薬品等の広告規制について(東京都福祉保健局)  
<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

# 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

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 掲載料金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。掲載料金の詳細は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 上限金額はどのようなものですか？

A 上限金額は、掲載料金の従量課金が対象になります。掲載料金の従量課金が、上限金額を超えて請求することはありません。

## Q 上限金額の具体的な金額を教えてください

A 契約初年度の上限金額は、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。詳しい金額は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年目以降の上限金額は、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 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.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>

## サービス紹介について

LINE 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 for Business サービス紹介ページ**  
<https://www.linebiz.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 for Businessページの「お問い合わせ」よりお願いいたします。

- ・ **LINE for Business お問い合わせページ**  
<https://www.linebiz.com/jp/contact/>

# LINEチラシ メッセージ

# はじめに

## ・ LINE公式アカウントにおけるメッセージ配信の仕様変更について

LINEでは、ユーザーコミュニケーションの環境をより快適にすることを目的として、LINEファミリーサービスのメッセージ受信環境の改善をしています。2020年7月より改善の一環として、LINEファミリーサービスのLINE公式アカウントから配信するメッセージに、特定のロジックとアルゴリズムでターゲティング配信する仕様に変更となりました。ターゲティング配信により、これまで反応されていたユーザーには引き続きメッセージが配信される一方で、反応がなかったユーザーにはメッセージが配信されない仕様となります。

これにより、LINE全体でのメッセージ反応率の向上と共に、従来LINEファ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の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。

※過去に同公式アカウントから配信されたメッセージに対して無反応のユーザーには配信されない仕様となります。  
※無反応ユーザーはメッセージ開封率や反応率などを元に判定しており、詳細のロジックやアルゴリズムについては非開示となります。  
※仕様変更は、LINEファミリーサービスの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チラシ メッセージとは

「LINEチラシ」 LINE公式アカウントからのメッセージ配信による即効性の高い誘導メニューとなります。

LINEチラシ 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。



総友だち数  
約1,200万人  
\*2020年12月31日時点



遷移先イメージ  
※LINEチラシの企業ページや、LINEで応募 キャンペーンLP など。



※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。

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。  
※抽選を伴う訴求ではご利用になれません。予めご了承ください。

# LINEチラシ メッセージ 商品スペック

項目	内容
保証形式	掲載保証
掲載面(Android/iOS)	LINEチラシ公式アカウント トーク画面内メッセージ
掲載枠	<b>1枠/日(平日のみ・土日祝日不可)</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チラシ」アカウント通常配信+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
価格(税別)	<b>・ ALL配信500万円/1配信</b> <b>・ セグメント配信（都道府県）300万円/1配信</b> ※2021年3月末実施まで 以降は価格変更する可能性があります。
注意事項	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 1案件の中で複数企画の訴求は不可となります。</li><li>・ レポートはございません。</li><li>・ クリエイティブの差し替え対応不可となります。</li><li>・ クリエイティブ可否は必須となります。詳細は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及び、遷移先LINEチラシにおける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></ul>

**ご注意** ※キャンセル規定：お申し込み確定後のキャンセルや開始日等の内容変更には、100%のキャンセル費が発生致します

# LINEチラシ メッセージ 詳細

## 「LINEチラシ」 LINE公式アカウント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	なし

※詳細は入稿シートをご確認ください



# LINEチラシ メッセージ 掲載フロー

## クリエイティブ・遷移先LP審査について

「表現上の注意・制限事項」および「広告配信におけるルールと表現規制について」をご参照のうえ、ご手配をお願いいたします。



- ① LBPMシステムにて企業商材可否の申請をください。  
※可否有効期限は3ヶ月ルールとなります。詳細は弊社営業担当までお問い合わせください。
- ② LBPMシステムにてクリエイティブ・遷移先LPの可否依頼をください。  
※可否審査は原則5営業日です。審査時と異なるクリエイティブは掲載不可となりますので、予めご注意ください。
- ③LBPMシステムにて掲載開始希望日の空き枠確認・仮押さえを行なってください。
- ④掲載開始希望日の**5営業日前17時まで**に申込・入稿をしてください。  
※①~③すべて通過済の案件のみ、掲載をお受けいたします。
- ⑤所定の期日より掲載開始いたします。

### ご注意

※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。

※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。

その場合の有効期間は、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。

# 広告配信におけるルールと表現規制について(LINEチラシ メッセージ)

## ◆サービスポリシーについて

LINEは子どもから大人まで幅広い年齢層のユーザーが日々利用するコミュニケーションプラットフォームです。そのため、当社は配信されるコンテンツや広告について「情報の受け手（ユーザー）がどう思うか」「ユーザーが必要とする情報を適切な形で提供しているか」「ユーザーが不快に感じることはないか」「全てのユーザーが安心・安全にサービスを利用できているか」という点を非常に重視しております。また、LINEチラシは、ユーザーの毎日のお買い物を便利に楽しくするサービスです。「日々の買い物シーンにふさわしいかどうか」も重視しています。

## ◆遷移先の制限

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。また原則、お客様が実質的に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。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チラシが競合とみなすページへの遷移は不可となります。

## ◆抽選訴求について

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の訴求はできません。ユーザーに等しく価値（景品）を提供する場合でもクリエイティブで抽選を想起させるような表現はクリエイティブや遷移先で表現することはできません。ユーザーが選択できないランダム付与や応募時にインセンティブ（景品）に絶対値が確定しない山分け、選考条件が明確でないオーディション（傾斜選考）なども抽選とみなします。

## ◆その他審査ガイドラインについて

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（<https://www.linebiz.com/jp/service/line-flyer-message/guideline/>）もあわせて適用されます。必ず内容のご確認をお願いします。

# 約款・規約・サービス紹介(LINEチラシ メッセージ)

## 約款・規約について

事前に以下の約款内容をご確認の上、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**

<https://terms2.line.me/basic terms and conditions of line services for business partner?lang=ja>

- ・ **LINE 法人向けサービス「LINE チラシ AD」 個別約款**

<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>

## 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下記よりお問い合わせください。

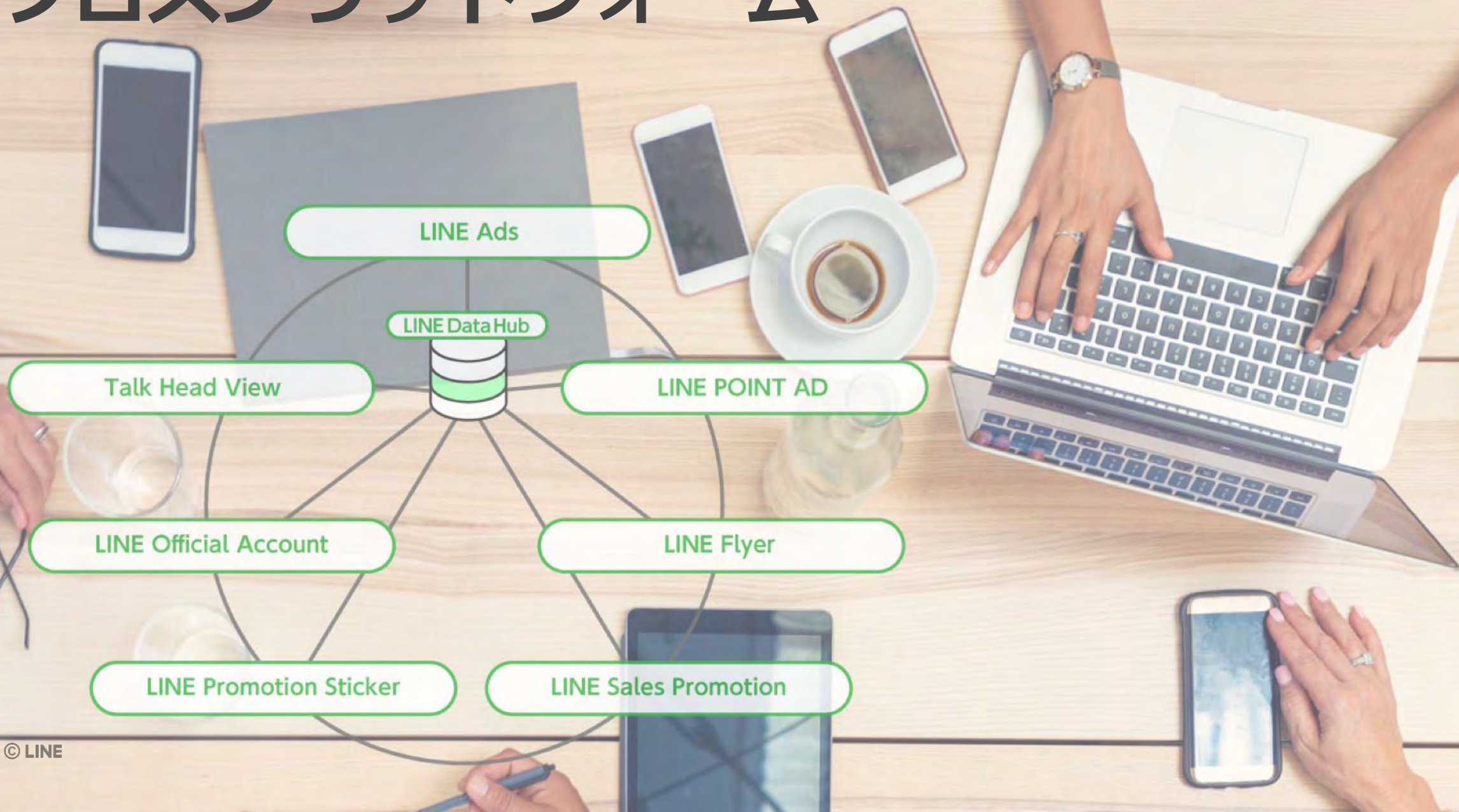
- ・ **LINE for Business お問い合わせページ(出稿のご相談など)**

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

- ・ **LBPMに関するお問い合わせ用メールアドレス**

lbpm\_inquiry@linecorp.com

# クロスプラットフォーム





# クロスプラットフォームとは

8,600万人（※）のライフタイムバリューを最大化するための「クロスプラットフォーム」では、以下を実現することで、ビジネスの成長に寄与します。

As Is（課題）

To Be

横断での  
ターゲティングが  
できない

各プロダクトが連携しておらず、  
LINEの中で獲得したユーザーについて  
継続的なコミュニケーションができない  
(LINE広告→LINE公式アカウントなど)



プロダクトを横断したユーザーとの  
コミュニケーション

レポート/分析が  
できない

プロダクト単独でのデータ分析のため  
次の施策へ生かすことができない

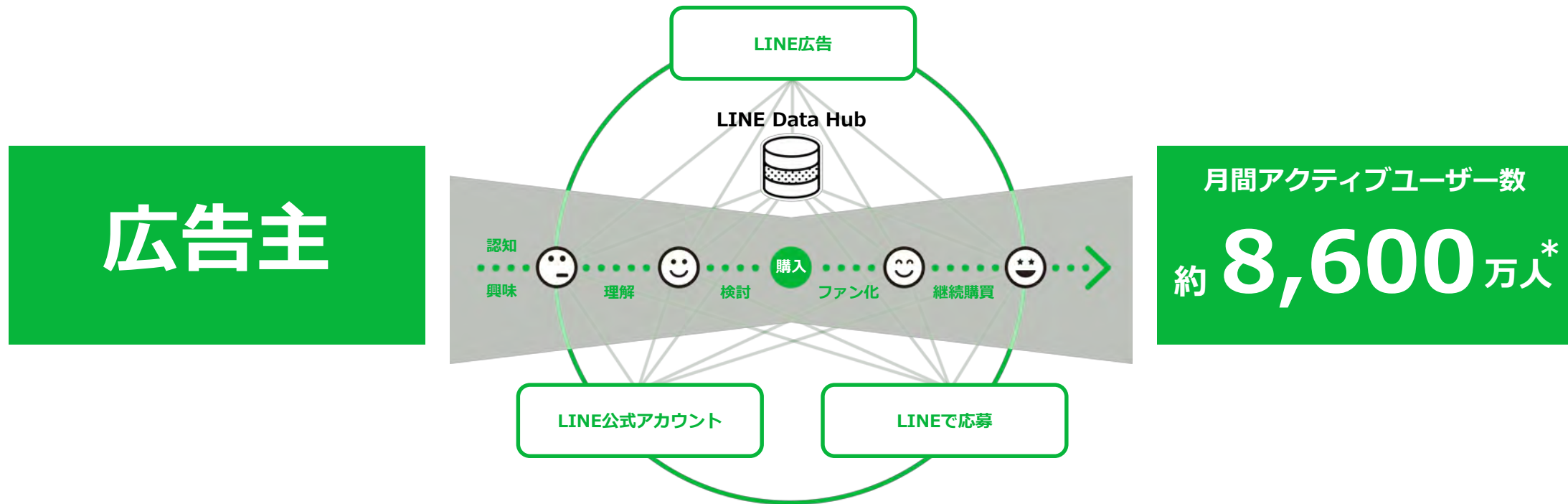


オンライン/オフライン全ての  
顧客接点でのより高度な  
アトリビューション分析

※2020年9月末時点 LINEの月間アクティブユーザー数

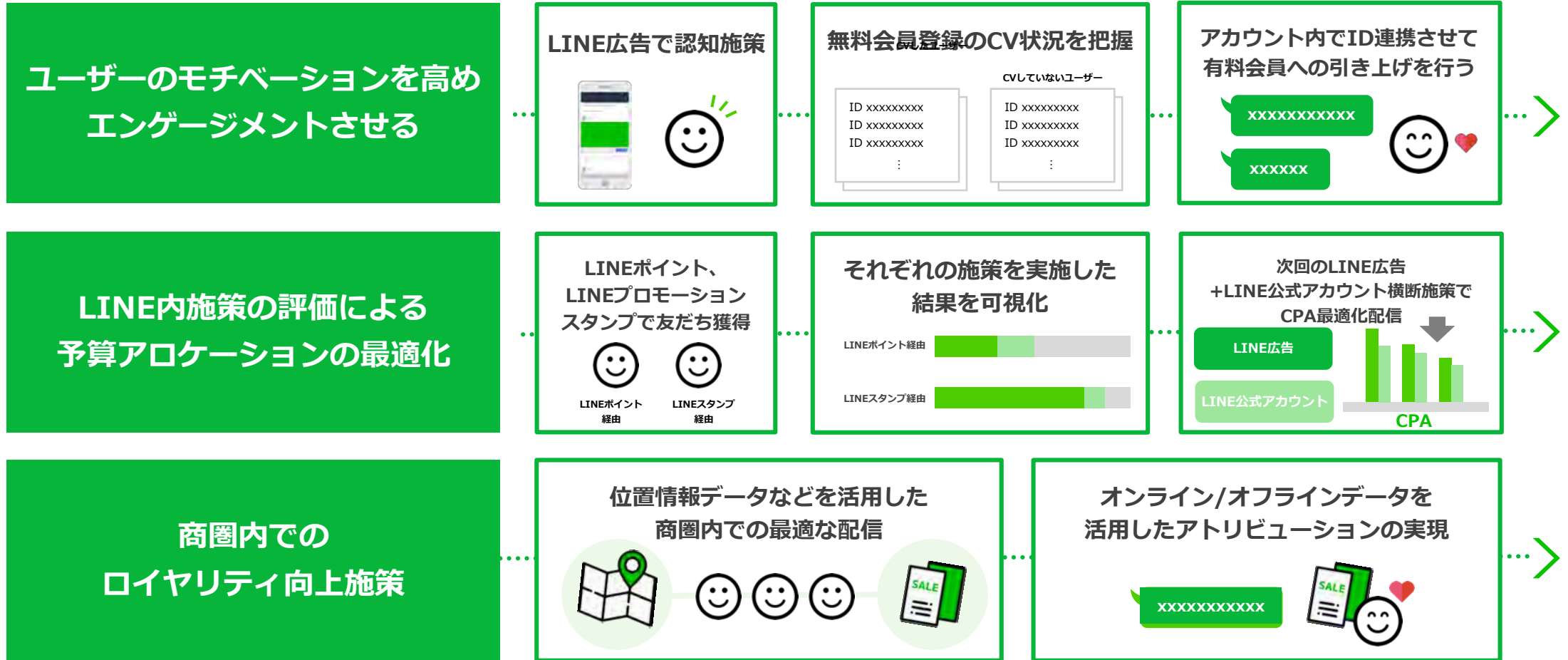
# クロスプラットフォームによるフルファンネルマーケティング

「クロスプラットフォーム」により、それぞれのユーザー接点で8,600万人のライフタイムバリューを上げるためのフルファンネル施策が可能になります。



※2020年9月時点 LINEの月間アクティブユーザー数

# 今後想定される活用方法例について

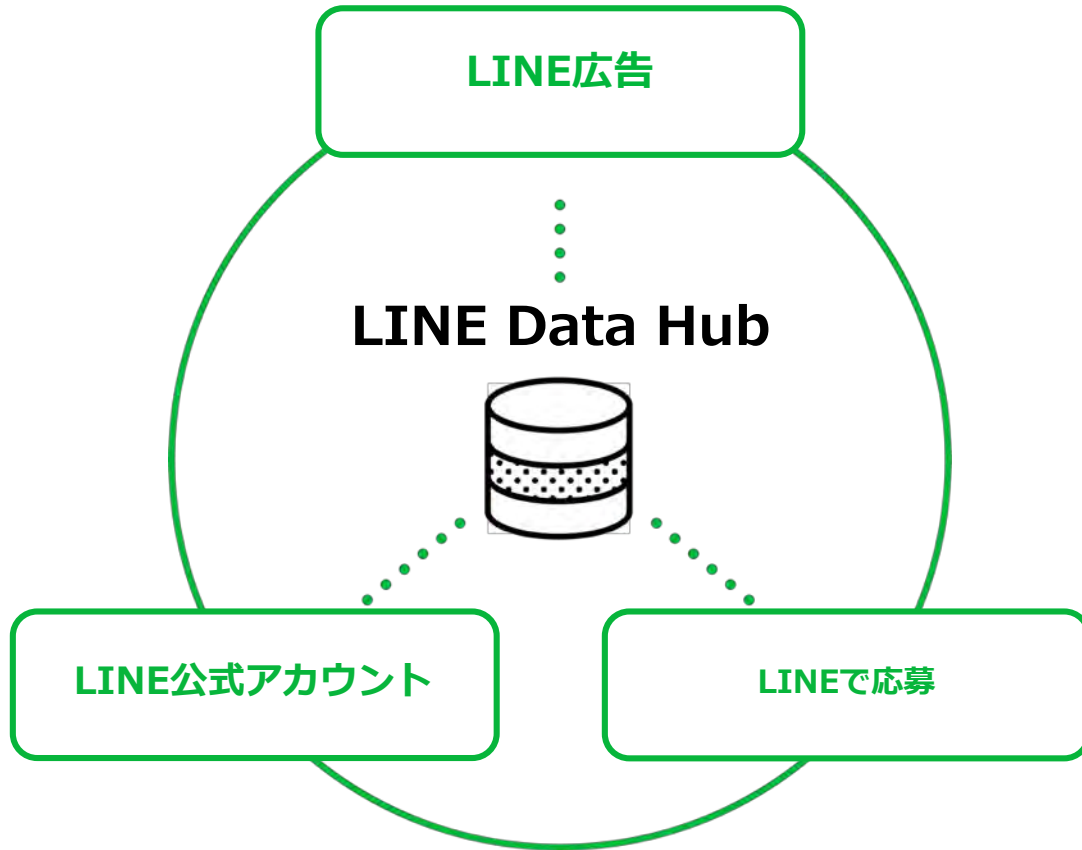


※実装有無や時期については未定です。



# クロスターゲットティング

# クロスターゲットティングとは



クロスターゲットティングとは、**LINE公式アカウント、LINE広告、LINEで応募**

それぞれのメッセージ・広告配信やキャンペーンで取得したデータやオーディエンスを**プロダクトを横断して配信**することができる機能です。

横断した広告プロモーションやキャンペーンを実施することにより、より効果的で最適なコミュニケーションの実現が可能となります。

# クロスターゲティングでできること①：LINE広告での配信

LINE公式アカウント、LINEポイントAD、Talk Head Viewで取得したデータをLINE広告での配信にご活用いただけます。



データタイプ	内容	データタイプ	内容	データタイプ	内容	配信方法	内容
Video Start	Talk Head Viewのバナーをクリックした動画再生開始データ	Point CV	LINEポイントADを実施した際のコンバージョンユーザー	インプレッション	メッセージを開封したユーザー	類似拡張	オーディエンスをシードにしたLINE内の類似ユーザーへの拡張配信
Video Completions	動画の視聴完了データ	Point Click	LINEポイントADを実施した際のクリックユーザー	クリック	メッセージのリンクをクリックしたユーザー	リターゲティング	共有されたオーディエンスのリターゲティング配信
Click	Talk Head Viewの、詳細はこちらをクリックしたデータ (Static掲載時も連携)	Point transition	LINEポイントADを実施した際のLP遷移ユーザー	ユーザーID アップロード	アップロードしたユーザーID *1	除外配信	共有されたオーディエンスの除外配信

(対象メニュー)  
 Reward アフィリエイト AD / Reward CPI AD / Reward CPE AD  
 Friends Swipe AD / Friends Video AD / デリタゲFriends Video AD

モバイル広告ID	アップロードしたモバイル広告IDリスト
チャットタグ	チャットに付けたタグを対象リスト
追加経路	友だち追加経路別のリスト
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

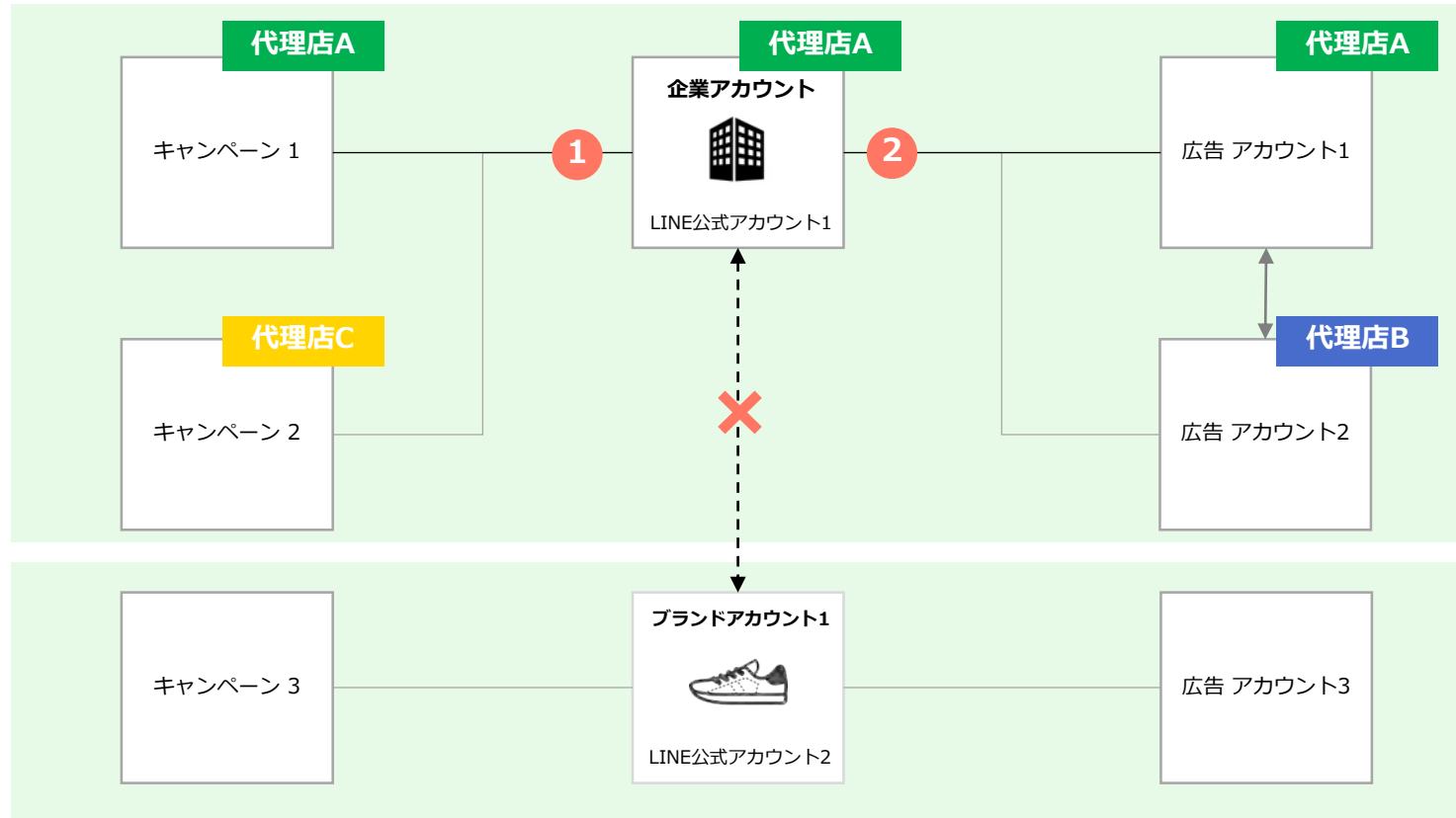
\*1 別途Messaging APIの利用が必要となります

# LINE広告へ共有されるデータに紐付くアカウントについて

## LINEで応募

## LINE公式アカウント

## LINE広告



- 1 共通のLINE公式アカウントに紐付くキャンペーンがLINE広告の管理画面にオーディエンスとして共有されます。
- 2 LINE公式アカウントで作成したオーディエンスは代理店商流にかかわらず、共通のLINE公式アカウントに紐付く全ての広告アカウントに共有されます。

※同じ広告主様でも異なるLINE公式アカウント間ではオーディエンスの共有ができません。

# 注意事項(1/2)

	LINE 公式アカウント	LINE ポイントAD
オーディエンス共有ステータスについて	デフォルトで“On”になります。 ※共有解除はステータスを“Off”にすることで可能です。	LINEポイントAD実施の際、LINE公式アカウントのベーシックID/ プレミアムIDが入稿された場合は自動的にオーディエンスが LINE Ad Managerに表示されます。 ※共有を“Off”にすることはできません
利用期限	180日	2年
オーディエンスの共有時間について	0:00~23:59の間にLINE Official Account Managerで 作成されたオーディエンスデータが翌日LINE Ad Managerに 共有されます。	友だち追加オプションを実施している（LINE公式アカウントとキャンペーン が紐づいている）場合であれば、前日0:00~23:59までのLINEポイントAD CVデータが翌日中にLINE Ad Managerに反映されます。 ※オーディエンスはキャンペーン開始後24時間以内に共有されます
オーディエンスサイズについて	LINE Official Account Managerで作成されたオーディエンス の推定サイズについて、LINE Official Account Managerと LINE Ad Managerのシステムの仕様により、推定サイズの 表示が若干異なります。	LINEポイントADで実施したキャンペーンにおける コンバージョンデータの総数と、LINE Ad Managerに表示される 推定サイズの表示が若干異なります。
過去実施したキャンペーンのオーディエンスデータについて	LINE Official Account Managerで作成したオーディエンスは 全て共有可能です。	2019/12/12リリース後に実施したキャンペーンのオーディエンスのみ LINE Ad Managerに共有可能です。
共有されるオーディエンスの名称について	自由に設定が可能となります。	LINE社にて設定するため、下記の内容で表示されます。 <前提>②以外はLINEポイントADの管理画面に紐づく情報  ①キャンペーンID/②連携データ名（=CV）/③掲載OS/④配信国/⑤メ ニュー名を表すタグ/⑥案件名/⑦掲載開始日-⑧掲載終了日  例) 123456-cv-[2OS][JP][CPV][AFA] LINEゲーム -20191021-20191120

# 注意事項(2/2)

Talk Head Viewで取得したデータをLINE広告で活用する場合

	内容	備考
共有されるオーディエンスの名称について	1.AD group ID 2.Event Name(Video Start, Video Completions, click) 3.Ad Delivered Country(配信国) 4.AD group name 5.Start Date 掲載開始日 6.End Date 掲載終了日	Ex.) 1234567890ABCDEFGH-Video Start-JP-【THV】LINE GAME-20200101-20200102
オーディエンスの種類	“Talk Head Viewから共有されたオーディエンス” (Audience shared from Talk Head View) が3種類 (Video Start/Video Completions/click) 共有されます。	Static掲載の場合はClickデータのみ共有されます。
オーディエンスの共有時間	キャンペーン終了時間から36時間以内共有されます。 キャンペーン終了から36時間以降にデータ利用の開始を 推奨いたします。	Ex.) ■ Talk Head View配信時間： 2020年1月1日11:00 - 2020年1月2日10:59  ■ Talk Head Viewオーディエンス共有時間： 2020年1月2日11:00 - 2020年1月3日22:59の任意のタイミング (キャンペーン終了時点から36時間以内)
データの保存期間	掲載開始日より180日間	
LINE公式アカウントのアカウントタイプについて	認証済みアカウントのみ対象となります。	

# クロスターゲティングでできること②： LINE公式アカウントからの配信

LINE広告、LINEポイントADで取得したデータをLINE公式アカウントからのメッセージ配信にご活用いただけます。

## データ元

### LINE広告

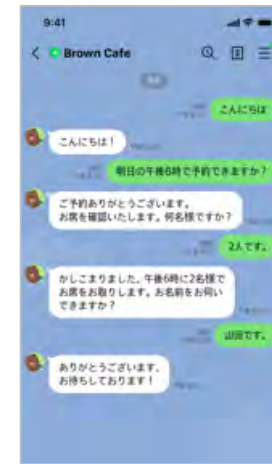


### LINEポイントAD



## 配信先

### LINE公式アカウント



データタイプ	内容
ウェブトラフィック	LINE Tagを設置した任意のサイトに訪問したユーザー
モバイルアプリ	アプリ内で発生したイベントを元にしたユーザー
動画視聴	LINE広告の配信で使用した動画素材の視聴ユーザー

データタイプ	内容
Point CV	LINEポイントADを実施した際のコンバージョンユーザー
Point Click	LINEポイントADを実施した際のクリックユーザー
Point transition	LINEポイントADを実施した際のLP遷移ユーザー

配信方法	内容
指定配信	共有されたオーディエンスを含めたメッセージ配信
除外配信	共有されたオーディエンスを除外したメッセージ配信

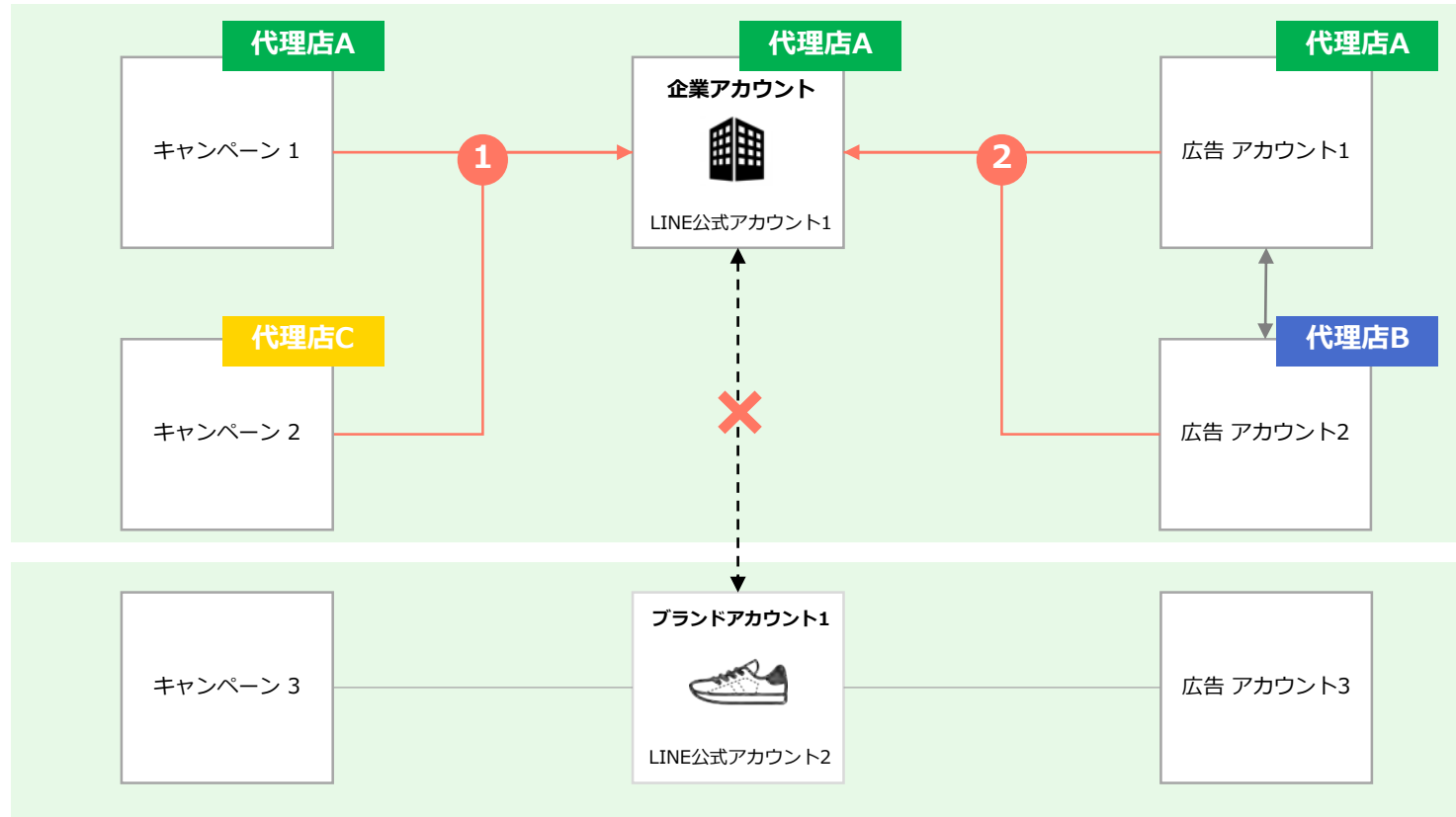


# LINE公式アカウントへ共有される各アカウントに紐づくデータについて

## LINEポイントAD

## LINE公式アカウント

## LINE広告



- 1 LINE公式アカウントに紐づくLINEポイントADのキャンペーンデータがLINE公式アカウントの管理画面にオーディエンスとして共有されます。
- 2 LINE広告の広告アカウントで作成したオーディエンスは代理店商流にかかわらず、広告アカウントに紐づくLINE公式アカウントに共有されます。

※同じ広告主様でも異なるLINE公式アカウントに紐付いているキャンペーン・広告アカウントのデータはオーディエンスとして共有できません。

# 注意事項

	LINE広告	LINEポイントAD
オーディエンス共有ステータスについて	デフォルトは“非公開”になります。 ※共有設定はステータスを“公開”にすることで可能です。	LINEポイントAD実施の際、LINE公式アカウントのベーシックID/ プレミアムIDが入稿された場合は自動的にオーディエンスが LINE Official Account Managerに表示されます。 ※共有を“Off”にすることはできません
利用期限	-	2年
オーディエンスの共有時間について	公開設定で保存してから24時間以内に共有されます。	友だち追加オプションを実施している（LINE公式アカウントとキャンペーンが紐づいている）場合であれば、前日0:00～23:59までのLINEポイントADデータが翌日中にLINE Official Account Managerに反映されます。 ※オーディエンスはキャンペーン開始後24時間以内に共有されます
オーディエンスサイズについて	LINE Ad Managerで作成されたオーディエンスの推定サイズについて、LINE Ad ManagerとLINE Official Account Managerのシステムの仕様により、推定サイズの表示が若干異なります。	LINEポイントADで実施したキャンペーンにおけるデータの総数と、LINE Official Account Managerに表示される推定サイズの表示が若干異なります。
過去実施したキャンペーンのオーディエンスデータについて	LINE Ad Managerで作成したオーディエンスは全て共有可能です。 （ウェブトラフィック・モバイルアプリ・動画視聴のみ）	2019/12/12リリース後に実施したキャンペーンのオーディエンスがLINE Official Account Managerに共有可能です。 （リリース時に既に過去のデータがある場合、全て共有されます）
共有されるオーディエンスの名称について	自由に設定が可能となります。	LINE社にて設定するため、下記の内容で表示されます。 <前提>②以外はLINEポイントADの管理画面に紐づく情報  ①キャンペーンID/②連携データ名（=CV）/③掲載OS/④配信国/⑤メニュー名を表すタグ/⑥案件名/⑦掲載開始日-⑧掲載終了日  例）123456-cv-[2OS][JP][CPV][AFA] LINEゲーム -20191021-20191120

# LINE公式アカウントのタイプ別機能利用可否

クロスターゲティングをご利用の際は、全ての機能が利用できる認証済のLINE公式アカウントでのご実施を推奨致します。

オーディエンス作成元	配信プロダクト	認証済アカウント	未認証アカウント
LINE公式アカウント	LINE広告	○	○
LINEポイントAD	LINE広告	○	×
Talk Head View	LINE広告	○	×
LINE広告	LINE公式アカウント	○	○
LINEポイントAD	LINE公式アカウント	○	×

※ LINEポイントAD及びTalk Head Viewへの掲載にあたり、未認証のLINE公式アカウントの入稿はお受けすることができません。

# FAQ (1/3)

## LINE広告におけるクロスターゲティング利用について

**Q** **すでにLINE公式アカウントに紐付いているLINE広告のAd AccountやLINEポイントADのキャンペーンIDを別のLINE公式アカウントに変更することは可能ですか？**

**A** **すでにLINE公式アカウントに紐付いているAd Accountなどを別のLINE公式アカウントに紐付けなおすことはできません。**

**Q** **LINE公式アカウントで作成したオーディエンスごとの共有のOn/Offの設定は可能でしょうか？**

**A** **不可となります。(LINEポイントADのデータは全て自動的に共有されます。)**

**Q** **クロスターゲティングの利用料金を教えてください。**

**A** **無償でご利用いただけます。LINE広告自体の広告費は、各媒体資料通りの価格でご利用いただけます。**

**Q** **ベーシックID/プレミアムID（アカウント）がない場合、LINEポイントADに掲載は可能ですか？**

**A** **可能です。その場合、LINEポイントADとLINE広告間のデータ連携はできませんのであらかじめご了承ください。**

## LINE公式アカウントにおけるクロスターゲティングの利用について

**Q** LINE広告からの共有が解除された場合、LINE公式アカウントでの挙動はどうなりますか？

**A** オーディエンス一覧から該当オーディエンスの表示が消えます。  
また、**該当オーディエンスを用いてメッセージ配信を予約していた場合は、メッセージ配信に失敗しますのでご留意下さい。**

**Q** LINE公式アカウントでオーディエンスの利用開始を行った場合、どのくらいで情報が更新されますか？

**A** 通常数分で更新が完了します。遅くとも1時間以内に更新が完了します。また、利用開始から180日経つと、自動更新が停止します。  
引き続きご利用の場合は再度オーディエンスの利用開始を行って下さい。

**Q** LINE公式アカウントで利用できるオーディエンスの最低サイズはありますか？

**A** オーディエンスとして使用できる最低サイズは100となります。  
また、メッセージ配信で他のオーディエンスやフィルターとかけ合わせた結果、送信対象が50人以上でないとメッセージ配信が行えません。

**Q** Messaging APIを用いたメッセージ配信でもLINE広告・LINEポイントADから共有されたオーディエンスを利用できますか？

**A** 利用可能です。Narrow cast配信でご利用下さい。  
※参考：Messaging APIを用いて共有されているオーディエンスを確認する <https://developers.line.biz/ja/reference/messaging-api/#get-audience-groups>

# FAQ (3/3)

## Talk Head Viewで取得したデータのクロスターゲティングでの利用について

**Q** 入稿時の事前審査の際に、審査が通っていたLINE公式アカウントが何らかの理由で利用できなくなった場合、Talk Head Viewのオーディエンスは利用できますか？

**A** Talk Head Viewの配信自体ができなくなるのでご注意ください。

**Q** 入稿までにベーシックID/プレミアムID（LINE公式アカウント）が用意できなかった場合はどのようになりますか？

**A** Talk Head Viewのオーディエンス共有ができないためクロスターゲティングでの利用ができません。

**Q** ベーシックID/プレミアムID（LINE公式アカウント）がない場合、Talk Head Viewに掲載は可能ですか？

**A** 可能です。その場合、Talk Head ViewとLINE広告間のデータ連携はできませんので予めご了承ください。

**Q** Talk Head Viewの掲載終了後に新しくLINE広告で広告アカウントを開設した場合でもオーディエンスは共有されますか？

**A** 利用可能です。新規で広告アカウントを開設した際にデータが共有されます。

**お知らせ：**

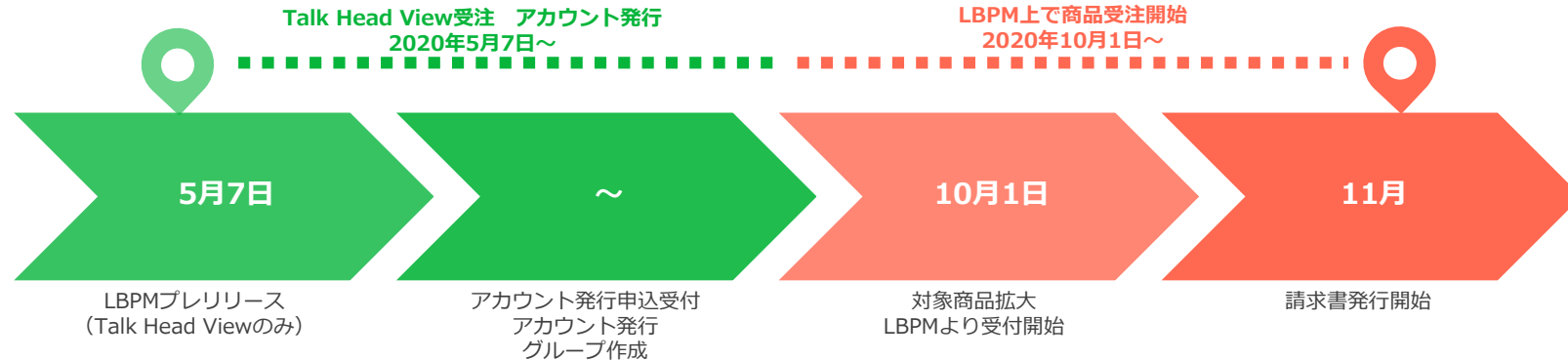
**LINE Biz-Process Managerについて**



# LINE Biz-Process Managerについて

LINE Biz-Process Manager（以下、LBPM）は純広告商品の案件管理システムで、  
現行メールベースで行っている商品の案件作成から入稿、レポート配信、請求書発送をサポートするシステムです。  
2020年10月1日から運用を開始しております。

## LINE Biz-Process Manager



# LBPMリリーススケジュール

2020年10月1日に対象商品の拡大と請求機能のリリースを行っております。  
2020年10月分の請求分より、11月からLBPMでの請求書発行になります。

※商品固有のシステムから請求している商品は、引き続き当該システムからご請求いたします。



※詳細につきましては弊社営業担当までお問い合わせください。

※商品固有のシステムから請求している商品は、引き続き当該システムからご請求いたします。

# LBPM対象商品

2020年10月1日より以下商品の掲載フローがLBPMに対応しております。

※ 対象商品については、今後変更となる可能性があります。

## LINEプロモーションスタンプ

- ・ スポンサーダスタンプ
- ・ ダイレクトスタンプ
- ・ ミッションスタンプ
- ・ スポンサーダターゲットティングスタンプ
- ・ 従量課金型 CPD スタンプ ※1

## LINEで応募

- ・ LINEオープンキャンペーン
- ・ LINEパートナーパッケージ
- ・ ポイントインセンティブ
  - ・ LINEポイントコード
  - ・ LINEポイントコネク

## LINEポイントAD

- ・ LINEポイント Reward AD
- ・ LINEポイント Friends AD
- ・ LINEポイント メッセージ

## LINEチラシ

- ・ LINEチラシ メディアフォーマット

## LINE通知メッセージ

- ・ LINE通知メッセージ ※1

## その他

- ・ LINEチャットPlus ※1
- ・ LINEコールPlus ※1
- ・ オーディエンスマッチ
- ・ LINEログイン v2.1 Profile+
- ・ Mark-as-Read API
- ・ 認証Provider申請
- ・ LINEリサーチ
- ・ LINE Moments

※1 一部商品につきましては別ツールでのご請求となります。

※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。

# LBPMへの移管による既存フローからの変更点

LBPM移管後の主な変更点は以下のとおりになります。

詳しくは次ページ以降をご覧ください。

<p><b>変更点①</b> <b>掲載フローの変更</b></p>	<p>現行メールベースで行っていた各種フロー（審査、発注、入稿、レポートダウンロードなど）が <b>LBPMでの申請</b>に変わります。</p>
<p><b>変更点②</b> <b>請求書の発行</b></p>	<p><b>LBPM上で請求書が発行されます。</b> 各月ごとの請求書をLBPM上で確認することができます。 (請求書のダウンロードも可能)</p>

## 変更点① 掲載フローの変更

現行メールで行っていた審査、発注、入稿などの掲載フローがLBPMでの申請に変わります。

- ☑ 対象商品の各種審査、発注、入稿がLBPM上に移管されます。<sup>※1,2</sup>
- ☑ 2020年10月請求分からLBPM上で請求書が発行されます。
- ☑ 枠押さえが必要な一部商品において、  
枠状況をリアルタイムで確認/枠押さえ申請ができるようになります。

※1 商品ごとに掲載フローが異なりますので、詳細については各商品ページから確認をお願いいたします。

※2 一部商品においては、既存のCMSと併用されます。

## 変更点② 請求書の発行

LBPM上で請求書が発行されます。

また、各月ごとの請求書をLBPM上で確認することができます。

- ☑ 請求書発行をLBPM上に移管します。
- ☑ 一部商品において、レポートダウンロードがLBPM上に移管されます。<sup>※1</sup>
- ☑ 各月の請求額の確認、請求書のダウンロードが可能です。<sup>※2</sup>
- ☑ 請求先は案件ごとに指定できるようになります。<sup>※3</sup>

※1 商品固有のシステムから請求している商品は、引き続き当該システムからご請求いたします。

※2 2020年10月以降の請求分に限りです。

※3 事前に請求先の登録が必要です。すでに発行済の請求書のご変更はお受けできません。

※請求金額の閲覧は可能ですが、請求書をダウンロードするには請求書ダウンロード権限が必要です。

※詳細は別途公開中のマニュアル資料をご参照ください。

# LBPMのアカウント発行について

LBPMを利用する場合は招待メールをお送りしますので、下記のフォーマットでアカウント発行申請を行ってください。

## ■ ご注意

- 発行にあたり、貴社の広告商品を取り扱うご契約の有無を確認させていただきます。
- アカウント未発行の企業の場合は企業登録が必要になりますので、下記のフォーマット形式で記入の上、メールでアカウント発行申請をお願いいたします。
- すでにLBPMに企業登録がされている場合は、メールでの申請は不要です。  
(同一企業内の「管理者」権限を保持しているアカウントからアカウント発行が可能です。)
- LBPMアカウントを発行される際は、LINEビジネスIDで初回ログイン（認証）が必要になるため、弊社提供の別ツールでLINEビジネスIDをご利用の場合は、同じアドレスをご利用されることを推奨いたします。  
※招待メールの送付先メールアドレスとLINEビジネスIDの登録メールアドレスは同一であることが条件となります。

## ▼ LBPMアカウント発行申請依頼フォーマット

LBPMアカウント発行申請ML : [lbpm\\_issuance@linecorp.com](mailto:lbpm_issuance@linecorp.com)

メール件名 : 【LBPMアカウント発行申請】 企業名

メール本文 :

=====

発行区分 : 広告主/代理店/メディアレップ  
法人番号 :  
企業名(正式社名) :  
部署名 :  
氏名 :  
企業メールアドレス :  
招待メールの送付先メールアドレス :

=====

## ▼ 注意事項

- ※企業メールアドレスはフリーメールアドレスでは登録できませんのでご注意ください。
- ※発行にあたり、貴社の広告商品を取り扱うご契約の有無を確認させていただきます。
- ※申請日から3営業日を目処に発行いたします。

※アカウント発行およびLBPMの操作に関する詳細なマニュアルは招待メールに記載されているので、ご確認をお願いいたします。  
※その他の問い合わせにつきましては、LBPM問い合わせ窓口まで、連絡をお願いいたします。

## ▼ 記入例

LBPMアカウント発行申請ML : [lbpm\\_issuance@linecorp.com](mailto:lbpm_issuance@linecorp.com)

メール件名 : 【LBPMアカウント発行申請】 **LINE株式会社**

メール本文 :

=====

発行区分 : **代理店**  
法人番号 : **1234567890123**  
企業名(正式社名) : **LINE株式会社**  
部署名 : **マーケティングソリューションカンパニー**  
氏名 : **ライン太郎**  
企業メールアドレス : **@linecorp.com**  
招待メールの送付先メールアドレス : **linecompany@linecorp.com**

=====

## ▼ 注意事項

- ※企業メールアドレスはフリーメールアドレスでは登録できませんのでご注意ください。
- ※発行にあたり、貴社の広告商品を取り扱うご契約の有無を確認させていただきます。
- ※申請日から3営業日を目処に発行いたします。



## 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。

### 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、または下記の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。

# [Appendix] : LINE for Business Channels

LINEの法人向けサービスの情報を以下のチャンネルから発信しております。

## ウェブサイト

LINE活用事例やセミナー開催情報、  
媒体資料のダウンロードなど、  
企業のLINE活用にお役立ていただける  
情報を掲載しています。



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

## LINE公式アカウント

主にセミナー開催情報や  
活用事例などの最新情報を  
プッシュ通知でいち早くお届けします。



@line\_biz

## SNSアカウント

SNSアカウントからも  
最新情報を発信しています。

Facebook



@LINEBizJP

Twitter



@LINEBIZ\_JP

**THANK YOU**