

LINE プロダクト 媒体資料

LINE ポイント Friends AD

2026年8月-2027年3月掲載分版

LINEヤフー株式会社

2026/08/04 更新

LINEヤフー

販売期間延長のお知らせ

2026年9月末日までの掲載でご案内しておりましたが、販売期間を2027年3月末日までの掲載に延長いたします。
メニュースペックとしては、対象案件以外の変更はございません。

項目	詳細	備考
対象案件	2026/8/3(月)～2026/9/30(水) 2027/3/31(水)に 掲載する案件	2026/8/3(月)以降に掲載を開始する案件、そして、 2026/9/30(水)⇒2027/3/31(水)までに掲載を終了とする 案件が対象です。
LBPMの受付開始	2026/7/9(木)以降	2026/7/9(木)以前に案件作成したものは、差し戻しになる 可能性がございますので、予めご了承ください。
掲載可能期間	最大4週間まで	4週間未満であっても、掲載終了日が2027/4/1(木) 以降 になるものは不可となります。(新規掲載・延長掲載ともに)
付与ポイント	LINEポイント、または、PayPayポイント	クライアント様側で付与ポイントの種別は指定できません。
禁止事項	クリエイティブ内において、以下の表現は禁止 ・ LINEポイントの 名称 および ロゴ ・ PayPayポイントの 名称 および ロゴ	

お知らせ：ポイント統合における変更点について

今後LINEポイントとPayPayポイントは統合します。ポイント統合日を基準にユーザーに付与するポイントが変わります。

ポイント統合日：付与ポイントが切り替わる基準日(※)
※ID連携開始日とは異なります。

ポイント統合以前にCV

LINEポイント

ポイント統合以降、アカウント連携が済んだユーザーが保持しているLINEポイントはPayPayポイントへ切り替わります。
アカウント未連携のユーザーは、引き続きLINEポイントとして保持します。

ポイント統合以降にCV
アカウント連携済みユーザー

PayPayポイント

アカウント連携済みのユーザーへは、PayPayポイントを付与します。
LYを含むPayPay加盟店でご利用可能です。

ポイント統合以降にCV
アカウント未連携のユーザー

未連携PayPayポイント

アカウント未連携のユーザーへは、未連携PayPayポイントを付与します。
アカウントが未連携の状態では利用不可です。
アカウント連携後は、PayPayポイントに切り替わり、利用可能になります。

ポイント統合以降は、「アカウント連携済みか／未連携か」で付与ポイントが変わります。

プレスリリース：<https://www.lycorp.co.jp/ja/news/release/020581/>

付与するポイントと各ポイントのスペック

付与ポイントは、ポイント統合前後とユーザーのアカウント連携状態によって異なります。

キャンペーン掲載	CVタイミング	アカウントの連携	ポイント	利用可否	有効期限・失効
ポイント統合以前に 配信開始および配信終了	ポイント統合 以前にCV	ポイント統合以前は アカウント連携有無を問わない	LINEポイントを付与	LINEサービスで利用可能	最終ポイント獲得から180日
		ポイント統合以降 アカウント連携済み	LINEポイント ※アカウント連携後、PayPay ポイントへ移行	PayPay加盟店および LYサービスで利用可能	PayPayポイントは無期限
		ポイント統合以降 アカウント未連携のまま	LINEポイントのまま	LINEポイントのまま LYサービスで利用可能	最終ポイント獲得から180日
ポイント統合以前に配信開始 ポイント統合以降に配信終了	ポイント統合 以前にCV	ポイント統合以前は アカウント連携有無を問わない	LINEポイント	LINEサービスで利用可能 連携後は、PayPayポイント として利用可能	LINEポイントは最終獲得から180日 連携後のPayPayポイントは無期限
	ポイント統合 以降にCV	アカウント連携済み	PayPayポイント	PayPay加盟店および LYサービスで利用可能	無期限
		アカウント未連携のまま	未連携PayPayポイント	利用不可	付与ごとに28日間保持可能 28日以内にアカウント連携しない場合は 失効
ポイント統合以降に 配信開始および配信終了	ポイント統合 以降にCV	アカウント連携済み	PayPayポイント	PayPay加盟店および LYサービスで利用可能	無期限
		アカウント未連携のまま	未連携PayPayポイント	利用不可	付与ごとに28日間保持可能 28日以内にアカウント連携しない場合は 失効

※アカウントの連携は、利用するユーザーのLINEとPayPayのアカウントの連携状態を指します。連携にはユーザーの同意が必要です。
※LINEとPayPayアカウントを連携済みかどうかは、<https://liff.line.me/1370466387-VxxzrzRW> から確認できます。
※実際に付与されたポイントの種類および付与履歴については、LINEポイントクラブ > ポイント履歴よりご確認ください。

LINEポイントクラブとは

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となり、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。「アプリインストール」「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。



※画像はイメージです。

月間PV数

✔ 約2.8億PV（国内のポイントメディアでは最大級）

出典：自社調べ 2023年3月～5月平均値

キャンペーン CV UU（コンバージョンUU） 年代別比率

✔ 約7割が女性となるため女性向け商材との相性が良い

✔ 他メディアではリーチが難しい10代ユーザーにもリーチ可能

	10代	20代	30代	40代	50代以上	性別合計
女性	14%	7%	7%	14%	31%	73%
男性	8%	2%	2%	4%	11%	27%
年代別合計	22%	9%	9%	18%	42%	100%

出典：自社調べ 2023年3月～5月平均値

LINEポイントADとは

LINEポイントAD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。

「スライド読了」「動画視聴」などで認知を行い、友だち追加までを実現できる広告商品です。



ユーザーが、LINEポイントクラブ内の
一覧ページから任意のキャンペーンを
選択して、指定のミッションをクリア
すると...



「LINEポイント」または、「PayPay
ポイント」のどちらかを、インセンテ
ィブとして付与します。

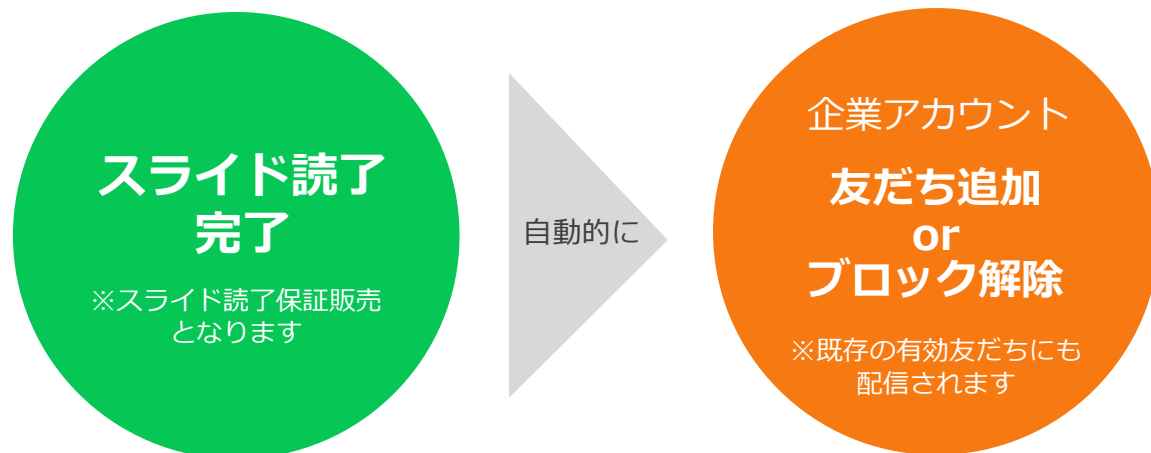
※付与するポイントの選択は不可

Friends Swipe AD

ユーザーがスライドを閲覧することで、訴求の認知を高めることができる施策です。

サービス紹介のチュートリアルや、商品のカタログ・チラシ訴求などにご活用いただけます。

スライドで認知を高めながら「企業のLINE公式アカウントへの自動友だち追加+ブロック解除」が同時にできます。



スライド鑑賞によって商材・サービスへの認知と理解が深まり、新規友だちの増加だけでなく、ブロックした友だちの呼び戻しも期待できます。

下方向へスクロール
「読んで貯めよう」
セクションに掲載！



※画像はイメージです。

Friends Swipe AD 画面遷移

キャンペーンの参加からミッション達成までの導線をご紹介します。

LP遷移に関してはユーザーの任意になり、はじめての成果達成時は「LPへ遷移①」、以降は「LPへ遷移②」になります。



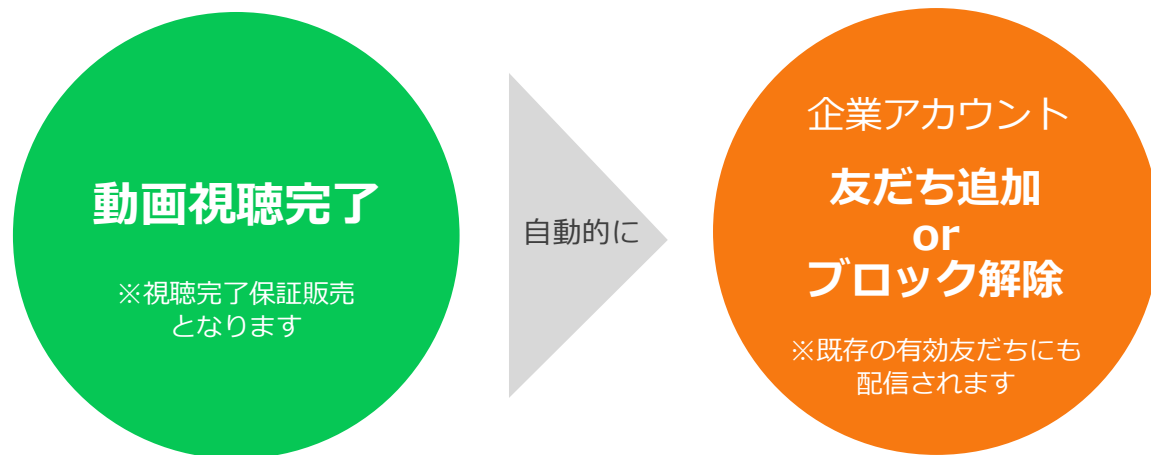
※掲載の画像はイメージです。実際の仕様やデザインとは異なる場合があります。

Friends Video AD

ユーザーが動画を視聴することで、訴求の認知を高めることができる施策です。

ユーザーが自発的に視聴開始するため、TVや街頭での視聴よりも、より興味関心を持ったユーザーにアプローチすることができます。

動画視聴で認知を高めながら「企業のLINE公式アカウントへの自動友だち追加+ブロック解除」が可能です。



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。

下方向へスクロール
「動画をみて貯めよう」
セクションに掲載！



※画像はイメージです。

Friends Video AD 画面遷移

キャンペーンの参加からミッション達成までの導線をご紹介します。

LP遷移に関してはユーザーの任意になり、成果達成時は「LPへ遷移①」、LP遷移せず戻の場合は「LPへ遷移②」になります。



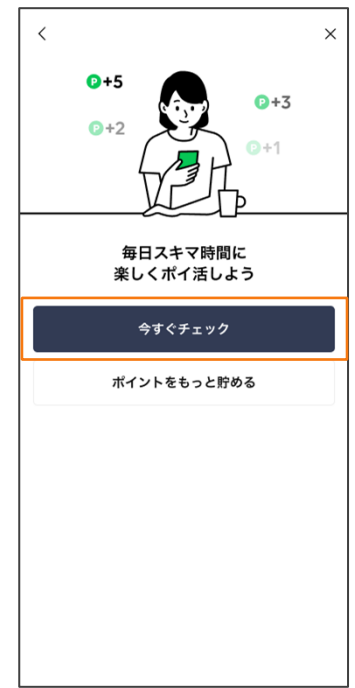
※端末が縦の場合、画面中段で動画再生

企業の
LINE公式
アカウント
友だち追加
ブロック解除

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。



※端末が横の場合、全画面で動画再生



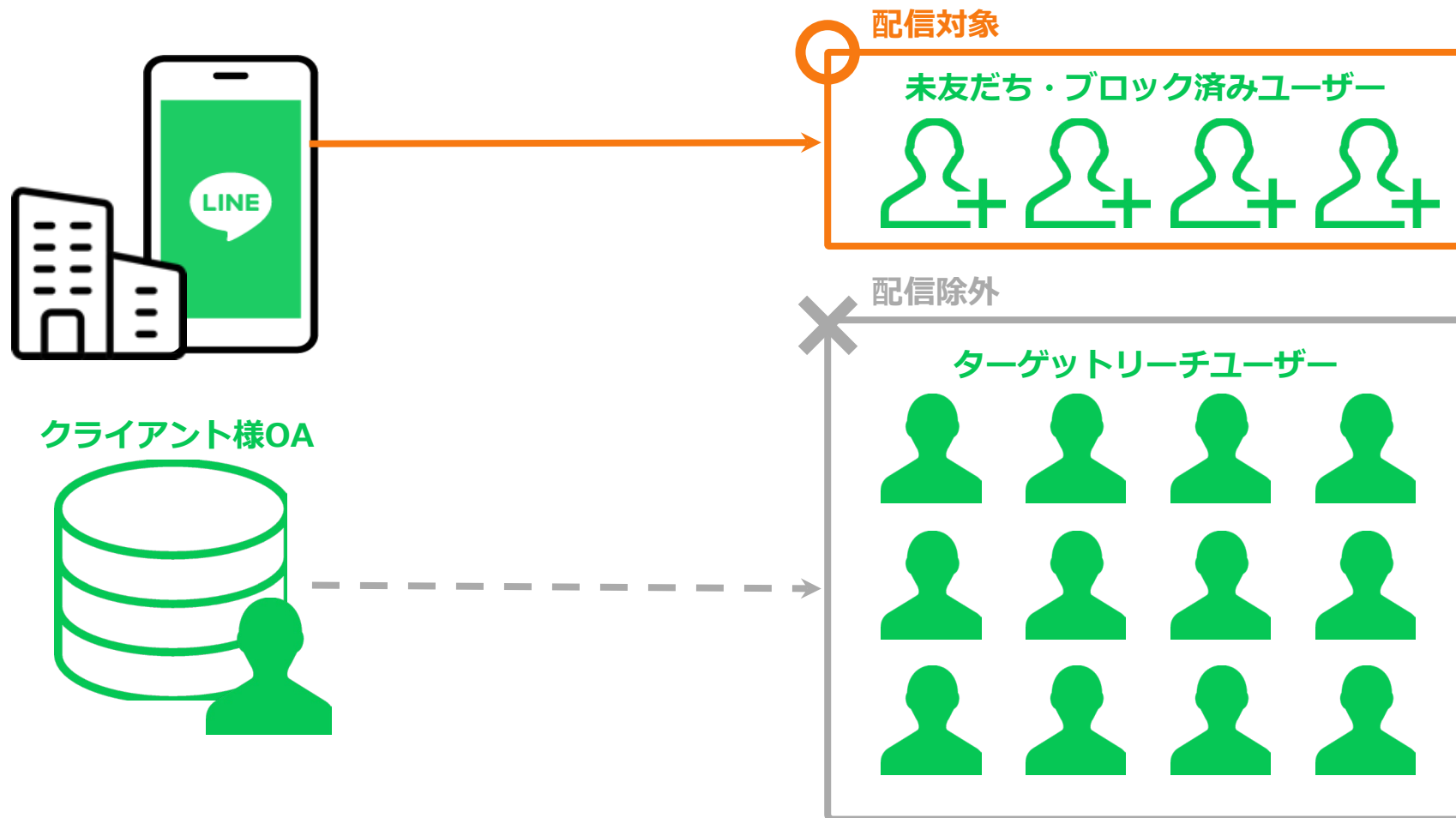
- ①案件詳細ページに戻る
- ②ポイントクラブを閉じる
- ③タップで動画再生（通信環境により再生されない場合に使用）

※掲載の画像はイメージです。実際の仕様やデザインとは異なる場合があります。

デリタゲ配信

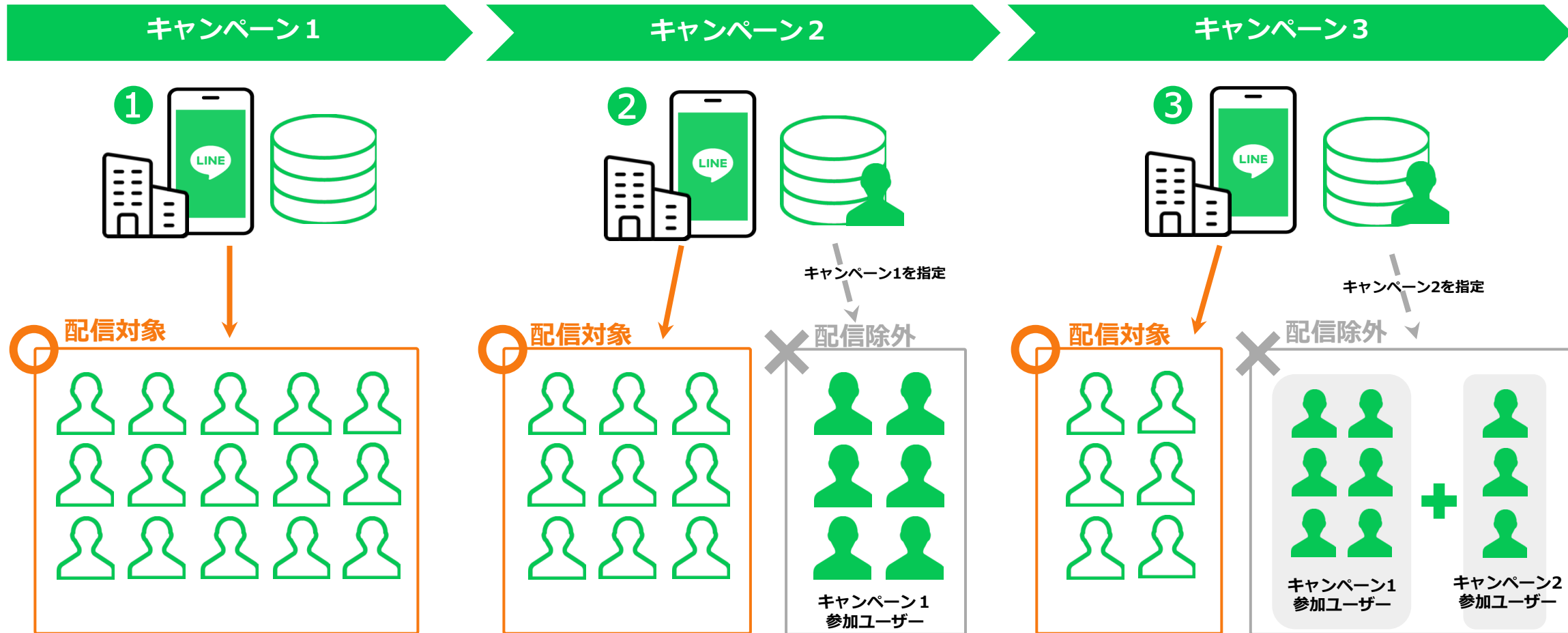
デリタゲ配信とは、既に友だち登録しておりブロックしていないターゲットリーチ（TR）ユーザーを除外する配信設定になります。
新規友だち・ブロック解除を問わずTR数の底上げによりコミットしたい場合に有効な配信方法です。

※ターゲットリーチ50万人以上のLINE公式アカウントのみ掲載可能になります。



リーチ最適化配信

リーチ最適化配信とは、過去の特定のキャンペーンに参加したユーザーを配信対象から除外する設定になります。
同じ商品の紹介をする場合など、複数回実施する際に重複無く獲得し続けたい場合に有効な配信方法です。



※キャンペーン2の申込時に、キャンペーン1の案件コードを指定、キャンペーン3の申込時にキャンペーン2の案件コードを指定することで、キャンペーン3でキャンペーン1の配信分も含めて除外できる

各商品の説明

各商品の活用方法や対応している機能についてご紹介します。出稿の際、商品選択のご参考に活用ください。

商品名	活用方法	\\ デリタゲ機能 / 友だち登録中 ユーザーの配信除外	\\ リーチ最適化機能 / 過去CVした(※) ユーザーの配信除外
・ Friends Swipe AD ・ Friends Video AD	訴求を幅広いユーザーに届けたいときに効果的なメニュー 例) 初めて出稿する場合、新サービスの紹介を目的に出稿する場合 など	✕	✕
・ デリタゲ Friends Swipe AD ・ デリタゲ Friends Video AD	訴求を広めながらTR拡大をしたいときに効果的なメニュー 例) 総友だち数の多いOAにてブロック解除も含めて期待する場合 など	◯	✕
・ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) ・ Friends Video AD (リーチ最適化配信)	ポイントクラブ内における新規友だち獲得に効果的なメニュー 例) 2回目以降の実施時に新規獲得効率を改善したい場合 など	✕	◯
・ デリタゲ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) ・ デリタゲ Friends Video AD (リーチ最適化配信)	一番効率的に新規友だち獲得とTR拡大ができるメニュー 例) 他のサービスメニューで獲得した友だちへの配信を除外しながら、 ポイントクラブ内の新規友だちにアプローチできるメニュー	◯	◯

※ 過去に実施したFriends ADキャンペーンの中で、申込時に指定した特定のキャンペーン経由でのCV（友だち登録/ブロック解除）を指します

配信セグメントについて

本メニューは、みなし属性(※)でのセグメントの指定が可能です。3つのグループに分けて、設定セグメントをご用意しております。グループによって成果単価が異なりますので、予めご注意ください。

グループA

【セグメント設定：弱】

幅広く配信し、価格を抑えて実施できる配信グループです。

選択可能なセグメント

男女配信

- ALL配信
- 20代以上配信

グループB

【セグメント設定：中】

女性限定の配信や、男女配信の中で年齢の幅を絞る場合に活用する配信グループです。

選択可能なセグメント

男女配信

- 30代以上配信
- 40代以上配信

女性限定配信

- ALL配信
- 20代以上配信
- 30代以上配信

グループC

【セグメント設定：強】

10代限定や男性限定など、より細かなターゲットに届けるための配信グループです。

選択可能なセグメント

男女配信

- 10代限定配信

女性限定配信

- 40代以上配信

男性限定配信

- ALL配信
- 20代以上配信

※「みなし属性」とは、LINEやフーファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類したものです。（分類の元となる情報に電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まれません）なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施していません。

LINEポイントAD 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

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

LINEポイントAD 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

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

- ・ **LINEポイントAD 審査ガイドライン**

- ・ **<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/>**

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

クリエイティブ内の抽選訴求について

① 全メニューにおいて、全てのクリエイティブの抽選訴求を不可とします。

NG訴求タイプ例 ※あくまで一例となり、記載の限りではありません。

景品付与方法	補足
抽選	・抽選は全面NG ・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 ・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
必ずもらえる ランダム付与	・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 ・複数のインセンティブがある場合、選択不可の場合はNG
山分け	・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
オーディション (傾斜選考)	・選考条件が明示的でなく、ユーザーを選抜する場合はNG

※第三者からの指摘などを理由に掲載中に問題や事故が起きた場合には、該当の広告掲載を弊社の判断で停止させていただく可能性がございます。
※遷移先LP内の抽選訴求によるものも含む。

出稿費用①

✓ グループA

	Friends Swipe AD Friends Video AD	デリタゲ Friends Swipe AD デリタゲ Friends Video AD	Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) Friends Video AD (リーチ最適化配信)	デリタゲ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) デリタゲ Friends Video AD (リーチ最適化配信)
掲載面 (Android / iOS)	Swipe : 「読んで貯めよう」 枠 / Video : 「動画をみて貯めよう」 枠			
価格 (税別)	8円	10円	15円	20円
付与ポイント	3P	3P	4P	4P
最低出稿金額	200万円～	300万円～	300万円～	300万円～

※ 金額は全て税抜価格の表記になります。

✓ グループB

	Friends Swipe AD Friends Video AD	デリタゲ Friends Swipe AD デリタゲ Friends Video AD	Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) Friends Video AD (リーチ最適化配信)	デリタゲ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) デリタゲ Friends Video AD (リーチ最適化配信)
掲載面 (Android / iOS)	Swipe : 「読んで貯めよう」 枠 / Video : 「動画をみて貯めよう」 枠			
価格 (税別)	10円	15円	20円	25円
付与ポイント	3P	3P	4P	4P
最低出稿金額	200万円～	300万円～	300万円～	300万円～

※ 金額は全て税抜価格の表記になります。

出稿費用②

✓ グループC

	Friends Swipe AD Friends Video AD	デリタゲ Friends Swipe AD デリタゲ Friends Video AD	Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) Friends Video AD (リーチ最適化配信)	デリタゲ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) デリタゲ Friends Video AD (リーチ最適化配信)
掲載面 (Android / iOS)	Swipe : 「読んで貯めよう」 枠 / Video : 「動画をみて貯めよう」 枠			
価格 (税別)	15円	20円	25円	30円
付与ポイント	3P	3P	4P	4P
最低出稿金額	200万円～	300万円～	300万円～	300万円～

※ 金額は全て税抜価格の表記になります。

✓ 運営イチオシ

	Friends Swipe AD Friends Video AD	デリタゲ Friends Swipe AD デリタゲ Friends Video AD	Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) Friends Video AD (リーチ最適化配信)	デリタゲ Friends Swipe AD (リーチ最適化配信) デリタゲ Friends Video AD (リーチ最適化配信)
掲載面 (Android / iOS)	Swipe AD、Video AD共通 : 「運営イチオシ」 枠			
価格 (税別)	20円	25円	30円	35円
付与ポイント	6P	6P	6P	6P
最低出稿金額	500万円～	500万円～	500万円～	500万円～

※ 金額は全て税抜価格の表記になります。

商品スペックと注意事項

メニュー	Friends Swipe AD デリタゲ Friends Swipe AD Friends Swipe AD（リーチ最適化配信） デリタゲ Friends Swipe AD（リーチ最適化配信）	Friends Video AD デリタゲ Friends Video AD Friends Video AD（リーチ最適化配信） デリタゲ Friends Video AD（リーチ最適化配信）
課金形式	スライド読了課金	視聴完了課金
掲載期間	最大4週間掲載 開始：掲載開始日（平日（LINEやフー社営業日）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：掲載開始日から発注件数を消化するまで。消化しない場合、指定の掲載期間で掲載終了。終了時間は1時間単位での指定となります。	
価格 / 付与ポイント / 最低発注金額	別紙参照	
請求形式	「単価（付与ポイント分込み）」×「成果数」に応じた消化分請求 ※成果数は案件単位で1ユーザー1回が上限となり、同一ユーザーが複数回スライド読了を行なっても1回の成果となります。 ※消化分に応じた請求のためミニマムロットを下回る可能性もありますが、ご発注時はミニマムロットを満たすようお願いいたします。 ※掲載月が翌月へと跨ぐ場合、翌月分からは翌月のご請求となります。	
Friends ADにおける注意事項	・本メニューは、スライド読了または視聴完了が成果のメニューとなるため、友だち追加は保証しておりません。 ・未認証のLINE公式アカウントは掲載不可となります。 ・広告主様のLINE公式アカウント内のトーク画面、LINE VOOM投稿を遷移先として指定することも可能です。 ・日予算設定は不可となります。 ・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。 ・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。	
デリタゲ配信における注意事項	・デリタゲ配信は、ターゲットリーチ50万人以上のLINE公式アカウントのみ掲載可能になります。 ・デリタゲ指定の場合、ターゲットリーチのリスト抽出を行い設定いたします。抽出後のターゲットリーチの変動は反映されません。	
その他注意事項	・1案件の中で複数商材訴求は不可となります。 ・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。 ・全てのクリエイティブにおいて抽選訴求は不可となります。 ・LP/クリエイティブ可否は必須となります。詳細はLBPM内の入稿素材ガイドラインをご参照ください。 ・クリエイティブ差し替え希望の場合は、掲載開始日時以降に差替え申請を受け付けます。差替えの日時指定はできません。 ・同案件にて2回目以降のクリエイティブ差替え希望の場合は、前回差替え完了日より4週間経過後より差し替え申請を受け付けます。4週間未満は申請不可となります。 ・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.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/）もあわせて適用されます。 ・メンテナンス等の理由により、掲載期間中であっても案件が表示ができない期間がございます。予めご了承ください。	

掲載期間が4週間以内のものであっても、掲載終了日が2027/4/1(木)以降になるものはお受けできません。

各フローの対応について

クライアント様/代理店様 タスク	LBPM項目名	LINEヤフー社 対応日数の目安 ※保証するものではありません。	説明
案件作成	企業・商材審査	5営業日	・案件作成完了後、自動的に企業商材可否審査が進行します。
LP/クリエイティブ可否	LP/クリエイティブ可否	5営業日 ※薬機関連は7～9営業日	・最新の「 入稿素材ガイドライン 」をご確認ください。 ・LPの内容次第では、審査不可となる場合があります。
空き枠確認+枠押さえ依頼 ターゲットリーチ抽出依頼	※ デリタゲ配信限定 ※ LP/クリエイティブ可否	4営業日	・枠押さえ、ターゲットリーチ抽出依頼をいただきます。 ・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。 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。 ・ 掲載開始日の10営業日前17時までに申請が必須となります。
発注	発注 発注受領	1営業日	・上記すべてのフローが完了した案件のみ申請可能となります。 ・発注内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて発注受領をいたします。 ・ 掲載開始日の6営業日前17時までに申請が必須となります。
入稿	入稿 入稿受領	5営業日	・発注受領が完了した案件のみ申請可能となります。 ・ 必ずLP/クリエイティブ可否で承認された素材で申請してください。 相違している場合、希望開始日での掲載は保証いたしかねます。 ・入稿内容に問題がない場合、LINEヤフー社にて入稿受領をいたします。 ・ 掲載開始日の5営業日前17時までに申請が必須となります。
管理画面確認	管理画面共有	入稿受領と同時	・入稿受領後、LINEヤフー社から管理画面を共有いたします。
(配信開始以降) LBPM掲載終了日より前の 予算追加	訂正発注	3営業日 ※ 日付指定はできません	・配信期間が残っていて追加予算の消化が見込めるのであれば、既存案件コードへの訂正発注を行い予算を変更いただけます。 ・ 追加予算に対する開始日時指定はできません。 ・もし日時指定をされたい場合は、まず既存案件コードへの訂正発注にて期間変更を行い既存のキャンペーンを終了させ、その後新たに新規案件として発注いただく必要があります。
(配信開始以降) 掲載期間中の クリエイティブ差替え	LP/クリエイティブ可否 入稿 入稿受領	3営業日 ※ 日付指定はできません	・クリエイティブ差し替え希望の場合は、掲載開始日以降に差し替え申請を受け付けます。差替えの日時指定はできません。 ・同案件にて2回目以降のクリエイティブ差替え希望の場合は、前回差替え完了日より4週間経過後より差替え申請を受け付けます。 4週間未満は申請不可となります。

掲載までの進行イメージ

「〇〇営業日前」の考え方については、配信開始希望日を基軸に、配信開始希望日の前営業日を「1営業日前」とカウントします。
また、17:00までの申請を「当日カウント」とし、17:00を過ぎた申請は「翌営業日カウント」になりますのでご注意ください。

例) Friends swipe AD を 2024/10/25(金)～配信開始したい場合



※こちらはあくまでもイメージになります。差戻しなどが発生した場合は審査期間が延長し、開始が遅れる可能性があります。
あらかじめスケジュールに余裕を持って各種ご申請を行ってください。

各商品の申込方法

✓ STEP 1 ステータス「新規案件作成」で申込商品を選択

以下の4つの商品の中から、実施したい商品を選び申請。

- Friends Swipe AD
- Friends Video AD
- デリタゲ Friends Swipe AD
- デリタゲ Friends Video AD

※ 申請後は、**商品の変更ができません** のでご注意ください
※ リーチ最適化配信は、STEP2の「発注」時にご決断ください

案件新規作成

企業アカウント *

LINE ヤフー株式会社

グループ *

LINE ヤフー株式会社 > レビュー用グループ

申込商品 *

商品名を入力

広告

LINEポイントAD

Reward アフィリエイト AD

Reward CPI AD

Reward CPE AD

広告

Friends Swipe AD

デリタゲ Friends Swipe AD

Friends Video AD

デリタゲ Friends Video AD

LINEポイント メッセージ

ポイントAD キャンセル費

選択

✓ STEP 2 ステータス「発注」で配信プランを選択

「配信プラン」で、リーチ最適化配信の利用有無を申請。

- **利用しない場合** _____
上の 通常配信 を選択ください
- **利用する場合** _____
下の (リーチ最適化配信) を選択し、
配信除外したいキャンペーンの案件コードを記入してください

※ 利用有無で単価が変わりますのでご注意ください
※ リーチ最適化配信に **設定できる案件コードは1コードのみ** になります。

発注

・ブラウザの戻るボタンの使用は推奨しておりません。ブラウザの戻るボタンを使用した場合におけるシステムの挙動およびデータの整合性は保証しません。
・前のページに戻って修正したい場合は、『戻る』または『前のページへ』ボタンから遷移してください。

申請フォーム

請求先 *

LINE株式会社

請求先変更

申込商品

Friends Swipe AD

配信プラン *

Friends Swipe AD

Friends Swipe AD (リーチ最適化オプション)

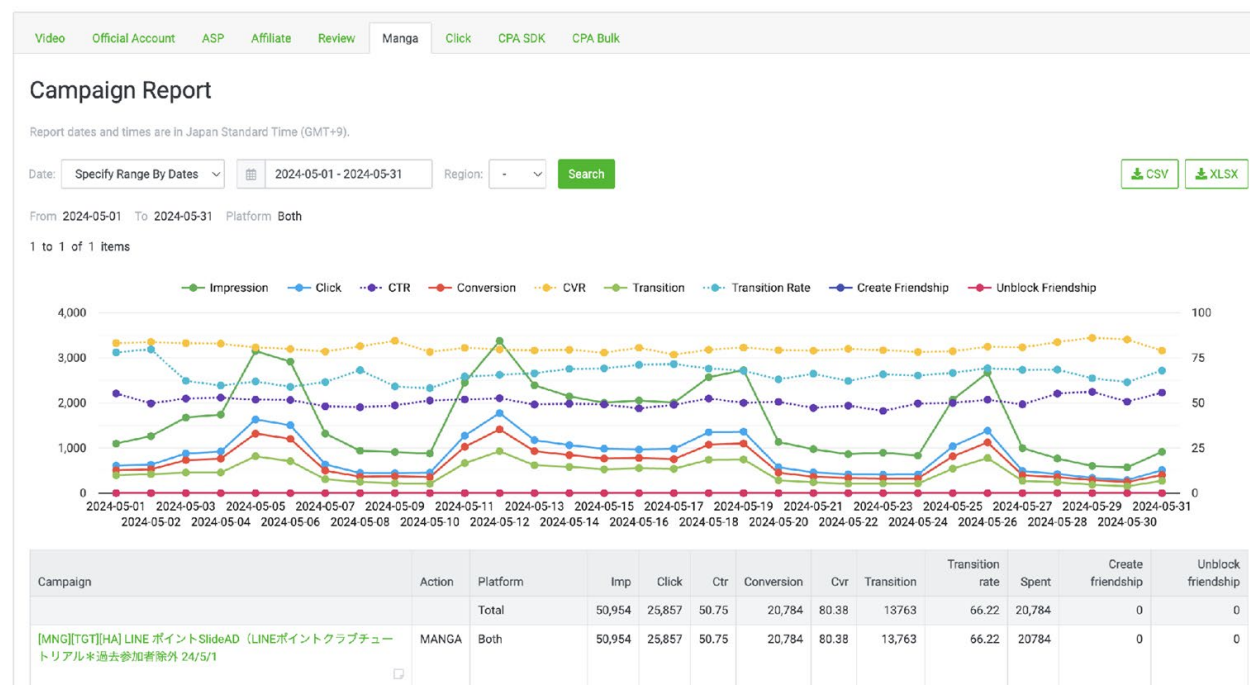
案件コード *

ここに、配信除外したいキャンペーンの案件コードを記入

レポートについて

配信レポートは、「LINE ポイント Manager」からご確認ください。こちらでは、イメージ図とラベルの定義をご紹介します。

配信レポート画面



※画像はイメージになりますので、実際の画面と多少異なる場合がございます。
※LINEポイントの管理画面で確認できる数値となります。LINE公式アカウントCMSと異なる場合がございますので、予めご了承ください。
※操作方法や注意事項に関しては、下記URLもご参考ください。
https://point-manager.line.biz/help/ja/management_screen.html

ラベル定義

ラベル	説明
campaign	キャンペーン名
Action	MANGA -> Swipe AD VIDEO -> Video AD
Platform	iOSとAndroid配信
Impression	インプレッション数 (案件詳細ページの表示数)
Click / Play	クリック数 (スライド開始数 or 動画視聴開始)
CTR	クリック率 (クリック数 ÷ インプレッション数)
Conversion / Complete View	成果数 (スライド読了数 or 動画視聴完了数)
CVR	成果率 (成果数 ÷ クリック数)
Transition	遷移数 (CV後、クライアントLPへの遷移数)
Transition Rate	遷移率 (遷移数 ÷ CV数)
Spent	消化額
Create friendship	新しく友達追加したユーザー数
Unblock friendship	ブロック解除をしたユーザー数

Appendix

掲載可否・申込・入稿について

■約款に関して

必ず約款をご確認の上、お申し込みください。

- ・ LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・ LINE 法人向けサービス「LINEポイント AD」個別約款
<https://www.lycbiz.com/jp/terms-and-policies/line/>

■ガイドラインに関して

必ずガイドラインをご確認の上、お申し込みください。

- ・ LINEポイントAD審査ガイドライン
<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-point-ad/guideline/>

LINE Biz Process Managerについて

LINE Biz Process Managerは予約型広告商品の案件作成から発注、入稿、レポート配信、請求書公開をワンストップでサポートするシステムです。

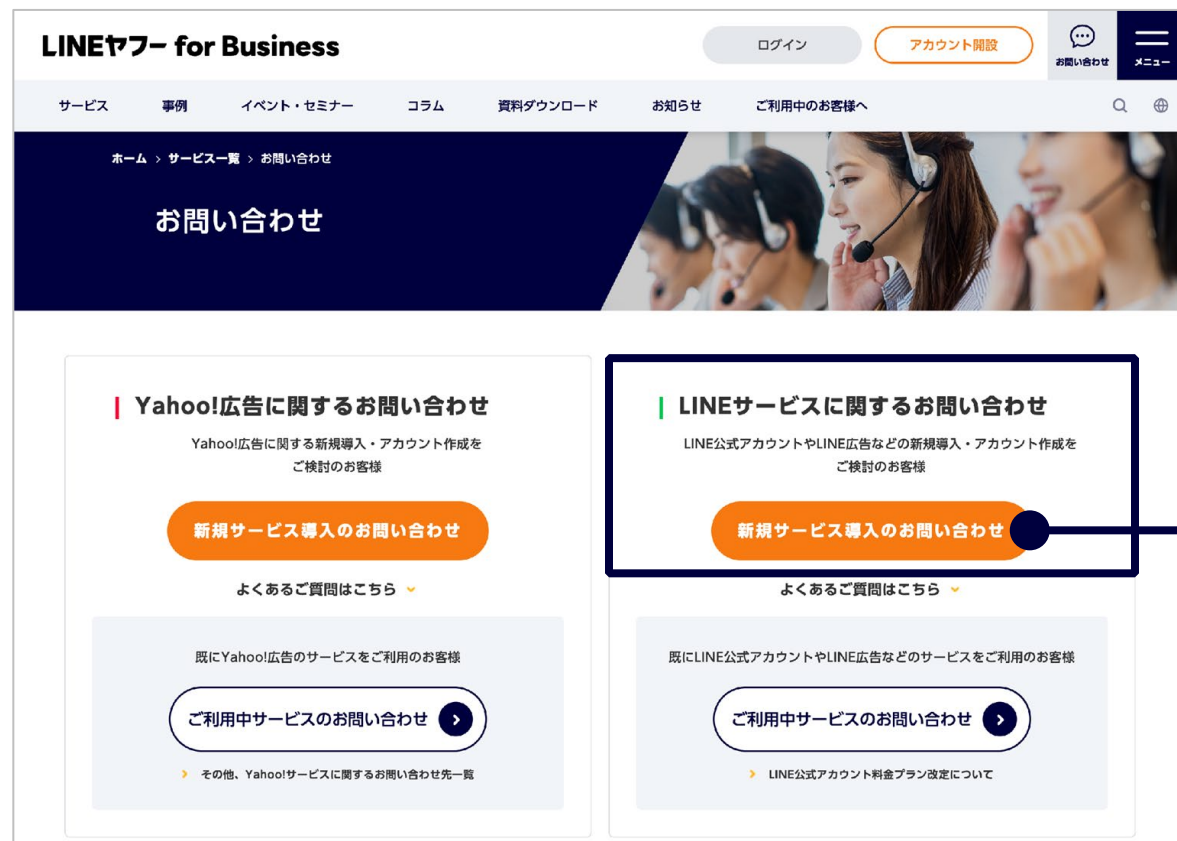
対象商品やご利用については「LINEヤフー for Business」の
「LINE Biz Process Managerについて」の資料をダウンロードしてご確認ください。

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

お申し込み・お問い合わせ総合窓口

お申し込み・お問い合わせにつきましては、弊社営業担当までお問い合わせください。

営業担当がない、不明な場合は「LINEヤフー for Business」のお問い合わせフォームをご利用ください。



LINEヤフー for Business

お問い合わせ > LINEサービスに関するお問い合わせ
「新規サービス導入のお問い合わせ」

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

LINEヤフー

ウェブサイト

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