

LINEで応募

オープンキャンペーン（サンプリング型） 媒体資料

LINEヤフー株式会社
MSカンパニー

2025年4月～2025年9月期版（2025/02/05更新）

LINEヤフー

LINEオープンキャンペーン（サンプリング型とは）

LINEユーザーがアンケートに回答すると、抽選で、店舗で利用できる無料引換クーポンが当たるメニューです。
商品トライアルの促進、店頭送客につながる施策です。

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



LINE内の掲載面、
LINE公式アカウントなどから告知



キャンペーンページで
応募



アンケート回答



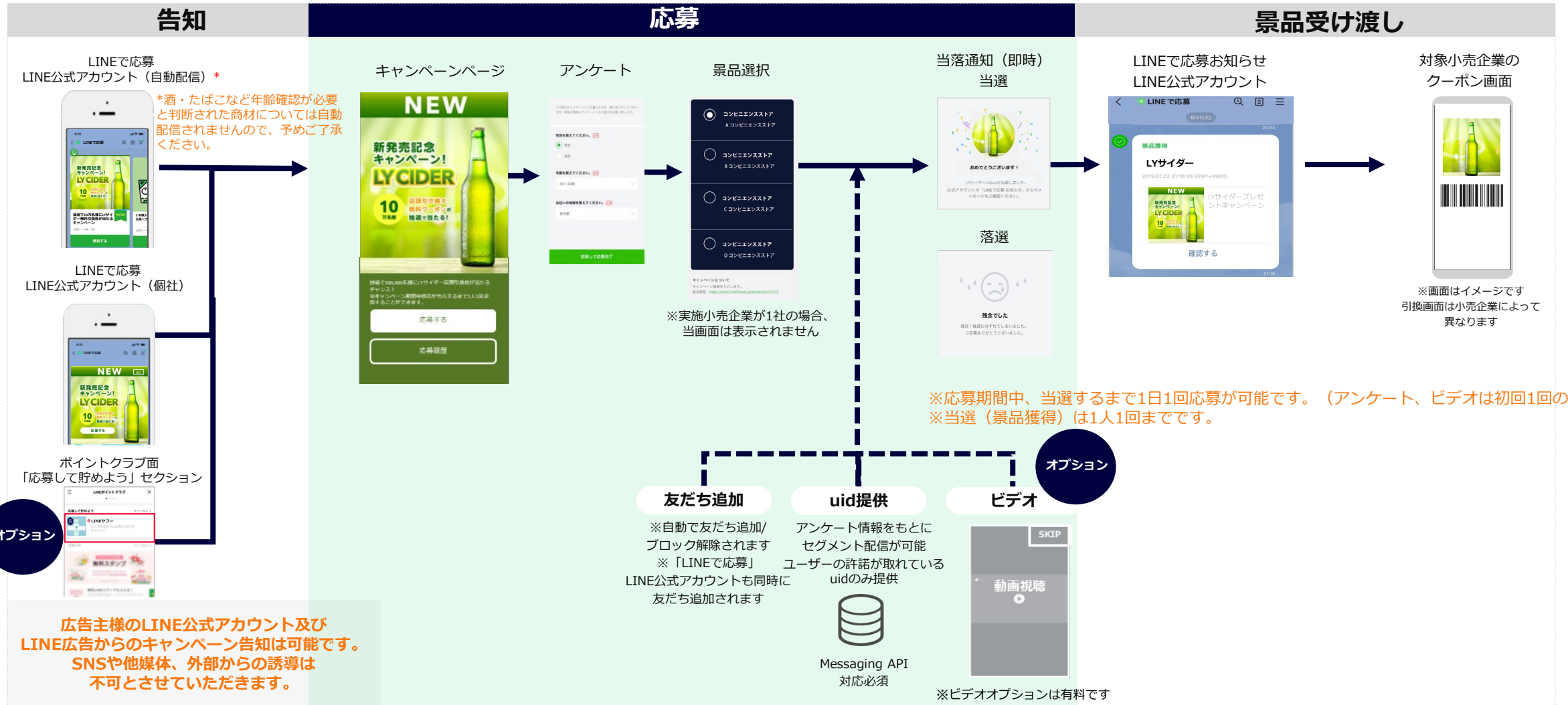
景品選択
(引換小売企業選択)
※実施小売企業が1社の場合、
当画面は表示されません



抽選で景品を進呈
※景品は対象店舗で利用できる
無料引換クーポン

※画像はイメージとなります。表示内容や掲載項目が一部変更となる可能性があります。

実施フロー



※画像はイメージとなります。表示内容や掲載項目が一部変更となる可能性がございます。
 ※キャンペーン期間中当選するまで、1日1回応募が可能です。複数景品（複数小売企業で参加できる）の場合、いずれか1つの景品に当選した時点で新規応募はできなくなります。
 ※キャンペーンは景品がなくなり次第、応募を締め切ることがございます。あらかじめご了承ください。

対象小売企業について (2024年9月時点)

当メニューが実施可能な小売企業については、以下をご確認ください。

対象小売企業

- セブン-イレブン
- ローソン
- ファミリーマート

※対象小売企業については変更がある可能性があります。最新の対象小売企業については担当営業までお問い合わせください。

※複数小売企業での実施も可能です。

※実施小売企業が1社のみになる場合は、その旨小売企業への実施相談時にお伝えください。

※商品内容によっては小売企業判断により、企画実施ができない場合があります。あらかじめご了承ください。

- ✓ **実施にあたっては景品配布対象の小売企業の承諾が必要です。**
企画内容については事前に小売企業とご相談ください。
いただいた発注内容に関しては、小売企業と合意形成されたものとしてお取り扱いさせていただきます。

景品内容について

ユーザーへ付与する景品は、対象小売企業とご相談のうえ店頭配荷があるものをご設定ください。

以下の商品は景品として設定いただけません

- [LINEで応募審査ガイドライン](#)上で出稿不可と定めている業種・サービスに関連するもの
※医薬品・医薬部外品を景品に設定することはできません。予めご了承ください。
- 対象小売企業と合意の取れていないもの
- その他弊社が不適切と判断したもの

※景品内容については企画審査時に確認をおこないます。

景品の内容によってはキャンペーンをご実施いただけない場合もございますのでご了承ください。

なお対象小売企業の判断によってもキャンペーンをご実施いただけない場合がございます。必ず小売企業と相談の上、景品設定をしていただくようお願いします。

景品設定について

景品の設定に関する規定は以下の通りです。

項目	詳細
景品種類	無料引換クーポン（対象店舗にて取り扱いのある商品が対象）
景品数	1キャンペーンにつき1種類まで ※景品の複数設定およびコース分岐はできません ※（複数小売企業で実施の場合）小売企業ごとに景品を変えることはできません
当選人数	<ul style="list-style-type: none">セブン-イレブン：下限なし～250,000件ローソン：15,000件～上限なしファミリーマート：10,000件～999,999件 ※上記件数以上でのご実施に関しては要相談 ※当選は1キャンペーンにつき1人1回までです。期間中1日1回、当選するまで応募が可能です。
入稿規定	<ul style="list-style-type: none">ご発注時に引換画面用のインセンティブ画像（商品画像）をご提出いただきます。実施小売企業の規定に応じて画像をご用意ください。<ul style="list-style-type: none">セブン-イレブン：600px × 600px / 正方形 / jpgローソン：300px × 300px / 正方形 / pngファミリーマート：横600px × 縦400px / 10MB以内 / gif、jpg、png（次頁もご確認ください） ※キャンペーンページ用の入稿素材のご提出スケジュール、入稿規定はp13,22,27,28をご確認ください。（別紙の入稿シートもあわせてご確認ください）
その他	<ul style="list-style-type: none">景品の店頭在庫がない場合の代替品を設定いただけます（任意）。実施小売企業とご相談ください。引換開始日は原則キャンペーン開始日と同日11:00～で設定いただけます。

商品画像レギュレーション (ファミリーマート)

入稿レギュレーション

- 画像サイズ：W600×H400
- 背景色：白
- ファイル形式：gif、jpg、png
- 容量：10MB以内
- 余白：600×400pxのアートボードに対して、上下左右に各20pxずつ
 - ※テキストを入れない場合は余白までいっぱい商品画像を入れる
 - ※画像に外枠は入れない
 - ※テキストを入れる場合は商品に伴う必須注意事項のみ
(一行推奨。二行になる場合は画像を小さくして、画像下に一行入るスペースを設けてください)
 - フォント：游ゴシック体 Bold
 - フォントサイズ：20pt (商品画像に使用したもの)
 - カラー：黒
 - 位置：右下右寄せ

注意事項

- 商品画像の表示は必須となります。
- 企業、ブランド(商品)ロゴ、特保マークなど商品画像以外を入れることはできません。
ただし、対象商品が多数あり、画像サイズ内に収まりきらない場合は商品ブランドロゴのみとすることも可能です。
※その場合、対象商品を注意事項に明記。
- 対象商品が複数ある場合、画像に載せる商品数はメーカー様の意向次第とします(単一でも複数でも可)。
ただし、在庫がない場合の代替品商品画像は含まないでください。
※原則景品設定は1種類まで。同一ブランドで同単価の商品(フレーバー違い等)のみ複数設定いただけます。
ブランドが異なる別商品や単価の異なる商品を複数設定することはできません。
- 入稿素材の作成、修正は事務局側では承りません。



※画像はイメージです

レポート

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

■ サマリーレポート

- ページビュー（全期間/日別）
- 応募件数（全期間/日別）

■ 詳細レポート

- ページビュー（全期間/日別）
 - 計測パラメータ（utm source/medium）
 - ページビュー数
 - 応募件数（全期間/日別）
 - 計測パラメータ（utm source/medium）
 - 応募件数
 - 景品（全期間/日別）
 - インセンティブグループID
 - インセンティブ名
 - インセンティブ数
 - 付与（全期間/日別）
 - インセンティブグループID
 - インセンティブ名
 - インセンティブ付与数
 - 友だち追加件数（全期間）
 - ベーシックID
 - ステータス（新規/ブロック解除/既存）
 - アトリビュート（全期間/日別）
 - 性年代
 - 都道府県
- ※%表示になります。

※クーポン引換件数はレポートに含みません。

※レポートの詳細につきましては弊社営業担当にご相談ください。

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

uid提供

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

提供項目の定義

ダウンロードした応募者リストの項目解説

Action:応募

番号～	内容
campaignId	キャンペーンID
incentiveGroupId	応募したインセンティブグループのID
action Type	アクションの種類。entry=応募
requestId	応募ごとに一意のID
selectedIncentiveIds	複数のインセンティブに応募できる場合、選んだすべてのインセンティブID
incentiveid	獲得したインセンティブのID
incentiveContents	付与されるインセンティブの内容
enteredAt	応募した日時
userId	キャンペーンに紐づくChannelのUserID
a1~a10	アンケートの回答

※当選した場合、incentiveContentsのカラムにincentiveurlが入ります。詳細につきましては弊社営業担当にご相談ください。

※ユーザーの許諾が取れているuidのみ提供となります。

アンケート

キャンペーン応募時にアンケートが差し込まれます。(全項目回答必須) ※基本費用内で実施いただけます

キャンペーン
応募時

アンケートの設問数は4~8問の間で自由に設定することができます* (3問は固定)

※上記設問数の範囲内であれば、設問数による価格の変更はございません。

固定設問 3問 (変更不可)

■性別	■地域	
1: 男性	1: 北海道	25: 滋賀県
2: 女性	2: 青森県	26: 京都府
3: その他	3: 岩手県	27: 大分府
4: 回答しない	4: 宮城県	28: 兵庫県
	5: 秋田県	29: 奈良県
	6: 山形県	30: 和歌山県
	7: 福島県	31: 鳥取県
	8: 茨城県	32: 香川県
	9: 栃木県	33: 岡山県
■年齢	10: 群馬県	34: 広島県
(19歳以下を含む場合)		
1: 19歳以下	11: 埼玉県	35: 山口県
2: 20~24歳	12: 千葉県	36: 徳島県
3: 25~29歳	13: 東京都	37: 香川県
4: 30~34歳	14: 神奈川県	38: 愛媛県
5: 35~39歳	15: 新潟県	39: 高知県
6: 40~44歳	16: 富山県	40: 福岡県
7: 45~49歳	17: 石川県	41: 佐賀県
8: 50~54歳	18: 福井県	42: 長崎県
9: 55~59歳	19: 山梨県	43: 熊本県
10: 60~64歳	20: 長野県	44: 大分県
11: 65~69歳	21: 岐阜県	45: 宮崎県
12: 70~74歳	22: 静岡県	46: 鹿児島県
13: 75~79歳	23: 愛知県	47: 沖縄県
14: 80歳以上	24: 三重県	
■20歳以上対象の場合		
1: 20~24歳		
2: 25~29歳		
3: 30~34歳		
4: 35~39歳		
5: 40~44歳		
6: 45~49歳		
7: 50~54歳		
8: 55~59歳		
9: 60~64歳		
10: 65~69歳		
11: 70~74歳		
12: 75~79歳		
13: 80歳以上		

自由設問 4~8問

自由設問は任意で設定可能です。
※詳細は、入稿シートをご確認ください。
※各文字数制限は下記となります。
設問: 70文字以内
回答: 20文字以内

画面イメージ

※「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。

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。

ビデオ仕様/素材詳細

下記3つのフォーマットをご用意しております。非常に視認性の高い動画フォーマットです。

動画フォーマット詳細



入稿スペック

- ファイル形式 : MP4
- ファイルサイズ : 1280px*720px/720px*1280px/720px*720px
- ファイルの長さ : 6秒以上~60秒以下
- ファイル容量 : 5MB以内

※サムネイル用PNGも同サイズをご用意ください

ご注意

- ※動画素材は、弊社側で圧縮処理を行い再生します。動画内の文字の可読性や画像の視認性は保証しかねますのであらかじめご了承ください。
- ※仕様は変更になる可能性がありますのでご了承ください。
- ※本キャンペーンと関係のない内容についての訴求はお控えください。また、他基準も含め、動画の内容については都度審査を行います。
- ※視聴完了数などのレポートはございません。あらかじめご了承ください。

入稿規定/注意事項

- ユーザー視点での違和感等については審査のうえ修正をお願いすることがあります。
- 動画の素材は1種類入稿です。
- 一部機種で再生できない可能性があります。

「応募して貯めよう」セクション掲載

LINEポイントクラブ「応募して貯めよう」セクションでキャンペーン告知をおこなうオプションプランです。



仕様		
①	【入稿】アイコン	PNG/JPG、512px×512px(600KB以内)
②	【入稿】企業名or商品名orサービス名	テキスト(15文字以内)
③	【入稿】キャンペーン説明	テキスト(25文字以内)
④	【入稿】景品名称	giftアイコンと景品名称を表示 ※詳細は入稿シートを参照
-	【入稿】掲載期間	原則キャンペーンの掲載期間に準拠(最大8日間)
-	遷移先	キャンペーンページへ遷移

※入稿素材ガイドライン等の詳細については別途入稿シートをご参照ください

注意事項

- オプション適用には審査が伴います。審査によってはご提供ができない場合がございます。
- お申込みにあたっては、LBPMにてキャンペーンを発注いただく際にオプションプランの選択をしてください。

「LINEで応募」 LINE公式アカウント メッセージ配信

「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信により、即効性の高い強力な誘導が可能です。
キャンペーン期間中に1回の配信となります。

「LINEで応募」 LINE公式アカウント



総友だち数
3,500万人
以上
*2025年1月時点

メッセージ配信



キャンペーンLP



※画像はイメージとなります。表示内容や掲載項目が一部変更となる可能性があります。

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。
※「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信は、ユーザーに届くまで若干のタイムラグが生じる可能性がある点、予めご了承ください。

「LINEで応募」 LINE公式アカウント メッセージ配信 詳細

「LINEで応募」
LINE公式アカウントのメッセージ配信画面



※画像はイメージです

項目	仕様
【入稿】 画像	1040px*1040px PNG/JPG 1MB以下
【入稿】 表記	カバー画像素材に『AD』と表記 ※表記箇所は上部（右または左どちらか）を推奨します。 ※ADの文字サイズは視認性を担保した十分なサイズをご考慮願います。
【入稿】 遷移先URL	入稿シート内のURLを使用
【入稿】 メッセージタイトル	全角35文字以内 ※半角英数字 使用可
配信頻度	キャンペーン期間中に1回配信
配信OS	両OS (iOS、AOS)
配信セグメント	ノンセグメント/最大900万通配信 ※年齢制限のある商材(酒類など)は10代除外セグメントさせていただきます。 ※10代除外セグメントの場合も価格は変わりません。
配信クリエイティブフォーマット	リッチメッセージ
吹き出し数	1吹き出し
レポート	Excelファイル形式で提出 ・ 配信数 ・ 開封数 ・ クリックユーザー数

※「くじ」などギャンブル性のある表現はNGとなりますので、クリエイティブを制限させていただく場合がございます。

※「LINEで応募」LINE公式アカウントのトーク画面内には、リッチメニューが掲載される可能性があります。

※詳細は入稿シートをご確認ください。

「LINEで応募」LINE公式アカウント 配信レポート

「LINEで応募」LINE公式アカウントからの個社配信の配信レポートはLBPMからダウンロードできます。

※2023年12月配信分よりレポート提出

項目	詳細
レポート形式	Excelファイル
ダウンロード可能タイミング	配信後5日以降の火曜日～LBPMよりダウンロード可能。 レポートにダウンロード期限はありません。 代理店企業様がLBPMのアカウントの利用停止などされない限り、ダウンロード可能です。
レポート	<ul style="list-style-type: none">・配信数・開封数・クリックユーザー数

※応募数などのレポートは、管理画面（LINE Sales Promotion Manager）よりご確認ください。

配信レポートのダウンロード方法

配信レポートは、LBPM進行フローの「レポート」プロセスよりダウンロードいただけます。

進行フロー ※年末年始やGW等の大型連休の期間は、締切日が通常とは異なる場合がございます

企業・商材審査 承認		確認 差戻申請
広告掲載が可能な企業・商材であるかの審査を行います。審査基準は媒体資料に記載のガイドラインをご覧ください。 所要時間： 掲載開始希望日の14~19営業日前		
仮押さえ 確定		
掲載枠の仮押さえを行います。企業・商材審査を通過していることが条件です。 仮押さえには有効期限があり、条件によっては期限を迎えた時点で発注が完了していないと仮押さえが自動解放されますので、媒体資料で仮押さえるのルールをご確認いただき、お早めの発注をお願いいたします。 所要時間： 掲載開始希望日9営業日前		
発注 発注受領	締切：2023/10/31 17:00:00	確認
発注は、受領が行われた段階で正式に成立します。受領されると、ステータスが「発注受領」に変化します。 締切： 掲載開始希望日の9営業日前17時		
入稿 入稿完了	締切：2023/11/01 17:00:00	確認
配信に使用する広告素材をご入稿ください。 締切： 掲載開始日の8営業日前の17時まで		
クリエイティブ審査 未入稿		入稿
LINEポイントの訴求があるクリエイティブについては、審査は必須となります。こちらのプロセスから審査を依頼してください。 審査完了後に、追加審査をしたいクリエイティブが発生した場合は「差し戻し依頼」ボタンを押下し、差し戻し依頼をしてください。 締切： 3~5営業日目安		
レポート DL可能		ダウンロード
レポートは2023年12月配信分より提出いたします。		

レポートが公開されると
ダウンロードできるようになります。

LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントのメッセージ送信仕様の改善

LINEヤフーでは、より快適なユーザーコミュニケーション環境を目的として、メッセージ受信環境の改善をしています。この改善は、**「LINEで応募」LINE公式アカウントも適用されております。**

2020年7月から改善の一環として、LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントから配信するメッセージに、特定のアルゴリズムでターゲティング配信をする仕様に変更となりました。

ターゲティング配信の適用により、

配信に反応する頻度が高いユーザーには、引き続きメッセージが配信されやすく、

反応していなかったユーザーには、配信されないコントロールがされます。

(このアルゴリズムは固定ではなく、効果を維持しながらユーザーが循環するように設計されているため、配信されていたユーザーに常に配信されることを保証するものではありません。)

これにより、LINEヤフー全体でのメッセージ反応率の向上と共に、従来LINEヤフーフAMILYサービスのメッセージ配信に埋もれてしまう可能性があった広告主様のLINE公式アカウントの通知や反応率向上を期待しております。あらかじめ、ご理解いただけますと幸いです。

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

※メッセージ開封率や反応率などを元にLINE公式アカウント別に判定しており、詳細のアルゴリズムは非開示となります。

※仕様変更は、LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントのみに適用され、広告主様のLINE公式アカウントには影響ございません。

LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントにおける 月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

2023年4月からLINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントから配信するメッセージの月間送信数に制限を設けています。制限について LINEで応募ではメッセージ送信の一部外販枠の販売方法を変更しております。

背景

LINEをご利用いただいているユーザーについての下記調査結果に基づいた対策の一環。

- ・ 「メッセージが配信される量」について多いと感じている
- ・ 「LINEヤフーフアミリーサービスから配信されるメッセージ」について、特に多いと感じている
- ・ メッセージを受け取る量が多いユーザーほど、メッセージに対するクリック率が低い

施策による効果

LINE全体でのメッセージ反応率の向上および、従来LINEヤフーフアミリーサービスのメッセージ配信に埋もれてしまう可能性があった広告主様のLINE公式アカウントの通知や反応率向上。

※仕様変更は、LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントのみに適用され、広告主様のLINE公式アカウントには影響ございません。

※当制限について、他のファミリーサービスにおいてはご利用のサービスのご案内をご確認ください。

LINEヤフーフアミリーサービスのLINE公式アカウントにおける 月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

影響範囲

- LINEオープンキャンペーン
- パートナーパッケージ LINEで応募 メッセージ（ノンセグメント/最大900万通配信・セグメント配信）
- 特別調整 LINEで応募 メッセージ（ノンセグメント/最大900万通配信・セグメント配信）
※ LINEポイントAD出稿キャンペーンの本メニュー利用は不可

内容

【外販枠について】

配信日時：土日祝日、年末年始を除く平日のうち

①**3, 6, 9, 12月：上限9枠** ※季節型キャンペーンの枠が優先のため

配信時間：空き枠の範囲内で**11時、14時、17時から選択**

※季節型キャンペーンの開始日から終了日分は事前に優先確保

※LINEオープンキャンペーン(季節型) エントリー結果報告翌日に季節型キャンペーン優先枠の空枠を開放

②**それ以外の月**：上限25枠 ※都度空き枠確認

配信時間：空き枠の範囲内で**11時、14時、17時から選択**

※販売枠の運用については、枠の調整など弊社都合により変更になる場合があります。

※枠上限数および空き枠数についても弊社都合により予告なく変動する可能性があります。

LINEヤフーフAMILYサービスのLINE公式アカウントにおける 月間メッセージ送信数の制限 LINEで応募の対応について

空き枠の枠おさえ方法、優先順位、枠の有効期間について

■ 枠おさえ方法について

LBPM上の枠おさえで、空いている日時を選択

■ 枠おさへの優先順位について

LBPM上の枠おさえで先着順

(自動解放および、季節型の空き枠が発生した場合はお知らせメールを受け取れる仕様)

■ 枠おさへの有効期間について

本仕様導入に伴い、販売枠の上限を設けすでに枠が埋まっている場合は枠をおさえられなくなります。

枠おさえ期間は、枠おさえ日の翌営業日から数えて5営業日後の17時(*)まで有効です。

※オープンキャンペーン(サンプリング型)については、枠おさえ日の翌営業日から数えて16営業日後の17時まで有効です。

有効期間を超えた場合は原則1回2営業日期限が自動延長されます。

それを超えた場合、または発注締切日時になった場合、枠は自動解放されます。

*枠おさえ時 枠の上限に達したら枠がブロックされる機能(以下、当機能)があります。

当機能を用いた枠の上限を適用し販売枠に達した場合に枠をおさえることができなくなる運用が導入されています。

これによりご希望月の枠が販売枠に達している場合、枠の確保ができない仕様となります。予めご了承ください。

「LINEで応募」LINE公式アカウントの自動メッセージ配信機能

LINEで応募プラットフォームで開催されるキャンペーン開始を告知する機能。

「LINEで応募」LINE公式アカウントからキャンペーン告知が自動配信されます。

<自動配信タイミング>

第1、3火曜(月に2回)

<自動配信対象>

- 前回の自動配信から次の配信までの間にキャンペーンが開始された案件
- 年齢確認なしの商材案件
※酒類など年齢確認「あり」の商材案件は自動配信の対象となりません。

<表示方法>

- ランダムな表示順にて、カルーセルで最大8個のキャンペーンを表示
- キャンペーン通知用に設定されている画像とキャンペーンタイトルを表示
- 遷移先は個社キャンペーンページ

※配信内容、配信頻度などは今後当社都合により変更になる場合があります。



※配信対象となるキャンペーンは、LINEヤフー社により掲載可否を決定します。なお、本機能は広告面ではないため、配信のお約束はできませんのでご注意ください。

※事前の予告なく、配信機能の変更および停止、配信ルールなどを変更する場合があります。

※配信画像はイメージです。デザインや表示内容が変更となる場合があります。

※「LINEで応募」LINE公式アカウントから配信していた応募して貯めようカテゴリ遷移の共通配信は終了しました。予めご了承ください。

LINEで応募「開催中キャンペーン一覧」

LINEで応募ユーザーが、いつでも開催中キャンペーンを見つけることができます。

「LINEで応募」LINE公式アカウント
常設リッチメニュー



開催中キャンペーン一覧



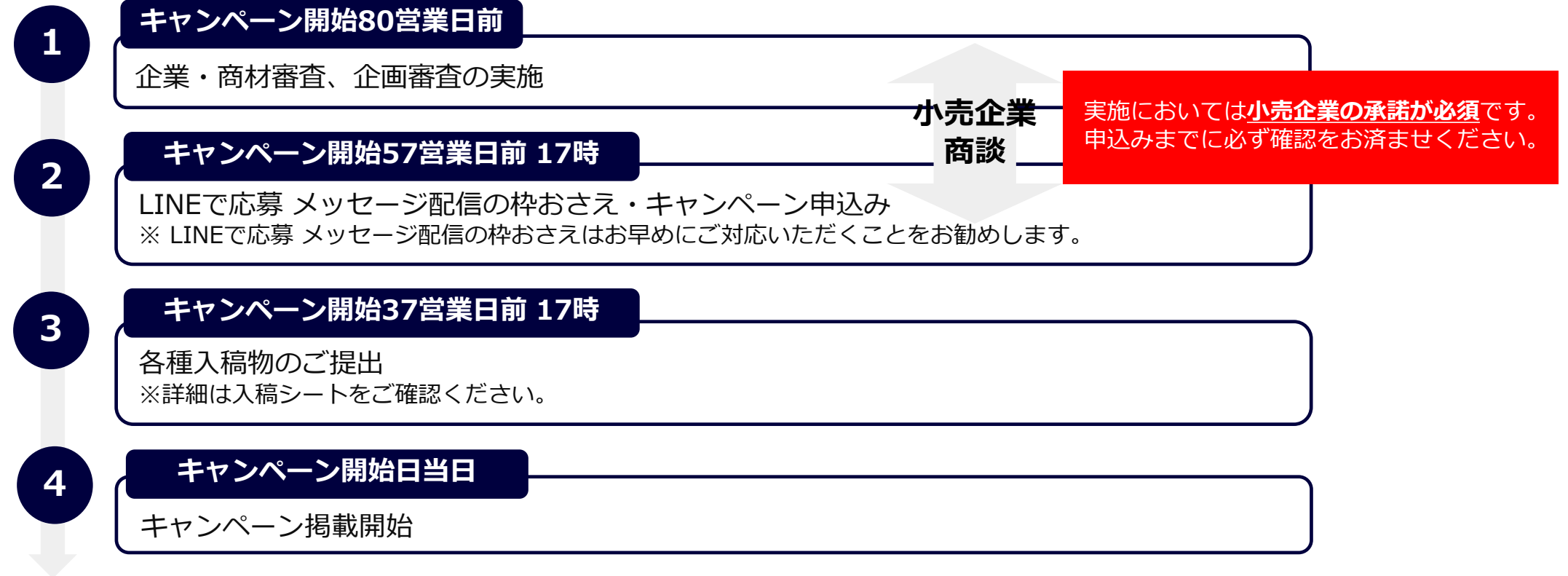
キャンペーンページ



- ※開催中キャンペーン一覧は、LINEヤフー社により掲載可否を決定します。なお、本機能は広告面ではないため、掲載のお約束はできませんのでご注意ください。
- ※事前の予告なく、掲載情報の変更および停止、掲載ルールなどを変更する場合があります。
- ※掲載画像はイメージです。デザインや表示内容が変更となる場合があります。
- ※対象年齢が4歳以上とみなされる商材（酒類、タバコ、医薬品関連、サニタリー、その他LINEヤフー社が一定のレーティングが必要とみなす商材）を対象商品に含むキャンペーンについては掲載できない場合がございます。
- ※開催中キャンペーン一覧への導線は常時掲載ではありません。予めご了承ください。
- ※開催中キャンペーン一覧への流入や遷移数など一切のレポートをご提供出来かねます。
- ※開催中のキャンペーンのみ表示されます。なお、キャンペーン期間は、一部実際のキャンペーン期間と異なる場合がございます。
- ※LINE Sales Promotion Managerには、開催中キャンペーン一覧から流入した場合 `utm_source=rewardweb`、`utm_medium=campaignlist`が該当します。

実施の流れ（キャンペーン全体）

LINEオープンキャンペーン（サンプリング型）の実施までの流れは下記の通りです。LBPM上より申請ください。



キャンセル 規定

<キャンペーン費>

- ・発注受領後の、また受領前でも発注期日（キャンペーン開始57営業日前）を過ぎてのキャンセルの場合は、基本費用1,000万円/1,500万円（+オプション費用※お申し込みがあった場合）およびID発行費用、ID発行管理費用をキャンセル費として請求いたします。詳細はP.33-34をご確認ください。

<期間延期について>

- ・掲載延期の場合は、正規金額にて再度ご発注いただきます。

※キャンペーン開始前の遷移図の事前提供はしていません。

企業・商材審査/企画審査

LBPMより企業・商材審査/企画審査の申請をお願いします

- 案件新規作成をしていただくと、企業・商材審査申請されます。必須項目をご記入のうえ申請をお願いします
- 企業・商材審査の承認後、企画審査の申請に進むことができます。

案件新規作成

グループ *

申込商品 *
商品名を入力

広告主企業名 *

国内法人：法人登録されている正式名称でご登録ください。
海外法人：DUNSに登録されている企業名を正式名称でご登録ください。
※正式名称と異なる場合、差し戻しとなる可能性があります。

選択

広告主企業住所 *

商材名 *

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

代理店の場合は目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（サンプリング型）」を選択してください

Sample

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。

※企画審査「代替品」の項目にて、該当商品の設定がない場合は入力欄に「なし」と入力してください

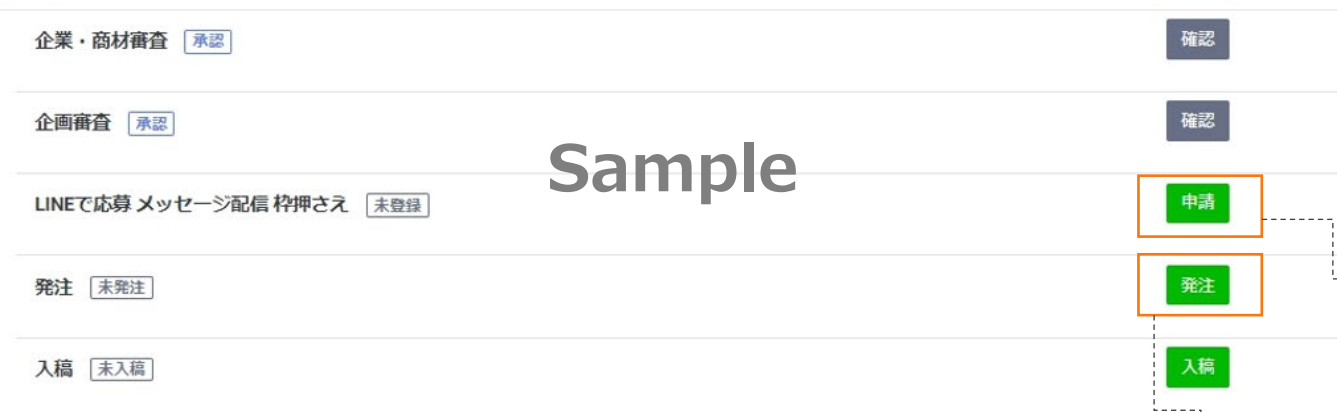
要開始
57営業日前17時
発注

LINEで応募 メッセージ配信枠おさえ

「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、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ください。

枠おさえ後、お申込みください。

※画像はイメージです。別途、最新のLBPMをご確認ください。

ご注意

※枠を仮押さえいただいた翌16営業日後の17時までに発注されない場合は、枠が自動開放されます。
ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。
※事業環境によりLINEアプリのサービス内容・機能が変更になる可能性があります。

申込み

要開始
57営業日前17時
発注

メッセージ配信の枠押さえ後、申込みをお願いします。

クーポン発行情報 (セブン-イレブン)

引換期間 *

※原則、引換開始日は応募開始日と同日としてください。土日祝日開始指定はできません。開始時刻は11:00、終了時刻は23:59で固定です。

2024/09/02 11:00 - 2024/09/27 23:59

景品上代 (税抜) *

税抜価格を記載してください

10

景品上代 (税込) *

税込価格を記載してください

20

景品数 *

該当小売における景品の総配布数 (当選数) をご入力ください

(例)1000件の場合1000と入力

30

景品画像 *

クーポンページの景品画像を添付ください (600px×600px/jpg形式)

+

代替品 *

景品が店頭になかった場合の代替品 (商品名) を指定してください

test

※代替品の設定がない場合は「なし」と入力してください

セブン-イレブンID発行費用 *

セブン-イレブンID発行費用の総額をご入力ください

対象小売企業のID発行費用合計の15%

ID発行管理費用 *

ID発行管理費用をご入力ください※ID発行費用総額の15%

ご参考) 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/line/>

要開始
37営業日前17時
入稿

クリエイティブ入稿

キャンペーンページを制作するために、制作素材として写真画像や文言をご入稿いただきます。最新の入稿シートに情報を記載し、必要な画像・テキストデータを添えてご入稿ください。

入稿：キャンペーン開始日の37営業日前17時（入稿後、弊社広報確認が入ります）

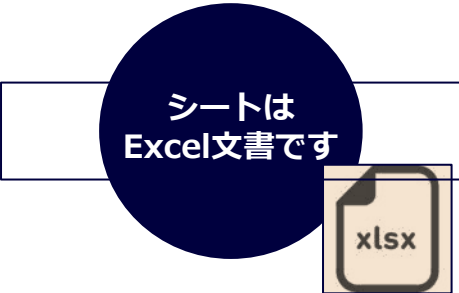
※入稿締切の期限を過ぎた場合、**キャンペーンの実施が難しくなる可能性がございます。**



LINE関連サービスの表記について

「LINE○○」「OOLINE」のように1単語として読めるような表記はできません。クリエイティブや入稿フォーム内に以下のような表記をしないようお願いいたします。

NG例：LINEキャンペーン
正式表記：LINEのキャンペーン
「○○」LINEキャンペーン



- ご注意**
- ※「くじ」などギャンブル性のある表現はNGとなりますので、クリエイティブを制限させていただく場合がございます。
 - ※入稿後の画像および記述内容の変更は原則できません。
 - ※画像はイメージです。必ず、最新の入稿シートをご確認ください。
 - ※2022年4月1月施行の改正個人情報保護法により、応募規約の一部を変更しています。最新の入稿シートをご利用ください。

キャンペーン設計・クリエイティブ制作にあたっての注意事項

キャンペーン設計やLP制作等に際し、以下の注意事項を必ずご確認ください。

共通	<ul style="list-style-type: none">• LINEで応募審査ガイドライン上で出稿不可と定めている業種・サービスに関連するものは出稿できません。医薬品・医薬部外品を景品に設定することはできません。※その他弊社が不適切と判断したもの含む• LINEで応募審査ガイドライン上で定めているクリエイティブガイドラインを遵守してください。
セブン-イレブン	<ul style="list-style-type: none">• 250,000件以上の景品配布に際しては要相談となります。• 予備として1,000件分のクーポンコードが納品されます。店頭引換が発生した件数分の商品代および発行手数料を請求させていただきます。
ローソン	<ul style="list-style-type: none">• 景品とする商品は、原則配荷率90%以上であることが必要です。• 景品数は15,000件からとなります。• 予備として100件分のクーポンコードが納品されます。店頭引換が発生した件数分の商品代のみ請求させていただきます。
ファミリーマート	<ul style="list-style-type: none">• 景品数は10,000件からとなります。• 予備として10件分のクーポンコードが納品されます。店頭引換が発生した件数分の商品代のみ請求させていただきます。• ファミリーマートのロゴ使用時は、事前に申請が必要となります。（通常より1週間早くご提出ください。）• 「Family Mart」と表記しないで下さい。（「ファミリーマート」は可）• ファミリーマートが主催のキャンペーンと誤認させるデザイン（青と緑の彩色等）はご遠慮下さい。

注意事項 各種期限について

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

↳提出日の営業日数は**開始日を含まず起算した営業日数**となります。

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

例) 7月16日(木)開始【8営業日後が提出】の場合 ※提出期限17時の場合

7月6日(月) 17時までにご提出いただくと7月16(木)に開始

7/6	7/7	7/8	7/9	7/10	7/11	7/12	7/13	7/14	7/15	7/16	7/17
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑧営業日 17時まで提出	⑦営業日	⑥営業日	⑤営業日	④営業日			③営業日	②営業日	①営業日	開始	

7月6日(月) 17時までにご提出いただけなかった場合

7/6	7/7	7/8	7/9	7/10	7/11	7/12	7/13	7/14	7/15	7/16	7/17
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
⑨営業日 17時過ぎて提出	⑧営業日	⑦営業日	⑥営業日	⑤営業日			④営業日	③営業日	②営業日	①営業日	開始

実施費用

基本費用

項目	補足	数量	備考	価格（税別）
基本費用	景品配布数 100,000件以下	一式	トライアル価格	1,000万円
	景品配布数 100,001件以上	一式	トライアル価格	1,500万円

クーポン発行関連

項目	内容	価格（税別）
ID発行	ID発行費用	実施小売企業により価格が異なります 詳細は担当営業までお問い合わせください
	ID発行管理費用	ID発行費用（合計）の15%



別途、**小売企業へ商品上代のお支払いが発生します。**

商品上代のお支払いに関しては実施小売企業とご相談ください。LINEヤフー社が商流に入ることはございません。

実施費用 オプション

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
「LINEで応募」LINE公式アカウントからのメッセージ配信	キャンペーン期間中に1回配信いたします ※ご希望の配信枠をLBPMよりおさえてください

掲載期間

項目	内容
掲載期間/掲載開始日	最大7日間 土/日/祝日の開始は不可。※同日掲載枠には上限がありますので、事前に空き枠をご確認ください。 ※キャンペーン期間は、【キャンペーン開始1日目 11:00頃～終了日 23:59】となります。 なお、景品がなくなり次第応募締切となり、早期にキャンペーンが終了いたします。あらかじめご了承ください。

- ご注意** ※キャンペーン期間が7日間を超える場合、原則として別キャンペーンとみなし別料金とさせていただきます。
- ※景品の変更は受け付けておりません。
- ※本メニューをご実施いただけるLINE公式アカウントの条件は「Messaging APIに対応できること」「認証済アカウントであること」「認証プロバイダーであること」以上すべてを満たしていることです。

オプション

項目	補足	数量	単価	価格 (税別)
ビデオ	アンケート回答後、強制視聴でビデオを再生	一式	トライアル価格	300万円
「応募して貯めよう」セクション掲載	LINEポイントクラブ面「応募して貯めよう」セクションでキャンペーン告知をおこなう	一式	トライアル価格	300万円

- ご注意** ※トライアル価格については、今後変更の可能性がございます。

約款・キャンセル規定・お問合せについて



約款・キャンセル規定

お申し込み後のキャンセルやキャンペーン期間などの企画内容変更は原則お受けいたしかねます。事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みのほど宜しくお願い申し上げます。

- ・LINE 法人向けサービス 基本約款
- ・LINEオープンキャンペーン利用条件
- ・「LINEで応募」ユーザー情報取り扱いに関する規約

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

やむを得ずキャンセルする場合には日程変更/案件のキャンセルが、キャンセル受付対象になります。また、発注受領後のキャンセル、また受領前でも発注期日後のキャンセルの場合は、基本費用1,000万円/1,500万円（+オプション費用※お申込みがあった場合のみ）およびID発行費用、ID発行管理費用をキャンセル費として請求いたします。詳細はキャンセル規定のページ(p35)をご確認ください。



審査ガイドラインについて

当該キャンペーンの実施に当たって、下記の審査ガイドラインが適用されます。事前に必ずご確認ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-de-oubo/guideline/>



お問い合わせについて

ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。

キャンセル規定について

キャンセル規定を下記のように定義させていただきます。

日程変更 もしくは 案件のキャンセル のみがキャンセルの受付対象になります。

また、キャンセル費は「LINEヤフー社へのお申し込み金額の100%」となります。

	発注済 受領前	発注済 受領後
発注期日前	キャンセル費対象外※	キャンセル費対象
発注期日後	キャンセル費対象	キャンセル費対象

<キャンセル費の内容>

- 基本費用1,000万円（景品配布数 100,000件以下の場合）または1,500万円（景品配布数 100,001件以上の場合）
- オプション費用（オプションのお申込みがあった場合）
- ID発行費用
- ID発行管理費用

ID発行費用、ID発行管理費用のキャンセル費ご請求条件については実施小売企業様ごとに異なります。

※スキーム上、弊社発注受領前でもID発行費用、ID発行管理費用のキャンセル費が発生する場合がございます。予めご了承ください。

詳細は別途お問い合わせください。

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、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 「LINEで応募」LINE公式アカウントにて配信をおこないます。
また、上記以外では広告主様のLINE公式アカウント及びLINE広告からの誘導に限り告知可能です。（SNSや他媒体など外部からの誘導は不可です。）
別途弊社営業にご相談ください。

Q キャンペーンの事務局はどこが運用しますか？

A 広告主様（あるいは広告代理店様）側にて運用をお願いしております。

Q キャンペーンのスケジュールを教えてください。

A おおまかな流れについては当媒体資料をご確認ください。

Q キャンペーンの実施期間を教えてください。

A キャンペーンの実施期間は最大7日間までとなります。土/日/祝日の開始は不可となります。

Q LINEアプリ、OSの対応環境について知りたいです。

A LINEアプリは最新バージョンでご利用ください。OS環境はヘルプセンターよりご確認ください。
フィーチャーフォンおよびタブレット、その他のOSには対応しておりません。

FAQ (2)

キャンペーンについて

Q 景品を変更することは可能ですか？

A 企画審査後の景品変更は原則不可となります。

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 本キャンペーンの実施に必要なアカウント種別を教えてください。

A 認証済みかつ、Messaging APIが実装されているLINE公式アカウントのみ実施可能です。また認証プロバイダーであることが必須です。

FAQ (3)

基本費用に含まれる内容について

Q uid提供（後追いプロモーション）を利用するには何が必要ですか？

A LINE公式アカウント（Messaging APIに対応）をご用意ください。

Q 友だち追加を利用するには何が必要ですか？

A LINE公式アカウントをご用意ください（認証済みアカウントのみ）。
友だちを追加出来る対象のLINE公式アカウントは1つのみです。

入稿について

Q 入稿物について教えてください。

A 入稿シートに沿ってご入稿ください。

Q キャンペーン概要ページ内で外部リンクに飛ばすことはできますか？

A 原則としてはできません。どうしても必要な場合、弊社営業にご相談ください。
（抽選訴求キャンペーンへの誘導は不可となります）

Q キャンペーン期間直前、期間中の差替えはできますか？

A 不可となります。

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。

The screenshot shows the LINEヤフー for Business website. The header includes the logo, navigation links (サービス, 事例, イベント・セミナー, コラム, 資料ダウンロード, お知らせ, ご利用中のお客様へ), and utility buttons (ログイン, アカウント開設, お問い合わせ, メニュー). The main content area is titled 'お問い合わせ' and features two columns of service-related inquiries. The right column, 'LINEサービスに関するお問い合わせ', is highlighted with a blue border and a blue circle. Below the main content, there are two boxes for existing users: '既にYahoo!広告のサービスをご利用のお客様' and '既にLINE公式アカウントやLINE広告などのサービスをご利用のお客様'. Each box contains a 'ご利用中サービスのお問い合わせ' button and a link to 'よくあるご質問はこちら'.

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