

LINEで応募

# オープンキャンペーン（抽選型） 媒体資料

LINEヤフー株式会社

2026年4月～2026年9月期版（2026/02/25更新）

LINEヤフー

# LINEオープンキャンペーン（抽選型とは）

LINEユーザーがアンケート回答またはビデオ視聴をおこなうと、抽選で景品が当たるメニューです。  
商品やブランドの認知拡大を図りつつ、ユーザー体験に特別感を持たせることでブランド醸成・ファン獲得に寄与します。

※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。  
また認証プロバイダーであることが必須となります。



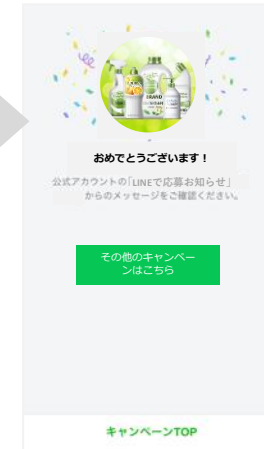
LINE内の媒体面、  
LINE公式アカウントなどから告知



キャンペーンページで  
応募



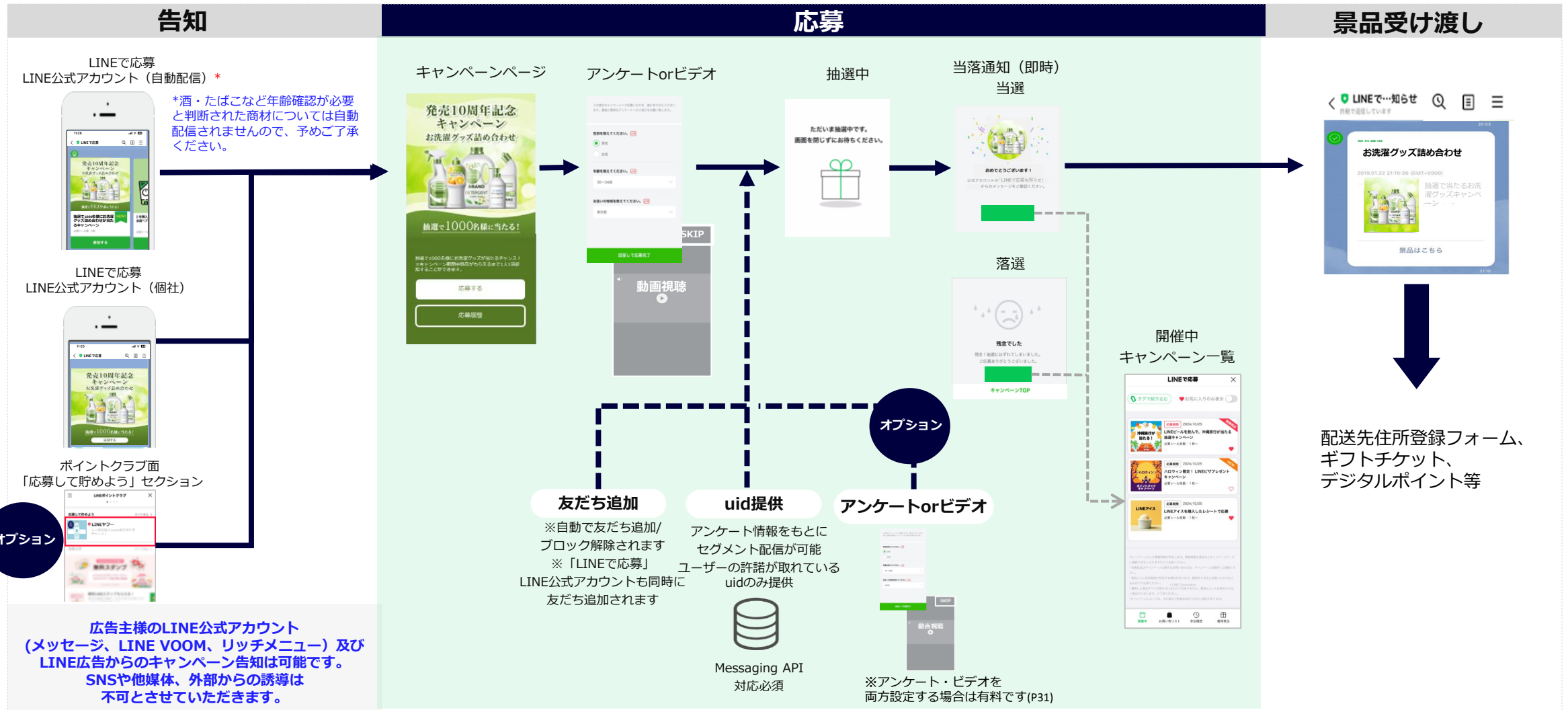
アンケート回答  
or  
ビデオ視聴



抽選で景品を進呈  
※景品は商品詰め合わせやデジタルギフトなどの設定が可能です。  
(p4-5)

※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。  
 ※当選数として設定される景品在庫の全量付与は保証しておりません。あらかじめご了承ください。

# 景品内容について

ユーザーへ付与する景品は、デジタルポイントや商品詰め合わせ、ギフトチケット等の設定も可能です。

## 景品として利用OK

- 広告主企業様お取り扱いの商品
- 広告主企業様作成のオリジナルグッズ
- 第三者の提供する商品、ギフトチケット、デジタルポイント
- **広告主自社商品以外**の店頭割引クーポン・無料引換券、 など

## 景品として利用NG

- [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景品  
※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。
- 小売店舗で利用する、広告主自社商品の割引クーポンや無料引換券（デジタル/紙等媒体限らず）  
※対象となる小売企業の詳細については別途お問い合わせください。
- 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。

※景品コース設定はできません。（A賞B賞等ユーザーに選択させるもの）

※商品やオリジナルグッズを景品とされる場合は、広告主様にて配送先登録フォームをご用意の上当選者へ配送をおこなっていただく必要がございます。  
（店頭等での受け取り・引換指定はできません。なお弊社での景品購入、保存管理、発送業務はおこなっておりませんのでご了承ください。）

※景品獲得ページとなる専用のユニークURLをご用意いただきます。**不正防止の観点で、共通URLの設定はできませんのでご了承ください。**

# 景品内容について（補足）

景品として利用OK	イメージ
<p>広告主企業様お取り扱いの商品                      広告主企業様作成のオリジナルグッズ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告主様の自社製品および作成されたオリジナルグッズなどの配送型景品</li> <li>・ 広告主オンラインショップ、自社運営自販機などで利用できる、自社商品の無料引換チケットや割引クーポン など</li> </ul>
<p>第三者の提供する商品、ギフトチケット、デジタルポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告主様ではない第三者が提供する商品の配送型景品</li> <li>・ デジタルギフトサービスが提供する配送ギフト</li> <li>・ デジタルギフトサービスが提供する広告主自社商品以外の店頭引換ギフトチケット</li> <li>・ ポイント発行事業者が提供するデジタルポイント など</li> </ul>
<p>広告主自社商品以外の店頭割引クーポン・無料引換券</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通信サービスA社が広告主として、コンビニエンスストアB社で利用・引換が可能なメーカーC社商品のクーポンや無料引換券</li> <li>・ 不動産メーカーD社が広告主として、ドラッグストアE社で利用・引換が可能なメーカーF社商品のクーポンや無料引換券 など</li> </ul>
景品として利用NG	イメージ
<p>小売店舗で利用する、広告主自社商品の割引クーポンや無料引換券</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告主が食品メーカーA社で、コンビニエンスストアB社で利用できる、A社自社商品のクーポンや無料引換券</li> <li>・ 広告主が飲料メーカーC社がで、スーパーD社で利用できる、C社自社商品のクーポンや無料引換券</li> <li>・ 広告主が製菓メーカーE社で、ドラッグストアF社で利用できる、E社自社商品のクーポンや無料引換券 など</li> </ul>

# 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
景品内容	広告主企業様お取り扱いの商品・オリジナルグッズ、第三者商品、ギフトチケット、 <u>広告主自社商品以外</u> の店頭割引クーポン・無料引換券、デジタルポイントなど ※詳細は前頁参照
景品設定数	最大3点まで ※ユーザーによる景品選択は <b>不可（最大3景品のいずれかで当落が出る仕組み）</b>
当選人数	全景品の合計で1,000件以上100,000件以下 (例：景品A1件、景品B10件、景品C990件 合計1,001件)
一人当たりのポイント配布数 ※デジタルポイントを景品とする場合のみ	20ポイント以上10万ポイント以下
入稿規定	<ul style="list-style-type: none"><li>インセンティブ画像のご用意をお願いします。</li><li>インセンティブ獲得ページについて、<b>ユニークURL</b>（CSV）にて共有をお願いします。 詳細は別途入稿シートをご参照ください。</li></ul> ※ユニークURLは当選人数分+10件（弊社テスト用）2つ分のcsvファイルをzipにまとめてご納品ください。 ※不正防止の観点で、共通URLの設定はできませんのでご了承ください。 ※弊社での景品購入、保存管理、発送業務はおこなっておりません。

※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。

※当選数として設定される景品在庫の全量付与は保証しておりません。あらかじめご了承ください。

# 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/campaign）
    - 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/campaign）
    - 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、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) ※ビデオ視聴といずれか一つまで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

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です。※アンケート回答といずれか一つまで基本費用内で実施いただけます

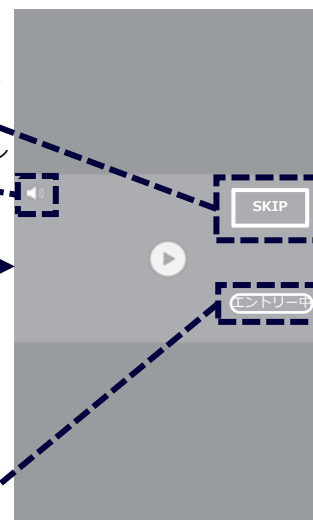
## キャンペーン応募時



## 動画再生

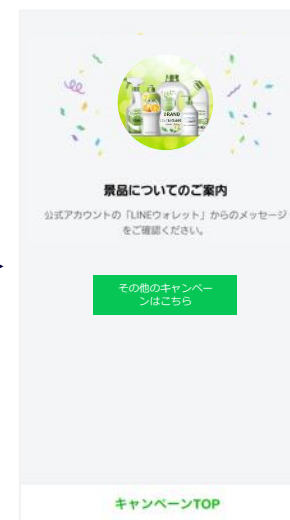
6秒以上で  
SKIPボタン表示

音声ON/OFFボタン



「エンタリー中」表記

## 応募受付画面



※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。

## 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

- ※動画素材は完パッケージでの入稿になります。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。



※画面は掲載イメージです

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

## 注意事項

- キャンペーンの商品が以下の場合は原則活用不可とさせていただきます。  
※詳細はお問い合わせください
  - 共通ポイント事業者様のデジタルポイント
  - 各種ペイメントサービスの残高等
- オプション適用には審査が伴います。  
上記条件以外の場合でも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  
**3,600万人**  
以上  
\*2026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



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

※画像、遷移先LP等は[LINEで応募審査ガイドライン](#)に則し作成をお願いします。

※「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。 ※ゴールデンウィーク、年末年始などの休業期間中はダウンロード可能日程が変更になる場合があります。 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"><li>・配信数</li><li>・開封数</li><li>・クリックユーザー数</li></ul>

※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

<b>企業・商材審査</b> <input type="button" value="承認"/>	<input type="button" value="確認"/> <input type="button" value="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	
<b>仮押さえ</b> <input type="button" value="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	
<b>発注</b> <input type="button" value="発注受領"/>	締切：2023/10/31 17:00:00 <input type="button" value="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	
<b>入稿</b> <input type="button" value="入稿完了"/>	締切：2023/11/01 17:00:00 <input type="button" value="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	
<b>クリエイティブ審査</b> <input type="button" value="未入稿"/>	<input type="button" value="入稿"/>
LINEポイントの新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	
<b>レポート</b> <input type="button" value="DL可能"/>	<input type="button" value="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

2023年4月から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AMILY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。

※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。

※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（アンケート型・抽選型）
- 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・オーディエンス配信）
- 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・オーディエンス配信）

※LINEオープンキャンペーンアンケート型（ミニマムプラン）は適用外

※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】

平日（LINEヤフー社営業日）開始のみ可・土日祝日不可

**毎月：上限20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

## 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

### ■ 枠おさえの優先順位について

LBPM上の枠おさえで先着順

(自動解放が発生した場合はお知らせメールを受け取れる仕様)

### ■ 枠おさえ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(抽選型)については、枠おさえ日の翌営業日から数えて**4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。

条件を満たしたキャンペーンは配信対象としてカルーセル配信に掲載できる可能性があります。

「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>

- 自動メッセージ配信のタイミングで応募期間中になっているキャンペーン
- 「年齢確認なしの商材」または「LINEの[みなし属性]を元にした年齢出しわけ機能（任意設定）により、訴求商材の対象年齢ユーザーへの年齢セグメントが指定された商材」案件  
※指定可能なセグメント：20歳以上  
※「年齢確認ありの商材」に加え、訴求商材の対象年齢ユーザーへのセグメント指定が不可の場合は掲載できません。  
※タバコ商材やその他LINEヤフー社が一定のレーティングが必要とみなす商材においては掲載は不可になります。

## <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」 LINE公式アカウント開催中キャンペーン一覧

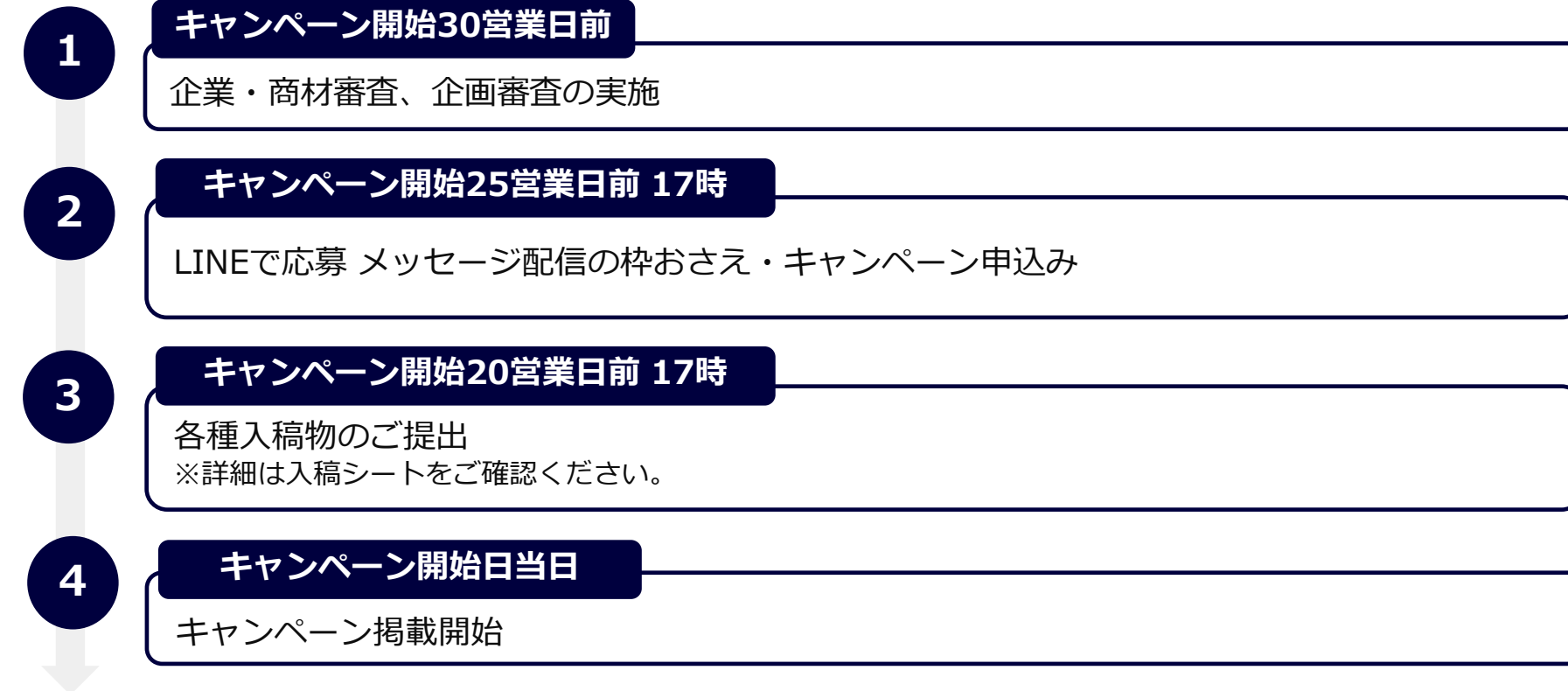
LINEで応募のユーザーが、いつでも開催中キャンペーンを見つけることができます。



- ※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。掲載をお約束するものではありません。また、リッチメニューから一覧への導線及び、一覧上のキャンペーン情報は予告なく取り下げる場合がございます。予めご了承ください。
- ※「年齢確認なしの商材」または、「LINEの[みなし属性]を元にした年齢出しわけ機能（任意設定）により、訴求商材の対象年齢ユーザーへの年齢セグメントが指定された商材」案件の場合のみ、掲載される可能性があります。（指定可能なセグメント：20歳以上）
- ※「年齢確認ありの商材」に加え、訴求商材の対象年齢ユーザーへのセグメント指定が不可の場合は掲載できません。
- ※タバコ商材やその他LINEヤフー社が一定のレーティングが必要とみなす商材においては掲載は不可になります。
- ※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。また、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ので予めご了承ください。
- ※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へは、開催中キャンペーン一覧から流入した場合 `utm_source= line`、`utm_medium=social`、`utm_campaign=enterable`が該当します。
- ※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場合がございます。

# 実施の流れ（キャンペーン全体）

LINEオープンキャンペーン（抽選型）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25営業日前）を過ぎてのキャンセルの場合は、最低発注金額900万円をキャンセル費として請求いたします。詳細はP.32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けます。

※キャンペーン開始前の遷移図の事前提供は終了いたしました。何卒ご了承ください。

※「LINEポイントオートチャージ」の提供は終了いたしました。何卒ご了承ください。

# 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 \*

Sample

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（抽選型）」を選択してください。

商材名欄にはキャンペーン内で訴求する商材をすべて記載してください。  
例) 商材A,B,Cを景品として設定し、かつキャンペーン内でも訴求する場合

商材URLにはキャンペーンで訴求する商材に関するURLを1つだけ記載してください。  
訴求対象の商材が複数ある場合は備考欄に残りの各対象URLを記載してください。

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。

## キャンペーンで訴求する商材が複数ある場合※の申請方法

※商材A,B,Cを景品として設定し、かつキャンペーン内でも訴求する場合等

- 商材名欄には訴求対象の商材名をすべて記載してください
- 商材URLには一つのみ記載いただき、残りの対象商材URLは備考欄に記載してください

※画像はイメージです。 別途、最新のLBPMをご確認ください。

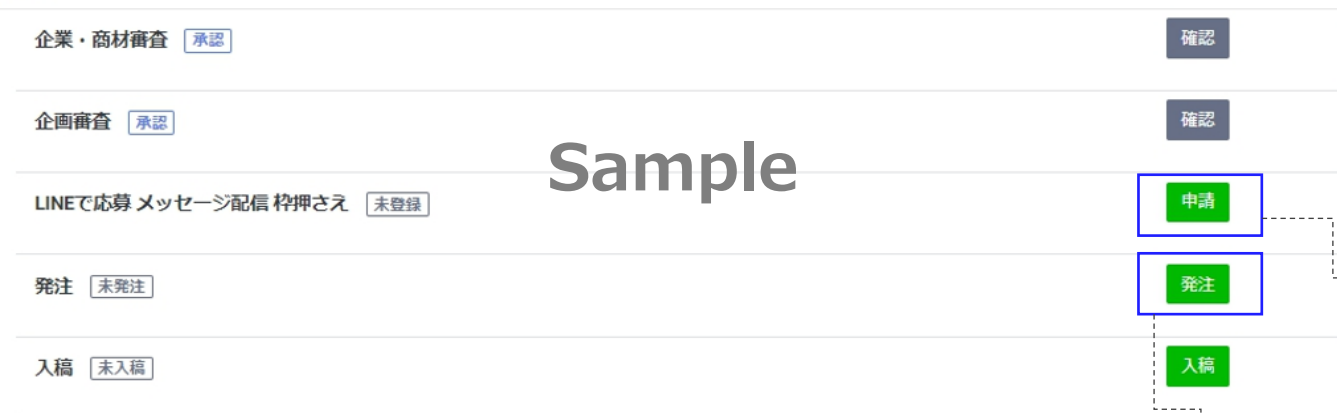
要開始  
25営業日前17時  
発注

# LINEで応募 メッセージ配信枠おさえ/申込み

「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

※枠を仮押さえいただいた翌4営業日後の17時までには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。

# 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  
20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20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、**キャンペーン開始日を変更いただくこととなります**のでご注意ください。



**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。

# 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	※景品にかかる費用は含みません	一式	2026年9月末までに掲載開始案件のみ対象	900万円

## 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
アンケートまたは動画	キャンペーン応募前のアンケート入力 または動画視聴 ※いずれか1つまで基本費用に含まれます。両方実施希望の場合は別途オプション費用が発生します。（次ページ参照）
「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8日間 平日（LINEヤフー社営業日）開始のみ可・土日祝日不可。※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。 また、当選数として設定される景品在庫の全量付与は保証しておりません。あらかじめご了承ください。

- ご注意** ※掲載期間が8日間を超える日程でのご実施は原則として受け付けておりません。  
※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以下の通りです。
- ・ 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

# 実施費用 オプション

## オプション

項目	補足	数量	単価	価格（税別）
アンケート・ビデオ両方実施	応募直後～応募完了時にアンケート回答取得および強制視聴でビデオを再生 ※いずれか1つのみ実施の場合は基本費用に含まれます	一式	2026年9月末までに掲載開始案件のみ対象	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	2026年9月末までに掲載開始案件のみ対象	300万円

**ご注意** ※「LINEポイントオートチャージ」の提供は終了いたしました。何卒ご了承ください。

# 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ひ申し上げます。

- ・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（キャンペーン開始25営業日前）後のキャンセルの場合は、最低発注金額900万円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(p32)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

## 対象プロダクト

LINEプロモーションスタンプ\*、LINEプロモーション絵文字、LINEで応募 メッセージ配信、LINEパートナーパッケージ\*、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（抽選型）、LINEポイントメッセージ、LINEポイントスタンプセクション、LINEポイント絵文字セクション、LINEチラシ メッセージ

※LINEプロモーションスタンプ、LINEプロモーション絵文字について、制作費とエントリーに関しては別途キャンセル規定がございますので、担当までご確認ください。

※LINEパートナーパッケージについて、日程変更に関してはキャンセル規定の適用外となります。詳細はTechnology Partnerまでご確認ください。

※媒体資料記載のプロダクトについて抜粋しております。記載のないプロダクトについては個別媒体資料ないしは担当までご確認ください。

# 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、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（メッセージ、LINE VOOM、リッチメニュー）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8日間までとなります。平日（LINEヤフー社営業日）開始のみ可・土日祝日不可となります。

**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。

**Q** 設定された景品在庫（当選数）は最終日まで残存しますか？

**A** 掲載期間の最終日まで景品在庫が残存することは保証しておりません。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。

**Q** 設定された景品在庫（当選数）は掲載期間中に全て付与されますか？

**A** 当選数として設定される景品在庫の全量付与は保証しておりません。あらかじめご了承ください。

**Q** ユーザーからお問い合わせが入った場合はどう対処したらよいですか？

**A** 基本的には広告主様（あるいは広告代理店様）にて運営されるキャンペーン事務局にてご対応くださいませ。但し以下問い合わせ例のようにキャンペーン事務局ではどうしても解決できない事象に限り、問い合わせ窓口（<https://lin.ee/3iXBg4W/btdv/10002623/ja-jp/>）へ誘導頂くことは可能です。

【お問い合わせ 例】

応募をしたらエラーになって結果が表示されない/応募したが景品獲得メッセージが届かない/キャンペーンページにアクセスできない/景品獲得後、LINEをアンインストールし、再インストールしても問題が解決されない など

# 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）。  
友だちを追加出来る対象のアカウントは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 'お問い合わせ' (Contact Us) page on the LINEヤフー for Business website. The page is divided into two main columns. The left column is titled 'Yahoo!広告に関するお問い合わせ' (Contact Us for Yahoo! Ads) and features a prominent orange button for '新規サービス導入のお問い合わせ' (New Service Introduction Inquiry). The right column is titled 'LINEサービスに関するお問い合わせ' (Contact Us for LINE Services) and features a similar orange button. A blue box highlights this button, with a blue line pointing from the text on the right to it. Below the buttons, there are sections for 'ご利用中サービスのお問い合わせ' (Inquiry for Existing Services) for both Yahoo! Ads and LINE services. The top navigation bar includes 'ログイン' (Login), 'アカウント開設' (Account Setup), and 'お問い合わせ' (Contact Us) buttons, along with a search icon and a menu icon.

## 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**