

700万人の声が集まる
スマホ時代のスタンダードリサーチ

LINEリサーチ

2026.10

LINEヤフー



目次

- 01 リサーチの課題**
- 02 LINEリサーチとは**
- 03 LINEリサーチのモニター品質**
- 04 企業事例**
- 05 プランと料金**
- 06 ご利用にあたって**

リサーチの課題

こんなお悩みありませんか？



① 必要サンプルが集まらない

狙った属性（例：若年層・特定地域・ニッチ層）で**回収が伸びず、目標数に届かないまま集計**。調査結果が根拠として弱くなってしまう。



② 不適切回答が気になる

ポイント目当てなのか、回答が極端に短い、設問と整合しない、同じ選択肢に偏るなど、**不適切な回答が多く「有効回答」が減る**。



③ 調査結果と実態にズレがある

現場感覚や既存データと比べて数値が大きく異なり「どこまで信用してよいか」**不安が残る**。調査結果をそのまま施策や投資判断に使いにくい。

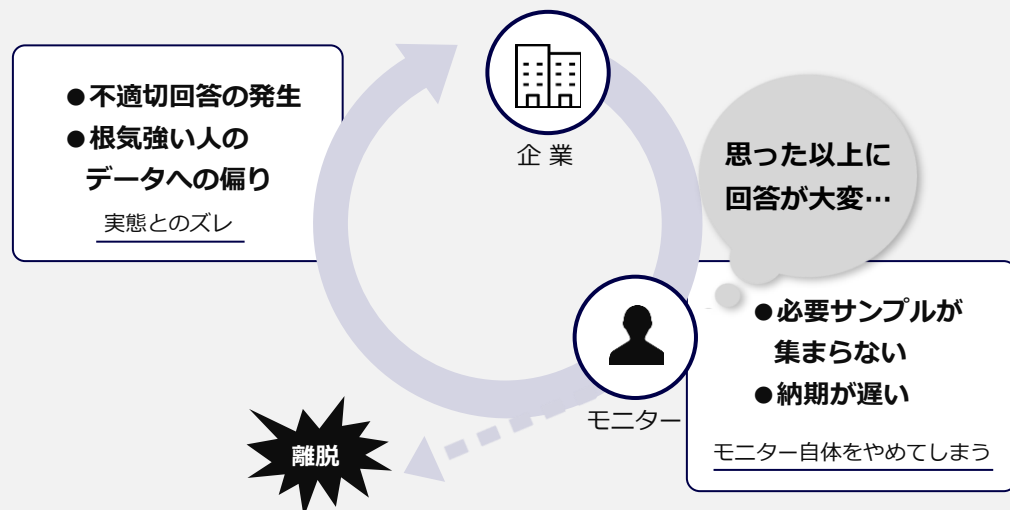


④ 納期が遅くて困っている

モニターが不足している、アンケート依頼メールへの反応が鈍い。これらにより実査期間が長くなり、報告に間に合わない。

「たくさん聞きたい企業」と「モニター（一般生活者）」のミスマッチ

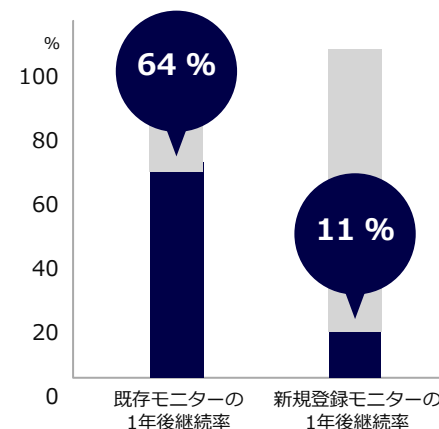
検証したいことが多く設問数が増加



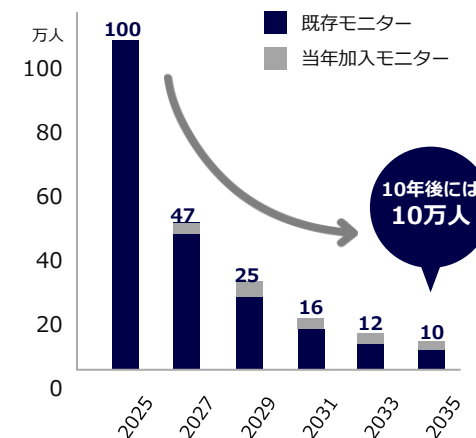
PCとは違い、スマートフォンではモニターは「スキマ時間」にアンケートを回答します。デバイスの変化により、**企業の検証ニーズの強さとモニターのミスマッチが拡大**。その結果としてリサーチの課題が顕在化しています。

LINEやフーは、リサーチプラットフォーム運営者が、企業とモニターのバランスをとるべきだと考えています。

調査会社のモニター継続率



アクティブモニターの将来推計 (毎年30万人を募集したとき)



引用 | 日本マーケティングリサーチ協会 「調査の未来を守るために インターネット調査サステナブル宣言2025に向けて」

日本マーケティングリサーチ協会の調査によると、10年後にはアクティブモニターが10分の1になるという見解も公表されています。回答者が減るほど、**調査の結果は“答え続ける一部の層”に寄りやすく**、企業側としては投資判断や施策評価を誤るリスクにつながります。

だからこそ、リサーチを実施するうえでは**母数を維持できる設計と、モニターの負荷を増やさない運用が重要**なのです。

「リサーチの課題」と「LINEリサーチによる解決」



LINEリサーチとは

国内最大級規模のスマートフォンリサーチプラットフォーム

アンケート

普段お使いのLINEに通知が届き、そのままLINEで回答可能
ユーザーに気づかれやすく、答えてもらいやすい設計です



インタビュー

1対1から複数名まで形式を選べるインタビュー調査
属性や事前アンケートで対象者を選定。
数値だけではわからない理由や背景まで立体的に把握できます

グループインタビュー

オフライン対応



複数名の対象者が参加して、
司会が進行しながら行う座談会
形式インタビュー

デプスインタビュー

オフライン対応

オンライン対応



インタビュアーと対象者が1対1
で行うインタビュー

国内最大級規模のスマートフォンリサーチプラットフォーム

日常的に利用している“LINE上”で調査を実施するからこそ、モニターの「サンプルの数」「属性の網羅性」「回収の早さ」を安定的に担保し続けています。

アンケート会員登録者数



約**743**万人

(2026年9月15日時点)

回収実績

全年代 **652,200** サンプル

年齢	回収実績
13～19歳	68,100
20～29歳	78,700
30～39歳	90,100

年齢	回収実績
40～49歳	144,100
50～59歳	170,200
60歳～	101,000

10代 **68,100** サンプル

年齢	回収実績
13歳	4,200
14歳	7,100
15歳	8,700
16歳	11,300
17歳	13,700
18歳	12,900
19歳	10,200

20代 **78,700** サンプル

年齢	回収実績	年齢	回収実績
20歳	9,300	26歳	7,300
21歳	8,000	27歳	7,800
22歳	7,900	28歳	8,100
23歳	7,300	29歳	8,000
24歳	8,300	30歳	9,300
25歳	6,700		

(2024年12月時点)

会員登録の流れ

LINEアプリ上で
モニター募集



LINE公式アカウント
「LINEアンケート」
でモニター登録



登録属性

性別・年齢・職業
居住地・婚姻状況
LINE利用機器
子供の有無（任意）

LINEリサーチ 設問形式（定量調査）

LINEリサーチでは、回答負荷が少なく調査できるように、設問形式を8種類にさせていただいております。

設計可能な設問タイプ8種

Quickアンケート対応

SA（ラジオボタン）

☒ 選択肢A

☐ その他

※画像つき選択肢も使用可

MA（チェックボックス）

☒ 選択肢A

☐ 具体的にお書きください

※画像つき選択肢も使用可

テキストFA（長文）

ご自由に入力してください

テキストFA（短文）※

必須回答

任意回答

任意回答

Quickアンケート非対応

写真提出



写真アップロード

ご自由に入力してください

SA（プルダウン）

☒ 選択肢A

^ v

選択肢A

選択肢B

NEW!

テキスト回答（数量）

月のお小遣い

金額入力

円

SAマトリクス

項目A

選択肢A

選択肢B

選択肢C

※SA = Single Answer, MA = Multi Answer, FA = Free Answer

※写真調査は本調査でのみ実施可。最大回収数は1000サンプル。

※マトリクスは設計はSAのみ対応可能

※テキストFA（短文）はライトコースでは3つまで

LINEリサーチのモニター品質

(他社ネットリサーチモニターとの比較)

【モニター比較調査の概要】

調査手法：インターネット調査

調査パネル：LINEリサーチモニター・他社モニター

調査対象者：全国15歳～59歳の男女

サンプル数：各社1,000サンプル

調査実施時期：2025年8月

※性年代での均等回収割付の上、国勢調査に合わせてウェイトバック集計

モニターの性質・サービスポリシーが調査結果に及ぼす影響

モニターの構成や回答ルール次第で、結果は実態からズレたり、特定層の声に引っぱられることがあります。

調査を実施するうえでは設問の設計だけでなく、そもそものモニターの性質・サービスポリシーの影響も確認が必要です。

▶ここではLINEリサーチの品質・特徴を表す、他社ネットリサーチで全く同じ調査を実施した結果を4つご紹介します。

01 モニター登録状況・アンケート回答頻度

Q22 必須

いま、回答されているこのアンケートサービス以外に、モニター(会員)登録しているアンケートサービスはありますか？ある方は、登録しているサービス数を教えてください。

ひとつだけ

☐ 1つ

☐ 2つ

Q23 必須

どのくらいの頻度でアンケートに回答していますか？

ひとつだけ

☐ ほぼ毎日

02 未婚率・同居家族

Q4 必須

あなたの婚姻状況を教えてください。

ひとつだけ

☐ 未婚 (結婚したことがない)

☐ 既婚 (結婚している)

Q2 必須

いま、あなたがいっしょに住んでいる方はいますか？

いくつでも

☐ 配偶者(妻・夫)

☐ あなたの親

☐ あなたの兄弟姉妹

03 自由記述

Q17 必須

さいきんあなたが熱中していることや、ハマっていることは？熱中している(ハマっている)度合いもわかるように、できるだけ具体的にお答えください。

ご自由に入力してください

04 企業認知度

Q8 必須

このなかであなたが知っている企業/ブランドはありますか？

いくつでも

※「名前を見聞きしたことがある」くらいのもも含めてお答えください。

☐ ニチレイ

☐ 味の素

☐ マルハニチロ

☐ ニッスイ(日本水産)

☐ テーブルマーク

☐ ハウス食品

☐ 永谷園

回答が一部の生活者に偏らない

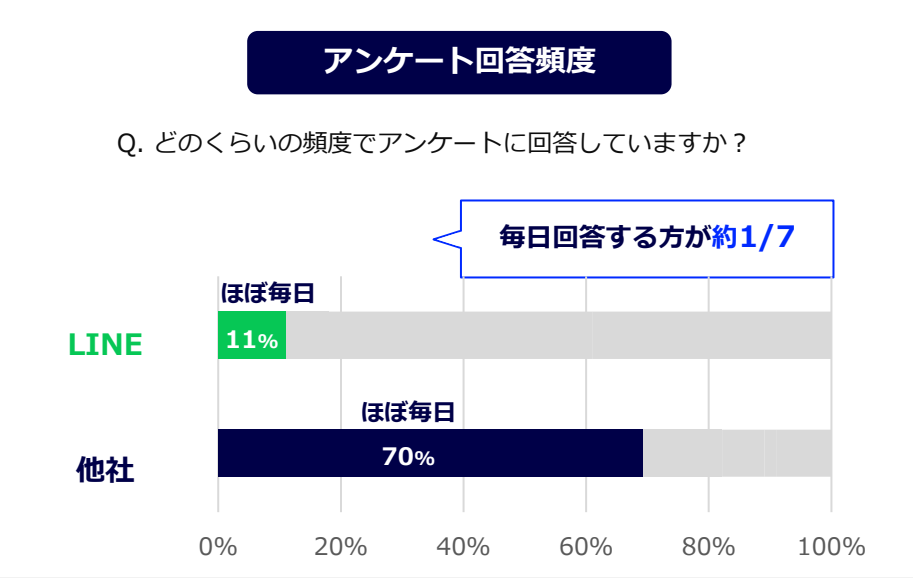
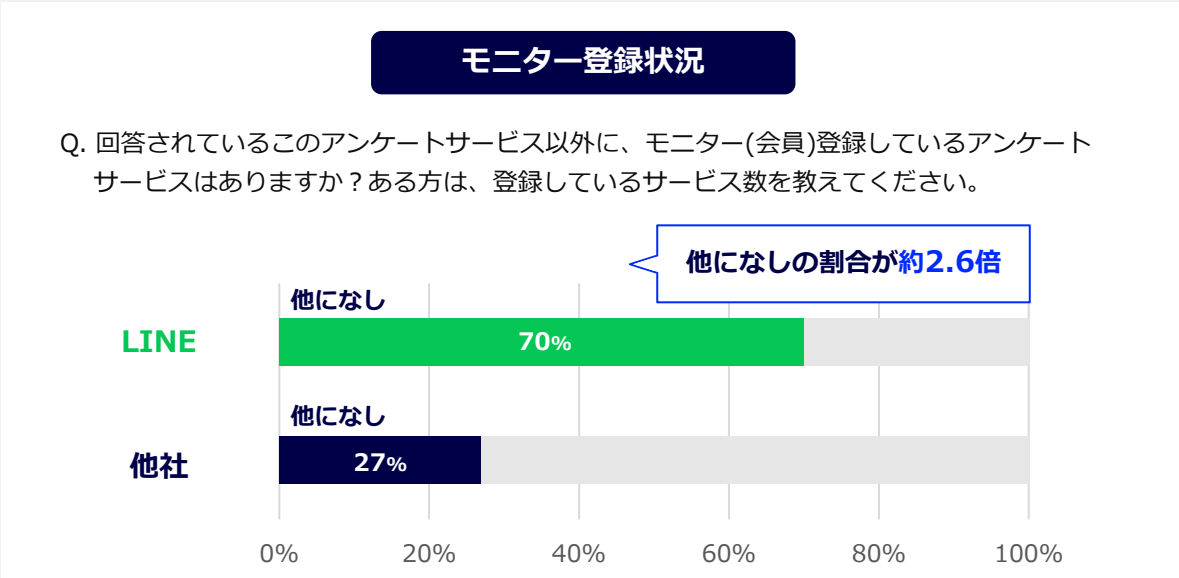
01 | アンケートに慣れすぎているモニター

LINEリサーチのモニターは、他社アンケート未登録者が約70%と多く、毎日回答するヘビーユーザーも少ない構成です。そのため、一部の回答習慣の強い層に結果が引きずられずに自然な回答が集まりやすく、“使える有効回答”を安定して得やすい点が特長です

モニター登録状況・アンケート回答頻度【比較調査】

他社：メールで通知が届き、PCやスマホで回答する従来型のアンケートサービス

- LINEリサーチは他のアンケートサービスに登録していないモニターが70%で、他社の約2.6倍の割合
- 毎日回答する人の比率も低いため、アンケート慣れによるバイアスを避け、より自然で生活者実態に近い回答が取得可能



調査実施時期：2025年8月実施 | 調査対象：日本全国の15歳～59歳の男女 | 有効回収数：各パネル1,000サンプル | ※性年代での均等回収割合の上、国勢調査に合わせウェイトバック集計を実施

02 | 実態に近い属性を持つモニター

LINEリサーチのモニターは、未婚率が国勢調査に近く、属性バランスの偏りが小さいことが特長です。

婚姻状況の偏りが小さいことから、**LINEリサーチモニターの家族構成や購買行動は、日本全体の実態に近い性質を持つ**と考えられます。

デモグラフィック【比較調査】

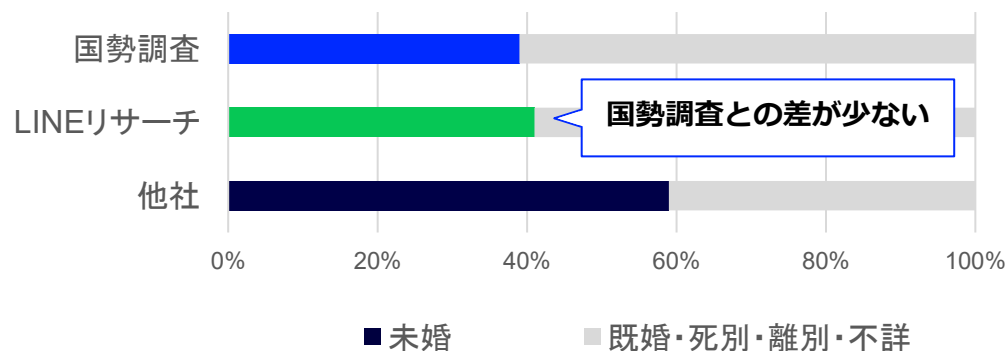
他社：メールで通知が届き、PCやスマホで回答する従来型のアンケートサービス

- 未婚率を比較すると、LINEリサーチモニターは**国勢調査との差が小さい**傾向
- 未婚率に偏りがあると同居家族のような基本属性だけでなく、検証したい項目や要素にも影響が及ぶ可能性があるため、より自然で生活者実態に近いモニターであることが重要

未婚率の表現別案

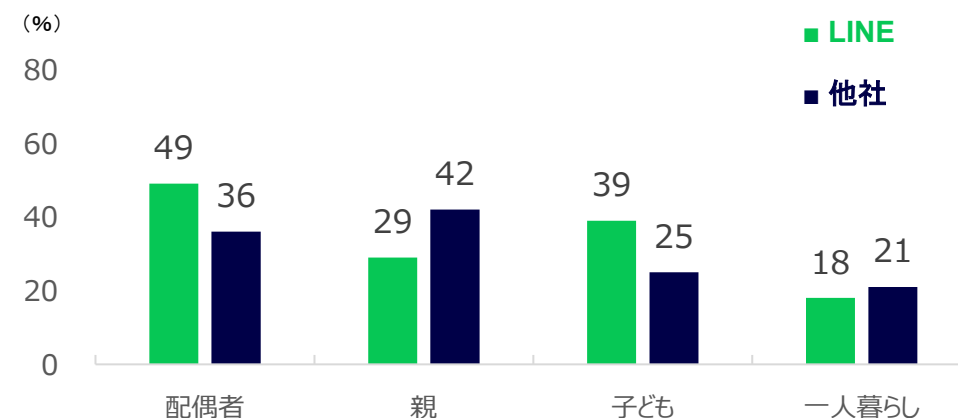
Q. あなたの婚姻状況を教えてください

婚姻状況



同居家族

Q. 今あなたが一緒に住んでいる方はいますか？



調査実施時期：2025年8月実施 | 調査対象：日本全国の15歳～59歳の男女 | 有効回収数：各パネル1,000サンプル | ※性年代での均等回収割付の上、国勢調査に合わせウェイトバック集計を実施

03 | 記述式の設問にも丁寧に回答するモニター

自由記述設問に対して「特にない」と答える割合が低く、LINEリサーチでは具体的なコメントが集まりやすい傾向があります。
入力文字数も他社より多く、モニターが内容をしっかり考えて回答していることから、有益な示唆を得やすい点が特長です。

自由記述回答品質【比較調査】

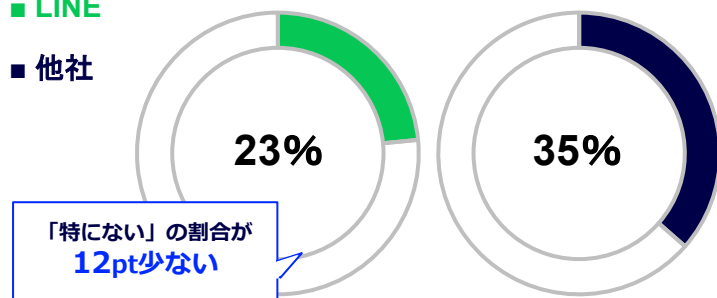
他社：メールで通知が届き、PCやスマホで回答する従来型のアンケートサービス

- 自由記述の設問に対して「特にない」と回答する割合がLINEリサーチでは低く、より具体的で有益な意見を得やすい傾向
- また、入力文字数もLINEリサーチの方が多く、モニターがしっかりと考えて回答していることがうかがえる

Q. 最近あなたが熱中していることや、ハマっていることは？熱中している(ハマっている)度合いもわかるように、できるだけ具体的にお答えください。

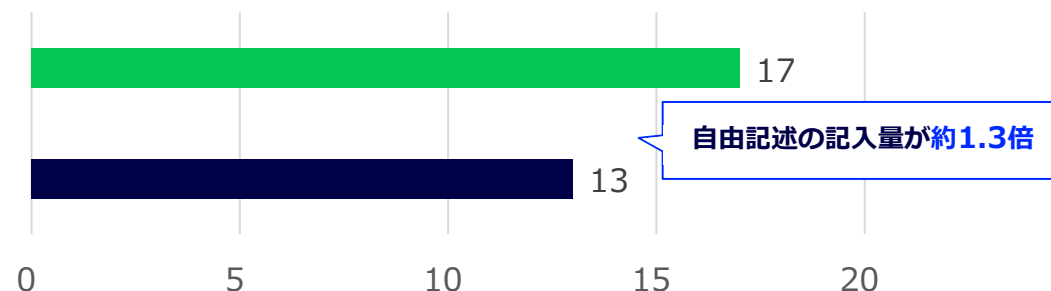
「特にない」回答記入率

■ LINE
■ 他社



入力文字数

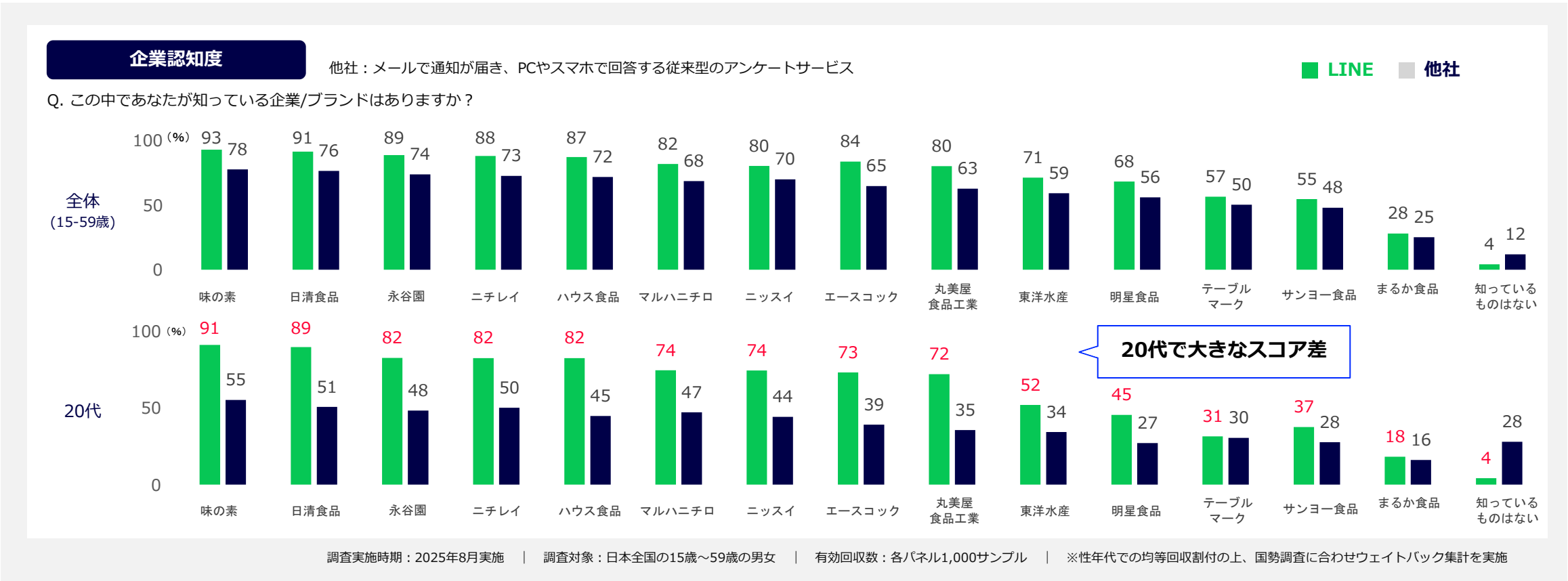
LINE
他社



調査実施時期：2025年8月実施 | 調査対象：日本全国の15歳～59歳の男女 | 有効回収数：各パネル1,000サンプル | ※性年代での均等回収割付の上、国勢調査に合わせウェイトバック集計を実施

04 | より世間の感覚に近い認知度感覚を持つモニター

食品メーカーの認知度設問では、回答全体において認知度の差がありました。特に20代では40pt近い顕著な差を確認しました。どちらが肌感覚に近いと感じられますでしょうか？スコアが異なれば、意思決定も変わります。特に若年層を主要ターゲットとする調査では、LINEリサーチには回答の量・質の両面で優位性があり、**マーケティング判断の精度向上に大きく貢献**できると考えています。



量と質を守る、LINEリサーチの品質ポリシー



回答負荷が高い マトリクス設問不可

※SAのみかつ項目/選択肢制限あり

ユーザー目線でのスマホ回答時の作業負荷を抑え、途中離脱・雑回答を防ぎ、有効回答率を高める



聴取不可な 要配慮項目を設定

インタビューでは個人名を活用せずニックネームで呼ぶなど、モニターの心理的安全性を守り自然な回答・会話を得るための環境を整備



PR要素を含む 設問不可

モニターを“広告接触済みユーザー”に変質させず、一般生活者に近い態度・行動を測定する

こうした品質ポリシーにより、モニターの生活や心理に無理な負担をかけることなく、
“量”と“質”の両面で、意思決定に使えるリサーチデータを安定的にご提供
できる設計になっています

その他制約事項

- スクリーニング設問数15問まで、かつ対象者条件に関連しない設問は2問まで
- 本調査設問数30問まで、全体の設問数の中での自由回答形式の設問数、マトリクス設問数に上限あり
- LINEに関連したサービスに対して一部聴取制限あり

企業事例



「サントリー食品インターナショナル株式会社」様の事例

若年層ターゲットについての理解が大幅向上

利用コース

サポートコース

利用サービス

Proインタビュー（デプスインタビュー）

課題・導入の経緯

メインターゲットが高校生・大学生などZ世代だが、従来のネットリサーチではモニターが不足。

集めた回答もいわゆる“調査慣れ”した層が多く、肌感覚とズレる場面があり、「本当に生活者の声を取れているのか」という悩みを抱えていた。

活用方法

Z世代を対象に、オンラインでのデプスインタビュー。清涼飲料の飲み方・買い方といった基礎行動に加え、趣味などのパーソナル情報、複数ブランドへのイメージなど、具体と抽象を織り交ぜて深掘り。

オフィシャルパートナーの日本インフォメーション社がリクルートや運営を迅速に支援し、スムーズな実査・回収を実現。

得られた結果・感想

“調査慣れ”していない、フレッシュな若年層から本音を聞き出せた。

10代・20代前半・20代後半と細かく区切ったリクルートにより、進学や就職といった環境変化に違いを把握。

若年層サンプルの豊富さと条件指定のしやすさにより、「今までにない発見の多い調査」になった。

事例記事はこちら





「株式会社NTTデータエービック」様の事例

1週間で全国9,400サンプル回収、“本音”を可視化

利用コース

サポートコース

利用サービス

Proアンケート

課題・導入の経緯

新NISA制度の生活者意識への影響を、全国規模かつ短期間で調査する必要があった。

従来のネットリサーチではモニターが固定化し、一般生活者の実態を反映していない可能性が課題。

国内でも普及率の高いLINEを使ったLINEリサーチの調査がもっともフィットすると考えた

活用方法

当社の主な顧客が地方銀行であるため県別の分析が必要。国勢調査の人口構成を参照し、47都道府県ごとに必要サンプル数を設定。LINEリサーチ上でスクリーニング約2.3万サンプル、本調査9,400サンプルを回収した。

オフィシャルパートナーであるクロス・マーケティングと連携し、土日を含む約1週間で集計可能なデータを揃えました。

得られた結果・感想

最も驚いたのは、LINEを使っていることで、短期間で大規模サンプルを集められる機動力の高さです。

生活者の実感に近い調査ならLINEリサーチがベストだと思います。

クロス集計や%表など分析用フォーマットが整っており、そのまま活用できた点も大きなメリットでした。

事例記事はこちら



「株式会社明治アドエージェンシー」様の事例

Meiji Ad Agency 中高生などの10代の調査でブランド認知・共感を定量化

利用コース

サポートコース

利用サービス

Proアンケート

課題・導入の経緯

明治のアイスクリームブランドのティーン向け施策の効果検証にあたり、「中高生を中心とした10代」の調査を検討。

一般的なネットリサーチでは10代モニターが少なく、生活者実態を反映したデータが取りづらいことが課題。

中高生モニターが多く、他社モニター未登録の“フレッシュ”なパネルを持つ点を評価し、LINEリサーチを採用しました。

活用方法

ティーン向けマインドシェア獲得施策の効果検証として「サポートコース」を利用。LINEリサーチ認定パートナー調査会社と連携して、調査意図に沿って設問内容を作り込み。

ブランド認知やプロモーションの認知・共感度、さらにアイスクリームカテゴリにおける10代の嗜好・行動傾向を把握。十分なサンプル数を確保できたことで分析に耐えるデータとして活用可能に。

得られた結果・感想

中学生や高校生への調査もでき、LINEリサーチはティーンに強いと感じました。

LINEのプッシュ通知でアンケート配信でき、スマホで簡単に回答できるので、普段の感覚でしっかりとした回答をスピーディーに得られる。

未成年データに関する規約や運用がしっかりしており、プライバシー・安全面での信頼感がある。今後もティーン調査の際には継続利用を検討しています。

事例記事はこちら





「株式会社オープンハウス」様の事例

顧客解像度向上でマーケティング施策を強化

利用コース

ライトコース

利用サービス

Quickインタビュー

課題・導入の経緯

買取領域でコンテンツSEOを強化するにあたり、検索ユーザーのニーズを詳細化するなど、既存のペルソナを見直す必要がありました。

普段Webマーケティングを行う中で、お客様の声を直接聞く機会はなかなかありません。直接話を聞ける手段として、LINEリサーチのセルフ型ツール「Quickインタビュー」を採用しました。

活用方法

不動産売却経験者・検討者を対象にオンラインインタビューを実施。

事前準備として、仮説を立てた上で、それを基に質問設計。これは、私たちがターゲットとする顧客像や、自社の強みなどを整理し見直す良い機会となりました。

得られた結果・感想

価格や条件だけでなく、売却プロセスで感じる不安や悩みを解消してくれる企業が選ばれることが判明。多くの方がどのようにネットで情報収集をしているかがわかり、コンテンツSEOや自社サイトの重要性を改めて認識しました。

Quickインタビューは、ターゲット層と直接対話でき、サポート体制も含め「顧客解像度を高めるうえで非常に有用」だと感じられました。

事例記事はこちら





「甲斐市役所」様の事例

若年層から高齢層まで3日で2,000回答&900友だち追加を実現

利用コース

サポートコース

利用サービス

Proアンケート

課題・導入の経緯

スマートシティ化を掲げる甲斐市では、市民の声を「早く、多く、効率的に」集められる新しい仕組みを模索していました。

従来の郵送アンケートは準備・集計に時間と工数がかかることが課題でした。

そこで、LINEアプリがあれば誰でも回答できる「オープン型リサーチ」を採用しました。

活用方法

甲斐市LINE公式アカウントだけでなく、XやFacebookなど複数の公式SNSからアンケートURLを配信。

アンケート回答者には謝礼としてLINEポイントを進呈。

さらにアンケート回答者を自動で甲斐市LINE公式アカウントの友だちに追加する機能を組み合わせ、市民の声の収集とチャネルの拡大を同時に実現しました。

得られた結果・感想

わずか3日間で2,000件以上の回答と900人以上の友だち追加を獲得。コミュニケーションツールとして、幅広い世代のみなさんの生活に根差したLINEは、さまざまな年代の意見を聞くことができるサービス。

自動友だち追加、LINEポイント謝礼など、LINEリサーチならではの機能が「時代に即した市民アンケート」として有効だったと感じています。

事例記事はこちら





「学校法人駿河台学園」様の事例

想像以上の早さで集計完了、高校生ニーズのズレ特定で施策改善

利用コース

サポートコース

利用サービス

Proアンケート

課題・導入の経緯

入学案内パンフレットのリニューアルに向けて、高校生ニーズを改めて把握したいと思っていました。

選定基準の1つは、校舎がある都道府県の高校生の声を集められるかどうか。

自校と接点のない一般層の高校生の声を、全国・地域別や学年別など細かな粒度で回収・分析できることからLINEリサーチ（サポートコース）を採用しました。

活用方法

高校生を対象に、従来の認知度調査と比較できる設計にしつつ、近年強化している事業領域に関する設問を加えた「新しい切り口」で調査を実施。地域・学年・性別などの軸で分析できるように回収条件を整え、競合の見られ方も含めてセグメント別にデータを深掘りし、ニーズと自校イメージのズレを確認しました。

得られた結果・感想

サンプル回収が想像以上に早く、地域・学年・性別のバランスも良好で条件に合った回収ができた点が大きな評価点でした。

LINEリサーチ認定パートナー調査会社の対応も良く、報告会で丁寧な読み合わせを実施。高校生ニーズと自校の強みのギャップが明確になり、今後のプロモーション方針に活かせる示唆が得られました。

事例記事はこちら





「freee株式会社」様の事例

個人事業主という特殊カテゴリの定点調査で企画精度UP

利用コース

ライトコース・サポートコース

利用サービス

Quickアンケート・Proアンケート

課題・導入の経緯

各チームで単発調査はしていたものの、事業部として市場の変化を継続的に追う「定点調査」までは整備できていない状況。

個人事業主・フリーランスという出現率の低いカテゴリの実態を俯瞰で把握するため、LINEリサーチの利用を開始。前職での利用経験もあり、信頼感とスピード感を重視して導入しました。

活用方法

事業の定点調査として、認知度調査・利用者調査を定期的実施。競合比較も含めて推移を追い、“事業の健康診断”を実施。オフィシャルパートナーの調査設計支援も活用しました。

さらに、税制変更などニュースのニュースがあればセルフ型の「Quickアンケート」を活用して、スピーディに実態調査やコンセプト調査を実施しています。

得られた結果・感想

日常的に使うLINEだからこそ、調査パネルも偏りがなく、クイックに回答いただける肌感をもっています。出現率が低い「個人事業主」「フリーランス」でも、若年層～高齢層まで幅広くサンプルを確保できます。

Quickアンケートでは分析ツールが提供され、実査直後から多角的に分析できます。このスピード感は何事にも代え難いものです。

事例記事はこちら





山口県

「山口県」様の事例

自治体の政策検証にLINEリサーチのデータを活用

利用コース

ライトコース

利用サービス

Quickアンケート

課題・導入の経緯

県民の皆さまの声を把握するため、ウェブフォーム調査や郵送調査などを実施してきましたが、幅広い属性への対応、調査にかかる日数や費用面など、課題がありました。山口県では、人口減少の克服が最優先の課題です。少子化対策などの施策について「対象者に届いているか」「変化を実感しているか」を的確に把握したい。そこで「LINEリサーチ」を活用し、若年層や女性を対象とした実感度調査に取り組んでいます。

活用方法

庁内関係課の担当者が自らLINEリサーチで調査に取り組めるよう、担当者向けの説明会を開催。各担当課が調査テーマを設定し、「Quickアンケート」を用いてデータの収集や結果の分析を行いました。

前年度と同じ調査を定点実施しているものもあります。

得られた結果・感想

調査で得られた「県民の皆さまの実感や意見」をエビデンスとして、新たな施策の検討や取組の見直し・改善に繋がっています。

定点調査では、年度ごとの変化から成果と課題の双方を把握できました。

LINEは幅広い世代に利用されているツールであるため、一般の調査ではアプローチが難しい学生や若年層といった特定のターゲットでも、必要な回答数を短期間で回収できる点が大きな強みだと思います。

事例記事はこちら



プランと料金

LINEリサーチ サービスラインナップ

ライトコース セルフ型

調査メニュー

定量調査

✓ Quickアンケート

9,800円～(3問 100サンプル)

定性調査

✓ Quickインタビュー

28,000円～ (1人あたり)

完全セルフ型ツールのため、
圧倒的なスピードかつ低コストに
リサーチの実施が可能

※実施にあたっては審査がございます

サポートコース フルサービス

調査メニュー

定量調査

✓ Proアンケート

✓ 写真調査

✓ 会場調査 (CLT)

定性調査

✓ デプスインタビュー

✓ グループインタビュー

LINEオリジナルメニュー

調査対象ターゲット
ディング

✓ ブランドリフトサーベイ

✓ LINE公式アカウント調査

自社顧客

✓ オープン型リサーチ
(イベント調査・自社顧客調査)

LINEリサーチ サービスラインナップ

ライトコース セルフ型

調査メニュー

定量調査

✓ Quickアンケート

9,800円～(3問 100サンプル)

定性調査

✓ Quickインタビュー

28,000円～ (1人あたり)

完全セルフ型ツールのため、
圧倒的なスピードかつ低コストに
リサーチの実施が可能

※実施にあたっては審査がございます

サポートコース フルサービス

調査メニュー

定量調査

✓ Proアンケート

✓ 写真調査

✓ 会場調査 (CLT)

定性調査

✓ デプスインタビュー

✓ グループインタビュー

LINEオリジナルメニュー

調査対象ターゲット
デューティング

✓ ブランドリフトサーベイ

✓ LINE公式アカウント調査

自社顧客

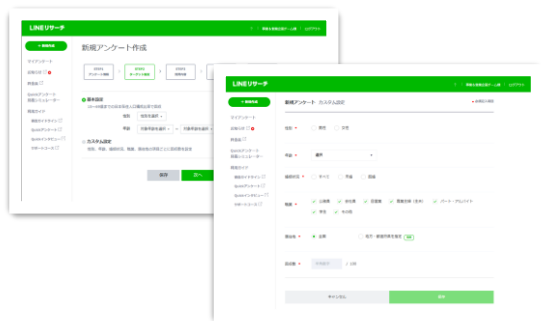
✓ オープン型リサーチ
(イベント調査・自社顧客調査)

「Quickアンケート」はセルフ型のアンケートサービス

オンライン上で、対象者選定からアンケート画面作成・サンプル回収/データ確認まで、一気通貫でスピーディに調査が可能です

ご利用イメージ

対象条件設定



アンケート作成



公開



納品・ご活用



基本属性や
性年代別など
調査結果を
わかりやすく表示

Tableauを活用したアウトプットイメージ

スケジュールイメージ

※ **最短3日で納品** 実績

アカウント申請

数分

※申請/発行は無償

アカウント発行

5-7営業日

LINEやフー社の口座がある場合1~2営業日で発行可能

画面作成

3時間-1営業日

画面作成オプションありの場合

画面審査

1-2営業日

オプション利用、設問数や内容次第で変動

公開 / 実査

1-3日

目安の回収期間

ご納品

1-2営業日

※ローデータ、GT表、集計データ(オンライン用)

	Quickアンケートセルフ型	Proアンケートフルサービス
調査設計	×	○
スクリーニング調査	○ (1問のみ)	○ (15問まで)
本調査の設問数上限	15問まで	30問まで
回収サンプル数	100～1,000サンプル	100～70万人
ページ制御	○	○
アンケート公開対象年齢	15歳～69歳まで (5歳/10歳刻み) ※1歳刻み不可	13歳～99歳まで ※1歳刻み可
居住地聴取範囲	市区町村まで ※個人特定性が高い場合には不可	市区町村まで ※個人特定性が高い場合には不可
画像提示	○	○
写真回収	×	○
ターゲットオプション	○	○
全クロス集計	○	○
分析・レポート	×	○

料金表

(単位：円 税別)

設問／回収	～100	～200	～300	～400	～500	～600	～700	～800	～900	～1,000
1～3問	9,800	26,000	30,000	34,000	38,000	41,000	45,000	50,000	55,000	60,000
4～6問	29,000	36,000	47,000	56,000	64,000	72,000	82,000	92,000	103,000	114,000
7～9問	53,000	64,000	74,000	84,000	95,000	106,000	117,000	128,000	141,000	151,000
10～12問	64,000	78,000	90,000	104,000	119,000	134,000	146,000	162,000	180,000	193,000
13～15問	88,000	108,000	127,000	148,000	170,000	187,000	205,000	222,000	240,000	265,000



オプション

料金に含まれるサービス

- 回答者条件「性別、年齢、職業、婚姻状況」の指定
- 全国人口構成比に合わせたサンプル割付機能
- 審査時に設問文、選択肢の確認
- 画面作成・公開設定の対応
- 結果データのダウンロード、WEB集計機能の利用

オプション

※居住地指定とターゲットオプションを併用する際、基本料金×1.5倍は重複しません
※1問スクリーニング利用時、画面作成費が発生します

+ 1問スクリーニング

サンプル数	料金
～10,000	180,000
～20,000	210,000
～30,000	240,000
～40,000	270,000
～50,000	300,000

+ 居住地の指定

基本料金 × 1.5倍

+ ターゲットオプション

基本料金 × 1.5倍 + 70,000円 ※業種の場合は+ 100,000円

+ 画面作成依頼

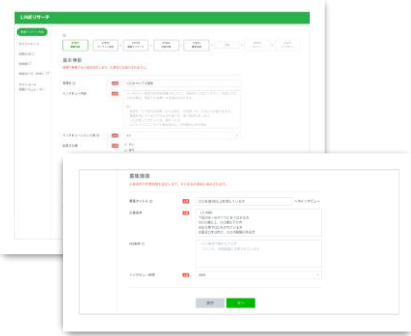
基本料金 + 追加料金（10,000円～）

「Quickインタビュー」はセルフ型のインタビューサービス

オンライン上で、対象者の募集から1on1インタビュー調査のセッティングまで、一気通貫でインタビュー実施が可能です

ご利用イメージ

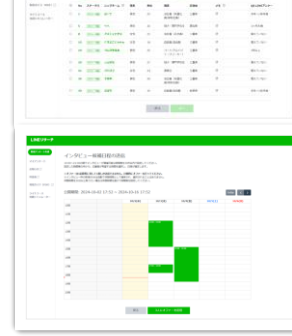
募集内容の設定



アンケート作成



オファー



インタビュー実施

利用企業様
目線

モニター様
目線



納品



AI文字起こし

AI要約

動画閲覧

※画面は製品版と相違がある可能性がございます

スケジュールイメージ

※ **最短3日で納品** 実績

アカウント申請

数分

※申請/発行は無償

アカウント発行

5-7営業日

LINEやフー社の口座がある場合1~2営業日で発行可能

画面作成

3時間-1営業日

画面作成オプションありの場合

画面審査

1-2営業日

オプション利用、設問数や内容次第で変動

公開 / 実査

1-3日

目安の回収期間

ご納品

1-2営業日

※ローデータ、GT表、集計データ(オンライン用)

	Quickインタビュー	Proインタビュー
費用／スケジュール	安価／短納期	標準費用／標準スケジュール
手法	オンラインデプスのみ	オンライン／オフライン × デプス／グループ
人数	最大30名まで	上限なし
インタビュー時間	30分 or 60分	最大2時間まで
インタビュー実現条件（目安）	出現率5～10%以上	出現率1%以上
対象年齢	15歳～69歳（高校生以上）	15歳～（高校生以上）
募集アンケートの公開範囲	性別、年齢（10歳刻み）、居住エリア	性別、年齢（1歳刻み）、居住エリア、職業、婚姻状況
募集アンケートの設問数	デフォルト7問＋自由設問5問（オプションで最大8問）	15問まで（デフォルト設問5-6問程度含めて）
候補者選定	お客様にて選定	お客様自身が選定 / ご要望に合わせてパートナー社が選定いずれも可
モデレーター\（インタビュアー）	お客様にて実施 ※お客様から外部委託は可	プロのモデレーターを手配
納品物	AIサマリ機能付き文字起こし※基本料金に含まれる	発言録、レポート※いずれもオプション
インタビュー社の社名公開の有無	お客様社名公開必須	お客様社名非公開可（パートナー社名）
商流	お客様→LINEヤフー社	お客様→LINEリサーチパートナー社

料金体系

人数
※3人～



インタビュー時間
30分 or 60分

※ インタビュー実施は3人～となります。
3人未満でのご利用の場合も、最低料金84,000円発生
(60分インタビュー2人で終了した場合は、100,000円)

＼ 1人あたり /

30分 / 28,000円
60分 / 50,000円

(税別)

スクリーニング調査費用、
謝礼費用込



オプション

- ・ 募集アンケートの設問数追加
- ・ インタビュー実施期間延長
- ・ インタビュー実施人数追加

オプション

+ 設問追加

1問ごとに + 20,000円 ※最大3問まで追加可能

+ インタビュー実施期間延長

7日間 : + 30,000円 / 14日間 + 50,000円 ※最大14日間まで

+ アンケート公開後 インタビュー実施人数追加

加人数×時間分の料金 ※最大10名まで追加可能 ※インタビュー実施時間の変更は不可

LINEリサーチ / サポートコース

ライトコース セルフ型

調査メニュー

定量調査

✓ Quickアンケート

9,800円～(3問 100サンプル)

定性調査

✓ Quickインタビュー

28,000円～ (1人あたり)

完全セルフ型ツールのため、
圧倒的なスピードかつ低コストに
リサーチの実施が可能

※実施にあたっては審査がございます

サポートコース フルサービス

調査メニュー

定量調査

✓ Proアンケート

✓ 写真調査

✓ 会場調査 (CLT)

定性調査

✓ デプスインタビュー

✓ グループインタビュー

LINEオリジナルメニュー

調査対象ターゲット
ディング

✓ ブランドリフトサーベイ

✓ LINE公式アカウント調査

自社顧客

✓ オープン型リサーチ
(イベント調査・自社顧客調査)

「Proアンケート」は設計から分析まで任せられるアンケートサービス

設定できる設問数やオプションの種類も豊富で、意思判断の材料とするためのより詳細かつ具体的な情報を取得できます

スマホリサーチのプロが
設計・分析



設問上限数
最大30問まで



回収サンプル数
最大70万人まで



LINEログを活用可能



スケジュールイメージ

ご相談

設計調査票作成

5-10営業日
設問数や
内容次第で変動

画面作成

1-3営業日
設問数により
前後

画面審査

1-2営業日
設問数や
内容次第で変動

実査

1-3営業日
目安の回収期間

ご納品

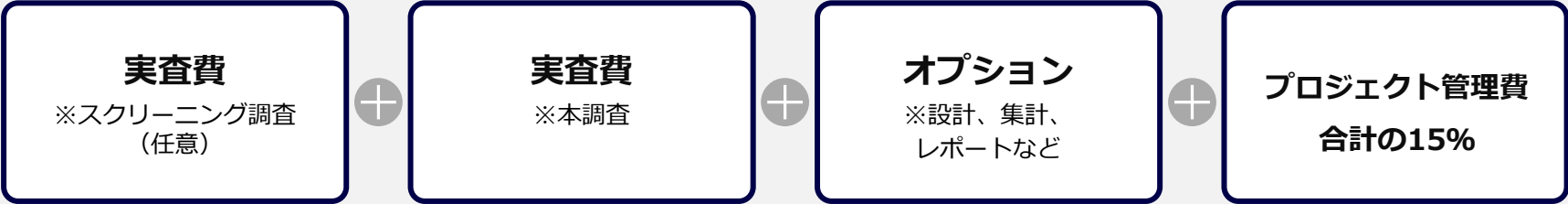
1-2営業日
※ローデータ、
GT表、

集計レポート

5-15営業日
設問数や内容次第で
変動

	Quickアンケート セルフ型	Proアンケート フルサービス
調査設計	×	○
スクリーニング調査	○ (1問のみ)	○ (15問まで)
本調査の設問数上限	15問まで	30問まで
回収サンプル数	100～1,000サンプル	100～70万人
ページ制御	○	○
アンケート公開対象年齢	15歳～69歳まで (5歳/10歳刻み) ※1歳刻み不可	13歳～99歳まで ※1歳刻み可
居住地聴取範囲	市区町村まで ※個人特定性が高い場合には不可	市区町村まで ※個人特定性が高い場合には不可
画像提示	○	○
写真回収	×	○
ターゲットオプション	○	○
全クロス集計	○	○
分析・レポート	×	○

料金体系



実査費に含まれる内容

- 画面作成／配信／回収管理
- システム利用料
- データクリーニング
- アンケート謝礼

実査費（スクリーニング調査）

(単位：円 税別)

設問／回収	～5,000	10,000	20,000	～	50,000
～3問	65,000	85,000	125,000		245,000
～6問	95,000	130,000	200,000		410,000
～9問	120,000	165,000	255,000		525,000
～12問	145,000	200,000	310,000		640,000
～15問	170,000	235,000	365,000		755,000

実査費（本調査）

(単位：円 税別)

設問／回収	100	200	300	400	500	～	1,000
～3問	85,000	90,000	95,000	100,000	105,000		130,000
～6問	145,000	155,000	165,000	175,000	185,000		235,000
～9問	180,000	195,000	210,000	225,000	240,000		315,000
～12問	215,000	235,000	255,000	275,000	295,000		395,000
～15問	250,000	275,000	300,000	325,000	350,000		475,000
～20問	300,000	330,000	360,000	390,000	420,000		570,000
～25問	345,000	380,000	415,000	450,000	485,000		660,000
～30問	390,000	430,000	470,000	510,000	550,000		750,000

※上記記載のスペック以上の回収も可能です。

調査設計費	質問総数10問まで：150,000円（以降、10問ごとに+50,000円）
集計費(GT&クロス集計) ※最大3軸まで	質問総数10問まで：60,000円（以降、10問ごとに+20,000円）
分析・レポートニング費	質問総数10問まで：150,000円～（以降、10問ごとに+50,000円～）
結果共有（準備・会議） ※人数、回数、場所等により特別対応が必要な場合	50,000円～
回収セル割付費 ※スクリーニング調査・本調査、各12セル割付まで無料	1セルにつき2,000円
画像提示費 ※10点までは無料	提示画像1枚につき3,000円
動画提示費	提示動画1本につき40,000円
写真提出設問	固定費用50,000円 + 変動費用(写真提出設問数×回収数×1,430円)
サブパネル利用	1案件 6万円～
カスタムメッセージ ※LINEメッセージを任意の時間に配信できるメニュー	固定費用100,000円 + 変動費用(配信数×10円)

「Proインタビュー」は 対象者抽出から実施設計まで任せられるインタビューサービス

設計の自由度が高く、スクリーニングや写真回収、分析レポートまで含めて大規模かつ精緻な調査が可能です

インタビュー人数
上限なし



インタビュー実現条件
出現率1%以上



募集アンケートの設問数
最大15問まで



プロのモデレーター
手配あり



スケジュールイメージ

ご相談

設計調査票作成

5-10営業日
設問数や
内容次第で変動

リクルート

インタビューフロー作成

9-14営業日
設問数や内容次第で変動

実査

1-3日
実施ス펙
により変動

発言録/ ご納品

2-3営業日
実施ス펙
により変動

レポート

5-15営業日
内容次第で変動

	Quickインタビュー	Proインタビュー
費用／スケジュール	安価／短納期	標準費用／標準スケジュール
手法	オンラインデプスのみ	オンライン／オフライン × デプス／グループ
人数	最大30名まで	上限なし
インタビュー時間	30分 or 60分	最大2時間まで
インタビュー実現条件（目安）	出現率5～10%以上	出現率1%以上
対象年齢	15歳～69歳（高校生以上）	15歳～（高校生以上）
募集アンケートの公開範囲	性別、年齢（10歳刻み）、居住エリア	性別、年齢（1歳刻み）、居住エリア、職業、婚姻状況
募集アンケートの設問数	デフォルト7問＋自由設問5問（オプションで最大8問）	15問まで（デフォルト設問5-6問程度含めて）
候補者選定	お客様にて選定	お客様自身が選定 / ご要望に合わせてパートナー社が選定いずれも可
モデレーター\（インタビューアー）	お客様にて実施 ※お客様から外部委託は可	プロのモデレーターを手配
納品物	AIサマリ機能付き文字起こし※基本料金に含まれる	発言録、レポート※いずれもオプション
インタビュー社の社名公開の有無	お客様社名公開必須	お客様社名非公開可（パートナー社名）
商流	お客様→LINEヤフー社	お客様→LINEリサーチパートナー社

料金体系



調査企画／実査費に含まれる内容

- 企画設計/対象者抽出用の調査票作成
- 対象者リクルーティング（呼集）
- インタビュー参加の謝礼
- インタビューフロー作成
- モデレーター手配、モデレーション
- 会場手配（オフラインの対面インタビューの場合）
- 機材手配（オンラインの場合）

費用イメージ

スペック	費用（出現率15%想定）
オンライングループインタビュー 3名×3グループ 90分、発言録までご納品	160万円 ～ （レポート作成の場合、+ 20万円～）
オフライングループインタビュー 5名×3グループ 120分、発言録までご納品	200万円 ～ （レポート作成の場合、+ 25万円～）
オンラインデプスインタビュー 6名実施 60分、発言録までご納品	170万円 ～ （レポート作成の場合、+ 25万円～）
オフラインデプスインタビュー 6名実施 60分、発言録までご納品	190万円 ～ （レポート作成の場合、+ 25万円～）

「ブランドリフトサーベイ」は広告接触有無で広告効果を測る調査

特定の広告への接触者・非接触者を抽出。ブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向の差分を調査し効果を可視化できます。
その後のマーケティング活動に活かすことが可能です。



	対応範囲	スペック	ご納品物	料金	スケジュール
スタンダードプラン	フルサービス (設計、実査、集計、分析)	5問、2,000サンプル (広告接触者+広告非接触)	レポート (PDF) (全体分析および性年代分析)	100万円 (税抜き)	20営業日

「LINE公式アカウント調査」は自社の“友だち”を理解する調査

自社のLINE公式アカウントの有効友だちに対して、ログと『LINEリサーチ』を利用して、ユーザーのエンゲージメントやプロフィール、ニーズを把握する調査を実施します。友だちの特徴を理解し、今後のユーザーコミュニケーションに資するデータを取得できます。

対象者を抽出

調査を実施

- ブランド認知・利用経験
- ブランド好意度
- ブランド利用意向
- スタンプ認知・利用頻度 など

調査結果を分析

	対応範囲	スペック	ご納品物	料金	スケジュール
LINE公式アカウント調査	フルサービス (設計、実査、集計、分析)	10問、2,000サンプル (有効友だち+非有効友だち)	レポート (PDF) (全体分析および性年代分析)	180万円 (税抜き)	20営業日前後

「オープン型リサーチ」は全LINEユーザーが回答できるアンケート

QRコードやURLから回答画面へ遷移、LINEユーザーなら誰でも参加できるため手軽により多くのサンプルを収集できます。
店舗でのお客様アンケートや、イベント来場客アンケートに活用されています。

QRコードやURL入力などで アンケート回答画面へ遷移



LINEを利用している全ユーザーが回答可能
(LINEリサーチの会員登録不要)

Point
1

普段使い慣れたLINE上で回答が可能
LINE上で回答できることから敷居が低い

Point
2

LINEポイントを謝礼として活用が可能
個人情報を聴取せずに謝礼付与ができる

Point
3

LINE公式アカウントとの連携が可能
回答者を友だち追加でき、かつUID情報の付与も可能
※UIDとは、LINE公式アカウントごとに振られた識別子

調査内容審査

- ・アンケートフローに問題がないかの確認 ※画面審査のフローにて再度アンケート内容については審査致します。
- ・スケジュールが対応可能な期間が設けられているかの確認
- ・調査目的が禁止事項（別紙参照）に抵触していないかの確認
- ・要配慮項目（別紙参照）ならびに個人情報設問が入っていないかの確認
- ・LINE公式アカウント友だち追加ありの場合、友だち追加が正常に作動するかの確認 など

留意事項

- ・回収数は保証できません。
- ・個人情報聴取不可となっております。
- ・QRコードやURLからLINEユーザーであれば誰でも回答可能なため、本来アンケート対象外としたいサンプルの回答データも含まれる可能性があります。
- ・回答者数の上限の設定をいたしますと、回答完了者が指定の人数に達した際に新規の回答受付を停止いたします。ただ、アンケート回答を複数名が同時進行している場合、上限を超えて回答者が集まる可能性があります。指定の人数を超える回答者が集まった場合、指定の人数を終えた分の回答者についても回答謝礼などに関してもご対応いただく必要がございます。
- ・LINEアプリをダウンロードしている、スマートフォンからのみ回答可能です。（PCからは回答できません）

スケジュールイメージ

ご相談

設計調査票
作成

5-10営業日
設問数や内容次第で変動

調査内容
審査

1-3営業日

QRコード、URL納品

対象者抽出

対象者抽出

1-3営業日

設問数により前後

画面審査

1-2営業日
設問や
内容次第で
変動

最終確認

1-3営業日

実査

1日～
回収期間に
応じて変動

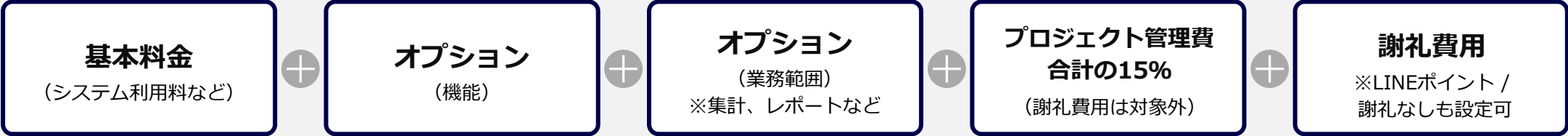
ご納品

1-2営業日
UID納品付きの
場合
3営業日目安

集計レポート

5-15営業日
設問数や
内容次第で変動

料金体系



基本料金

システム利用料：オープン型のシステムを貸し出すための費用

	1～10問	11～20問	21～30問
1～10,000s	300,000	400,000	500,000
10,001～30,000s	600,000	800,000	1,000,000
30,001～50,000s	900,000	1,200,000	1,500,000

画面作成費：アンケート画面を作成するための費用

1～10問	11～20問	21～30問
100,000	150,000	200,000

画面作成費：アンケート画面を作成するための費用

～100,000円 ※クリエイティブの確認量などに応じて変動

- ※ 30問以上のアンケートは回答負荷の観点より不可
- ※ 単一画面で設定できるアンケート期間は60日間まで
(60日間を超える場合はお問合せください)
- ※ 基本的にはLINEリサーチのアンケート仕様に合わせた
微修正が入るため、**調査票修正サポート費用が別途発生**
致します。
- ※ 同じアンケートを同時に2つ以上行う場合は、画面複製として
+10万円／1画面にて実施可能
(画面の微修正も可能 ※修正内容に応じては追加費用になる
場合あり)
- ※ 画像提示は10点まで無償 (11枚以上は10枚ごとに20,000円)
- ※ 写真の回収も可能 (別途費用はご案内)
- ※ **マトリクス設問設定は不可**

オプション（機能）

友だち追加、UID納品は、お持ちのLINE公式アカウントの設定によっては承れない場合あり

友だち追加	アンケート回答後の該当LINE公式アカウントへの自動友だち追加	300,000円 ※追加一人あたりの費用はなし
UID納品	該当のLINE公式アカウントをフォローしているアンケート回答者のUIDを納品	200,000円 ※追加一人あたりの費用はなし
回答後遷移先指定	アンケート回答完了画面にLINE外の遷移先を設定するボタンが設置可能	100,000円
追跡パラメーター	1つのアンケート画面に対して複数のURL,QRコード（遷移先は同じ画面）を発行でき、どこから読み取ったかをローデータに付与することが可能	100,000円～ ※パラメーターの数により変動
案件リダイレクト	初めに発行したQRコード／URLを変更せず新しいアンケート画面への遷移が可能	50,000円 ※初回のアンケート時にも発生

オプション（業務範囲）

※ オプション（業務範囲）の費用は内容に応じては費用が変動する場合がございます。
※ 調査の内容やテーマによっては、記載されていない項目でも費用が追加される可能性があります。

調査票作成（サポート）費用	調査票の作成の支援費用/LINEリサーチの仕様に合わせるための費用も含む	100,000円～ ※サポートの範囲や設問数に応じて変動
集計費用	調査結果を性年代別など軸に合わせてクロス集計を行うための費用	60,000円～ ※設問数と軸数に応じて変動
レポート費用	調査結果の分析、レポートニングの費用 ※レポートありの場合、クロス集計費用は必須	150,000円～ ※設問数や内容に応じて変動
動画掲載費用	アンケート内に動画を設置するための費用	40,000円／1本

謝礼費用

謝礼費用（LINEポイント）	ポイント数×付与人数×2円
----------------	---------------

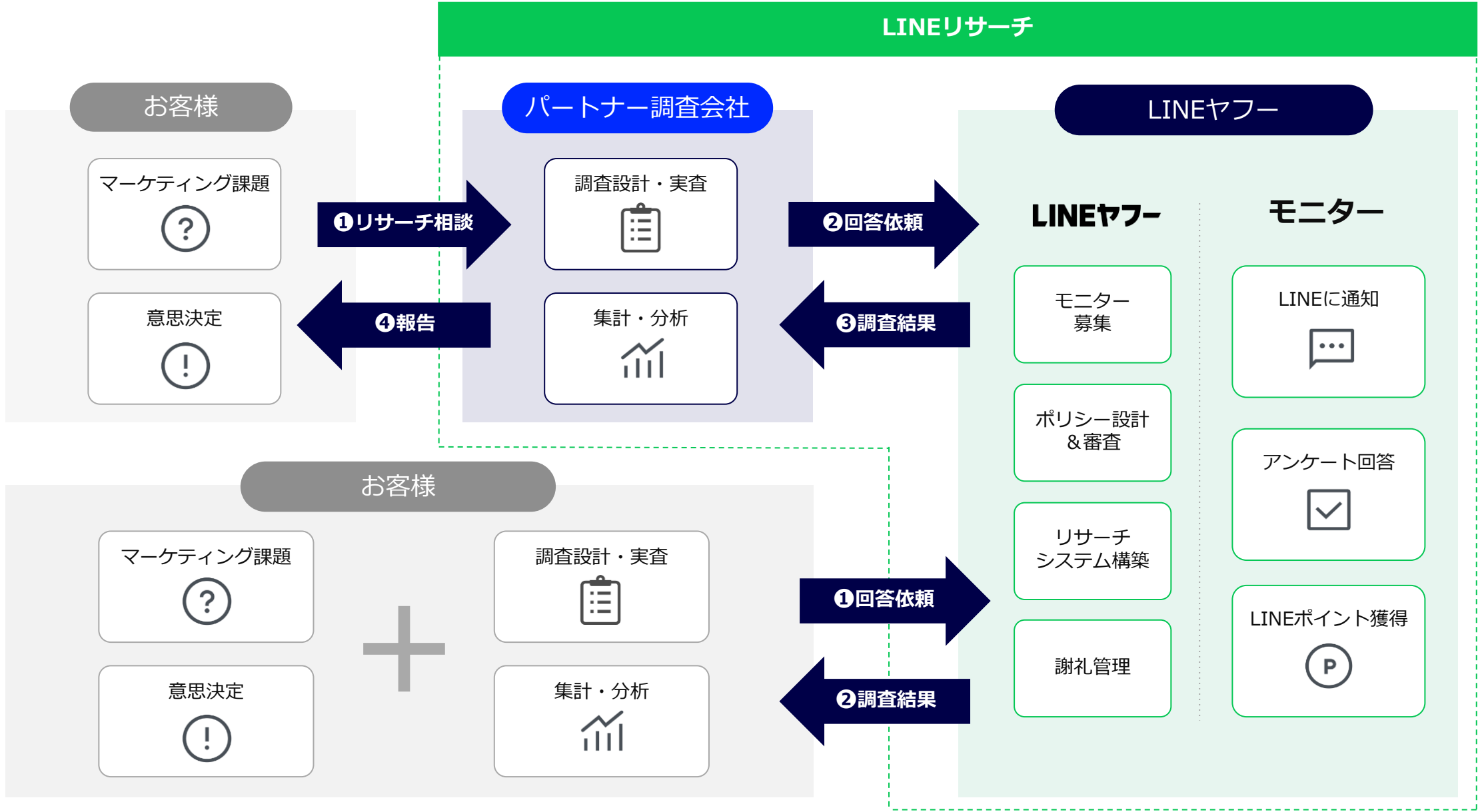
1LINEポイントにつき2円（原価1円、仕入れ値1円）
（例：一人50LINEポイントを200人に付与の場合、50P×200人×2円：20,000円）
※LINEポイントの原価は消費税対象外
謝礼は、全員対象、抽選〇〇名に〇〇ポイント、先着〇〇名など設定が可能

ご利用にあたって

各サービスの進行フロー概要

サポートコース

ライトコース



... ご支援内容の詳細や料金など
気軽に下記からお問い合わせください

お問い合わせはコチラ

サービスサイト <https://www.lycbiz.com/jp/service/line-research/>

700万人の声が集まる
スマホ時代のスタンダードリサーチ

LINEリサーチ

