

+

+

2025年  
最新版

広告で友だちを増やそう!

+

# LINE 広告



## 使い方セミナー

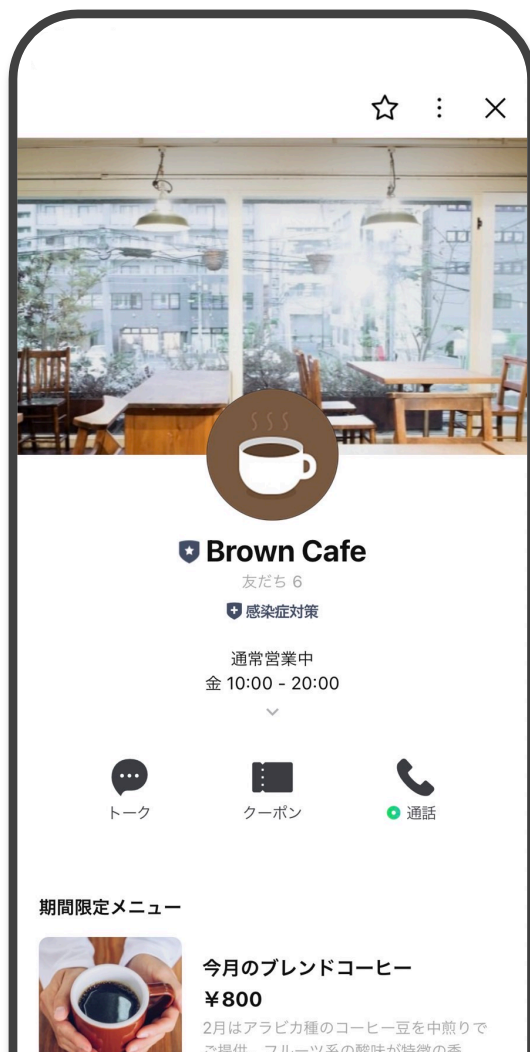
+



+

# 本セミナーの趣旨

こちらの資料は主にLINE公式アカウントを活用中の方向けの内容となっております。



# このようなお悩みはありませんか？

最近、友だち数が伸びなくなってしまった。なにか他にいい方法ないかなあ・・・



来店したお客様だけでなく、店舗圏内で新しい友だちを集めたい！



既存のお客様と同じような属性の友だちを全国から集めたい！



# このようなお悩みはありませんか？

最近、友だち数が伸びなくなってしまった。なにか他にいい方法ないかなあ・・・



来店したお客様だけでなく、店舗圏内で新しい友だちを集めたい！



既存のお客様と同じような属性の友だちを全国から集めたい！



**「友だち追加」に特化した広告で、効率的に集めましょう！**





1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

5

サポートのご案内







1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

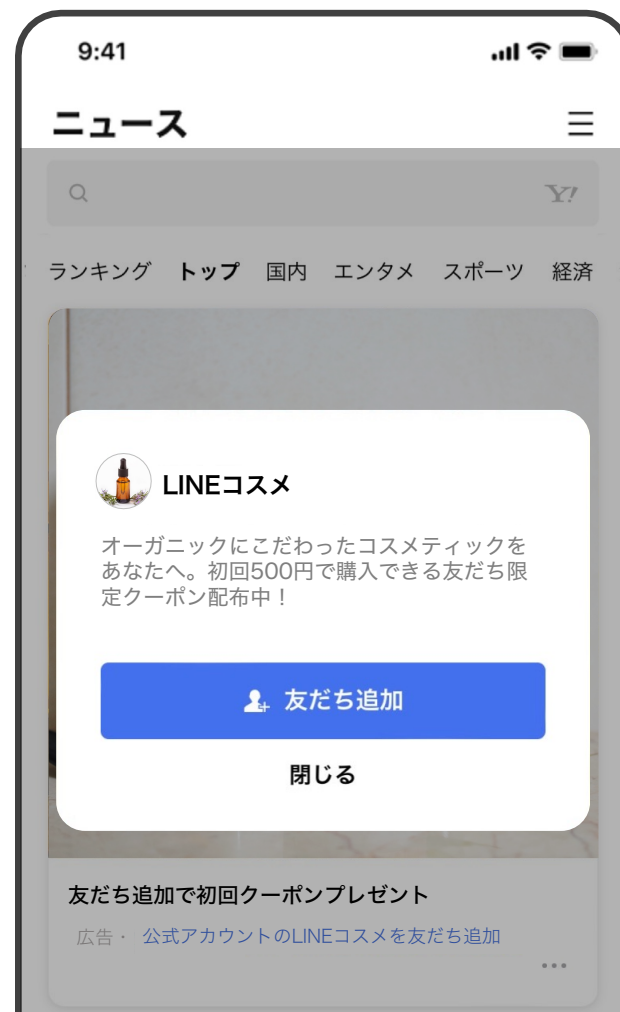
LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

5

サポートのご案内

# LINE広告（友だち追加）とは

LINEアプリ内に広告を掲載し、LINE公式アカウントの友だちを集められる広告です。  
興味を持ったユーザーが広告をタップするだけで、かんたんに友だち追加をすることができます。



# 一般的な広告の種類

## 純広告

テレビCM

新聞、雑誌

折込チラシ

交通広告

屋外広告

フリーペーパー

など

## 運用型広告

検索広告

動画広告

SNS広告

リスティング広告

ディスプレイ広告 → LINE広告

# 一般的な広告の種類

純広告

テレビCM

新聞、雑誌

折込チラシ

交通広告

屋外広告

フリーペーパー

など

運用型広告

検索広告

動画広告

SNS広告

リスティング広告

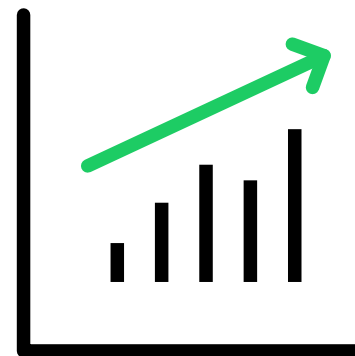
ディスプレイ広告

→LINE広告

# LINE広告とは



LINE上に広告配信ができる  
**国内最大級**の  
運用型広告



高い学習精度  
と**広告効果**

さまざまなターゲットに効果高く、広告配信が可能



# LINE広告の掲載面



トークリスト



LINE NEWS



LINE VOOOM



ウォレット

# LINE広告の課金方式

課金方式 その1

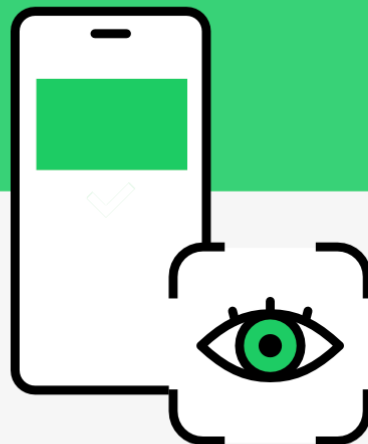
**クリック  
課金**



ユーザーが広告をクリック  
したときに費用が発生

課金方式 その2

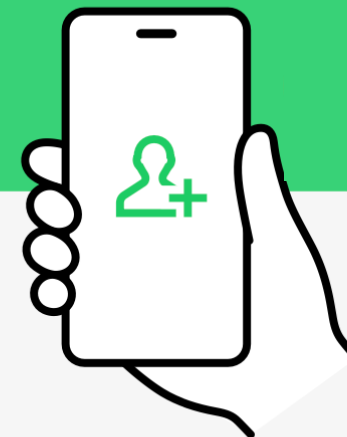
**インプレッション  
課金**



ユーザーが広告を見たとき  
(インプレッション)に  
費用が発生

課金方式 その3

**友だち追加ごとに  
課金**



友だち追加ごとに  
費用が発生



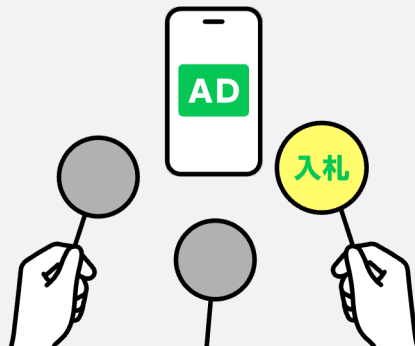
# LINE広告が表示されるまでの流れ

ユーザーがLINEアプリの  
広告枠を表示



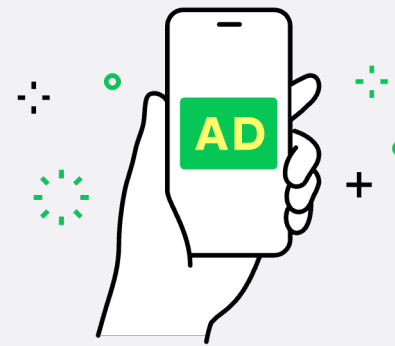
ユーザーがLINEの広告配信面を閲覧  
したときに、広告枠が表示される

広告掲載をめぐり  
オークションが発生



広告掲載をめぐり、広告主が事前に  
設定した入札価格などを基に  
オークションが発生

広告が掲載！



オークションに勝利した  
広告主の広告が掲載される

# オークション・入札とは？

同じユーザーにターゲティングしている広告の中で、もっとも高い入札金額の広告が配信

オークション

広告を表示

入札金額×クリック率やコンバージョン率などの  
広告の予測値が高い広告が勝つ

A社 入札金額 50円

B社 入札金額 70円

C社 入札金額 80円

広告ランク  
(クリック率、  
コンバージョン率など)

C社の  
広告



# 自動入札と手動入札の違い

自動入札を使うと最適な入札金額の学習がかかり、自動で設定

	推奨 自動入札	手動入札
工数	少ない	多い
最適化	システムで自動調整	広告の成果を見て 手動で調整
判断基準	学習データ	担当者の経験と知識
オススメの ケース	広告の表示回数UP	入札金額を管理したい

# オーディエンスセグメント配信

## 属性セグメント

配偶者・子供・携帯キャリア・推定収入・職業・誕生日など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、転居、住宅展示場の来訪、購買経験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65歳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,50-54歳,55-59歳,60-64歳,65歳-

## 性別セグメント

男性・女性の指定配信ができます。

## 趣味・関心セグメント

多数の趣味・関心カテゴリより指定配信ができます。

セグメントの詳細は[こちらのリンク](#)よりご確認ください。

## 購買意向セグメント

多数の購買意向カテゴリより設定して配信することができます。

セグメントの詳細は[こちらのリンク](#)よりご確認ください。

## 地域セグメント

47都道府県別に加え、市区町村の指定配信ができるようになりました。  
地図上の任意の地点から半径1km以上の範囲を指定できます。



※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、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「みなし属性」および、実購買の発生した購買場所を「購買経験」として個人を特定しない形で参考としているものです（「みなし属性」には携帯キャリア・OSは含まない）。「みなし属性」とは、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、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）の提供は実施しておりません。

# Yahoo! JAPAN 共通オーディエンス

Yahoo!広告で提供されている共通オーディエンスリストのうち  
「興味関心」「購買意向」「属性・ライフイベント」はLINE広告でも利用可能

管理画面で簡単に選択可能

詳細ターゲティング

ターゲット設定を検索

趣味・関心

行動

属性

購買意向

Yahoo! JAPAN 購買意向

Yahoo! JAPAN 属性・ライフイベント

▶ ファッション	すべて配信	すべて除外
▶ 食べ物飲み物	すべて配信	すべて除外
▶ 自動車・バイク	すべて配信	すべて除外
▶ 暮らし・子育て	すべて配信	すべて除外
▶ 美容・コスメ	すべて配信	すべて除外
▶ 金融	すべて配信	すべて除外
▶ 不動産	すべて配信	すべて除外
▶ 公営競技・公営くじ	すべて配信	すべて除外



# Yahoo! JAPAN共通オーディエンスで利用可能な セグメントの一部をご紹介します

料理好き

DIY

家族構成

最終学歴

語学

マイホーム  
の購入

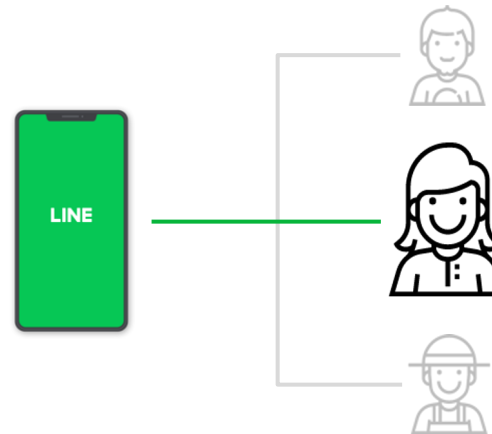
# オーディエンス配信

ユーザーのデータを活用して対象のユーザーに  
広告を配信する、いわゆる**リターゲティング配信**

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



再度広告を配信



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・画像クリックオーディエンス

# 類似配信

元となるオーディエンスの顧客属性に類似した新規のユーザーを  
LINE内で探して配信する方法

LINEのユーザー9,700万人※



- ・ 類似性 高 → アクションの確度は高まるが、オーディエンスサイズは小さく、リーチできる人数が限定される
- ・ 類似性 低 → アクションの確度は下がるが、オーディエンスサイズは大きく、配信母数も増える

配信オーディエンス	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ウェブトラフィックオーディエンス</li><li>・ LINE公式アカウントの友だちオーディエンス</li><li>・ IDFA/AAIDアップロード</li><li>・ モバイルアプリオーディエンス</li><li>・ 動画視聴オーディエンス</li><li>・ 電話番号アップロード</li><li>・ メールアドレスアップロード</li></ul>
-----------	---

※LINE 月間アクティブユーザー数（日本）2024年9月末時点




# 友だち追加目的の広告 2つの出稿方法

出稿方法は2種類あり、目的やニーズに合わせてご選択いただけます。



LINE広告  
(友だち追加)

LINE広告の管理画面から出稿する



LINE公式アカウント  
友だち追加広告

LINE公式アカウントの管理画面から出稿する

# 出稿方法による機能の違いと特徴

機能	LINE広告（友だち追加） おすすめ	LINE公式アカウント 友だち追加広告
管理画面	LINE広告	LINE公式アカウント
おすすめの方	・ サポートを受けたい方 ・ 精度高く配信したい方	一時的に友だちを増やしたい方
オーディエンスセグメント配信 (ユーザーの属性や興味関心を指定する配信)	年代・性別・OS・詳細ターゲティング (趣味関心／行動／属性／購買意向／ Yahoo! JAPAN上でのターゲティング項目)	年代・性別・興味関心のみ選択可
エリアターゲティング	・ 市区町村レベルでの地域指定 ・ 半径指定 (特定の地点から半径1～50キロ)	特定の住所・地域より 半径3～50キロ
オーディエンス配信 (顧客データなどを活用した配信)	可	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動 (制限なし)	月額20万円まで
サポートの有無	・ 開設前の個別相談窓口 ・ 初期設定代行サービス (無料)	なし

# 出稿方法による機能の違いと特徴

機能	LINE広告（友だち追加） おすすめ	LINE公式アカウント 友だち追加広告
管理画面	LINE広告	LINE公式アカウント
おすすめの方	・ サポートを受けたい方 ・ 精度高く配信したい方	一時的に友だちを増やしたい方
オーディエンスセグメント配信 (ユーザーの属性や興味関心を指定する配信)	年代・性別・OS・詳細ターゲティング (趣味関心／行動／属性／購買意向／ Yahoo! JAPAN上でのターゲティング項目)	年代・性別・興味関心のみ選択可
エリアターゲティング	・ 市区町村レベルでの地域指定 ・ 半径指定 (特定の地点から半径1～50キロ)	特定の住所・地域より 半径3～50キロ
オーディエンス配信 (顧客データなどを活用した配信)	可	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動 (制限なし)	月額20万円まで
サポートの有無	・ 開設前の個別相談窓口 ・ 初期設定代行サービス (無料)	なし

# 出稿方法による機能の違いと特徴

機能	LINE広告（友だち追加） おすすめ	LINE公式アカウント 友だち追加広告
管理画面	LINE広告	LINE公式アカウント
おすすめの方	・サポートを受けたい方 ・精度高く配信したい方	一時的に友だちを増やしたい方
オーディエンスセグメント配信 (ユーザーの属性や興味関心を指定する配信)	年代・性別・OS・詳細ターゲティング (趣味関心／行動／属性／購買意向／ Yahoo! JAPAN上でのターゲティング項目)	年代・性別・興味関心のみ選択可
エリアターゲティング	・市区町村レベルでの地域指定 ・半径指定 (特定の地点から半径1～50キロ)	特定の住所・地域より 半径3～50キロ
オーディエンス配信 (顧客データなどを活用した配信)	可	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動 (制限なし)	月額20万円まで
サポートの有無	・開設前の個別相談窓口 ・初期設定代行サービス (無料)	なし

# 出稿方法による機能の違いと特徴

機能	LINE広告（友だち追加） おすすめ	LINE公式アカウント 友だち追加広告
管理画面	LINE広告	LINE公式アカウント
おすすめの方	・ サポートを受けたい方 ・ 精度高く配信したい方	一時的に友だちを増やしたい方
オーディエンスセグメント配信 (ユーザーの属性や興味関心を指定する配信)	年代・性別・OS・詳細ターゲティング (趣味関心／行動／属性／購買意向／ Yahoo! JAPAN上でのターゲティング項目)	年代・性別・興味関心のみ選択可
エリアターゲティング	・ 市区町村レベルでの地域指定 ・ 半径指定 (特定の地点から半径1～50キロ)	特定の住所・地域より 半径3～50キロ
オーディエンス配信 (顧客データなどを活用した配信)	可	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動 (制限なし)	月額20万円まで
サポートの有無	・ 開設前の個別相談窓口 ・ 初期設定代行サービス (無料)	なし

# 出稿方法による機能の違いと特徴

機能	LINE広告（友だち追加） おすすめ	LINE公式アカウント 友だち追加広告
管理画面	LINE広告	LINE公式アカウント
おすすめの方	・ サポートを受けたい方 ・ 精度高く配信したい方	一時的に友だちを増やしたい方
オーディエンスセグメント配信 (ユーザーの属性や興味関心を指定する配信)	年代・性別・OS・詳細ターゲティング (趣味関心／行動／属性／購買意向／ Yahoo! JAPAN上でのターゲティング項目)	年代・性別・興味関心のみ選択可
エリアターゲティング	・ 市区町村レベルでの地域指定 ・ 半径指定 (特定の地点から半径1～50キロ)	特定の住所・地域より 半径3～50キロ
オーディエンス配信 (顧客データなどを活用した配信)	可	不可
出稿上限額	取引状況に応じて変動 (制限なし)	月額20万円まで
サポートの有無	・ 開設前の個別相談窓口 ・ 初期設定代行サービス (無料)	なし

# LINE広告（友だち追加）の特徴



※  
全国9,700万人の  
LINEユーザーから  
見込み顧客を  
友だちにできる



友だちを  
短期的に・一気に  
集められる



企業やお店の  
予算に合わせて  
低コストから  
運用できる

# 事例①：フィットネスジム

## 東急スポーツシステム

新スクールのオープン時、LINE公式アカウントの立ち上げのためLINE広告(友だち追加)を活用。

ATRIO アトリオライト白楽  
LIGHT Sponsored



ATRIO  
LIGHT

**見学・体験 受付中**

【LINE限定】入会割引  
クーポン配信中！

友だち追加

白楽駅から徒歩0分！改札目の前のフィットネスジム。只今キャンペーン価格からさらに2,000円割引となるLINEの友だち限定クーポンを配信中！見学歓迎♪

ATRIO アトリオライト白楽  
LIGHT Sponsored

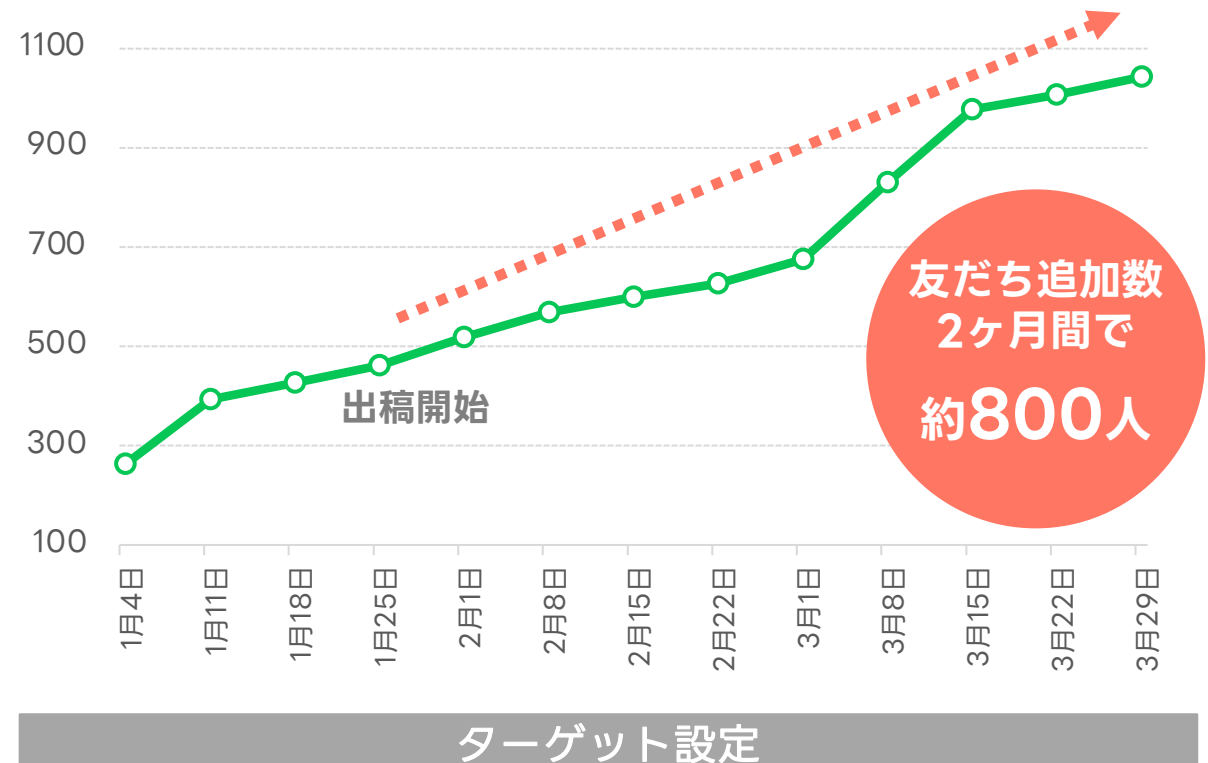


白楽駅前フィットネス  
ジムNEWオープン！

友だち追加

見学歓迎！白楽駅前にフィットネスジムがOPEN！LINE友だち追加で【LINE限定クーポン】をプレゼント！キャンペーン価格から2,000円割引！

友だち追加の特典として  
入会割引2000円の  
クーポンを付与



※画像は広告の掲載イメージです ※2021年1月-3月東急スポーツシステム株式会社 調べ

[https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/tss/?service=line-ads\\_talk-head-view&industry=health-sports](https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/tss/?service=line-ads_talk-head-view&industry=health-sports)



# 事例②：製造・販売業

## 白瀧酒造株式会社

毎月実施している、日本酒をプレゼントするキャンペーンを広告で訴求



友だち追加数  
約1年間で  
約9,000人

月額予算  
3-5万円

友だち追加  
単価  
平均60円台

### ターゲット設定

エリア：東京都

性別：すべて

年齢：20代以上

※白瀧酒造株式会社 調べ ※2021年12月実績

[https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-official-account/shirataki\\_sake/?list=17071](https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-official-account/shirataki_sake/?list=17071)

# 事例③：美容室

## ヘアークリニック髪風船

集めた友だちへ、ECサイトでの購買促進を実施。  
他SNS広告と比較しても単価が低く抑えられ、十分に費用対効果が見合っている。



# 事例④：飲食店

## 熊本ラーメン 黒亭

新店舗オープン時のプロモーションにLINE広告（友だち追加）で集客！



友だち追加数  
3ヶ月間で  
約16,000人

友だち追加単価  
約52-54円

※画像は広告の掲載イメージです ※2019年-2020年 黒亭調べ  
<https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/kokutei/>

# 事例⑤：食品・EC

## CJ FOODS JAPAN

オンライン販促強化のため、LINE広告を使った友だち集めに注力。



友だち追加数  
3ヶ月間で  
約36,000人

友だち追加単価  
上限  
100-120円

設定

性別：女性

除外：既存の友だち

過去にメッセージクリックしたユーザーの類似配信

※画像は広告の掲載イメージです ※2021年7月から3ヶ月間の実績

[https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/cjfoods-japan/?service=line-ads\\_talk-head-view&industry=beverage-food](https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/cjfoods-japan/?service=line-ads_talk-head-view&industry=beverage-food)



1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

5

サポートのご案内

# 効果を高める LINE公式アカウントのステップ

メリットを伝える



集客・購買につなげる



リピーターになってもらう



# 効果を高める LINE公式アカウントのステップ

メリットを伝える

集客・購買につなげる

リピーターになってもらう



# 友だちになってくれた方に メリットを伝えましょう



友だち追加クーポン

LINEの友だち限定の  
イベントやキャンペーン

利便性の良さ





## クーポン機能

- 管理画面から  
かんたんにクーポン発行
- 使用済みボタンで  
複数回利用の制限が可能
- クーポンが何枚使われたのか  
管理画面から確認が可能

# クーポン活用例

## 飲食店

LINE公式アカウントクーポン



プレゼント 1回のみ使用可能

抽選で30名様にデザート1品プレゼント

2023/01/31 23:59まで



✓ このクーポンを保存する



## ジム

LINE公式アカウントクーポン



無料 1回のみ使用可能

タオルレンタル無料！

2023/12/31 23:59まで



✓ このクーポンを保存する



## サロン

LINE公式アカウントクーポン



その他 何回でも使用可能

【友だち限定】トリートメントアップグレード無料

2023/01/31 23:59まで



✓ このクーポンを保存する





# あいさつメッセージ

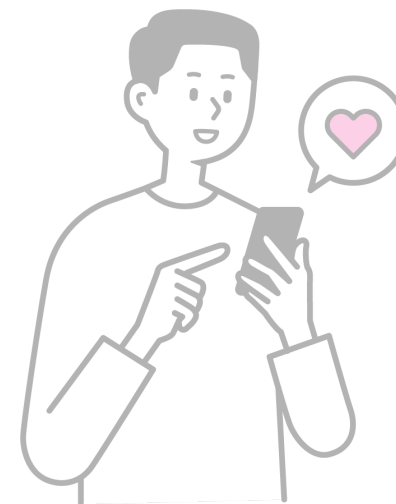
- 友だちになった時、**自動で送信されるメッセージ**
- 友だちになったお客様に**初めて送るメッセージ**
- お客様にアクションをしてもらう**最大のチャンス**

# 効果を高める LINE公式アカウントのステップ

メリットを伝える

集客・購買につなげる

リピーターになってもらう



## Point

### ✓ メッセージ配信

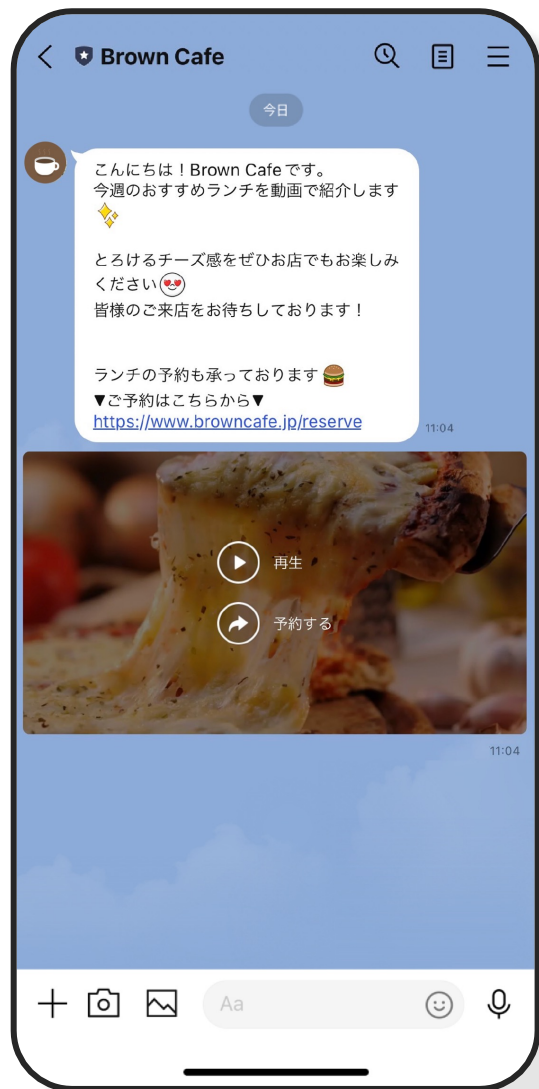


### ✓ リッチメニュー





# メッセージ配信

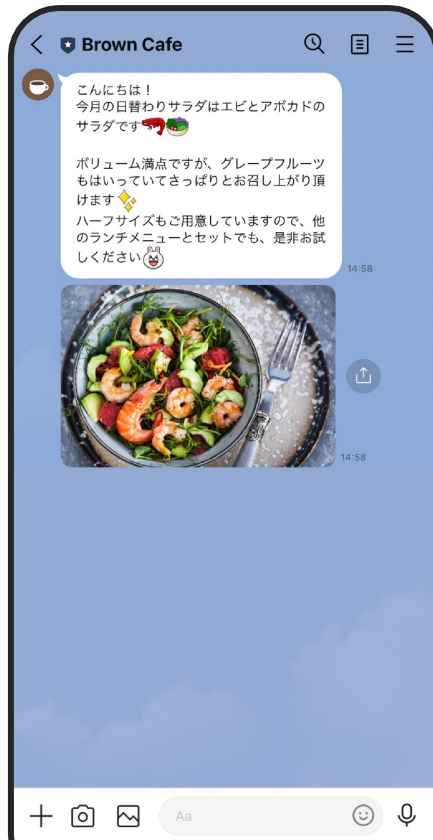


- 友だちになっているユーザーのLINEアカウントに、  
**直接メッセージを送ることができる機能**
- テキストのほかに**画像や音声、動画やスタンプ**も利用可能
- 年齢層・性別・地域を指定した**セグメント配信**も  
可能なため、配信効果の最大化を図ることができる！

# メッセージ配信の形式

伝えたい内容や量に応じて、見せ方を選ぶことが可能

## 画像



## 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



# 事例：製造・販売業

## 白瀧酒造株式会社

集まった友だちに数量限定商品の販売開始をメッセージで告知、ECでの購買につながっている



メッセージ配信後  
商品在庫が一気に  
なくなることも！



# 事例：飲食店

## 熊本ラーメン 黒亭

友だち追加直後・毎月クーポンを送ることで、友だちとしてつながり続ける価値をお客様に感じてもらう

### ①友だち追加特典

友だち追加時に  
すぐに使えるクーポンを  
発行

利用率  
39.7%



### ②友だち継続特典

リッチメニューに、  
月毎のクーポンを設置。  
キーワード応答で配信。

利用率  
5-6.5%

毎月の利用数

約100-300件/店舗



# リッチメニュー

- ・ LINE公式アカウントのトークルームで大きく表示できるメニューバー
- ・ ユーザーがトークを開いてはじめて見る面なので注意を引きやすい

問い合わせ

キーワード  
送信

クーポンページ

キャンペーン  
申込み



リッチメニューの設定方法：<https://www.lycbiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/rich-menus/?list=7171>

# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店





# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



営業時間など  
公式サイト  
掲載情報に  
簡単にアクセス

# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



予約導線を目立ちやすい  
上部に設置！



# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



ネットショップ  
へも誘導！



# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



予約導線を  
大きく上部に  
設置！

# リッチメニューの配置例

小売

マリノアシティ福岡



美容

A'z hair



飲食店

赤から 福島笹谷店



テイクアウト  
や問い合わせも  
すぐに可能!

# 効果を高める LINE公式アカウントのステップ

メリットを伝える

集客・購買につなげる

リピーターになってもらう



## Point

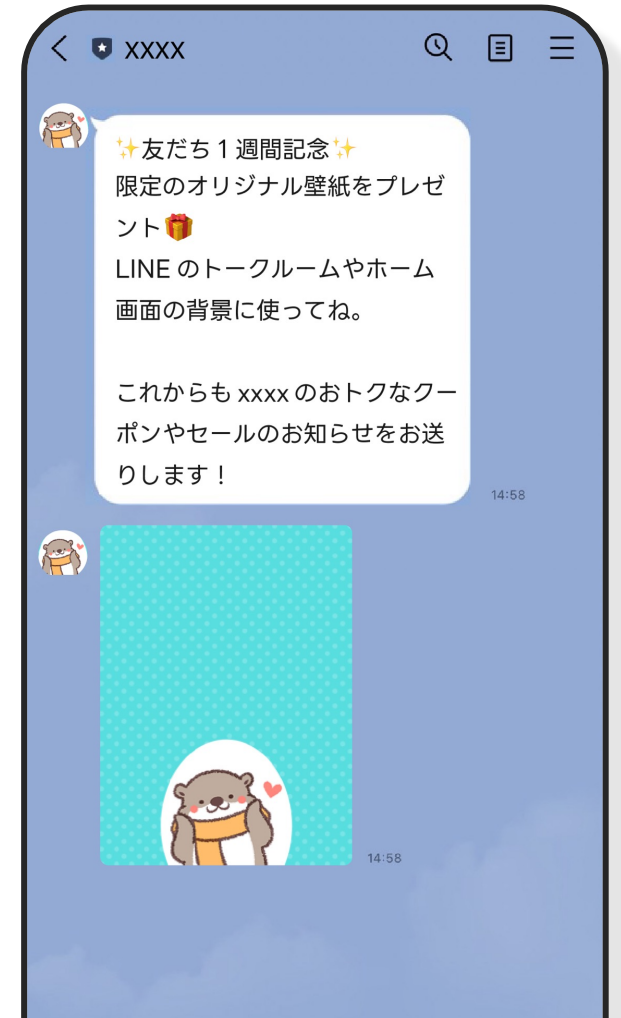
### ✓ メッセージ配信



### ✓ ショップカード



### ✓ ステップ配信



# ショップカードとは



- LINEを使って、無料で  
リピーター獲得を促進するサービス
- 「来店会計ごとにポイントが貯まる」などの  
ポイントシステムをLINE上で実現
- 設定も運用も、コツが分かれば、  
お客様側も店舗側もとてもカンタン

※ショップカードの利用方法やさらに詳しい事例はこちら

<https://www.lycbiz.com/jp/column/line-official-account/technique/20190627-01/>



# ショップカードの特典例

お店の特性に合わせた特典を提供することで、リピーターを増やす

## 美容院・ネイルサロン

**条件** 1年間に6回来店

**特典**

- ・ トリートメント無料
- ・ シャンプーミニボトルプレゼント
- ・ ネイルのアレンジ費用無料

**有効期限の設定で  
来店サイクルの短縮にも有効**

## ジム・習い事・施設

**条件** 2ヶ月間で5回利用

**特典**

- ・ ドリンク無料プレゼント
- ・ レッスンチケット1枚半額
- ・ 次回施設利用費用無料

## アパレル・雑貨店

**条件** 購入金額2,000円以上で1ポイント  
5,000円以上で2ポイント付与

**特典**

- ・ 500円割引クーポン
- ・ カラー診断＆骨格診断無料実施
- ・ オリジナルノベルティプレゼント



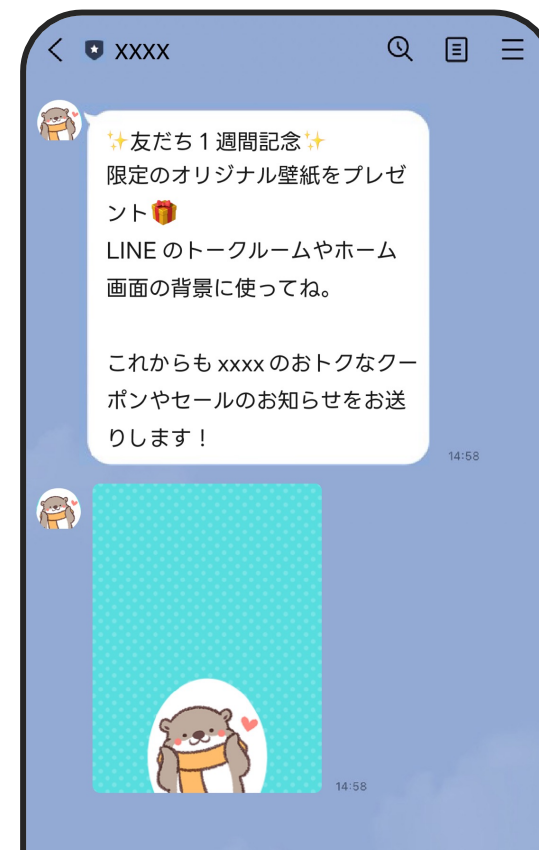
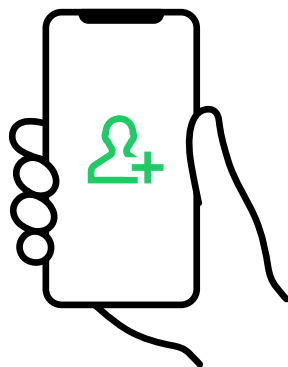
# ステップ配信とは

友だち追加日から数えた日数など、  
事前に設定した条件に友だちの状態が合致すると、メッセージを自動配信できる機能

友だち追加 など

2日後

1週間後



※設定方法などの詳細はこちら：

<https://www.lycbiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/step-message/>

# 事例：美容室

## ヘアークリニック髪風船

LINE公式アカウントの「ステップ配信」機能を使い、自動でクーポンや商品情報などを配信。



友だち追加後1カ月間で  
8通のメッセージを自動配信

チャットでの質問促進

ヘアケアのE-book

ECで使えるクーポン

EC売上が店舗売上を上回り、  
総売上の**7割**を占めるまでに！

# 効果を高める LINE公式アカウントのステップ

メリットを伝える

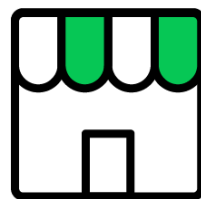
集客・購買につなげる

リピーターになってもらう



クーポン

あいさつ  
メッセージ



BUY



リッチ  
メニュー

メッセージ  
配信



ステップ  
配信

ショップ  
カード



1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

5

サポートのご案内

# 広告費用・友だち増加後の配信費用に不安がある方



友だちが増えすぎると  
有料プランに変更が  
必要になりそうで心配。

友だち追加のためだけに  
予算を取れるかな？

友だち追加目的の広告×LINE公式アカウントの  
「運用効果を可視化」していきましょう

# 適切な予算は目標で決まる

## 目標CPA

友だちを1人獲得するために  
費やしても良い金額

×

## 目標コンバージョン数

増やしたい友だち数

=

最適な予算



### コスメ販売 A社

友だちを1人200円で  
月100人集めたい

目標CPA

200円

×

目標コンバージョン数

100件

=

広告予算

20,000円/月



### ファッション B社

友だちを1人300円で  
月200人集めたい

目標CPA

300円

×

目標コンバージョン数

200件

=

広告予算

60,000円/月



### 人材 C社

友だちを1人400円で  
月250人集めたい

目標CPA

400円

×

目標コンバージョン数

250件

=

広告予算

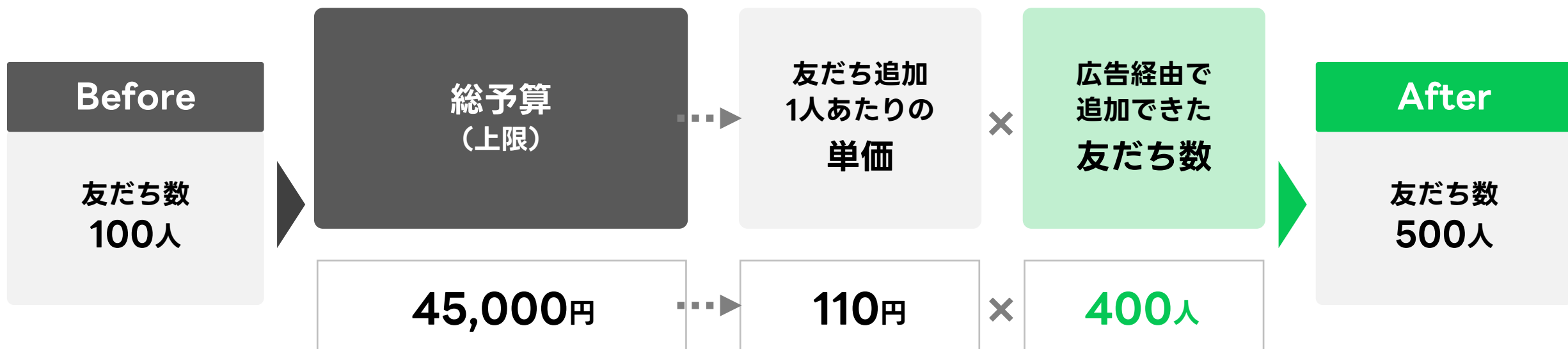
100,000円/月



# 友だち追加を目的とした広告 費用の仕組み

45,000円の予算設定で友だち追加400人できた場合、友だち数は500人に。

→ LINE公式アカウントの費用はどうなるでしょうか？



# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上

広告で追加した  
友だち数

×

1ヶ月の  
配信回数

500人

×

4回

配信通数 2,000通

# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上

広告で追加した  
友だち数

×

1ヶ月の  
配信回数

500人

×

4回

配信通数 2,000通

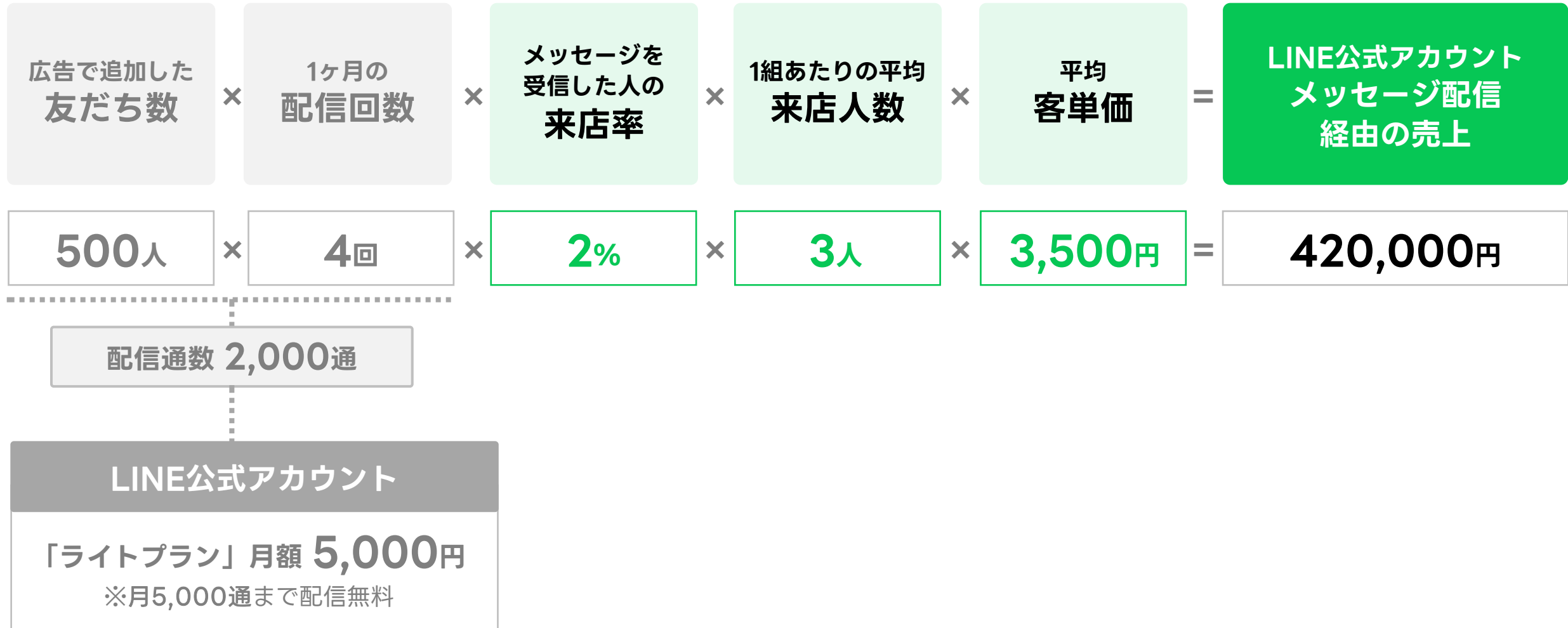
LINE公式アカウント

「ライトプラン」月額 5,000円

※月5,000通まで配信無料

# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上



# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上

広告で追加した  
友だち数

×

1ヶ月の  
配信回数

×

メッセージを  
受信した人の  
来店率

×

1組あたりの平均  
来店人数

×

平均  
客単価

=

LINE公式アカウント  
メッセージ配信  
経由の売上

500人

×

4回

×

2%

×

3人

×

3,500円

=

420,000円

配信通数 2,000通

LINE公式アカウント

「ライトプラン」月額 5,000円

※月5,000通まで配信無料

+

広告費用

45,000円

(友だち追加400人分)

=

費用合計

50,000円

# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上





# 費用対効果のシミュレーション

LINE公式アカウントの費用・メッセージ配信経由の売上

広告で追加した  
友だち数

×

1ヶ月の  
配信回数

×

メッセージを  
受信した人の  
来店率

×

1組あたりの平均  
来店人数

×

平均  
客単価

=

LINE公式アカウント  
メッセージ配信  
経由の売上

500人

×

4回

×

2%

×

3人

×

3,500円

=

420,000円

配信通数 2,000通

LINE公式アカウント

「ライトプラン」月額 5,000円

※月5,000通まで配信無料

+

広告費用

45,000円

(友だち追加400人分)

=

費用合計

50,000円

売上 > 費用



1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

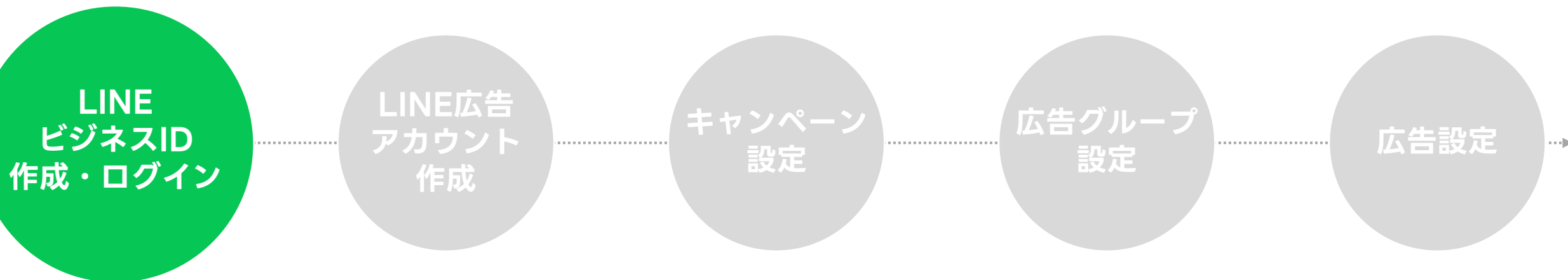
5

サポートのご案内

# LINE広告出稿までの流れ



# LINE広告出稿までの流れ



## LINEビジネスIDとは？

**LINEが提供する法人向けサービスの各種管理画面にログインする際の共通認証システムです。**  
※LINE公式アカウントを既にお持ちであればIDを新たに作成する必要はありません。

# LINE広告出稿までの流れ

## LINE 広告

審査から最短5分で掲載！

## LINE広告をはじめよう

LINE広告の申込～配信までの流れをご説明します

以下STEPに沿って、オンライン申込を行ってください

かんたん！3ステップで作成

今すぐはじめる >



最短  
5分  
で  
掲載

### オンライン申し込みの流れ

STEP

LINEビジネスIDの発行・ログイン

LINE Business ID



# LINE広告出稿までの流れ

1

## LINE Business ID

▼アカウントをお持ちでない方は「登録」

LINEアカウントで登録

メールアドレスで登録

アカウントをお持ちの場合はログイン

LINEビジネスIDの利用については利用規約が適用されます。ログインすると規約に同意したものとみなされます。

③ LINEビジネスIDについて

日本語 ▼

[ヘルプ](#) [利用規約](#) © LY Corporation

2

## LINE Business ID

LINEアカウントでログイン

または

ビジネスアカウントでログイン

アカウントを作成

LINEビジネスIDの利用については利用規約が適用されます。ログインすると規約に同意したものとみなされます。

③ LINEビジネスIDについて

好きなログイン方法を選択

3

## LINE Business ID

LINEアカウントでログイン

または

ビジネスアカウントでログイン

メールアドレス

パスワード

☐ 次回から自動的にログイン

ログイン

[パスワードをリセット](#)

LINE公式アカウント作成時と同じアカウントでログイン

# LINE広告出稿までの流れ



## 用意するもの

広告主の正式名称やカテゴリ・認証済みのLINE公式アカウントのID・クレジットカード

# LINE広告出稿までの流れ

1

## LINE Business ID

LINEアカウントで登録

メールアドレスで登録

アカウントをお持ちの場合はログイン

LINEビジネスIDの利用については利用規約が適用されます。ログインすると規約に同意したものとみなされます。

③ LINEビジネスIDについて

日本語 ▾

[ヘルプ](#) [利用規約](#) © LY Corporation

ログイン後のページ

2

ユーザートップ

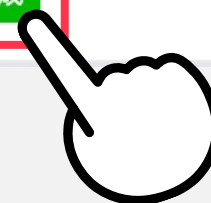
ユーザー: ユーザー名

ホーム

グループ ?

広告アカウント ?

+ 新しい広告アカウントを作成



# LINE広告出稿までの流れ

請求先情報

取引先法人 ● LINEヤフー株式会社（日本） ▼  
取引先のLINEヤフー株式会社がある国を選択してください。

ビジネスタイプ ☒ 法人  
☐ 個人事業主

法人番号 🔍 法人番号を検索  
法人番号を検索してください。

代表電話番号 ● +81 ▼   
代表電話番号を入力してください。

3

## フォームに情報を入力

- ・ 請求先情報
- ・ 商材情報  
(広告アカウントカテゴリの選択)
- ・ 基本情報

4

## 作成するボタンを押す

5

## クレジットカードの フォームを入力する

作成する

# 広告アカウント作成時によくある否認理由

広告主の  
正式名称の不備

広告主と  
ウェブサイトの関係  
が不明

広告主の  
詳細情報が不明

広告アカウント  
カテゴリーの不備

紐づける  
LINE公式アカウントの  
LINE ID設定の不備



# 広告主情報の審査否認を防ぐポイント

## 広告主情報

広告主正式名

例：LINEヤフー株式会社

0/120

広告主の正式名は、広告アカウントを作成したあとで変更することはできません。

広告主ウェブサイトのURL

例：https://www.lycorp.co.jp/

0/1024

広告主正式名と事業・サービス内容が確認できるURLを入力してください。

このURLは、広告アカウントを作成したあとで変更することはできません。

- ☒ 「株式会社」「合同会社」を省略せず、正式名を記入していますか？
- ☒ 「株式会社」「合同会社」は正しい順番で記入していますか？
- ☒ 誤字脱字はありませんか？

- ☒ URLは広告主と関連するページですか？
- ☒ URLのページ内で、広告主正式名に入力した正確な企業名が確認できますか？
- ☒ URLのページ内で、広告主の詳細（代表者名、事業概要、所在地など）を確認できますか？
- ☒ URLに誤字脱字はありませんか？
- ☒ URLは、403、404エラーなどなくアクセス可能ですか？

# 広告主情報の審査否認を防ぐポイント

## 商材情報

広告アカウントカテゴリ

カテゴリを選択

広告で使用する商材の「カテゴリ」を選択します。この広告アカウントでは、選択しなかったカテゴリの商材を利用する場合は、審査の結果については、メールまたはカテゴリが変更されることがあります。

- ☒ 広告商材と一致するカテゴリを選択していますか？
- ☒ 広告商材と一致するカテゴリが見つからない場合、近しいカテゴリを選択してください

LINE公式アカウントの  
ベーシックID/プレミアムID

- ☒ LINE公式アカウントのベーシックID/プレミアムIDを入力
- ☐ LINE公式アカウントを作成

@

例：LINE

適用

LINE公式アカウントのベーシックID/プレミアムIDを入力して、「適用」をクリックしてください。

LINE Official Account Manager [🔗](#)

LINE Official Account Manager [🔗](#)

広告では、入力されたIDのLINE公式アカウントページが使用されます。

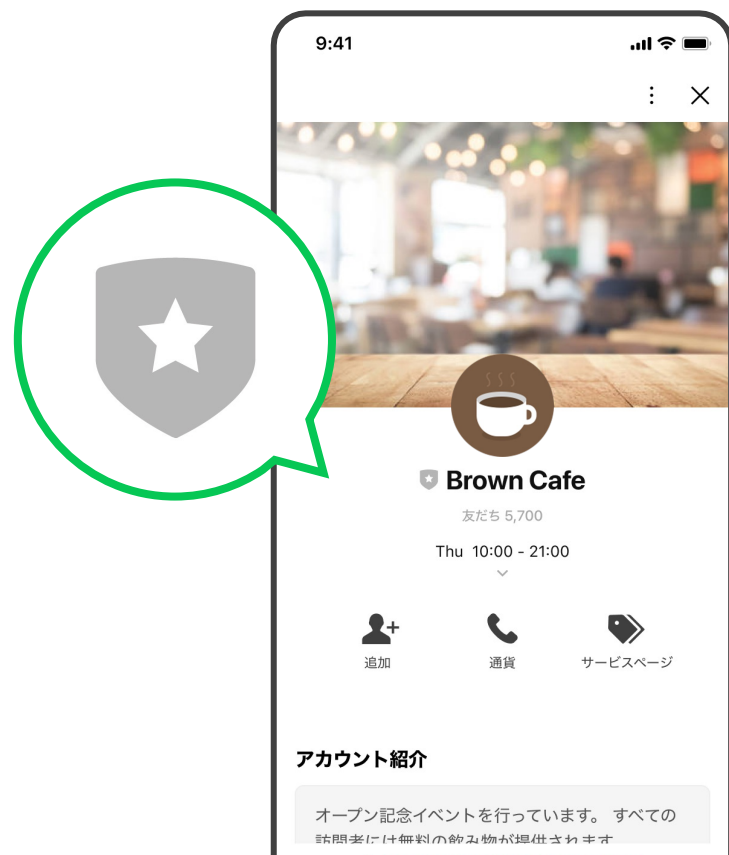
LINE公式アカウントをお持ちでない場合は、[LINE公式アカウント（無料）](#)を開設してください。

[詳細はこちら](#)

- ☒ LINE公式アカウントは広告商材と紐づくアカウントですか？
- ☒ アカウント名に広告主または商品・サービスの正式名称が含まれていますか？
- ☒ 当社または関連会社の商品・サービスと誤認されるようなアカウント名ではありませんか？
- ☒ プロフィール画像は広告主または広告商材と関連があるものを設定していますか？
- ☒ 代理で広告アカウントを作成する場合、広告主に許可なく作成されたLINE公式アカウント、または利用許諾を得ていないベーシックID/プレミアムIDを使用することはできません

# 友だち追加の広告を行うためには 「認証済みアカウント」が必要

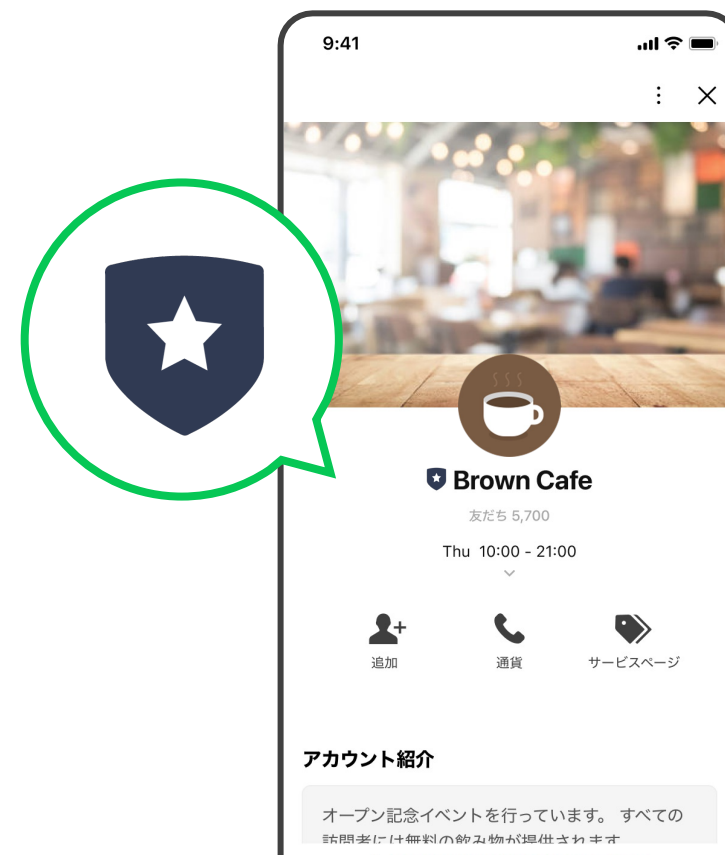
## 未認証アカウント



LINEヤフー社  
による審査



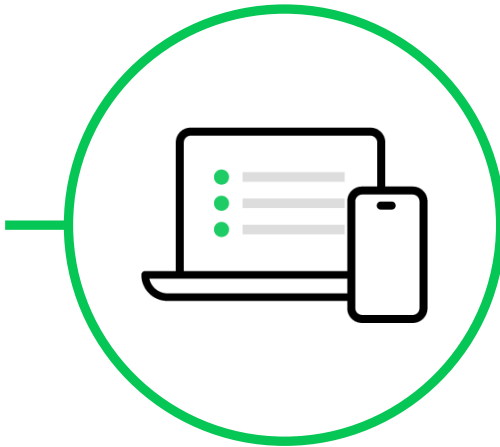
## 認証済アカウント



# 認証済みアカウントの申請方法

## 審査の流れ

ステップ1



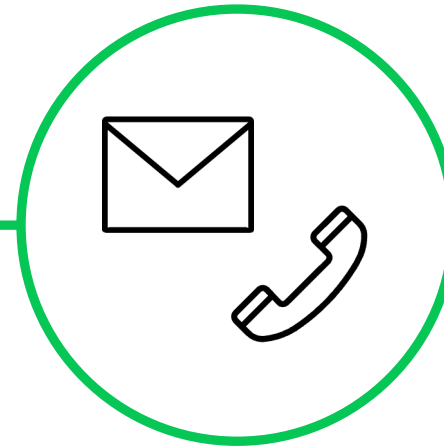
申し込みフォーム  
に入力

ステップ2



審査

ステップ3



本人確認

ステップ 4



審査結果  
のご案内

# 【これから開設する方】 「アカウント認証をリクエスト」から申請



# 【すでに開設済みの方】 LINE Official Account Managerから申請可能





# 【すでに開設済みの方】

## 「アカウント設定」 > 「アカウント認証をリクエスト」

設定

アカウント設定

権限管理

応答設定

Messaging API

登録情報

利用と請求

ダッシュボード

月額プラン

プレミアムID

お支払い履歴

お支払い方法

キャンペーンコード

インボイス情報

収益

ダッシュボード

メニューを閉じる

### アカウント設定

この画面で設定した情報は、LINEアプリの検索結果やLINEヤフー株式会社のサービスに掲載される可能性があります。設定を編集した場合、すべての表示先に反映されるまで数営業日かかることがあります。詳細は[アカウント設定で登録した情報について](#)をご確認ください。

#### 基本設定

アカウント名

Brown Cafe

ステータスメッセージ

プロフィール画像

編集

[プロフィールのプレビューを確認](#)

#### 情報の公開

認証ステータス

未認証

アカウント認証をリクエスト

アカウントが認証されると、LINEアプリの検索結果などに表示されるため、アカウントが見つかりやすくなります。

住所・地図情報

未設定

編集

ここで登録した住所・地図情報は、プロフィールページにも反映されます。詳細は[住所・地図情報の利用について](#)をご確認ください。

# 【すでに開設済みの方】 フォームの必要事項を入力して申請



## 認証済アカウントのお申込み

● 必須

- ・ [【LINE公式アカウント】認証済アカウントを申請する時の注意点](#)
- ・ [認証済アカウントとは？](#)

## アカウント情報

サービス対象国・地域 日本

アカウント名 Brown Cafe

認証済アカウントでは、個人名や個人を特定しやすいアカウント名はご利用になれません。

会社・事業者の所在国・地域 ● ②

ここで設定した国・地域は、ユーザーが閲覧できるページ（アカウントのプロフィールなど）に表示されます。

業種・申し込みタイプ

# LINE広告出稿までの流れ



## 用意するもの

広告施策の目的や具体的なイメージ（配信開始日や予算）

# LINE広告出稿までの流れ

ユーザートップ

ユーザー:

名前を検索

ホーム

グループ

広告アカウント

新しい広告アカウントを作成

配信ステータス	広告アカウント名	広告アカウント ID	インプレッション数	クリック数	CTR (クリック率)	CPC (クリック単価)	CV (コンバージョン)	CVR (コンバージョン率)
-	2 items	-	0	0	0.00%	0	0	0.00%
<div>未配信</div> <div>支払いに利用可能なメイン・サ...</div>	<div>株式会社テスト・テスト</div> <div>管理者</div>						0	0.00%

① 作成した広告アカウント名をクリック

# LINE広告出稿までの流れ

MENU

広告マネージャー

ユーザートップ > グループ: 株式会社テスト >

広告アカウント: 株式会社テスト - テスト(A01234567890)

🔍 名前を検索

■ ご利用金額 ▾

■ CV (コンバージョン) ▾

■ なし ▾

■ なし ▾

時間別 ▾

¥1

ご利用金額

¥0

2023/7/25 00:00

キャンペーン

広告グループ

広告

+ キャンペーンを作成

② 「キャンペーンを作成」をクリック

☐ 削除済みの項目 1 - 2 / 2 < > ☐ 表示項目 ▾

<input type="checkbox"/>	◆ ● ?	◆ 配信ステータス	◆ キャンペーン名	◆ キャンペーンID	◆ 開始日時	◆ 終了日時	◆ キャンペーン
-	-	-	-	2 items	-	-	-

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン	キャンペーンを作成
キャンペーンの目的	キャンペーンの目的
基本情報	
テスト	
掲載期間	
任意設定	
広告グループ	
基本情報	
ターゲット設定	
最適化と入札	
予算設定	
広告	
基本情報	
広告フォーマット	
広告	

**ウェブサイトへのアクセス**  
ウェブサイトへのアクセス数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**ウェブサイトコンバージョン**  
ウェブサイトでのコンバージョン数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**アプリのインストール**  
アプリのインストール数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**アプリのエンゲージメント**  
インストール後のアプリのエンゲージメントイベントを増やすことを目的としたキャンペーンです。

**動画の再生**  
動画の再生数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**リーチ**  
リーチ数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**友だち追加**  
LINE公式アカウントの友だち数を増やすことを目的としたキャンペーンです。

**商品フィードから販売**  
ウェブサイトを訪れたりアプリを利用した人が興味を示した商品を広告に表示して、その商品の認知度を高めたり購入を促進したりします。

基本情報

③ 「友だち追加」を選択



# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

テスト

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

基本情報

キャンペーン名友だち追加: 20250212122519/120

ステータス有効

テスト

A/Bテスト ?OFF

掲載期間

掲載期間今日から継続的に配信開始・終了日時を設定

任意設定

キャンペーン上限予算 ?上限なし上限予算を設定（任意）

キャンペーン予算の最適化 ?最適化する最適化しない

キャンペーン入札戦略 ?イベント単価の上限を設定 推奨

CostCap

イベント単価が上限を超えないように調整しながら、目標イベントを獲得します。配信状況によっては、イベント単価が設定した額を上回る場合があります。イベント単価の上限を設定して、1日の予算を消化しながら目標イベントを獲得する場合に利用してください。なお、イベント単価の上限が低すぎると、予算が消化されない場合があります。

1日の予算（キャンペーン）¥JPY /日¥5,000以上を入力してください。

4 「掲載期間」を設定

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

テスト

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

テスト

A/Bテスト ?

OFF

掲載期間

掲載期間

● 今日から継続的に配信

○ 開始・終了日時を設定

任意設定

キャンペーン上限予算 ?

● 上限なし

○ 上限予算を設定（任意）

キャンペーン予算の最適化 ?

● 最適化する

○ 最適化しない

キャンペーン入札戦略 ?

イベント単価の上限を設定 推奨

Cost

Cap

イベント単価が上限を超えないように調整しながら、目標イベントを獲得します。配信状況によっては、イベント単価が設定した額を上回る場合があります。イベント単価の上限を設定して、1日の予算を消化しながら目標イベントを獲得する場合に利用してください。なお、イベント単価の上限が低すぎると、予算が消化されない場合があります。

1日の予算（キャンペーン） ?

¥

JPY

/日

¥5,000以上を入力してください。

保存して広告グループ作成へ

キャンセル

## ⑤「任意設定」を設定

※ここでは、予算上限や入札戦略方法などを詳細に設定することが可能です。

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

テスト

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

テスト

A/Bテスト ?

OFF

掲載期間

掲載期間

● 今日から継続的に配信

○ 開始・終了日時を設定

任意設定

キャンペーン上限予算 ?

● 上限なし

○ 上限予算を設定（任意）

キャンペーン予算の最適化 ?

● 最適化する

○ 最適化しない

キャンペーン入札戦略 ?

イベント単価の上限を設定 推奨

Cost

Cap

イベント単価が上限を超えないように調整しながら、目標イベントを獲得します。配信状況によっては、イベント単価が設定した額を上回る場合があります。イベント単価の上限を設定して、1日の予算を消化しながら目標イベントを獲得する場合に利用してください。なお、イベント単価の上限が低すぎると、予算が消化されない場合があります。

1日の予算（キャンペーン） ?

¥

JPY

/日

¥5,000以上を入力してください。

保存して広告グループ作成へ

6 キャンペーン設定を保存し、  
広告グループ作成へ

# LINE広告出稿までの流れ



## 用意するもの

広告施策の目的や具体的なイメージ（配信ターゲット、配信先、予算）

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

基本情報

キャンペーン2609012817159: 友だち追加: 202307221453 (友だち追加)

編集

広告グループ名広告グループ: 20250212223020/120

ステータス

● 有効

ターゲット設定

ターゲティングモード

☒ 手動ターゲティング

☐ 自動ターゲティング

国

● 日本

地域すべて 地域

編集

性別

すべて

男性

女性

年齢

すべて

設定する

OS

すべて

Android

iOS

詳細ターゲティングすべて

編集

オーディエンス除外 オーディエンス9511724860752: Friends Audience : 202307211122

編集

オーディエンス作成

⑦ 「ターゲット設定」を設定

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

9511724860752: Friends Audience : 202307211122

編集 オーディエンス作成

広告の配信

配信先

自動配置（推奨）

配信先を編集

許可リスト

編集 許可リスト作成

最適化と入札

入札単価の設定方法

友だち追加の最大化を目的に自動で設定

課金方法

友だち追加ごとに課金

入札戦略

イベント単価の上限を設定

上限友だち追加単価

JPY

/友だち追加

¥75以上を入力してください。

予算設定

1日の予算

¥ 5000

/日

1日の予算はキャンペーンで設定されています。

保存して広告作成へ

キャンセル

⑧「最適化と入札」を設定



# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

9511724860752: Friends Audience : 202307211122

編集 オーディエンス作成

広告の配信

配信先

自動配置（推奨）

配信先を編集

許可リスト

編集 許可リスト作成

最適化と入札

入札単価の設定方法

友だち追加の最大化を目的に自動で設定

課金方法

友だち追加ごとに課金

入札戦略

イベント単価の上限を設定

上限友だち追加単価

JPY /友だち追加

¥75以上を入力してください。

予算設定

1日の予算

¥ 5000 /日

1日の予算はキャンペーンで設定されています。

保存して広告作成へ

キャンセル

9 「予算設定」を設定

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

最適化と入札

入札単価の設定方法 ⓘ 友だち追加の最大化を目的に自動で設定 推奨

課金方法 ⓘ 友だち追加ごとに課金

入札戦略 ⓘ イベント単価の上限を設定

上限友だち追加単価 ⓘ ¥ JPY /友だち追加  
¥75以上を入力してください。

予算設定

1日の予算 ⓘ ¥ 5000 /日  
1日の予算はキャンペーンで設定されています。

保存して広告作成へ

10 広告グループ設定を保存し、広告作成へ

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法



用意するもの

広告用の画像やテキスト

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

広告を作成

広告配信の効果を高めるためのクリエイティブを作成する際のヒントをご紹介します。 [詳細はこちら](#)

広告を作成すると、広告やランディングページの審査が行われます。広告審査を通過するポイントを事前にご確認ください。 [詳細はこちら](#)

基本情報

キャンペーン

2609012817159: 友だち追加: 202307221453 (友だち追加)

編集

広告グループ

9818012819860: 広告グループ: 202307221453

編集

広告名

広告: 202307221526

16/120

ステータス

● 有効

広告フォーマット ?

画像

画像 (小) 友だち追加用

動画


11 入稿するフォーマットを選択

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

画像を選択

画像一覧


画像をアップロード



ここに画像をドラッグ&ドロップ

または  
画像を選択

- ファイル形式 JPG、PNG
- ファイルサイズ 最大10MB/画像
- 推奨画像サイズ 1200×628、1080×1080



スクリーンショット 202...

完了

OK

キャンセル

12 画像をアップロードする

# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

広告

画像

Creative Labでクリエイティブを作成

小サイズの画像 (任意)

Creative Labでクリエイティブを作成

タイトル

ディスクリプション

ボタン

友だち追加

詳細設定

審査結果の推定

推定を行う

プレビュー

画像 サンプル1

テストアカウント

One-time offer

Brand-name Cream

ROSE

HAND CREAM

Looking for product testers

友だち追加

ここにタイトルが表示されます

ここにディスクリプションが表示されます

広告を保存すると、広告名以外は編集できなくなります。

広告を保存

キャンセル



# LINE広告（友だち追加） 出稿方法

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

広告

画像

プレビュー

スクリーンショット 2023-07-2...  
1080 × 1080

編集

Creative Labでクリエイティブを作成

小サイズの画像（任意）

スクリーンショット 2023-07-2...  
1080 × 1080

編集

Creative Labでクリエイティブを作成

タイトル

ディスクリプション

ボタン

友だち追加

詳細設定

審査結果の推定

推定を行う

画像

サンプル1

テストアカウント

One-time offer Brand-name Cream

ROSE HAND CREAM

Looking for product testers

友だち追加

ここにタイトルが表示されます

ここにディスクリプションが表示されます

広告を保存すると、広告名以外は編集できなくなります

広告を保存

14 内容を確認し、広告を保存する

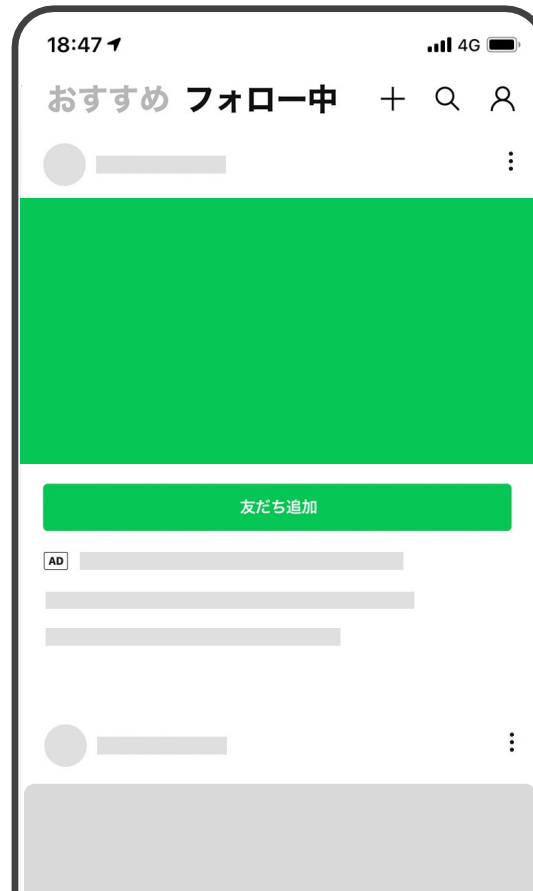
# 画像のサイズ

LINE広告のみ

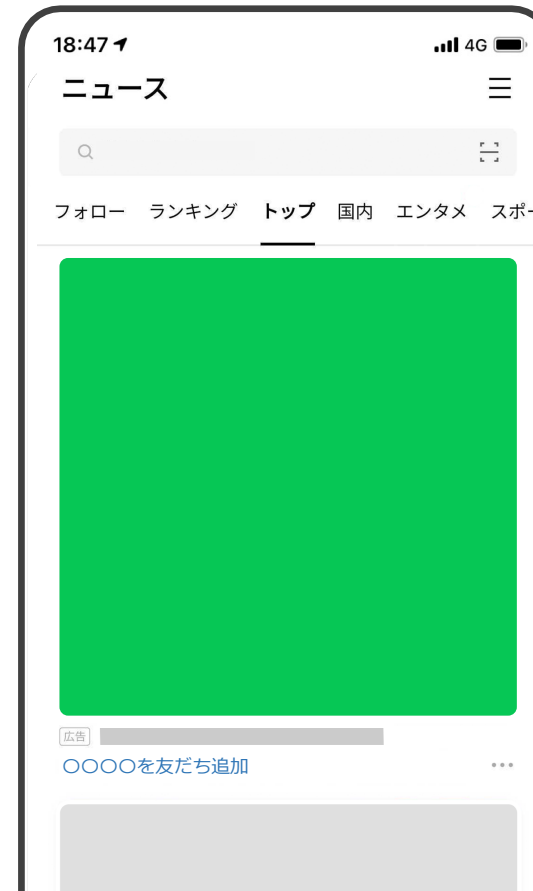
画像（小）（600×400）



カード（1200×628）

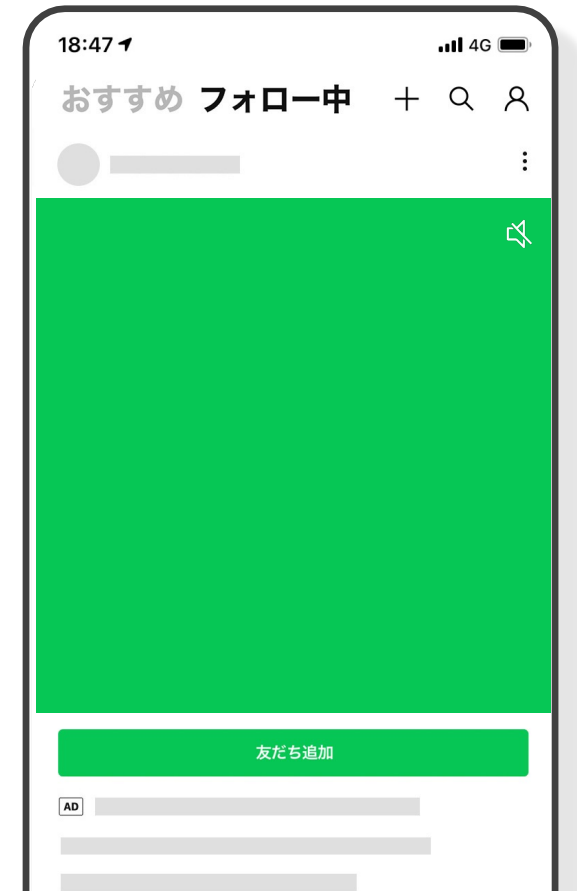


スクエア（1080×1080）



LINE広告のみ

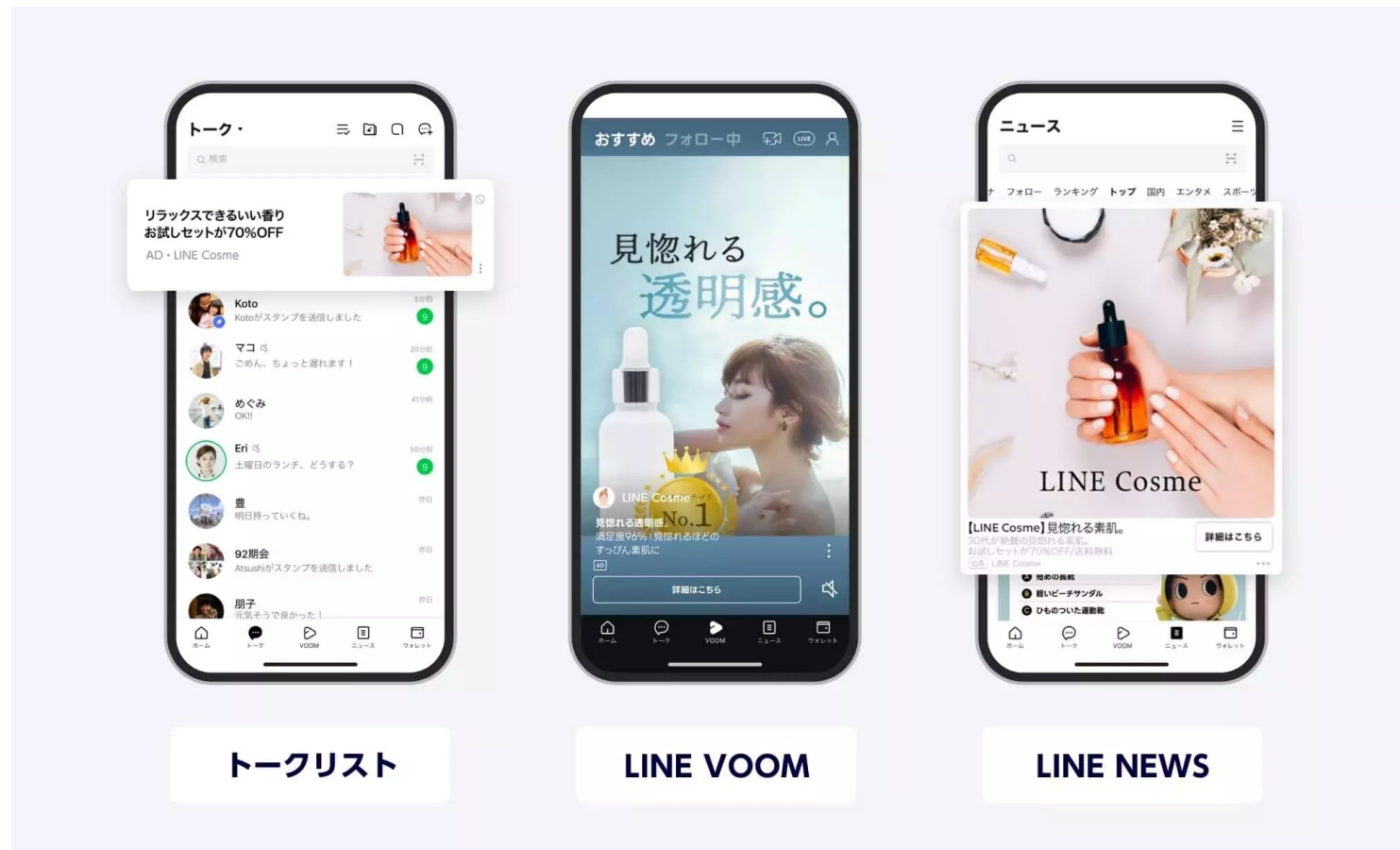
動画（16:9/1:1/9:16）



※クリエイティブサイズによって掲載面を指定することはできません。（画像（小）を除く）

# クリエイティブの制作のポイント

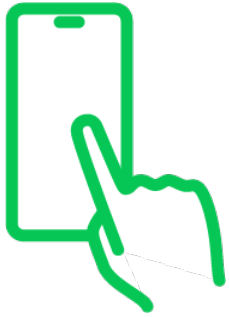
それぞれの配信面に適したフォーマットでクリエイティブを複数用意すれば、  
さまざまな配信面で広告が露出される可能性が高まります。



# クリエイティブの制作のポイント

「良いクリエイティブ」の3条件

## POINT.1



指を止めてもらう

## POINT.2



パッと見て  
何の情報かわかる

## POINT.3

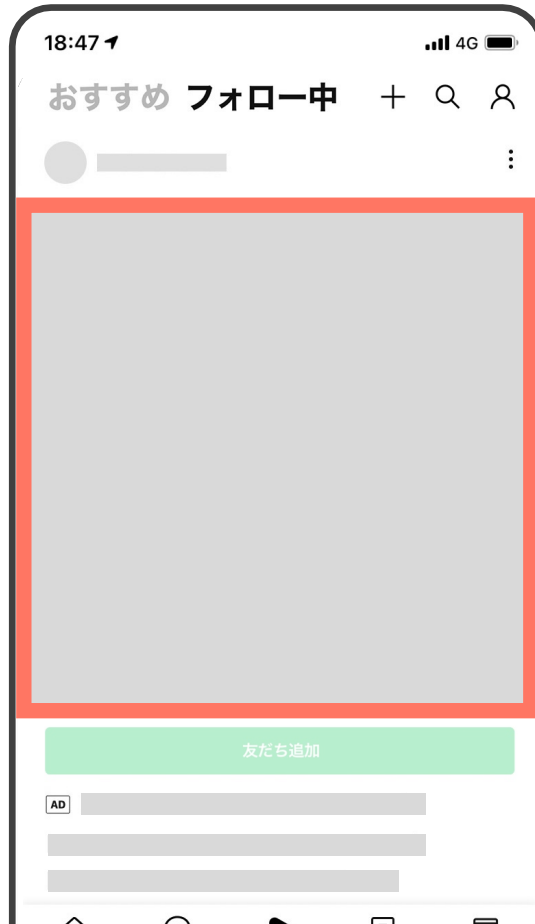


共感できる  
メッセージ性

# クリエイティブの要素

広告におけるクリエイティブは、ビジュアル（静止画・動画）やテキスト（タイトル・説明文）などの要素で成り立っています

画像



テキスト



# 画像制作のポイント

## 良い例

LY Cosmetic

オーガニックな  
ナチュラル化粧水

天然成分  
使用

環境に  
優しい

栄養が  
豊富

化粧水・美容液セット

1,980 円

## 悪い例

LY Cosmetic

オーガニックなナチュラル化粧水

天然成分使用

環境に優しい

栄養が豊富

初めての方限定

化粧水・美容液セット

1,980 円

# 複数の訴求軸や表現で作り分ける

商品やサービスの魅力をより多くのユーザーに伝えるためには、一つの表現に限らず、様々な切り口でアピールすることが重要

## 価格



## キャンペーン



## メリット



## お悩み





# タイトル、説明文もアクションを促す重要な要素



良い例

AD 友だち追加でパティ2倍！

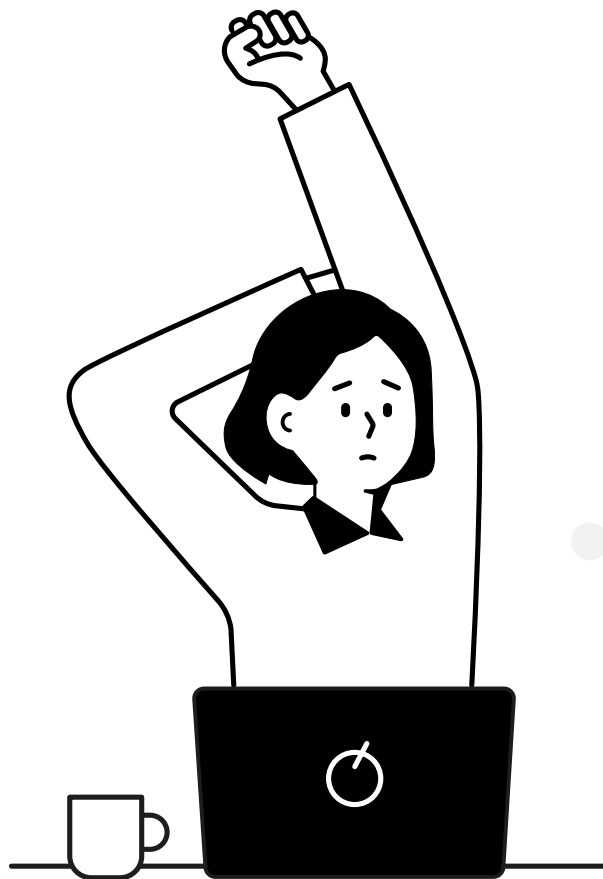
期間限定渋谷バーガーが友だち追加で  
パティ2倍！注文も簡単！



悪い例

AD 【国産】和牛・黒豚の豪華セット

LINEで友だち募集中！しゃぶしゃぶ専門  
店ならココ。他では味わえない九州産の  
お肉を提供しています。



クリエイティブ制作のポイントはわかったけど、  
画像をうまく作れるか不安だなあ。



**LINE Creative Lab**を活用すると  
**かんたんに作成することができます**

# LINE Creative Lab

画像・アニメーション・動画などの広告クリエイティブを簡単・無料で作成可能。  
テンプレートがたくさん用意されているのでLINE公式アカウントのクリエイティブなどを手軽に作成できます。



さらに、アドビが提供する  
“Adobe Express”と連携し、  
生成AIなどの機能を活用して  
広告クリエイティブを  
作成できるようになりました



# LINE Creative Lab

LINE広告の管理画面からも利用が可能

MENU | 広告マネージャー

キャンペーン

キャンペーンの目的

基本情報

掲載期間

任意設定

広告グループ

基本情報

ターゲット設定

広告の配信

最適化と入札

予算設定

広告

基本情報

広告フォーマット

広告

## 広告を作成

広告配信の効果を高めるためのクリエイティブを作成する際のヒントをご紹介します。 [詳細はこちら](#)

広告を作成すると、広告やランディングページの審査が行われます。広告審査を通過するポイントを事前にご確認ください。

[詳細はこちら](#)

### 基本情報

キャンペーン	5303802967308: Website visits: 202311101150 (ウェブサイトへのアクセス)
	<a href="#">編集</a>
広告グループ	5308212924410: Ad group: 202311161709
	<a href="#">編集</a>
広告名	広告: 202311201122 16/120
ステータス	<span>● 有効</span>

### 広告フォーマット ?

画像

動画

カルーセル

画像 (小)

画像 (アニメーション)

### 広告

# 広告審査で気をつけること

## 審査の大原則

- 法令やガイドライン等に抵触していないか
- ユーザーが誤認する可能性がないか

おおげさな表現や誇大表現、商品の効能効果を保証しているような内容でユーザーが商品やサービスを誤認する可能性がないようにご注意ください。

# 広告審査で気をつけること

## LINEヤフー特有の審査のポイント

### 「友だち」表記

OK

▼タップするだけで登録できます！▼

友だち追加！

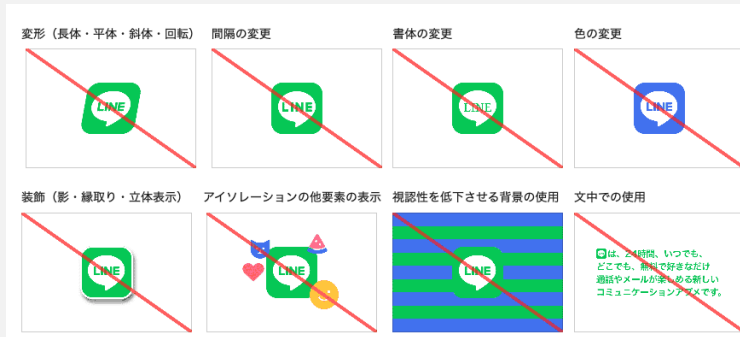
NG

▼タップするだけで登録できます！▼

友達追加！

LINE公式アカウントとユーザーが  
繋がることを意味する場合は  
「友だち」と表記が必要

### ガイドラインを遵守していない



画質が粗い

### LINEヤフーのコンテンツと誤認しうる表現



LINEアプリのUIに似たデザインなど

例：トークの吹き出しに似た表現



# まとめ

1

友だち追加目的の広告は、全国9,700万人のLINEユーザーから  
友だち（見込み顧客）を一気に集めることができる機能です。

2

友だち追加の広告にはLINE広告（友だち追加）がおすすめ。  
最適な予算・配信ターゲットを検討してみましょう。

3

友だち追加後は、クーポンやお得な情報の配信がおすすめ。  
「あいさつメッセージ」「ステップ配信」などを活用しましょう。

4

クリエイティブ（画像・文言）は、ぱっと見でわかりやすく作りましょう。  
友だち追加のメリット・提供サービスのイメージが湧くように意識しましょう。



1

LINE広告「友だち追加」とは（仕組み・機能・事例）

2

さらに効果を高める「LINE公式アカウント」の使い方

3

広告費用・友だち増加後の配信費用の考え方

4

LINE広告（友だち追加）出稿までのステップ

5

サポートのご案内



新規出稿・アカウント作成について直接相談したい

# ① 電話でのご相談

専任の担当者による電話対応サポート



## 対象

- ・ 新規でLINE広告の出稿を相談したい方
- ・ 広告アカウント作成のサポートを希望する方

## 問い合わせ方法

- ① 下記のフォームよりお問い合わせ内容を送信ください  
<https://www.lycbiz.com/jp/contact/new/line/>
- ② 担当者よりお電話またはメールでご連絡いたします

※すでにLINE広告をご利用中の方は、こちらよりお問い合わせください。

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

LINE広告を始めたいが初期設定に不安がある

## ② 初期設定代行サポート

LINE広告を始める上で、必要な初期設定を**無料**でLINEヤフー社が代行いたします

開設

キャンペーン  
の作成

広告グループ  
の作成

広告画像の  
作成・入稿

広告審査

配信  
開始

このステップを代行いたします！

### サポートその1：広告配信設定の代行

キャンペーンの作成から  
広告入稿までを代行いたします！

ご提供いただいた情報をもとに  
設定代行いたしますので、  
内容確認のみで  
配信可能な状態になります



### サポートその2：広告画像を2点作成

商材に合わせて最適な  
広告画像を作成いたします！

※画像の作成枚数は、  
1広告アカウントにつき  
正方形・長方形の各1枚ずつです



※対象となる企業さまには条件がございます。

初期設定代行サポートのお申し込みはこちら：<https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/initial-support/>

**LINEヤフー**