

LINE



LINE Ads Platform

2019年4-6月 媒体資料 Ver.1.1

LINE Ads Platformについて

05 LINE Ads Platformとは **NEW!**

06 LINE Ads Platformの全体構成 **NEW!**

01 広告配信面

08 Smart Channel掲載面のポイント **NEW!**

09 LINE NEWS掲載面のポイント

10 タイムライン掲載面のポイント

12 LINEマンガ掲載面のポイント

13 LINE BLOG掲載面のポイント

14 LINEポイント掲載面のポイント

02 クリエイティブ

16 Card

17 Square

18 Vertical

19 カラーセル **NEW!**

20 アイコン+テキスト **NEW!**

03 広告配信機能

25 LINE Ads Platformのアカウント構造 **NEW!**

26 LINEデモグラフィックデータ配信

27 オーディエンス配信

28 Cost Per Friends (CPF)

29 LINE Dynamic Ads **NEW!**

31 LINE公式アカウントの友だちオーディエンス配信 **NEW!**

32 類似配信

33 リエンゲージメント配信 **NEW!**

36 自動最適化配信

37 リーチ&フリークエンシー

39 ブランドリフトサーベイ

44 ファーストビュー

04 計測

47 LINE Tag計測 **NEW!**

48 オーディエンス配信のタグ仕様 **NEW!**

49 アプリコンバージョン計測 **NEW!**

50 パフォーマンスレポート項目一覧

05 GuideLine

52 広告掲載可否基準

59 利用規約

06 お申し込み/よくあるFAQ

64 お申し込みフロー

67 よくあるFAQ



LINE Ads Platformについて

LINE Ads Platformとは

LINE Ads Platformを通してLINE内での高いMAUを誇るタイムラインとLINE NEWSへの配信に加え、総勢2,500組以上の公式ブロガーが活躍するLINE BLOGとダウンロード数2,000万を超えるLINEマンガやLINEポイントへの配信が可能です。
また、新しくLINEで最も利用率の高いトークリストの上部に広告が配信できるSmart Channel面が追加されました。



※キャプチャ画像はイメージです

LINE Ads Platformの全体構成

LINE Ads Platformは、以下3つから構成されており、それぞれ掛け合わせて広告を配信します。

01 広告配信面

- Smart Channel **NEW!**
- LINE NEWS
- タイムライン
- LINEマンガ
- LINE BLOG
- LINEポイント

02 クリエイティブ

- Card
- Square
- Vertical
- カルセル **NEW!**
- 画像+テキスト **NEW!**

03 広告配信機能

- LINEデモグラフィックデータ配信
- オーディエンス配信
- Cost Per Friends (CPF)
- LINE Dynamic Ads **NEW!**
- LINE公式アカウントの友だちオーディエンス配信 **NEW!**
- 類似配信
- リエンゲージメント配信 **NEW!**
- 自動最適化配信
- リーチ&フリークエンシー+ブランドリフトサーベイ
- ファーストビュー



**LINE
Ads
Platform**

01 広告配信面

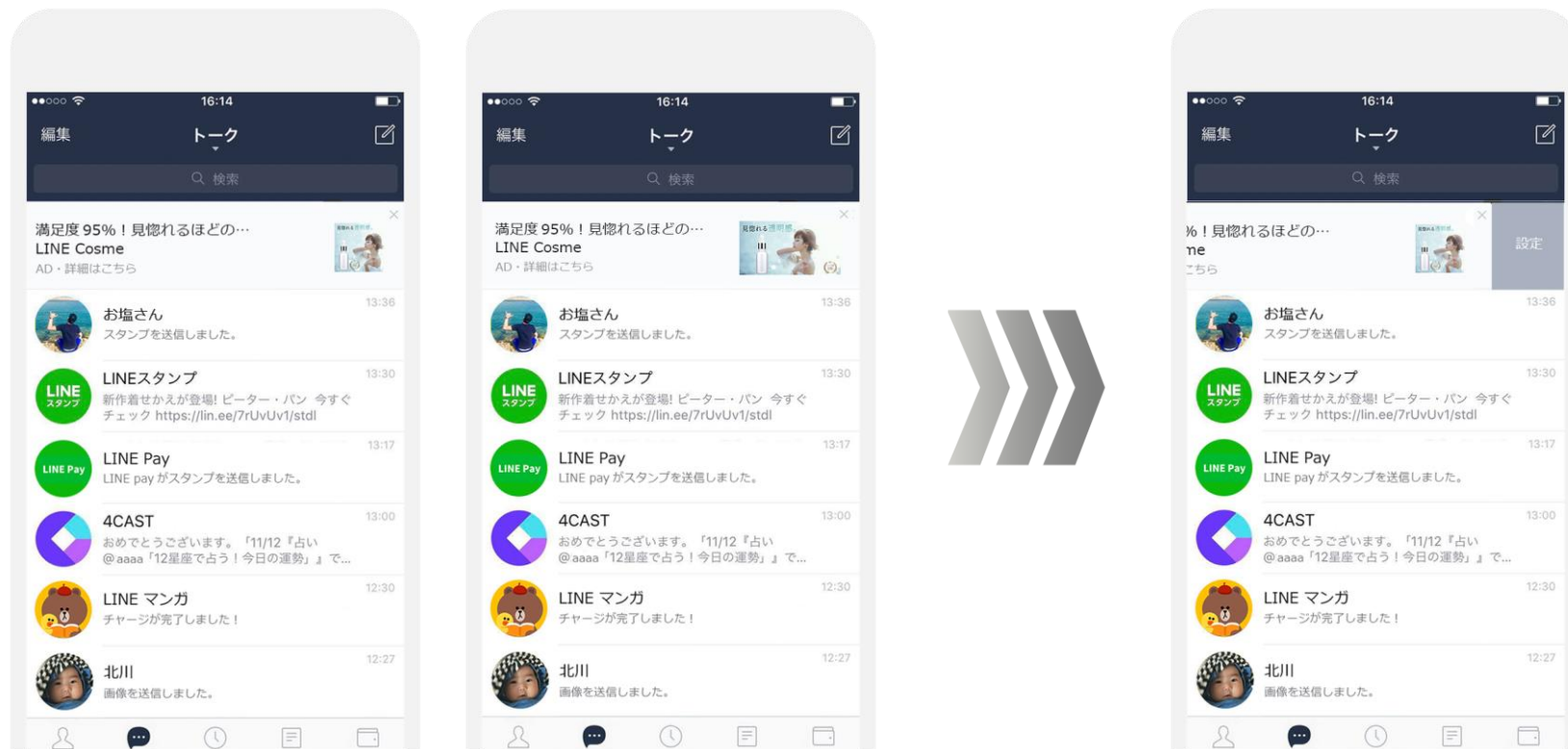


Smart Channel掲載面のポイントNEW!

LINEのトークリスト最上部の枠に広告が表示されます。

トークリストと同じ形式の広告をクリックすると商品・サービスのランディングページに遷移します。

圧倒的なDAUを誇るLINEサービスで最もアクティブ性の高いトーク画面の最上部に
広告が表示されるため大規模なプロモーションに活用できます。



※キャプチャ画像はイメージです

LINE NEWS掲載面のポイント

MAU 約6,300万人以上※1と高いアクティブユーザー数が特徴です。「LINE」アプリ内のニュースページ（ニュースタブなど）から流入する記事一覧ページに加え、300媒体※2のアカウントメディアの記事一覧ページに広告配信できます。

LINE NEWSのユーザーは、購入意欲が高くインフルエンサー要素も持ち合わせているため、新商品発売情報や即時性のあるコンテンツとの相性が良いです。

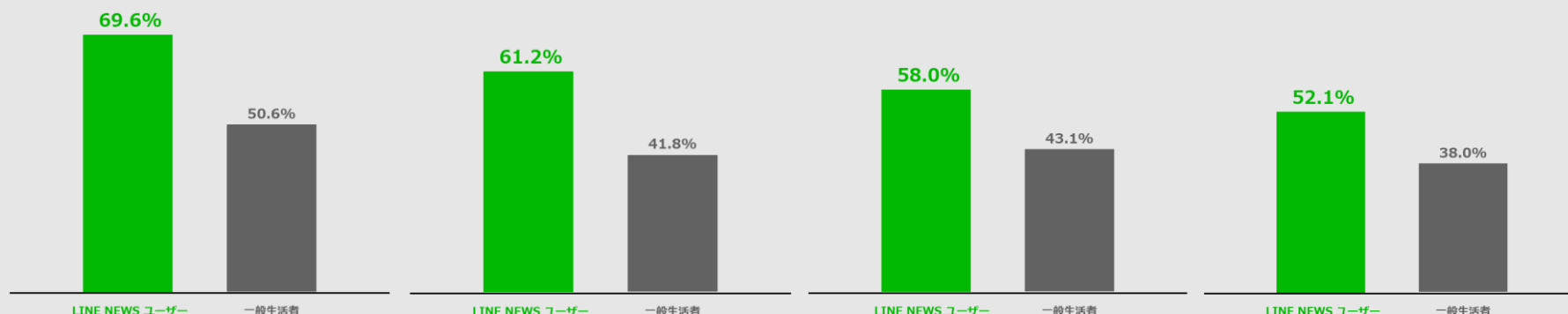


クチコミや評判を参考に
商品やサービスを選ぶ

好きなものは人に薦めたい

気に入ったものがあると
多少高くても買う

好きなものに使うお金は
惜しまない



※ 出典元：マクロミル社・インターネット調査(2018年1月実施/全国15~69歳の男女を対象 サンプル数1,030)

※1 2018年6月時点 「LINE」アプリ内のニュースページ（ニュースタブなど）および、「LINE NEWS」アプリ、「LINE NEWS」WEBページにおける月間ユニークブラウザ数の合計

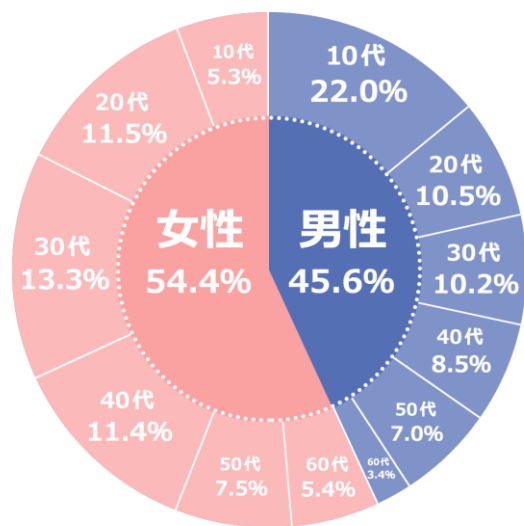
※2 2019年4月時点

タイムライン掲載面のポイント_他サービスとのリーチ比較

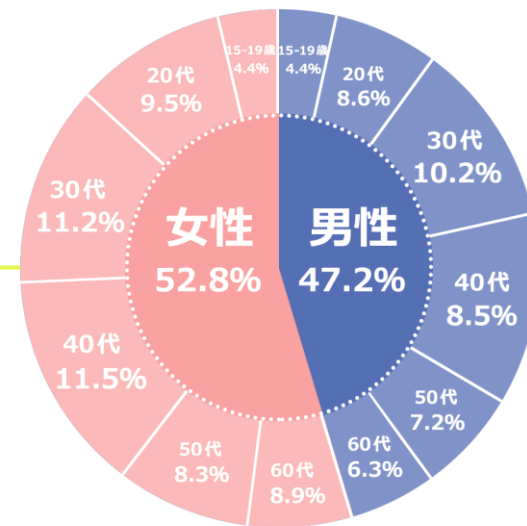
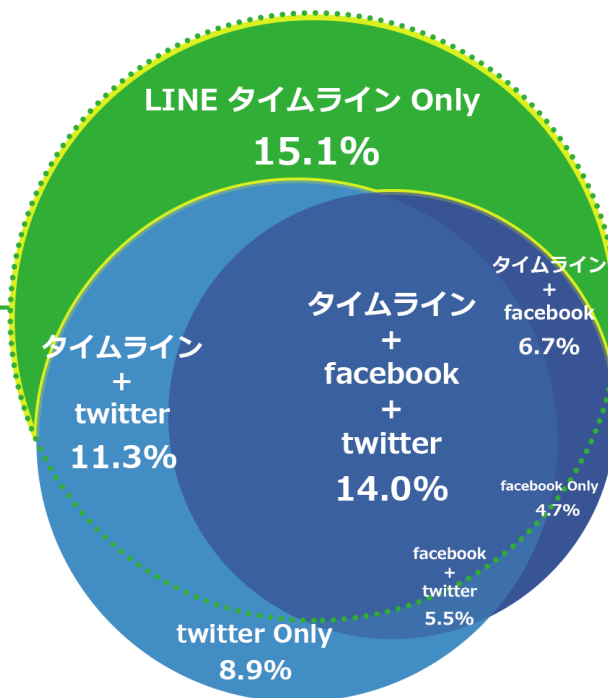
MAU 6,800万人以上※1のタイムライン利用ユーザーへ、外部送客、ダイレクトレスポンス、アプリDL促進の用途で広告掲載が行えます。

タイムラインユーザーの男女比率は女性の方が多く、年齢層は10代から60代まで幅広く利用されており
facebookやtwitterでリーチできない層へリーチができます。
公式アカウントのブロック状況にかかわらず、タイムラインを利用する全ユーザーにリーチ可能です。

【LINEタイムラインユーザー全体の属性】※1



【LINEのみがリーチできるタイムラインユーザーの属性】※2



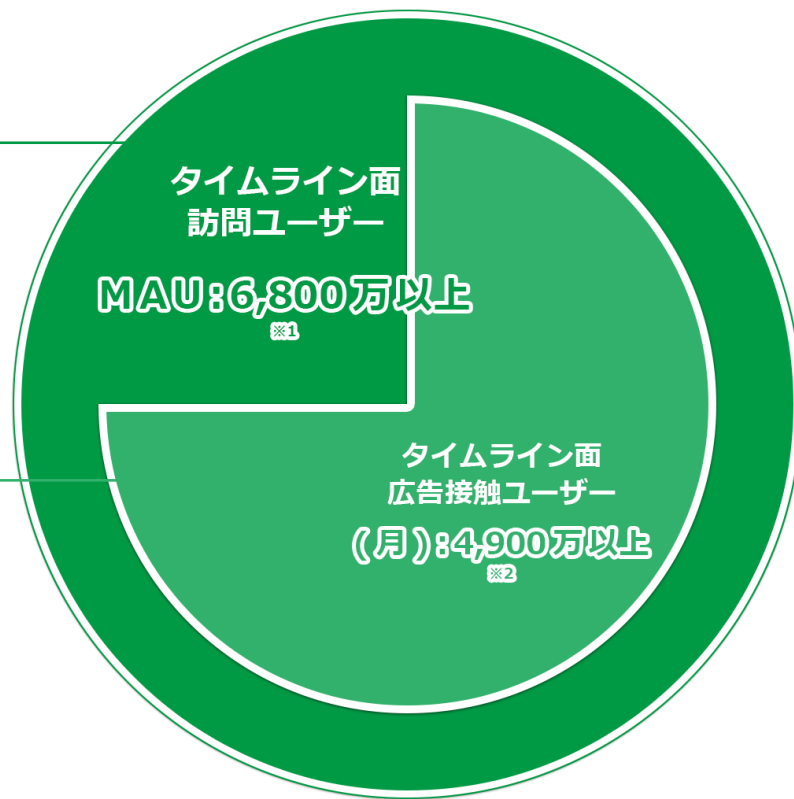
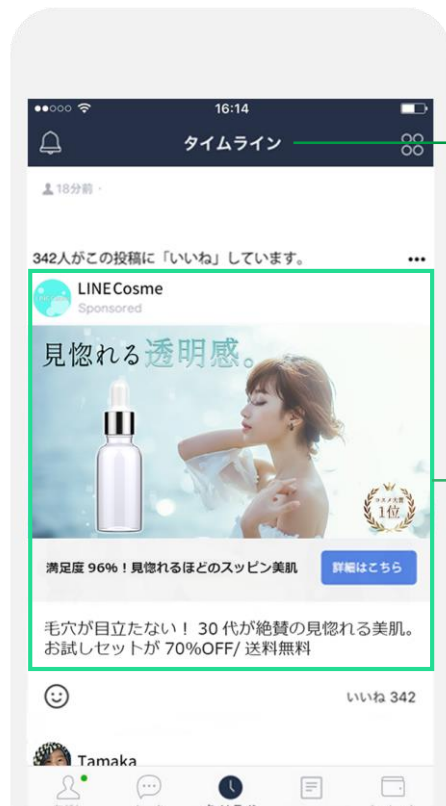
※ どのサービスも非接触：35.1%

※1 MAU:LINEのタイムラインに訪問したユーザーの数 社内調査（2019年1月時点）

※2 全国男女 15-69歳のスマートフォンユーザー対象 17,144サンプル マクロミル調査（2019年1月時点）

タイムライン掲載面のポイント_タイムラインにおける広告接触規模

タイムライン訪問ユーザー6,800万人以上のうち4,900万人以上は月に1回以上タイムライン上の広告に接触しています。



※キャプチャ画像はイメージです

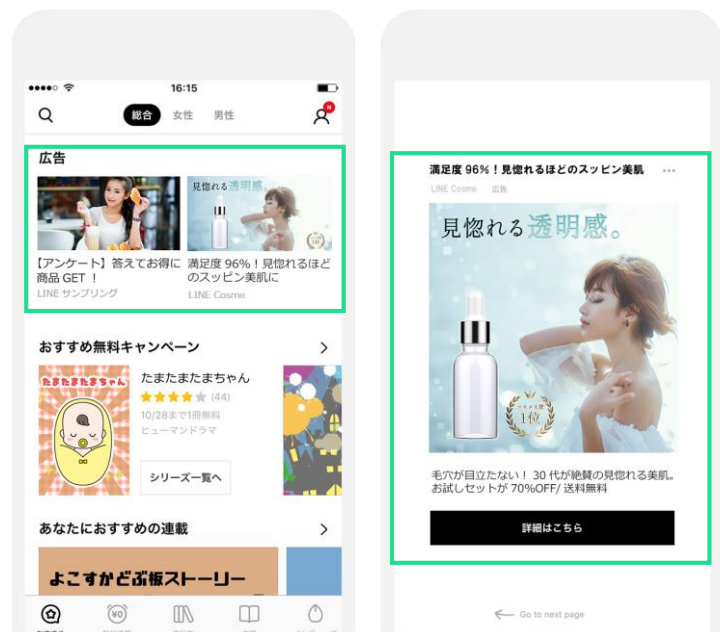
※1 MAU:月に1回でもLINEのタイムラインに訪問したユーザーの数 社内調査(2019年1月時点)

※2 広告接触ユーザー(月):タイムライン上で月に1回以上広告に接触(imp)したユーザーのユニーク数 社内調査(2019年1月時点)

LINEマンガ掲載面のポイント

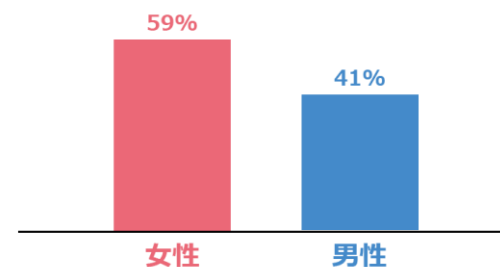
LINEマンガは、気軽にマンガ・ノベル作品が楽しめるスマートフォン向け電子コミックサービスです。2013年4月のサービス開始以降アプリのダウンロード数は2,000万件※1を突破し、スマホマンガアプリダウンロード数ランキングにて1位を記録しています。※2 2017年には、週間利用者数（WAU）ランキングにおいても1位を記録し、日本国内におけるゲームを除くiOS・Google Playのアプリ年間収益ランキングでもiOSのブックカテゴリ・Google Playのコミックカテゴリでそれぞれ1位を獲得するなど、同カテゴリーのサービス内で国内最大のサービスになっております。

ユーザーの属性は男女比率 4 : 6で女性の方が多く、全体に占める年代の内訳を見ると15-19歳の利用が27%、20-30代の利用が60%（20代：35%、30代：25%）となっており、若年層のみならず幅広い層で利用されています。

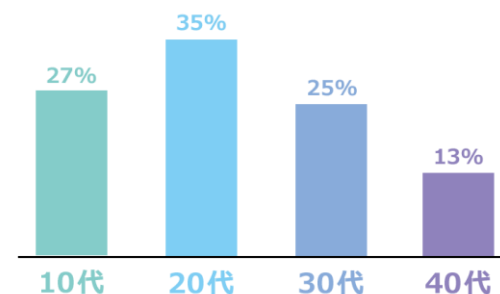


ダウンロード数
2,000万DL
以上

LINEマンガ利用者【男女比率】



LINEマンガ利用者【年代比率】



※1 iOS、Android合計 2018年11月時点 出典／App Annie

※2 iOS、Android合計 2017年6月平均 出典／App Annie

LINE BLOG掲載面のポイント

LINE BLOGは、アーティスト・タレントなど著名人をはじめとしたユーザーの外部への情報発信やファンとのコミュニケーションツールとして活用されています。LINEを通じてメッセージを配信できるLINE公式アカウントと連携しており、ブログを更新するとLINE公式アカウントのタイムラインに自動的にフィードが投稿されるなど、LINEを活用した双方コミュニケーションも高く評価されています。※1
ジャンルはアーティスト、タレント・モデル、ママタレント、ファッション、アイドル、スポーツ、文化人、スペシャリスト、スタンプクリエイターの多岐にわたり、2016年11月より一般の方でもブログ開設ができるようになっております。

2014年11月のサービス開始から3年間で、これまでに公式ブロガー総勢2,500組以上のブログが開設されています。※2

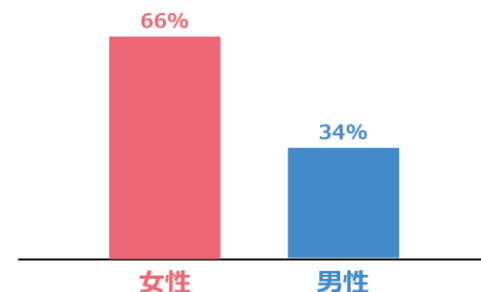
ユーザーの属性は男女比率 3 : 7で女性の方が多く、全体に占める年代の内訳を見ると20-40代が中心層で79%（20代：25%、30代：24%、40代：28%）となっており、幅広い層で利用されています。



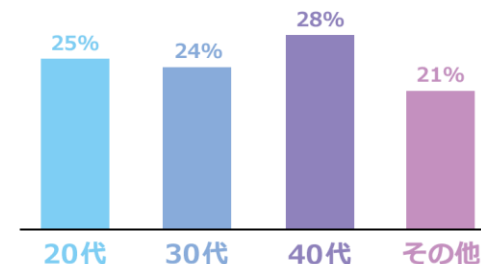
公式ブロガー※2

2,500組
以上

LINE BLOG利用者【男女比率】



LINE BLOG利用者【年代比率】



※1 LINE BLOG内の公式ブログのみ

※2 2018年3月時点

LINEポイント掲載面のポイント

LINEポイントは、「友だち追加」「動画視聴」「ミッション」などの指定条件をクリアすることで、ポイントがもらえるサービスです。国内最大級のリーチ力を持っており、多くのユーザーに利用されています。

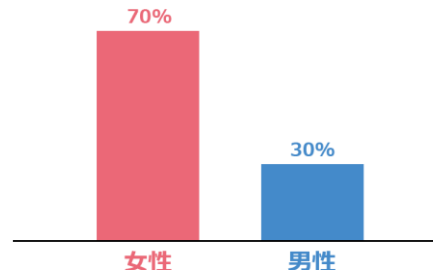
ユーザーの属性は男女比率 3：7で女性の方が多く、全体に占める年代の内訳を見ると40代-50代の利用が55%以上（40代：32.3%、50代：23.3%）と年齢層が高めのユーザーに利用されています。



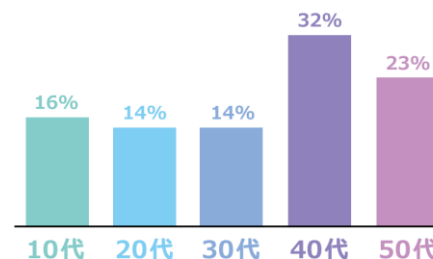
各OS比率
※1
約50%

PV数※2
月/3.6億
PV

LINEポイント利用者【男女比率】



LINEポイント利用者【年代比率】



※1 2018年6月時点

※2 2019年2月時点

02 クリエイティブ



1. Card

静止画（1200×628）、動画（16：9）の広告フォーマットです。

静止画
(1200×628)



動画
(16：9)



【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	静止画 (1200×628)	動画 (16：9)
SmartChannel	○	×
LINE NEWS	○	○
タイムライン	○	○
LINEマンガ	○	○
LINE BLOG	○	○
LINEポイント	○	○

※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

2. Square

静止画（1080×1080）、動画（1：1）の広告フォーマットです。

静止画
（1080×1080）

動画
（1：1）



【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	静止画 (1080×1080)	動画 (1：1)
SmartChannel	○	×
LINE NEWS	△ (一部のみ配信可)	×
タイムライン	○	○
LINEマンガ	△ (一部のみ配信可)	△ (一部のみ配信可)
LINE BLOG	○	○
LINEポイント	△ (一部のみ配信可)	△ (一部のみ配信可)

※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

3. Vertical

9 : 16（動画）の広告フォーマットです。タイムライン上では、2:3の比率で広告が表示されるため、上下が省略されます。ユーザーが動画をクリックすると全画面（9 : 16）で表示されるようになります。字幕などを利用する場合はカットされるサイズを考慮して作成することを推奨します。

Vertical
(9 : 16)



タイムライン表示時
(2 : 3)



全画面再生時
(9 : 16)



【掲載面×フォーマット一覧】

フォーマット 掲載面	Vertical (9 : 16)
SmartChannel	×
LINE NEWS	×
タイムライン	○ (R&F・FV実施時のみ)
LINEマンガ	×
LINE BLOG	×
LINEポイント	×

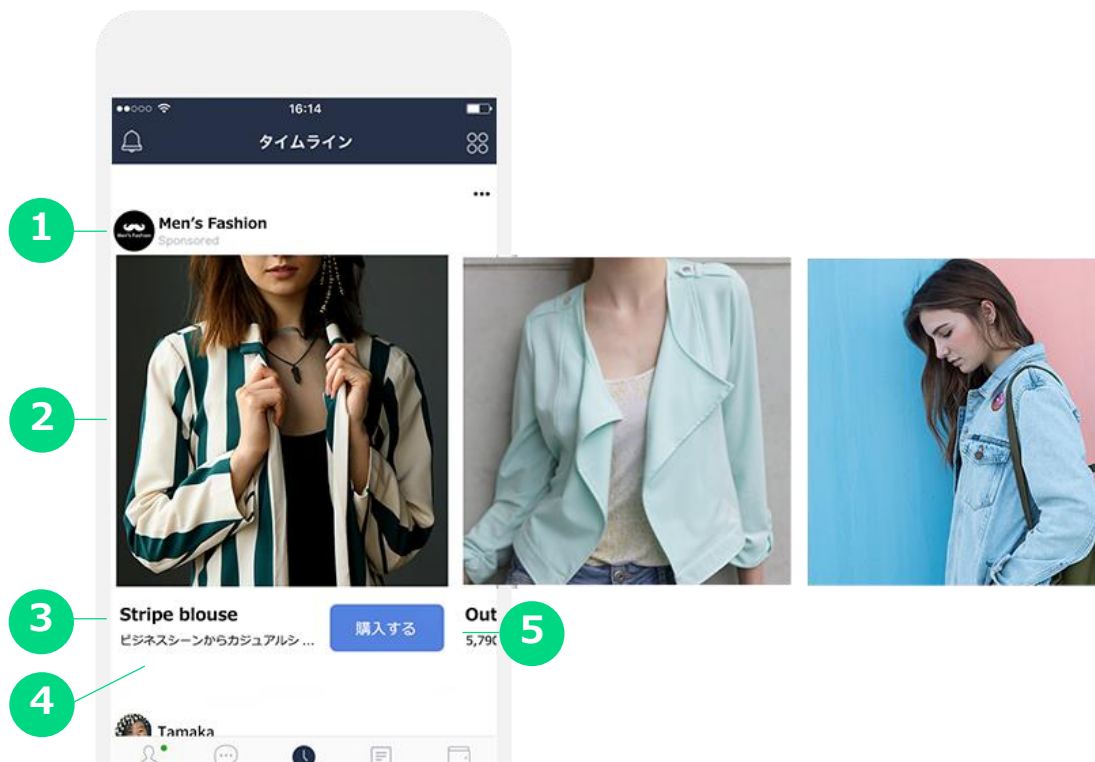
※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

4. カルーセル NEW!

1つの広告枠に複数商品を表示させることができるフォーマットです。
現段階では、LINE Dynamic Ads のみに対応しているフォーマットです。

カルーセル
(600×600)



【広告構成】

要素番号	項目名	内容
1	アイコン	管理画面に登録しているアイコン
2	画像	フィード上の項目名 "Image link"
3	タイトル	フィード上の項目名 "title"
4	ディスクリプション	フィード上の項目名 "description"
5	アクションボタン	管理画面より 任意の設定が可能です

※キャプチャ画像はイメージです

※最大表示数は10件です

5. 画像+テキスト NEW!

Smart Channel面で表示される画像とテキストの広告フォーマットです。

画像+テキスト



【広告構成】

要素番号	項目名	内容
1	画像	管理画面に入稿されている素材（静止画のみ）
2	タイトル	20文字以内（半角全角問わず） ※ 広告表示される文字数は14文字までです
3	企業名	LINE@の名称
4	アクションボタン	管理画面より任意で設定できます

※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

入稿素材_広告(ウェブ・アプリ)

広告	入稿素材	入稿規定
ウェブ	画像/動画 タイトル ディスクリプション アクションボタン 最終ページURL リンク先URL(任意)	■画像/動画※1 →「メディア」より入稿したものを選択 ■タイトル →20文字以内（半角全角問わず） ■ディスクリプション →75文字以内(半角全角問わず) ■アクションボタン →管理画面内の選択肢より選択 ■ランディングページ →LPのURLを記入 ■リンク先URL(任意) →計測ツールを使用する場合等で発行されるパラメータ付のURL
アプリ	画像/動画 タイトル ディスクリプション アクションボタン アプリ 遷移先 リンク先URL(任意)	■画像/動画※1 →「メディア」より入稿したものを選択 ■タイトル →20文字以内（半角全角問わず） ■ディスクリプション →75文字以内(半角全角問わず) ■アクションボタン →管理画面内の選択肢より選択 ■アプリ →「メディア」より登録したものを選択 ■遷移先 →リンク先URL※2 →ディープリンク →アプリストア →ランディングページ

※1 広告グループで「課金：CPC」を選択した場合は「画像」しか表示されません

※2 計測ツールなどのパラメータ付URLはリンク先URLに設定してください

入稿素材_メディア(画像・動画・アプリ)

項目	入稿素材	入稿規定
画像・動画	静止画 動画	<ul style="list-style-type: none"> ■静止画 <ul style="list-style-type: none"> ・サイズ <ul style="list-style-type: none"> →1200×628pixel →1080×1080pixel ・形式 <ul style="list-style-type: none"> →jpg/png ・ファイルサイズ <ul style="list-style-type: none"> →5MB以内 ■動画 <ul style="list-style-type: none"> ・動画 <ul style="list-style-type: none"> →H.264、メイン/ハイプロファイル推奨、正画素、固定フレームレート、プログレッシブスキャン ・音声 <ul style="list-style-type: none"> →AAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ ・フレームレート <ul style="list-style-type: none"> →最大30fps ・フォーマット <ul style="list-style-type: none"> →mp4 ・アスペクト比 <ul style="list-style-type: none"> →16 : 9 (width : 240px以上1920px以下 height : 135px以上1080px以下) →1 : 1 (width : 600px以上1280px以下 height : 600px以上1280px以下) →9 : 16※1 (width : 135px以上1080px以下 height : 240px以上1920px以下) ・解像度 <ul style="list-style-type: none"> →最大1080p(広告配信時は最大720p) ・ビットレート <ul style="list-style-type: none"> →最大8Mbps ・時間 <ul style="list-style-type: none"> →最大120秒(最低5秒以上) ・ファイルサイズ <ul style="list-style-type: none"> →最大100MB以内
アプリ	プラットフォーム アプリ名 ストアURL	<ul style="list-style-type: none"> ■プラットフォーム <ul style="list-style-type: none"> →iOS/Androidを選択 ■アプリ名 <ul style="list-style-type: none"> →アプリの正式名称を入力 ■ストアURL <ul style="list-style-type: none"> →iOSであればApp Store、AndroidであればGoogle PlayのURLを入力

※1 「リーチ&フリークエンシー」「ファーストビュー」のみ配信可能です

入稿素材_LINE Dynamic Ads

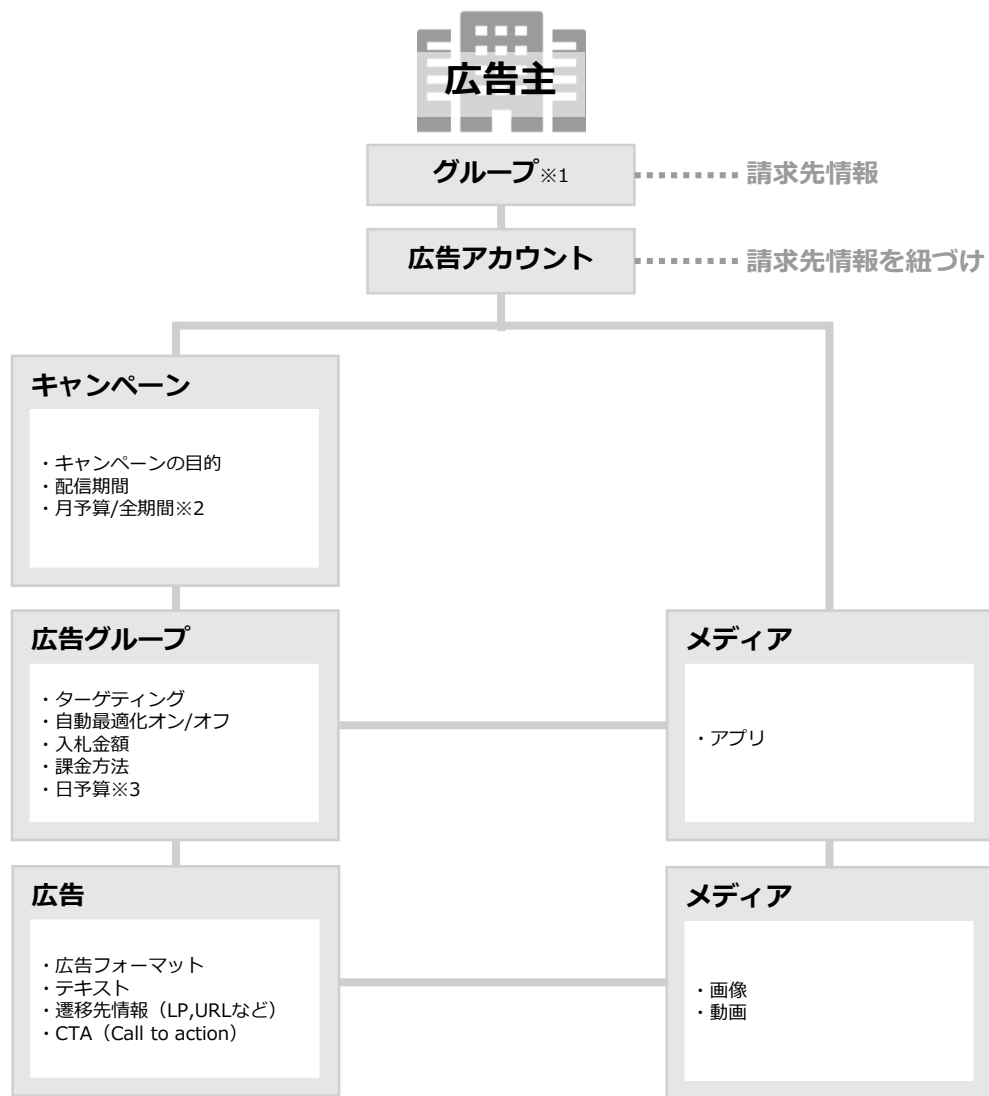
メニュー名	入稿素材	入稿規定
LINE Dynamic Ads	データフィード	<ul style="list-style-type: none">■ファイル形式<ul style="list-style-type: none">→CSV、TSV、JSON■イメージ<ul style="list-style-type: none">→100×100pixel→600×600pixel（推奨）→1200×628pixel（推奨）→形式：jpg/png→容量：10MB以内■文字コード<ul style="list-style-type: none">→UTF8■ファイルサイズ<ul style="list-style-type: none">→最小：10行（10商品～） <p>※CSV/TSV：最大1ファイル（8GB以内、または計300万行以内） ※JSON：最大24GB以内（1ファイル最大8GB以内、またはすべてのファイル1,000万行以内）</p>

03 広告配信機能



LINE Ads Platformのアカウント構造 **NEW!**

入札金額、課金形式、日予算、自動最適化のオン/オフなど配信最適化は広告グループで行われます。



※1 グループは3階層まで紐づけ可能です

※2 キャンペーン予算(月単位/全期間)は管理画面上を超えることはありませんが、超過分のご利用金額は請求時に切り捨てますので、実質上限は超えません

※3 日予算は上限予算を超える可能性がございます

LINEデモグラフィックデータ配信

年齢・性別・地域・興味関心それぞれターゲットを指定して、配信対象と掛け合わせて配信をすることができます。
広告の対象となるユーザーの属性や興味を推測し、ターゲティングすることでアクションをしやすいユーザーに広告を表示するため
費用対効果の高い配信が見込めます。

年齢セグメント

14歳以下から50代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歳-

興味関心セグメント

18種類のインタレストカテゴリより
指定配信ができます。

例) ゲーム/デジタル機器・家電/スポーツ
/職・ビジネス/ファッション/家・インテリア
・園芸/テレビ・番組/音楽/教育・学習・
資格/金融/健康/自動車/エンタメ/ショッピ
ング/書籍・マンガ/食べ物・飲み物/美容・
コスメ/旅行

性別セグメント

男性・女性の指定配信ができます。

地域セグメント

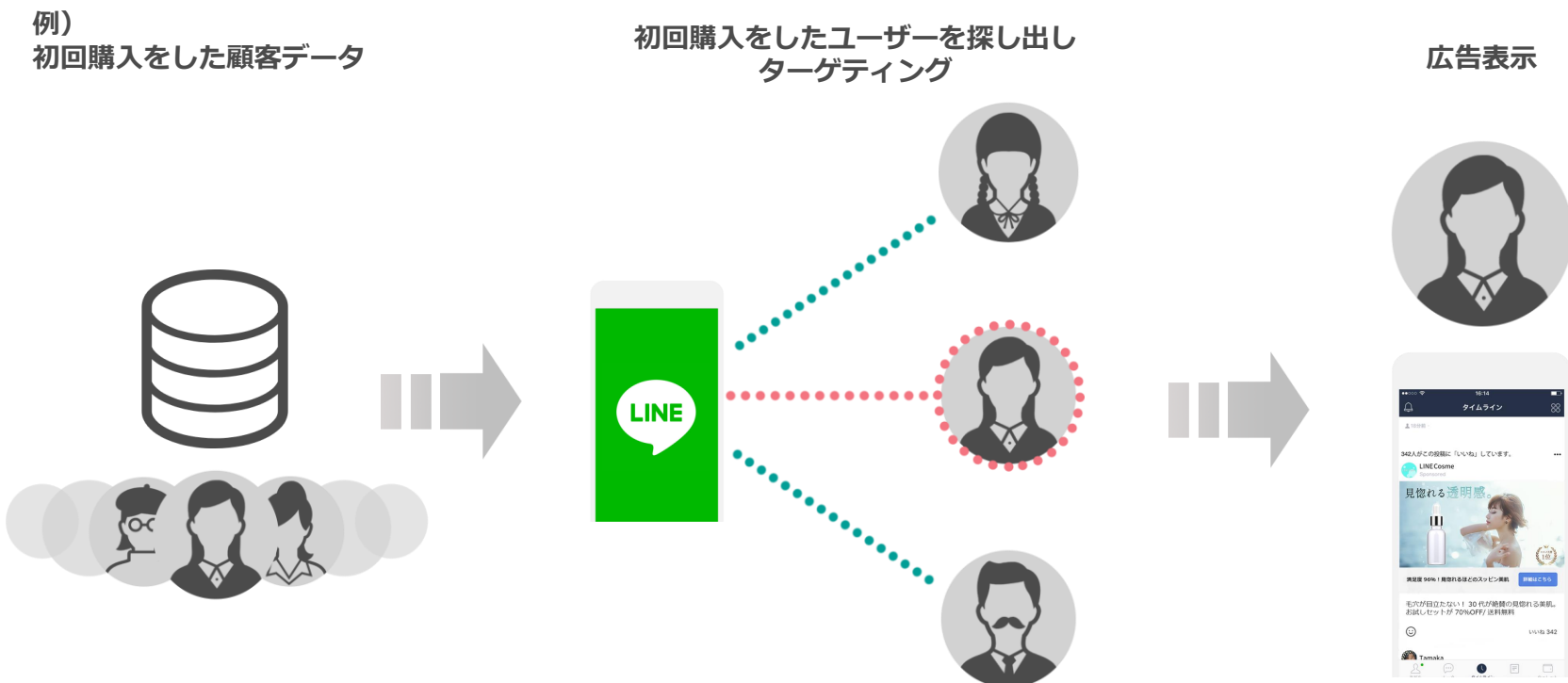
47都道府県別での指定配信ができます。



※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(スタンプ購入履歴、LINE公式アカウント/LINE@友だち登録履歴など)をもとに分類した「みなし属性」となります

オーディエンス配信

ユーザーのデータを利用して、対象のユーザーに広告を配信することができます。例えば、初回購入したユーザーの端末識別IDなどがあれば、そのデータを使って再び購入を促す広告を配信することができます。また、逆にそのデータを使って購入者を広告の配信対象から除外することもできます。オーディエンスは端末識別ID以外にも、ウェブトラフィック、モバイルアプリイベント、LINEアカウントの友だち、またそれぞれの類似が作成可能です。

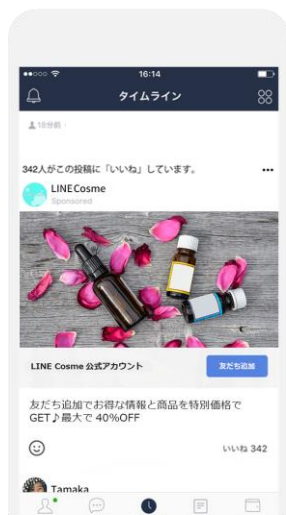


※オーディエンス作成数の上限は500個までとなります

Cost Per Friends (CPF)

CPF（Cost Per Friends）とは、LINE Ads Platformを通じてLINEアカウントの友だちを獲得する広告商品です。自然な流入により関心度の高い友だち獲得が見込めます。

【タイムライン】



【LINE NEWS】



【配信詳細】

項目	詳細
LINEオーディエンスデータ配信	LAPの通常ターゲティング、LINE公式アカウント/@の友だちオーディエンス
配信面	LINE NEWS面、タイムライン面
掲載フォーマット	静止画 1200×628 / 1080×1080（タイムライン面のみ）
配信価格	最低入札金額 50円～※友だち追加ボタンをクリックしたら課金されます
対象LINEアカウント	LINE公式アカウント/API型LINE公式アカウント/ビジネスコネクタアカウント/認証済みAPI型LINE@アカウント/認証済みLINE@アカウント

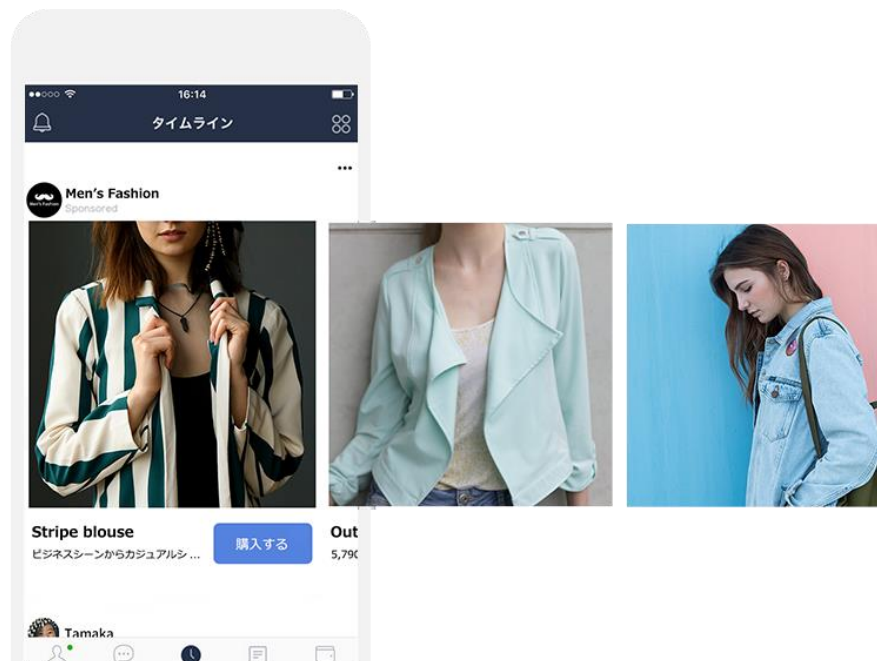
※キャプチャ画像はイメージです

※未認証公式アカウント、非認証LINE@アカウントは対象外です（実施が確認された場合、配信停止の対応をさせて頂くことがございます）

※手動入札のみ対応。自動入札に関しては今後対応予定です。

LINE Dynamic Ads **NEW!**

ユーザーの商品の閲覧履歴に基づき、興味がありそうな特定商品を広告表示します。そのため、ユーザー一人ひとりに向けた配信最適化が可能です。また、商品ごとに遷移先を設定できるため、より効率的に再来訪や購入を促進できます。



※キャプチャ画像はイメージです

※最大表示数は10件です

【配信詳細】

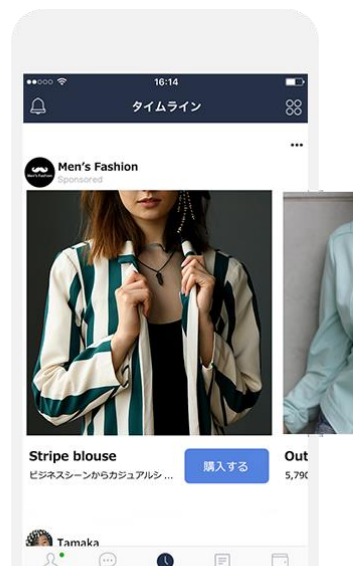
項目	内容
対応業種※1	EC、ツアー予約、航空券、ホテル予約、不動産、人材、教育、施設予約
LINEデモグラフィックデータ配信	年齢/性別/地域/興味関心
LINEオーディエンスデータ配信	商品ページ、カートページ、コンバージョンページ
配信面※2	タイムライン、LINE NEWS、LINEマンガ、LINE BLOG、LINEポイント
配信フォーマット	データフィード
類似配信	不可

- ※1 ・ECの場合、「単品通販」「健康・美容・ダイエット食品」「金融関連サービス」「モール系総合通販」「フリマ/オークション」は対象外となります
 ・ECでも「下着・ランジェリー全般」「水着」「コスプレ」などの商品は性別を問わず事前にフィードからの除外をお願いします
 ・弊社ガイドラインに接触する場合、いかなる理由でも、ご実施頂くことはできません。
- ※2 配信面により配信されるフォーマットがとなります。

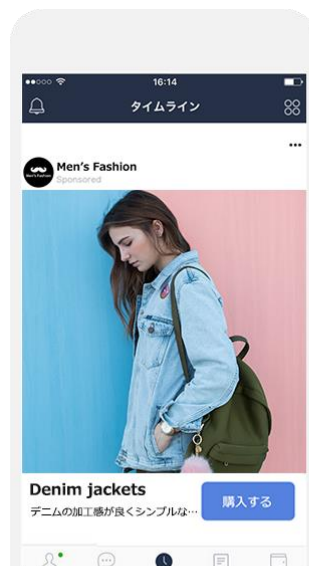
LINE Dynamic Ads_配信面ごとの配信フォーマット

配信面ごとに配信フォーマットが異なりますので、下記よりご確認ください。

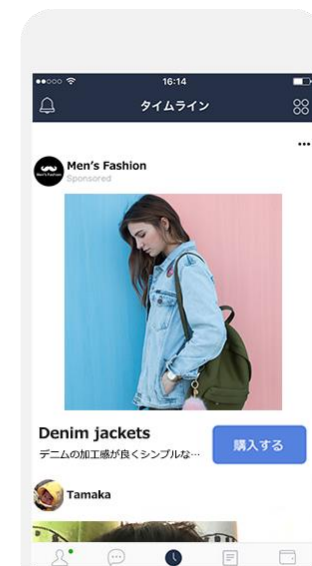
カルーセル



シングルタイプ
(1 : 1)



シングルタイプ
(16 : 9)



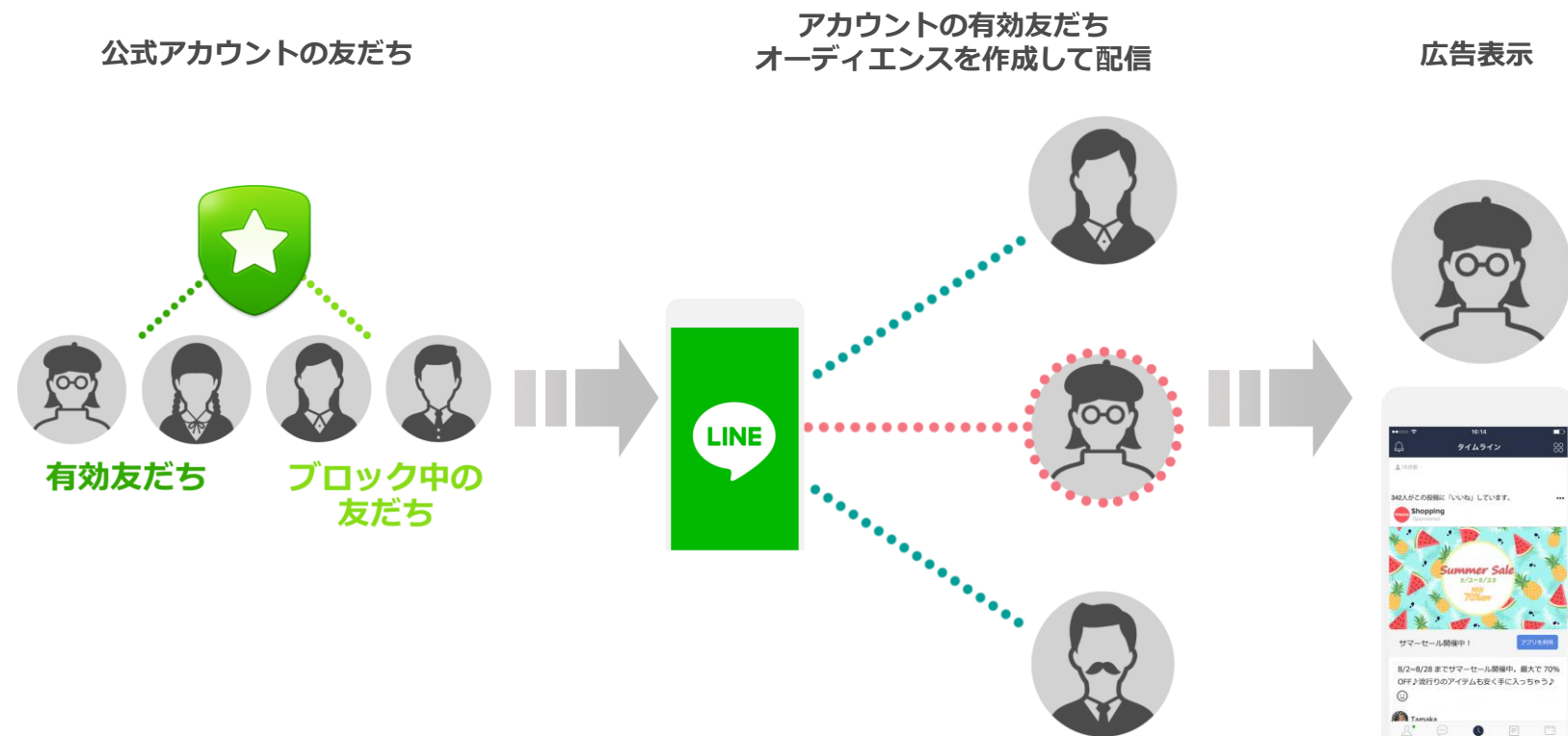
掲載面 フォーマット	Smart Channel	LINE News	タイムライン	LINEマンガ	LINE BLOG	LINEポイント
カルーセル	×	×	○	×	×	×
シングルタイプ (1 : 1)	×	○	○	○	○	○
シングル (16 : 9)	×	○	○	○	○	○

※キャプチャ画像はイメージです

※シングルタイプ（16 : 9）で表示される場合、サイズに満たない部分は白抜きで表示されます

※LINE Dynamic Adsの詳細は別資料をご参照ください

LINE公式アカウントの友だちのオーディエンス作成、またそのオーディエンスへのターゲティング配信が可能です。
オーディエンス作成は、「アカウントの友だち（有効友だち）」「ブロック中の友だち」の二つが作成できます。
またこれらのオーディエンスをもとに類似オーディエンスの作成ができるため、未接触のユーザーへの配信も可能です。



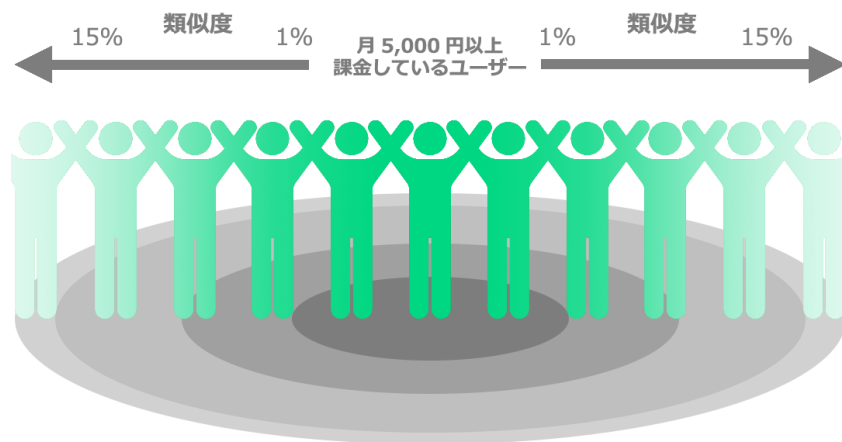
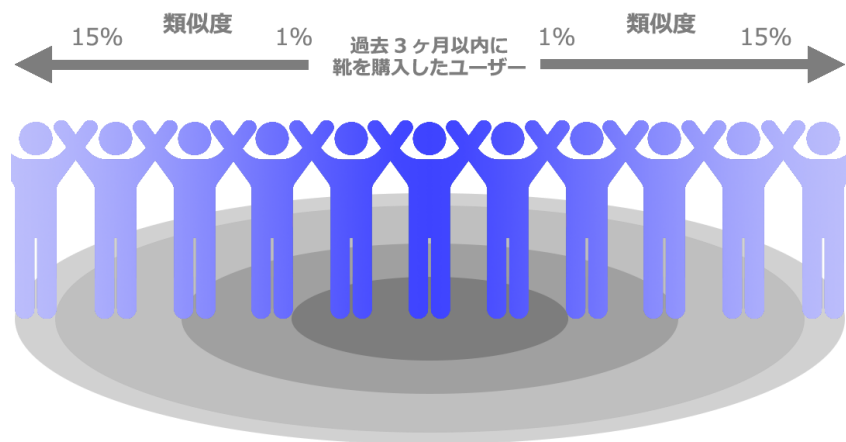
※ターゲティング配信ができるのは、広告アカウントに紐づいている公式アカウント、LINE@の友だちのみです

※オーディエンスの作成は、「アカウントの友だち」「ブロック中の友だち」それぞれ一つずつです

※友だち削除済みユーザー、長期間LINEにログインしていないユーザーは対象外のため、アカウント全体の友だち総数と一致しません

類似配信

類似配信機能は、ソースオーディエンス（コンバージョンオーディエンスやアップロードした顧客情報）に類似したユーザーをLINE内で新たに探しオーディエンスを拡張して配信します。類似オーディエンスのサイズは1～15%まで選択が可能です。類似度が高いほどアクションの確度は高まりますが、オーディエンスサイズは小さく、リーチできる人数が限られます。逆に類似度が低いほどアクションの確度は下がりますが、オーディエンスサイズは大きく、配信母数が増えます。



【類似配信が可能なオーディエンス一覧】

配信オーディエンス

・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

※類似オーディエンスを作成して、利用可能になるまでには最大24時間かかる場合がございます

※類似オーディエンスには、ソースオーディエンスに含まれるユーザーは除外されています

※類似オーディエンスは、最大10個まで作成可能です(上限を超える場合は削除し、新たに作成してください)

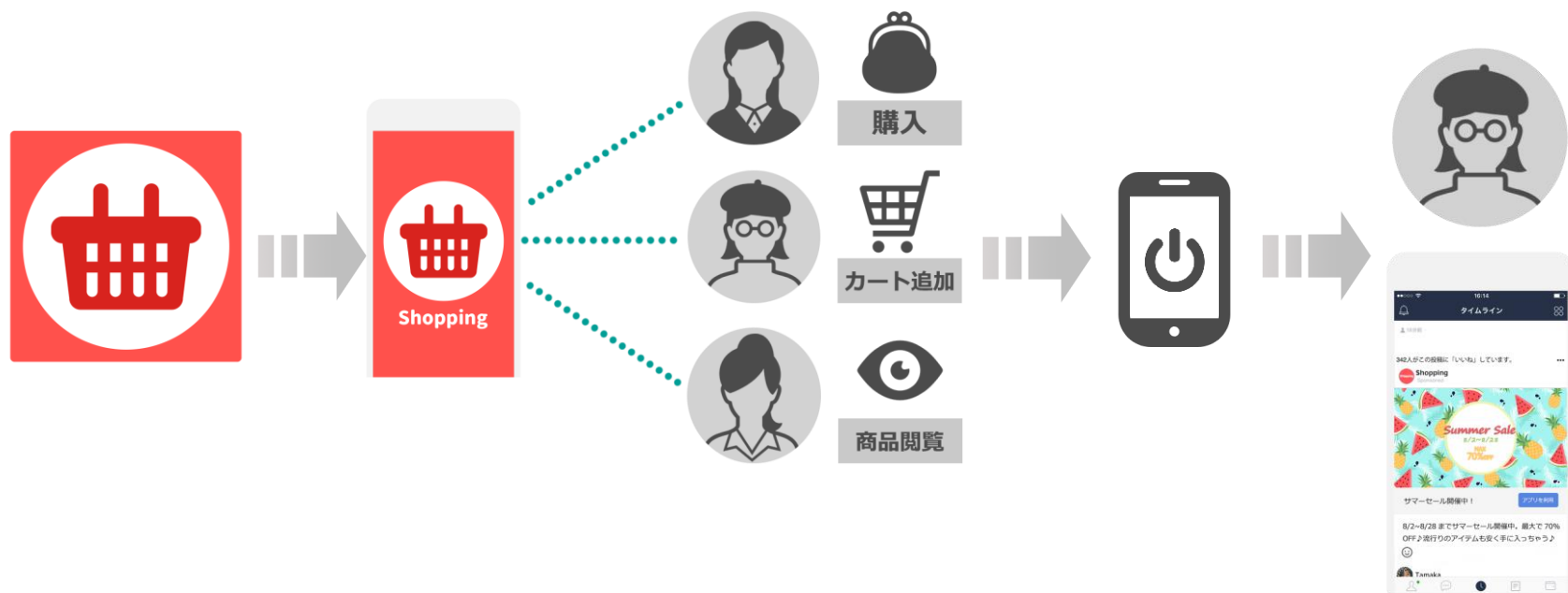
リエンゲージメント配信 NEW!

アプリをインストールしている休眠ユーザーを対象に広告を配信して再起動を促進します。ユーザーのアプリ内イベントに応じてターゲティングができるので、より目的につながりやすいユーザーへの広告配信が見込めます。

インストール

起動後、アプリ内でイベント発生後に休眠

任意のユーザーに広告表示



※キャプチャ画像はイメージです

※配信仕様は今後変更する可能性があります

リエンゲージメント配信_設定できるイベント一覧

イベントごとに、以下のパラメータを指定可能です。

【イベント一覧】

イベント (管理画面表記)	カテゴリID	アイテム			キーワード	レベルID	データ	名称
		ID	価格	量				
オープン	－	－	－	－	－	－	－	－
インストール	－	－	－	－	－	－	－	－
ホーム閲覧	－	－	－	－	－	－	－	－
カテゴリ閲覧	○	－	－	－	－	－	－	－
商品閲覧	○	●	○	○	－	－	－	－
検索	－	－	－	－	●	－	－	－
カート追加	○	●	○	○	－	－	－	－
購入	○	●	○	○	－	－	－	－
レベル達成	－	－	－	－	－	●	－	－
チュートリアル完了	－	－	－	－	－	○	－	－
カスタム	－	－	－	－	－	－	●	○

●：必須項目 ○：任意項目

リエンゲージメント配信_指定できるパラメータ条件一覧

各パラメータごとに、以下の条件指定が可能です。

【パラメータ条件一覧】

パラメータ	完全一致	部分一致	前方一致	後方一致	不一致	部分不一致	より大きい	より小さい	以上	以下
カテゴリID	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－
商品ID	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－
価格 ※	○	－	－	－	○	－	○	○	○	○
個数 ※	○	－	－	－	○	－	○	○	○	○
検索キーワード	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－
レベルID	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－
カスタムデータ	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－
カスタムネーム	○	○	○	○	○	○	－	－	－	－

● : 必須項目 ○ : 任意項目

※数字のみ入力できます

※複数入力はできません

自動最適化配信

自動最適化は、機械学習を使用して個々のオークションの入札の最適化を行います。

配信結果に基づいて、目標に近づけるよう自動で入札調整をしながら配信を行うので効率改善や運用工数の削減が期待できます。

目標CPAを設定（CV最適化）

機械学習

目標CPA内で獲得できるよう自動で入札調整



【入札設定一覧】

キャンペーン目的	ウェブサイトへのアクセス	ウェブサイトコンバージョン	アプリのインストール	アプリのエンゲージメント	友だち追加	商品フィードから販売
手動入札	○	○	○	○	○	○
自動入札（クリック）	○	○	○	×	×	○
自動入札（コンバージョン）	×	○	×	×	×	×

※手動入札の場合の最低入札単価は、CPC24円、CPM400円です

※自動入札の場合の最低獲得単価は、CPC36円、CPA1,200円です

リーチ&フリークエンシー

月に1回以上タイムラインの広告に接触している4,900万人のユーザーに対して、優先的に広告を配信をすることができます。



【配信詳細】

詳細	リーチ&フリークエンシー
商品説明	ブランド広告主様向けのリーチ最大化広告
配信仕様	<ul style="list-style-type: none">・フリークエンシーと配信期間を指定して配信・タイムライン面に通常配信よりも優先して配信
メリット	<ul style="list-style-type: none">・短期間に多くのユーザーへの広告接触が可能・計画的に大規模なプロモーションが実施可能・レポートにてリーチ数の可視化が可能・上限フリークエンシーの設定が可能

※キャプチャ画像はイメージです

【商品詳細】

商品詳細	内容
LINEデモグラフィックデータ配信	年齢※1/性別/地域/興味関心※2
オーディエンス配信	オーディエンス指定/オーディエンス除外 (オーディエンスは広告識別子による付与が可能) ※3
フリークエンシー上限	2〜30回
配信面	タイムライン面 (今後拡大の可能性あり)
配信フォーマット	動画/静止画※4
配信設定期間	3〜30日
類似配信	可能※5
クリエイティブ数	5原稿まで
最低出稿金額※6	① 500万円 (ブランドリフトサーベイは別途100万円の料金が発生) ② 1,200万円 (ブランドリフトサーベイ費用が無償) ※7

※ 運用はLINE社で行います

※1 14歳以下から50代以上まで年代ごとに4歳区切りで切り分けが可能 例) -14歳、15-19歳など

※2 これらのオーディエンスデータはLINE内での行動履歴(スタンプ購入履歴、LINE公式アカウント/LINE@友だち登録履歴など)を元に分類した“みなし属性”となります
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)への提供は実施いたしていません
電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク等の機微情報は含みません

※3 アップロード可能な広告識別子についてLINE社にて対応可能な情報のみとなります 詳細は営業担当までお問い合わせください

※4 動画、静止画とタイトル、ディスクリプション、URLの組み合わせは5原稿まで、お申し込みあたりに使用可能な動画、静止画のサイズは1サイズまでとなります
また、ブランドリフトサーベイを実施の場合は、配信素材は1つ(1分以内)とさせていただきます

※5 配信ができるソースセグメントのデータはLINE社にて抽出可能な広告識別子のみとなります

※6 リーチ&フリークエンシー単体、ブランドリフトサーベイのパッケージは、ネット金額/税抜になります

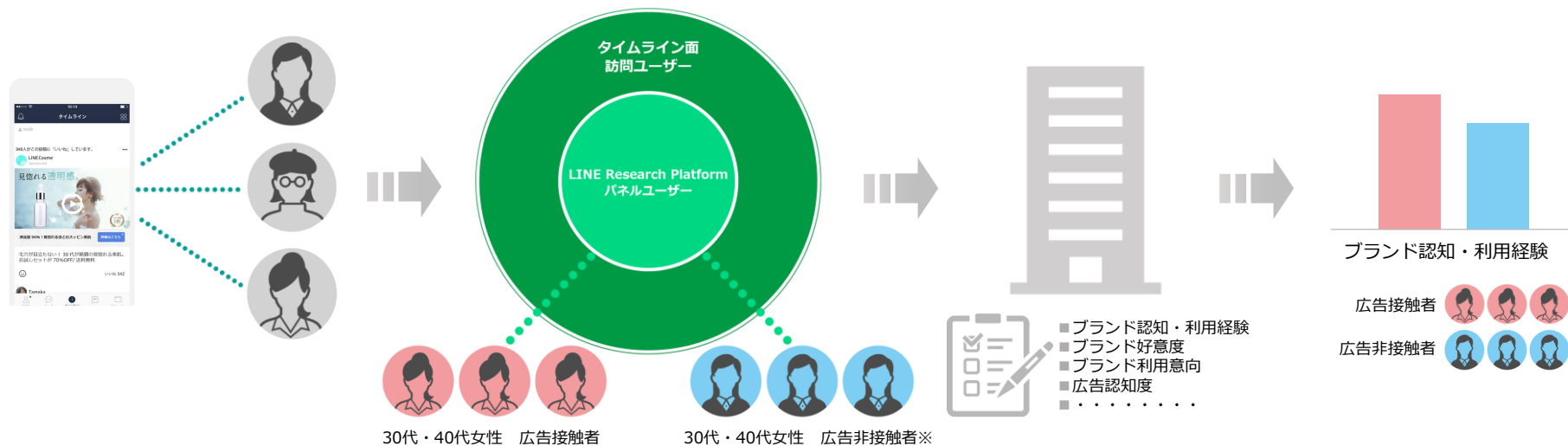
※7 1,200万円(ネット金額/税抜)以上のリーチ&フリークエンシーをご実施の場合には、調査費用分の100万円(ネット金額・税抜)を配信費用より差し引いてご請求させていただきます
(例: 1,100万円(配信費用) + 100万円(調査費用) 計: 1,200万円 ご請求)
また、リーチ&フリークエンシーの配信費用と調査費用の請求書は分かれて発行されます

ブランドリフトサーベイ

リーチ&フリークエンシーとあわせて、広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対して連携する調査会社によるブランドリフト調査が実施できます。該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し調査することで、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことができます。

例)

30代・40代女性に広告配信



【配信詳細】

詳細	ブランドリフトサーベイ
商品説明	該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、調査を実施
配信仕様	広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を行い、広告効果を測定
メリット	ユーザーの反応を知ることで、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことが可能

※直近1ヶ月以内にLINEのタイムラインに訪問しているが、調査対象の広告に接触していないユーザー

ブランドリフトサーベイ_配信条件とレポート

配信条件とレポートは以下の通りです。

【配信条件】

配信条件	内容
配信広告	1つのみ（動画素材1つ（1分以内）、遷移先LP1つ）
配信期間	3～30日（7～10日を推奨） ※調査対象期間は配信期間に準じます。配信期間が長すぎると正常な調査結果が得られない可能性がございます。
配信金額	①600万円（配信費500万円～+調査費100万円）②1,200万円以上（配信費1,200万円～+調査費実質無償） ※配信金額はネット金額になります。配信金額に満たない場合は、調査をお断りさせていただきます。
配信セグメント	-14歳,15-19歳,20-24歳,25-29歳,30-34歳,35-39歳,40-44歳,45-49歳,50歳-
調査レポート	-19歳, 20-29歳, 30-39歳,40-49歳,50歳- ※女性20-34歳で配信を行った場合、調査レポート上では女性20-39歳の結果を確認できます。この場合、30代のサンプル数が減る可能性がございます。

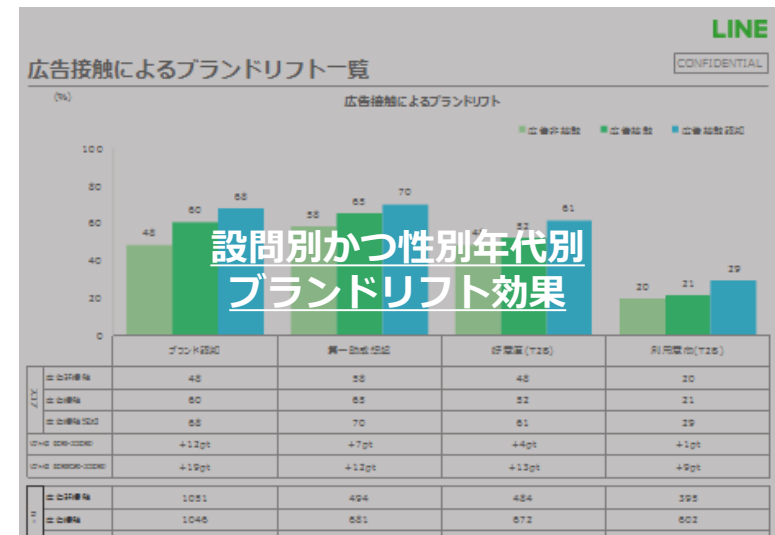
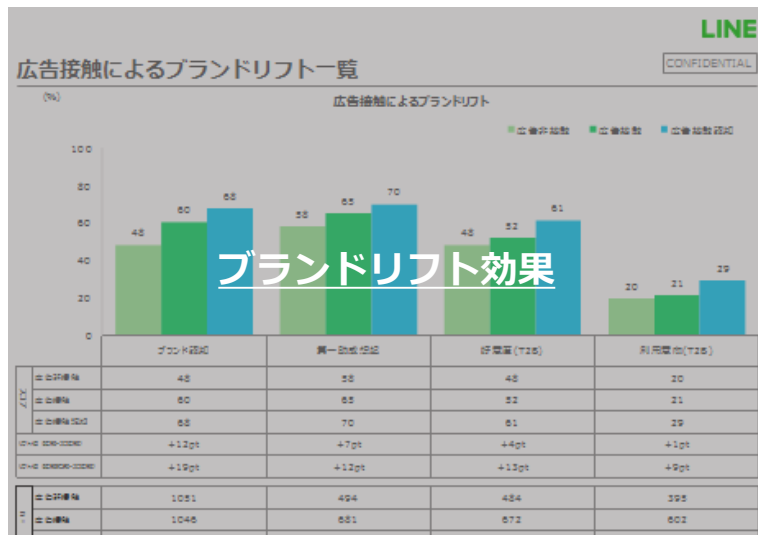
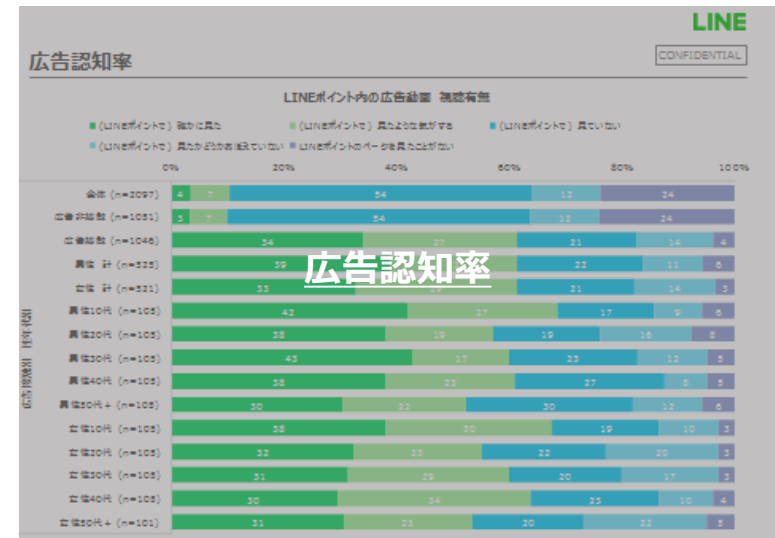
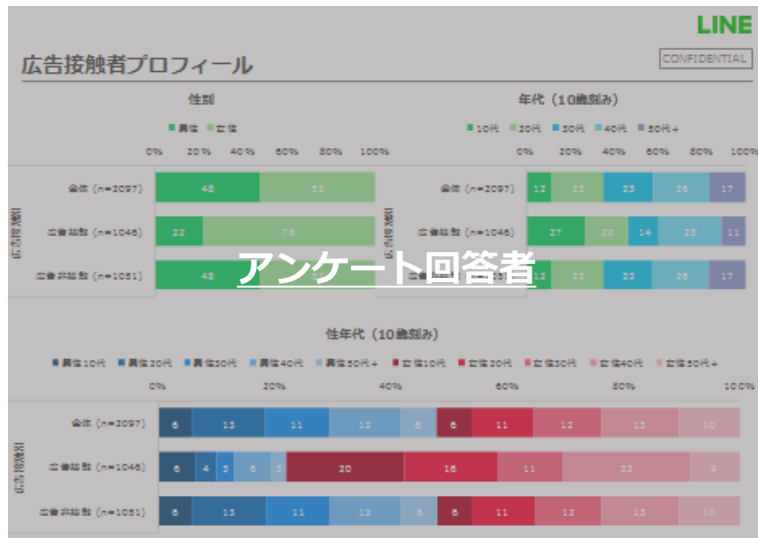
【レポート】

レポート	内容
想定調査サンプル数	広告接触者1,000サンプル+広告非接触者1,000サンプル ※配信ターゲットを絞りすぎると十分なサンプルが得られない可能性がございます。
サンプル数追加オプション	200サンプルあたり調査費用+5万円（ネット金額）※最大1,000サンプルまで追加可能です。
設問数	5問（基本4問+選択1問）
設問項目	ブランディング指標（認知・利用意向/興味度/好意度/関与意向/利用意向/購買意向/利用経験/推奨意向/イメージ/助成想起） 広告認知度・クリエイティブ評価（認知/評価/TVCM認知/TVCM評価） メディア利用状況（メディア利用状況/主要SNSサービスの利用状況/TV視聴時間） ※詳細は別途ご案内を致します。
設問追加オプション	5問あたり調査費用+10万円（ネット金額）※最大10問まで追加可能です。
レポート提出日	配信完了後、20営業日後を目安にレポートを提出
通常配信レポート内容	imp/In View/視聴完了数/Click数/CTR ※

※2019年6月1日以降レポート項目が変更になります/詳細に関しては別途資料を用意していますので、担当営業までお問い合わせください

ブランドリフトサーベイ_調査レポートサンプル

調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果及び、各調査設問における性年代別のリフト効果等をお渡し致します。



ブランドリフトサーベイ_アンケート設問例①

アンケート設問例は以下の通りです。

【アンケート設問例一覧】

調査テーマ	調査項目	必須4問 選択1問	設問文	選択 肢数	設問形式 (SA/MA)	選択肢例
ブランディング指標	ブランド認知 利用経験	必須	あなたは、「〇〇」を どのくらい知っていますか。	5	SA	使っている、使ったことがある/使ったことはないが、 サービス内容、商品をよく知っている/ 使ったことはないが、サービス内容、商品がある程度 知っている/名前を聞いたことがある程度/ まったく知らない(このアンケートで初めて知った)
	ブランド好意度	必須	あなたは、「〇〇」を どのくらい好きですか。	5	SA	とても好き/やや好き/どちらともいえない/ あまり好きでない/まったく好きでない
	ブランド利用意向	必須	今後、「〇〇」をどのくらい使いたい/ 買いたいと思いますか。	5	SA	ぜひ利用(購入)したい/やや利用(購入)したい/ どちらともいえない/あまり利用(購入)したくない/ まったく利用(購入)したくない
	ブランド興味度	選択	あなたは、「〇〇」に どのくらい興味がありますか。	5	SA	とても興味がある/やや興味がある/どちらともいえない/ あまり興味がない/まったく興味がない
	ブランド関与意向	選択	あなたは、「〇〇」について もっと知りたい/理解したいと思いますか。	5	SA	とても知りたい、理解したいと思う/ やや知りたい、理解したいと思う/ どちらともいえない/あまり知りたい、理解したいと 思わない/まったく知りたい、理解したいと思わない
	ブランド推奨意向	選択	あなたは、家族や友だちへ「〇〇」の利用 (購入)を、どの程度すすめたいと思いますか。	5	SA	とてもすすめたい/ややすすめたい/ どちらともいえない/あまりすすめたいと思わない/ まったくすすめたいと思わない
	ブランド助成想起 (特定キーワード)	選択	△△と聞いて、思い浮かぶ ブランド/サービス/商品は何ですか。	10 以内	MA	競合A/競合B/競合C/競合D/競合E/競合F/ 競合G/競合H/競合I/あてはまるものはない
	ブランド助成想起	選択	次のうち、知っている ブランド/サービス/商品は何ですか。	10 以内	MA	競合A/競合B/競合C/競合D/競合E/競合F/ 競合G/競合H/競合I/あてはまるものはない

※赤文字は必須設問項目です

※アンケート内の言葉尻はスマートフォンでの回答のしやすさを考慮し適宜変更する場合がございます
質問の意図や趣旨、回答内容に影響を及ぼすことない範囲での調整となっております

ブランドリフトサーベイ_アンケート設問例②

アンケート設問例は以下の通りです。

【アンケート設問例一覧】

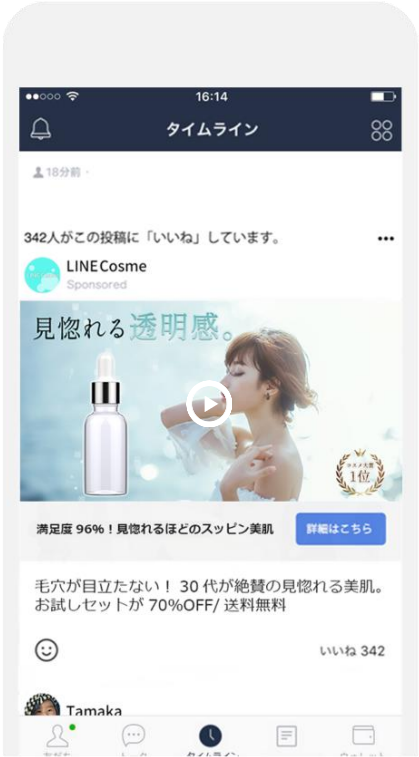
調査テーマ	調査項目	必須4問 選択1問	設問文	選択 肢数	設問形式 (SA/マトリクス)	選択肢例
広告認知度 ・ 広告クリエイティブ 評価	タイムライン広告の 認知度	必須	あなたは、〇月〇日～〇月〇日の間に、LINEのタイムラインで以下の動画広告を見ましたか。	3	SA	確かに見た/見たような気がする/見ていない
	タイムライン広告の 広告評価	選択	あなたは、先程ご覧になった広告に対して、どのように感じましたか。それぞれお答えください。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	TVCMの認知度	選択	あなたは、〇月〇日～〇月〇日の間に、TVCMで以下の広告を見ましたか。	3	SA	確かに見た/見たような気がする/見ていない
	TVCMの広告評価	選択	あなたは、先程ご覧になったTVCMに対して、どのように感じましたか。それぞれお答えください。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
メディア利用状況	メディアの利用状況	選択	ふだん、定期的に見たり読んだりしているものや行っていることはありますか。	6	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	主要SNSの利用状況	選択	ふだん、よく使っているSNSサービスは何ですか。	1	MA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください
	TVの1日あたり 視聴時間	選択	あなたは、TVを1日に何時間視聴していますか。平日・休日ごとにお知らせください。	8	SA	※詳細は実際の調査票にてご確認ください

※赤文字は必須設問項目です

※アンケート内の言葉尻はスマートフォンでの回答のしやすさを考慮し適宜変更する場合がございます
質問の意図や趣旨、回答内容に影響を及ぼすことない範囲での調整となっております

ファーストビュー

1日1社限定で、タイムライン面の初回訪問時に表示される広告商品です。
最大24時間の広告配信により、リーチ最大化を図ることができます。



【配信詳細】

詳細	ファーストビュー
商品説明	1日最大24時間限定でタイムライン面の初回訪問時に掲載ができます
配信仕様	1ユーザーあたりのフリークエンシー上限1回で配信
メリット	<ul style="list-style-type: none">・ 任意の開始タイミングで実施が可能のため、指定した1日でリーチ最大化が可能・ 生活スタイルが異なる幅広いユーザーに抜けもれなくリーチが可能・ 計画的に大規模なプロモーションが実施可能

※キャプチャ画像はイメージです

ファーストビュー

【商品詳細】

商品詳細	内容
LINEデモグラフィックデータ配信	オールリーチ※1
配信面	タイムライン面
配信フォーマット	動画/静止画
フリークエンシー上限	1回
販売期間	2019年4月1日～6月30日
配信設定期間	1日（0:00～23：59）※2
設定可能なクリエイティブ数	1つ
設定可能なLP数	1つ
レポート項目	imp/In View/視聴完了数/Click数 ※3
最低出稿金額	2,300万円 ※4

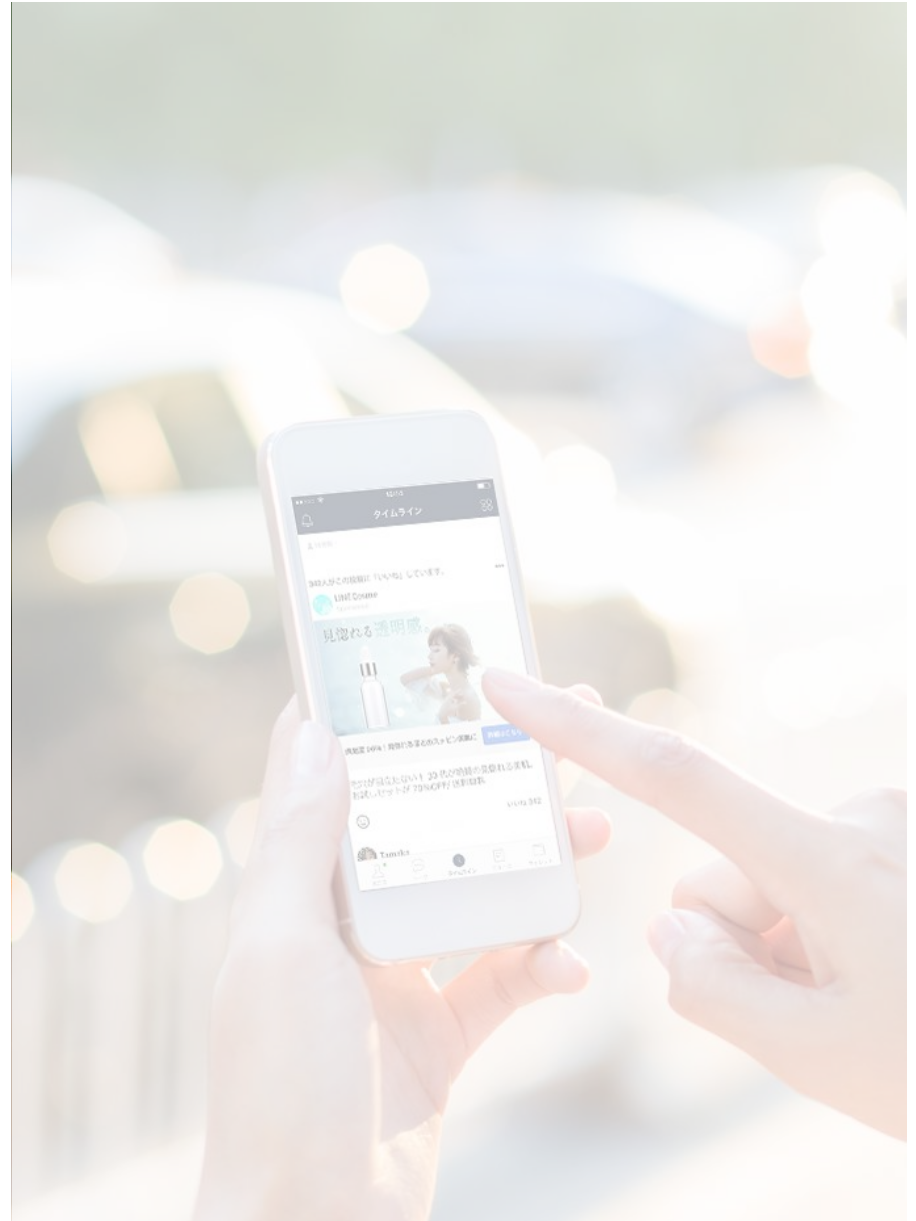
※1 性別・年代でのセグメント指定も可能（ALL配信と同価格）です

※2 開始タイミングは任意で設定が可能です

※3 2019年6月1日以降レポート項目が変更になります/詳細に関しては別途資料を用意していますので、担当営業までお問い合わせください

※4 グロス金額/税抜きです

04 計測



LINE Tag計測 **NEW!**

リターゲティング、コンバージョンの計測にはLINE Tagをご利用いただきます。LINE Tagには3種類のコードがあり、目的に応じてそれぞれ任意のページに設置いただくと自由にオーディエンスやコンバージョン地点を作成することができます。

【LINE Tagコード内容】

LINE Tag	項目	計測	注意点
	ベースコード	ユーザーの行動を計測する全ページに設置が必要なAd accountごとに固有のコード	トラッキングを行う全てのページの<head>~</head>内に設置してください
	コンバージョンコード	コンバージョンを計測するページに設置が必要なAd accountごとに固有のコード	ベースコードとセットで設置してください ※ベースコードが必ず先に読まれるよう設置してください
	カスタムイベントコード	広告主が自由にユーザーをラベリングする事が可能なAd accountごとに固有のコード	ベースコードとセットで設置してください ※ベースコードが必ず先に読まれるよう設置してください

【LINE Tag計測内容】

項目	計測
リターゲティング	LINE Tag : ベースコード(必須)、コンバージョンコード(任意)、カスタムイベントコード(任意)
コンバージョン計測	LINE Tag : ベースコード(必須)、コンバージョンコード(任意)、カスタムイベントコード(任意)
コンバージョン地点の分割	LINE Tagで複数のコンバージョン地点を計測可能（カスタムコンバージョン）
コンバージョン計測期間	広告タップ後、1~180日で設定可能（カスタムコンバージョン）

※ベースコードとコンバージョンコード（もしくはカスタムイベントコード）の間に他の記述が入っていても問題はないですが、必ずベースコードが先に読み込まれるよう設置してください

※LINE Tag/コンバージョンコードの計測期間は30日固定です（計測期間を1~180日で設定できるのはカスタムコンバージョンになります）

※LINE Dynamic Adsは設置タグに追記が必要になりますので、詳細は営業担当までお問い合わせください

※コンバージョンによる自動最適化を行う場合は、コンバージョンコードの設置が必須になります。（カスタムコンバージョンは不可）

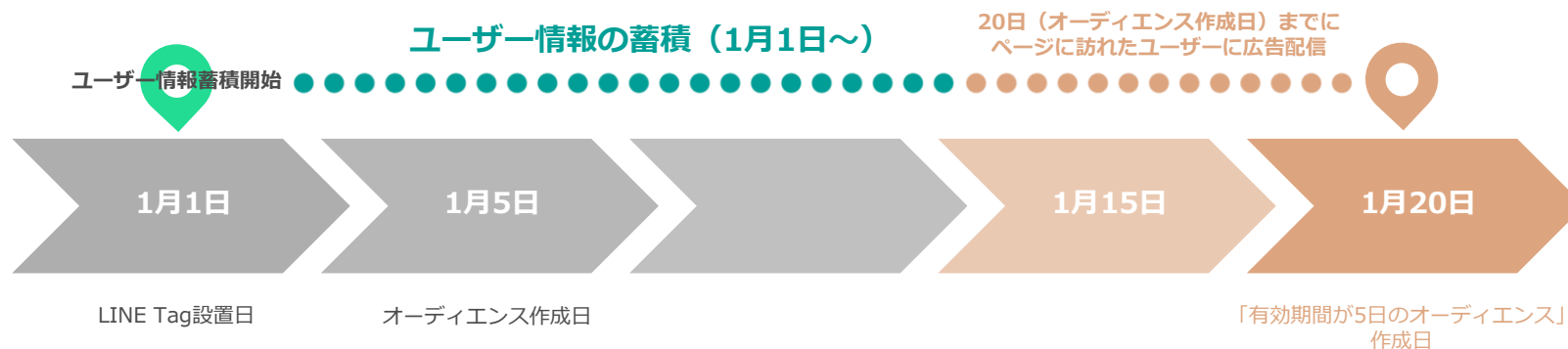
オーディエンス配信のタグ仕様 **NEW!**

ページにLINE Tagを設置したタイミングからオーディエンス情報が蓄積されます。

例)

1月1日にLINE Tagを設定し、1月5日にオーディエンスを作成した場合でも1月1日時点からユーザー情報は蓄積されます。

1月20日時点で「有効期間が5日のオーディエンス」を設定した広告グループは、1月15日から1月20日（現在）までにLINE Tagを設定したページに訪れたユーザーに広告配信ができます。



※過去30日間分のユーザー情報がオーディエンスデータとして利用できますが、データ収集に少々時間がかかる場合があります

アプリコンバージョン計測 **NEW!**

第三者SDKを利用したアプリコンバージョン計測は、「Ads Measurement Partner」以下4社のSDKが使用できます。
計測用URLやSDKへの設定は各社異なりますので確認の上ご利用ください。



【各社SDKに登録するID一覧】

管理画面表記	adjust	AppsFlyer	F.O.X	Kochava
広告アカウントID	AdvertiserID	Account_ID	LINE広告主ID	ADVERTISER ID
アプリID※	Mobile AppID	Postback_ID	LINEモバイルアプリID	MOBILE APP ID

※アプリIDはメディアにてアプリを登録後付与されるIDです/アプリ一覧画面の「アプリIDまたはパッケージ名」ではありません

※SDK管理画面の設定に関するご質問はSDK側へお問い合わせください

パフォーマンスレポート項目一覧

パフォーマンスレポートは、下記項目のデータを閲覧・ダウンロードすることができます。

項目名	内容	項目名	内容
adaccount name	広告アカウント名	currency	選択した通貨(日本円、海外)
adaccount id	広告アカウントID	Install	アプリインストール数
impression	広告の表示回数	Open	アプリ起動数
viewable impression	視認可能なインプレッション	View home	ホーム閲覧
clicks	クリック数	View category	カテゴリ閲覧
CTR	クリック率	View item	商品閲覧
CPC	1クリック当たりのコスト	Search	検索
CV	コンバージョン	Add to cart	カートに追加
CVR	コンバージョン率	Purchase	購入
CPA	1コンバージョン当たりのコスト	Level achieved	レベル達成
Cost	広告費用	Tutorial complete	チュートリアル完了
Video completions	動画視聴完了数		

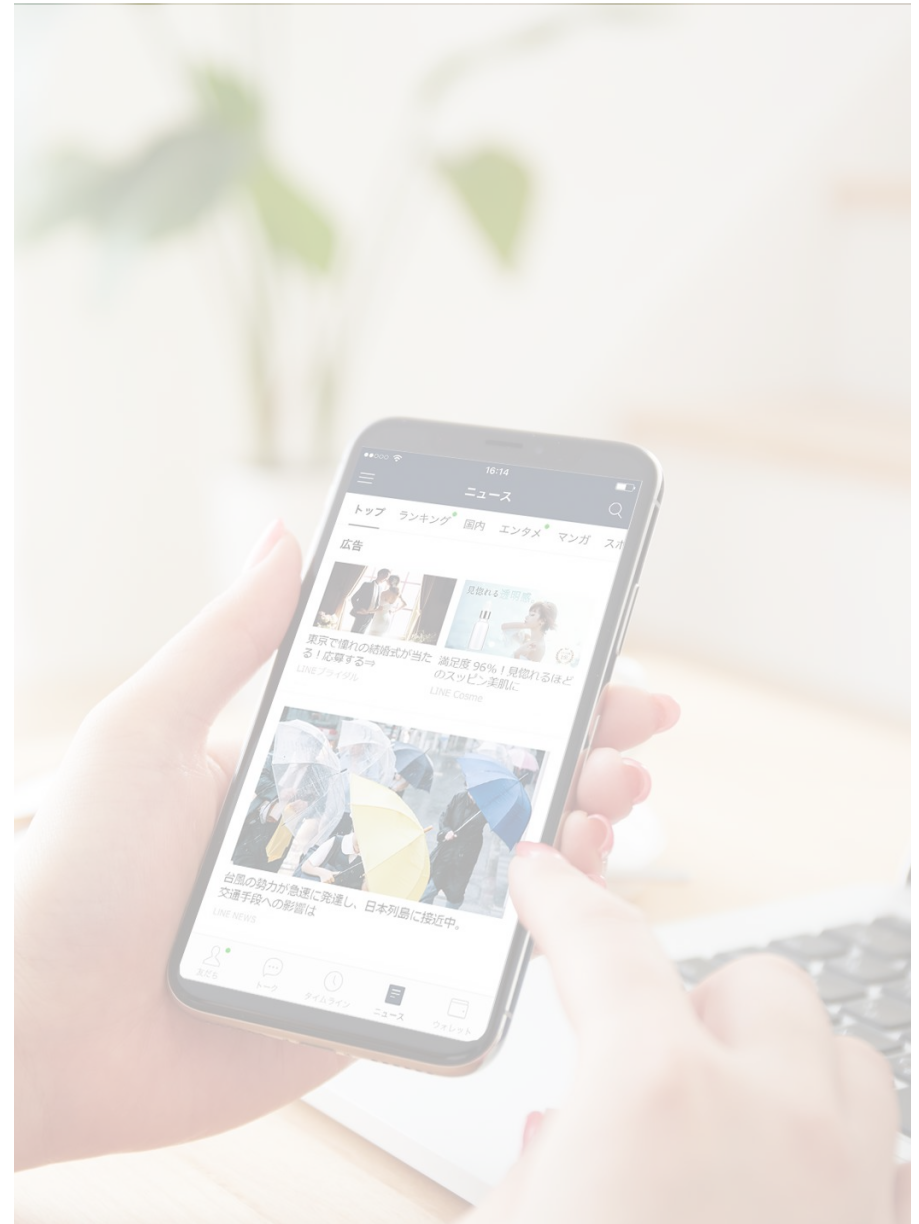
※「興味・関心」単位でレポートを生成した場合、重複ユーザーも表示されるため、インプレッションやクリック等が管理画面上の数値と異なる場合があります

※「地域別」単位でレポートを生成した場合、日本以外の地名が表示される可能性があります（地域情報に関しては、LINE内での蓄積データを元に地域を判別しております）
配信先を「日本」で設定しているユーザーが、日本から海外へ移動した場合、日々データを更新をしても現地でカウントされてしまう場合がございます
その場合は、移動先の海外国名が表示されます

※「集計単位」を選択した場合のレポートデータの更新は1日1回になります/前日分のデータを確認したい場合は、当日朝8時以降にご確認ください

※ 2019年6月1日以降レポート項目が変更になります/詳細に関しては別途資料を用意していますので、担当営業までお問い合わせください

05 Guideline



広告掲載可否基準

可否基準は下記の通りです。

NG業種・商材

- ・ 宗教関連（魔除け関連、靈感商法霊視商法、神社仏閣等）
- ・ エステ（一部除く）
- ・ ギャンブル関連、パチンコ等（一部公営くじ除く）
- ・ アダルト（成人対象の性的な商品サービス等のアダルト全般、性的表現が扱われている作品サービス、児童ポルノを連想させるもの等の青少年保護育成上好ましくない商品サービス、精力剤、合法ドラッグ等）
- ・ 出会い系（インターネット異性紹介事業、お見合いパーティー等）
- ・ 無限連鎖講、MLM
- ・ 探偵業
- ・ たばこ、電子タバコ
- ・ 産経用品（避妊具、女性用体温計等）
- ・ 武器全般、毒物劇物
- ・ 政党
- ・ 公益法人、NPO/NGO、社団法人（一部除く）
- ・ 生体販売
- ・ 医療系、美容整形系、ホワイトニング、病院・クリニック、特定疾患の啓蒙サイト
- ・ 整骨院、接骨院、鍼灸院等
- ・ 医薬品、医療機器の場合で、LINE公式アカウントのNG商材にあたるもの
- ・ 消費者金融（一部除く）
- ・ 質屋
- ・ オークション、入札権購入型オークション
- ・ マッチングサイト（一部除く）
- ・ ポータルサイト、掲示板
- ・ アフィリエイトサイト
- ・ 情報商材
- ・ ポイントサイト（ポイントサービスを主体としたサイト）
- ・ 弊社競合サービス（メッセージアプリ、SNSアプリ、ニュースキュレーション、ゲーム、音楽アプリ等）

表現上の注意、制限事項

LINE Ads Platformの配信にあたっては、各種法令、業界が定める自主基準やルールを遵守してください。
また、LINEでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、LINE Ads Platformを通じて発信する内容について、広告表現に関するガイドラインを設けております。

LPおよびクリエイティブについて事前審査必須としておりますが、LINE Ads Platform配信時のモニタリングを行い、抵触した項目によっては、配信内容の修正・削除、停止等の対応を行う場合もございます。

ご一読、ご理解の上、配信をお願い致します。

なお、このガイドラインは、LINE Ads Platform上に発信される広告において全ての内容に適用されます。

■ 広告の主体者の明示

常に広告の主体を明示し、画像の場合は視認可能な大きさで表示してください。また、広告主様が権利を保有しない素材を利用する場合は、必ず権利者名を明記し、当該権利者との関係性を明確にしてください。

■ 当社コンテンツと誤認または混合する可能性のある表現の禁止

当社が提供・保有しているロゴやキャラクター、サービス等を用いることで、ユーザーが当社（が認定する）コンテンツと誤認または混同する可能性のある表現を禁止いたします。

特にLINEキャラクターは当社ならびに関連会社が権利を保有しておりますので、各クリエイティブ内での利用を原則禁止と致します。

LINEロゴ、LINEアイコン、LINE@ロゴ利用時は以下のガイドラインを遵守ください。

<https://line.me/ja/logo>

■ 「友だち」の表記

LINEアカウント（公式アカウント、LINE@アカウント）とユーザーが繋がっていることを「友だち」と呼びます。

その為、遷移先及びクリエイティブにおいても、LINEアカウント（公式アカウント、LINE@アカウント）とユーザーを繋がることを意味した表記を行う場合は「友だち」と表記下さい。「友達」「お友だち」等の形を変えた表記は禁止いたします。

■ ダブルスポンサーの広告の禁止

当社が認める場合を除き、広告の再販を禁止いたします。また、関係のない第三者の情報を発信することもユーザー利益保護の観点から基本的に禁止しています。

■ リンク先の制限

アカウントやクリエイティブと直接関係のないページへリンクすることはできません。

ユーザーからみて不自然でない内容であることが求められます。

表現上の注意、制限事項

■ アンケート形式のLP

LP内に会社情報（会社名・会社所在地）の記載をして頂くか、リンク先で確認できるようにして下さい。

■ スマートフォンで操作閲覧できないページへ遷移の禁止

スマートフォン（iOS、Android）の標準ブラウザで操作閲覧できないページへのリンクは禁止致します。

必ずリンク先のページがスマートフォンで正常に動作することをご確認ください。

また文字が小さく見づらい、字や画像が画面から見切れているページも掲載できません。

■ ユーザーが誤認や誤操作を行う可能性のある表現の禁止

人体のコンプレックス部分の露骨表現や、過度な肌露出（※1）、性に関する表現が露骨である等、ユーザーが不快と感じる可能性がある表現（※2）を禁止致します。 ※1. 水着や下着においても訴求内容とは関係のない不必要な画像は禁止です。 ※2. 暴力、反社会的勢力を連想させる表現は禁止です。

■ 不当表示に該当する可能性がある表現

紹介する商品サービスの内容が事実より良いと誤認させる「優良誤認表示」や、実際よりも安いと誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現は掲載できません。

■ 最大級・NO.1表現またはそれらに類似する表現

「世界初」「業界ナンバー1」等の最大級表現を使用される場合は、遷移先及びクリエイティブ内にデータの出典元調査機関名および調査年が明記され、正確な引用であることが条件となります。

■ 投機心や射幸心をあおる可能性のある表現

通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は禁止致します。

■ 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

業界の自主基準・公正競争規約がある場合は、その基準、規約に従った表現、表記を行ってください。

■ 会員登録等による個人情報の取り扱いに関する表現

広告主様のサイトへ遷移させサービスや商品への登録を促す内容を訴求する場合、遷移先がLINEと無関係である旨が視覚的にわかるようご配慮ください。なお、ユーザーの個人情報を取得する場合、遷移先での情報の取り扱いが個人情報保護法に準拠していることを前提と致します。また、過度もしくは露骨な会員登録訴求は、ユーザー利益保護の観点からご遠慮いただいております。

■「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」の遵守

医薬品、医薬部外品、医療機器、化粧品等に関しては、厚生労働省の定める「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」および、「医薬品等適正広告基準」に基づきます。効能効果の表示はそれぞれ認められた範囲内とし、条件がある場合は当社サービス内で条件を明示・記載、且つ安全性や効能効果を保証する表現がないようにしてください。

表現規制については、東京都福祉保険局の各資料を参考としてください。

医薬品等適正広告基準（東京都福祉保険局）

http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/iya_cos_ki/kijun/

医薬品等の広告規制について（東京都福祉保険局）

<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

■一般医薬品のオンライン販売

第1～3類に該当する一般用医薬品を販売するサイト等へ誘導する場合は、薬機法の定めに従って、サイト内に店舗の名称、勤務中の薬剤師・登録販売者の氏名、許可証の内容、営業時間を含めた連絡先等、適切な表示を行ってください。

また、医薬品の口コミ、レビューの表示、購入履歴に基づいた特定の医薬品のレコメンド等を行うことがないようにしてください。

特に注意が必要な商材の具体例

■ アルコール飲料

アルコール飲料に関する内容を掲載する場合には、「お酒、飲酒は20歳を過ぎてから」等の文言を記載してください。
度数1%未満の低アルコール飲料については、アルコール分を有する飲料である旨を記載してください。

■ コンタクトレンズ

日本コンタクトレンズ協会が定めるコンタクトレンズの広告自主基準を遵守下さい。

■ 公営ギャンブル

過度に射幸心をあおるような表現および予想など馬券、舟券等の直接的な購入や購入につながるような表現、映像、画像は配信できません。
また、配信の際は未成年への配慮をお願いいたします。

■ 公営くじ

宝くじ等の公営くじにおいては、過度な期待を抱かせるような表現がないようにお願いします。また、配信の際は未成年への配慮をお願い致します。

■ カードローン（個人向け無担保無保証貸付）について

カードローンの訴求において、銀行系カードローン（※メガバンクグループに属する消費者金融が運営するカードローンの意）に該当する場合は下記事項を始めとした、日本貸金業協会が定める自主基準に準拠して下さい。

1. 他の貸金業者の利用者または返済能力がない者に向けて訴求しないこと
2. 借入れを必要とする者へ安易な借入れを助長、または過度に強調しないこと

■ 人材派遣・有料職業紹介会社

LPもしくは会社HPに厚生労働省の許可・届出番号の記載をお願いします。

■ 古物商

LP内もしくは会社HPに古物商の許可番号の記載をお願いします。

■ 通販サイト

LP内もしくは会社HPに特定商取引に関する法律の記載をお願いします。

画像内のテキストエリア制限について

クリエイティブ画像にテキストを含む場合、画像内のテキストは全体領域の20%以内に収めてください。
テキストエリアの確認方法は以下グリッドツールにてご確認ください。

【グリッドツール】

<https://admanager.line.biz/gridtool/index.html>

- ・ 画像を5×5で25分割し、テキストがボックス5個以内であれば掲載可能です。
- ・ ロゴはテキスト対象外です。

グリッドツールに画像をアップロード

このツールについて

このツールを使用すると、クリエイティブのテキスト領域が20%を超えるかどうかを事前に確認できます。掲載や提出を行う前にこの確認ツールを使用すると、承認の機会を増やすのに役立ちます。

- ・ グリッドツールは、ログインを必要としないURL経由で提供されます。
- ・ テキスト領域を選択し、クリエイティブ全体の20%を超える場合は、割合が赤いテキストで表示されます。
- ・ このツールは、あなたの提出前に参照目的のためのものであることに注意してください。
- ・ 承認は最終的に、クリエイティブを送信した後に行われたレビューの結果によって決定されます。

アップロードするファイルをここにドロップする



画像内のテキストをクリックするとグレースアウトし、
赤枠内にパーセンテージが表示されます



×

テキストエリア : 24%



○

テキストエリア : 20%



06 お申し込み/よくあるFAQ

利用規約 1

LINE Ads Platform for Advertiser 利用規約（以下「本規約」といいます。）は、LINE Ads Platform for Advertiser（以下「本サービス」といいます。）の利用に関する条件を、LINE株式会社及びLINE株式会社が指定するそのグループ会社の双方又は一方（以下総称して「当社」といいます。）とお客様の間で定めるものです。なお、本規約は、LINE法人向けサービス基本約款（以下「基本約款」といいます。）第1条第2項にいう個別約款に該当します。また、お客様を代表又は代理して本規約に同意する者は、当該お客様から本規約に同意するための必要な権限を付与されており、かかる権限に基づき同意することを表明及び保証するものとします。本サービスの利用を開始された場合、お客様は本規約に同意したものとみなします。なお、お客様が業務委託先に本サービスの利用の一部を委託する場合、当社の了承を得るものとし、業務委託先に対して本規約に基づく自己の義務を遵守させ、かつその遵守に責任を負うものとします。

1. 本サービスの概要

本サービスは、当社が提供する広告配信システムを利用し、当社所定の国又は地域において当社が提供する広告枠に、自己の又はお客様に依頼をした第三者の広告を配信することができるサービスです。本サービスの詳細については当社が別途提供する媒体資料において定めるものとします。

2. 配信に関する免責

(1) 本サービスに瑕疵の不存在、バグの不発生、その他の原因による不具合が生じないことは一切保証いたしません。また、配信したはずの広告が表示されない、表示された広告内容が元の内容とは異なる形式で表示される、設定とは異なる対象へ広告が表示される、表示されたデータが不正確である、といった各種の不具合の生じる可能性があります。お客様はかかる状況を十分に認識し、広告配信システムが正常に稼働せず、予定通りの広告配信がなされなかったとしても、それが当社の故意によるものでない限り、その名目を問わず、お客様は、当社に、なんら法的責任を追及しないものとします。

(2) お客様は、当社が別途お客様に通知することなく、本サービスの広告配信ロジックの最適化又は品質向上などのため、一部のトラフィックを対象として、テスト配信又は通常の広告配信ロジックとは異なるロジックで決定された広告配信を実施することを了承し、当社が当該配信についても、第13条に定める本サービスの利用代金の請求対象に含めることを承諾します。

3. 配信期間について

- (1) 各広告の配信期間等は全てお客様が自己の裁量にて決定されるものであり、当社が提供する管理画面を通じて実行するものとします。
- (2) お客様の設定等により、管理画面において配信期間を設定する際に表示されるタイムゾーンと、当社のお客様に対する請求金額集計のためのタイムゾーンが一致しないことがあります。お客様は当該不一致に異議を述べないものとします。
- (3) 配信終了期間終了後であっても、各広告のキャンペーン予算に残額がある場合、各広告のキャッシュが利用者の端末等に残存し表示されている期間については、本サービスの利用代金の請求対象期間となる場合があります。

4. 入稿素材に関する権利処理

本サービスにおいて配信される入稿素材の手配及び当該入稿素材からの誘導先（ドメイン名、URL、同一ドメイン内のウェブサイト、アプリなどを含み、以下「誘導先」といいます。）において使用される素材に関する権利処理（JASRAC等著作権管理団体への支払いを含みます。）はお客様が自己の費用と責任にて対応するものとします。お客様は当社に対して、本サービスにおいて使用される入稿素材を、本サービスで取り扱っている媒体において表示するために必要な権利を無期限かつ無償にて付与するものとします。

5. 広告審査基準について

入稿素材の内容及び形式又は誘導先は、当社の定める広告審査基準又はこれらに付帯するガイドライン等（以下「配信ガイドライン等」といいます。）を遵守する必要があります。ただし、配信ガイドライン等は法的アドバイスを意図して作成されたものではありません。お客様は、自らの責任において、申込される広告について適用される全ての法律、規定、条例等を確認し、遵守するものとします。

6. 入稿素材および誘導先の審査について

入稿素材の内容及び形式並びに誘導先については配信ガイドライン等に従って当社所定の審査があります。この審査を通過しない場合、当該入稿素材による広告配信はできません。審査を通過した後に入稿素材の全部又は一部の内容及び形式並びに誘導先に変更が生じた場合には、再度当社所定の審査を経る必要があります。なお、当該審査は、入稿素材又は入稿素材からの誘導先の内容の適法性、安全性、信頼性、正確性、完全性、有効性、特定の目的への適合性、セキュリティなどに関する欠陥、エラーやバグ、権利侵害など、事実上又は法律上の瑕疵がないことをなんら担保するものではありません。

7. お客様の責任について

(1) お客様は、自己が当該広告の広告主であるかどうかを問わず、入稿素材及び誘導先が、(a)第三者の著作権、産業財産権、パブリシティ権、プライバシー権その他一切の権利を侵害していないこと、(b)医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法その他一切の関連法令（お客様が所在する国の法令のみならず、配信される国の法令も含まれます。）に抵触していないこと、(c)正確かつ最新の記載であり、かつ利用者に混乱を生じさせたり、コンピューターウイルスや虚偽の内容を含んだり、入稿素材と誘導先が無関係な内容となっていたりしないこと、(d)デッドリンクとなっていないこと、(e)公序良俗に反し、又は第三者を誹謗中傷し、若しくは名誉を毀損する内容を含まないことを当社に対し保証します。

(2) 入稿素材又は誘導先に関して当社が第三者よりクレーム、請求等を受けた場合、お客様の責任及び費用において、当該クレーム、請求等に対応するものとします。また、入稿素材又は誘導先に関連して当社が損害を被った場合は、お客様は当該損害（逸失利益、特別損害、合理的な範囲での弁護士費用などを含みますがこれらに限られません。）を当社に対して速やかに賠償するものとします。

8. 配信停止について

当社は、入稿素材の内容及び形式並びに誘導先について配信ガイドライン等に従って当社所定の審査をした後においても、(1)本規約に規定するお客様の保証義務又は遵守事項の違反がある場合、又は当該違反のおそれがあると当社の裁量により判断された場合、又は(2)社会的要因により入稿素材若しくは当該入稿素材からの誘導先を広告として配信することが当社の裁量において不適切とみなされる事情が発生した場合、当該入稿素材にかかる広告の配信が開始された後においても、当社の裁量において、お客様に対する債務不履行責任、損害賠償責任等の一切の法的責任を負うことなく、配信された広告の全部又は一部の配信を直ちに中止できるものとします。なお、この場合、お客様は、当該入稿素材に関して生じた利用代金の支払いを免れるものではありません。

9. システムの不具合時における広告配信対応

天災、通信の不具合などの不可抗力、第三者によるハッキングやクラッキング、インターネットインフラやお客様側のサーバー障害といった当社の責めに帰さない事由、又は緊急システムメンテナンス、保守点検を行う場合など当社が本サービスの提供に必要な対応のために、配信予定の広告を配信できなかった場合又は適切に配信されなかった場合についても、当社は、一切の責任を負わないものとします。

10. LINE Tagについて

LINE Tagとは、当社以外の第三者が管理・運営するウェブサイトにおける訪問・行動履歴情報を計測するために当社が提供するウェブサイト用のコードをいいます。お客様は、LINE Tagの利用について、LINE Tag利用ガイドラインに従うものとします。

11. オーディエンスデータの取扱いについて

お客様は、お客様が保有するAndroid Advertising ID及びIDFA等の識別子情報（以下「モバイル広告ID」といいます。）や、電話番号、電子メールアドレスなどの連絡先情報（以下「連絡先情報」といいます。）を当社に入稿し、又はLINE Tag若しくは第三者のツールを利用して当社に送信した訪問・行動履歴情報（「モバイル広告ID」及び「連絡先情報」と併せて、以下「オーディエンスデータ」といいます。）を使って、本サービス上で特定の利用者に対して広告を配信する機能（以下「オーディエンスデータ利用機能」といいます。）を、以下の事項を誓約したうえで利用することができます。

(1) オーディエンスデータを指定しての広告配信先は、媒体資料で定められた件数以上とします。

(2) お客様は、連絡先情報を指定して広告を配信するにあたり、自らの責任で当社が別途定める方法にて当該連絡先情報を変換して当社に提供するものとします。

(3) お客様は、入稿又は送信するオーディエンスデータを使って本サービスを利用することについて、適用がある全ての法令（ガイドラインを含みます。）を遵守するものとします。

(4) お客様は、オーディエンスデータ利用機能を利用するにあたり、当社に対して、以下の全ての事項を表明しこれを保証します。

a. 当該オーディエンスデータの保持者から、同意を含む合法的な手段を用いてオーディエンスデータを取得し、又はツール提供者をして取得させLINEに送信すること当該オーディエンスデータの保持者から、同意を含む合法的な手段を用いてオーディエンスデータを取得し、又はツール提供者をして取得させLINEに送信すること

b. オーディエンスデータの保持者から、オーディエンスデータをキーにして本サービスを利用して広告配信することについて、同意を含む合法的な手段で許諾を得られていること

(5) お客様は、端末やブラウザの設定又はお客様が独自で提供する方法による行動ターゲティング広告配信に対するオプトアウトを尊重し、これを行行使した者のオーディエンスデータが、オーディエンスデータ利用機能を利用するに際してお客様が指定するオーディエンスデータに含まれないことを表明します。また、お客様は、利用者が端末やブラウザの設定又は当社が独自で提供する方法を通じて行動ターゲティング広告配信のオプトアウトを行行使したと当社が判断した場合、お客様が指定するオーディエンスデータに当該利用者のオーディエンスデータが含まれる場合であっても、オーディエンスデータ利用機能を利用しての配信対象から除外されることに事前に同意するものとします。

利用規約 4

(6) お客様は、オーディエンスデータの保持者に対して広告の配信が不可能な場合やお客様が認識するオーディエンスデータの保持者とは別人に広告が配信される場合（お客様が保有する連絡先情報に間違いがある場合、及びお客様が保有する連絡先情報と当社が保有する連絡先情報とが一致しない場合を含みますが、これらに限られません。）があることを予め了承し、当社は、そのことによってお客様に生じた損害につき一切責任を負わないものとします。

12. 当社の免責について

(1) ターゲティングに使用されるみなし属性は、当社サービスの利用者の行動を分析し、当社が設定する独自のアルゴリズムによって推定されたものであり、その属性に帰属することを保証するものではありません。

(2) 当社は、(a)入稿素材及び誘導先、(b)入稿素材及び誘導先に関して当社の利用者を含む一切の第三者が行う一切の行為、(c)提案書又は広告の配信に際して当社からお客様への一切の提供物及び貸与物（当社からお客様に提供したアドバイス、提案、予測、その他の一切の情報を含みます。）及びこれらを利用した結果、(d)入稿素材の配信場所、品質及びターゲティング機能の精度について何ら保証するものではなく、一切の責任を負わないものとします。

(3) 利用者の設定やアプリケーションのバージョン、その他の設定や環境によっては、広告配信システムが正常に起動していたとしても、広告の内容が正しく表示されない、又はクリックしても誘導先に誘導できない場合があります。この場合も、当社は一切責任を負わないものとします。

(4) お客様による設定の誤りによって生じた損害に対し、当社は一切責任を負わないものとします。

(5) 為替換算が発生する場合、為替レートは、当社所定のレートを任意のタイミングで適用することとします。お客様は当該為替換算に異議を述べないものとし、これによりお客様に損害又は不利益が生じた場合であっても、当社は一切責任を負わないものとします。

13. 利用料金について

(1) 当社は、本サービスの利用料金について、毎月末日を締日として、利用代金を算出し、原則として毎月月初から10営業日以内に、当社からお客様本サービス上に登録されたお客様の請求書送付先に請求書を発行します。お客様は、請求書を確認し、請求書を受領した月の末日までに請求書記載の金額を当社指定の銀行口座に振込によって支払うものとします。支払手数料はお客様の負担とします。本サービスに登録された請求書送付先の不備または誤りにより万一誤請求が生じた場合であっても、当社は一切その責任を負いません。お客様は支払い期日を厳守するものとします。万一支払いを遅延した場合、当社はお客様に対し、その延滞期間につき、未払額に対する年率14.5%の割合による遅延損害金を請求できるものとし、支払いがあるまで本サービスの提供を中止・中断できるものとします。

(2) システム障害等によるお客様に対する誤請求その他の事由により、お客様の当社に対する利用代金の過大又は過少な支払いが明らかになった場合で、かつ別途お客様の当社に対する利用代金の支払いが発生する場合、当社は、当該事象を当社が確認しお客様に通知した月の翌月以降に、お客様が当社に支払う利用料金（お客様が複数の当社サービスをご利用の場合は、本サービスに限らずすべての当社サービスの利用代金を指します）の増減により、過払額又は不足額を調整することを含め、誤請求分差額の調整ができるものとします。誤請求等の理由については、当社は、当社が把握できる限りにおいて、お客様に通知するよう商業上合理的な努力をし、お客様と誠実に協議するものとしますが、誤請求等の理由が不明の場合等を含め、通知が困難な場合は、通知の義務を負わないものとします。

14. データの取扱い等について

(1) 本サービスでは、当社は利用者のTimeline、LINE NEWS、LINE マンガ並びにお客様及び当社の公式アカウントを経由したメッセージ等の当社所定の国又は地域ごとに当社が提供する広告枠に広告を配信します。

(2) 当社は、当社の裁量において、お客様に通知することなく、広告配信期間中を含めていかなる時でも、広告の表示形式等を変更することができるものとします。

(3) 当社は、お客様が配信された広告に関して、クリック数、表示回数、動画視聴完了数、その他広告の成果に係る情報（特定の個人を識別可能な情報は含みません。以下「提供情報」といいます。）を取得・保有し、お客様に統計化して提供します。お客様は、提供情報及び本サービスにおいて発生・使用した全ての情報（配信情報、ログ情報、オーディエンスデータを含みますが、これらに限られません。）について、当社がこれらの情報を取得し、本サービスの提供や効果測定に利用する他、期限の定めなく、当社が自らの裁量により不正行為の防止、当社のサービスのパフォーマンスの向上及び改善のために、無償にて利用することに同意するものとします。

15. 基本約款と媒体資料との関係

本サービスには基本約款と本サービスに関する媒体資料に規定の事項が適用されます。これらの規定の内容に齟齬がある場合、媒体資料、本規約、基本約款の順に優先して適用されるものとします。

16. 本規約等の変更

当社は、本規約及び媒体資料を変更することができるものとします。当社は、変更後、本規約及び媒体資料を当社のウェブサイトにおいて公表し又はお客様に個別に交付いたします。公表後又は交付後、本サービスをお客様が利用したことによって、お客様は変更後の本規約及び媒体資料に同意したとみなします。

以上

2018年2月1日制定

2018年9月20日改定

LINE Ads Platform for Advertiser 利用規約の変更に関して

媒体資料に掲載している本規約は、媒体資料作成当時の本規約の写しとなります。本規約変更のタイミングによっては、媒体資料内の本規約と最新の本規約と内容が異なることがあります。媒体資料内の本規約と変更後の本規約の内容に矛盾抵触がある場合、本規約第16条に基づき、変更後の最新の規約が優先して適用されます。最新の規約については、以下の当社のウェブサイトをご参照ください。

LINE Ads Platform利用規約 for Advertiser https://terms2.line.me/lap_term_of_use?lang=ja

お申し込みフロー

ログイン アカウント発行

担当営業に初期ログイン時に必要となるメールアドレスをご連絡ください。
指定のメールアドレスに管理画面への招待メールをお送りします。

グループの作成 請求先情報の登録

管理画面にログイン後、グループ作成と請求先情報の登録をお願いします。

広告アカウントの 作成と申請

グループに紐づく広告アカウントの作成をお願いします。
(請求先情報の審査通過後、広告アカウントの審査が開始します。)

メディアの 登録と申請

「広告アカウント」作成後にメディアの登録をお願いします。
「広告アカウント」審査中でもメディアの登録は可能です。

アカウント/ メディア 広告の審査

LINE社にて「広告アカウント」「メディア(画像・動画・アプリ)」「広告」の審査を行います。

配信開始

審査中のものは「未配信」、承認済みのものは「利用可能」と表示されます。
「利用可能」になりましたら、配信が可能になります。

掲載可否審査・約款

事前の掲載可否審査につきましては、申請フォームよりお願いいたします。
(ご不明点等ございましたら、営業担当までお問い合わせください。)

掲載可否審査のみの場合

以下のURLをご利用ください。

<https://feedback.line.me/enquete/public/2725-8tspqecs>

※掲載可否審査には約5営業日ほど要しますのでお早めの申請をお願い致します

規約/お問い合わせに関して

事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願い申し上げます。

・ LINE 法人向けサービス 基本約款
http://ad-center.line.me/mediaguide/contents_type=35

・ LINE Ads Platform利用規約 for Advertiser
https://terms2.line.me/lap_term_of_use?lang=ja

各種お問い合わせは弊社営業担当またはLINE for Biz-Solutionsページの「お問い合わせ」よりお願いいたします。

・ LINE for Biz-Solutionsページ
<https://linebiz.jp/>

LINE株式会社 マーケティングソリューションカンパニー
〒160-0022 東京都新宿区新宿4-1-6 JR新宿ミライナタワー23階

LINE for Biz-Solutions Channels

LINE Biz-Solutionsの情報を以下のチャネルから発信しております。
ぜひこちらもご確認ください。

ウェブサイト



<https://linebiz.jp/>

LINE活用事例やセミナー開催情報、
媒体資料のダウンロードなど、企業の
LINE活用にお役立ていただける情報を
掲載しています。

LINEアカウント



@line_biz

主にセミナー開催情報や活用事例など
の最新情報をPush通知でいち早く
お届けします。

Facebookアカウント



@LINEBizSolutions

SNSアカウントからも最新情報を発信しています。

Twitterアカウント



@LINEBIZ_JP

よくあるFAQ

配信関連

Q 使用可能記号について教えてください。

A 基本的な記号はすべて使えます。ただし、絵文字や機種依存文字は使用できません。

Q キャンペーンの上限予算の設定ができますが、月単位と全期間はどちらを選べば良いでしょうか。

A 月単位で予算を決めている場合は「月単位」、キャンペーン単位で予算を決めている場合は「全期間（＝掲載期間）」を選択してください。

レポート

Q 地域別でダウンロードレポートを出したら、日本以外の国もカウントされていました(配信先は日本を指定)。なぜですか。

A 地域情報に関しては、LINE内での蓄積データを元に地域を判別しております。日本から海外へ移動したユーザーのデータが更新タイミングに合わず配信先を「日本」で設定していても、現地でカウントされてしまう場合がございます。（データは日々更新をかけております）

請求関連

Q 新システムの数値が確定するのはいつですか。

A 管理画面ダッシュボード上の数値は概算数値で確定金額ではありません。確定金額は月初に出る請求書、もしくは管理画面内「請求と支払い」をご覧ください。（管理画面内「請求と支払い」の金額が確定するのは、請求書と同じタイミングで月初です）

Q 配信停止した翌日も配信が出ており、請求対象になったがなぜか。

A キャンペーンの停止タイミングや停止時の予算状況により、キャッシュ分が請求対象となる場合があります。

その他

Q 推奨のブラウザを教えてください。

A 最新のChromeです。