



# LINE 2016年10月-2017年3月媒体資料

LINE株式会社 コーポレートビジネスグループ

# 1.LINEサービス概要

無料通話・無料メール  
スマートフォンアプリ「LINE」のご紹介

## 多くのユーザーに使われています

月間アクティブユーザー数（MAU）は、グローバルで約2億1,500万人にのぼります。



出典元：自社調べ 2016年6月末時点

## 日本国内の「生活インフラ」として定着

国内利用者数は6,800万人以上。

日本の人口の53%以上をカバーしています。

国内利用者数 ※1

6,800万人  
+OVER

日本の人口の53.6% ※3

アクティブ率 ※2

71.0%  
DAU

毎日利用しているユーザー

※1 出典元：自社調べ 2016年1月28日時点

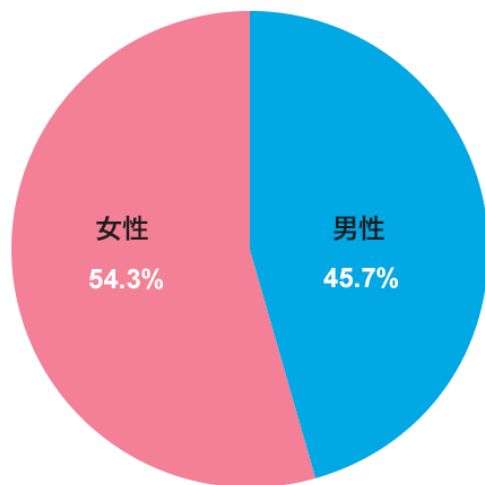
※2 DAU = Daily Active User（1日に1回以上利用したユーザー）の略。

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

※3 LINEの国内利用者数6800万人÷日本の総人口1億2694万人(平成28年1月1日現在（確定値） 総務省統計局)

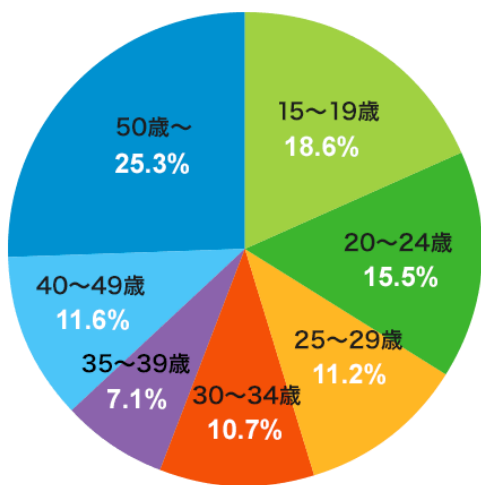
## LINEユーザー属性（性別・年齢・職業）

性別



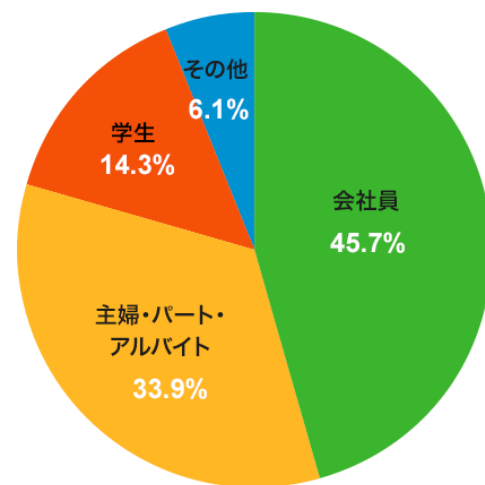
男女比は、やや女性が多い

年齢



幅広い年齢層に  
利用されています

職業



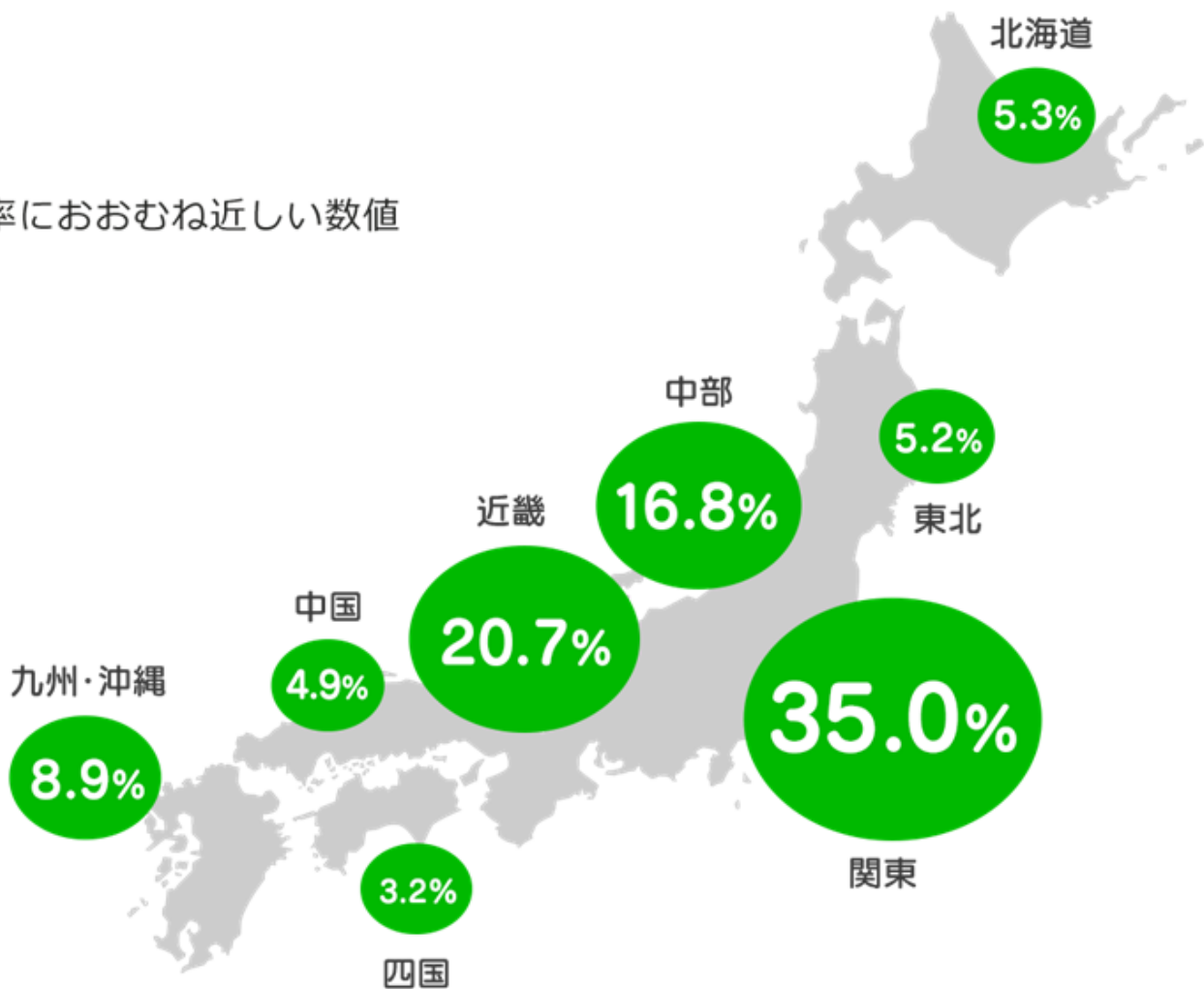
会社員がもっとも多く、  
ついで主婦や学生が多い

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

## LINEユーザー属性（居住地）

### 居住地

全国の人口分布比率におおむね近い数値

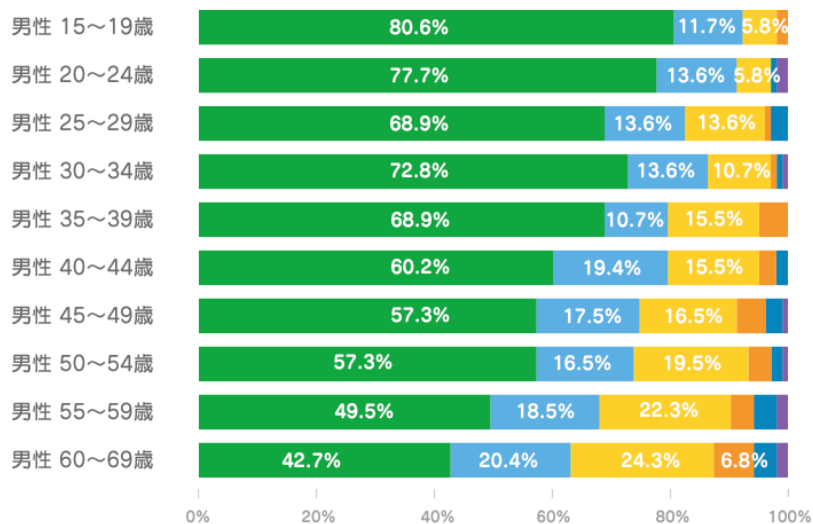


出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

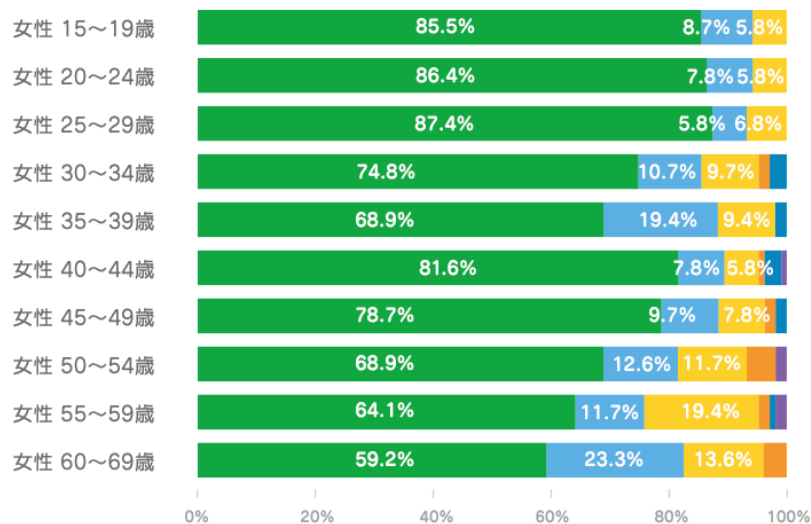
# LINEユーザー属性（性年代別の利用頻度）

男女とも全年代で9割以上が、毎月LINEを利用。  
若年層ほど利用頻度は高く、女性の方がアクティブ。

## 男性



## 女性



■ 毎日利用する
 ■ 2週に1日程度利用する  
■ 週4～5日は利用する
 ■ 月に1日程度利用する  
■ 週1～3日は利用する
 ■ 上記以外の頻度で利用する

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

# 広告メディアとしてのLINE

LINEでは下記の3点を強みとした広告の展開を行っております。



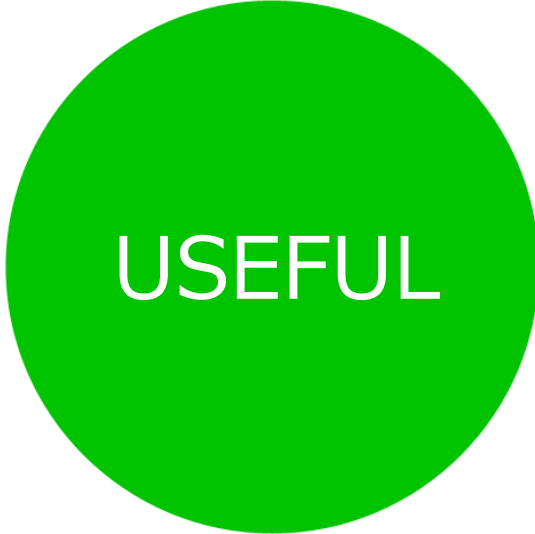
REACH

マスでは届きにくい若年層  
にリーチできる広告



ACTION

実際の来店・購買行動に効  
果を出せる広告



USEFUL

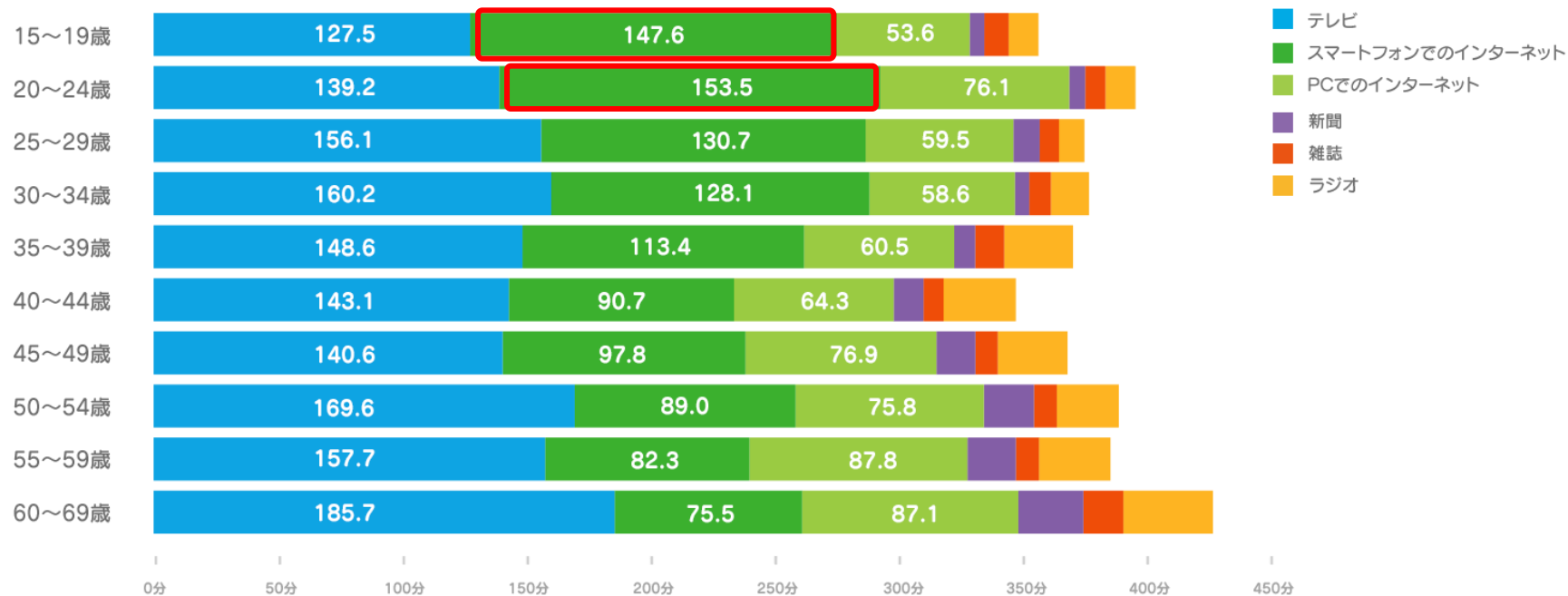
無視されず、進んで使われる  
広告



# マスでは届きにくい若年層に、リーチできる広告

若年層のLINEユーザーでは、スマートフォンの接続時間が、  
他メディアの接触時間を上回っています。

LINEユーザーの年代別の1日あたりメディア接触時間（単位：分）



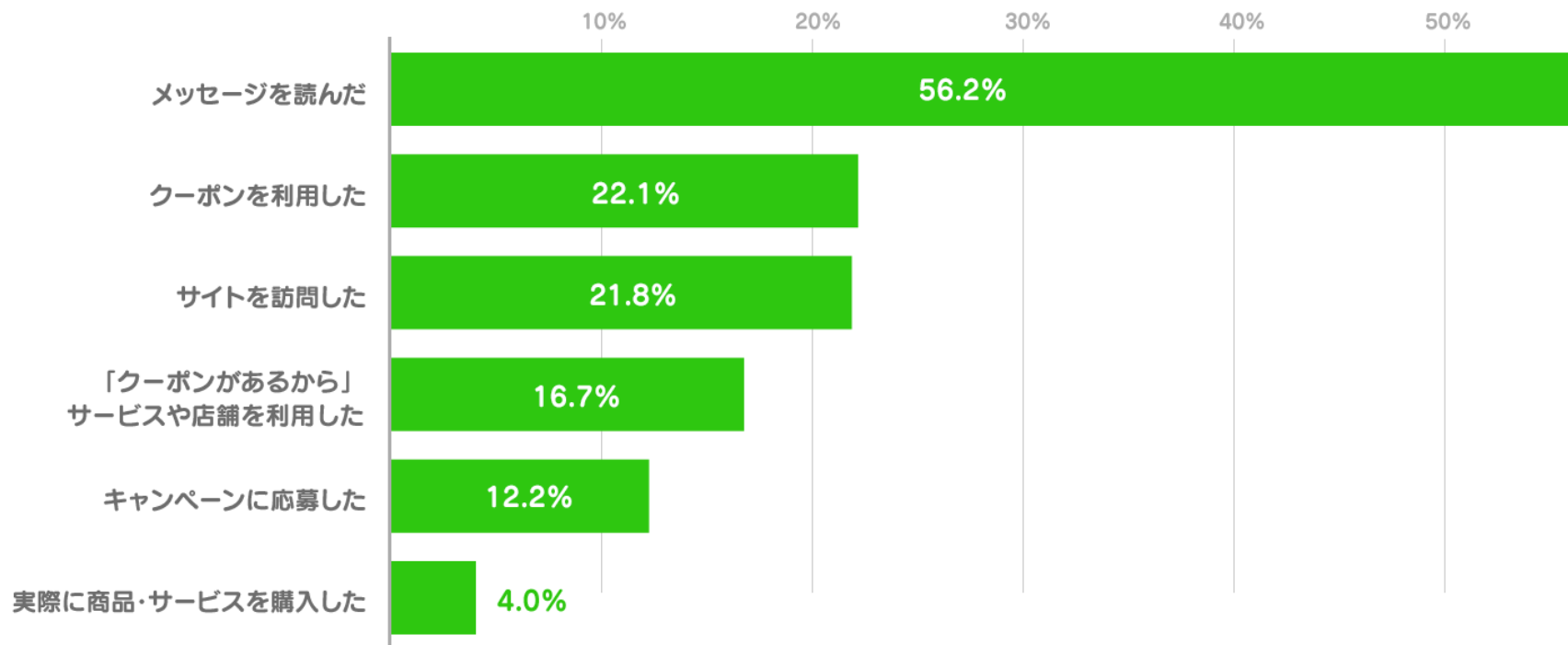
出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

## 来店・購買行動に効果を出せる広告

半数以上のユーザーがメッセージを閲覧。

また、約4人に1人がクーポン利用やサイト訪問の経験あり。

LINEの公式アカウントで企業と「友だち」になって、実施したこと (複数回答)



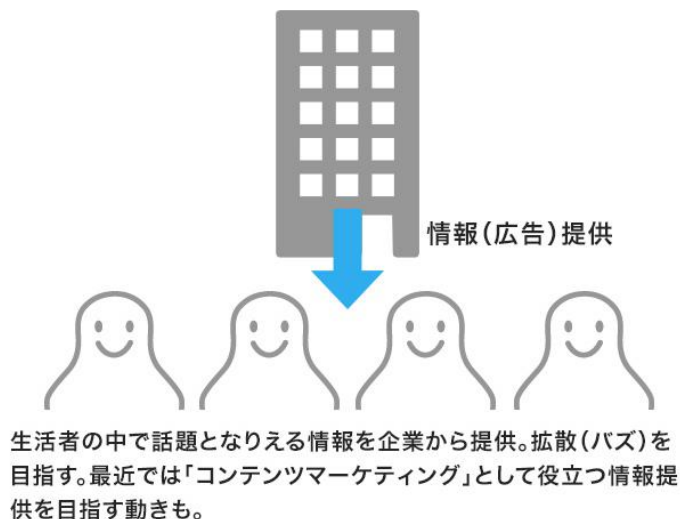
出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

## 無視されず、進んで使われる広告

### 「見る」広告 から「使ってもらえる」広告へ

友だちとのコミュニケーションツールとして、スタンプを使用。  
ユーザー同士でスタンプを送り合うことでさらに伝播します。

#### 一般的な広告



#### スポンサードスタンプ



## 2.LINE公式アカウント

高いリーチを獲得できるLINE公式アカウント

メッセージ・タイムライン機能

豊富な配信コンテンツ

# 高いリーチを獲得できるLINE公式アカウント

開設されたLINE公式アカウントはLINEのプラットフォームの中に露出されるため、マスメディア並のユーザー数が友だち登録されます。  
スポンサードスタンプと連動することで、さらに友だち数の増加が見込めます。

平均友だち数

スタンプ連動型含む

540万人以上

出典元：自社調べ 2016年6月末時点  
※友だち数はブロックユーザーを含んだ総数

スタンプ連動効果

スタンプ配布期間中の  
平均友だち増加数

320万人以上

出典元：自社調べ  
2016年1月～2016年6月末時点  
※スタンプは配布期間終了したもの全て

# LINE公式アカウント 2つの主な機能

LINE公式アカウントでは、アカウントを友だち登録したユーザーに向けて、一斉にメッセージを配信したり、タイムラインへの投稿を流すことができます。

## メッセージ



### PUSH

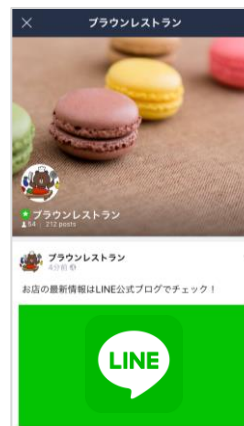
ユーザーにメッセージが届くと通知がされます。

### 単方向

ユーザーへ一斉にメッセージを配信することが出来ます。

ユーザーのアクションにつなげる効果

## タイムライン



### PULL

投稿内容がタイムラインに流れます。通知はされません。

### 双方向

コメントや“いいね”を通じてユーザーとコミュニケーションをとることが出来ます。

エンゲージメント形成に高い効果

# メッセージ機能

自社のLINE公式アカウントを友だち追加したユーザーに対し、一括でメッセージを送ることができます。メッセージが届くとユーザーに通知されるため、開封率が高いのが特徴。ユーザーにとってメリットのあるメッセージを送ることで高い誘導効果が見込めます。

一括送信

通知

開封

行動



※メッセージの通知は、ユーザー自身でOFFに設定することもできます。

# タイムライン機能

LINE公式アカウント を友だち登録しているユーザーのタイムライン上に情報を投稿することができます。ユーザーは投稿に「いいね」や「コメント」をつけることができるため、コミュニケーションの場として活用いただけます。



### さらに

テキスト情報の他に、下記のような情報も投稿することができます。



スタンプ



画像・動画



リンク

※いいね/コメント設定は、受け取る、いいねのみを受け取る、受け付けないの3つから選べます。  
※コメントは全て承認制となり、承認後に公開されます。



# タイムライン投稿の共有機能

投稿された情報は、ユーザーが友だちのタイムライン上に「共有」することができます。  
共有された情報は、LINE公式アカウントと友だちになっていないユーザーも見ることができるため、友だち数以上の認知拡大が期待できます。



## トークに共有

共有したい友だちやグループを選択して、トークに共有



## タイムラインに投稿

テキストを入力して、タイムラインへ共有



## タイムライン利用データ(1)

### タイムライン利用者データ（月間）

友人や知り合いの投稿に  
いいねしたことがある

49.5%

友人や知り合いの投稿に  
コメントしたことがある

27.3%

企業からの投稿を  
閲覧したことがある

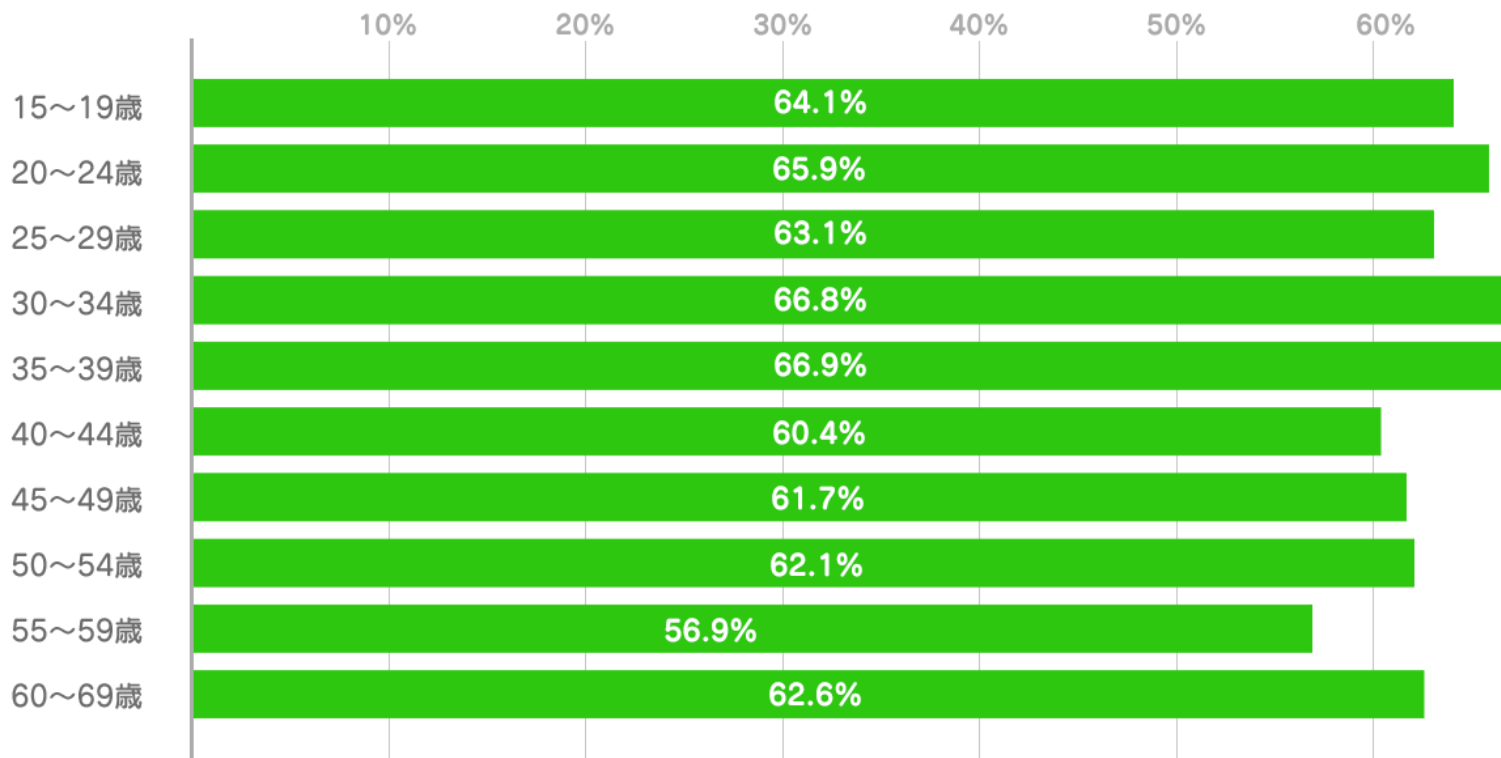
57.1%

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

## タイムライン利用データ(2)

いいね！やコメントなどのアクションに及ばないまでも、タイムラインは多くのユーザーに利用されており、メッセージとは異なるコミュニケーションを可能にしています。

LINEユーザーのタイムライン利用率



出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

# リッチな情報が提供できる リッチメッセージ

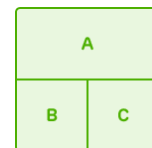
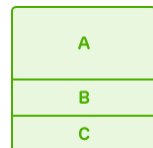
リッチメッセージは、画像やテキスト情報をひとつのビジュアルにまとめ、簡潔でわかりやすい訴求が実現できる機能です。  
通常のテキストメッセージよりも高い誘導効果が見込めます。



## 特徴

1. 画像とテキストを一つの吹き出しにまとめることができます
2. 強弱のある、整った情報をユーザーに届けることができます
3. 一つの中に複数のリンクを設置することができます ※全8種類

**リッチメッセージの例** 1つのエリアに対し、画像を1枚、URLを1つ、設定することができます



※ご制作用のガイドラインを別途お渡しいたします。

# リッチビデオメッセージ

リッチビデオメッセージは、自動再生される動画をメッセージとして送ることができる機能です。縦型／横型／正方形など様々な動画形態に対応しており、縦型動画ならトーク画面を専有するリッチな動画表現が可能となります。加えて遷移先を設定することで、動画視聴を経たユーザーを外部サイトに誘導することも可能です。

### 特徴

#### 1. 自動再生の動画メッセージを送信できます

- 動画の表現力をユーザーに高い確率で届けます。

#### 2. 縦型／横型など様々な動画形態に対応

縦型



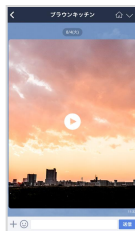
正方形



横型



#### 3. 遷移先の設定で動画に興味をもったユーザーを誘導可能



トーク画面で動画が自動再生されます。タップでプレイヤーによる全画面表示

※自動再生時は無音



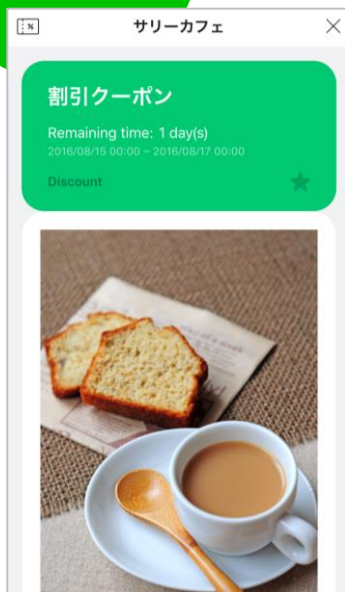
動画再生終了後ユーザーの行動を促すボタンが表示されます。

※ボタンの文言は規定のものから選択

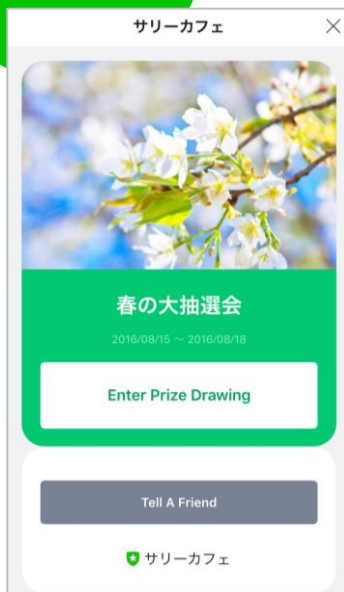
# クーポン・イベント作成

クーポン・イベント作成では、クーポン、抽選ページ、PRページ、リサーチページが作成できます。作成したクーポン・イベントはメッセージ・タイムライン・キーワード応答・友だち追加時あいさつなどで送信・投稿が可能です。

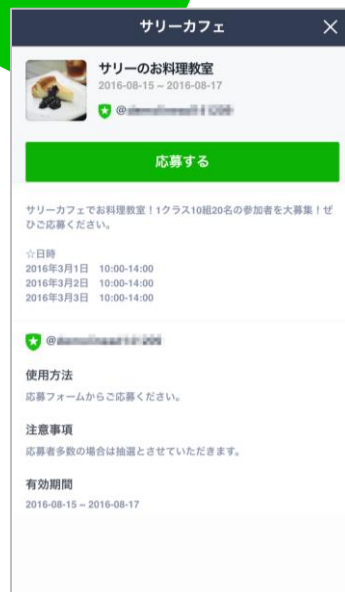
### クーポン



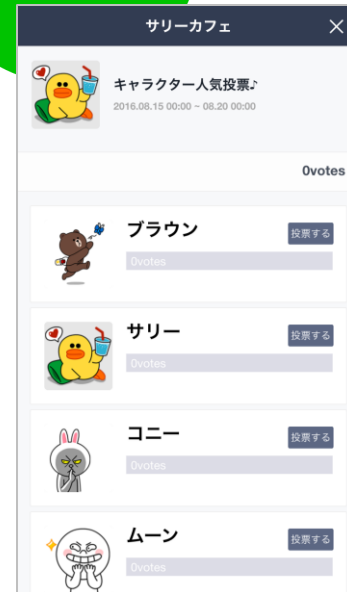
### 抽選ページ



### PR ページ



### リサーチ ページ



LINE公式アカウントのクーポン機能がCoupon Bookに対応しました。詳しくはこちら。

<https://lin.ee/c1pOhNw/adtu/info>

# 自動応答メッセージ、キーワード応答機能

ユーザーからトークで話しかけられた際に、自動で送信されるメッセージを登録することができます。また、キーワードをあらかじめ設定しておく、それに基づいて自動で返信を行う「キーワード応答機能」もご活用いただけます。

## 自動応答機能

メッセージは  
ランダムに送信されます。

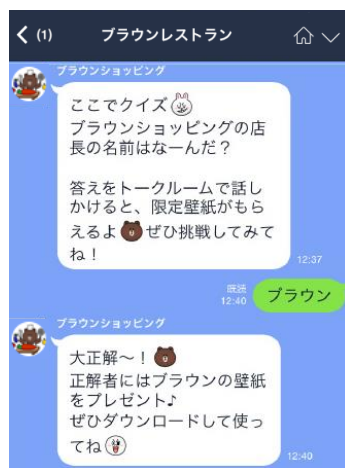


## キーワード応答機能

ユーザーが話しかけた内容について、  
定められたメッセージを「完全一致」で返信します。

インタレストマッチ、ユーザーの悩み相談への回答、店舗情報の検索、クイズ企画などの様々な活用が可能です。

### クイズ企画



### クーポン配布



### 店舗検索





# メッセージとタイムラインの投稿カウント方法

メッセージ配信は、最大3吹き出しまでを1メッセージとカウント。  
タイムライン投稿は、1投稿につき1メッセージとカウントいたします。

## メッセージ

### 最大3吹き出し1メッセージ



配信設定の吹き出しごとの間隔は最大3分となります。  
それ以上の間隔を空けての配信は追加配信となります。

## タイムライン

### それぞれ1投稿1メッセージ





# 様々な用途に使える強力なナビゲーション、リッチメニュー

リッチメニューは、公式アカウントのトークを訪れた際、画面下部に大きく開くメニューです。メニュー内をタップすると、外部サイトへの誘導や、事前に設定したキーワードの送信などを行わせることが可能です。

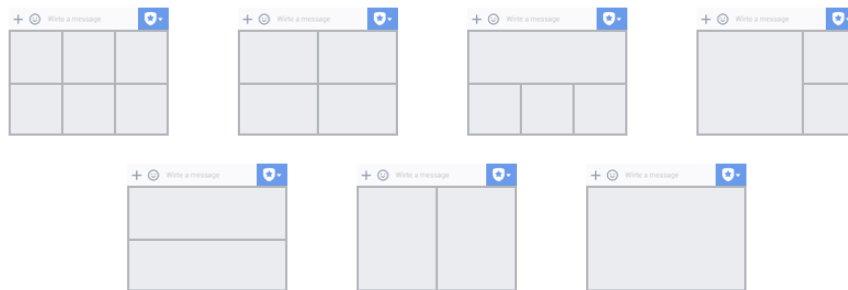


## 特徴

トーク訪問時に画面下部を大きく専有し、強かに遷移先をアピールします

- 画面下で大きく開くメニュー
- 分割単位ごとに異なるリンク先や吹き出し設定が可能
- 分割は複数のテンプレートから選択可能

## 選べるテンプレート

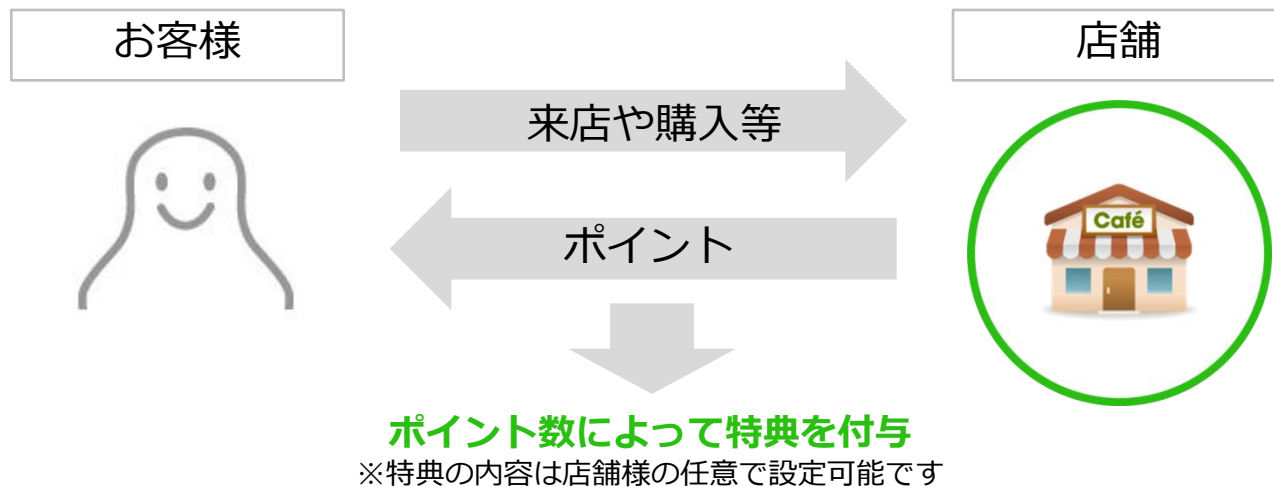


※リッチメニューは、管理画面から期間を指定して表示・非表示を選ぶことが可能です。

# LINEショップカードとは

商品購入やサービス利用・来店などのインセンティブとして、デジタルのポイントをLINE上で発行・管理できる機能です。無料で活用頂ける機能となります。

## ポイントカードをLINE公式アカウント 上で発行



例えば…



ワンドリンク  
サービス



特別なセール  
割引クーポン



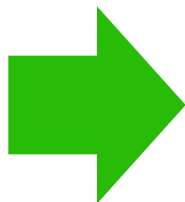
ノベルティ



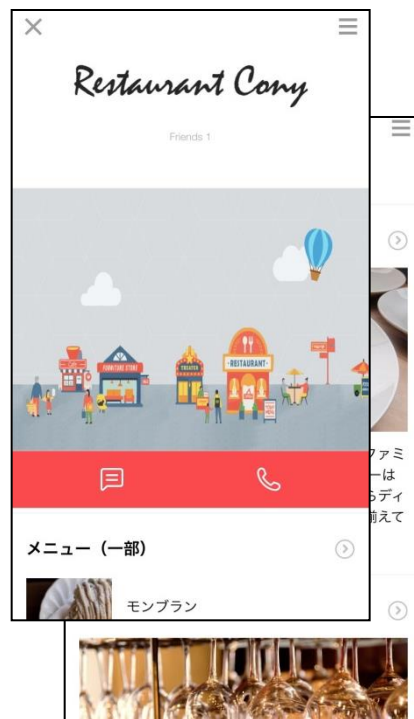
# アカウントページ

アカウントページのデザインを大幅にリニューアルしました。  
また、LINE@同様にWeb上にも公開され、強力なアカウントの認知経路となります。

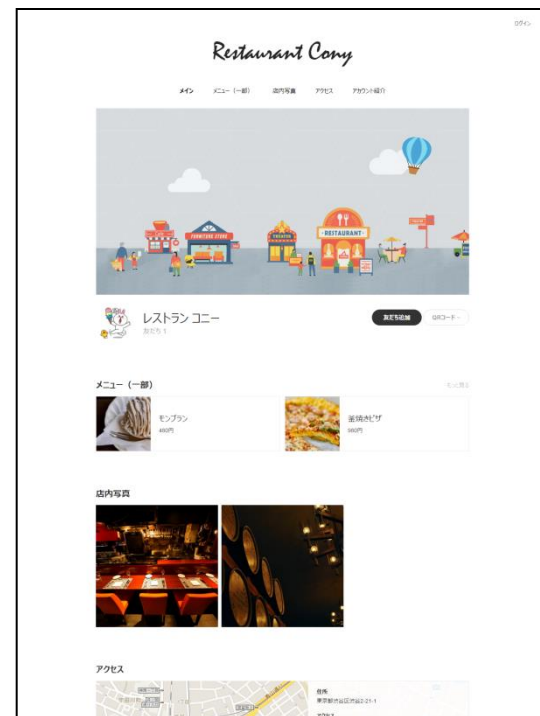
現状のアカウントページ



リニューアル後のアカウントページ



スマートフォン版  
(LINEアプリ内/Web)



PC Web版

# LINE公式アカウント 管理画面のご紹介

LINE公式アカウント ご開設の際は、専用の管理画面をご提供いたします。  
運用は管理画面を通じて広告主様、もしくは、広告会社様などにより行っていただきます。

The screenshot displays the 'LINE OFFICIAL ACCOUNT MANAGER' interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'メッセージ作成' (Message Creation), 'ホーム投稿' (Home Post), 'メッセージ' (Message), '投稿一覧' (Post List), '新規作成' (New Creation), '自動応答メッセージ' (Auto-reply Message), 'キーワード応答メッセージ' (Keyword-reply Message), '友だち追加時あいさつ' (Greeting when adding friends), 'ホーム' (Home), 'クーポン・イベント作成' (Coupon/Event Creation), and 'ショップカード' (Shop Card). The main area is titled '新規作成' (New Creation) with a subtitle '配信するメッセージの編集作成、編集、テスト送信を行います。' (Edit, create, edit, and test send the message to be distributed). It includes buttons for 'プレビュー' (Preview), '下書き保存' (Save Draft), and '送信' (Send). Below these are options for '日時指定' (Specify Date/Time) with a date and time picker, and 'ホーム同時投稿' (Post to Home simultaneously) with radio buttons for '投稿する' (Post) and '投稿しない' (Do not post). At the bottom, there are buttons for 'テキスト' (Text), 'スタンプ' (Sticker), '画像' (Image), 'クーポン' (Coupon), '抽選ページ' (Lottery Page), 'PRページ' (PR Page), 'リッチメッセージ' (Rich Message), 'リッチビデオメッセージ' (Rich Video Message), '音声' (Voice), and '動画' (Video). A note at the bottom states '1度に3つまでメッセージを送信できます。送信するメッセージを選択してください。' (You can send up to 3 messages at once. Please select the message you want to send).

**操作はPCから行うことができます。**  
(Google Chrome, Firefoxの各最新バージョン)

**メッセージの配信や公式ホームへの投稿、  
友だち数・ブロック数等の確認が可能です。**

※実際の管理画面は、LINE公式アカウント お申込後にご提供いたします。なお、ご使用の際はLINEのアカウントが必要となります。

※画面はイメージであり、随時アップデートを行う場合がございます。

# LINE公式アカウント 料金体系

## メッセージ

エントリープランもしくは継続プランより、ご希望の配信数をご選択いただけます。  
追加分を別途ご購入いただけます。



### 送信回数

ご契約プランに応じた送信回数。



## タイムライン

規定の投稿数をご契約プランに含まれており、追加分を別途ご購入いただけます。



### 投稿回数

ご契約プランに応じた投稿回数  
(継続プランは4回/月)



追加投稿分は有効友だち数に応じた料金

# LINE公式アカウント ガイドライン

配信メッセージの主体が、LINE内で完結したユーザーベネフィットを提供することのできる情報であることを原則とし、下記のような情報を配信・投稿することを禁止しております。

スマートフォン(Android, iOSなど)用アプリのダウンロードページへの直接リンクを含む投稿

---

ダブルスポンサー広告（広告枠の再販）に該当する投稿

---

弊社が禁止している商材を訴求する内容の投稿

---

投機心や射幸心を煽る可能性のある表現を含む投稿

---

ユーザーが不快と感じる可能性のある表現を含む投稿

---

LINEの機能を用いて個人情報取得する表現を含む投稿

---

上記の詳細は、別資料（考査ガイドライン）にてご案内いたします。上記内容は変更になる場合がございます。

# FAQ

## メッセージ・タイムライン機能に関する共通項

### Q アカウントの管理作業をLINEへ依頼することは可能ですか？

A 原則、お引き受けいたしかねます。メッセージの制作や配信、投稿など公式アカウントに関わる一切の作業は、クライアント様、または広告会社様等にて管理・運営を行っていただくことを想定しております。

### Q メッセージやタイムラインへの投稿は自由にできますか？

A メッセージの内容の事前審査は基本的に行っていませんが、商材によっては事前審査が必要なケースも有ります。ガイドラインをご確認の上、投稿ください。

### Q スマートフォン版以外の端末に関して

A パソコンやタブレット、フィーチャーフォンへの端末対応を行っており、配信はなされますが、動作保証はいたしかねます。また、PRページなどはスマートフォン端末以外では閲覧できません。なお、同一ユーザーへのメッセージ配信は、複数端末で閲覧した場合でも1メッセージとしてカウントいたします。

# FAQ

## メッセージ機能について

**Q** 特定・個別のユーザーに対して、メッセージ送信、投稿は可能ですか？

**A** できません。友だち追加をしているユーザーへの一斉送信となります。個別配信が可能なLINE ビジネスコネクต์につきましては、別途営業担当にお問い合わせください。

**Q** 途中から友だち追加したユーザーに、それまでに配信されたメッセージは届きますか？

**A** 届きません。友だち追加した時以降に配信されたメッセージから届くようになります。

**Q** ユーザーがLINE公式アカウント に送った送信メッセージ内容は、閲覧できますか？

**A** 閲覧できません。ただし、ON AIR機能をご利用中の間に限り、ユーザーからのメッセージを閲覧できるようになります。

**Q** 配信したメッセージの削除や修正はできますか？

**A** 1度送信されたメッセージの削除や修正はできません。配信前に内容をよくご確認の上、ご配信ください。なお、メッセージの訂正を配信したい場合は、事前にご相談ください。



# FAQ

## タイムライン機能について

**Q 投稿数に上限はありますか？**

**A** 上限はございませんが、プランで規定された数を超える投稿は友だち数に応じた料金をいただいております。

**Q メッセージで送った内容をホームにも同時に投稿できますか？**

**A** 可能です。メッセージ送信時に、「ホームにも投稿を行う」にチェックを入れてください。

**Q ユーザーから受け取ったコメントを自動で公開することはできますか？**

**A** トラブルを避けるため、コメントの公開は運営者様による承認制とさせていただきます。

**Q コメントの管理を、LINEへ依頼することは可能ですか？**

**A** 原則、いたしかねます。クライアント様、若しくは、広告会社様等にて管理いただくことを想定しております。なお、不適切と思われるコメントにつきましては弊社判断にて削除させていただく場合がございます。

**Q 「いいね」のみを受け取ることはできますか？**

**A** はい。管理画面上で設定可能です。ただし、投稿別に設定することはできません。

**Q 「いいね」も「コメント」も受け付けないように設定することは可能ですか？**

**A** はい。管理画面上で設定可能です。ただし、投稿別に設定することはできません。

**Q タイムライン投稿の修正は可能ですか？**

**A** テキストのみ修正が可能ですが、画像は差し替えできません

# LINE LIVE

実施費用、詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE LIVE とは、LINE公式アカウント (LINEアプリ)・LIVEアプリ・WEBを通じて、映像のリアルタイムでのストリーミング配信が可能となる機能です。

### 特徴

1

**LINE公式アカウント の友だちや  
LIVEアプリユーザーにリアルタイムで  
映像を送ることができます**

LINE公式アカウント 内とLIVEアプリでの配信となるため、数万~数百万人規模の視聴数が期待できます。

2

**LIVEアプリ内での  
アーカイブ公開が可能**

アプリ上では生配信後にアーカイブでの配信も可能。  
アーカイブ公開期間は自由に設定できます。

3

**LIVEアプリではユーザー同士で  
コメントが見えるように**

番組に寄せられるコメントはオープンに  
公開されるようになりました。



### 活用想定イメージ

ファッションショー中継

イベントのライブ中継

新商品発表会

オリジナル番組

etc...

※LINE LIVE配信されている番組へのスポンサー提供をご希望される場合は担当営業までお問い合わせください。

# 3.プロモーションスタンプ

スポンサードスタンプ  
LINEダイレクトスタンプ  
LINEポップアップスタンプ  
LINEマストビュースタンプ

## プロモーションスタンプとは

### 感情で会話する、非言語コミュニケーション

スタンプとは、テキストメッセージのチャット内に挿入できるイラストです。様々な喜怒哀楽やシチュエーションを表現し、文字では伝達しにくい感情を相手に送ることができます。

### スタンプの種類

#### 1. デフォルト無料スタンプ

自社制作。LINE利用時にデフォルトで登録されている無料スタンプ

#### 2. 有料販売スタンプ

自社制作 or 著作権元提供レベニユーシェア型で、有料販売しているスタンプ

#### 3. クリエイターズスタンプ

LINEクリエイターズマーケットにて登録・販売される個人・法人クリエイターによるスタンプ

#### 4. プロモーションスタンプ

広告主様より広告費を提供いただくことで、

ユーザーに無料または条件付きで提供しているスタンプ

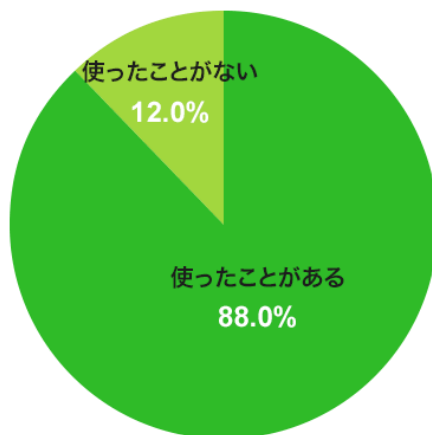
スポンサードスタンプ、ダイレクトスタンプ、マストビュースタンプなどがございます



## スタンプ利用データ (1)

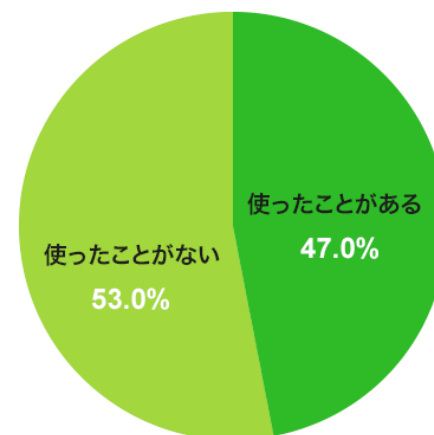
#### 無料DL

9割近くが無料スタンプをダウンロードして利用している



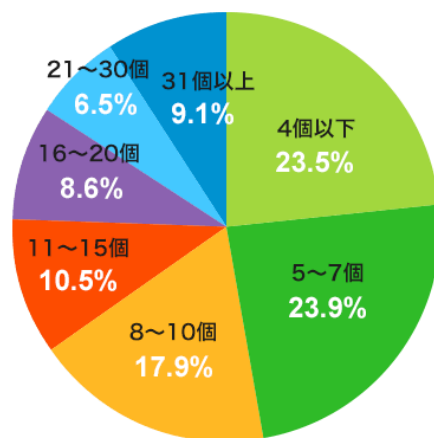
#### 有料DL

有料スタンプを購入したことのあるユーザーは約5割



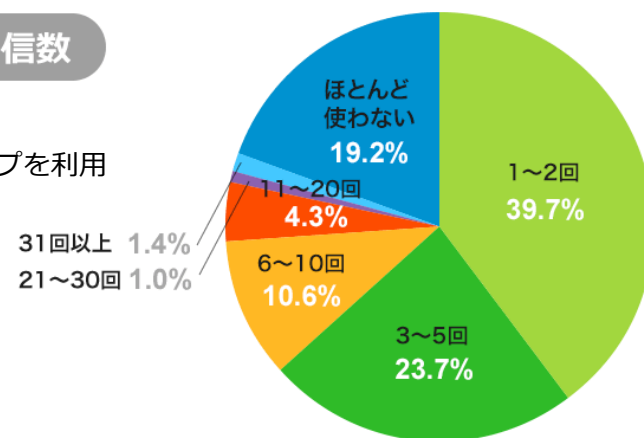
#### 保有数

8割近くがスタンプを5個以上保有



#### 1日の送信数

8割近くが毎日スタンプを利用

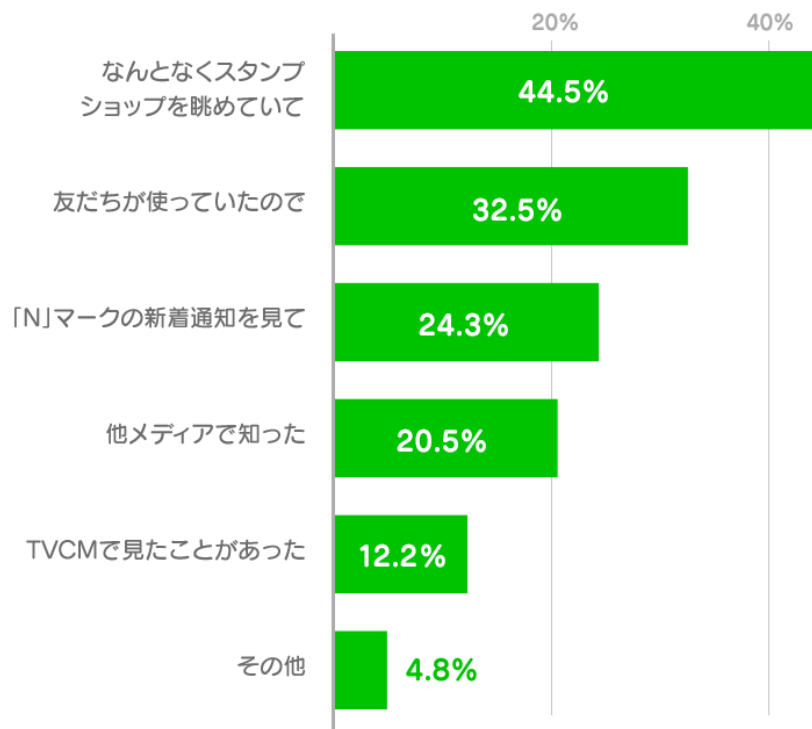


出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

## スタンプ利用データ（2）

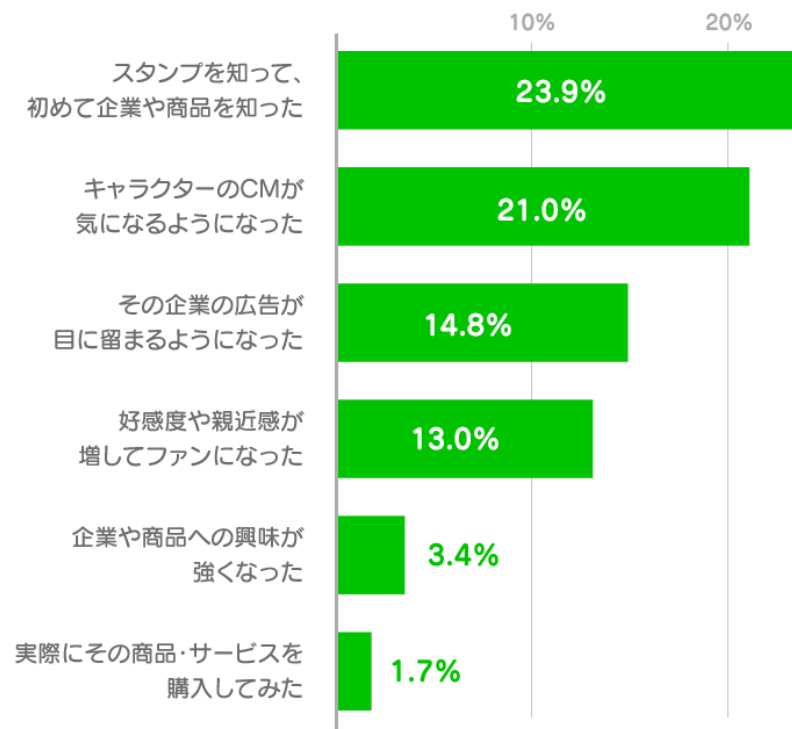
#### DLのきっかけ（複数回答）

スタンプショップでの告知とクチコミが有効



#### DL後の変化（複数回答）

スタンプにより認知度及び好感度や親近感が増す効果も



出典元：マクロミル社・インターネット調査(2016年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

### 3.プロモーションスタンプ

## スポンサーードスタンプとは

企業が自社のオリジナルスタンプを、LINE内のスタンプショップ経由で無料提供できる広告商品です。ダウンロードされたスタンプが、ユーザー間のコミュニケーションで活用されることで、企業プロモーションにつながります。



## スポンサーードスタンプの種類

LINEスポンサーードスタンプには、LINE公式アカウント と連動しない公式アカウント非連動型スタンプと、公式アカウント連動型スタンプの2種類があります。

### 公式アカウント非連動型スタンプ



ユーザーに完全無料で提供するスタンプです。

自社キャラクターの認知度アップなどに有効です。

### 公式アカウント連動型スタンプ



自社のLINE公式アカウントを登録したユーザーだけがダウンロードできるスタンプです。

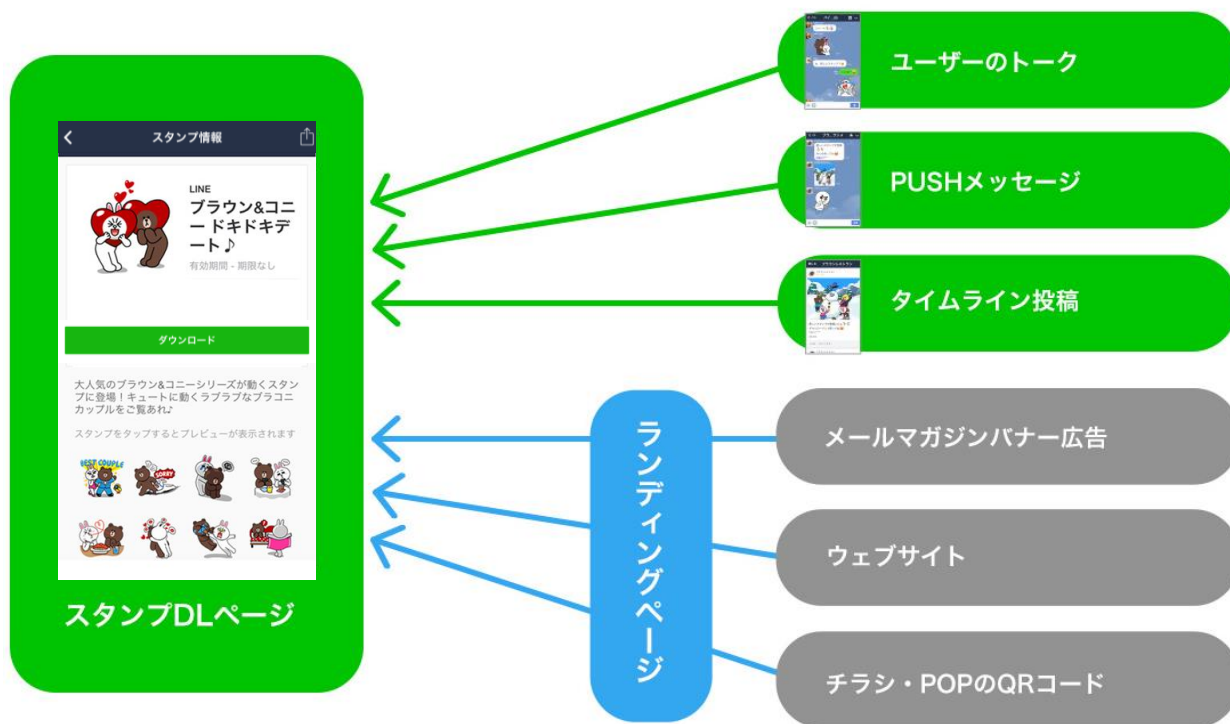
LINE公式アカウントの友だち数を飛躍的に伸ばしたいときに効果的です。



## LINE ダイレクトスタンプ

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINEアプリ内「スタンプショップ」を介さず、企業様が自社のスタンプをユーザーに直接告知していただく商品です。告知を企業様の裁量で行ってもらうことで、ご実施いただきやすい価格設定となっております。

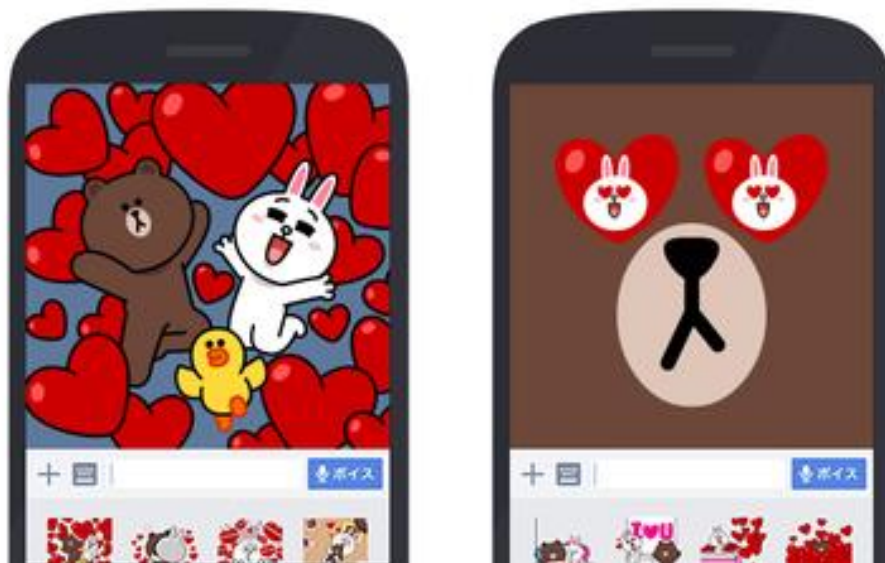


スタンプダウンロードページへ直接遷移するためには、スマートフォンかつLINEインストールが条件となります。PCブラウザ、LINEアプリ未インストール端末で接続した場合は <http://line.me/ja/> にリダイレクトしますので、あらかじめご了承ください。PCで告知する場合は、LPを一枚ご用意ください。また、リンクの有効性は保証外とさせていただきます。端末・ブラウザバージョン等の動作確認は企業様責任でお願いいたします。

## LINE ポップアップスタンプ

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

スマートフォンの画面全体を使って飛び出す大型のアニメーション・スタンプです。最初に届いたとき（受信時）と、その後タップしたとき（トーク画面でのタップ時）に、LINEのトーク画面全部を使って動き出します。これまでのアニメーションスタンプに比べ、感情や状況をよりダイナミックに、ド派手に演出することが可能になります。



ご注意

バージョン6.3.0（6.3.0未満のLINEで受信した場合、静止画のスタンプが表示されます）

# LINE マストビュースタンプ

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

広告主様ご指定のCM動画を最後まで閲覧したユーザーに対し、連動スタンプを配布する広告商品です。テレビCMとLINEマストビュースタンプを組み合わせることで、より幅広い「認知」を獲得。さらにスタンプを通じてCMが拡散されることで、TVCMだけでは「自分ごと」と受け止めてもらえない潜在的な消費者へのリーチも実現します。

スタンプショッパー一覧  
EVENT・NEWタブに掲載

スタンプ詳細ページ  
「動画を見る」から視聴開始

動画視聴  
動画が自動再生されます

動画詳細ページ  
動画を再度視聴できます

スタンプ詳細ページ  
視聴完了者のみダウンロード  
タブがアクティブに

※EVENT最上部で1週間掲載



# FAQ

## スポンサードスタンプについて

**Q ムーン制作デザイナー等、イラストレーターの指名は可能ですか？**

**A** いたしかねます。

**Q キャラクターを持っていない場合、LINE側での描き下ろしは可能ですか？**

**A** 原則、いたしかねます。基本的に原画があり、キャラクター素材を入稿していただくことを想定しておりますが、内容によってご相談・別途お見積りとさせていただきます。

**Q スタンプの制作過程において、修正回数に制限はありますか？**

**A** 原則2〜3回までを目安とさせていただきます。

**Q 企業名やブランドロゴのスタンプ制作は可能ですか？**

**A** 原則、不可といたします。（ユーザー間でのスタンプ利用シーンとマッチしないため）

**Q キャラクター入稿素材を、そのままスタンプ化することは出来ませんか？**

**A** いたしかねます。LINEの世界観へマッチし、ユーザー間でのスタンプ利用を促進する観点から、キャラクターのガイドライン等を伺った上で、スポンサードスタンプオリジナルのデザインを弊社・弊社関連会社にて制作、もしくは、ご入稿いただくかたちを取らせていただきます。

**Q スタンプ提供数は、8・16種類からの増減は可能ですか？**

**A** 増減ともに、原則いたしかねます。

**Q スタンプ利用期限は、掲載開始日から180日間ですか？**

**A** ユーザーのダウンロード日を起算日とし、そこから180日間となります。期限経過後は、ユーザー間での送信ができない状態となります。

**Q スタンプ利用期限の延長・短縮は可能ですか？**

**A** 短縮は可能ですが、延長はいたしかねます。

**Q スタンプ利用期限が過ぎた場合、トークの送受信履歴からも削除されますか？**

**A** 履歴からは削除されません。

**Q スタンプデザインの二次利用は可能ですか？**

**A** 事前に使用用途を確認させていただいた後に、ご相談を承ります。

# FAQ

## その他

**Q** スポンサーダスタンプ・ダイレクトスタンプ・LINE公式アカウントの実施対象は全世界ですか？

**A** 日本のユーザー(国別番号「+81」での登録ユーザー)への配信となります。ご要望に応じて、別途見積の上、海外での国別配信も可能です。

**Q** 無料スタンプをダウンロードできないケースはありますか？

**A** 友だち追加を条件としない無料スタンプの場合、国外で契約したデバイス、Facebook認証のLINEアカウントでは、ダウンロードすることができません。(マストバイをのぞく)

ご提案前には、必ず弊社の事前審査を必須とさせていただきます。  
審査には、時間がかかる場合がございますので、あらかじめ弊社営業担当まで  
お問い合わせをいただけますよう、よろしくお願い申し上げます。

# 4.LINE ポイント

LINE ポイント各商品

## LINE ポイント

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE ポイントは、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。  
現在「アプリDL」「動画閲覧」「友だち追加」「ミッション」などを提供しております。



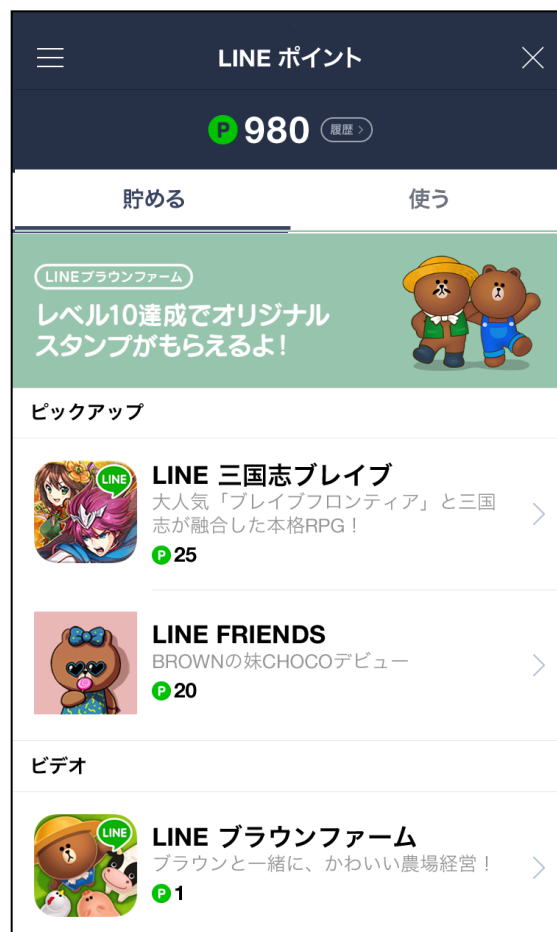
※アプリダウンロードはAndroidのみ対象となります。

# LINE ポイントAD

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE ポイントADは、様々な成果地点で大量かつ良質なユーザー獲得を期待できる施策です。

## LINE ポイント 案件一覧



## 成果地点について

動画視聴

アフィリエイト

TLシェア

友だち追加

記事閲覧

マンガ

アプリDL

ゲームプレイ

ビジネス  
コネクト

※アプリDL、ゲームプレイはAndroidのみ対象となります。



## 5. その他広告商品

LINE スポンサーード着せかえ

LINE ビジネスコネクト

LINE コラボアカウント

LINE Camera

LINE@

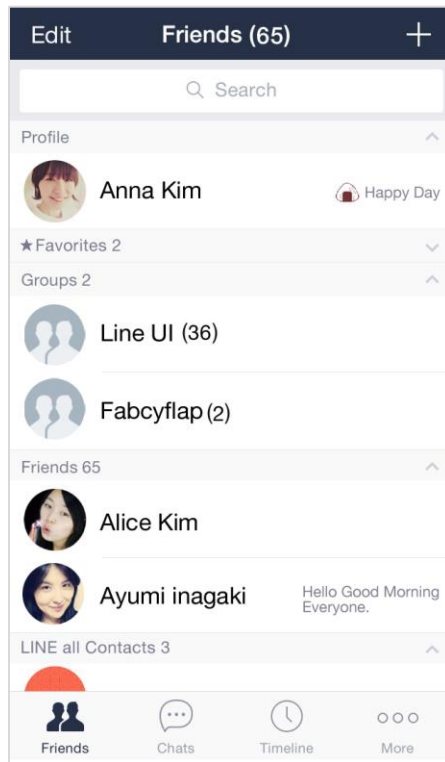
海外での広告の取り扱い

# LINE スポンサーード着せかえ

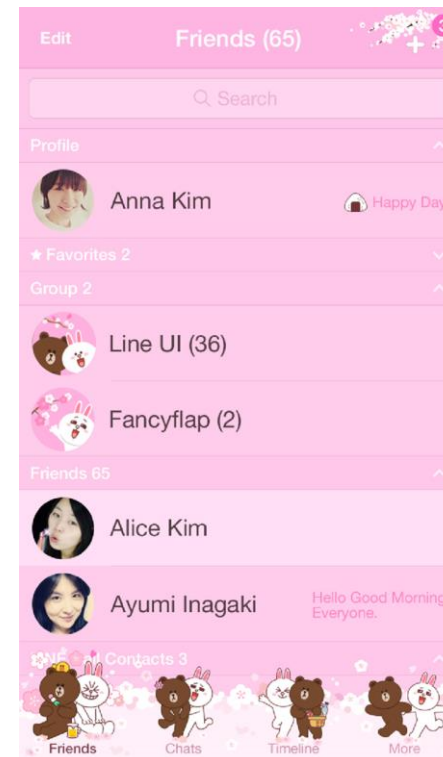
費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINEアプリにおける主要な画面を御社キャラクター素材をもとにテーマ化し、ユーザーに任意で無料配布できる広告商品です。自社の公式アカウントを登録したユーザーだけがダウンロードできる「公式アカウント連動着せかえ」も提供開始しました。

基本デザイン



【例】ブラウン&コニー



※全ての画面をジャックすることはできません。

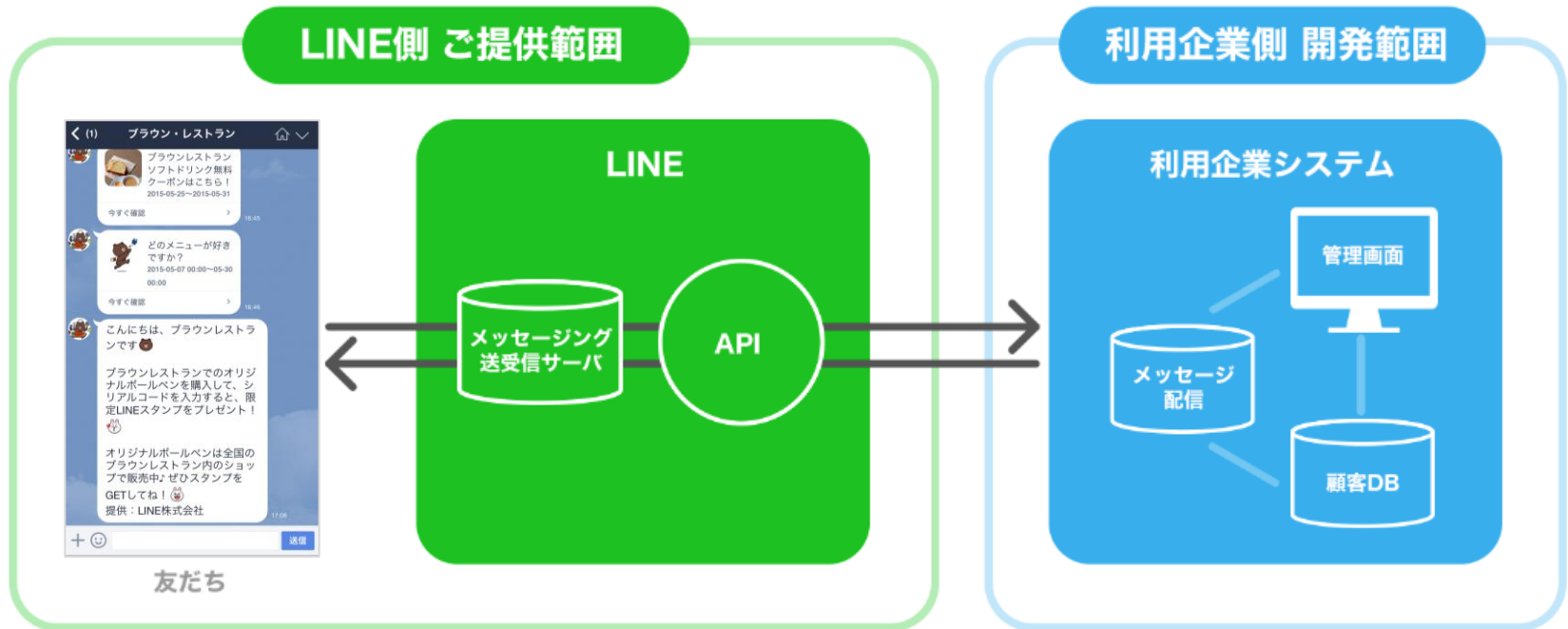
※キャンペーンを目的として施策はお断りします。

※着せかえのUI制作はLINE社にて行います。（クリエイティブ素材は広告主/出稿元/企業等に納品していただく必要がございます。）

# LINE ビジネスコネク

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE公式アカウント の各種機能を企業向けにAPIで提供し、カスタマイズして活用できるサービスです。一方通行のメッセージ配信だけでなく、特定のLINEユーザーに対してより最適化されたメッセージを送り分けることができるようになります。



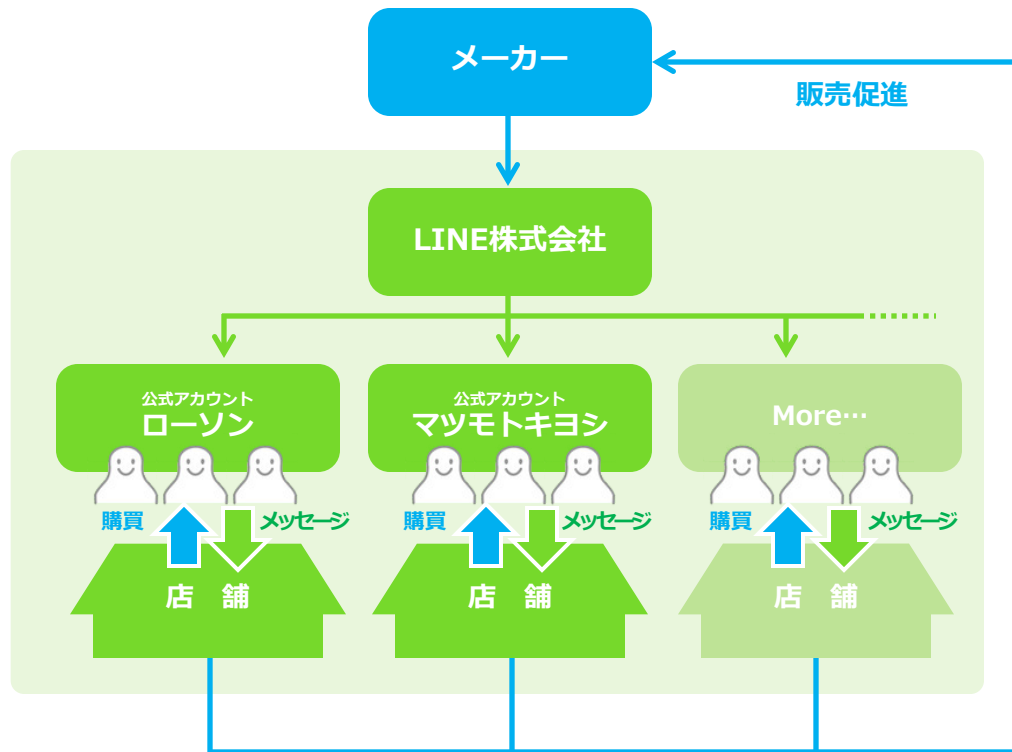
LINE ビジネスコネクの概要 及び、LINEサービス関連の技術情報に関しては以下のサイトをご確認ください。

LINEビジネスコネク公式サイト <http://lbc.line.me/>  
LINE Developers <https://developers.line.me/>

# LINE コラボアカウント

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

多数のユーザーを抱える店舗やブランドのLINE公式アカウントを通じて、自社商品の販促クーポンや告知メッセージを配信できる施策です。出稿側は掲載企業の友だちでセグメントをかけてメッセージが送れるうえ、掲載側は配信企業から収益を上げることができるため、公式アカウントの運営費を軽減することができます。 ※通常のアカウントではダブルスポンサー投稿は禁止されています。



コラボアカウントご参画アカウント

ローソン  
ファミリーマート  
マツモトキヨシ  
@cosme  
non・no  
Seventeen  
VOGUE

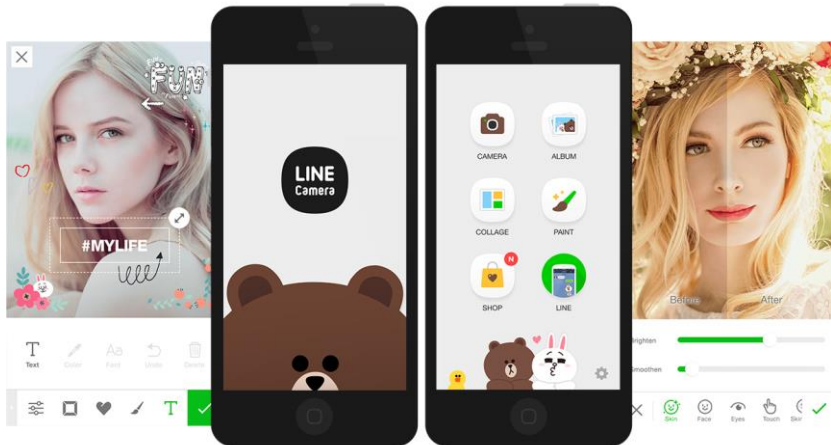
最新のコラボ参画状況や、詳細に関しては  
弊社営業担当へお問合せください

# LINE Camera

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE CameraとはLINEの公式カメラアプリで、豊富な種類の動くスタンプ、スタンプやフレームなどセルフイー(自撮り) 機能に優れた人気の無料アプリです。LINE Cameraは2016年7月時点で全世界で1億5,000万ダウンロードを突破。日本では3,500万ダウンロードを獲得。海外では主にタイ、台湾などで利用されています。

## 広告商品



1

### LINE Camera スポンサーダスタンプ

ユーザーが写真加工時に利用する「スタンプ機能」内に、御社オリジナルのキャラクターをスタンプとして期間限定で無料配布いたします。

2

### LINE Camera 動くスポンサードスタンプ

ユーザーがセルフイー向けに使用する動くスタンプを、企業様のキャラクターや製品マスコット仕様にして、期間限定で無料配布いたします。

3

### LINE Camera ホームアイコンアド

ホーム画面上のアイコンの一つを御社仕様で掲載します。LINE Camera内から、ユーザーをご指定のサイトに誘導できます。

# LINE@

詳細は下記WEBページを御覧ください

親しい間柄でのコミュニケーションに特化したLINEとは別に、情報発信やビジネスにご活用いただけるのがLINE@アカウントです。

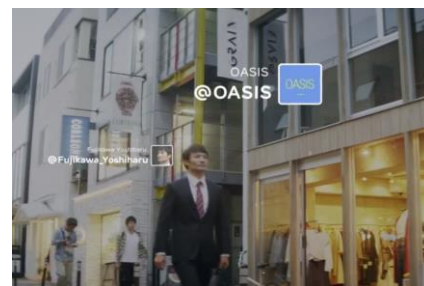
LINE公式アカウント とご提供する機能はほぼ一緒ですが、LINE上での露出階層が深いため、友だち獲得は企業・店舗様自らの工夫が重要となります。

## 一般アカウント



個人でビジネスをしている方や、企業および企業の部門単位、事務所をもたない移動事業者および、ブランドやサービス単位等につきましては、弊社の審査無く『一般アカウント』を開設し、ファンを獲得することができます。

## 認証済みアカウント



実店舗のあるローカルビジネス事業者や、証明可能なEC事業者(物販に限る)および有名人等、本人確認が可能なアカウントで、かつ弊社審査基準に合致している場合につきましては、弊社の審査通過後、『認証済みアカウント』としてLINEアプリ内の検索結果等にてアカウントの紹介をさせていただきます。

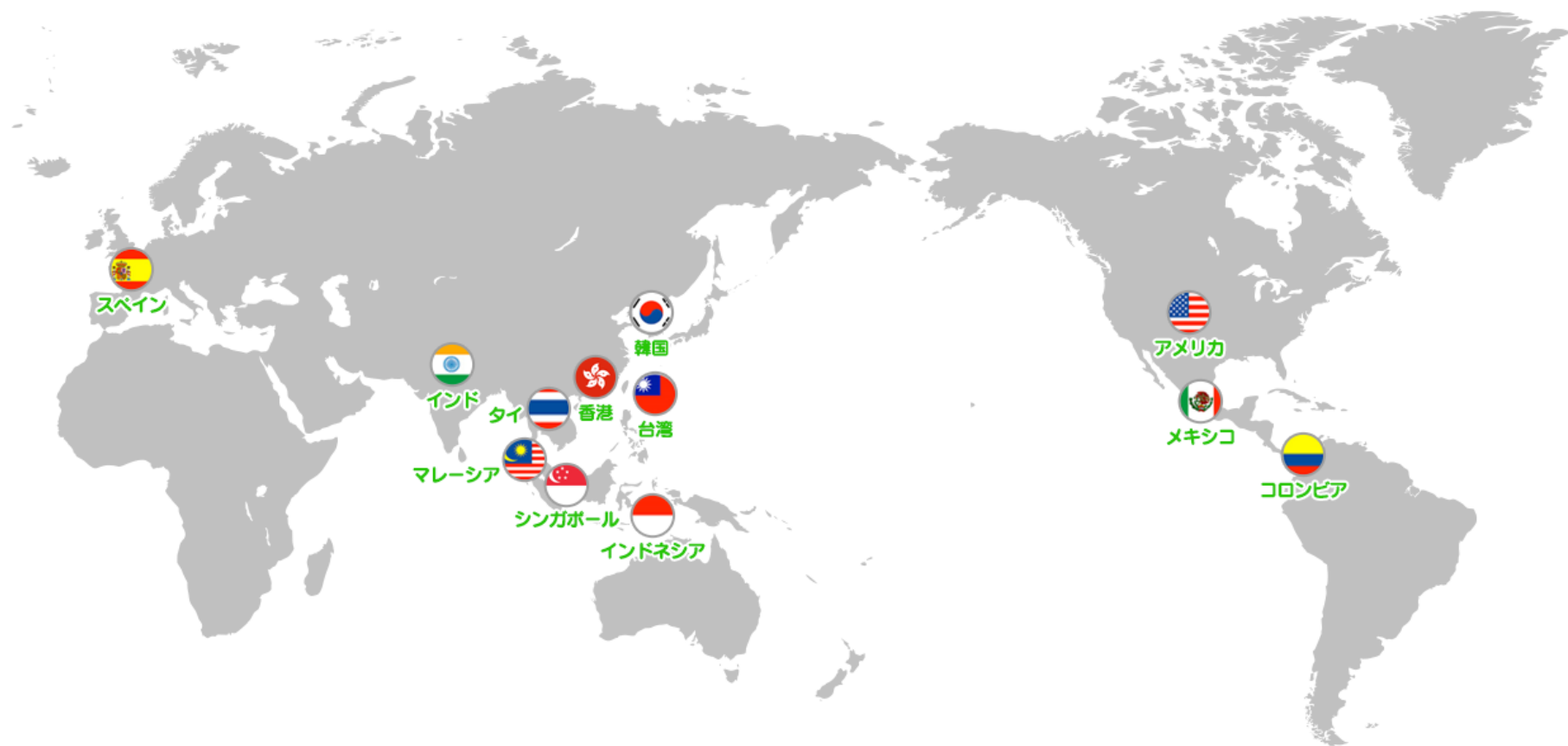
詳細はこちらのWEBページを御覧ください。 <http://at.line.me/jp/>

## 海外での広告の取り扱い

費用・詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINEの利用が盛んなアジア各国を中心に広告の出稿が可能です。

複数カ国でのご利用に際してディスカウントが適用されるパッケージもご用意しておりますので、担当までお問い合わせください。



# 安心・安全に向けた取り組み

LINE社では、利用者の皆さんが安心・安全にLINEをお使いいただけるよう、以下のような取り組みを実施しています。

## 実施中の取り組み

### 非公式掲示板のサイト・サービス閉鎖依頼

LINEは、“友だち募集”などを目的とした非公式サービスは全て、発見次第、サービス停止依頼文を発送しています。

### アプリマーケットのレビュー欄にLINE IDが書かれている場合の削除依頼

アプリマーケット（App StoreやGoogle play）にあるレビュー欄にLINE IDを書かれている場合も、アプリマーケットの運営元に対して書き込みの削除を依頼し、レビューを削除していただいています。

### 18歳未満のユーザーのID検索利用停止

携帯電話会社各社が持つ年齢認証システムと連動し、18歳以上だと確認できないユーザーのLINE IDの利用を制限（ID検索できない、検索されない）しています。

### 無差別勧誘メッセージ（サクラサイト誘導）対策

LINEのユーザーに対し、無差別にサクラサイトなどへの勧誘メッセージを送信する行為を行っているアカウントを確認した場合は、アカウントの強制削除をしています。

## プライバシー設定機能の提供

LINEの設定機能として、プライバシーをユーザー自身で管理できる機能を搭載しています。

### 利用登録時

友だち追加範囲などの設定を選択できます。

### プライバシー管理設定

パスコードロック・ID検索の許可・タイムライン・ホーム公開などを設定できます。

### 友だち管理機能

友だちへの自動追加を設定できます。

### その他

利用者の方が違反行為を発見した場合、すぐ報告できるよう通報フォームを用意しています。

携帯電話事業者や、教育関係者などと密に連携を取って、LINEの使い方等を教え始めています。また、今後も引き続き関係機関や学校関係者の皆様と協力をし、このような啓蒙活動を続けていきます。

詳細はLINE 安心安全ガイドを御覧ください。 <http://line.me/safety/ja/>



## お申込・お問い合わせに関して

### お申込に際して

事前に以下の内容をご確認の上、お申込の程、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://linecorp.com/ads/pdf/1B8EFC66-A645-11E2-8ECF-79EA005BC6FA>

- ・ LINE法人向けサービス「LINE公式アカウント」個別約款

<http://linecorp.com/ads/pdf/0ECF82C4-A646-11E2-8C78-23FE8142F988>

- ・ LINE法人向けサービス「LINE広告サービス（デジタルコンテンツ配布系）」個別約款

<http://linecorp.com/ads/pdf/0A073BFC-6B4B-11E5-933F-B2305AF5E2EE>

- ・ LINE法人向けサービス「LINE ポイント AD」個別約款

[http://partner-points.line.me/docs/contracts/line\\_points\\_specific\\_jp.pdf](http://partner-points.line.me/docs/contracts/line_points_specific_jp.pdf)

### キャンセル規程

お申込後のキャンセルや開始日等の内容変更はお受けいたしかねます。

### お問い合わせに関して

広告出稿のご依頼・ご不明点などございましたら弊社営業担当までお問い合わせください。

LINE株式会社 コーポレートビジネスグループ

〒150-8510 東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ 27階

お問い合わせ: sales\_req@linecorp.com