



LINE 2015年4-9月媒体資料

LINE株式会社 コーポレートビジネスグループ 広告事業部

目次

1.LINEサービス概要

LINEサービス概要 P.3～12

2.LINE公式アカウント

LINE公式アカウント P.14～32

ON AIR機能（オプション） P.33～34

LIVE CAST機能（オプション） P.35

3.プロモーションスタンプ

スポンサードスタンプ P.37～41

ダイレクトスタンプ P.42

マストバイスタンプ P.43

スタンプショップバナー P.44

4.LINEフリーコイン

LINEフリーコインCPI P.49

公式アカウント Friends Boost P.50

5.その他広告商品

LINEビジネスコネクト P.52

LINE camera P.53

LINE@ P.54

海外での広告の取り扱いについて P.55

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

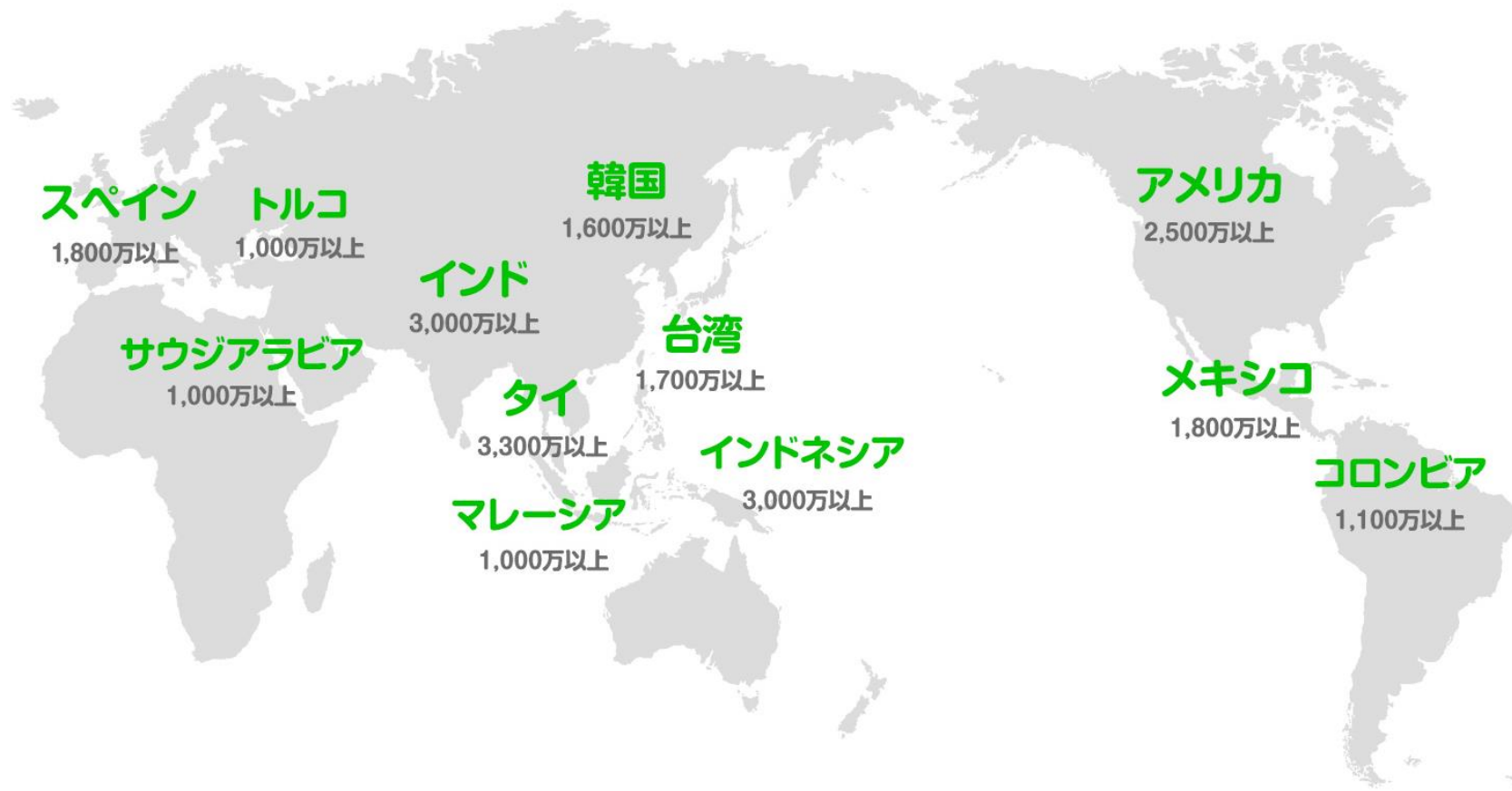
多くのユーザーに使われています

月間アクティブユーザー数（MAU）は、グローバルで約1億8千万人にのぼります。



さらに世界へ広まるLINE

世界69カ国でApp Store/Google Play/1位を獲得。ロシアや南米など、新興国にも拡大中。



出典元：自社調べ 2014年12月3日現在

日本国内の「生活インフラ」として定着

国内登録者数は5800万人以上。

日本の人口の40%以上をカバーしています。

国内登録者数 ※1

5,800万人
+OVER

日本の人口の45.7% ※3

アクティブ率 ※2

63.6%
DAU

毎日利用しているユーザー

※1 出典元：自社調べ

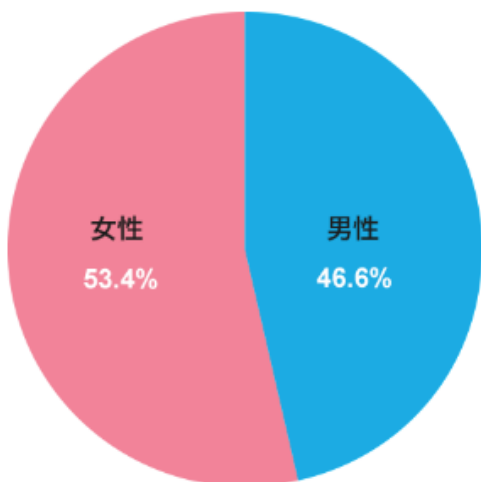
※2 DAU = Daily Active User（1日に1回以上利用したユーザー）の略。

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1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の国内登録者数5800万人÷日本の総人口1億2702万人(平成27年1月1日現在の概算値 総務省統計局)

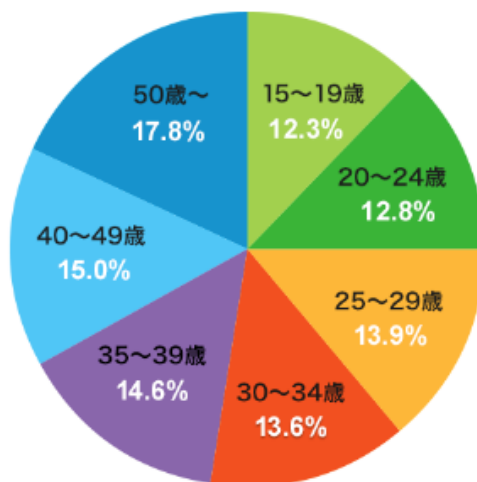
LINEユーザー属性（性別・年齢・職業）

性別



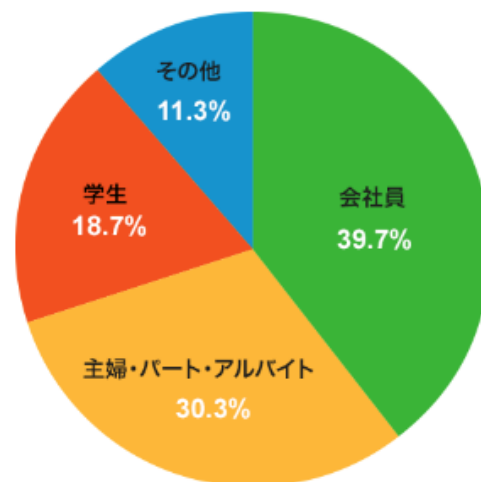
男女比は、やや女性が多い

年齢



幅広い年齢層に
利用されています

職業



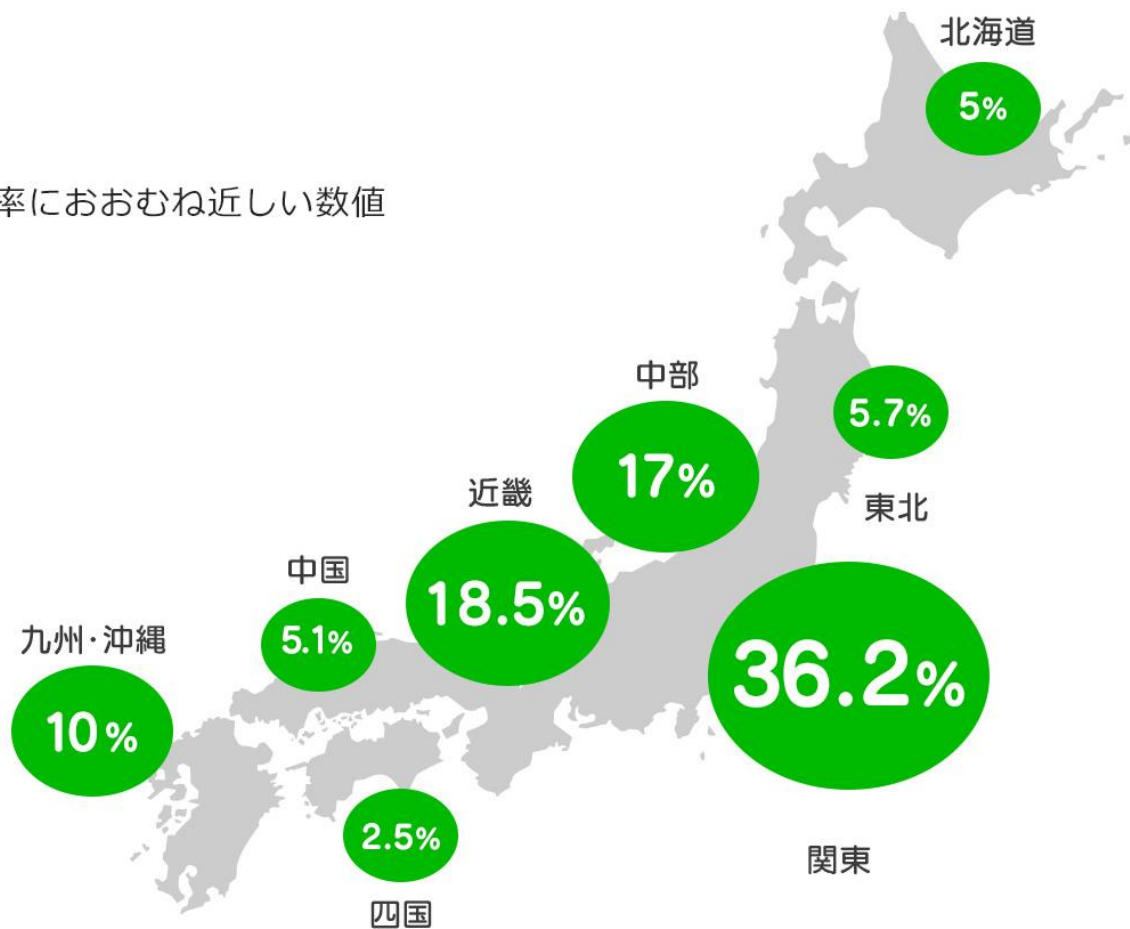
会社員がもっとも多く、
ついで主婦や学生が多い

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1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



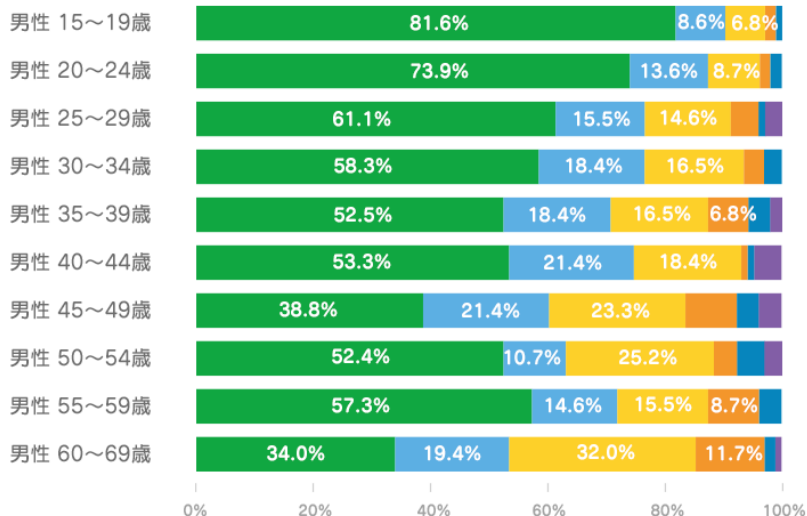
出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

LINEユーザー属性（性年代別の利用頻度）

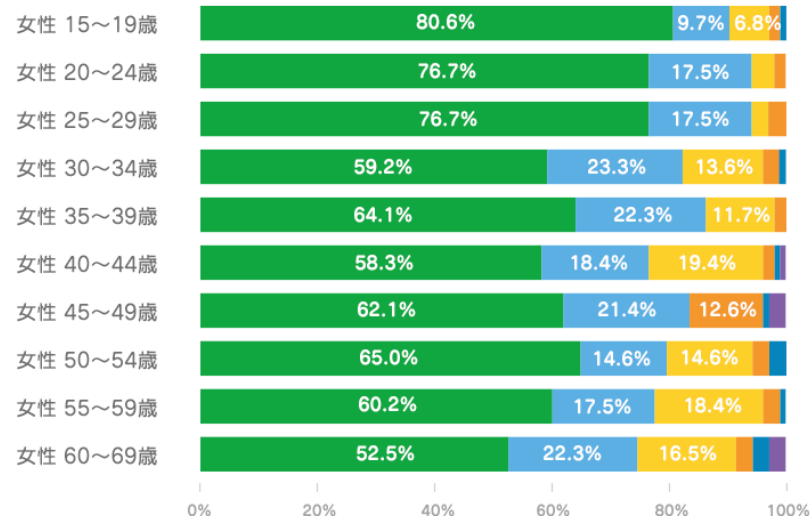
男女とも全年代で9割以上が毎月LINEを利用。

若年層ほど利用頻度は高く、性別では女性の方がアクティブ。

男性



女性



出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1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



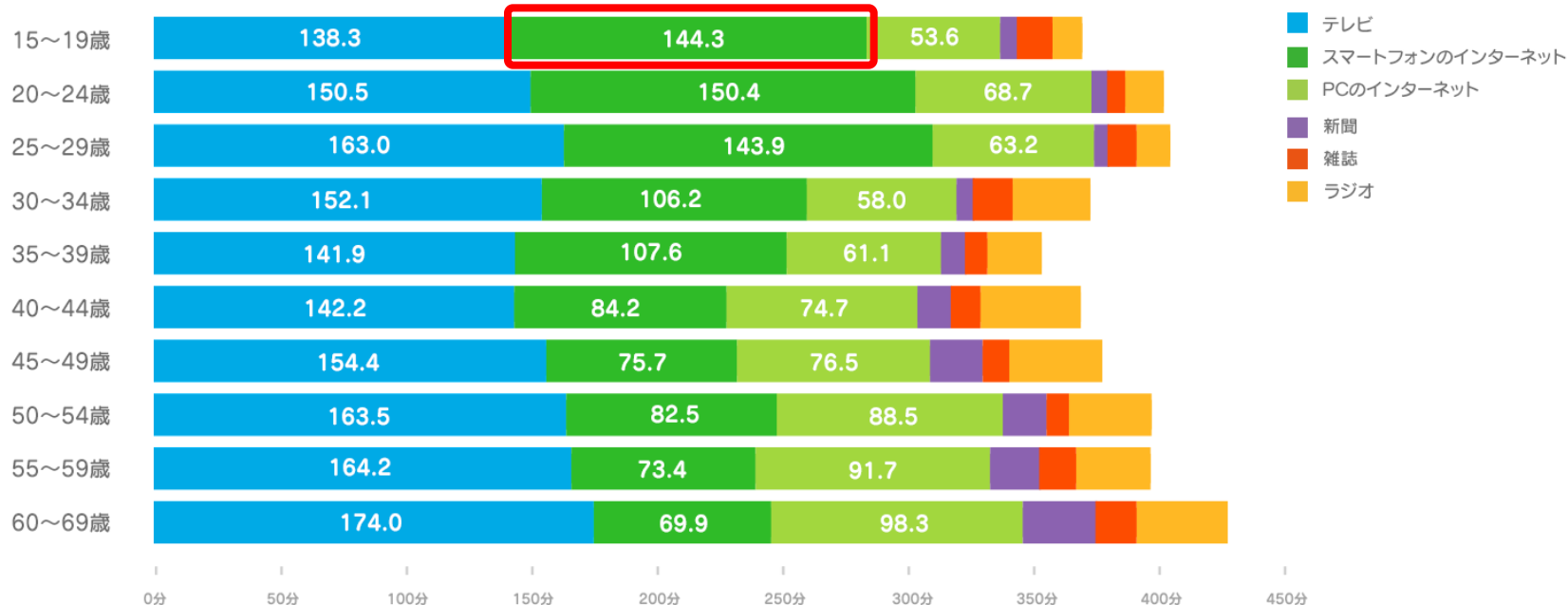
USEFUL

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）



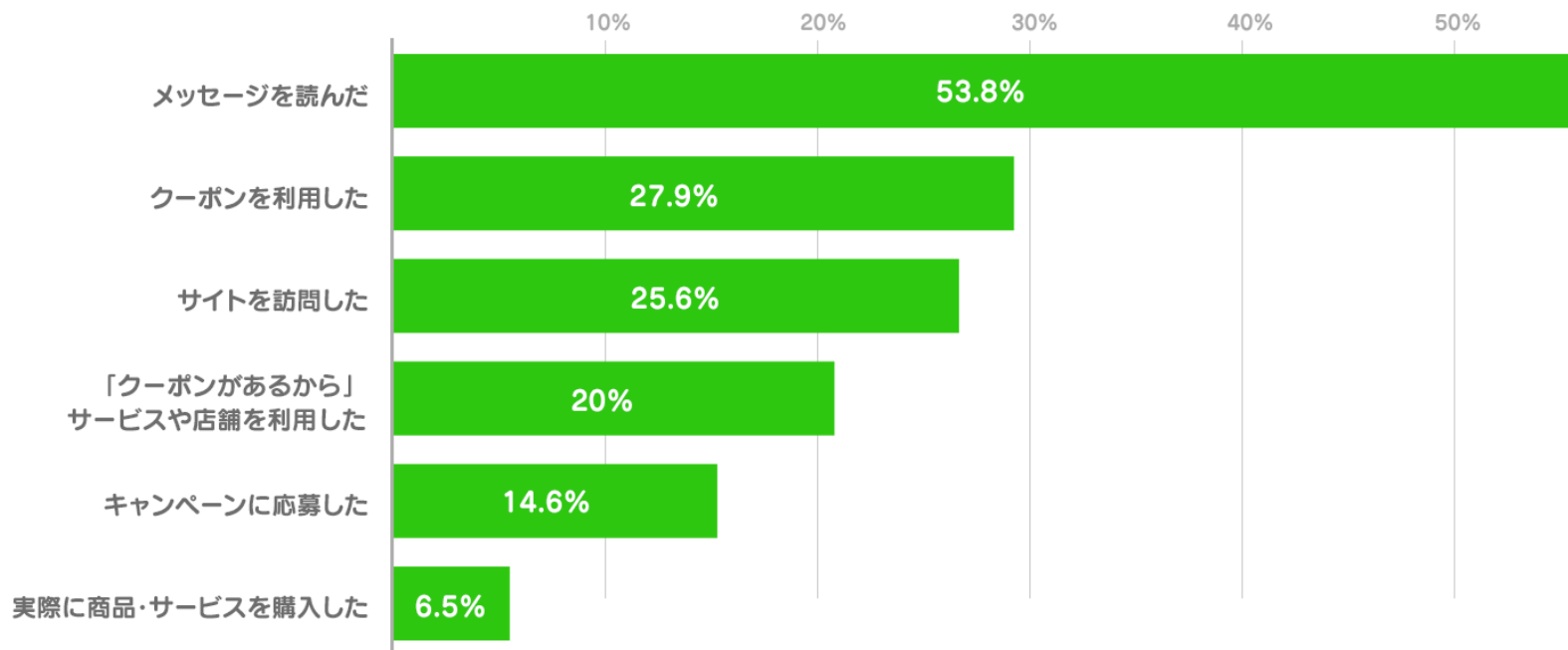
出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

実際の来店・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、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)



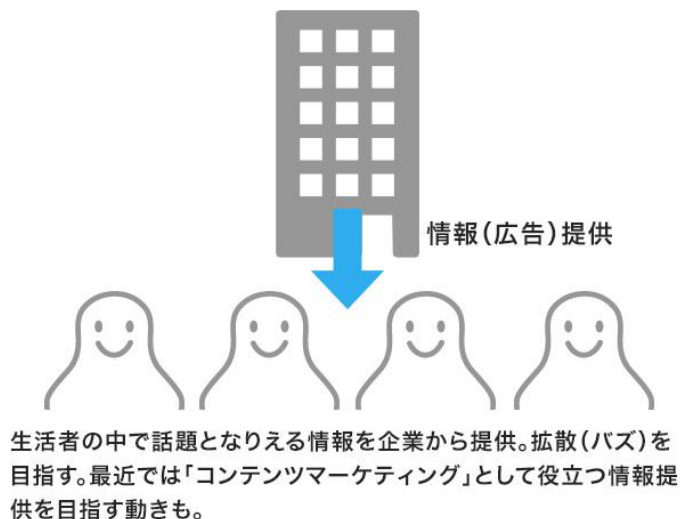
出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

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・タイムライン機能について
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。



出典元：自社調べ 2015年2月4日時点
※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

メッセージ機能について

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。

タイムライン機能について

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。



※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。



タイムラインに共有

テキストを入力して、タイムラインへ共有



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

24.4%

友人や知り合いの投稿に
コメントしたことがある

14.9%

企業からの投稿を
閲覧したことがある

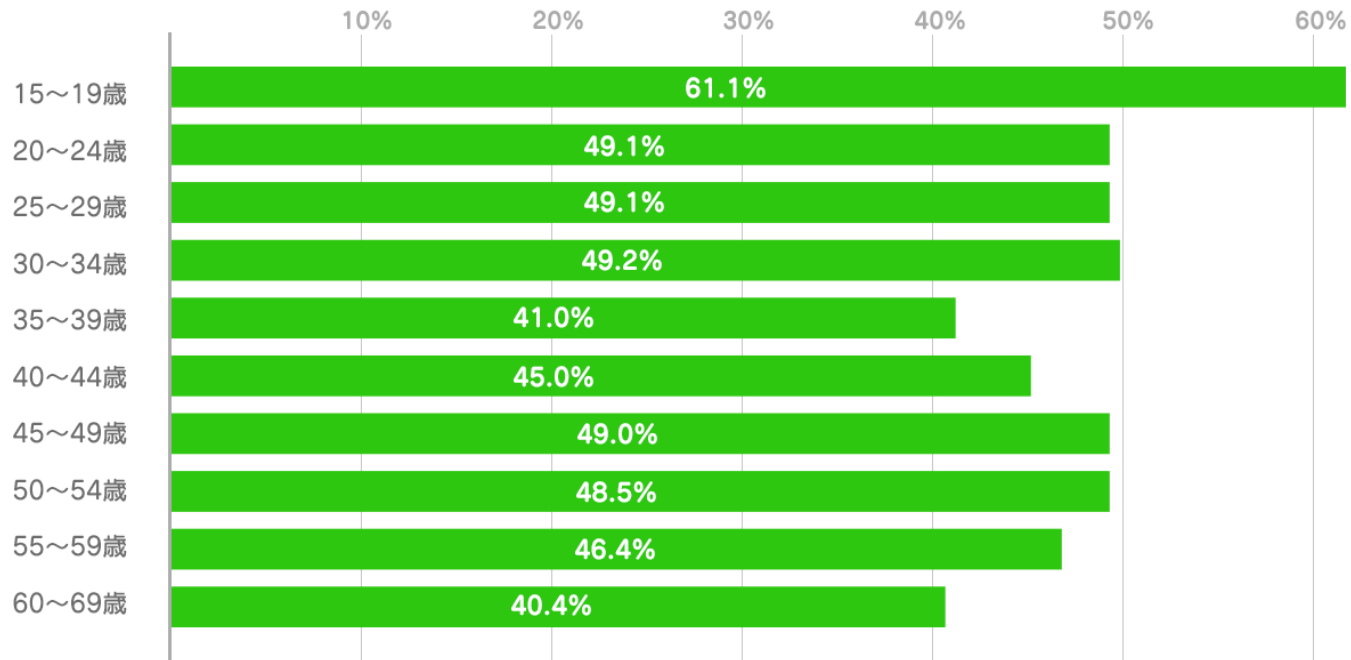
31.0%

出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1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)

全年代で4割以上のユーザーが企業投稿を閲覧した経験があります。
若年層では特に多くの閲覧経験があります。

年代別 企業のタイムライン投稿閲覧経験



出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

豊富な配信コンテンツ

LINE公式アカウントでは単純なテキストや画像だけではなく、下記のような特殊なメッセージも送信することができます。

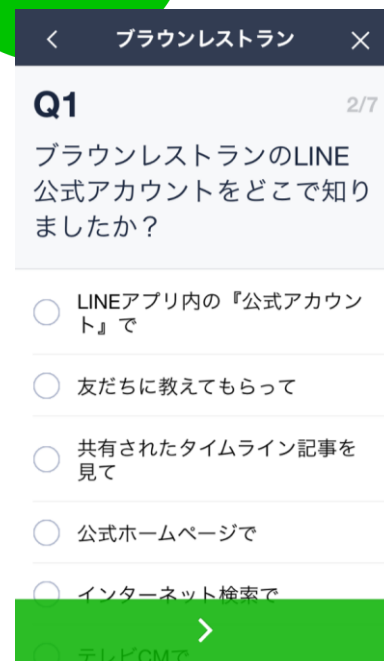
リッチ メッセージ



PR ページ



リサーチ ページ



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。

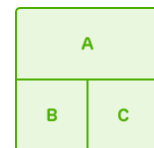
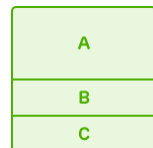
通常のテキストメッセージよりも高い誘導効果が見込めます。



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させていただきます。

LP不要で手軽に情報をまとめられる PRページ

PRページとは、LINEアプリ上で閲覧できるミニページのことで、メッセージには収めきれない長文情報やクーポンなどを送ることができます。PRページの作成は、管理画面上から簡単に行うことができます。



使用方法

お店でお会計時に店員に見せて下さい。

注意事項

※本クーポンは、2013年11月11日より有効です。

特徴

1. メッセージでは伝えきれない、豊富な情報を配信できます

- メッセージには収めきれない長いテキスト
- 最大6枚の画像

2. LINE内でクーポンを配信できます

- 1回使いきりクーポンも発行できます
- インスタントウィンの抽選クーポンも発行できます

PRページの種類



自社サイトなどリンクをボタンとして貼ることができます。

クーポンを発行できます。一回使いきりクーポンにすることもできます。

インスタントウィン型の抽選クーポンも発行できます。

ユーザーへの質問ができる リサーチページ

リサーチページとは、アンケートや人気投票のようなユーザー参加型のコンテンツをLINEのトーク内で配信できる機能です。目的に合わせた複数の機能をご活用いただけます。



投票機能

選択肢を用意し、ユーザーに投票を促す機能です。

自社商品・サービスの調査等をリスト形式・VS形式・パネル形式の3種類の形式で投票可能です。また、性別・年齢等のユーザー属性を取得することも可能です。

アンケート機能

ユーザーに対してアンケートを実施できる機能です。

複数回答、単一回答、自由記入、二択方式など、様々な形で設問をご用意いただけます。アンケート結果だけでなく、回答者の属性情報を集計することも可能です。

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。

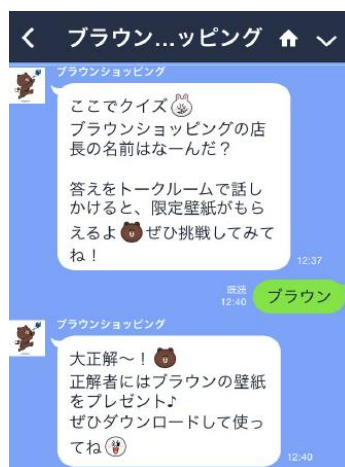


キーワード応答機能

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

[illegible]

1メッセージ

タイムライン

1メッセージ

1メッセージ

26

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。



操作はPCから行えます。

(Google Chrome, Firefoxに対応しています。)

**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。**

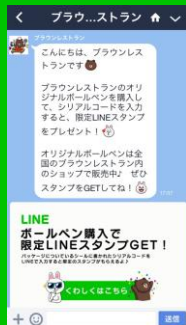
※実際の管理画面は、LINE公式アカウントお申込後にご提供いたします。なお、ご使用の際はLINEのアカウントが必要となります。

※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。なお、投稿内容は配信前に事前審査をさせていただきます。

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を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 ガイドラインをお守りいただくことを目的とし、原則、事前審査の上、ご配信いただけますようお願いいたします。

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 できない仕様となっております。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ビジネスコネクトにつきましては、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 閲覧できない仕様となっております。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、ご配信お願いします。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送信してください。

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。

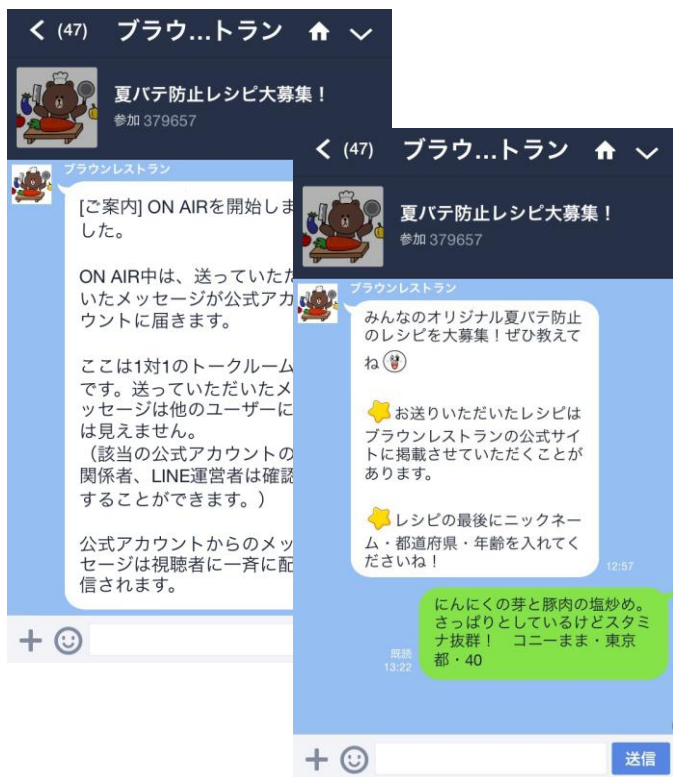
Q 「いいね」のみを受け取ることはできますか？

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。

LINE公式アカウントを友だち登録しているユーザーからのコメントを時間限定で募り、閲覧することを可能とする機能です。参加型の企画を行うことで、ユーザーとのエンゲージメントを高めることができます。



特徴

1

1対複数人のコミュニケーションで、幅広いユーザーの声を収集

テーマを定めてユーザーに告知し、ONAIR中にユーザーからのコメントを収集することができます

2

**ユーザーから届いたコメントは
閲覧、ダウンロード可能です**

ユーザーからのコメントは、管理画面上で確認することができます。また、すべてのコメントをCVSでダウンロードすることも可能です

受信メッセージ **送信メッセージ**

YYYY-MM-DD
 YYYY-MM-DD
 [検索]
 CSVダウンロード
 設定

送信者	ブロック	タイプ	内容	送付日時
こまきま	[ブロック]	テキスト	はんにくの香と味噌の味噌汁。さっぱりといいてこれとタネが美味し！ コーヒーまで、手原 第1 - 40	2018-08-11 12:23:01
tamori9	[ブロック]	テキスト	読書してるとさくらんぼ★もうめいを覚ゆるに「はんにくより蜜柑のほうが甘い」読書と読 人にこんなこと言ったらどうおもえるかな？ あって、めつめつをかける！ たなか・平賀 - 44	2018-08-11 8:13:30
山崎 浩子	[ブロック]	テキスト	はんにくと味噌	2018-08-11 2:17:08
はり	[ブロック]	テキスト	きょうりの期間だよ！きょうりを生かすためのポイントは塩加減に。2層半生揚げとかは、か らあげ、油、めん衣でできてるよ。3.1と2.5を比べると、わりと 5倍増	2018-08-11 1:07:52
bassett	[ブロック]	テキスト	鶏のたまご料理作り♪ 鶏こばも煮込んで、白身をおろし、ミニトマトを加えます。その上 からお好みでソースをかけます♪ 鶏こばは煮込みで完成♪ おかしな - 79	2018-08-11 1:06:38
ゆ(iPhone)	[ブロック]	テキスト	お肉を食べる♪	2018-08-11 1:06:38

FAQ

ON AIR機能について

Q ユーザーから受け取るメッセージにはどのような情報が含まれていますか？

A 表示内容としてはメッセージ、配信日時、アカウント名がございます。
LINE IDや電話番号など、個人にコンタクトできる情報は表示されません。

Q ON AIR機能で個人情報を取得するキャンペーンを実施しても良いですか？

A ON AIR機能で住所やメールアドレス、LINE IDなどの個人情報を取得することは禁止しております。

Q ON AIRモード利用中に、自社サイトやPRページへの誘導はできますか？

A 直接関係のあるページでしたら問題ございません。

Q 収集したコメントを自社サイトなどで公表しても良いですか？

A 事前にご相談いただければ問題ございません。公表される場合は、必ずON AIR開始時に公表内容や掲載場所などをユーザーにご周知ください。またフルネームで登録しているユーザーの名前は、下の名前のみ掲載するなど、個人が特定できないかたちで公表してください。

Q ON AIRモード利用中の配信メッセージに上限はありますか？

A 上限は設けておりませんが、大量のメッセージ送信はユーザーに不快感を抱かせます。
30分に1～2回程度を目安としてください。

LIVE CAST機能（オプション）

詳細は弊社営業担当へお問合せください

LIVE CASTとは、LINE公式アカウントを通じて、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。



活用想定イメージ

商品発表会

商品企画会議

会社訪問企画

新商品プレゼン大会

etc...

特徴

1

LINE公式アカウントを友だち追加した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公式アカウント内での配信となるため、数万~数十万人規模の視聴数が期待できます。
※過去実績60万規模

2

生中継にメッセージを送受信することができます

各種機能の活用で、ユーザーからのメッセージ受信やアンケート実施が可能です。そのデータをExcelデータで取得することもできます。

3

スマートフォンでの撮影や、PCにカメラを接続しての撮影ができます
配信する動画の撮影は、スマートフォンまたはビデオカメラ（PCを接続して利用）どちらでもご利用いただけます。

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マストバイスタンプ

3.プロモーションスタンプ

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などの表現で、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、マストバイスタンプの3種類がございます



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、結果として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公式アカウントに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



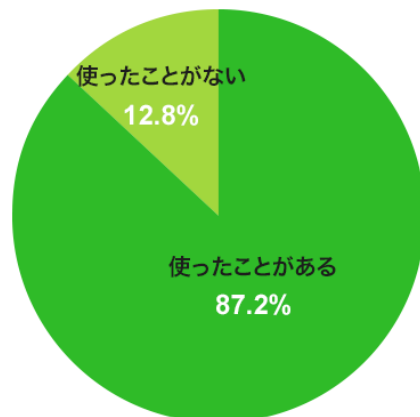
自社のLINE公式アカウントを登録したユーザーだけがダウンロードできるスタンプです。

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。

スタンプ利用データ (1)

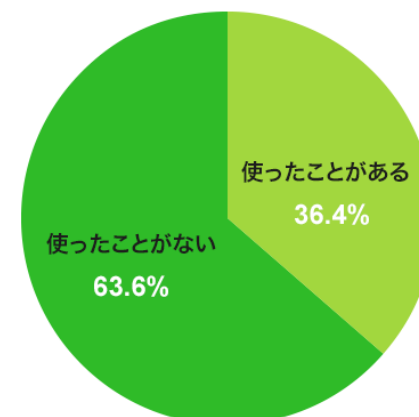
無料DL

8割以上が無料スタンプをダウンロードして利用している



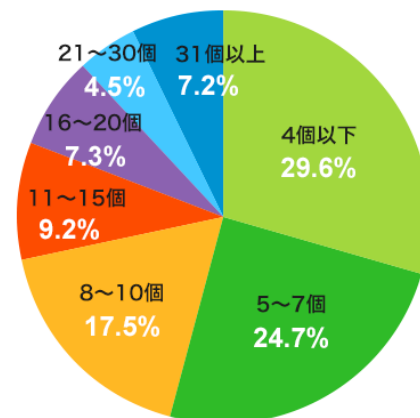
有料DL

有料スタンプを購入したことがあるユーザーは**約4割**



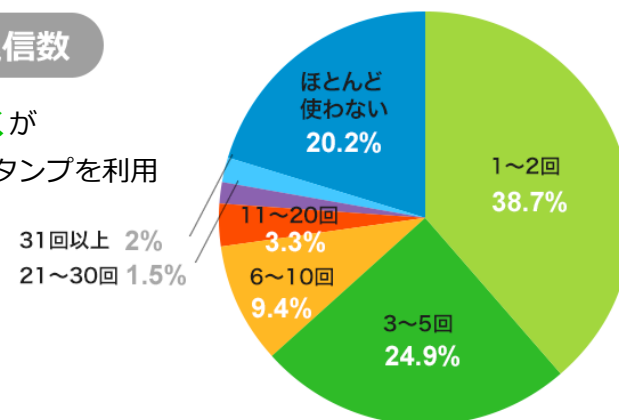
保有数

7割以上がスタンプを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

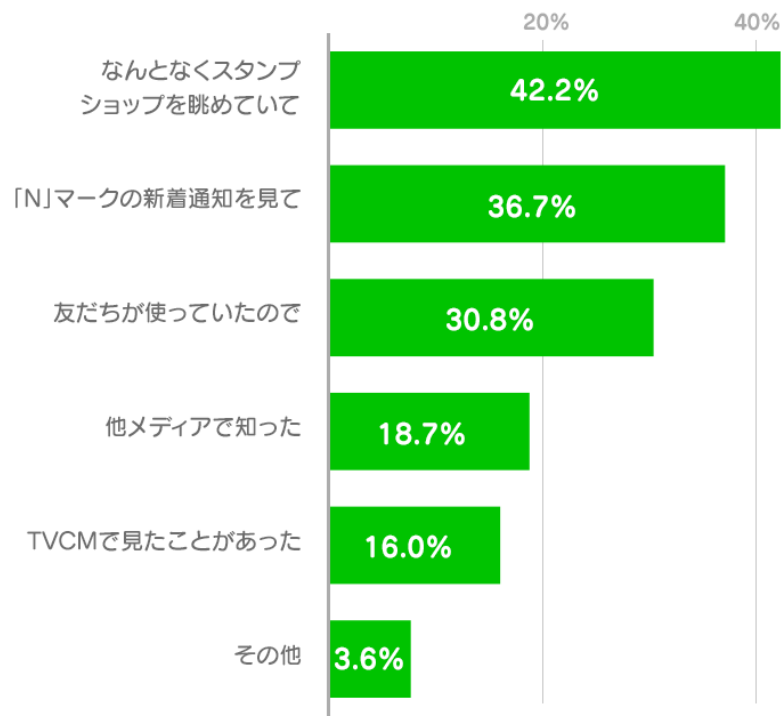


出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

スタンプ利用データ（2）

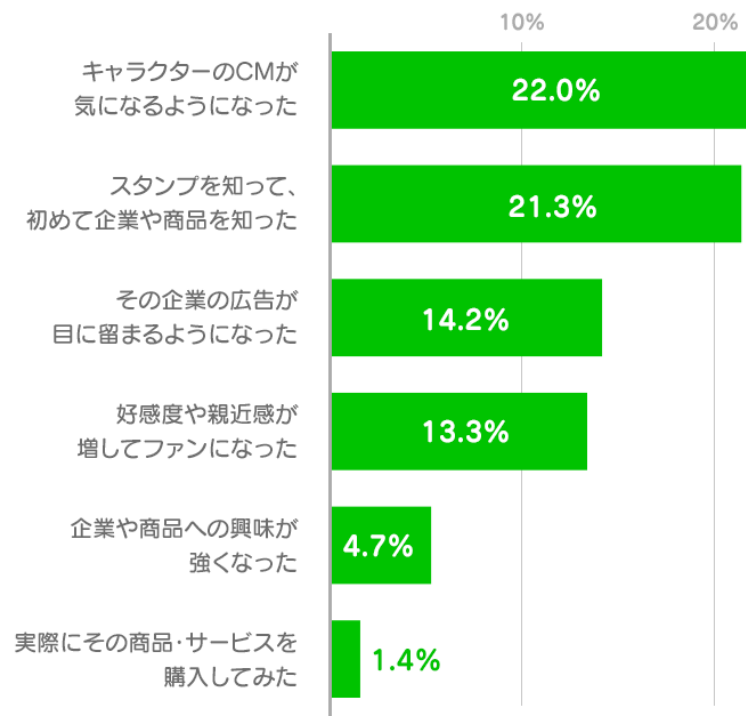
DLのきっかけ（複数回答）

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

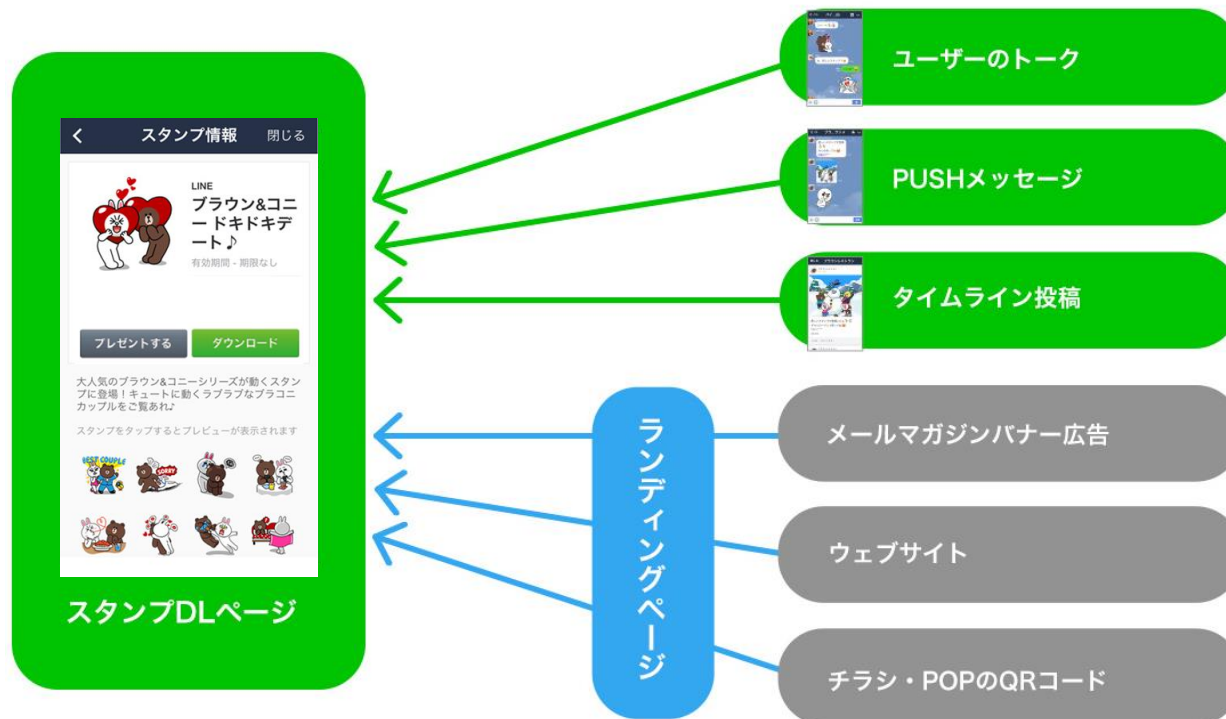


出典元：マクロミル社・インターネット調査(2015年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,060)

LINE ダイレクトスタンプ

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、企業様は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 マストバイスタンプ

詳細は弊社営業担当へお問合せください

購買・来店等の「アクションを起こした」消費者を対象とした、売上に直結したマーケティング施策です。

1

たとえば店頭商品にシリアルナンバー付のシールを添付して販売



2

LINEスタンプショップでシリアルナンバーを入力してダウンロード



3

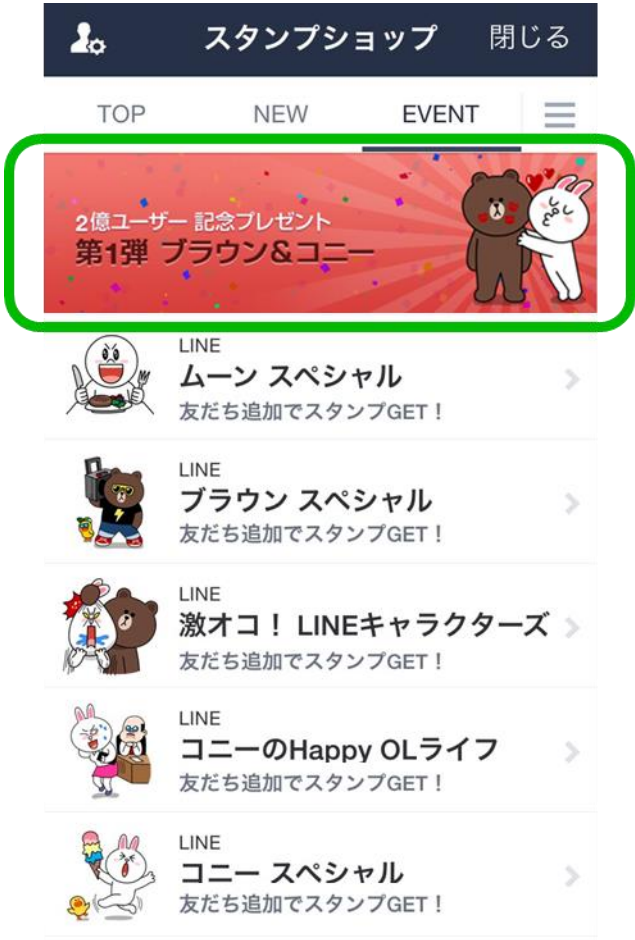
LINEで御社オリジナルスタンプが期間中使えるようになります



スタンプショップバナー

詳細は弊社営業担当へお問合せください

スタンプショップ上部にバナーを表示できます。



掲載期間/枠数	1週間/1枠 (毎週火曜日開始)
掲載面PV	1,000万PV想定
掲載面	スタンプショップ (タブの指定不可)
遷移先	該当スタンプ・ダウンロード画面 (一覧の各スタンプタップ時と同様の挙動)
制作	LINEにて制作
アニメーション	不可
同時掲載本数	有料スタンプ等とローテーション掲載 ローテーション本数は随時変更
バナー変更・差替	不可
入稿素材	応相談

※レポーティング項目はバナー掲出量のみとなり、タップ数などは計測できません。

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載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回迄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すか？

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、若しくは、ご入稿戴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出来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・マストバイスタンプ・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フリーコイン

LINEフリーコインCPI
公式アカウント Friends Boost

LINEフリーコイン

LINE フリーコインは、指定条件をクリアすることでLINEコインがもらえるサービスです。
現在「アプリDL」「友だち追加」をご提供しております。



ユーザーが、LINEフリーコインの一覧
ページから任意のキャンペーンを選択し
て実行すると...



LINE内の仮想通貨「LINEコイン」がも
られます。50～150コインでスタンプや
着せかえと交換できます。

※アプリダウンロードはAndroidのみ対象となります。

LINEフリーコイン CPI

詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE フリーコインCPIは、短期間で大量かつ良質なユーザー獲得を期待できるCPI施策です。
指定タイトルのインストールで、有料スタンプを購入できるLINEコインを獲得できます。
※本商品はAndroid限定となります。



選択



指定タイトルの
インストール

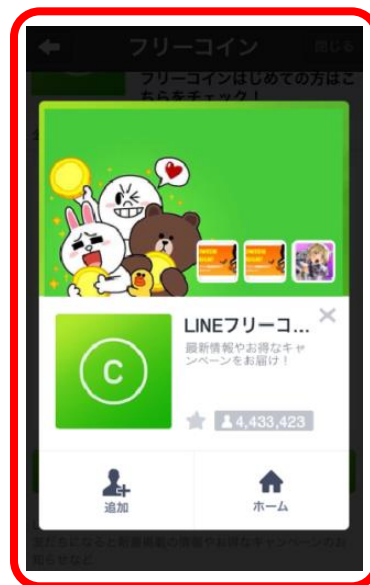


指定数のコインをGET

公式アカウント Friends Boost

詳細は弊社営業担当へお問合せください

5,800万人のLINEユーザーに対し、LINE公式アカウントの友だち追加を促進することができる施策です。友だち追加一人あたりの固定単価（CPF=Cost Per Friend）制になるため、低リスクで、かつ計画的な友だち獲得が可能です。



アカウント内容について、
事前に訴求できます

友だち追加

コインをゲット

5. その他広告商品

LINEビジネスコネク

LINE camera

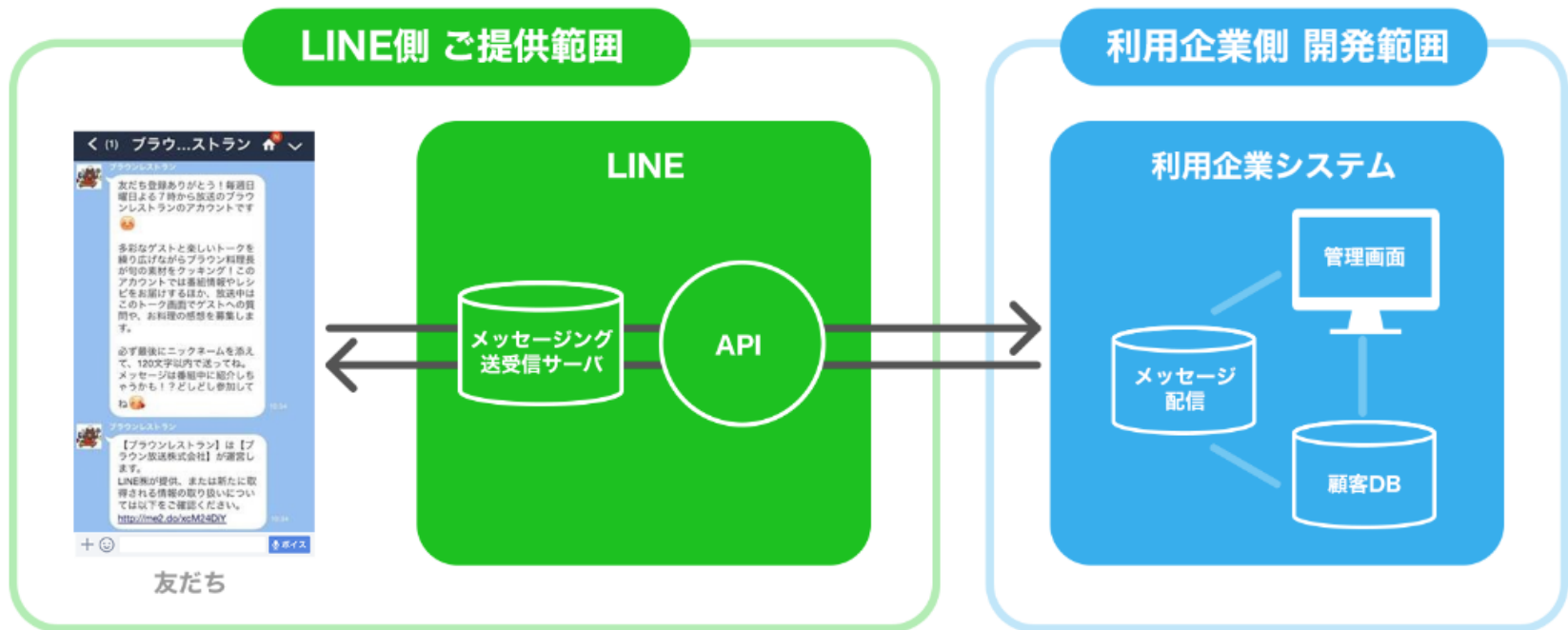
LINE@

海外での広告の取り扱いについて

LINE ビジネスコネク

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 camera

詳細は弊社営業担当へお問合せください

LINE cameraは、世界累計ダウンロードが1億件を突破した無料のカメラアプリです。極めてパーソナルかつ保存性の高い『写真』を扱うため、記憶にも残りやすく、また長期間保存される「記録に残る」広告タイアップが可能です。



広告商品

1 LINE camera スポンサードスタンプ

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 マストバイスタンプ

購買・来店等の「アクションを起こした」消費者を対象にLINE cameraで利用できるスタンプを提供いたします。様々なキャンペーンと組み合わせることも可能です。

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について

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る。

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・ホーム公開設定など。

友だち管理機能

友だち自動追加・友だちへの追加を許可。

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 スポンサーダスタンプ」 個別約款

<http://linecorp.com/ads/pdf/E81E1F3C-A645-11E2-B474-79EA005BC6FA>

- ・ 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>

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 広告事業部
〒150-8510 東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ 27階
E-MAIL: sales_ad@linecorp.com