

EC事業者/広告代理店向け

LINE広告オンラインセミナー

売れるネット広告社 が

**LINE広告で獲得を大きく伸ばした
運用ノウハウを大公開!**

株式会社売れるネット広告社
取締役 CSO 東京オフィス長

藤田 純 氏



須藤 悠祐

LINE株式会社

LINE広告営業本部

LINE広告営業部第2部

広告営業第10チーム マネージャー



A blurred background image of a cafe interior. In the upper right, a sign with the word 'LINE' is visible. The scene includes tables, chairs, and some plants, all out of focus.

1. LINE/LINE広告とは

2. よくある問い合わせ にLINE社員が答えます

3. トークセッション

LINEについて

日本国内のプラットフォームとして定着

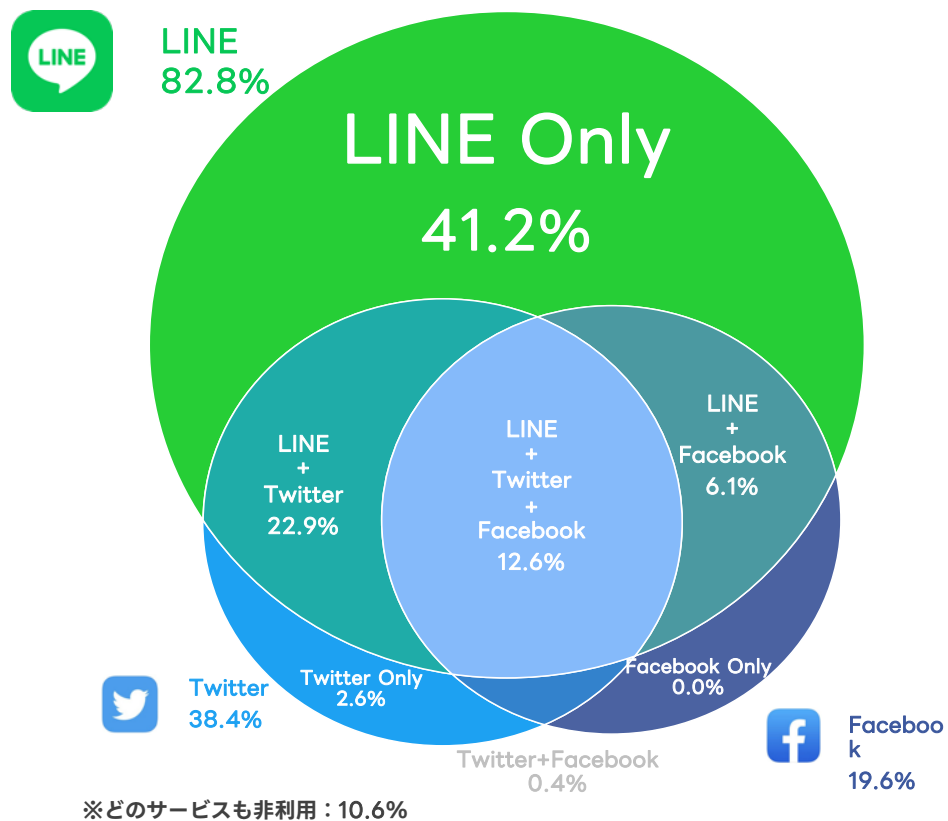


※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2023年3月末時点

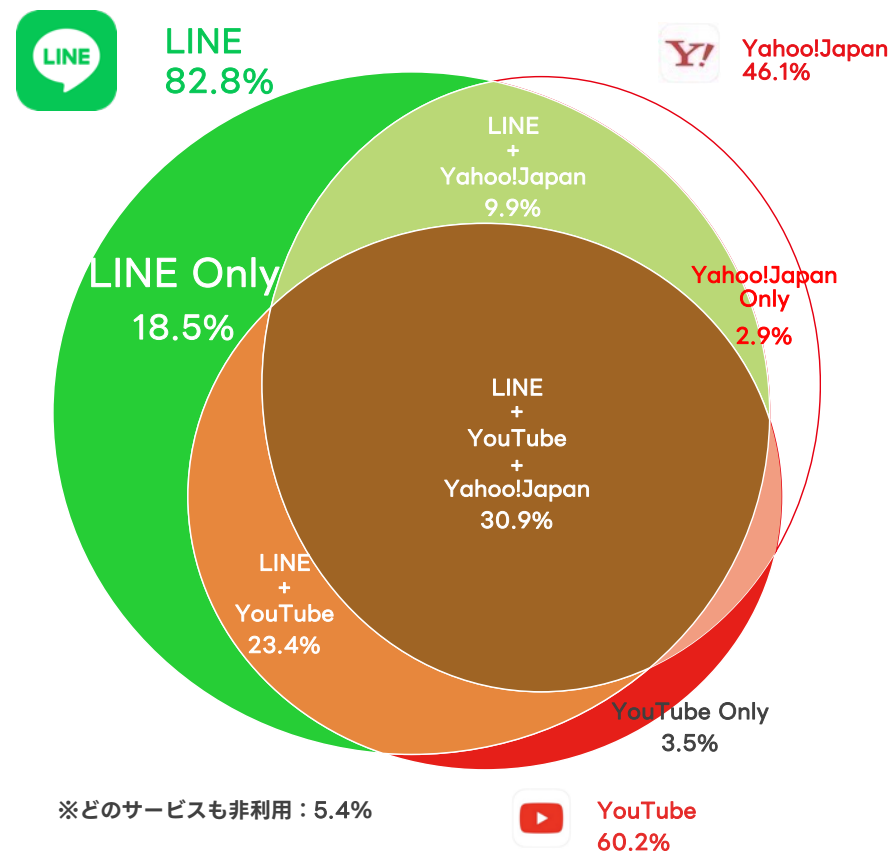
※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,500万人 ÷ 日本の総人口1億2508万2000人 (2022年8月1日現在[確定値] 総務省統計局)

LINEでのみリーチ可能なスマホユーザー

普段スマートフォンで利用しているSNS



普段スマートフォンで利用しているサービス



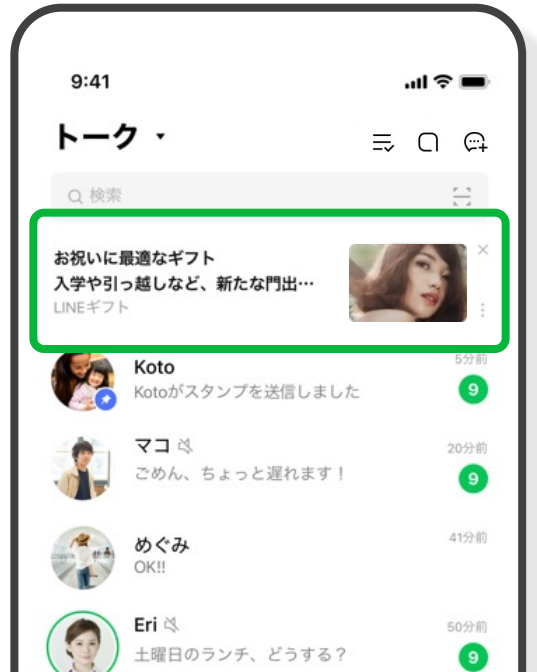
LINEの利用率は全年代でトップ



LINE広告の主要掲載面

※キャプチャ画像はイメージです

トークリスト



LINE NEWS



LINE VOOM

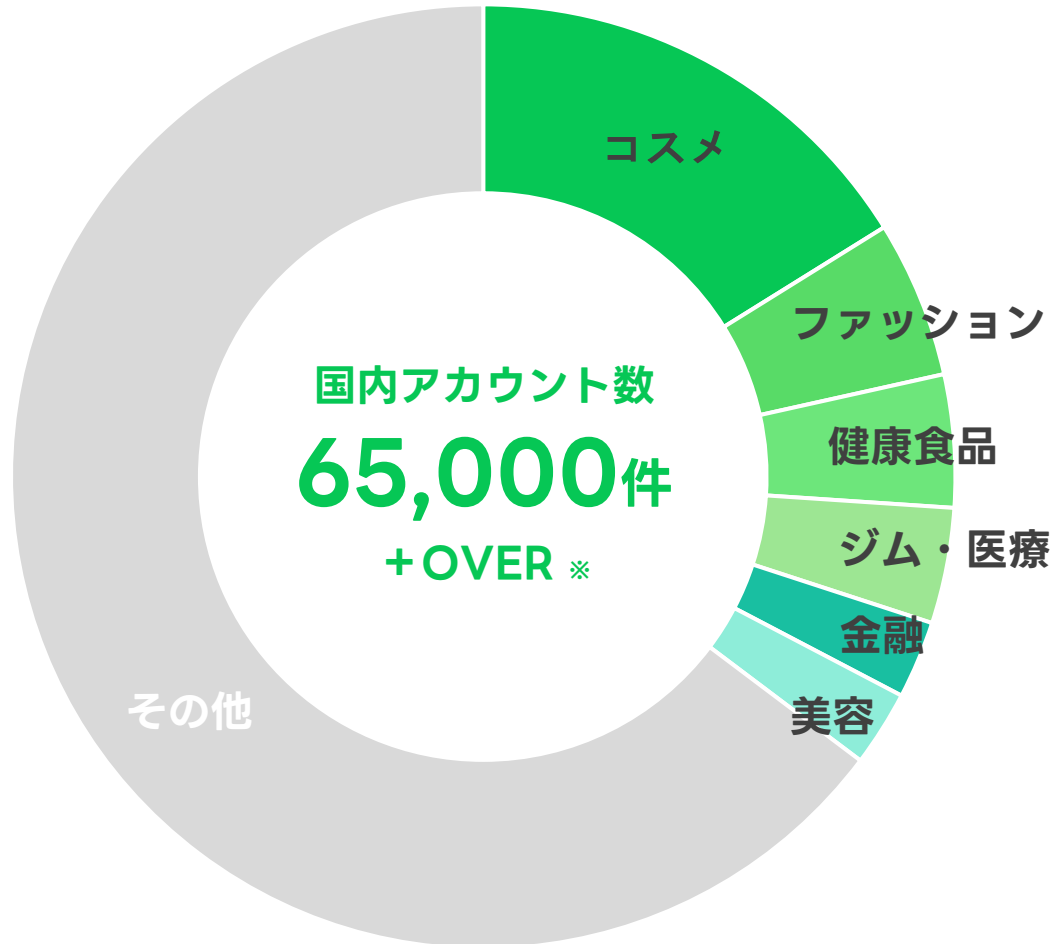


LINE広告の掲載面（LINE広告ネットワーク）

LINE広告の管理画面から、厳選された外部アプリへの配信も可能



LINE広告の活用状況



全利用業種の内、**35%** 程度が
成果報酬型広告と相性の良い業種

LINE広告の最新アップデート

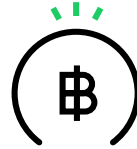
14の商材カテゴリーを新規受け入れ



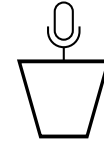
質屋



クラウドファンディング
(投資型、寄付型)



暗号資産交換業



政党



募金寄付金の募集



あん摩マッサージ指圧、
はり、きゅう、柔道整復



治験の募集



身体機能
検査関連キット



探偵業



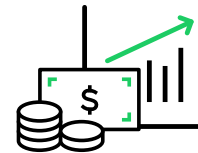
占い



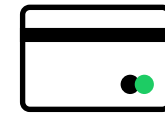
開運・魔よけなどの
商品、サービス



生体販売
(ペットなど)



各種金融商品
(先物・オプション取引など)

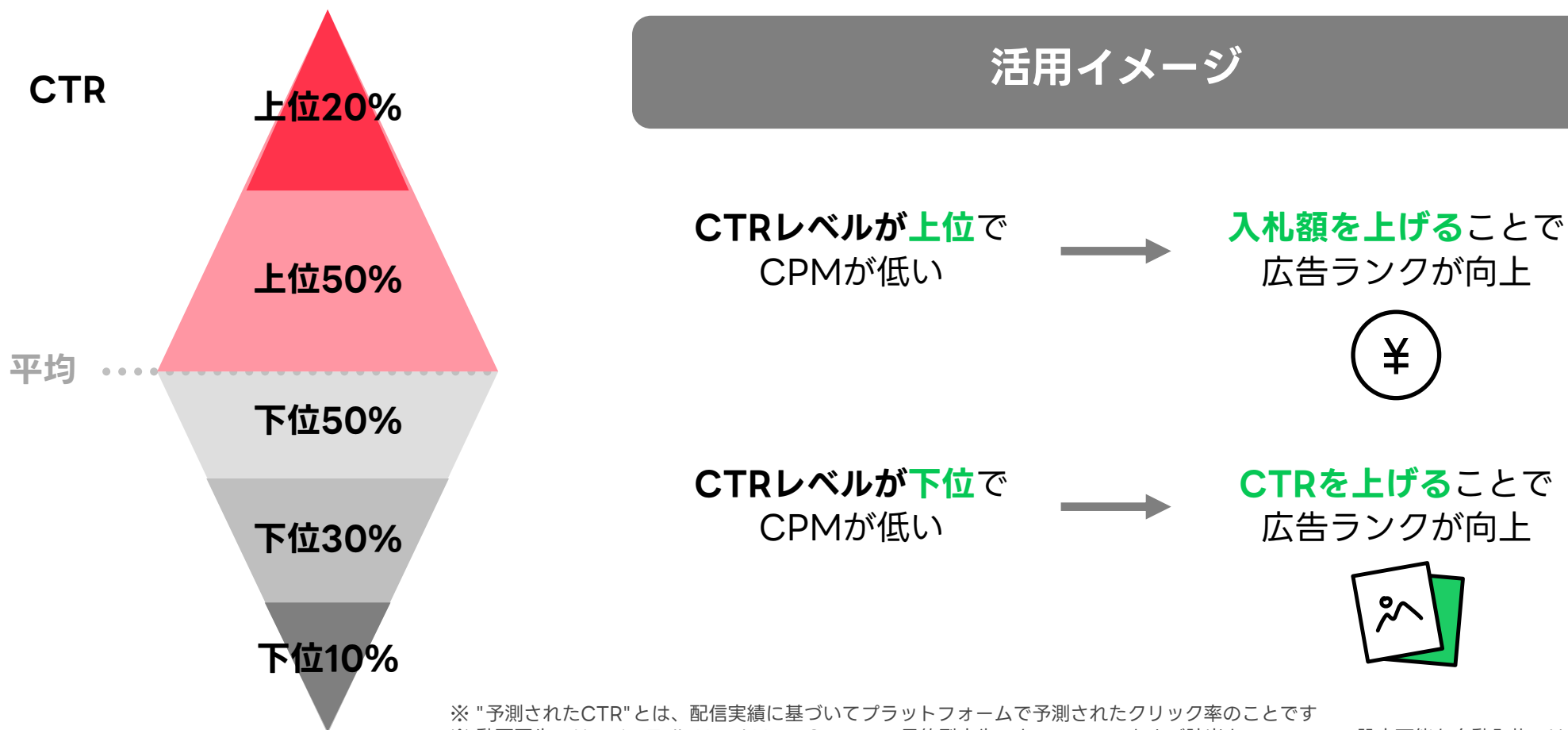


貸金業・カードローン
(個人向け無担保無保証貸付)

※審査によって否認になる場合があります。 ※拡大する業種・サービスの詳細はガイドライン(後日公開)にてご確認ください。
※政党広告を出稿する場合、ターゲティングや配信方法に制限があります。

CTRレベルの追加

同一のオーディエンスを対象に競争する他の広告と比較して
予測されたCTRの水準がどの程度であったか評価可能に



※ "予測されたCTR" とは、配信実績に基づいてプラットフォームで予測されたクリック率のことです
※ 動画再生、リーチ、Talk Head View Custom、予約型広告のキャンペーンおよび該当キャンペーンで設定可能な自動入札ではご利用いただけません
※ キャンペーンを問わず、CPMの手動入札ではご利用いただけません

詳細ターゲティングの項目追加

趣味・関心 80項目 / 属性 17項目 / 行動 4項目

趣味・関心

ゴルフ
テニス
バレーボール
水泳
ラグビー
スキューバダイビング
スケートボード
F1・オートバイ競技
陸上競技
スキー
スノーボード

ダイエット
フィットネス
ヨガ
アジア旅行
海外旅行
出張の多い人
豪華旅行
オフラインショッピング
オンラインショッピング
百貨店
アウトレット

・・・他
(全80項目)

属性

IT・通信・インターネット関連
製造
サービス
小売
飲食
広告・マスコミ・出版・放送
金融業

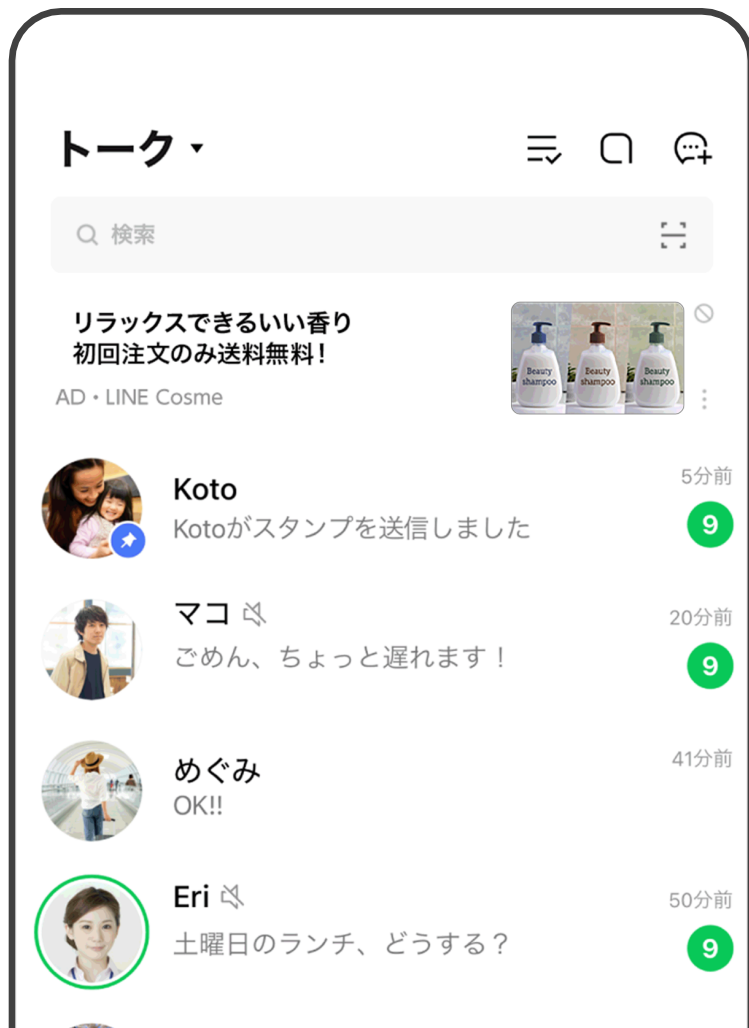
・・・他
(全17項目)

行動

ゴルフ場を訪れた可能性が高い
直近6ヶ月以内にゴルフ場に滞在
直近3ヶ月以内にゴルフ場に滞在
直近1ヶ月以内にゴルフ場に滞在

テレビ視聴頻度(β)
テレビ視聴頻度が高い(β)
テレビ視聴頻度が平均(β)
テレビ視聴頻度が低い(β)

トークリスト最上部に アニメーション形式の広告が出せるように



基本情報

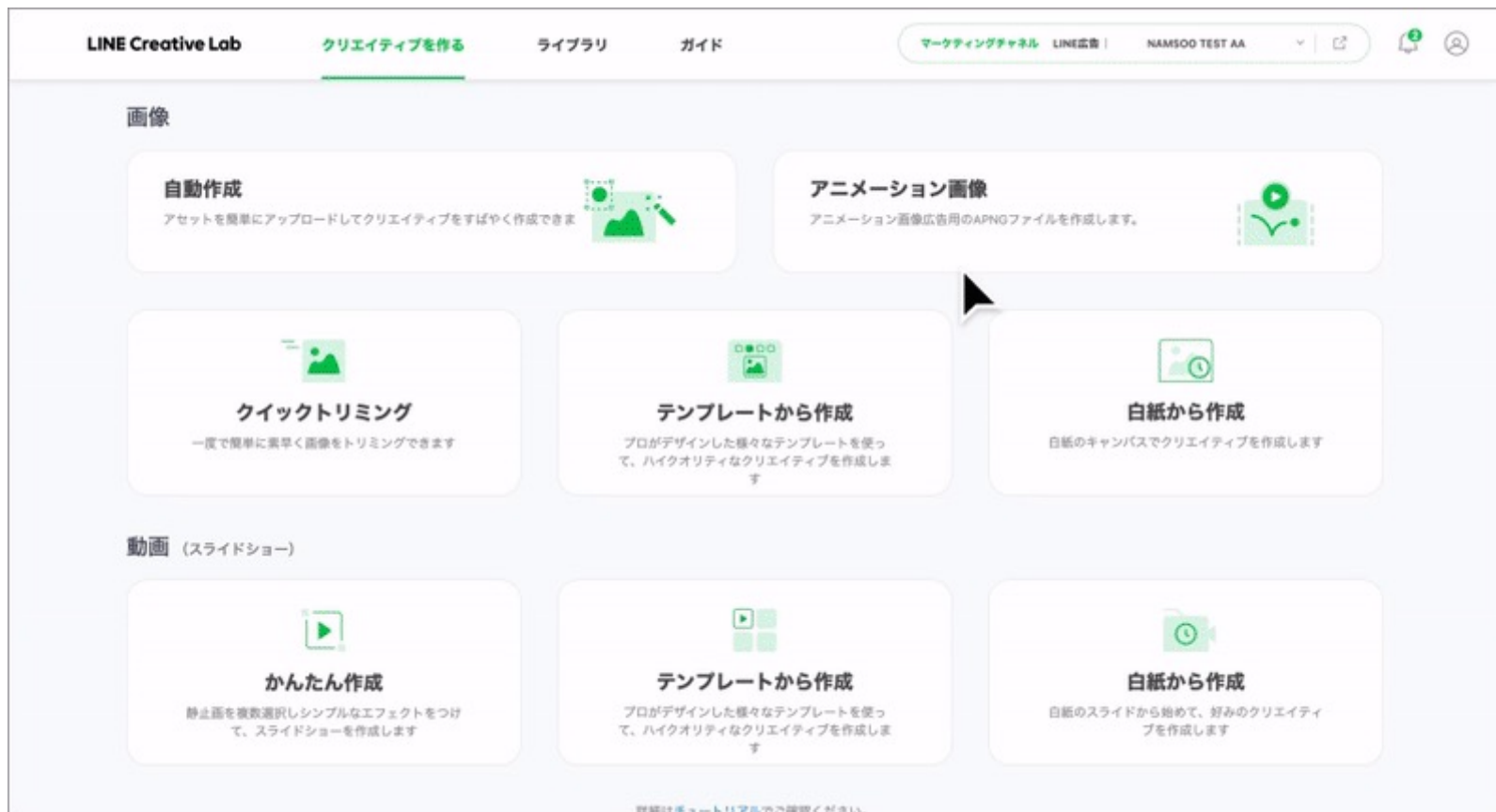
キャンペーン	6367132179711: ウェブサイトへのアクセス: 202106021558 (ウェブサイトへのアクセス)
	編集
広告グループ	6447232171510: 広告グループ: 202106021558
	編集
広告名	広告: 202210052214 16/120
ステータス	<input checked="" type="radio"/> 有効

広告フォーマット



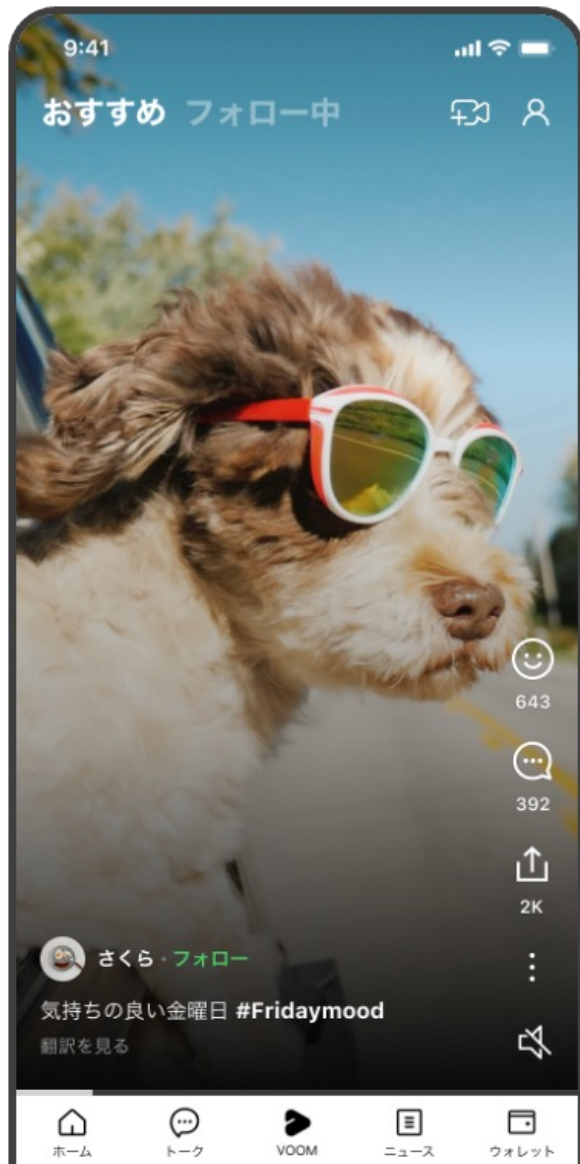
LINE Creative Lab

画像（アニメーション）の作成機能リリース



LINE VOOMの成長

※キャプチャ画像はイメージです



ショート動画などが楽しめる 動画プラットフォーム

- ✔ おすすめ動画を見る
- ✔ お気に入りのアカウントをフォローしてコンテンツを楽しむ

A blurred background image of a cafe interior. In the upper right, a red sign with the word 'LINE' in white capital letters is visible. The rest of the image shows indistinct shapes and colors, suggesting tables, chairs, and other cafe furniture.

1. LINE/LINE広告とは

2. よくある問い合わせ にLINE社員が答えます

3. トークセッション

よくある問い合わせ・疑問・相談

アップデート後も
審査がまだ遅い

広告アカウント審査が通らない

審査が厳しい

勝ちクリエイティブが
見つからない

効果改善/検証方法を知りたい

パフォーマンスが合いにくい

よくある問い合わせ・疑問・相談

審査

アップデート後も
審査がまだ遅い

広告アカウント審査が通らない

審査が厳しい

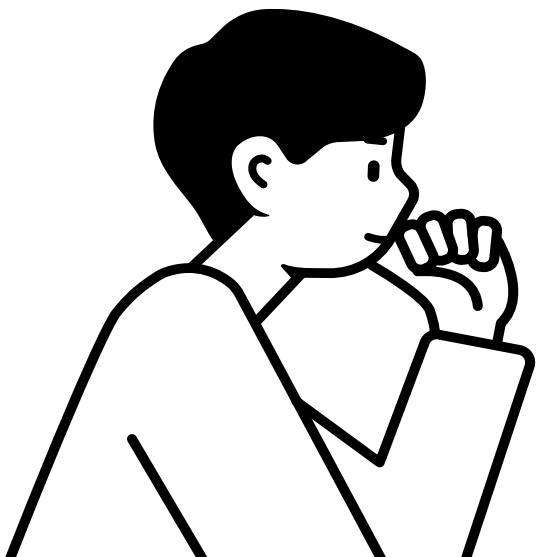
勝ちクリエイティブが
見つからない

効果改善/検証方法を知りたい

パフォーマンスが合いにくい

1月のアップデートで
審査が短縮されたと聞いたのに
まだ時間がかかっている・・・

変更点を改めて
お伝えします！



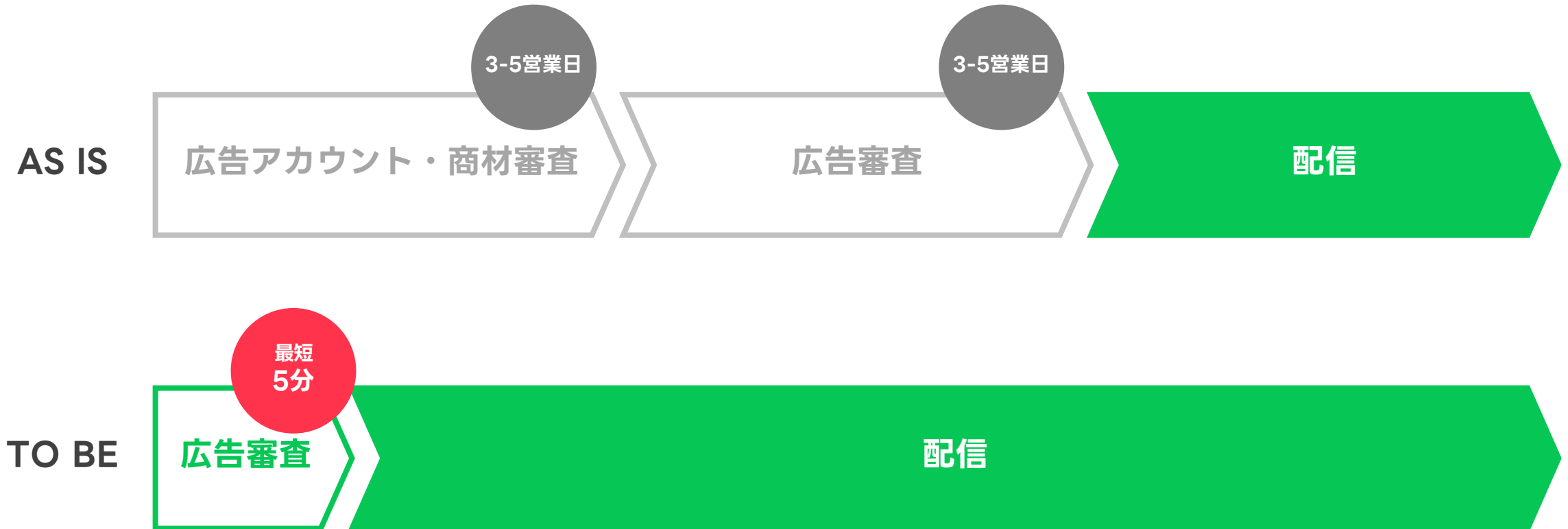
1月の審査アップデートにより 広告アカウント開設後の審査のSTEPを大幅に短縮



TO BE

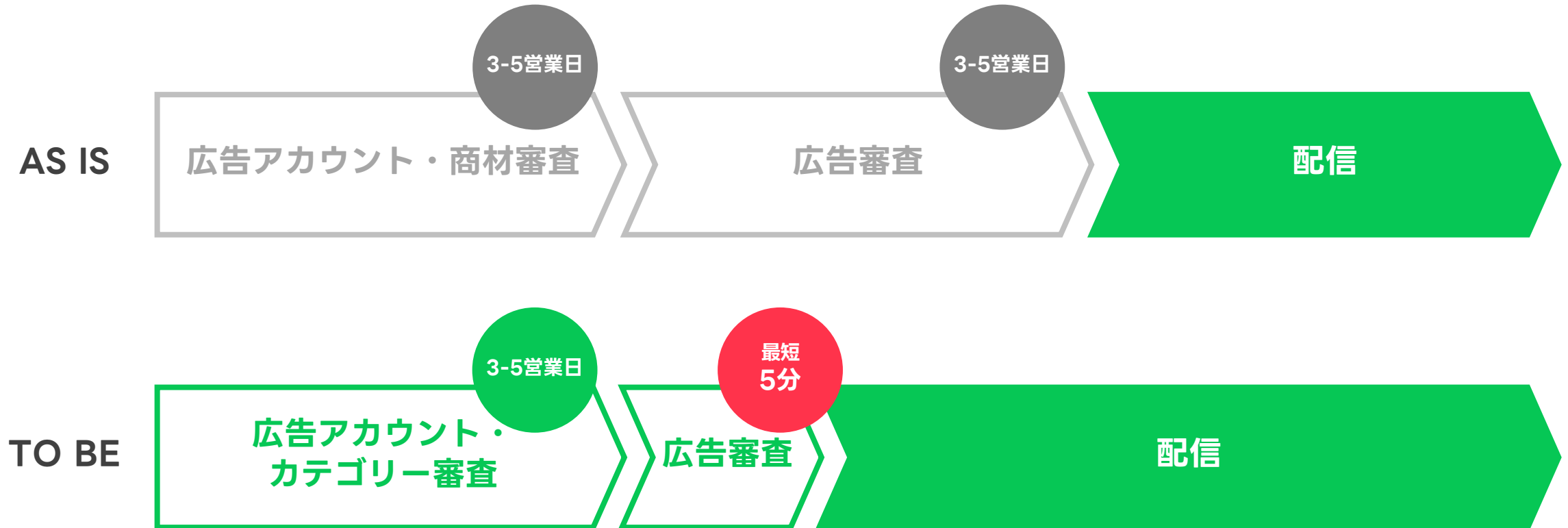
※広告アカウントが開設済みの場合のフローとなります。
※新規で広告アカウントを開設する場合は、別途企業審査が実施されます。

広告アカウントが開設済みの場合 最短5分で広告出稿可能に



※広告アカウントが開設済みの場合のフローとなります。
※新規で広告アカウントを開設する場合は、別途企業審査が実施されます。

新規で広告アカウントを開設する場合 広告アカウント審査後、最短5分で広告出稿可能に



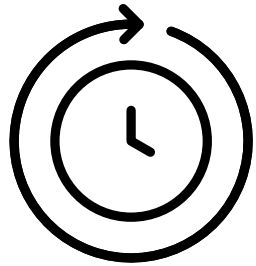
※広告アカウントが開設済みの場合のフローとなります。
※新規で広告アカウントを開設する場合は、別途企業審査が実施されます。

広告審査の時間短縮

広告審査の時間短縮

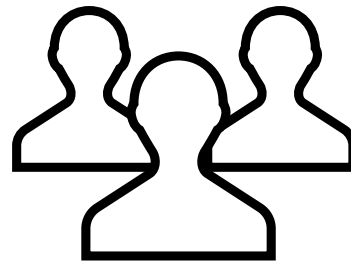
システム/体制の強化によって、一部の広告において審査期間を短縮

審査所要時間



最短：～5分

体制強化



24時間/365日
モニタリングを実施※

システムによる検知



システムによる審査を強化

※審査内容によっては、土日祝日に実施できない内容もございます。

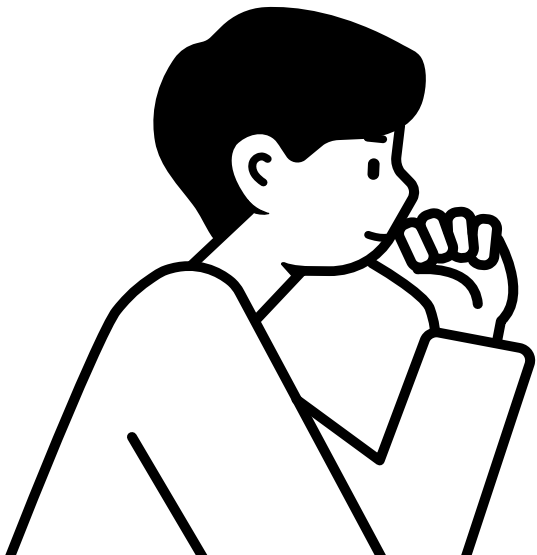
広告審査はモニタリングで継続

管理画面の「広告」にて、否認になった理由と素材を確認することが可能

表記	否認理由の一例	否認になった原因
[ランディングページ]	否認理由 [ランディングページ] その他の弊社ガイドラインに抵触するおそれがあるランディングページ ランディングページの再審査一覧を確認	<ul style="list-style-type: none">ランディングページ
[画像]	[画像] その他の弊社ガイドラインに抵触するおそれがある画像 ※審査結果が更新されました。	<ul style="list-style-type: none">画像モニタリングでの否認
[ディスクリプション]	[ディスクリプション] 弊社ガイドラインに抵触するおそれがある表現（「友だち」の表記など）が含まれた内容	<ul style="list-style-type: none">ディスクリプション
[画像(アニメーション)]	[画像 (アニメーション)] その他の弊社ガイドラインに抵触するおそれがあるアニメーション広告 ※審査結果が更新されました。	<ul style="list-style-type: none">アニメーションモニタリングでの否認
[] がないケース	否認理由 ※[]で素材が指定されていない その他の弊社ガイドラインに抵触するおそれがある広告	<ul style="list-style-type: none">広告での組み合わせ

広告アカウント審査が
なかなか通らない

よくある
つまづきポイントを
ご紹介します！



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://linecorp.com/

0/1024

広告主ウェブサイトの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。

- 広告主情報は正しいか
 - × LINE → 会社形態を略さない
 - × 株式会社LINE → 正しくは“後株”

- 存在するURLか
- 広告主に関連するページか
- ページ内で広告主の詳細情報が確認できるか

商材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ー

広告で使用する商材と一致しているか

カテゴリー選択

広告で使用する商材のカテゴリーを選択してください。広告アカウントカテゴリーは審査完了後は変更できません。広告アカウントでは、選択したカテゴリーの商材のみ利用できます。選択しなかった商材を利用するには、別の広告アカウントを作成してください。審査の結果、付与するカテゴリーを変更することがあります。承認結果はメール/通知にて確認できます。

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

利用中のアカウントか

表示名が広告主体者または訴求サービスと関連性がある

IDの文字列は正しいか

LINE公式アカウント側の広告主体者名と広告アカウント側の広告主体者名が一致しているか

@ 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。ベーシックID/プレミアムIDは、LINE Official Account Managerで確認できます。 [LINE Official Account Manager](#)

広告では、入力されたIDのLINE公式アカウントに設定されたアカウント名やアイコン、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方は、アカウントを開設する必要があります。 [LINE公式アカウント（無料）を開設する](#)

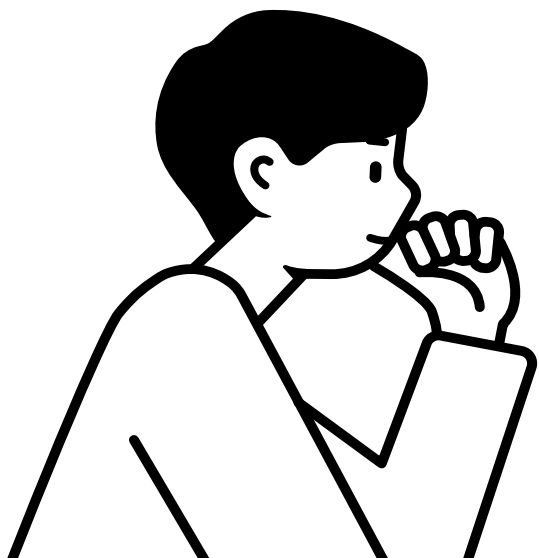
[詳細はこちら](#)

基本情報

広告アカウント名 0/120

審査の基準がわからないので
何度修正しても落ちてしまう

特に審査時に
NGとなりやすい
LP制作のポイント
をご紹介します！



LINE広告 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。

LINE広告 審査の基礎

LINE特有の審査のポイント（広告・LP共通）

広告とLPの整合性が取れていない

テキスト

画像

LP



「還暦母」の記載がある

「還暦母」の記載がある

「還暦母」が登場しない



「80歳女性」の記載がある

若い女性の写真



「1,500円」と記載がある

「1,500円」と記載がある

税込1,980円・クーポン価格税込1,480円
と一致していない



抽選会期間の記載がある

抽選会期間の記載がある

期間が過ぎている
抽選会期間の記載がない

LINE広告 審査の基礎

LINE特有の審査のポイント（広告・LP共通）

LINE公式アカウントの「友だち」表記

OK

▼こちらをタップするだけで登録できます！▼



NG

▼こちらをタップするだけで登録できます！▼



LINE公式アカウントとユーザーが繋がることを意味した表記を行う場合は「友だち」と表記が必要

LINEのコンテンツと誤認しうるコンテンツ



LINEのUIに似たデザインや表現

商材問わず、広告・LPの注意点

景品表示法上、問題となる恐れがある表現

NGポイント

期間限定と記載していますが、具体的な期限は記載をされていません。実際は期間限定ではない、場合、景品表示法上問題となる恐れがあります。

今だけ! 期間限定

新規購入の方に
ポイント**20%**プレゼント!




WHITE CREAM
100%オーガニック ホワイトクリーム

WHITECREAM
100% domestically produced cosmetics. No harmful raw materials are used to produce these products.

送料無料!

通常価格 ~~6,000円~~

初回 **100円!**



WHITE CREAM
100%オーガニック ホワイトクリーム

WHITECREAM
100% domestically produced cosmetics. No harmful raw materials are used to produce these products.

購入はこちら

住所

電話番号

メールアドレス

個人情報規約に同意して申込みます。

申し込む

※2回目以降は半額の3,000円+送料となります。
※初回+6ヶ月分(合計7点)のお受け取りが必要です。
※7ヶ月目以降はお客様のペースにあわせて休止や解約、再開が可能です。

NGポイント

価格が安い印象があるが、実際の購入ページ最下部まで読み進めないと、一定期間経過しないと解約できないことがわかりません。

商材問わず、広告・LPの注意点

景品表示法上、問題となる恐れがある表現



【特別企画】契約した人全員※にお食事券プレゼント！

ご契約された
全員にもれなく!!!



10,000円相当の
お食事券プレゼント!!

なんと、契約した人「全員」にお食事券をプレゼント！※
全国から選りすぐりのレストラン100か所から選べるのでとても豪華ですよ✧

サイトの最下部

※ リゾート宿泊プレゼントがもらえる条件…プレミアム脱毛コース（月額¥50,000）を申し込んだ方

運営者情報

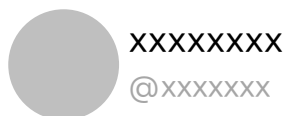
NGポイント

「契約した人全員にお食事券プレゼント！」とあるが、一定の条件を満たしていない場合対象外となることがわかりにくい場所に記載されており、条件を知らずに自分も適用されると誤認する可能性があります。

商材問わず、広告・LPの注意点

著作権などの関連法規上、問題となる恐れがある表現

SNSでも感動の声続出！



マスク下の乾燥が気になってたけど、LINE Creamを使い始めたら3日目ぐらいでしっとりもちもち肌になりました！感動。。。



インスタでもたくさんのモデルさんが愛用中♡



くせ毛でずっと悩んでたけどLINE Hair oilで最近めちゃうくちゃいい感じに落ち着いてる。しばらくサロン行かなくてもいいかもw

#LINE Hair oil #リピ確定
#神オイル



xxxx、他100人が「いいね！」しました



※個人の感想であり、効能効果を保証するものではありません。

NGポイント

SNSからの無断転用することも
法規上問題となる恐れがあります。

商材問わず、広告・LPの注意点

購買意欲を過度に煽る内容

申し訳ございません！
在庫残りわずかです。



大好評につき、**在庫が非常に少なくな**ってきております。
お早めのご注文をお願い致します。

このキャンペーンは、
どうやら**在庫がなくなり次第終了**のようです・・・！

激安価格なこともあり、**現在注文殺到中**
だそうです！購入しようか迷っている人は急いでくださいね！！

今なら**65%OFF**
公式サイトを見る



↑ **キャンペーン終了直近！在庫をチェック** ↑

NGポイント

「個数限定」、「在庫僅か」など
過度な購入意欲の煽りはNGとなる可能性があります。

商材問わず、広告・LPの注意点

ユーザーに誤解を与えるような表現



NGポイント

不特定多数へ「大当たり」「当選」など、ユーザーが何かに当選したと誤認させるような表現は誤クリック誘発としてNGとなる可能性があります。


商材問わず、広告・LPの注意点

ユーザーに誤解を与えるような表現

お詫び

この度は長らく
商品の欠品をしており
大変申し訳ございません
でした。

お詫びの意味を込めまし
て初回購入のお客様は
80%オフの2,980円でのご
提供となります。



NGポイント

**お詫び広告とユーザーを誤認させるような表現は
NGとなります。**

商材問わず、広告・LPの注意点

「緊急速報」などユーザーに誤解を与えると判断される表現



NGポイント

緊急性の高いニュース等の情報と誤認させる恐れがある表現は掲載できません。

【掲載できない表現の一例】

緊急
注意
速報

商材問わず、広告・LPの注意点

著作権などの関連法規上、問題となる恐れがある表現



NGポイント

「他サービス名」「番組画像」をはじめとする著作権、商標権、肖像権、パブリシティ権など、法令上または契約上の権利を有するものを無断で使用することはできません。



カテゴリ別の注意ポイント・NG例

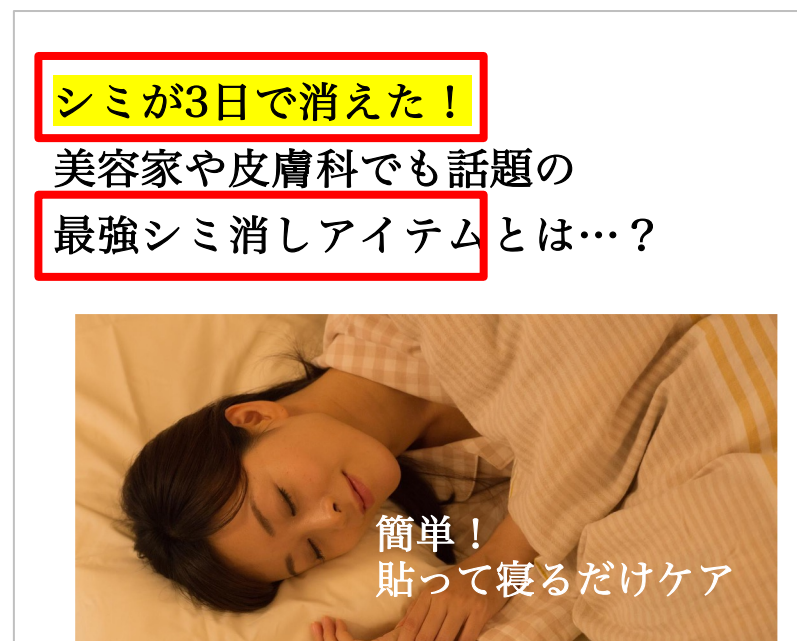
一般化粧品

しみ・しわ対策商材



一般化粧品（しみ・しわ対策商材）の注意ポイント

効能効果を逸脱している表現例



NGポイント

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にて承認されていない効能効果を暗示・明示する表現やビジュアルを利用している点

一般化粧品（しみ・しわ対策商材）の注意ポイント

医療関係者（医師、看護師、歯科医師など）の言及



NGポイント

医療関係者（歯科医師、医師、看護師など）の推奨、説明、使用などは推奨と捉えられ、NG対象です。

一般化粧品（しみ・しわ対策商材）の注意ポイント

ビフォーアフターによる効果保証



NGポイント

ビフォーアフターの画像を用いることは、効果の保証と捉えられNGとなります。

また、今あるシミが改善するかのような印象を与える表現は効果効果を逸脱しているとして、NGになる可能性が高いです。

化粧品広告で記載できる

56の効能効果

化粧品広告で記載できる56の効能効果

(1) 頭皮、毛髪を清浄にする。	(8) クシどおりをよくする。
(2) 香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。	(9) 毛髪をつやを保つ。
(3) 頭皮、毛髪をすこやかに保つ。	(10) 毛髪につやを与える。
(4) 毛髪にはり、こしを与える。	(11) フケ、カユミがとれる。
(5) 頭皮、毛髪にうるおいを与える。	(12) フケ、カユミを抑える。
(6) 頭皮、毛髪にうるおいを保つ。	(13) 毛髪的水分、油分を補い保つ。
(7) 毛髪をしなやかにする。	(14) 裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。

化粧品広告で記載できる56の効能効果

(15) 髪型を整え、保持する。	(22) 肌荒れを防ぐ。
(16) 毛髪の帯電を防止する。	(23) 肌をひきしめる。
(17) (汚れをおとすことにより) 皮膚を清浄にする。	(24) 皮膚にうるおいを与える。
(18) (洗浄により) ニキビ、アセモを防ぐ(洗顔料)。	(25) 皮膚の水分、油分を補い保つ。
(19) 肌を整える。	(26) 皮膚の柔軟性を保つ。
(20) 肌のキメを整える。	(27) 皮膚を保護する。
(21) 皮膚をすこやかに保つ。	(28) 皮膚の乾燥を防ぐ。

- ・「皮膚」と「肌」の使い分けは可とする。
- ・例えば、「補い保つ」は「補う」あるいは「保つ」との効能でも可とする。
- ・()内は、効能には含めないが、使用形態から考慮して、限定するものである。

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

化粧品広告で記載できる56の効能効果

(29) 肌を柔らげる。	(36) 日やけを防ぐ。
(30) 肌にはりを与える。	(37) 日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。
(31) 肌にツヤを与える。	(38) 芳香を与える。
(32) 肌を滑らかにする。	(39) 爪を保護する。
(33) ひげを剃りやすくする。	(40) 爪をすこやかに保つ。
(34) ひげそり後の肌を整える。	(41) 爪にうるおいを与える。
(35) あせもを防ぐ（打粉）。	(42) 口唇の荒れを防ぐ。

・「皮膚」と「肌」の使い分けは可とする。

・（ ）内は、効能には含めないが、使用形態から考慮して、限定するものである。

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

化粧品広告で記載できる56の効能効果

(43) 口唇のキメを整える。	(50) 歯を白くする(※)。
(44) 口唇にうるおいを与える。	(51) 歯垢を除去する(※)。
(45) 口唇をすこやかにする。	(52) 口中を浄化する(歯みがき類)。
(46) 口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。	(53) 口臭を防ぐ(歯みがき類)。
(47) 口唇の乾燥によるカサツキを防ぐ。	(54) 歯のやにを取る(※)。
(48) 口唇を滑らかにする。	(55) 歯石の沈着を防ぐ(※)。
(49) ムシ歯を防ぐ(※)。	(56) 乾燥による小ジワを目立たなくする。

※は使用時にブラッシングを行う歯みがき類

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

**薬用化粧品の効果又は
効果の範囲
(一部抜粋)**

薬用化粧品の効能又は効果の範囲（一部抜粋）

口中清涼剤	吐き気その他の不快感の防止を目的とする内用剤	溜りゆう飲、悪心・嘔吐、乗物酔い、二日酔い、宿酔、口臭、胸つかえ、気分不快、暑気あたり
腋えき臭防止剤	体臭の防止を目的とする外用剤	わきが（腋臭）、皮膚汗臭、制汗
てんか粉類	あせも、ただれ等の防止を目的とする外用剤	あせも、あしめ（あむつ）かぶれ、ただれ、股またづれ、かみそりまけ
育毛剤（養毛剤）	脱毛の防止及び育毛を目的とする外用剤	育毛、薄毛、かゆみ、脱毛の予防、毛生促進、発毛促進、ふけ、病後・産後の脱毛、養毛
除毛剤	除毛を目的とする外用剤	除毛
染毛剤 （脱色剤、脱染剤を含む）	毛髪の色染※、脱色または脱染を目的とする外用剤	染毛、脱色、脱染

※1 毛髪を単に物理的に染色するものは含まない。

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

薬用化粧品の効能又は効果の範囲（一部抜粋）

口中清涼剤	吐き気その他の不快感の防止を目的とする内用剤	溜りゆう飲、悪心・嘔吐、乗物酔い、二日酔い、宿酔、口臭、胸つかえ、気分不快、暑気あたり
腋えき臭防止剤	体臭の防止を目的とする外用剤	わきが（腋臭）、皮膚汗臭、制汗
てんか粉類	あせも、ただれ等の防止を目的とする外用剤	あせも、あしめ（あむつ）かぶれ、ただれ、股またづれ、かみそりまけ
育毛剤（養毛剤）	脱毛の防止及び育毛を目的とする外用剤	育毛、薄毛、かゆみ、脱毛の予防、毛生促進、発毛促進、ふけ、病後・産後の脱毛、養毛
除毛剤	除毛を目的とする外用剤	除毛
染毛剤 （脱色剤、脱染剤を含む）	毛髪の色を染色※、脱色または脱染を目的とする外用剤	染毛、脱色、脱染

※1 毛髪を単に物理的に染色するものは含まない。

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

薬用化粧品の効能又は効果の範囲（一部抜粋）

薬用化粧品類	化粧品としての使用目的※を併せて有する 化粧品類似の剤型の外用剤	ふけ・かゆみを防ぐ、毛髪・頭皮の汗臭を防ぐ、毛髪・頭皮を清浄にする、毛髪の水分・脂肪を補い保つ、裂毛・切毛・枝毛を防ぐ、毛髪・頭皮をすこやかに保つまたは毛髪をしなやかにする
		肌あれ、あれ性、あせも・しもやけ・ひび・あかぎれ・にきびを防ぐ、油性肌、カミソリまけを防ぐ、日やけによるシミ・そばかすを防ぐ、日やけ・雪やけ後のほてり、肌をひきしめる、肌を清浄にする、肌を整える、皮膚をすこやかに保つ、皮膚にうるおいを与える、皮膚を保護する、皮膚の乾燥を防ぐ
		カミソリまけを防ぐ、皮膚を保護し、ひげを剃りやすくする
		日やけ・雪やけによる肌あれを防ぐ、日やけ・雪やけを防ぐ、日やけによるシミ・そばかすを防ぐ、皮膚を保護する

※1 毛髪を単に物理的に染色するものは含まない。

参考URL：<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/kenkou/iyaku/sonota/koukoku/>

薬用化粧品の効能又は効果の範囲（一部抜粋）

薬用石けん (洗顔料を含む)	化粧品としての使用目的を併せて有する 石けん類似の剤型の外用剤	<ul style="list-style-type: none">・ 殺菌剤主剤製剤：皮膚の清浄・殺菌・消毒、体臭・汗臭及びにきびを防ぐ・ 消炎剤主剤製剤：皮膚の清浄、にきび・カミソリまけ及び肌あれを防ぐ
薬用歯みがき類	化粧品としての使用目的を併せて有する 歯みがきと類似の剤型の外用剤	歯を白くする、口中を浄化する、口中を爽快にする、歯周炎（歯槽膿漏）の予防、歯肉（齦ぎん）炎の予防、歯石の沈着を防ぐ、むし歯を防ぐ、むし歯の発生及び進行の予防、口臭の防止、タバコのヤニ除去
浴用剤	原則としてその使用法が浴槽中に投入して用いられる外用剤（浴用石けんを除く）	あせも、荒れ性、打ち身、肩のこり、くじき、神経痛、湿疹、しもやけ、痔じ、冷え性、腰痛、リウマチ、疲労回復、ひび、あかぎれ、産前産後の冷え性、にきび

健康食品



健康食品（置き換えダイエット商材）の注意ポイント・NG例

置き換え食品で標ぼうできる表現の逸脱

喜びの声続出!

Y・Kさん
東京都 29歳

飲み始めてたった1週間で効果が実感できた!
しかも飲みやすくて美味しい★ -10kg!!!



※個人の感想のため効果を保証する内容ではありません。



NGポイント

体験談であっても、「過度な痩身効果」や「特定部位への言及」はNGとなります。

健康食品（置き換えダイエット商材）の注意ポイント・NG例

置き換え食品で標ぼうできる表現の逸脱

1ヶ月後の今の私



す、凄...!!

なんと!

腸内環境の改善に成功！
お通じスッキリでマイナス20kgの
ダイエットに成功しました★

毎日飲むだけで
痩せちゃう!?



毎日1本飲むだけで**マイナス10kg!**
肌荒れも改善して最高です!

NGポイント

「過度なビフォーアフター画像」
「成分+No.1」表現
国から認められた
なども標ぼうすることはできません。

健康食品の注意ポイント・NG例

アダルトを想起させる表現



NGポイント

LINE広告では「精力剤」の訴求はできません。
下記の表現にはご注意ください。

画像にて

「男性の筋肉」などを用いている
「男の活力」など精力剤を想起させる文言の使用



医薬部外品（育毛剤）

医薬部外品（育毛剤）の注意ポイント・NG例

不快と感じる表現



NGポイント



「頭の真上」「抜け毛」
「生え際の強調（髪を押さえつけての強調等）」
は不快を感じる表現に該当します。

医薬部外品（育毛剤）の注意ポイント・NG例

発毛効果想起の表現

50代 栄える育毛剤！！



NGポイント

毛が生えてくるという
発毛効果は育毛剤では効果逸脱となりますため、
NG対象になります。

※発毛促進はOK



エステ・美容サービス

エステ・美容サービスの注意ポイント・NG例

低価格の協調、費用記載不備

\LINE限定の衝撃企画やってみみたい/ PR

夏直前の特別キャンペーン!
だれでも割
今なら最大**30**万円OFF!

申し込みはこちらのページから>>>

脱毛サロンを選ぶなら、
利用者急増中のLINE エステ一択??



ご存じの通り、LINEエステは業界最大手♪
圧倒的な満足度で、初めての人でも安心していただけますよね♪

低価格で
施術可能!

コスパ最強!
1回あたりの費用が**オトク**

NGポイント

安さや無料の強調
費用の掲載不備
などはNG対象です。

※審査通過を保証するものではありません
※審査基準は変更になる可能性もございます。2022年12月1日時点の情報としてご認識下さい
※本資料に掲載されている内容が直接該当せずとも、『近い』『想起させる』と判断されたものは審査NGとなる可能性がございます
※掲載されているクリエイティブやイメージは傾向を元に作成されたダミーとなります

エステ・美容サービスの注意ポイント・NG例

Before/After表現

症例を動画で紹介



NGポイント

Before/Afterのイメージ
使用前、使用後のみの画像
などはNG対象です。

※審査通過を保証するものではありません

※審査基準は変更になる可能性もございます。2022年12月1日時点の情報としてご認識下さい

※本資料に掲載されている内容が直接該当せずとも、『近い』『想起させる』と判断されたものは審査NGとなる可能性がございます

※掲載されているクリエイティブやイメージは傾向を元に作成されたダミーとなります



金融カテゴリー

金融カテゴリーの注意ポイント・NG例

安易な借入を助長する表現



NGポイント

「誰にもバレずに」などの、簡単にお金を借りられるような表現、もしくは助長するような表現はNG対象となります。

※審査通過を保証するものではありません

※審査基準は変更になる可能性もございます。2022年12月1日時点の情報としてご認識下さい

※本資料に掲載されている内容が直接該当せずとも、『近い』『想起させる』と判断されたものは審査NGとなる可能性がございます

※掲載されているクリエイティブやイメージは傾向を元に作成されたダミーとなります

金融カテゴリーの注意ポイント・NG例

不安の煽りやネガティブな感情にさせる表現



NGポイント

過度に「不安」にさせたり、「恐怖感」を与えるような表現は不適切としてNG対象となります。



※審査通過を保証するものではありません

※審査基準は変更になる可能性もございます。2022年12月1日時点の情報としてご認識下さい

※本資料に掲載されている内容が直接該当せずとも、『近い』『想起させる』と判断されたものは審査NGとなる可能性がございます

※掲載されているクリエイティブやイメージは傾向を元に作成されたダミーとなります

金融カテゴリーの注意ポイント・NG例

恣意的なランキング

2022最新

即日融資おすすめランキング5選

総合おすすめ
ランキング10

銀行おすすめ
ランキング5選

消費者金融おすすめ
ランキング5選

総合おすすめ人気ランキングトップ20

1位 XXXXキャッシングローン

XXXX
キャッシングローン

金利 年3.0%~18.0%

ネットなら最短25分で借入れ可能※
振込・コンビニ・提携ATM利用可。在籍確認の電話連絡
は原則なし！

申し込みはこちら >

2位 ○○カードローン

○○
カードローン

金利 年4.5%~17.8%

最短30分融資も可能。
利便性抜群で借入れ・返済ともスマホで可。三井住友銀行
ATMは手数料無料！

NGポイント

根拠のない情報の表示や恣意的な順位付けなど、ユーザーにとって真偽不明で信憑性に欠ける情報を掲載している場合はNG対象となります。

※審査通過を保証するものではありません

※審査基準は変更になる可能性もございます。2022年12月1日時点の情報としてご認識下さい

※本資料に掲載されている内容が直接該当せずとも、『近い』『想起させる』と判断されたものは審査NGとなる可能性がございます

※掲載されているクリエイティブやイメージは傾向を元に作成されたダミーとなります

よくある問い合わせ・疑問・相談

アップデート後も
審査がまだ遅い

審査が遅い

審査が厳しい

運用

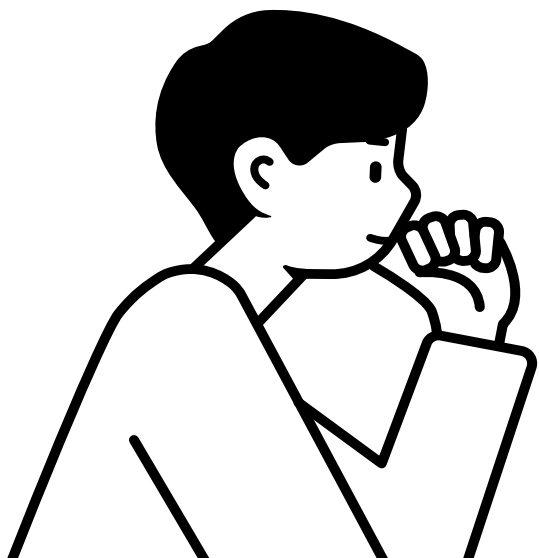
勝ちクリエイティブが
見つからない

効果改善/検証方法を知りたい

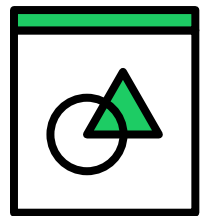
パフォーマンスが合いにくい

審査が通っても、
CPAがなかなか合わせられない…
効果改善の方法は？

クリエイティブの
改善から着手する
のがおすすめです



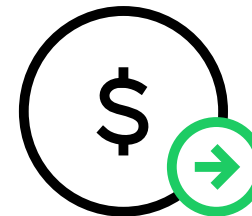
広告効果を決定づける要素



クリエイティブ



ターゲティング



入札

広告効果を決定づける要素

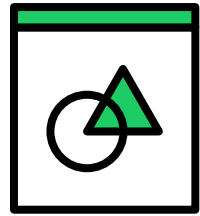


クリエイティブ

機械学習による
ターゲティング
効率化

75%以上※の
アカウントが
自動入札を活用

広告効果を決定づける要素



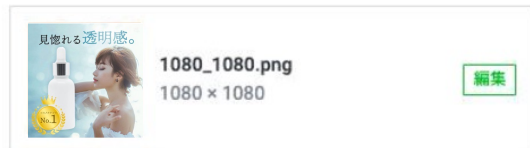
クリエイティブ

運用ポイントは**クリエイティブ**に集中していくため
クリエイティブの運用に注力することが重要

LINE広告におけるクリエイティブの基本

広告

画像



Creative Lab

タイトル

満足度96%見惚れるほどのスッピン美肌 17/20

ディスクリプション

毛穴が目立たない！30代が絶賛の見惚れる美肌 33/75

ボタン

詳細はこちら

ランディングページ

https://aaa.com/cosme/landingpage

リンク先URL(任意)

https://

インプレッショントラッキングURL(任意)

https://



1.クリエイティブ

- ・指先が止まるような、印象に残るビジュアル、モバイル視聴環境が考慮された視認性の高いものが望ましいです

2.タイトル

- ・訴求要素を端的に表現しインパクトを持たせましょう

※配信面によってディスクリプションが表示されないこともあるので、商品名などよりも訴求内容の方が好ましいです

3.ディスクリプション

- ・クリエイティブやタイトルで補えない訴求要素を補完しましょう
- ・表示されない枠もあるのでご注意ください

LINE広告の主要掲載面

※キャプチャ画像はイメージです

トークリスト



LINE NEWS



LINE VOOM

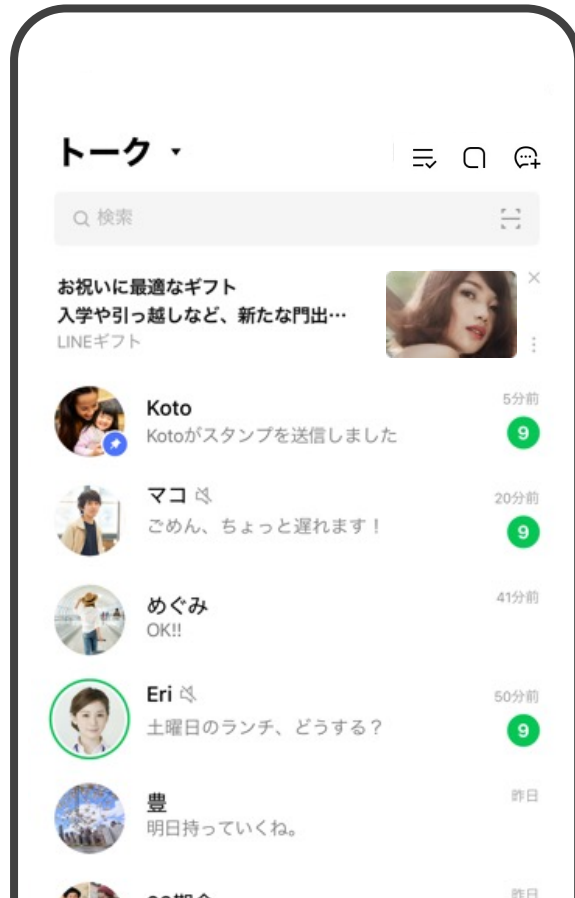


LINE広告のフォーマット

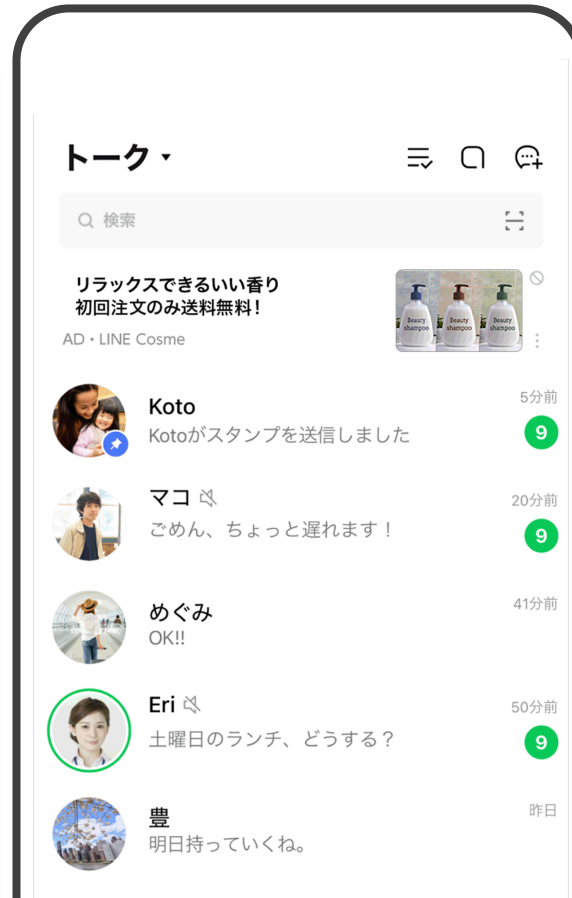
静止画

※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

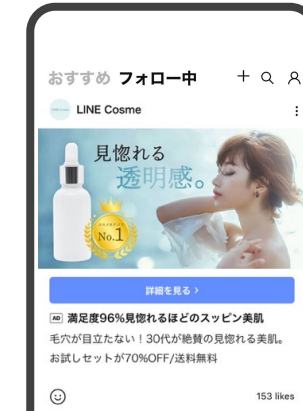
画像 (小)
(600×400)



画像 (アニメーション)
(600×400)



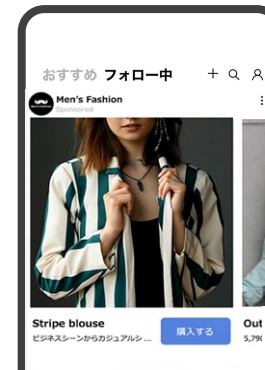
カード
(1200×628)



スクエア
(1080×1080)



カルーセル
(1080×1080)



※ひと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
※カルーセルの最大表示件数は10件です
※枠によりフォーマットは異なります

LINE広告のフォーマット

動画

カード
(16:9)



スクエア
(1:1)



バーティカル
(9:16)

LINE VOOM
フォロー中タブ表示時
(3:4)



全画面再生時
(9:16)



※バーティカルは (9:16) LINE VOOM上において、3:4の比率で広告が表示されるため、上下が省略されます。ユーザーが動画をタップすると全画面 (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。

※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ございます
※画面は2023年6月時点のUIとなります

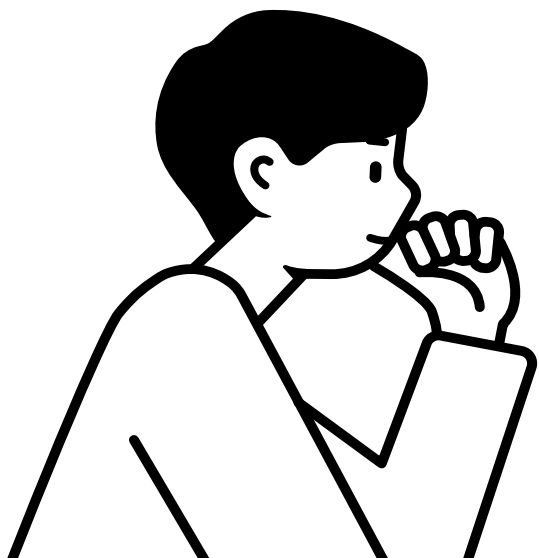
各フォーマットの配信面

掲載面	静止画					動画		
	Card (1200×628)	Square (1080×1080)	Carousel (1080×1080)	画像 (小)	画像 (アニメーション)	Card (16:9)	Square (1:1)	Vertical (9:16)
トークリスト	○	○	×	○	○	×	×	○
LINE NEWS	○	○	○	○	×	○	○	×
LINE VOOM	○	○	○	×	×	○	○	○
ウォレット	○	○	○	×	×	○	○	×
LINE BLOG	○	○	○	×	×	○	○	×
LINEポイントクラブ	○	○	○	×	×	○	○	×
LINEショッピング	○	○	×	×	×	○	○	×
LINEチラシ	○	○	×	×	×	○	○	×
LINEマイカード	○	×	×	×	×	○	×	×
ホーム	○	○	○	○	×	○	○	×
LINE Monary	○	○	×	○	×	○	○	×
LINEファミリーアプリ	○	○	×	○	×	○	○	○
LINE広告ネットワーク	○	○	×	○	×	○	○	○
LINEクーポン	○	○	○	×	×	○	○	×
LINEレシート	○	○	○	×	×	○	○	×
LINEオープンチャット	○	○	×	○	×	×	×	×

※対応状況は変更となる場合がございます。

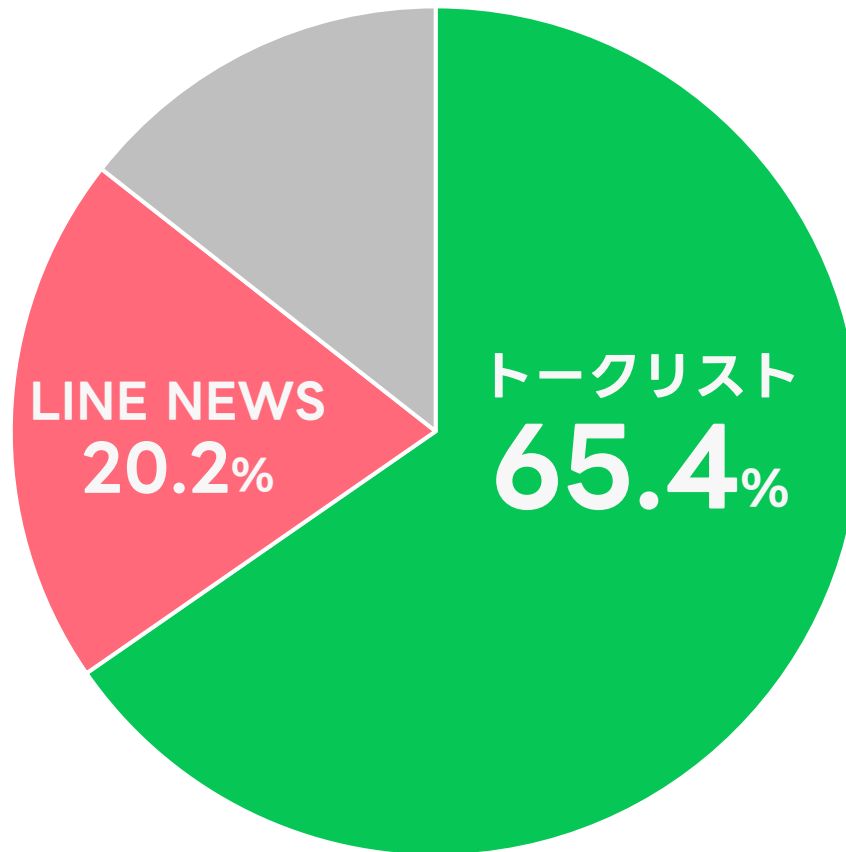
必要なフォーマットが多すぎるので
制作の優先順位が知りたい

配信量の多い
静止画の「スクエア」
「画像（小）」
「画像（アニメーション）」
から、始めるのが
おすすめ



静止画の主な配信面

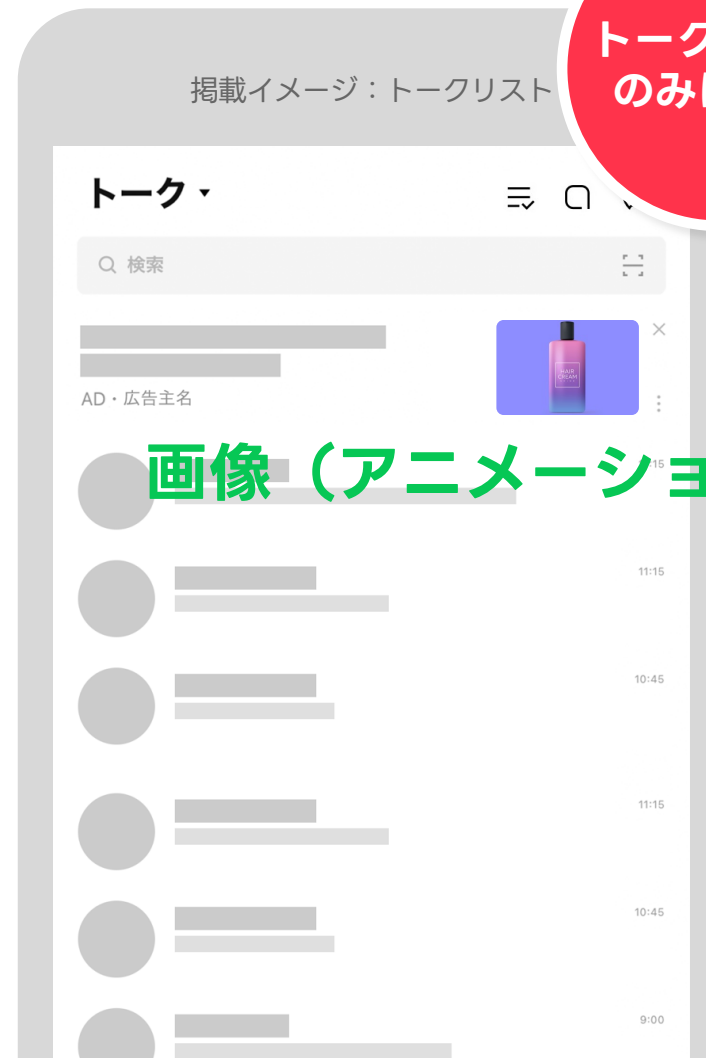
LINE広告全体 メディア別Imp比率



※2023年5月LINE実績（自社調査結果より引用）※静止画のみ

クリエイティブ制作の優先順位

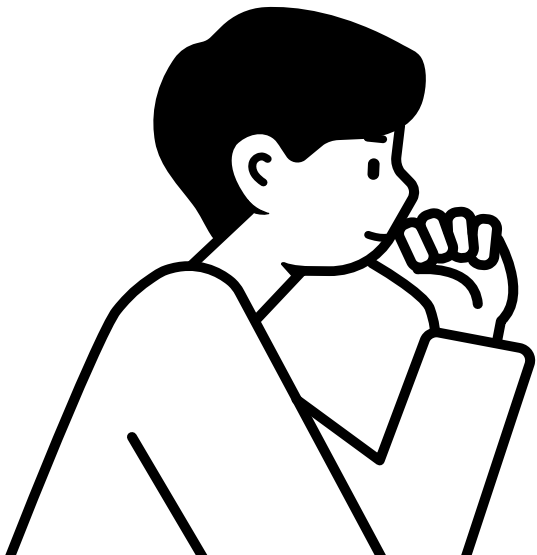
スクエアと画像（小）・画像（アニメーション）を優先して作成



トークリスト
のみに配信

勝ちクリエイティブを
手っ取り早く見つけたい

効果が出ている
クリエイティブ例を
ご紹介します！



画像クリエイティブの最新トレンド

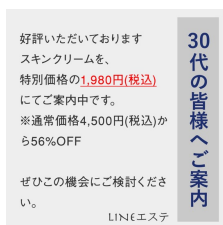
スクエア

コスメ



商品を3つ羅列

エステ・美容サービス



ターゲットを限定した文言

画像（小）

フィットネス・医療サービス



黒背景×人物の切り抜き画像

健康食品



黒背景×商材の切り抜き画像

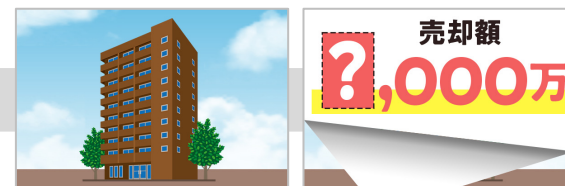
画像（アニメーション）

コスメ



実写の一部に注目を集める動き

不動産



めくれた下に価格が現れる動き

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となります。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。

画像クリエイティブの最新トレンド

コスメ

スクエア



商品を3つ羅列

メイクアップ前後の表示

画像 (アニメーション)



商品のUGC動画を使用した
テクスチャを見せる動作

画像 (小)



一回限り訴求+
商品画像



商品を羅列した
UGC画像



商品積み上げの
UGC画像

健康食品

スクエア



UGC画像+
テキストの二分割
レイアウト

新聞風のテキスト
+ 白衣の人物

画像 (アニメーション)



文字を1つずつ順に大きく目立つ動作
+ ターゲットを限定した文言

画像 (小)



商材をイラストで
表現



身長体重を数値で
表記



ピクトグラム
+ ターゲットを
限定した文言

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となります。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がありますのでご注意ください。

画像クリエイティブの最新トレンド

金融カテゴリー

スクエア



過去の使用履歴や実績に影響されないカード
クレジットカードがスムーズに作れる!

異なる種類のカードを並べる



最短で当日の振り込みが可能!

来週、友人の結婚式があるの忘れてた...

お金が必要になるタイミングを口語調を用いて表現

画像 (アニメーション)



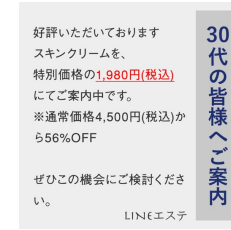
券面の立体的な動作

エステ・美容サービス

スクエア



商品ラインナップ+解説を分割レイアウトで記載



ターゲットを限定した文言+丁寧な文章



2択の質問を投げかける



ユーザーの心情に寄り添う表現

画像 (小)



三角ラベル+商材カラー



有名人のUGC画像



カード申し込みに関する具体的なアクションを促す

画像 (小)



ターゲットの明記+イラスト



イラスト+脱毛部位の記載

画像 (アニメーション)



動物のイラストがスライドする動作+特典の期限を明記

※LINE広告におけるクリエイティブ傾向を一般化した内容となります。
※紹介している内容は配信効果および審査通過を保証する内容ではございませんのでご注意ください。
※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。

タイトルの最新トレンド

コスメ

定期購入ではないことを訴求

掲載イメージ：LINE NEWS



健康食品

企業発信の訴求

掲載イメージ：LINE NEWS



金融カテゴリー

対象ユーザーの明示

掲載イメージ：LINE NEWS



エステ・美容サービス

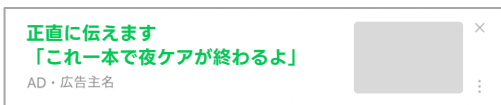
今だからこそ届けられる情報

掲載イメージ：LINE NEWS



真実を伝えていることを強調

掲載イメージ：トークリスト



開発実績をアピール

掲載イメージ：トークリスト



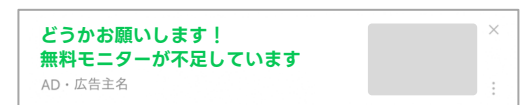
対象ユーザーの明示 + 絵文字でテキストを挟む

掲載イメージ：トークリスト



ユーザーへのお願い

掲載イメージ：トークリスト



※紹介している例は、配信効果および広告審査通過を保証する内容ではございません。※効果を逸脱した表現はNG対象となりますのでご注意ください。
※実際の案件のクリエイティブをもとにマスクした内容となっております。※年齢や年代に関わる表現でユーザーの不安を煽るような表現は審査でNGとなる可能性がございますのでご注意ください。
※環境と記号の組み合わせによって、記号の表示が正しくされない場合がございますので、ご注意ください。

さくらフォレスト株式会社

めなり極

目の疲労感 & ぼやけ・かすみを

Wで改善する機能性表示食品

【特許取得ビルベリー & ルテイン配合】



画像（小）・画像（アニメーション） 制作時のポイント

価格訴求
(初回購入割引)

タイトルの頭に
絵文字を入れる

商品に関連し
かつ目を引く
画像を採用する

成果が出ているクリエイティブ：画像（小）

価格訴求

トーク

検索

✓眼科医と共同開発
見えすぎてすみません。目の対策方法
AD・さくらの森

~~4,299~~
980

Koto
Kotoがスタンプを送信しました

マコ
ごめん、ちょっと遅れます！

めぐみ
OK!!

Eri
土曜日のランチ、どうする？

豊
明日持っていくね。

92期会
Atsushiがスタンプを送信しました

運転免許証風

トーク

検索

62歳「車を運転した結果・・・」
見えすぎてすみません。目の対策方法
AD・さくらの森

62歳「車を運転した結果・・・」
見えすぎてすみません。目の対策方法
ほれけがすみ

Koto
Kotoがスタンプを送信しました

マコ
ごめん、ちょっと遅れます！

めぐみ
OK!!

Eri
土曜日のランチ、どうする？

豊
明日持っていくね。

92期会
Atsushiがスタンプを送信しました

季節性×価格訴求

トーク

検索

✓眼科医と共同開発
見えすぎてすみません。目の対策方法
AD・さくらの森

12月分 77%オフ

Koto
Kotoがスタンプを送信しました

マコ
ごめん、ちょっと遅れます！

めぐみ
OK!!

Eri
土曜日のランチ、どうする？

豊
明日持っていくね。

92期会
Atsushiがスタンプを送信しました

成果が出ているクリエイティブ： 画像（アニメーション）

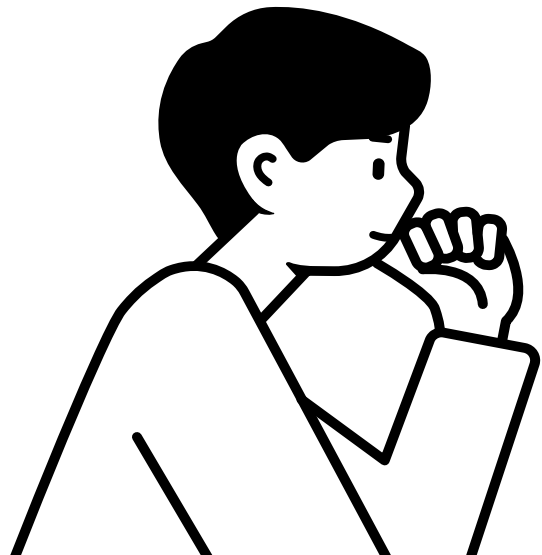


4,299



ぼやけ

クリエイティブの
検証方法がわからない

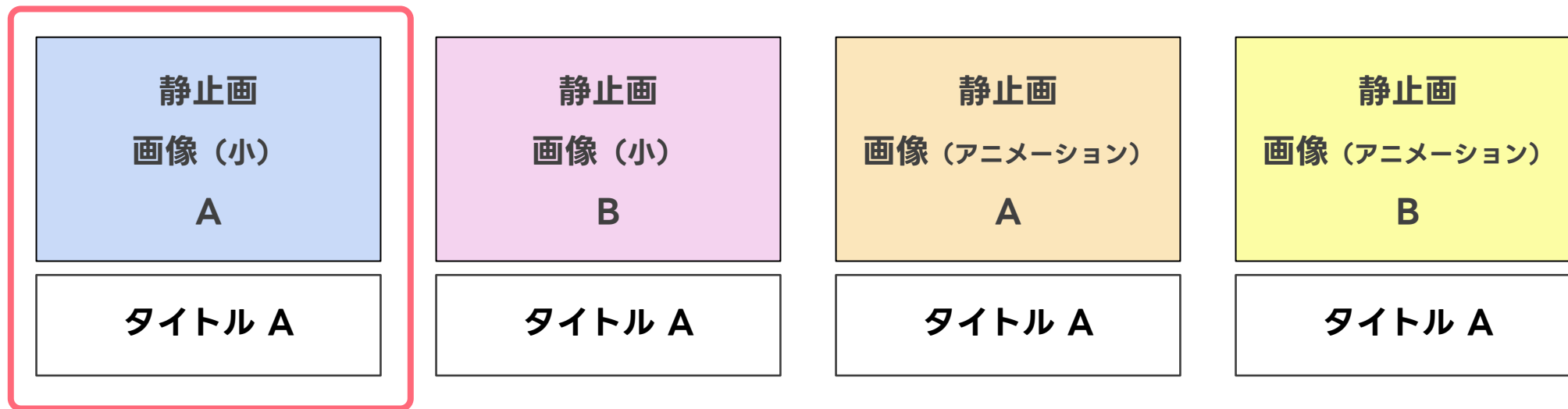


おすすめの
検証方法を
ご紹介します

画像（小）と画像（アニメーション）で検証 勝ちクリエイティブを、他フォーマットへ展開

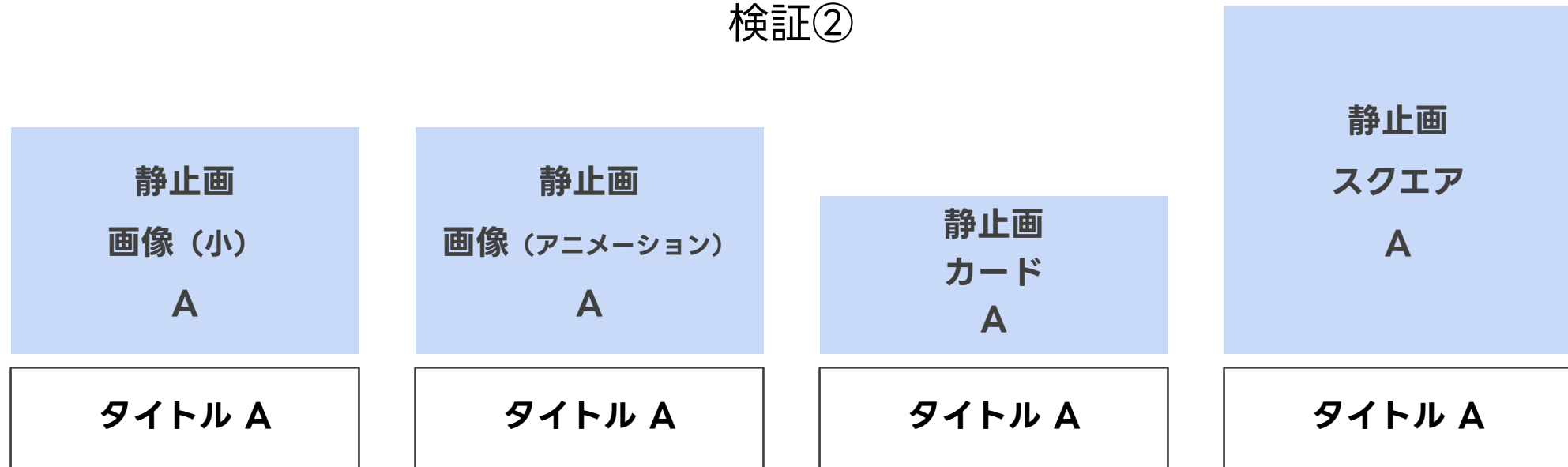
検証①

勝者



画像（小）と画像（アニメーション）で検証 勝ちクリエイティブを、他フォーマットへ展開

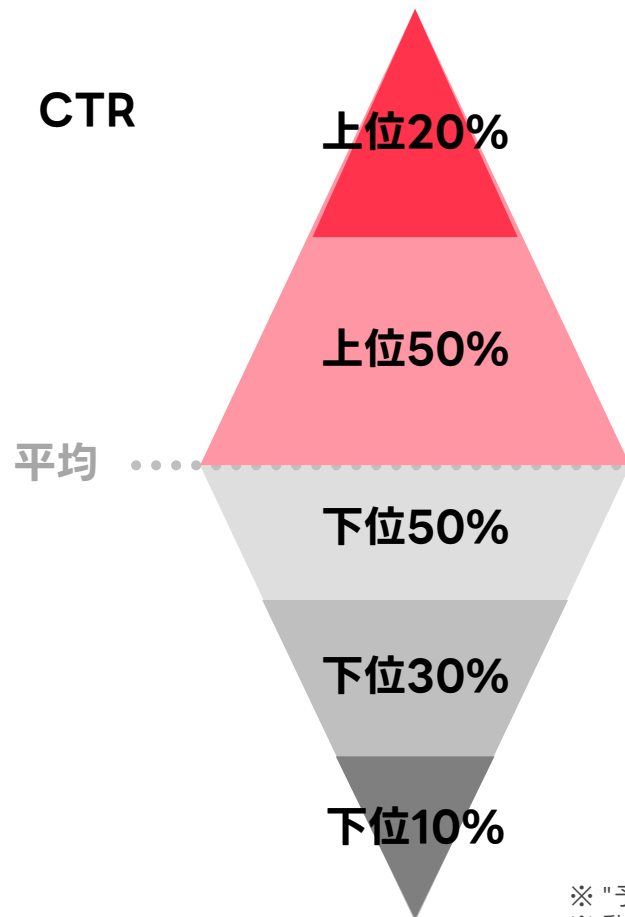
検証②



◎ インプレッションが出やすいトークリストを中心とした検証が可能

△ 複数の画像素材の用意が必要

検証時の評価指標として CTRレベルを利用



活用イメージ

CTRレベルが**上位**で
CPMが低い



入札額を上げることで
広告ランクが向上



CTRレベルが**下位**で
CPMが低い



CTRを上げることで
広告ランクが向上



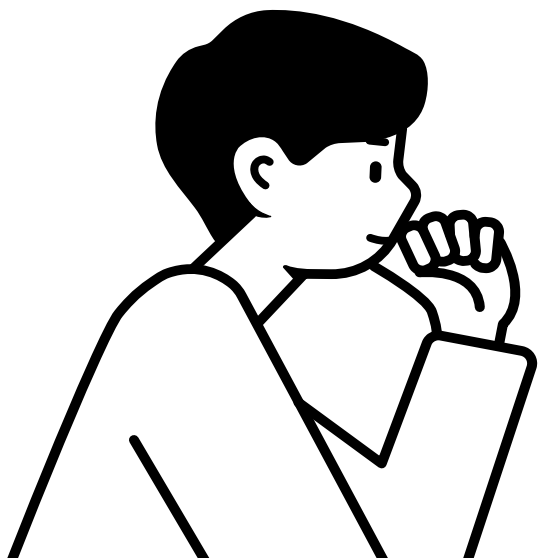
※ "予測されたCTR"とは、配信実績に基づいてプラットフォームで予測されたクリック率のことです

※ 動画再生、リーチ、Talk Head View Custom、予約型広告のキャンペーンおよび該当キャンペーンで設定可能な自動入札ではご利用いただけません

※ キャンペーンを問わず、CPMの手動入札ではご利用いただけません

配信初期の
パフォーマンスが合わない

成果を
出されている
事例を
ご紹介します！



初期配信設計のモデルケース

Web上でのコンバージョンを目的とする場合


	広告グループ1	広告グループ2
	類似配信	オーディエンス配信
ターゲティング項目	既存顧客の類似配信自動 (メールアドレス・電話番号・IDFAなど)	Webサイト訪問ユーザー
除外オーディエンス	CVユーザーを除外	CVユーザーを除外
入札方法	自動入札	手動入札
入札戦略	単価の上限なしで 1日の予算消化を最大化	-
入札単価	-	高めの入札単価を設定

配信初期には、多くのリストを試す

類似配信の元となるリストを多めに用意して効果を検証



30程度のリストを作成し
グループを分けて配信



効果が悪いグループは停止し
効果が良いグループに
予算を寄せていく

配信初期には、多くのリストを試す

類似配信の元となるリストを多めに用意して効果を検証

直近3ヶ月の
購入者60歳以上

類似商品の
購入者リスト

LP訪問者の
類似1%

3年前の購入者
60歳以上

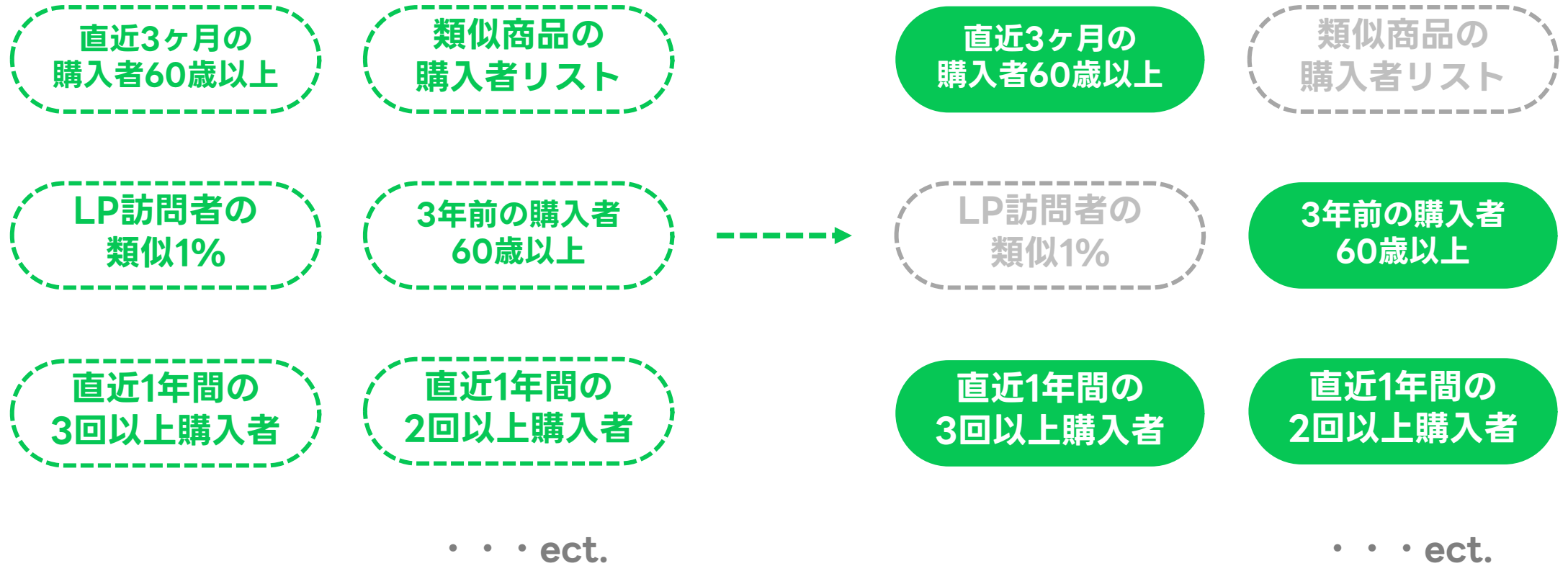
直近1年間の
3回以上購入者

直近1年間の
2回以上購入者

・・・ect.

効果の良いリストだけ配信を継続

類似配信の元となるリストを多めに用意して効果を検証



リスト作成と初動の効果見極めのポイント

1リスト当たりの件数

3,000件程度を
目安に用意

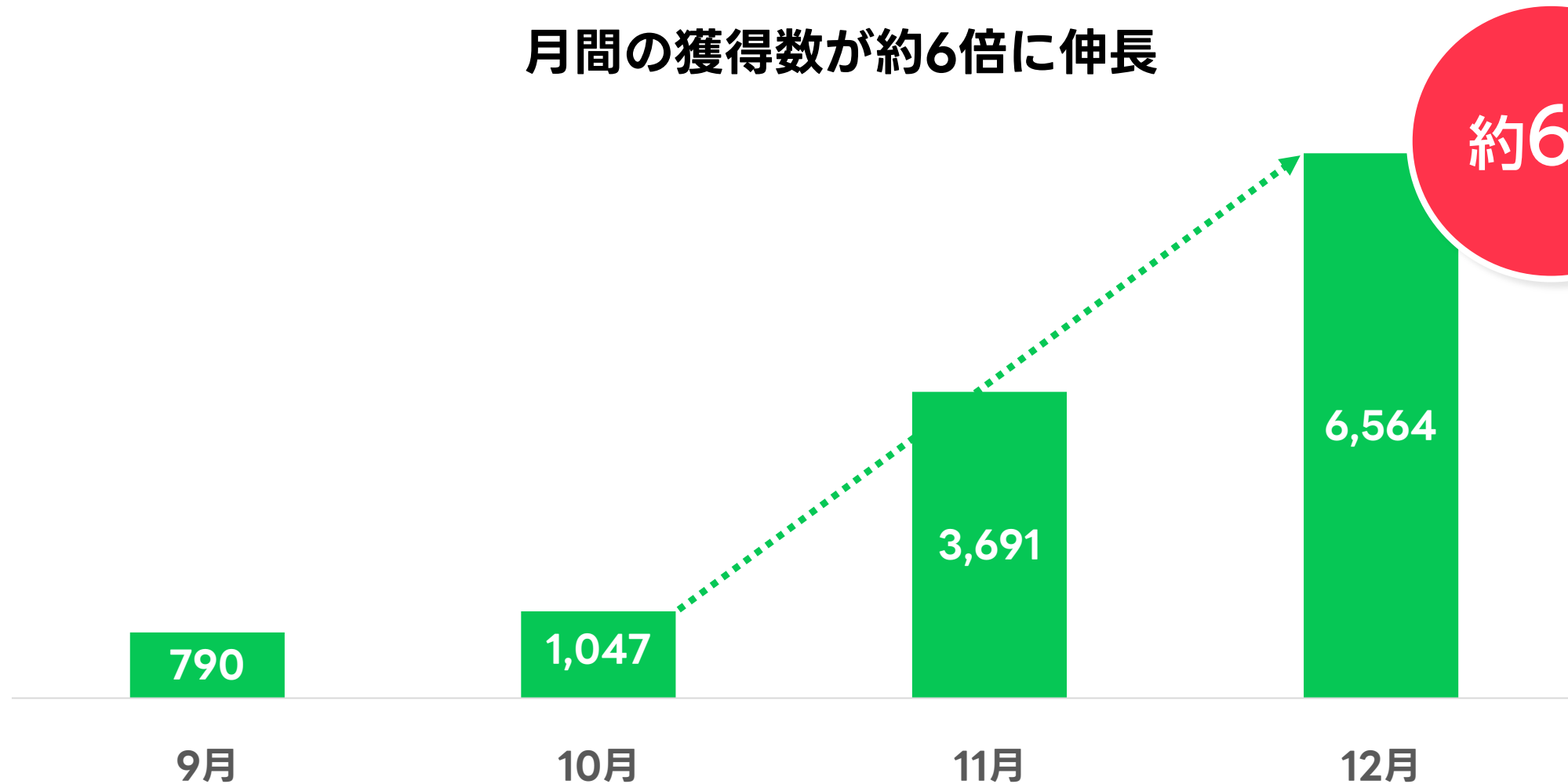
初動の効果見極め方法

キャンペーン当たり
¥30,000/日
で回して効果を見る

アニメーション形式の広告導入の効果

月間の獲得数が約6倍に伸長

約6倍



本日お伝えした解決策

審査アップデートの内容を
改めて確認

広告アカウント審査のポイントを
抑えて通過率アップ

審査NGのポイントを抑えて
通過率アップ

クリエイティブ例を参考に
勝ちクリエイティブを見つける

おすすめの検証方法
を試してみる

成果が出ている案件を参考に
運用を行う

A blurred background image of a cafe interior. In the upper right, a red sign with the word 'LINE' in white capital letters is visible. The rest of the image shows out-of-focus tables, chairs, and people, creating a warm and casual atmosphere.

1. LINE/LINE広告とは

2. よくある問い合わせ にLINE社員が答えます

3. トークセッション



津田 大樹

LINE株式会社
LINE広告営業本部 LINE広告営業部第2部
広告営業第9チーム マネージャー

2013年からアドネットワーク事業者を経て、動画のアドネットワーク（現：LINE広告ネットワーク）へ入社。その後、法人・プロダクト統合により、LINEへジョイン。主にLINE広告でのDirectレスポンスを中心に、健康食品・コスメのTOPクライアントに加え、アフィリエイト代理店領域を担当。2023年4月より現領域を担当。



藤田 純

株式会社 売れるネット広告社
取締役 CSO

1988年静岡生まれ、
大学卒業後、ASPに入社。
その後、2016年売れるネット広告社入社。2016年8月メディア部最高責任者就任。
2018年執行役員就任、2019年より取締役COOその後取締役CMOを経て現職。
ASP時代から数えるとダイレクトマーケティング歴は12年。
売れるネット広告社では一環としてメディア周りの業務に携わっている。

【受賞歴】

- ・2017年度全社MVP

【資格】

- ・「通販エキスパート検定1級」

【連載実績】

- ・「ECのミカタ」

【講演実績】

- ・ひよこの会 札幌
- ・ひよこの会 沖縄

CONFIDENTIAL

50 Technology Fast 50 2020 Japan WINNER Deloitte.

500 Technology Fast 500 2020 APAC WINNER Deloitte.

FINANCIAL TIMES HIGH-GROWTH COMPANIES ASIA-PACIFIC 2022 statista

Best Workplaces™

Great Place To Work. JAPAN 2021

Best Workplaces™ for Women

Great Place To Work. JAPAN 2021

Great Place To Work.

Asia's Best Workplaces 2021

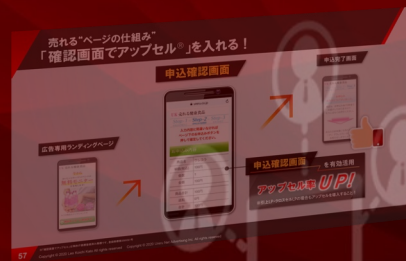
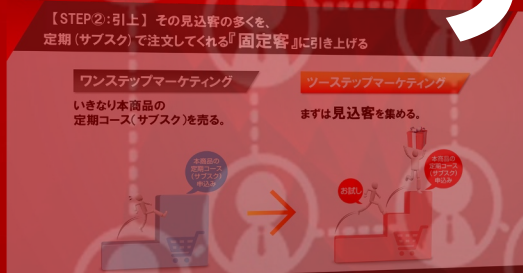
お問い合わせ 18830033(02)

売れる ネット 広告社



ネット広告&D2C (ネット通販)

売れるネット広告社



メディア出稿の歴史

前提として

売れるネット広告社では、
2016年までは**運用型広告**を実施しておりませんでした。

予算型広告は基本、**直メディアの買い付け**のみ！

買い付け基準は下記です。

「年齢×性別×消費者トレンド×過去実績×単価」

これに勝ちクリエイティブを充てて、**LPO**していくイメージです。

歴史を一部公開します。

2016年

メルマガ

Y!ログインバナー

SEO比較サイト

デコログ

アメブロ

2018年

メルマガ

LINE

LINEポイント

Y!ズバトク

デコログ

FB

2020年

メルマガ/SMS

LINE

LINEポイント

インスタ

FB

2022年

メルマガ/SMS

LINE

LINEポイント

アプリ
(行動完了系メニュー)

インスタ

FB

TikTok

YouTube

2016年

メルマガ

2018年

メルマガ

LINE

2020年

メルマガ/SMS

LINE

2022年

メルマガ/SMS

LINE

メールやSMS、LINEはユーザーにとってインフラとなるメディア。
メールは利用者減少傾向なので、徐々にSMSメニューにアロケ。

LINEに関しては月間ユーザー数9,500万人（2023年3月末時点）と、
消費者にとってなくてはならないモノとなっているので、
売れるネット広告社にとっては必須級のメニューになっている。

2016年

2018年

2020年

2022年

Y!ログインバナー

SEO比較サイト

LINEポイント

Y!ズバトク

LINEポイント

LINEポイント

アプリ
(行動完了系メニュー)

バナー掲載系のメニューに関しては、
PCメニューから始まり、SPにシフト。

行動完了後のメニュー、かつてはログイン・ログアウトメニュー
ズバトクの抽選完了後バナー
現在はアプリ面での行動完了後バナー中心に出稿している。

2016年

2018年

2020年

2022年

SNSメニューに関しては、
デコログからはじまりインスタFB、
今はTikTokerやYouTuber経由の獲得も伸びている。

デコログ

アメブロ

デコログ

FB

インスタ

FB

インスタ

FB

TikTok

YouTube

2016年

メルマガ

2018年

メルマガ

2020年

メルマガ/SMS

2022年

メルマガ/SMS

LINE

LINE

LINE

Y!ログインバナー

LINEポイント

LINEポイント

LINEポイント

SEO比較サイト

Y!ズバトク

アプリ
(行動完了系メニュー)

デコログ

デコログ

インスタ

インスタ

アメブロ

FB

FB

FB

TikTok

YouTube

比較はされますが・・・



**運用やSNSなどの大枠に捉われず、
それぞれのプロダクトにおけるユーザー心理を考え、
クリエイティブを投下してLP0する戦略です。**

★もちろん直近の実例は出せませんw

最高に獲得しやすいツーステップ案件を攻める！

RICE FORCE かんたん1分WEB限定申込み

今から、
肌奥から潤して
見た目マイナス10歳のすっぴん肌を叶える
ライスフォース『ディープモイスチュアローション』の
100円モニター
を募集します！

累計販売本数 **2,200万本突破!**
17ヶ月連続! 毎月連続!
有名雑誌に掲載
使い続けたい方 **99%**
ベストコスメ **34冠賞**

WEB限定! たっぶり **5回分** 送料無料!
毎週先着**1,000名**様
ライスフォース『ディープモイスチュアローション』の
100円モニター
に参加する

MANARA かんたん1分WEB限定申込み

マンアラを初めてご利用の方限定!

今から、
マンアラ「ホットクレンジングジェル マッサージプラス」の
100円モニター
を募集します!

モンドセレクション 12年連続 金賞受賞!!
累計販売本数 **1600万本突破!**
NEW 2021年3月リニューアル
美容液成分 **91.3%**
毛穴クレンジング部門 **1位**
感動化粧品 マナラ **3位**
温感クレンジング部門 **1位**

WEB限定! たっぶり **7日分** 送料無料!
毎週**1,000名**様限定
マンアラ「ホットクレンジングジェル マッサージプラス」の
100円モニター
に参加する

くまもと風土 全種類「国内産」雑穀を使用。100%完全国産

今から、
39種類もの国産雑穀を取り入れた美味すぎる雑穀米の
無料モニター
を募集します!

かんたん1分WEB限定申込み
雑穀ブランド **トップクラス 39種類**
Rakuten SHOP OF THE YEAR **5年連続受賞**
2016-2019
先着順・フルタイムセール
200万袋突破
シリーズ累計販売本数 **200万袋突破**

WEB限定!! 送料無料! たっぶり **約4日分**
先着**1,000名**様限定
くまもんぶくろの「プレミアム 三十九雑穀米」の
無料モニター
に参加する


やざや 本物だけのやさしさ **UMAREHADA organic**

今から、
洗うほどにしっかりともちもち肌を体感!!
うまはだ「クレンジングミルク」の
500円モニター
を募集します。

35万個突破!!
シリーズ累計販売本数
100%天然山米成分
香り
心とお肌のバランスを整える
もちもち肌
ミルクで肌を洗う新習慣!!

WEB限定! たっぶり **約3日分** 送料無料!
先着**1,000名**様
うまはだ「クレンジングミルク」の
500円モニター
に参加する

A社 **ワンステップ**
(即定期コース) **VS** **ツーステップ**
(モニター)

CVR	1.31%	11.07%	
件数	980件	9,170件	
成果単価	9,000円	2,500円	
成果金額	8,820,000円	22,925,000円	

「年齢×性別×消費者トレンド×過去実績×単価」
で媒体を選定。

それぞれの掲載面のユーザー心理
を基にクリエイティブを作成。

ツーステップならでの要素
を注入。

効果が出るまでA/Bテスト
そして横展開。

CONFIDENTIAL

50 Technology Fast 50 2020 Japan WINNER Deloitte.

500 Technology Fast 500 2020 APAC WINNER Deloitte.

FINANCIAL TIMES HIGH-GROWTH COMPANIES ASIA-PACIFIC 2022 statista

Best Workplaces™

Great Place To Work. JAPAN 2021

Best Workplaces™ for Women

Great Place To Work. JAPAN 2021

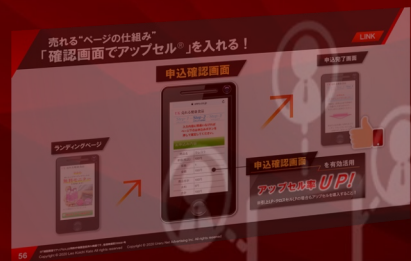
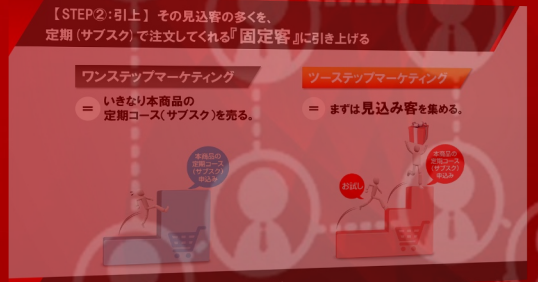
Great Place To Work. Asia's Best Workplaces 2021

お問い合わせセンター 18830033(02)

LINE

売れる ネット 広告社

ツーステップの LINE広告 勝ちパターンについて



Return On Advertising Spend

Cross Sell

Cost Per Order



嶋津 秀平

LINE株式会社
LINE広告営業本部 LINE広告営業部第2部
広告営業第9チーム

アドネットワーク媒体社を経て、2018年にLINE株式会社へ入社。
LINE広告（旧LINE Ads Platform）の大手専業代理店に対するパートナーセールスを担当。
その後、SMB領域のパートナーセールス、および、ソフトバンクシナジー事業部の立ち
上げにてLINE広告を推進。大手クライアントセールスへ異動しLINE公式アカウントや
LINEプロモーションスタンプを中心にLINEの広告サービスをフルファネルで担当。
2023年4月より現職。



吉岡 大輝

株式会社 売れるネット広告社
メディア部 メディアプランナー

1995年生まれ。

大学時に売れるネット広告社のインターンとしてJOINし、その後、新卒として入社。
入社後、3年間メディアプランナーとしてダイレクト案件を扱い
2022年からメディアプランナーチームの責任者に就任。

純広告・アフィリエイト・運用型広告をメインに取り扱い
クライアント目標を達成するべく日々奮闘中。

【受賞歴】

- ・2019年「売れるネット広告社 新人賞」受賞

【連載実績】

- ・「ECのミカタ」

【資格】

- ・通販エキスパート検定1級
- ・薬機法医療法 広告順守個人認証（YMAA）取得

後半のトークテーマ

1. LINE広告の成功事例紹介（コスメ・健康食品）
2. LINE広告の成功手法について
3. LINE広告の商材選定戦略

1. LINE広告の成功事例紹介 (コスメ・健康食品)

1. LINE広告の成功事例紹介（コスメ）

Confidential

【初公開】

コスメ業種の獲得実績を紹介します！

◆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）	◆CPA（コンバージョン単価）	◆ご利用金額	◆CPM（インプレッション単価）
利用可能			1,653,584	22,340	1.35%	¥ 39	808	3.62%	¥ 1,088	¥ 879,446	¥ 531
利用可能			14,194,889	312,257	2.20%	¥ 23	6,133	1.96%	¥ 1,221	¥ 7,489,828	¥ 527
利用可能			3,190,779	13,610	0.43%	¥ 61	662	4.86%	¥ 1,267	¥ 839,367	¥ 263
利用可能			17,701,754	818,891	4.63%	¥ 14	8,247	1.01%	¥ 1,444	¥ 11,912,574	¥ 672
利用可能			4,498,595	59,617	1.33%	¥ 30	1,022	1.71%	¥ 1,790	¥ 1,829,897	¥ 406
利用可能			59,561,047	648,866	1.09%	¥ 42	9,544	1.47%	¥ 2,889	¥ 27,580,103	¥ 463

予算規模の大小はありますが、総じて低いCPAで獲得ができています。

管理画面CPAでは【1,000円～3,000円以内】

1. LINE広告の成功事例紹介（健康食品）

Confidential

【初公開】

健食業種の獲得実績を紹介します！

◆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）	◆CPA（コンバージョン単価）	◆ご利用金額	◆CPM（インプレッション単価）
利用可能			10,449,237	159,851	1.53%	¥ 58	6,356	3.98%	¥ 1,460	¥ 9,281,203	¥ 888
利用可能			1,701,288	111,377	6.55%	¥ 10	735	0.66%	¥ 1,652	¥ 1,214,474	¥ 713
利用可能			7,012,922	40,308	0.57%	¥ 49	778	1.93%	¥ 2,561	¥ 1,992,498	¥ 284
利用可能			3,571,127	33,390	0.93%	¥ 24	314	0.94%	¥ 2,562	¥ 804,647	¥ 225
利用可能			1,178,976	65,770	5.58%	¥ 10	257	0.39%	¥ 2,728	¥ 701,343	¥ 594
利用可能			459,079	16,463	3.59%	¥ 14	87	0.53%	¥ 2,797	¥ 243,425	¥ 530
利用可能			12,480,221	718,644	5.76%	¥ 14	3,706	0.52%	¥ 2,809	¥ 10,412,360	¥ 834

こちらも、総じて低いCPAで獲得ができています。

管理画面CPAでは【1,000円～3,000円以内】

実はMCVではありません！

2. LINE広告の 成功手法について

2. LINE広告の成功手法について

ここまで低いCPAで
獲得が出来ている理由は大きく3点。

2. LINE広告の成功手法について

- ① 「アンケートLP」 × 「低価格オファー」
- ② 定期へのアツプセル手法
- ③ “クーポン面” の配信を狙い打ち

手法①「アンケートLP」×「低価格オファー」

実は配信しているオファーは全て**0円～500円の低価格お試し案件**。

→他案件と比べCVRが高く、入札単価が低くてもオークションに勝利しやすい

入札価格	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)	CPA (コンバージョン単価)	ご利用金額	CPM (インプレッション単価)	インプレッションシェア	インプレッション損失率 (予算)	インプレッション損失率 (ランク)
-	10,751,238	154,249	1.43%	¥59	6,328	4.10%	¥1,445	¥9,145,313	¥850	10%未満	7.81%	62.38%
¥1,200 /コンバージョン	5,460,110	102,701	1.88%	¥69	5,129	4.99%	¥1,399	¥7,179,351	¥1,314	10%未満	13.93%	63.55%
¥1,200 /コンバージョン	3,096,565	23,576	0.76%	¥35	509	2.16%	¥1,659	¥844,457	¥272	10%未満	4.49%	33.81%

最低入札単価（1,200円/CV）でも入札負けせず、配信される。

さらに、CV母数も溜まりやすいため

低予算でも学習が安定しやすい♪

2. LINE広告の成功手法について

- ① 「アンケートLP」 × 「低価格オファー」
- ② 定期へのアップセル手法
- ③ “クーポン面” の配信を狙い打ち

売れる“ランディングページの仕組み” 「確認画面でアップセル®」を入れる！

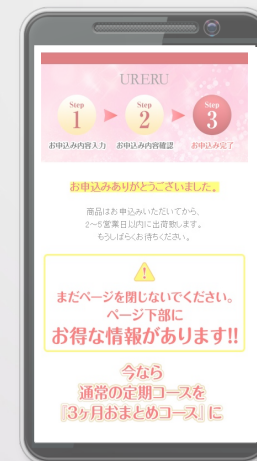
広告専用ランディングページ



申込確認画面



申込完了画面



申込確認画面

を有効活用

アップセル率 **UP!**

※引上LP・クロスセルLPの場合もアップセルを導入すること！

手法② 定期へのアップセル手法

結局「0円のお試し」だったら低CPAで獲得できるのは当たり前じゃない

「定期CPAはいくらで獲れるの？」という質問、お答えします。

	某健康食品通販 (D2C) 本商品の定期コース (サブスク) 単価：4,000円		某化粧品通販 (D2C) 本商品の定期コース (サブスク) 単価：4,500円		某食品通販 (D2C) 本商品の定期コース (サブスク) 単価：6,000円	
価格	ワンステップ 即注	➡ ツーステップ 無料モニター	ワンステップ 即注	➡ ツーステップ 100円モニター	ワンステップ 即注	➡ ツーステップ 500円モニター
CPA	14,000円	➡ 1,700円	12,000円	➡ 2,700円	16,000円	➡ 4,200円
引上率		17.2%		35.1%		41.8%
CPO	14,000円	➡ 9,884円	12,000円	➡ 7,692円	16,000円	➡ 10,048円
	CPO 1.42倍改善！👍		CPO 1.56倍改善！👍		CPO 1.59倍改善！👍	

手法② 定期へのアップセル手法

更にツーステップの良いところは
『潜在層を強引にCVさせられる』点です。

そのため

- 直LPでOK（記事LPは不要）
- 細かなターゲティングは不要

→LINE広告と非常に相性◎なのです！

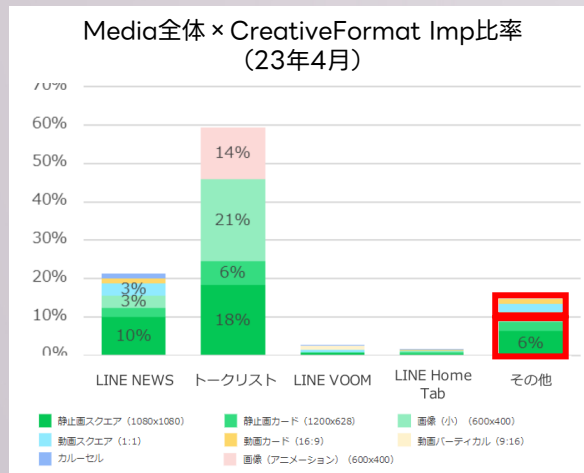
2. LINE広告の成功手法について

- ① 「アンケートLP」 × 「低価格オファー」
- ② 定期へのアップセル手法
- ③ “クーポン面” の配信を狙い打ち

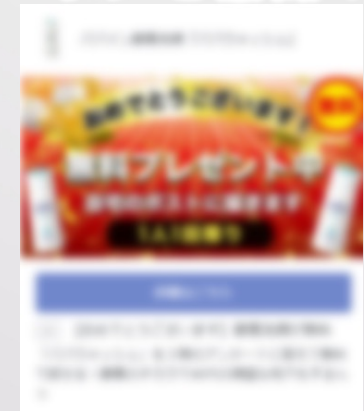
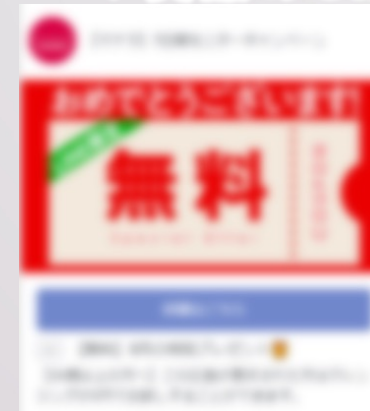
手法③ “クーポン面” の配信を狙い打ち

LINE広告のトレンドは『トークリスト（APNG）』。
更に、ニュース面も膨大なimpシェアを誇っています。

しかし、**売れるネット広告社が狙う配信先は『クーポン面』です。**



▼実際のCRもクーポンを意識▼



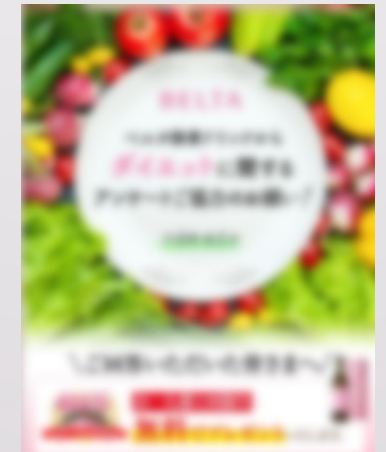
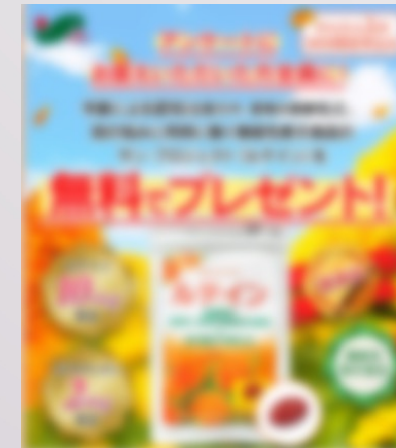
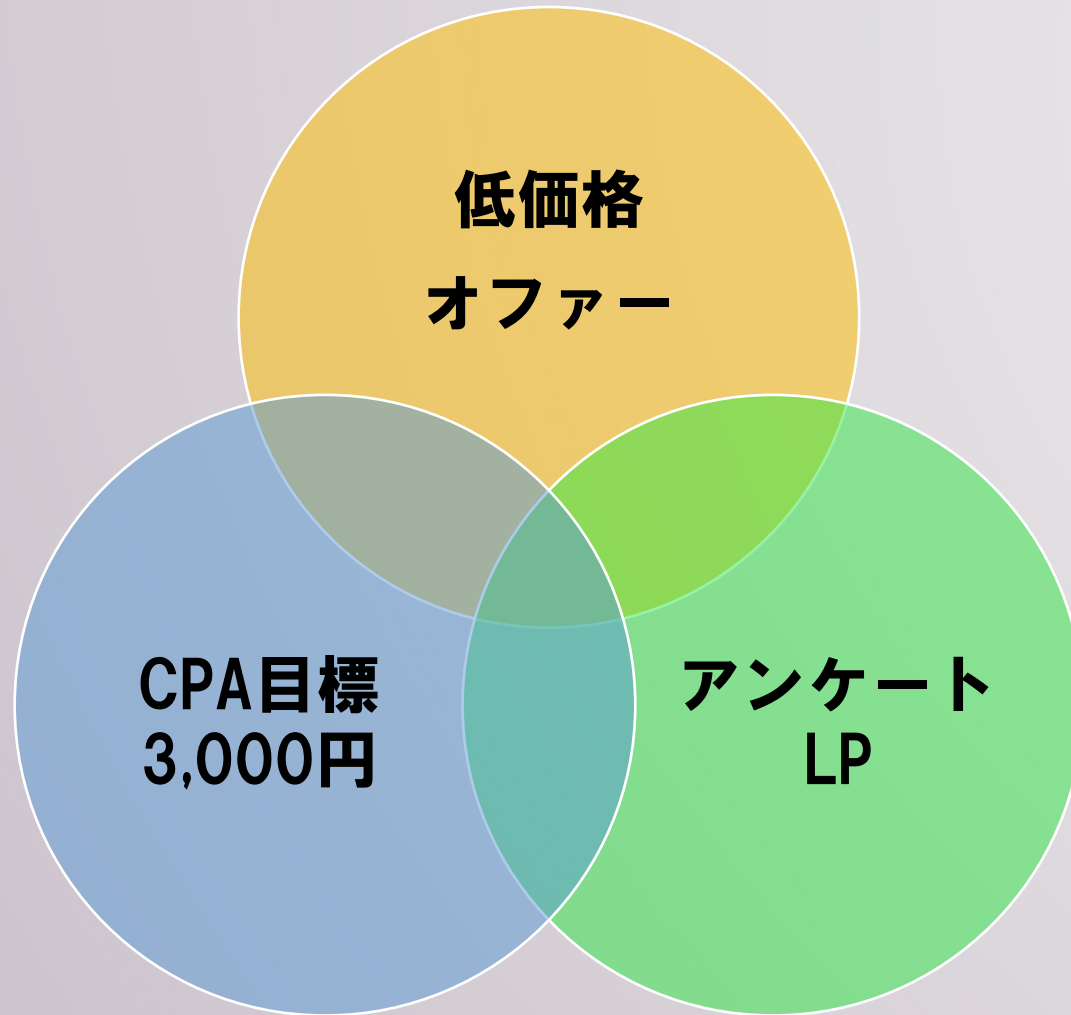
低価格モニター案件であれば、

1CRで数千万円枯れずに使え、クーポン面との相性◎

クリエイティブもシンプルなので制作工数は低め。

3. LINE広告の商材選定戦略

3. LINE広告の商材選定戦略



LINEヤフー