

みんなが使うLINEに広告を

LINE 広告

公式ガイドブック



LINE広告を
最もお得に使える
3か月間

はじめての出稿で必ずもらえるクーポン配布中！

**LINE広告
クーポン 12万円分**

新規に広告アカウントを作成し、期間中に広告出稿した方**全員に12万円分のクーポン**をプレゼント！
さらに、初出稿から翌月末までに合計30万円以上出稿した方には、
追加で13万円分のクーポン（合計25万円分）をプレゼントします！

適用条件

1. 以下のいずれかに該当する方

- ✓ キャンペーン期間中に新しく広告アカウントを作成された方
- ✓ これまで広告を出稿していない広告アカウントをお持ちの方

2. キャンペーン期間中にキャンペーンページから申し込み

3. 2025年9月30日（火）までにLINE広告の出稿※を開始

※ 出稿 = 費用が発生

キャンペーン期間

2025年6月5日（木）～8月31日（日）

付与時期・方法

出稿翌月の下旬ごろに、申し込み時に入力メールアドレスへ送付予定

キャンペーンの詳細はこちらから

詳細を確認する

目次

Chapter 1

LINE 広告とは

あらゆるビジネスの成長をサポート	2
業種・目的別の活用イメージ	3
独自の強み	4
SNS 広告のはじめの一步に最適	5
多彩な配信面でアプローチ	6
精度の高いターゲティング	7
LINE 広告の仕組み	8

Chapter 2

広告予算の考え方

LINE 広告の料金体系の特徴	9
LINE 広告の3つの課金方式	10
適切な予算の目安	11

Chapter 3

広告の運用

実際の広告運用イメージ	12
広告画像の作り方	13

Chapter 4

無料運用サポート

LINE 広告 初期設定代行サービス	14
--------------------	----

Chapter 5

広告配信までのスケジュール

配信までは4ステップ	15
配信までに審査は2回	16

Chapter 6

活用事例

株式会社Aoba-BBT	17
株式会社レリアン	18

Appendix

付属資料

お役立ちリンク集	19
----------	----

あらゆるビジネスの成長をサポート

LINE広告は、幅広い世代のユーザーが日常的に利用するLINEに広告を配信できるサービスです
9,800万人※に届く**圧倒的なリーチ力**が大きな強みで、さまざまな業種・規模のビジネスで活用されています

月間
9,800万人
が利用

30代が絶賛の見惚れる素肌。
お試しセットが70%OFF

AD・LINE Cosme



※LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2025年3月末時点

LINE広告とは 業種・目的別の活用イメージ



EC × コスメ

目的

Web限定トライアルセットの販売を促進したい

活用

20～40代女性で、コスメに関心があるユーザーに対し、Web限定キャンペーンを訴求する広告を配信



EC × 健康食品

目的

定期購入サプリメントの新規顧客を増やしたい

活用

50代以上の男女で、サプリメント・健康食品に関心があるユーザーに対し、初回特典を訴求する広告を配信



学習塾

目的

周辺地域の受験生を冬季講習の無料体験に集客したい

活用

塾から半径 3km 圏内に居住する受験生とその親を対象に、無料体験を訴求する広告を配信



人材・採用

目的

転職サイトの会員数を増やしたい

活用

転職に関心があるユーザーを対象に、転職サイトの会員登録を訴求する広告を配信

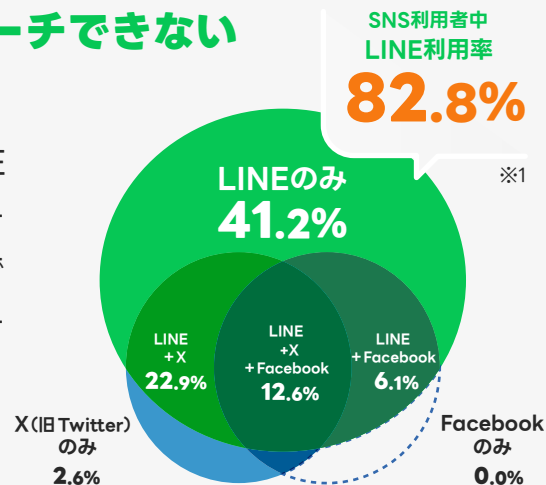


※広告は全てイメージです

LINE広告とは 独自の強み

ほかのSNSではリーチできない ユーザーに届く

SNS利用者のうち、LINEのみを利用するユーザーが40%超。ほかのSNSではリーチできないユーザーにも広告が届きます



ターゲティングの精度が高い

膨大な行動データを基にした精度の高いターゲティングが可能です

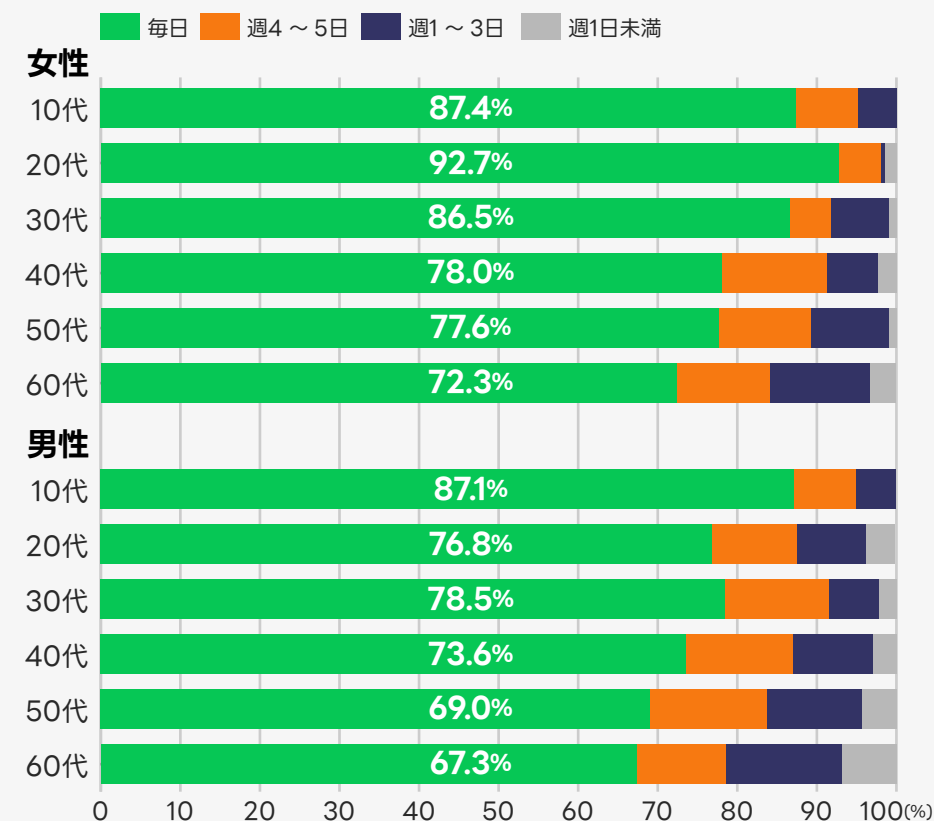
▶ 詳細はP7



幅広いユーザー層にアプローチできる

LINEを「毎日利用する」と回答したユーザーがすべての年代で6割以上。幅広いユーザー層にアプローチできます

LINEユーザー属性（性年代別の利用頻度）※2



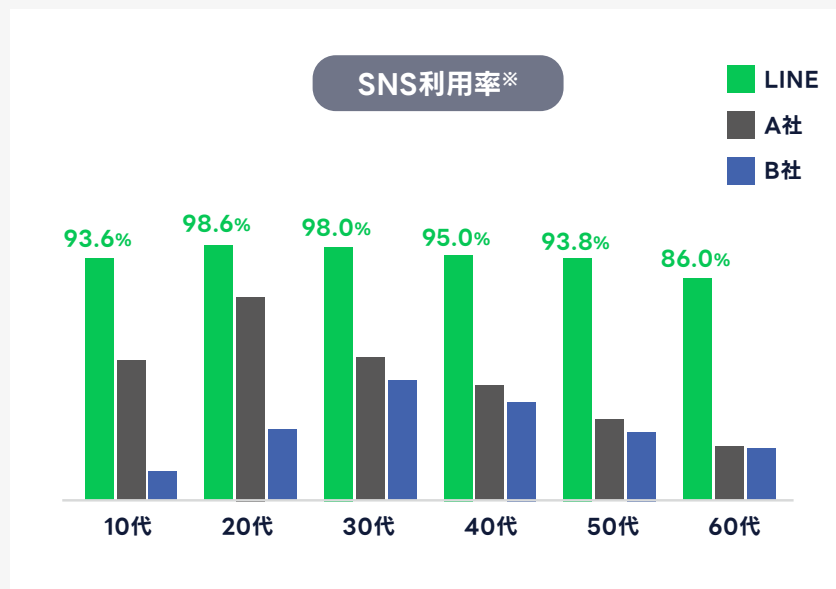
※1 インターネット調査(2022年7月実施/全国15～69歳のスマートフォンユーザーを対象/サンプル数20,000)

※2 調査委託先: マクロミル・インターネット調査(2022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。グラフはウェイトバックした数値)

LINE広告とは SNS広告のはじめの一步に最適

LINEは全ての世代で利用率が高く、あらゆる商材と相性がいいため、
「どのSNS広告を選べばいいかわからない」という方に特におすすめです

LINEは 全ての世代で最も利用率が高い



利用者が多い =あらゆる商材・ビジネスと相性がいい

	LINE	A社	B社
20代 女性向けコスメ	◎	○	△
30～40代 男性向けシャンプー	◎	○	○
60代向け サプリメント	◎	△	△
店舗ビジネス	◎	△	△

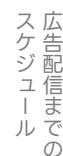
※ 出典：令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書（総務省情報通信政策研究所）

LINE 広告とは

広告予算の
考え方

広告の運用

無料運用
サポート



LINE VOOM

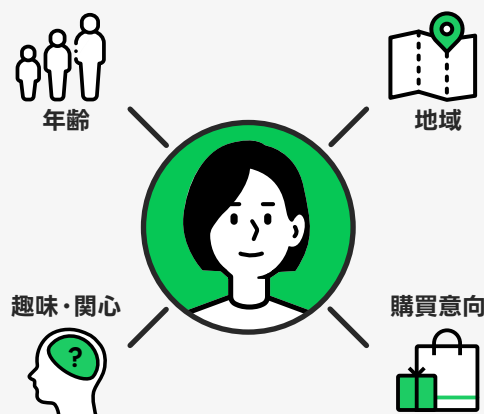


付屬資料

※ 2024年10月時点

LINE広告とは 精度の高いターゲティング

属性、趣味・関心で



ユーザーの性別、年齢、地域、趣味・関心、購買意向などを基にターゲティング※

例：不動産関連

- ・居住タイプ（戸建て・マンションなど）
- ・転居の可能性がある

オーディエンスセグメント配信
について



データを活用して

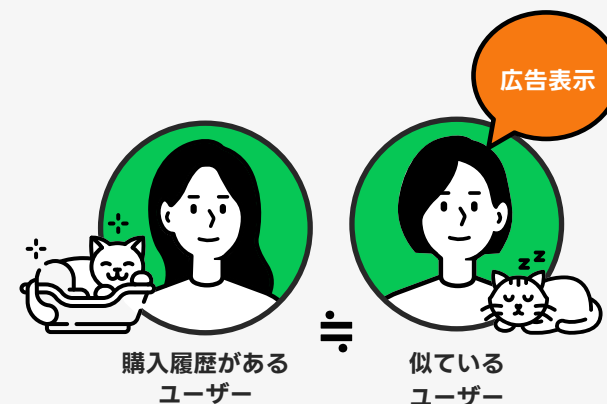


自社のWebサイトに来たことがある、自社の商品を購入したことがあるなど、特定のユーザーに効率よくターゲティング

オーディエンス配信について



似ているユーザーに



商品を購入したことがあるユーザーに似たユーザーを探し出してターゲティング

類似配信について

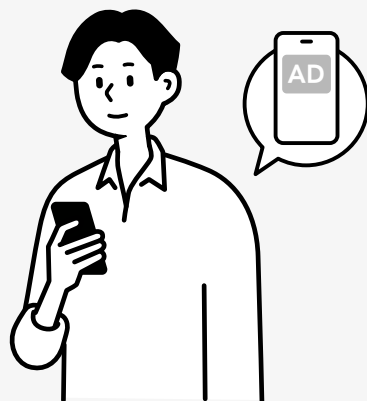


※これらのオーディエンスデータはLINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類した「みなし属性」および、実購買の発生した購買場所を「購買経験」として個人を特定しない形で参考としているものです（「みなし属性」にはOSは含まない）。「みなし属性」とは、LINEファミリーサービスにおいて、LINEユーザーが登録した性別、年代、エリア情報とそれらのユーザーの行動履歴、LINE内コンテンツの閲覧傾向やLINE内の広告接触情報をもとに分類したものです。（分類の元となる情報に電話番号、メールアドレス、アドレス帳、トーク内容等の機微情報は含まれません）なお、属性情報の推定は統計的に実施され、特定の個人の識別は行っておりません。また、特定の個人を識別可能な情報の第三者（広告主等）の提供は実施しておりません

LINE広告の仕組み

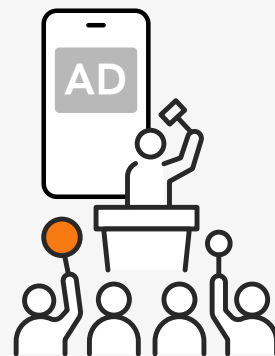
LINE広告は運用型広告です。広告掲載をめぐってオークションが行われ、最も高い入札価格の広告が掲載されます

1 ユーザーが LINEアプリの広告枠を表示



ユーザーがLINEのトークリスト（広告配信面）を閲覧したときに、広告枠が表示される

2 広告掲載をめぐり オークションが発生



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

3 広告が掲載



オークションに勝利した広告主の広告が掲載される

運用型広告とは（LINE広告）

広告掲載に決まった料金がなく、入札価格や掲載内容を柔軟に変えながら広告配信できる

予約型広告とは

広告が掲載される場所、掲載期間、価格が事前に決められている。広告配信後は内容を変更できない

▶ 入札価格…広告を1クリック、または1,000回表示するのに、広告主が支払ってもいい金額

LINE広告の料金体系の特徴

LINE広告には決まった料金や初期費用がなく、広告予算は自由に設定できます
小規模のビジネスから大規模なプロモーションまで、目的や予算に合わせて柔軟な広告出稿が可能です

POINT 01

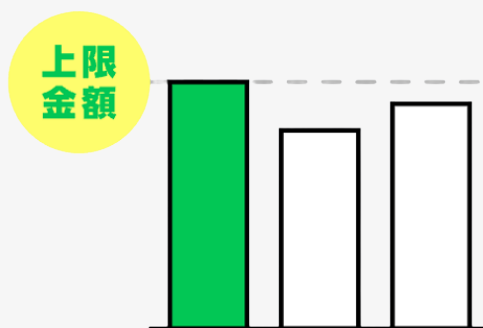
金額を
自由に設定可能



広告配の目的や予算に合わせて、使用する金額を自由に設定できます

POINT 02

上限金額を
設定できて安心



事前に予算の上限金額を設定できるため、少額の予算から安心して始められます

POINT 03

後から金額を
変更できる



広告配信を始めた後に金額変更することも可能で、成果に応じて予算を増減したり、柔軟な運用ができます

LINE広告の3つの課金方式

LINE広告では、費用が発生するタイミングは課金方式によって異なります
金額は自由に設定でき、クリック課金なら「1クリックの上限40円」のように設定します

課金方式 その1

クリック 課金

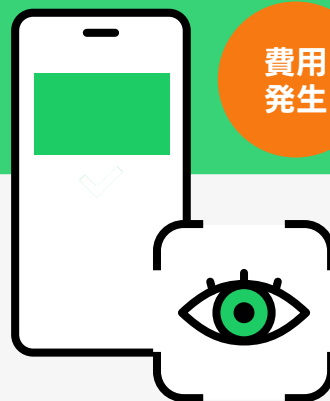


費用
発生

ユーザーが広告をクリック
したときに費用が発生

課金方式 その2

インプレッション 課金

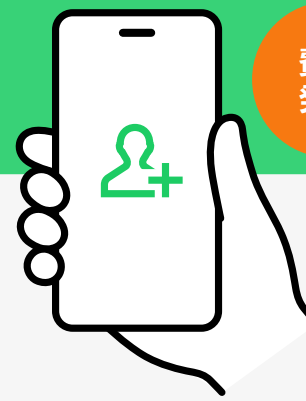


費用
発生

ユーザーが広告を見たとき
(インプレッション) に費用
が発生

課金方式 その3

友だち追加ごとに 課金



費用
発生

友だち追加ごとに費用が
発生する従量課金制※

※友だち追加ごとに課金は、LINE公式アカウントの友だちを増やす目的の広告メニュー限定の課金方式です

適切な予算の目安

広告にかける予算は、成果1件あたりにかけてもいい費用と、目標成果数をもとに算出しましょう



転職サイト

求職者の
会員登録を増やしたい

会員登録
1件あたりの費用

500円

×

目標
会員登録数

400件

=

広告予算

200,000円/月



学習塾

体験授業の
申し込みを増やしたい

申し込み
1件あたりの費用

1,400円

×

目標
申し込み数

50件

=

広告予算

70,000円/月



フィットネスジム

チラシの代わりにWebサイトで
キャンペーン情報を伝えたい

Web集客
1クリックあたりの費用

50円

×

目標
クリック数

1,000回

=

広告予算

50,000円/月



ガソリンスタンド

LINE公式アカウントの
友だちを増やしたい

友だち追加
1人あたりの費用

200円

×

目標
友だち追加数

150人

=

広告予算

30,000円/月

よく使う
広告用語

- ▶ CPA …コンバージョンを1件獲得するのにかかる費用。CPAの詳細は [コラムで解説](#)
- ▶ コンバージョン… 広告の目的として設定した成果（購入、申し込みなど）が達成されたこと

実際の広告運用イメージ

広告運用では、目的と予算、配信したいターゲット、ユーザーに表示する広告の3つを設定します

目的と予算を決める

広告配信によって何を達成したいか、どれくらいの予算をかけるかを設定

目的例

女性専用フィットネスジムの新規会員を増やしたい

その他の目的例

- ・商品・サービスの販売促進
- ・自社Webサイトへの集客
- ・LINE公式アカウントの友だち数増加

予算例

- ☒ **全体予算** 月の上限5万円
- ☒ **1日予算** 上限2000円
- ☒ **入札単価** 広告1クリックにかかる上限単価を36円に設定

ターゲットを設定

どんなユーザー（性別、年齢、趣味・関心など）に広告を配信したいかを設定

ターゲット例

フィットネスに関心がある店舗近隣の女性ユーザー



- ☒ **性別** 女性
- ☒ **年齢** 21歳～49歳
- ☒ **地域** 店舗から半径1km以内に居住、または働いている
- ☒ **趣味・関心**
 - ・ダイエット
 - ・フィットネス
 - ・ヨガ
 - ・ランニング

広告を設定

ユーザーに表示する画像（クリエイティブ）、説明文、ランディングページを設定

広告例



画像

説明文

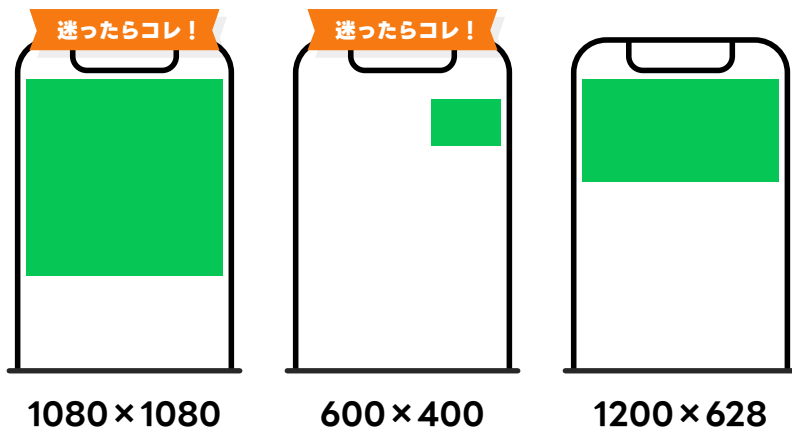


ランディングページ
(クリック後に遷移するページ)

広告画像の作り方

広告画像の作成に困ったら、デザイン初心者でも簡単に画像が作れるLINE Creative Labを活用しましょう

多様なフォーマット・サイズ



広告画像（動画）は、掲載面にあわせて複数のサイズがあります。どれから作ればいいのか迷ったら、主要な配信面に対応する「1080×1080（正方形）」と「600×400（横長）」を用意するのがおすすめです

サイズの一覧はこちらのコラムから



LINE Creative Labで簡単に作れる！

■ 豊富なテンプレート

250点以上の豊富なテンプレートから選んで、カスタマイズが可能



■ 自動生成

画像とテキストを入力するだけで複数フォーマットの画像を自動で作成



■ クイックトリミング

規定のサイズに合わせて最大15枚の画像を一度に複数サイズに調整



LINE Creative Lab



画像作成が難しいときは

**初期設定
代行サービス**

LINE広告初期設定代行サービス（P16）は、専門スタッフが広告画像2枚を無料で作成します。作り方がわからない、リソースが足りないなど、自社で作成が難しい場合、初期設定代行サービスの利用をおすすめします。

LINE広告 初期設定代行サービス

広告配信の設定が不安な方には、**無料の初期設定代行サービス**がおすすめです。専門スタッフが配信設定から広告画像（2枚）の作成、広告配信までを代行するため、Web広告が初めての方でもスムーズに運用ができます

＼ 無料 ／

面倒な設定を全部
プロにおまかせ！

広告配信の目的、ターゲット、予算などをお伺いし、
最適な配信設定を専門スタッフが代行

広告配信までの流れ

キャンペーンの
作成

（目的・予算の設定）

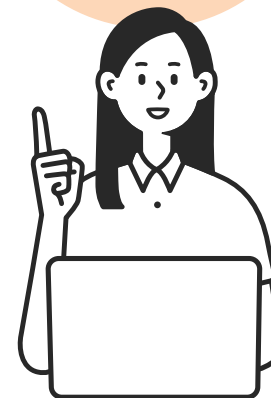
広告グループの
作成

（ターゲットの設定）

広告画像の
作成

広告審査

あとは
配信だけ！



活用事例

明治大学

インハウスでLINE広告を運用するにあたりサービスを利用。スムーズに広告を出稿でき、高いコストパフォーマンスでの運用に成功。LINE公式アカウントの友だち数は17万人を超え、大学公式アカウントでは“日本一”に



初めて広告を出す店舗や
小規模企業にとって
頼れるサービス

お申し込みはこちらから▼

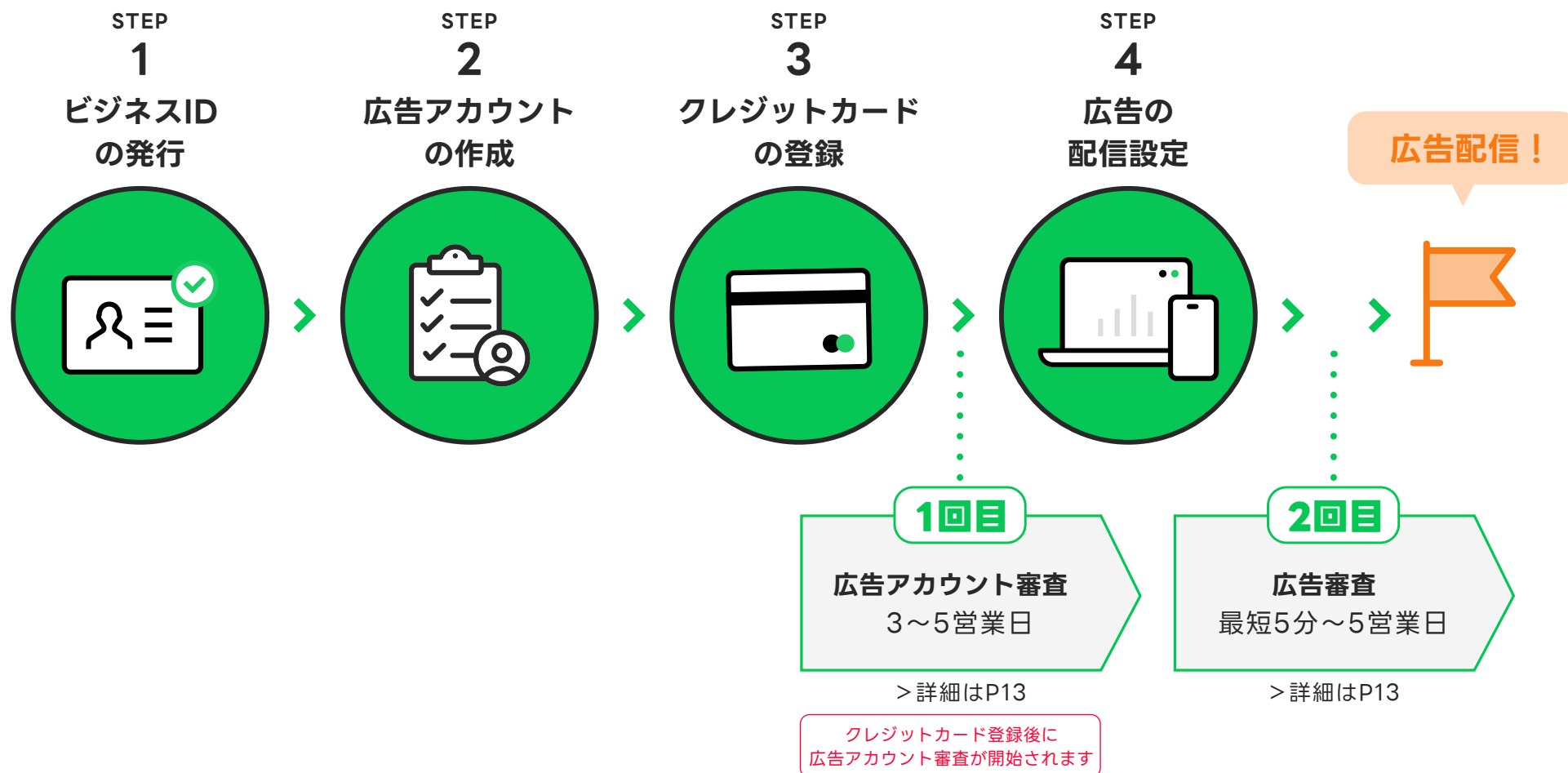


**LINE広告
初期設定代行サービス**

明治大学の事例を見る ▶ https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/meiji_university/

配信までは4ステップ

広告配信までは約10営業日を目安に、余裕を持ったスケジュールを立てることを推奨します



※審査にかかる日数は状況により異なります

※LINE広告の出稿までの詳細は[\[成果を出すLINE広告のはじめ方 やることチェックリスト\]](#)をご覧ください

配信までに審査は2回

広告配信までに審査が2回あり、広告アカウントの入力内容や広告表現が適切かチェックします

	1回目 広告アカウント審査	2回目 広告審査
審査の概要	広告アカウントの作成時に入力された内容の審査を行います。入力間違いや設定条件を満たしていない場合、審査が否認になる可能性があります	広告クリエイティブと合わせて遷移先のランディングページの審査を行います。タイトル・ディスクリプションも広告審査の対象です
審査タイミング	広告アカウントを作成し、請求先情報にクレジットカードを登録後	広告アカウントが承認済みで、キャンペーン、広告グループ、広告を作成した後
審査の対象	☐ 請求先情報 ☐ 商材情報 ☐ 広告主情報 ☐ 基本情報 など	☐ クリエイティブ ☐ アクションボタン ☐ タイトル、ディスクリプション ☐ ランディングページ など
日数	3～5営業日	最短5分～最大5営業日
主な注意ポイント	1. 広告主の正式名称に不備がないか 2. ウェブサイトは広告主に関連するページか 3. 広告で使用する商材と広告アカウントカテゴリーが一致しているか	1. 広告クリエイティブは入稿規程に合っているか 2. ガイドラインに抵触する表現になっていないか 3. ランディングページと広告で表現している内容が相違ないか

活用事例 1 株式会社Aoba-BBT

クリック単価4円、サイト流入数は4倍に 初めてのLINE広告で集客に成功した大学の認知施策



業種 教育

商材・サービス

オンライン大学「ビジネス・ブレイクスルー大学」



目的

BBT大学のWebサイトへの
流入数を増やし、**認知度**を高めたい

成果

Webサイト流入数が
4倍に増え、
資料請求数も増加

+

ほかのWeb広告媒体より
安価な
平均クリック単価4円

施策 1

初期設定代行サービスを活用

ターゲティング設定などを
専門スタッフにおまかせ



**スピーディーな
広告配信**を実現

施策 2

広告画像ごとにユーザーの反応を分析し、
ターゲットを**徐々に絞り込み配信**



お客さまの声

新たに多くのユーザーに本学
を知ってもらうことができ、
学生募集において大きな『起
爆剤』となったと実感してい
ます。また、CPCは平均4円
と、非常に格安でとても驚き
ました

株式会社Aoba-BBT
ビジネス・ブレイクスルー大学
ユニバーシティ事業本部

下村光城 氏



活用事例 2 株式会社レリアン

友だち追加単価を40%削減し購入ユーザー1.5倍 LINE広告の運用代行で効果改善に成功したアパレルブランド

Leilian
Dress to meet you



業種 アパレル

商材・サービス 婦人既製服



LINE広告とは

広告予算の
考え方

広告の運用

無料運用
サポート広告配信までの
スケジュール

活用事例

付属資料

目的

新規顧客獲得のために、
LINE公式アカウントで
購買意向の高い友だちを増やしたい

成果

LINE広告の「友だち追加」の活用で、
LINE公式アカウントの友だちを
1人あたり約50円の広告費用で増やすことに成功

+

LINE公式アカウント経由で
商品購入したユーザーが
前年比で約**1.5倍**に増加

施策 1

類似配信機能を活用して、

「**高いエンゲージメントが期待できるユーザー**」へ**友だち追加**を促す広告を配信



LINE公式アカウント

レリアンのLINE公式アカウントでメッセージ配信を
「クリックしたユーザー」はブランドへのエンゲージ
メントが高い



データを活用



LINE広告

「LINE公式アカウントのメッセージ配信をクリック
したユーザー」に似ているユーザーに絞って広告配信。
広告画像は利用シーンがイメージしやすいコーデ
ィネート系

お客さまの声

これほど少ない費用で、こんなに友だちを増
やすことができることに驚きました

株式会社レリアン
デジタルマーケティング部係長
伊藤美香 氏



友だちが増えることで売り上げや顧客単価
のアップにつながるということをデータで
示して、店舗スタッフの友だち追加のモチ
ベーションを上げていきたいです

株式会社レリアン
デジタルマーケティング部課長
壁谷しおり 氏



この事例記事をすべて読む ▶ <https://www.lycbiz.com/jp/case-study/line-ads/leilian/>

お役立ちリンク集

まずはここから！

LINE広告を始める

LINE広告のアカウント作成は
こちらのページから



LINE広告
サービスページ



活用方法を知りたい

自社での活用方法を知りたい
などお気軽にお問い合わせください



お問い合わせ



配信設定が難しい

LINE広告を初めて出稿いただく
お客さまを対象に、配信に必要な設定を代行



初期設定
代行サービス



運用ノウハウの蓄積

正しい初期設定と継続的な運用・改善の
ノウハウをまとめた無料キット



LINE広告
スターターキット



審査の詳細について

LINE広告の審査の種類、審査状況の
確認方法などを解説



LINE広告
審査の基本



各種機能の使い方

アカウント作成、広告配信の設定に
ついての詳細はこちら



LINE広告
オンラインマニュアル

