

LINE広告の基礎知識



／ PrimeNumbers

目次

概要	3
広告配信面	6
キャンペーン目的	16
ターゲティング	18
配信実績	22
まとめ	25
会社概要	26

概要

／ Prime Numbers

／ SNSとしてのLINE

■LINEとは

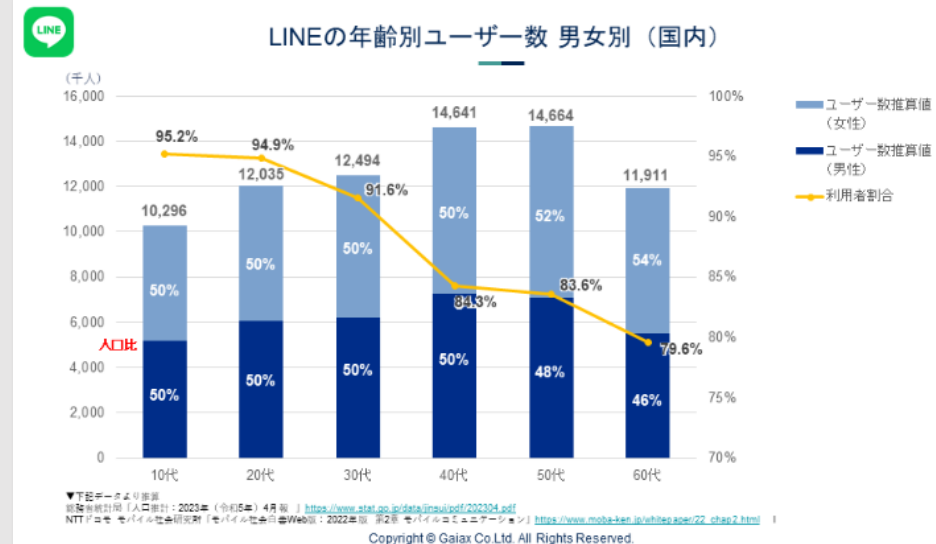
チャット形式で気軽にメッセージや画像・動画などをやりとりできるSNS。

日本国内では最大のユーザー数を持っており、2023年3月時点で9,500万人の利用者がいる。他のSNSは利用していなくてもLINEは利用しているというユーザーも多い。

メールや電話に代わる主な連絡手段として用いられており、**生活インフラ化している。**

■特徴

- ・全世代で幅広く利用されている。
- ・他のユーザーへの情報発信がメインの他のSNSとは異なり、
メインの機能”トーク”では個人間の連絡が主な目的とされている。
→やりとりの内容は他の人に公開されず、拡散されることはない。



運営会社	LINEヤフー株式会社
国内月間アクティブユーザー	9,500万人(2023年3月)
年齢	全年代で利用率が高い
性別	大きな差はない

▲LINEの基本情報

／ 広告媒体としてのLINE

■LINE広告とは

LINEコンテンツ内のさまざまな面に配信できる広告。

LINEは幅広い世代で利用されておりユーザー数が多いため、他のSNSに比べて広告の配信ボリュームが大きい。

他のSNSではリーチできないユーザーにもアプローチ可能で、新規顧客の開拓が可能。

▼配信面

トークリスト/LINE NEWS/LINE VOOM/ウォレット/LINEマンガ/LINEポイントクラブ/LINEチラシ/LINEクーポン/LINEマイカード/LINEショッピング/
LINE広告ネットワーク/ホーム/LINE Monary/LINEレシート/LINEオープンチャット/LINEファミリーアプリ/LINE公式アカウント

※2024年1月現在

→配信面は自由に選択可能。

▼キャンペーン目的

ウェブサイトへのアクセス/ウェブサイトコンバージョン/アプリのインストール/アプリのエンゲージメント/動画の再生/友だち追加/商品フィードから販売

広告配信面

／ Prime Numbers

／ 広告配信面

■トークリスト

LINEのトークリスト最上部の枠に広告が表示される。

広告をクリックすると商品・サービスのランディングページに遷移する。

最もアクティブ性の高いトーク画面の最上部に広告が表示されるため、

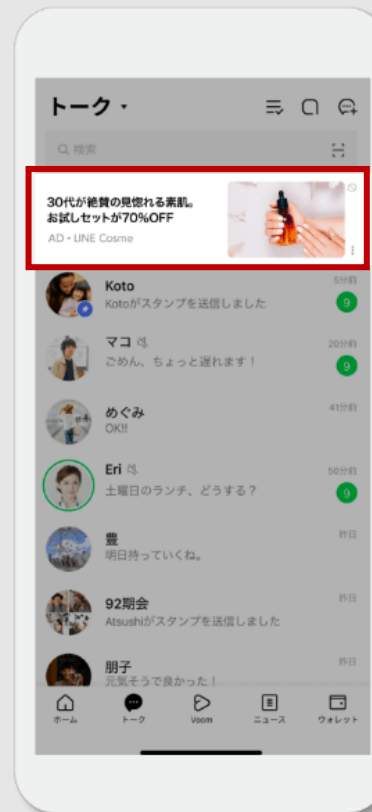
大規模なプロモーションに活用できる。

■LINE NEWS

「LINE」アプリ内のニュースページ（ニュースタブなど）から流入する記事一覧ページ・アカウントメディア内に配信される。

月間ユニークユーザー約7,700万人以上と高いアクティブユーザー数が特長。

▼トークリスト



▼LINE NEWS



／ 広告配信面

■ LINE VOOM

アプリ内“VOOMタブ”から利用できる、縦型のショート動画を投稿・閲覧できる機能。ユーザーの投稿に挟まれる形で広告が配信される。

LINE VOOM訪問ユーザー6,800万人以上のうち4,900万人以上は月に1回以上LINE VOOM上の広告に接触している(2019年8月時点)というデータもあり、多くのユーザーへのリーチが期待できる配信面。

■ ウォレット

モバイル送金・決済サービス「LINE Pay」をはじめとするLINE内のあらゆるお金のやりとりや管理を行う機能。アプリ内“ウォレットタブ”から利用できる。中央にある広告枠に配信される。

▼ LINE VOOM



▼ ウォレット



／ 広告配信面

■LINEマンガ

スマートフォンやタブレットで気軽にマンガ作品が楽しめる電子コミックサービス。2013年のサービス開始以降、国内マンガアプリの累計ダウンロード数No.1を独走している。

アプリ内の広告枠に配信される。

■LINEポイントクラブ

LINEポイントは、LINEの各種サービスの利用、LINEポイントクラブでのLINE公式アカウント友だち追加や動画視聴などで貯めることのできるLINEのポイントサービス。

画面をスクロールすると表示される広告枠に配信される。

▼LINEマンガ



▼LINEポイントクラブ



／ 広告配信面

■LINEチラシ

これまでオフラインでの配布が中心だった折込チラシをユーザーの興味関心・生活エリアに合わせてパーソナライズされた状態で「LINE」を通じて配信する、スマートフォンに最適化したデジタルチラシサービス。

チラシに挟まる形で広告が配信される。

購買意欲の高いユーザーにアプローチ可能。

■LINEクーポン

全国約50,000店舗のショップで画面を提示するだけで利用できるクーポンサービス。ユーザー層は女性が70%で、全体の6割を占める40～50代をボリュームゾーンとしながら幅広い年齢層のユーザーに利用されている。普段からお得情報に敏感な**40～50代女性をメインターゲットにした広告リーチ**を実現できる。

▼LINEチラシ



▼LINEクーポン



／ 広告配信面

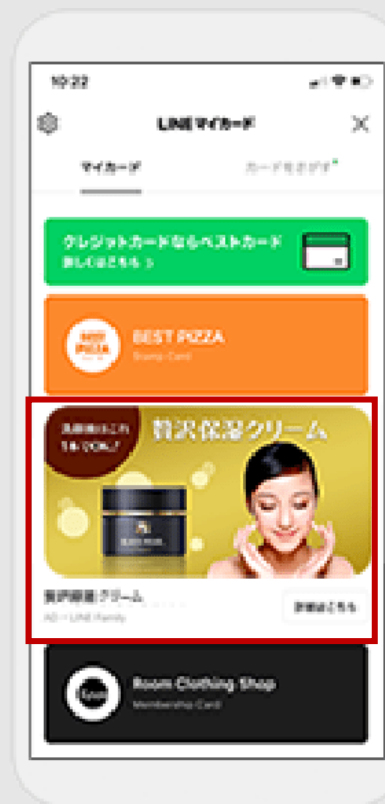
■LINEマイカード

お店のポイントカードや会員証などを、LINEアプリの中でまとめて管理できるサービス。登録ユーザー層は女性が約6割、男性が約4割で、10代後半から50代以降まで幅広い年齢層のユーザーに利用されている。暮らしやお得情報への感度が高いあらゆる世代へリーチ可能。

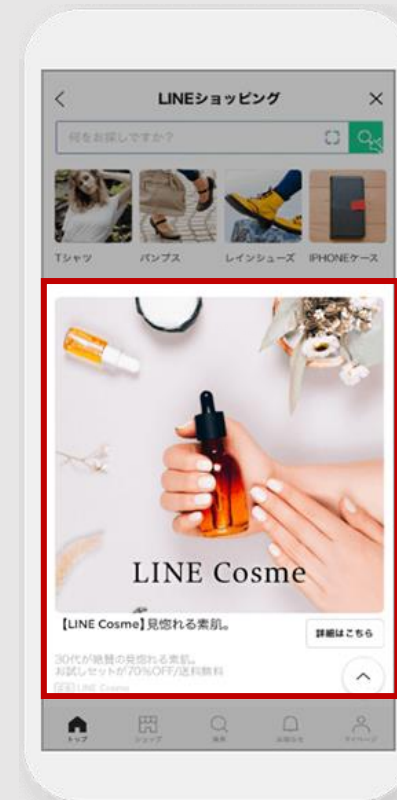
■LINEショッピング

ファッションや雑貨をはじめ、スポーツ、インテリア、家電、コスメなど約1,800ショップから、LINEアプリ上で商品を購入できるショッピングサービス。各ショップのトップページ・ページ下部の広告枠に配信される。

▼LINEマイカード



▼LINEショッピング



／ 広告配信面

■LINE広告ネットワーク

11,000（2023年9月末時点）を超える様々なアプリメディアの幅広いユーザーへ配信が可能なネットワーク広告。電子書籍、ゲーム、SNS、ニュース・天気、カメラ、金融、健康、便利ツールなどのアプリの広告枠に配信される。膨大なデータを活用したターゲティングが可能。

■ホーム

LINEアプリ内「ホーム」タブに広告が掲載される。友だちリスト、スタンプショップなどのコンテンツの下部にある広告枠に配信される。

▼LINE広告ネットワーク



▼ホーム



／ 広告配信面

■LINE Monary

節約・保険・投資など、お金にまつわる幅広いテーマの知識を深めるコンテンツを提供するサービス。ユーザー層は女性が60%で、20~40代をボリュームゾーンとしながら幅広い年齢層のユーザーに利用されている。普段からお得情報に敏感な**30~40代女性**に加えて、金融に興味がある**20代~30代**をメインターゲットにした広告リーチを実現。

■LINEレシート

レシートを登録することにより家計の支出管理やお店の価格比較ができる日々のお買い物をサポートするサービス。ユーザー層は主婦である30-50代女性をボリュームゾーンとしながら幅広い年齢層のユーザーに利用されている。**節約やポイ活に興味関心が高い層をメインターゲットにした広告リーチが可能。**

▼LINE Monary



▼LINEレシート



／ 広告配信面

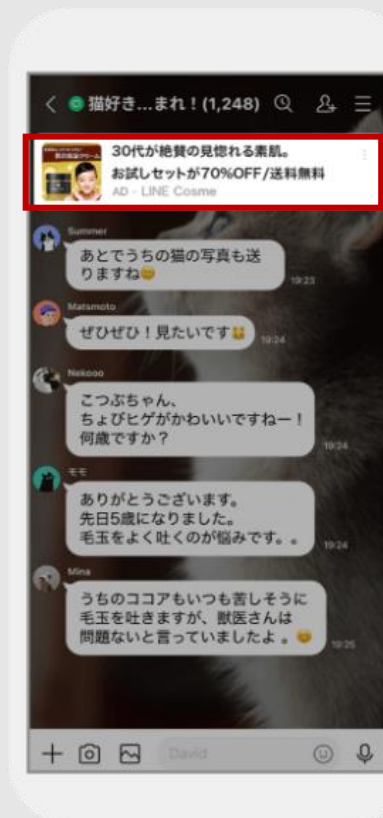
■LINEオープンチャット

年代や趣味など共通点がある人同士でトークや情報交換ができるチャットサービス。トーク画面の上部にある広告枠に広告が配信される。

■LINEファミリーアプリ

LINEのサービス名称で展開するゲーム、ツール、カメラ、アバターコミュニケーションなどのさまざまなアプリメディアを束ねる配信先。幅広いユーザーへ配信が可能で、LINE広告ネットワーク同様に月間アクティブユーザー9,600万人以上のLINEが生み出す膨大なデータを活用したターゲティングが可能。

▼LINEオープンチャット



▼LINEファミリーアプリ



／ 広告配信面

■LINE公式アカウント

LINE公式アカウントのメッセージ内に掲載される広告。

「LINE公式アカウント」は、LINE上で企業や店舗がアカウントをつくり、友だち追加したユーザーと継続的且つ双方向の深い繋がりを生み出せるサービス。

※LINE公式アカウントのオーナーが設定した場合のみ、広告が配信される。

■LINEエンタメアカウント

LINEエンタメアカウントのトークルーム上部に表示される。

エンタメアカウントとは、LINE公式アカウントのうち芸能人やアイドルなど様々な分野で活躍するクリエイターが運用しているものを指す。

エンタメに興味がある層にリーチ可能。

▼LINE公式アカウント・LINEエンタメアカウント



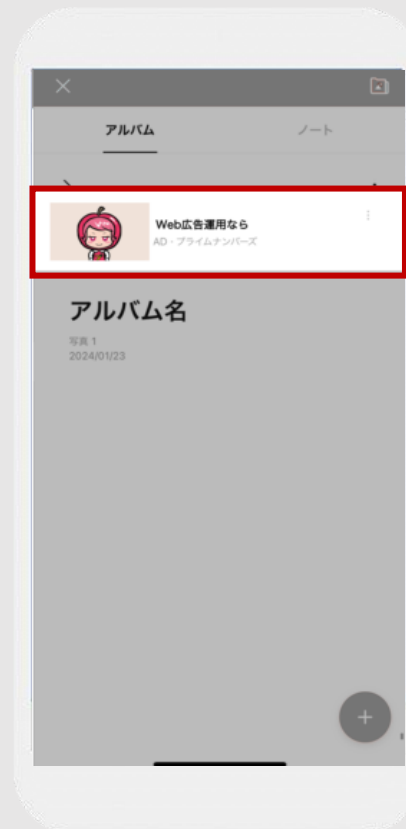
／ 広告配信面

■ アルバム

LINEグループの”アルバム”の上部にある広告枠に配信される。

”アルバム”は日本のLINEアプリユーザーの1/3以上（2023年12月末時点）が使用し日常的に訪れる場所であるため、多くのユーザーへのリーチが期待できる。

▼ アルバム



広告配信目的

／ Prime Numbers

／ 広告配信目的

■ 広告配信目的一覧

目的	利用推奨場面
ウェブサイトへのアクセス	ウェブサイトへのアクセス数を増やしたい場合
ウェブサイトコンバージョン	ウェブサイトの中で行われる購入や資料請求などを増やしたい場合 コンバージョン数を最大化させる自動入札を利用して配信を行いたい場合
アプリのインストール	アプリのインストール数を増やしたい場合 インストール数を最大化させる自動入札を利用して配信を行いたい場合
アプリのエンゲージメント	オープンや購入など、アプリ内のエンゲージメントイベントを増やしたい場合
動画の再生	広告用の動画を多くの人に見てもらいたい場合 (動画の3秒再生数・100%再生数を最大化させる自動入札を利用する場合)
友だち追加	LINE公式アカウントを運用しており、友だち数を増やしたい場合
商品フィードから販売	ウェブサイトを訪れたりアプリを利用した人が興味を示した商品を広告に表示し、 購入を促したい場合

ターゲットティング

／ Prime Numbers

／ターゲティング

■ターゲティング一覧

ターゲティング	詳細
地域ターゲティング	配信・除外する地域を【都道府県・市区町村単位】で指定
性別ターゲティング	【すべて】【男性】【女性】から選択
年齢ターゲティング	【設定なし/15/20/25/30/35/40/45/50】または【14/19/24/29/34/39/44/49/設定しない】から選択
OSターゲティング	【すべて】・【iOS】・【Android】から選択
オーディエンスリストターゲティング	広告主の保有している顧客情報などのデータやユーザーの実行動からオーディエンスリスト（カスタマーリスト）を作成してターゲティングに設定
詳細ターゲティング	「趣味関心」「行動」「属性」のカテゴリの中から指定
自動ターゲティング	広告をクリックしたユーザーの情報をもとに、広告をクリックする可能性の高いユーザーをLINEが自動的にターゲティングする機能

／ターゲティング

■作成可能なオーディエンスリスト（カスタマーリスト）

種類	詳細
ウェブトラフィックオーディエンス	特定のウェブサイトを訪れたユーザーや、会員登録などに至ったユーザーなどをリスト化
モバイルアプリオーディエンス	アプリ内で特定のイベント（カート追加、チュートリアル完了など）が発生したユーザーをリスト化
IDFA/AAIDアップロード	保有しているIDFA/AAID（特定のOSがインストールされた端末に付与される固有のID）データをもとにオーディエンスをリスト化
電話番号アップロード	会社で保有している電話番号データをもとにオーディエンスをリスト化
メールアドレスアップロード	会社で保有しているメールアドレスデータをもとにオーディエンスをリスト化
LINE公式アカウントの友だちオーディエンス	自社が保有しているLINE公式アカウントを友だち登録したユーザーをリスト化
動画視聴オーディエンス	広告にて配信した動画を視聴したオーディエンスをリスト化
画像クリックオーディエンス	過去に広告で配信した特定の画像をクリックしたオーディエンスをリスト化
類似オーディエンス	上記の各リストをもとに、そのリスト内のユーザーと行動が似ているユーザーをリスト化

／ ターゲティング

■ 詳細ターゲティング（一部抜粋）

興味関心	行動	属性	購買意向
ファッション	キャリアの変更	配偶者	自動車・バイク
食べ物飲み物	コンバージョン	子供	美容・コスメ
自動車・バイク	ゲームプレイタイプ	居住タイプ	暮らし・子育て
暮らし・子育て	モバイル端末の変更	推定収入	ファッション
美容・コスメ	ネットワークの利用状況	職業	小売
金融	購買経験	誕生日	食べ物飲み物
不動産	転居	携帯キャリア	健康
教育・学習・資格	テレビ視聴頻度	業種	金融
インテリア・生活用品	住宅展示場を訪れた可能性が高い	-	書籍・マンガ
求人	ゴルフ場を訪れた可能性が高い	-	インテリア・生活用品
ニュース・政治	-	-	スポーツ用品
エンタメ	-	-	デジタル機器・家電
旅行	-	-	旅行

※詳細ターゲティングの一覧資料は[こちらからダウンロードいただけます](#)

（プライムナンバーズHP 資料ダウンロードページに飛びます）

配信実績

／ Prime Numbers

／ 配信実績

■ 配信実績①

商材：健康食品

コンバージョン：商品購入

※弊社の過去の配信実績をもとに作成。※ 1ヶ月間の成果

ターゲティング	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	コスト	CV	CV率	CV単価
興味関心	221,937	1,312	0.59%	¥16	¥21,300	0	0.00%-	
オーディエンスリスト	287,241	2,340	0.81%	¥25	¥58,945	31.9	1.36%	¥1,848
自動ターゲティング	302,941	4,008	1.32%	¥9	¥34,341	0	0.00%-	

- ・ **自動ターゲティング**を使用した広告グループで最も安価にクリックが獲得できている。
- ・ 興味関心ターゲティングもクリック単価が安く、**商材に合ったカテゴリを選択すれば効率の良いサイト誘導が期待できる。**
- ・ オーディエンスリストを用いた配信ではコンバージョンが獲得できており、**既存顧客にアプローチすることでよりコンバージョン獲得を狙うことができる。**

／ 配信実績

■ 配信実績②

商材：結婚相談所

コンバージョン：電話による問い合わせ獲得

※弊社の過去の配信実績をもとに作成。※1ヶ月間の成果

ターゲティング	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	コスト	CV	CV率	CV単価
地域 & 興味関心	508,343	2,004	0.39%	¥24	¥48,976	8	0.38%	¥6,361
地域 & リマーケティング	40,795	288	0.71%	¥26	¥7,549	3	1.15%	¥2,288

- ・相談サービスを受けるためには相談所に来場することが必要なため、**来場可能な地域をターゲティング**して配信。
- ・リマーケティンググループでは、お問い合わせフォームに来院したことがある人・ホームページに来院したことがある人のリストを作成しターゲティングした。
- ・**クリック単価は興味関心グループの方が安い**が、**リマーケティングの方がCV単価が安く**獲得効率の良い配信となっている。
→新規顧客の開拓も既存顧客へのアプローチも行うことができ、どちらでもCVの獲得を狙うことができる。

／まとめ

LINE広告は一

・ユーザー数が多い

→SNSの中でも利用者数が多く、幅広いユーザーへのリーチが可能。

→SNSをあまり利用していないがLINEは利用するという人も多く、他のSNSではリーチできないユーザーにもアプローチ可能で、新規顧客の開拓に適している。

・配信面が多い

→LINEアプリの各コンテンツやファミリーアプリ、アドネットワークなどLINEアプリ内外の様々な配信面に掲載可能。

→広告主側で配信面を指定することはできない。LINEによって最適化される。

・緻密なターゲティングが可能

→詳細ターゲティングで興味関心、行動、属性を細かく設定できる。

→広告主独自の情報を用いて8種類のオーディエンスリストを作成できるため、既存顧客にも着実にアプローチ可能。獲得目的で利用すると効果的。

→自動ターゲティングが利用できるため、ターゲティングを設定しなくてもクリック数を最大化することができる。



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>