

マンガで
わかる

友だちを集める 広告サービス

LINEの広告サービスを活用して、
LINE公式アカウントの友だちを増やす方法をマンガで解説！



ケース①
LINE広告の友だち追加で、
周年イベントに向けた
友だち獲得に成功した
ショッピングモールの話

うーん

宮城美香
ショッピングモール
「みどりの森」 宣伝担当

やっぱり
10000人から
伸びない

友だち数

1,029

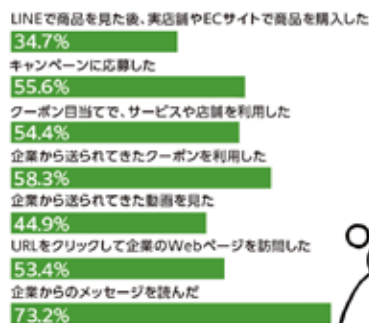
もう
2か月切っ
ていない
のっ
てる
！

2年前から始めた
LINE公式アカウント

チラシにQRコードを
つけたり店頭での声かけ
友だち数1000人までは
順調に伸ばしてきた



企業・店舗のLINE公式アカウントの
発信を受けたユーザー行動



LINEなら企業からの
メッセージも直感的にの
めつけられる。クーポンなど
を開くことも、来店を促進
するのにも効果的。

実際、LINEで告知
をしたイベントや
キャンペーンでの集客は
メルマガなど他の集客に
比べて圧倒的な集客力が
あり、リードも促進できる

結果として来店が
お客さんにとって
おもしろいこと
で、喜んでく
ると実感して
います。

うん



※ 調査委託先：マクロミル社・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2,060)

2P : ケース①

ショッピングモールのLINE広告 友だち追加活用

7P : ケース②

飲食店のLINE公式アカウント 友だち追加広告活用

17P : 友だち追加広告の配信例

※友達追加を促す広告サービスは2種類あり、LINE広告「友だち追加」と、LINE公式アカウント「友だち追加広告」をご提供しています。





今までの
施策から、
LINEは
リピート促進に
効果的なのは
実証済み！
これで友だちも増えれば...

LINEで見た商品だ！
LINEで見た商品だ！

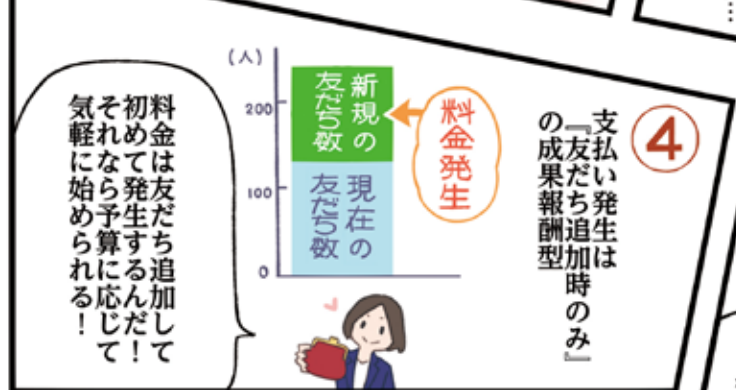


早速
配信準備したい
わね...
調べながら
ちよつと設定
してみるか



②
年齢・性別での
ターゲットインゲ

年齢や性別で
ターゲットインゲ
内容に合わせた
配信ができるし



④
支払い発生は
「友だち追加時のみ」
の成果報酬型

料金の発生

初めは友だち追加して
料金は発生するんだ！
それなら予算に応じて
気軽に始められる！



みどりの森
モール

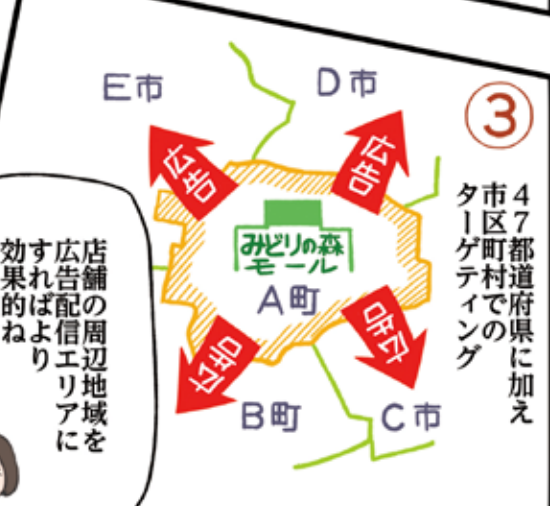
これなら
きつと、
来月の周年
イベントにも
早間に合う！
作って出稿
するわよ！



①
みなし
属性

「みなし属性」を
活用したさまざな
な
ターゲットインゲ

これはLINEならではの...
LINEやLINEの
フィアミリーサービスの
登録情報や行動履歴から
ユーザー属性を推測して
くれるのか！



③
47都道府県に加え
市区町村での
ターゲットインゲ

店舗の周辺地域を
広告配信エリアに
すればより
効果的ね



LINE for Business

サービス 事例 イベント・セミナー コラム 媒体資料 よくあるご質問

「友だち追加」……
友だちを獲得
するための
広告が出るの？

「友だち追加」とは
LINE広告を通じて
LINE公式アカウントの友達を
獲得する配信機能です。
自然な流入で自社の商材や
サービスに興味・関心の高い
友だちが集まります。



これなら9300万人の
うちのモジュールに興味・関心は
あるけど来館したことが
ない見込み客にも
アプローチできる！

ドン!

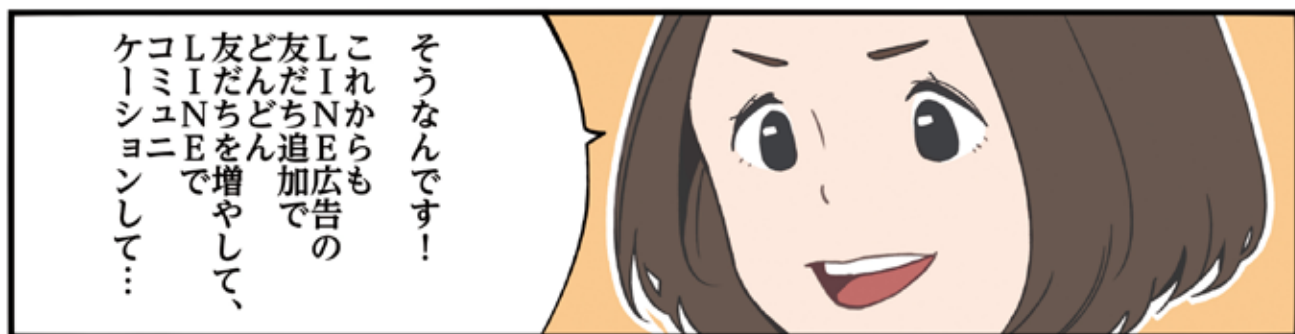
LINE NEWS

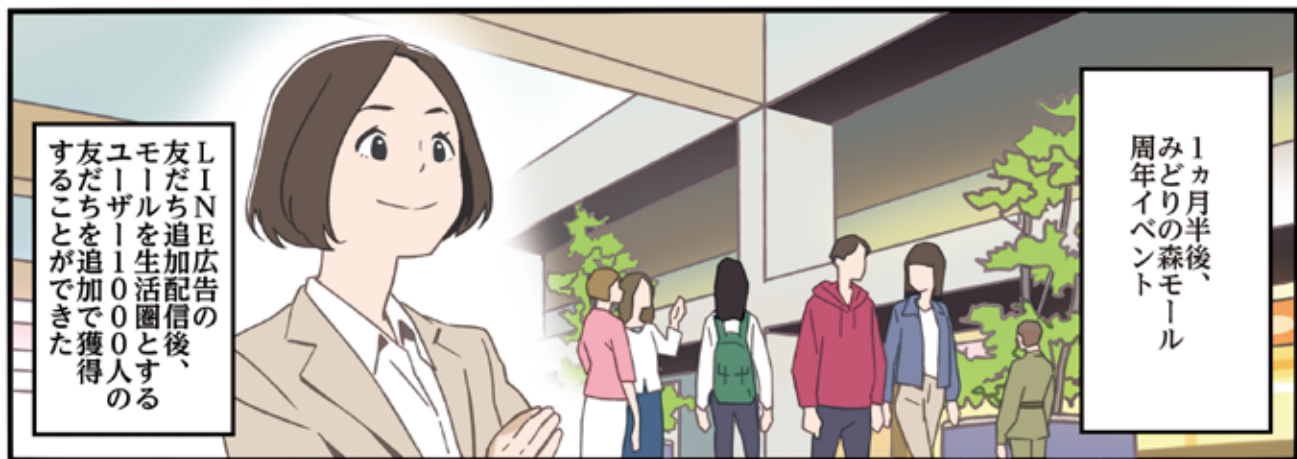
LINE VOOM

トークリスト

なるほど！
「ここ」にうちの
広告を掲載して

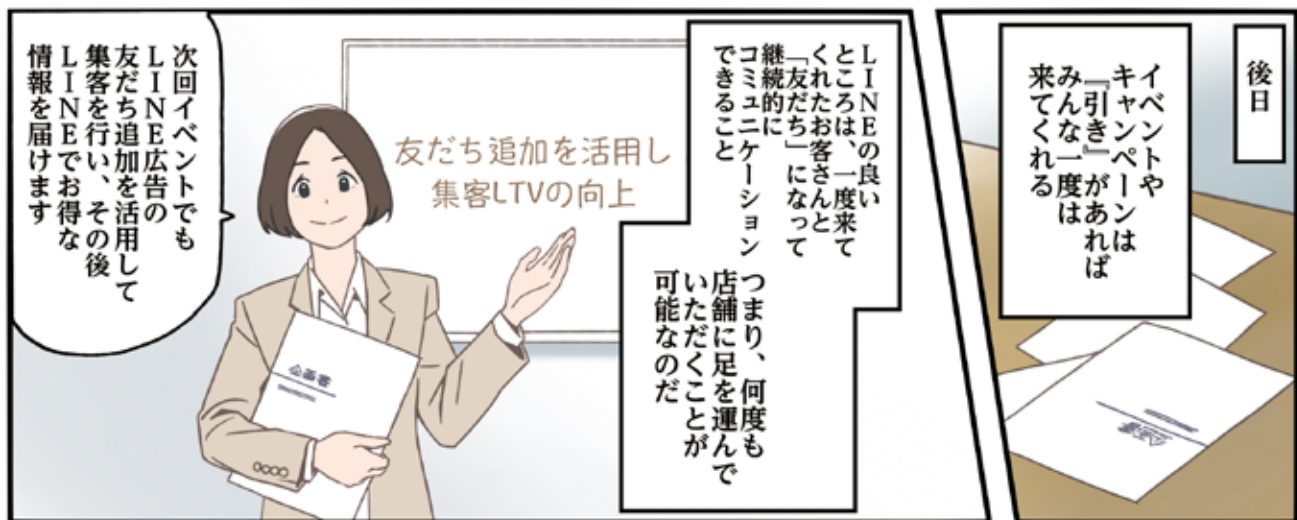
友だちが集め
られるってことね





1カ月半後、
みどりの森モール
周年イベント

LINE広告の
友だち追加配信後、
モールを生活圏とする
ユーザー1000人の
友だちを追加で獲得
することができた



後日

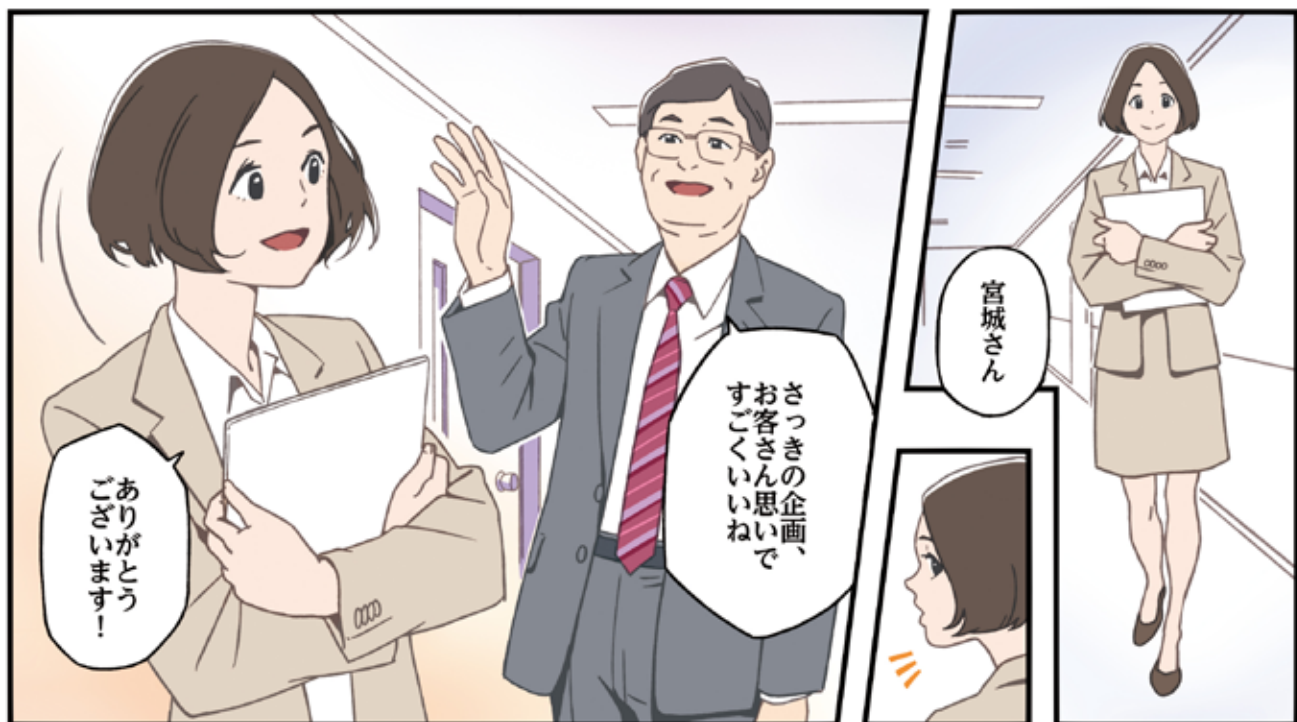
イベントや
キャンペーンは
「引き」があれば
みんな一度は
来てくれる

LINEの良い
ところは、一度来て
くれたお客さんと
「友だち」になって
継続的に
コミュニケーション
できること

つまり、何度も
店舗に足を運んで
いただくことが
可能なのだ

友だち追加を活用し
集客LTVの向上

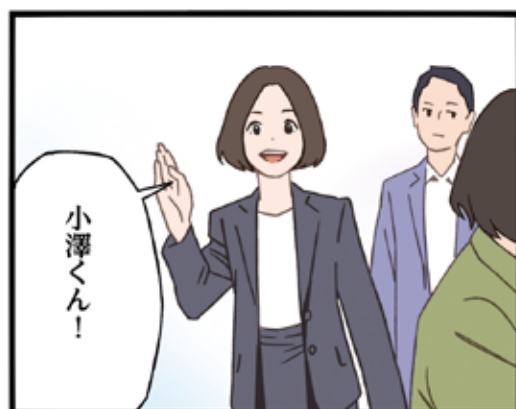
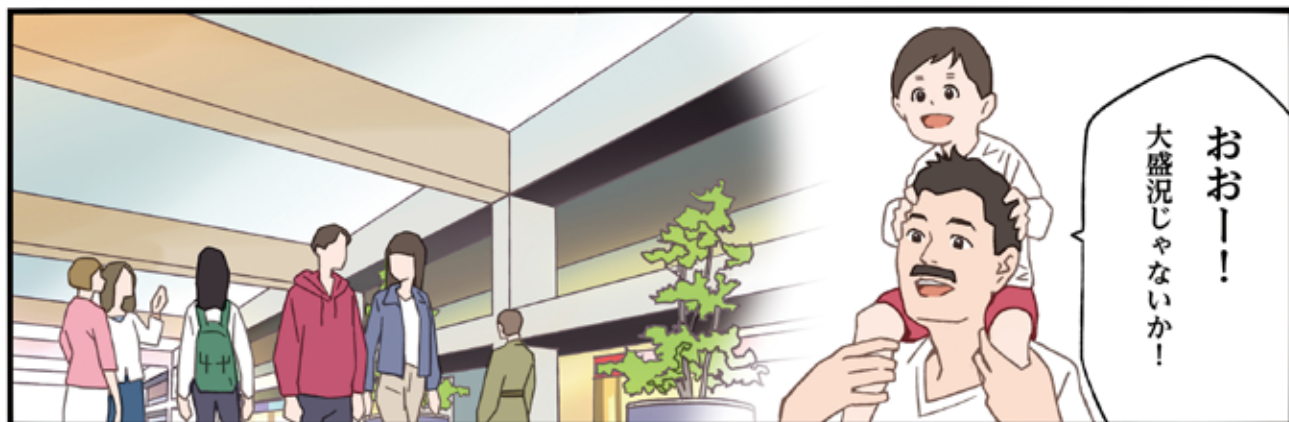
次回イベントでも
LINE広告の
友だち追加を活用して
集客を行い、その後
LINEでお得な
情報を届けます



宮城さん

さっきの企画、
お客さん思いで
すごくいいね

ありがとうございます！





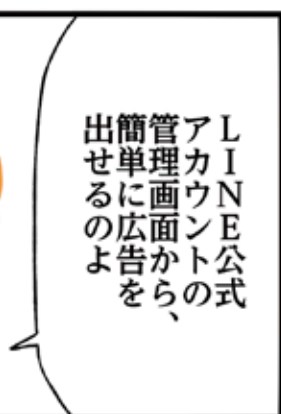
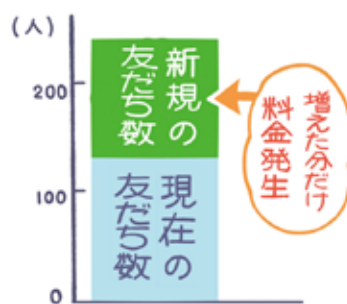
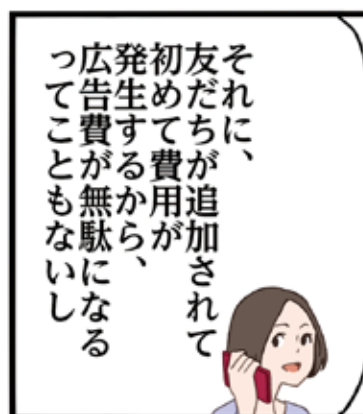
バル OZAWA店主
小澤



ケース②
友だち追加広告で
新規・リピーターの集客に
成功した飲食店の話

友だち追加広告とは、LINE広告の「友だち追加」をLINE公式アカウントのWEB版管理画面から簡単に投稿できるサービスです。







1週間後

あれ…広告、
出稿できてる
んだよね…？

なんでだ…？
設定間違えたかな

友だち追加広告

バル
OZAWA

ステータス 配信中

作成日時 20XX/XX/XX 00:00

友だち追加数 0 *まったく増えていない...*

予算 合計 ¥10,000
課税額 ¥0

入札単価 ¥75
友だち追加単価: ¥0

その後
調子どう？

宮城！

いらっしやいま

カリン

確かに
これじゃ
効果は
なさそうね…

ああ…

って
感じてさ、
全然友だち
増えないんだよ

その①

広告がどれだけ
ユーザーの
目に触れるか

小澤くん、
広告配信には
大切なことが
2つあるの

えっ！

1つ目は、
広告を見もらう
こと！

そもそも広告が
見られなければ、
クリック
されないでしょ？

確かに
そうだけど…



①
まずは、LINE公式アカウントの管理画面内のメニューの「友だちを増やす」から、「友だち追加広告」をクリック



友だち追加広告は未認証アカウントでは配信できません、あらかじめご了承ください



②
「利用を開始する」をクリック、利用規約を確認したら「同意」をクリックしてね！



これで初期設定ができたのか！



③
次に「友だち追加広告」画面から右上の「作成」ボタンをクリックして…



④
まずは広告を配信する「ターゲット」を設定！「性別」「年齢」「地域」などを適宜絞り込んで…



こんな感じかな…と



これで友だちをどんどん増やして、目指せ2店舗目！

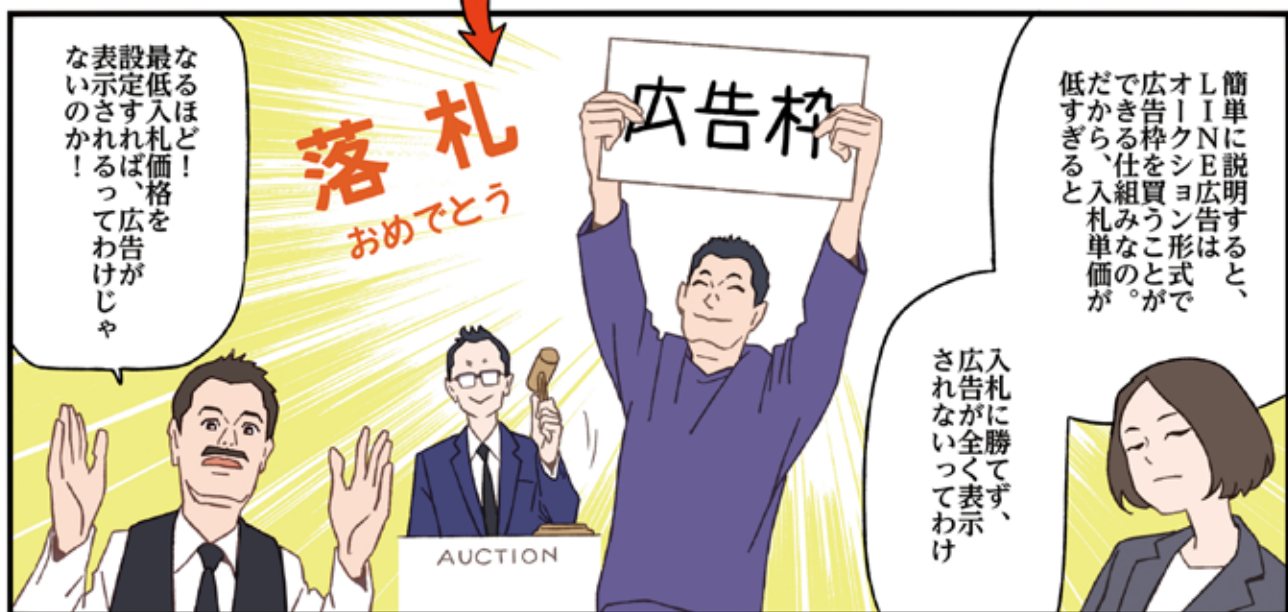
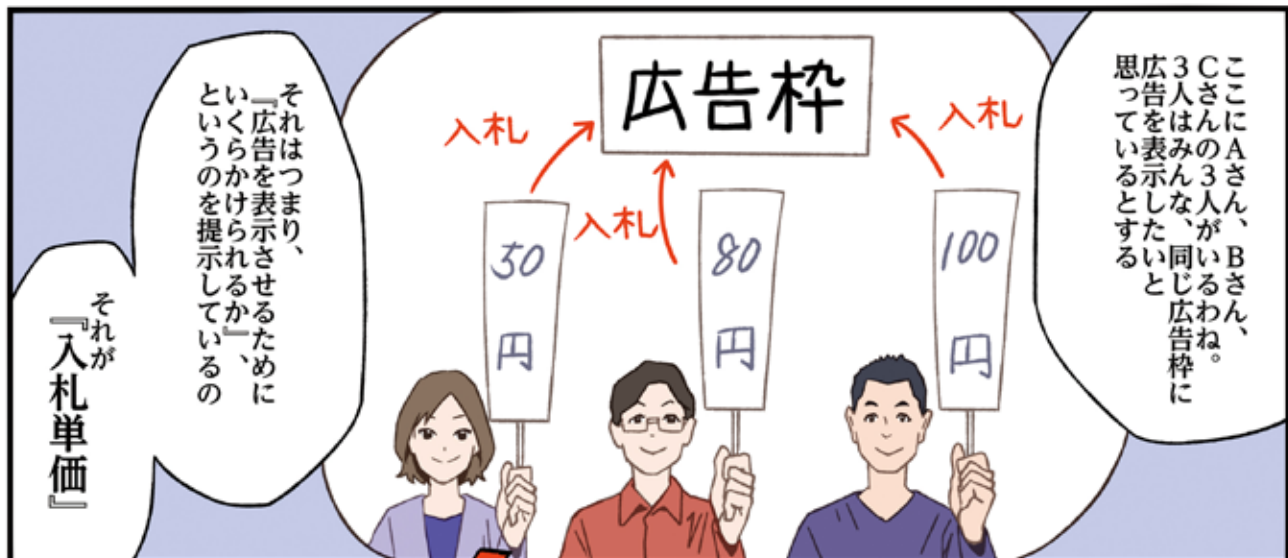


予算や、広告のタイトルや画像も設定してと…。



⑦
お！広告配信の対象となるユーザーがどのくらいになるのか、シミュレーションしてくれるのか！





LINE広告では1番高い価格を提示した人が、2番目に高い価格で広告枠を買うことができる「セカンドプライスオークション」形式を採用しています



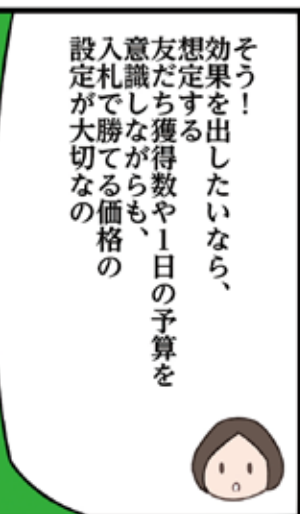
広告予算の決め方

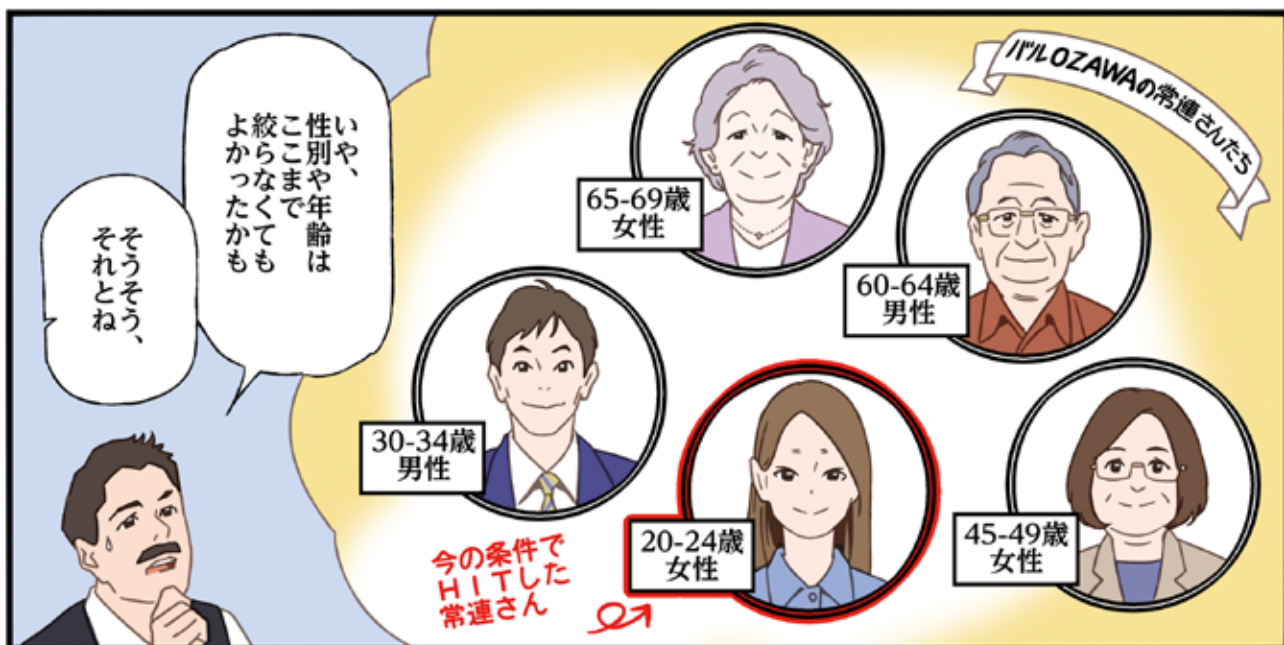
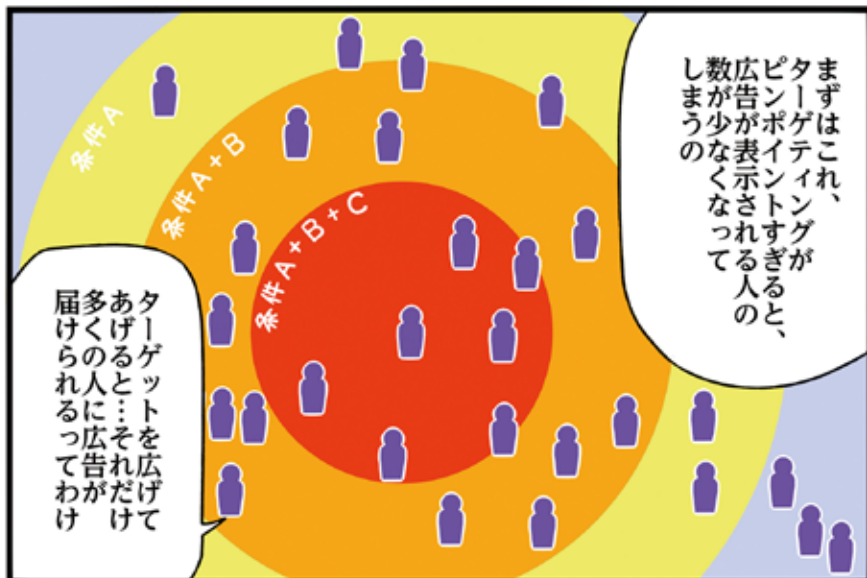
獲得したい友だち数 獲得単価

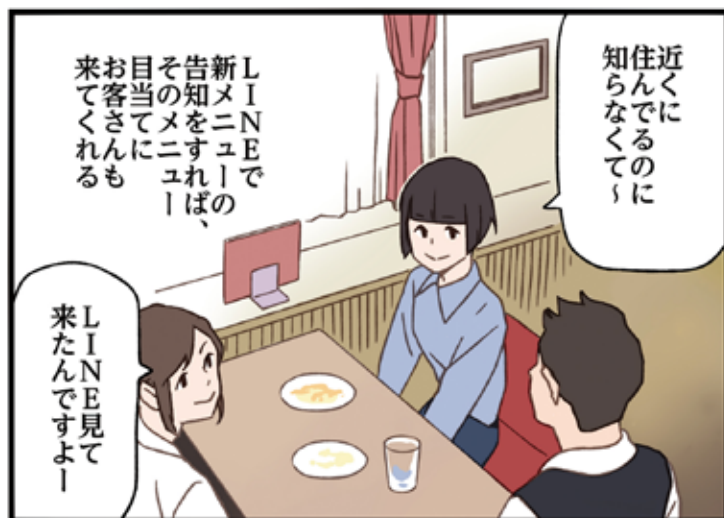
100人 × 200円

広告予算 = 20000円

予算2万円分以内で友だち100人集めたければ獲得単価200円を目指して入札価格を設定。効果が出ない場合は入札単価アップを検討！







もう一つのポイントは、ユーザーに広告をクリックさせること

その②

広告がどれだけユーザーにクリックされるか

クリックさせるか？ それを見た人の気分によるんじゃないのか？



その通り！

「思わずクリックしたくなっちゃう」気分にさせるのよ



そんな魔法みたいなこと…

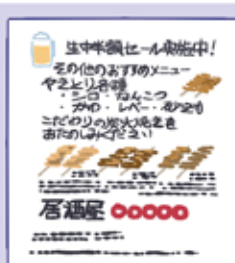


- ・ 広告の視認環境を意識した視認性が高いもの
- ・ 商品やサービスに関連した、説明文や「しずる感」があるもの
- ・ 広告のタイトルや、説明文とマッチしていて、「これは何だろう」「もっと見たい」とユーザーの気を引けるもの

まあまあ、見てみて



悪い例



- ・ 画像の構成要素が細かく、スマホ環境を踏まえた視認性が低いもの
- ・ ユーザーに不快感を与えるもの
- ・ 広告のタイトルや説明文とマッチしていないために、「こんな商品、サービスには興味がない」と感じさせるもの



※配信例①②どちらのケースにおいても、

①入札単価を低くしすぎると広告の表示回数が減少するため、

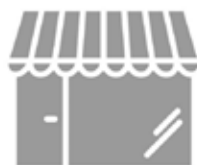
推奨単価以上での入札をお願いします。

②ターゲティングを絞りすぎても広告の表示回数が減少するため、

複数条件の設定や、「20-24歳」のような狭い範囲での設定は控え下さい。

友だち追加広告の配信例

配信例① 店舗の場合



入札とターゲティング

商 圏	オフラインのため限定される
予 算	5万円
想定 パフォーマンス	友だち獲得単価→200~250円 友だち獲得数 →200~250人
ターゲ ティング	店舗の所在地や、利用する顧客層を意識したエリア設定 Ex) 店舗はある〇〇県xx市に加え、周辺の△△市や□□市など

クリエイティブ

画像

- ・アカウントや商品の魅力が伝わるものを使う
- ・画像にテキストをのせる場合はテキスト数が多くならないようにする
- ・その時々トレンドを踏まえた画像を選ぶ



タイトル

商品やサービスを「自分ごと」として捉えてもらうため、

- ・商品やサービスを連想しやすいキーワードを入れる
- ・「〇〇市」や「クーポン」など、特定の地名や友だちになるメリットを明記

説明文

- ・タイトルを補足しながら、テキスト数が多くなりすぎないように注意
- ・特典や、商品・サービスの強みとなるスペックやメリットをしっかり強調





入札とターゲティング

商 圏	オンラインのため限定されない
予 算	10万円
想定 パフォーマンス	友だち獲得単価→200～250円 友だち獲得数 →400～500人
ターゲ ティング	利用する顧客層を意識した性別・ 年齢・興味関心の設定 Ex) 20～40代の女性で、美容に興味関心があるユーザー
配信機能	友だち追加されているユーザーの「みなし属性」 や会員情報などからオーディエンス（広告の 配信対象）を作成し、友だち追加広告を配信

クリエイティブ

画像

- 商品訴求ポイント（効果効能、使用感、価格など）
がわかりやすい画像を選ぶ
- ヒット商品（＝売上実績がある）といった、**トレンド要素が反映**されている
- ターゲットの年代を意識した画像を選ぶ

タイトル

ユーザーが広告の内容に共感できるように、

- 「〇歳代の女性へ」など、**具体的なターゲットに関するキーワード**を入れる
- 「メディアで注目！」など**キャッチーな言葉**を冒頭に持ってくる

説明文

- 広告クリックを促すため、訴求すべきすべての内容を**簡潔な表現**で盛り込む
- 広告の特典や、商品・サービスの強みとなる**スペックやメリット**を強調

ハリ不足感じてない？

※ごもる時で
50%OFF

＼新しい美容液／

【40代から】ハリ感へ導くスキンケア [友だち追加](#)

最近、肌にハリがなくなってきた。そんな変化を感じ始めたあなたに。お得なお試しサイズ



<https://lin.ee/yntwrvP/gcoy>

LINE 広告のアカウント開設、
お問い合わせはこちらから

LINEヤフー for Businessの各種SNSをフォローして、セミナーの開催情報や活用事例などの最新情報をチェックしてください。

LINE公式アカウント



Twitter

