

配信テスト記録シート

出す前に確かめて、出したあとに比べて、1行ずつ残していく7枚

先に知っておくこと

- ☐ LINE公式アカウントの標準機能に、メッセージ配信のA/Bテストはない
- ☐ 標準機能の3つの部品を組み合わせれば、2案を別々の相手に送れる
- ☐ 分析には集計の仕様がある。知らないと、出た数字を読み違える

使う順番

毎回、2ページのテスト配信を通す → 友だちが1,000人以上なら3ページの手順で2案を送る → 4ページで変える1か所を決める → 5ページで判定できるかを計算する → 6ページに1行足す。

友だちが500人以下なら、2ページのテスト配信だけで十分です。

目次

2	出す前のテスト配信チェック 届く先の確かめ方、スマホで見る4か所、配信ごとの点検欄
3	標準機能だけで2案を比べる手順表 使う部品3つ、4ステップ、この方法の限界3つ
4	何を比べるか、12業種の1行目 変えるのは1回に1か所。比べる価値の順番
5	判定の仕様と、判定できるかの計算 14日、24時間、20未満、開封の定義、3回で決める
6	配信テスト記録シート 1回1行。14日後の率と、3回の勝ち負け
7	つまずきの対処と、戻れないもの 届かない、遅れる、選べない。キャンペーン名の付け方

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた集計の仕様、条件、期限は、第20回の記事に書いた内容（LINEヤフーの公式マニュアルの引用）だけです。人数の目安と3回で決めるやり方は記事の判断です。2026年10月1日時点の記事内容に基づくもので、画面や仕様は変わることがあります。業種例の1行目はこの資料で書いたもので、架空の店を想定した例です。

出す前のテスト配信チェック

配信を押す前に、必ずここを通す

メッセージ作成画面の下に「テスト配信」のボタンがあります。パソコンの入力欄で読みやすく見えても、スマホのトーク画面では長すぎるのが本当によく起きます。プレビューより実機です。

テスト配信が届く先（公式）

自分のビジネスIDの状態	届く先	自分は
LINEアカウントと未連携	管理者と運用担当者のうち、LINE連携が済んでいる人にだけ届く。 自分には届かない	☐
LINEアカウントと連携済み	「自分」か「すべての管理者と運用担当者」を選べる	☐

「押したのに届かない」の原因はほぼこれです。連携の確認は管理画面の設定から。下書きの詳細画面からもテスト配信ができ、下書きは1,000件まで保存できます。

スマホで見る4か所と、配信ごとの点検欄

見る所	よくある失敗	/	/	/	/
1行目	通知に出る部分が「いつもありがとうございます」で終わっている	☐	☐	☐	☐
長さ	スマホで2画面以上スクロールする	☐	☐	☐	☐
リンク	押せる形になっていない、飛び先が違う	☐	☐	☐	☐
画像	文字が小さくて読めない	☐	☐	☐	☐

右の4列の上に配信日を書き、直したら□に印を付けます。

1行目の書き直し欄

最初にした1行目	スマホで見て直した1行目

読み返して「自分なら押さないな」と思ったものは、友だちも押しません。数字が出ない規模では、この判断がいちばん確かな指標です。テスト配信で自分のスマホで読むことは、人数に関係なく効きます。

標準機能だけで2案を比べる手順表

友だちが1,000人以上いる前提

使う部品3つ（メッセージ作成画面）

部品	何ができるか
一部のターゲットへの配信を許可	ターゲットが上限を超えたとき、配信対象からランダムに選んで配信する
配信メッセージ数の上限を指定	送る通数の上限を決める。上の項目がオンでないと選べない
過去の配信を除外する	前回送った相手を外して配信する（認証済アカウントのみ）

4ステップ（済んだら印）

済	ステップ	やること	記入
☐	1. A案を送る	配信先で「絞り込み」を選ぶ → 高度な設定で「一部のターゲットへの配信を許可」 → 「配信メッセージ数の上限を指定」に送る数を入れる → 配信	送る数 配信日時
☐	2. B案を送る	配信先で「絞り込み」 → 「オーディエンス・過去の配信」 → 「過去の配信」タブでA案を選び「除外する」 → 同じ人数を指定して配信	送る数 配信日時
☐	3. 14日待つ	各指標は配信から14日間集計される。翌日の数字で決めない	判定する日
☐	4. 率で比べる	送った人数は完全には揃わないので、数ではなく開封率とクリック率で見る	6ページへ記入

ステップ1で「絞り込み」を選んでおくのは、過去の配信に出てくるのが絞り込みを設定して配信したメッセージだけだからです。

この方法の限界（厳密なA/Bテストではない）

- ☐ ランダム抽出なので、2つのグループの中身は完全には揃わない。人数が少ないほど偏る
- ☐ 指定した数と実際の配信数が一致しないことがある（公式に明記）
- ☐ 「過去の配信」は認証済アカウントのみ。絞り込みで配信したものだけが対象で、配信完了から2週間で選べなくなる

未認証アカウントの場合

印	やり方	A案の日	B案の日
☐	A案とB案を別の日に全員へ送り、時期の差を承知のうえで比べる		

何を比べるか、12業種の1行目

変えるのは1回に1か所だけ

2案の違いを2つ以上作ると、どちらが効いたのか永久に分からなくなります。上から順に、1つずつ試します。

順	変えるところ	なぜ効くか	試した
1	1行目（通知に出る部分）	開くかどうかでここで決まる。手間が小さく、差がいちばん大きく出る	☐
2	送る時間帯	見られる時間そのものが変わる	☐
3	画像かテキストか	押せる面積が変わる	☐
4	押させたい先の数	1つと3つでは押される率が変わる	☐
5	言い回し	効くが差が小さい。友だちが数千人いないと判定できないので最後	☐

12業種の例（1行目だけを変える。店はすべて架空）

業種	A案の1行目	B案の1行目
飲食店	今週のおすすめをご紹介します	今週だけの限定メニューが入りました
美容室・サロン	今月のキャンペーンのお知らせです	今月だけ、カラーの予約枠を増やしました
カフェ・パン	新作の焼き菓子ができました	朝いちばんで売り切れる焼き菓子の話です
整体・治療院	季節の体のケアについて	朝起きたときの腰の重さ、ありませんか
ネイル・まつげ	新しいデザインを追加しました	今月いちばん選ばれたデザインはこれでした
教室・スクール	体験レッスンのご案内です	体験の空きが今月あと少しになりました
士業・コンサル	相談会のお知らせです	その手続きの期限、覚えていますか
住宅・リフォーム	見学会を開催します	完成したばかりの家の中を歩けます
通販・EC	新商品のご案内です	お待たせしていた色が再入荷しました
小売・雑貨	店頭の新入荷のお知らせ	店長が自分用にも買った新入荷です
会社（BtoB）	導入事例を公開しました	導入して最初に変ったのは会議の数でした
ハンドメイド・作家	新作の受付を始めました	今回の新作は、色を選べるようにしました

本文、画像、リンク、送る時間はA案とB案で同じにします。どちらが勝つかは、自分のアカウントで送ってみるまで分かりません。

自分の次のテスト

変える1か所	A案	B案

判定の仕様と、判定できるかの計算

知らないと数字を読み違える

番	仕様（公式）	読み方
1	各指標は配信から14日間集計される	翌日に見た数字は途中経過。14日待ってから比べる
2	配信直後の24時間は推定値	グラフは24時間は約30分刻み、その後は1日ごとの更新。約30分刻みの値は推定値で、実際と1%程度の誤差が出る場合がある
3	結果が20未満だと数字が出ない	配信は実数値。開封は「0」、その他の指標は「-」と表示される。開封「0」は本当に0とは限らない
4	開封の定義が独特	いずれかの吹き出しを100%表示した時点で数える。トークルームを開かずに既読にされた場合は数えない。既読の数とは別物
5	1回で決めない（記事の判断）	同じ比べ方を3回やって、3回とも同じ側が勝ったら採用する

開封率が思ったより低く出るのは仕様4のせいです。他社の平均値ではなく、自分のアカウントの過去の数字と比べます。分析画面のセグメント別の表示は、2025年3月1日以降に配信したメッセージだけが対象です。

判定できるかの計算

項目	記入
友だちの数	人
片側に送る数（A案とB案それぞれ）	人
片側で開封が20人以上出そうか	☐ 出そう ☐ 怪しい（小さいテストは判定できない）
配信日 + 14日 = 判定する日	+ 14日 =

やる段階かの判定（記事の判断）

印	友だちの数	やること
☐	500人以下（片側250人では、開封が20人を超えるかの勝負。差が出て偶然と区別できない）	テストより友だちを増やす。テスト配信で自分のスマホで読むことは毎回やる
☐	1,000人以上	3ページの手順で、4ページの1番から試す

数字を見る順番

順	指標	見ること
1	配信	何人に届いたか。揃っていないと比較にならない
2	開封	20人以上出ているか。出ていなければ判定不能
3	開封率	1行目と時間帯の勝負。低いなら直すのは中身でなく1行目
4	クリックユーザー	中身とリンクの勝負
5	クリック率	開いた人のうち何人が押したか。吹き出しごとの数字は「詳細を表示」から

配信テスト記録シート

配信のたびに1行ずつ足す

記事の記入例 → 日付と時刻「9月10日 12時11分」、変えた1か所「1行目」、A案「今週の入荷です」、B案「3日だけの入荷です」、14日後の開封率「A 32% / B 41%」。この5つを1行ずつ足していくと、半年後には自分のアカウントの型が見えます。

日付と時刻	変えた1か所	A案	B案	キャンペーン名	14日後の開封率	クリック率	勝ち
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B
					A % B %	A % B %	A・B

3回の勝ち負け（同じ比べ方ごと）

比べ方（例 → 1行目の型）	1回目	2回目	3回目	採用する型
	A・B	A・B	A・B	
	A・B	A・B	A・B	
	A・B	A・B	A・B	

3回とも同じ側が勝ったら採用します。1回の差は、曜日や時間帯やその日のニュースで簡単にひっくり返ります。勝った1行目の型は、あいさつメッセージやステップ配信の1行目にも使えます。

つまずきの対処と、戻れないもの 困ったらここから引く

困っていること	原因と対処
テスト配信が届かない	ビジネスIDがLINEアカウントと連携していない。届くのは連携済みの管理者と運用担当者だけ
予約した時刻ちょうどに配信されない	混雑で遅延が出る場合があると公式に注記。キリの良い時間（00:00、12:00など）を避けると緩和が期待できる。12時00分ではなく12時11分にする
短縮URLを使ってよいか	公式が非推奨。計測したいならパラメータを付けたURLを使う
配信メッセージ数の上限が選べない	「一部のターゲットへの配信を許可」がオフ。配信先を属性の絞り込みをしている場合、50通以下の通数指定はできない
テストに通数を使うのがもったいない	その感覚は正しい。送る内容が決まっていて、これから何回も送るものだけでテストする
何回テストすればいいか	同じ比べ方で3回。それ以上やると季節も友だちの構成も変わる

キャンペーンで2案をまとめておく

高度な設定で、同じテストの2案に同じキャンペーンを付けます。分析タブの「メッセージ配信」で「キャンペーン」タブを選ぶと、まとめた結果が見られます。名前の例は記事の「1行目テスト 9月」。何を比べたかと月を入れます。

キャンペーン名	付けた配信（A案とB案）

あとから選べない、戻れないもの

- ☐ A案を「絞り込み」にせず送ると、B案の配信で「過去の配信」として選べない（対象は絞り込みを設定して配信したものだけ）
- ☐ 過去の配信は、配信完了から2週間で選べなくなる。B案はA案から2週間以内に送る
- ☐ 送った配信は通数として使われる。一度きりの告知でテストしても、学びが次に使えない
- ☐ 2025年3月1日より前の配信は、分析画面でセグメント別の数字が出ない