

LINE プロダクト 媒体資料

# LINE NEWS TOP AD

LINEヤフー株式会社  
MSカンパニー

2025年4月1日（火）～2025年6月30日（月）ご掲載分v1

LINEヤフー

# 目次

- P.03      **アナウンス事項**
- P.04      **商品について**
- P.09      **配信メニュー**
- P.17      **入稿規定/ガイドライン**
- P.24      **お申し込みから配信までの流れ**
- P.31      **その他**

# アナウンス事項

- **販売不可日程**
  - 以下日程は販売不可となります。
    - **2025年5月21日（水）**
    - **2025年5月22日（木）**

# LINE NEWS TOP ADの特長

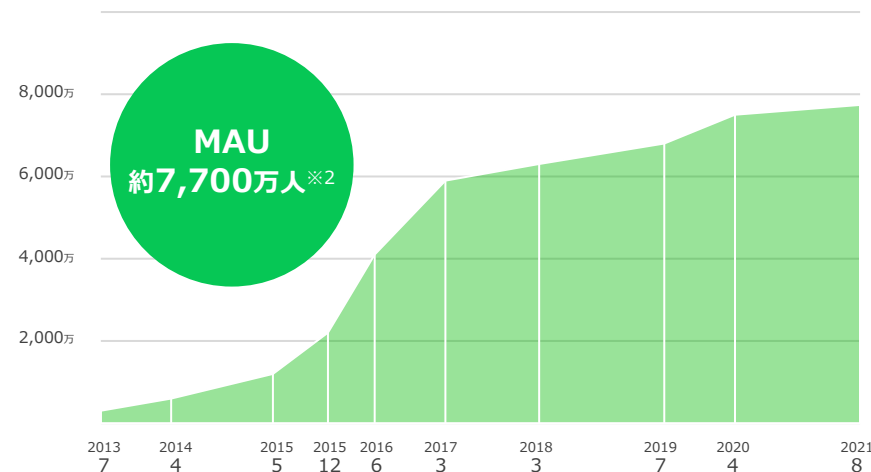
国内最大規模の利用ユーザー数を誇るスマートフォンニュースサービスのファーストビューに動画 or 静止画で配信が可能なメニューです。プレミアムなポジション且つ自然な視聴を促すフォーマットで、高い視聴完了率とブランドリフト効果が期待できます。



## ✓ 国内No1 規模のニュースメディアに掲載<sup>\*1</sup>

日本の人口の約6割が利用！  
月間利用者数は7,700万人、月間PV数は154億<sup>\*3</sup>

LINEアプリ内の「ニュースタブ」のほか、「LINE NEWS」のLINE公式アカウントを通じたダイジェスト形式のニュース配信、LINE公式アカウントを使ったニュース配信機能を外部メディアに開放した「LINEアカウントメディアプラットフォーム」など多様なサービスによるニュース配信を行っており、「LINE NEWS」の月間利用者数は日本の人口の約6割にあたる<sup>\*4</sup> 7,700万人を突破いたしました。



## ✓ 視聴完了単価を抑えながら、より多くのユーザーへのリーチが可能 広告認知および、商品認知などのブランドリフトが期待できます

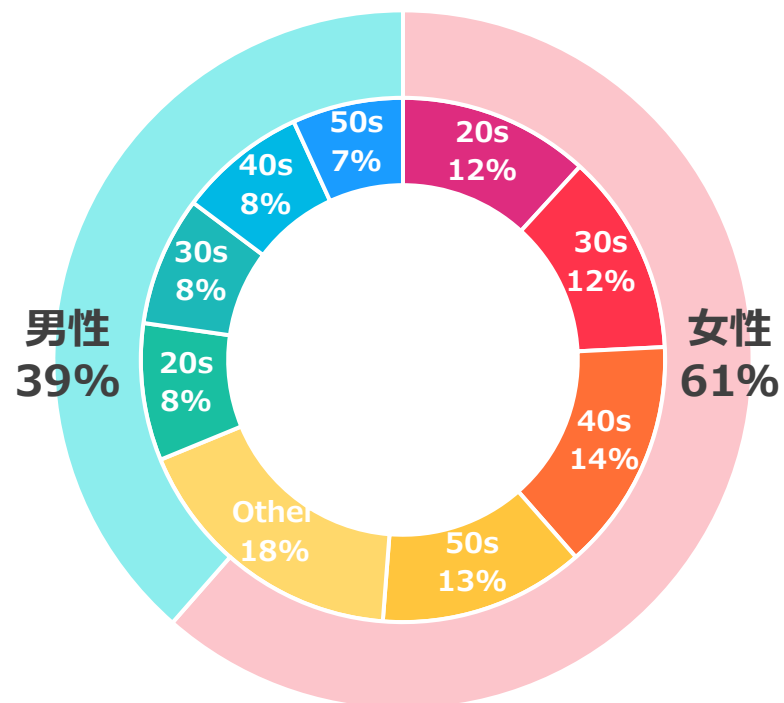
- \*1: スマートフォン向けニュースサービスにおける月間利用者数 (7,700万人/2021年8月時点) 当社調べ。
- \*2: 2021年8月時点。LINEアプリ内ニュースタブ、LINE NEWSのWEBページ毎月1回以上アクセスしたユーザー数の合計。  
備考: LINE公式アカウントを使ったニュース配信機能を外部メディア向けに開放する「LINEアカウントメディアプラットフォーム (LINE MOOKおよび自社媒体含む)」全360媒体以上 ※2021年4月時点
- \*3: 2021年8月時点。当社調べ。
- \*4: 2021年8月時点。当社調べ。「LINE NEWS」の月間アクティブユーザー7,700万人 (2021年8月時点) ÷ 日本の総人口1億2530万人 (令和3年8月1日現在 (確定値) 総務省統計局) 当社調べ。

# LINE NEWSについて

男女比は4:6に近く、若年層から50代まで幅広いユーザーに利用されています。

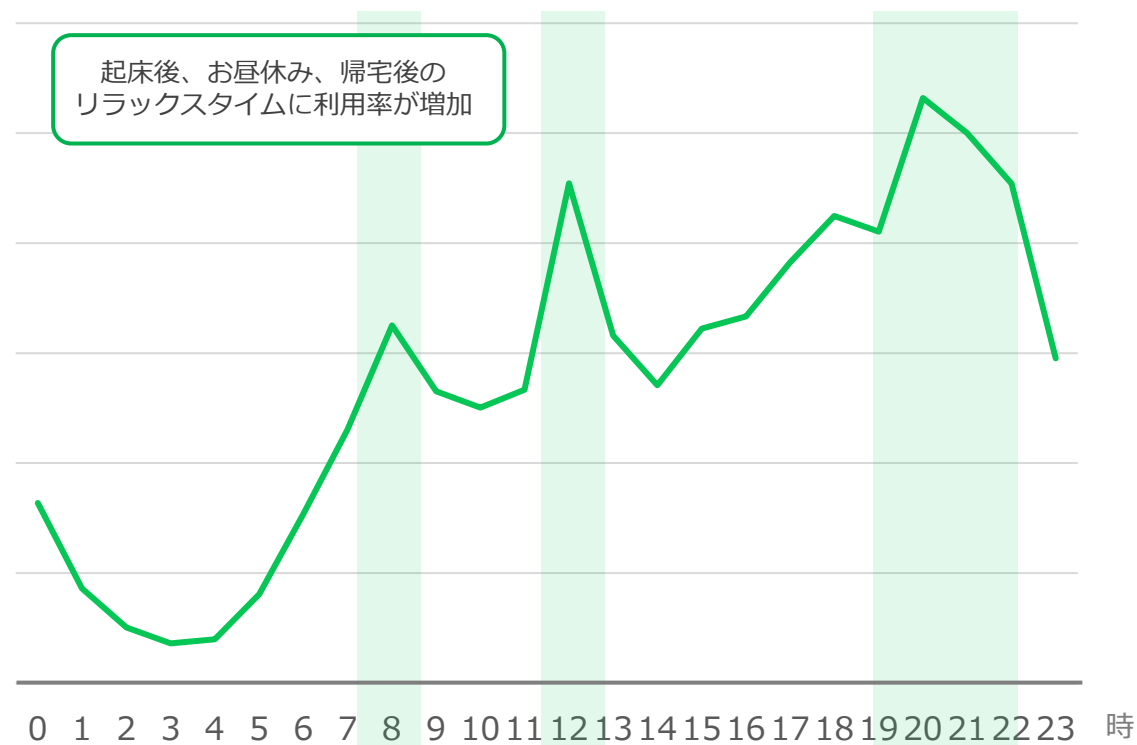
起床時、お昼時、帰宅後の時間帯に多く記事を読まれている傾向があります。

## 性別・年代比率



※2023年7月時点  
※otherは10代以下、60代以上が該当

## 時間帯別PV推移



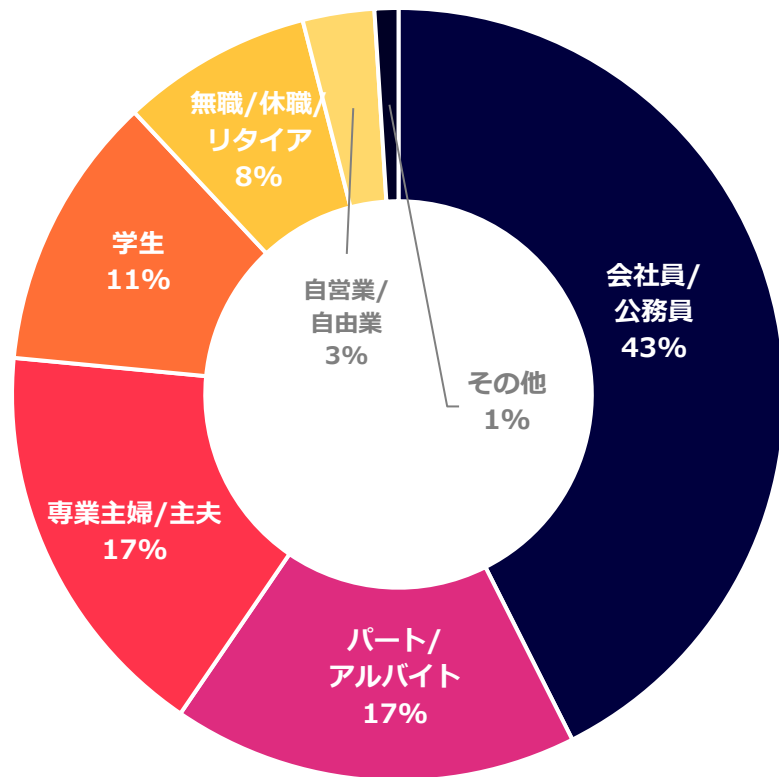
※2021年5月～7月のデータから算出

# LINE NEWS TOPのユーザーの特徴

職業別では、会社員・公務員が最も多く、パート・アルバイト、専業主婦/主夫、学生と続きます。

興味のあるニュースジャンルは、エンタメが最も多く、次いでグルメ、新型コロナ情報、ファッションなど、暮らしに関係のあるジャンルへ興味が高い傾向にあります。

## 職業別比率



## 興味のあるニュースジャンル



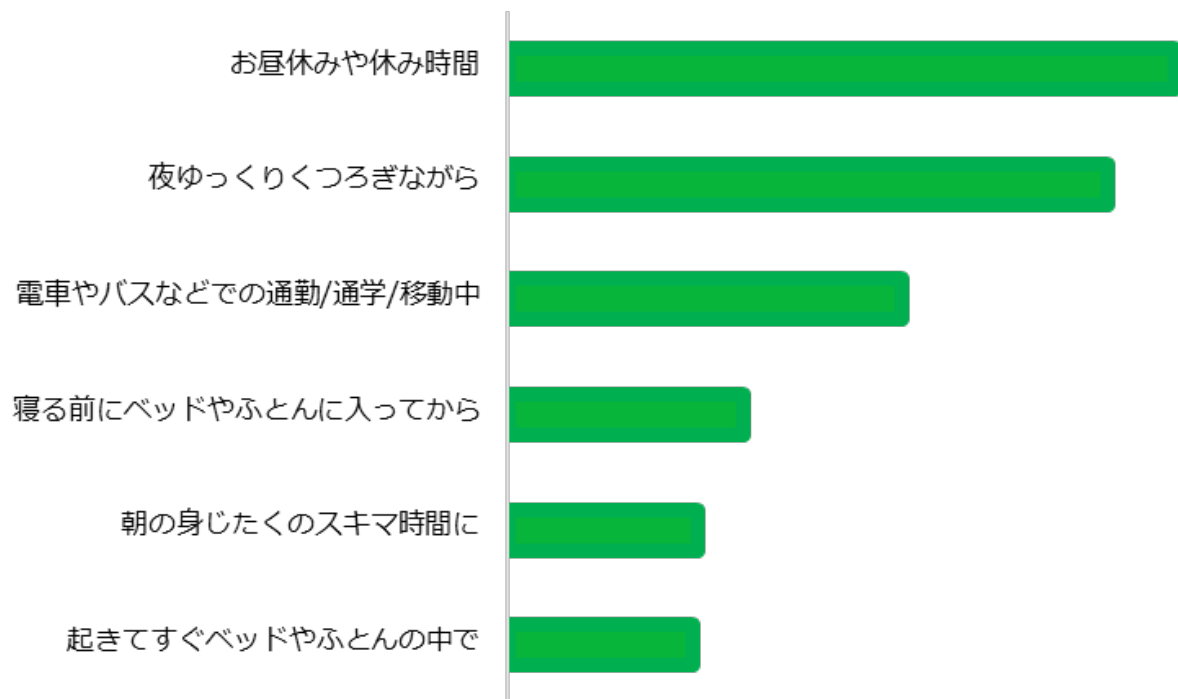
※データ出典：スマートアンサー調査  
(2021年10月実施/全国15~59歳の男女を対象 サンプル数498)

# LINE NEWS TOPのユーザーの利用シーンとイメージ

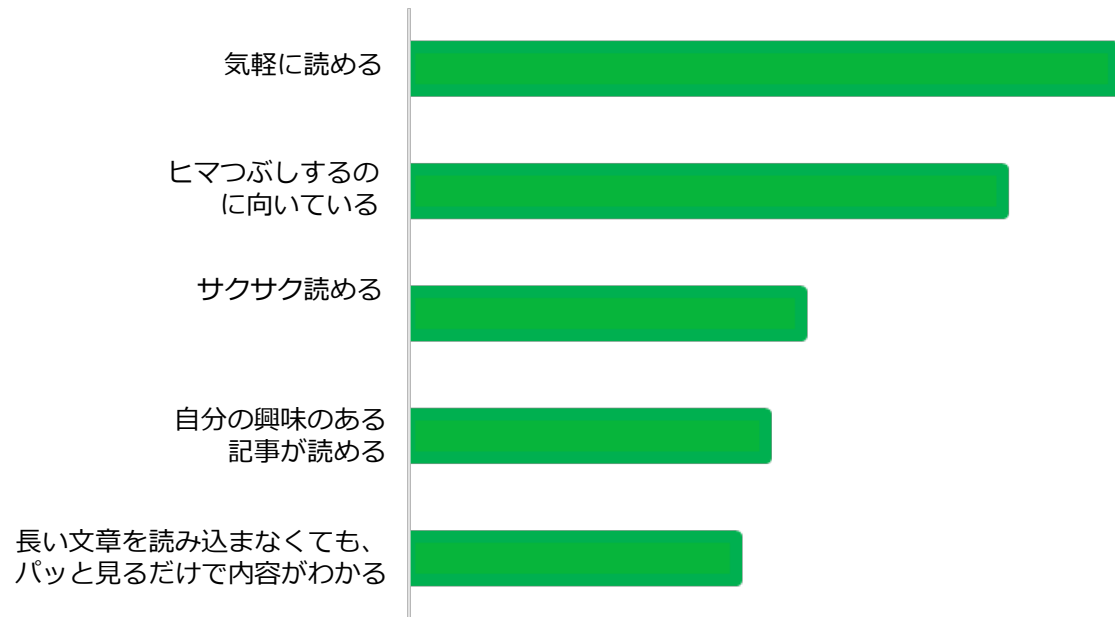
仕事や学校のお昼休みや休み時間、帰宅後のリラックスタイムに多く利用されています。

気軽に読めることや、スキマ時間に使いやすいことが評価されており、ユーザーが身構えることなく記事や広告に接触している傾向にあります。

## 利用シーン



## イメージ



※データ出典：スマートアンサー調査  
(2021年10月実施/全国15~59歳の男女を対象 サンプル数498)

## LINE NEWS TOPのユーザーの購買行動

NEWS面ユーザーの商品カテゴリ別の購買実態を見てみると、調査した17カテゴリのすべてでNEWS面ユーザーは「普段買う/お金を支払うことがある」率がスマホユーザー平均に比べて高い傾向にあります。

### LINE NEWS TOPのユーザーが「普段買う/お金を支払うことがある」率がスマホユーザー平均の何倍か

ブランド品 (バッグ/腕時計/ジュエリー等)	2.2倍	日用品・生活雑貨・インテリア	1.5倍
化粧品・美容用品	1.7倍	音楽・映像コンテンツ (ドラマ/映画/アニメ等)	1.5倍
衣料品・ファッション・アクセサリ	1.6倍	旅行・レジャー	1.5倍
飲食店 (カフェ/居酒屋/レストラン等)	1.6倍	車・バイク・関連用品	1.5倍

※リフト率上位8カテゴリ

データ出典：スマートアンサー調査（2021年10月実施/全国15～59歳の男女を対象 サンプル数498）



# 配信メニュー

# LINE NEWS TOP ADの掲載イメージ

LINE NEWSトップページの視認性の高いプレミアムな位置に掲載されます。  
動画は自動再生で掲載されるため、視聴ユーザーへの広告訴求効果も高いメニューとなっています。



※ キャプチャ画像はイメージです。今後サービスのアップデートに伴い変更となる可能性がございますので、ご了承ください。

※ 動画再生完了後は動画の1フレーム目で停止いたします。

※ ユーザーの利用しているLINEのバージョンにより、広告配信時に表示される要素が異なる場合がございます。

※ 構成は予告なく変更になる場合や、通信障害時等、特別編成になる場合があります。またそれらに伴いページ内での掲載箇所が変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

※ 災害時はページ内の構成が特別編成になる場合があります。それに伴いページ内での掲載箇所が変更になる場合や広告掲載がなくなる場合がありますので、ご了承ください。

# 災害時や大規模な事件・事故発生時の掲載について

災害時や大規模な事件・事故発生時に国民・ユーザーに対して発信すべき情報がある場合、LINE NEWS面の構成が特別編成になり、ユーザーの皆様がいち早く情報を届けられる仕様になります。それに伴いLINE NEWS TOP ADの掲載箇所が変更になる場合や広告掲載がなくなる場合がございます。

## 災害や事件、事故のレベルと対応

レベル	対応内容	判断基準	事例	LINE NEWS TOP ADへの影響
固定バナーモード	<ul style="list-style-type: none"><li>トップニュースを中心に当該話題を積極掲載</li><li>災害時固定バナーを掲載</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>影響が中期～長期に渡ると予想されるもの</li><li>経緯を集約したページが必要な状態</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>安倍首相の銃撃事件</li><li>福島・宮城 震度6強の地震</li><li>熱海で大規模な土砂崩れ</li><li>御嶽山噴火</li><li>熊本地震</li><li>2018年7月豪雨</li><li>国政選挙</li></ul>	掲載位置を変更
広告停止モード	<ul style="list-style-type: none"><li>トップニュースを中心に当該話題を積極掲載</li><li>災害時固定バナーを掲載</li><li>広告枠を非表示にする</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>影響が非常に大きく、自粛行動などが行われると予想されるもの</li><li>事象の最中に激甚災害にあたと判断できる状態</li><li>死者数が1000名以上を超えると予想される規模</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>東日本大震災</li><li>昭和天皇崩御</li><li>阪神淡路大震災</li></ul>	広告掲載の非表示

※固定バナーモードの際、掲載位置がファーストビューから外れる可能性があります。（次ページ内『固定バナーモード②』をご参照ください。）

■ **広告停止モード時の掲載料金について**：掲載時間に関わらず、請求対象外とします。

# 災害時や大規模な事件・事故発生時の掲載イメージ

通常時



固定バナーモード①



固定バナーモード②



広告停止モード



※ キャプチャ画像はイメージです。構成は予告なく変更になる場合があります。

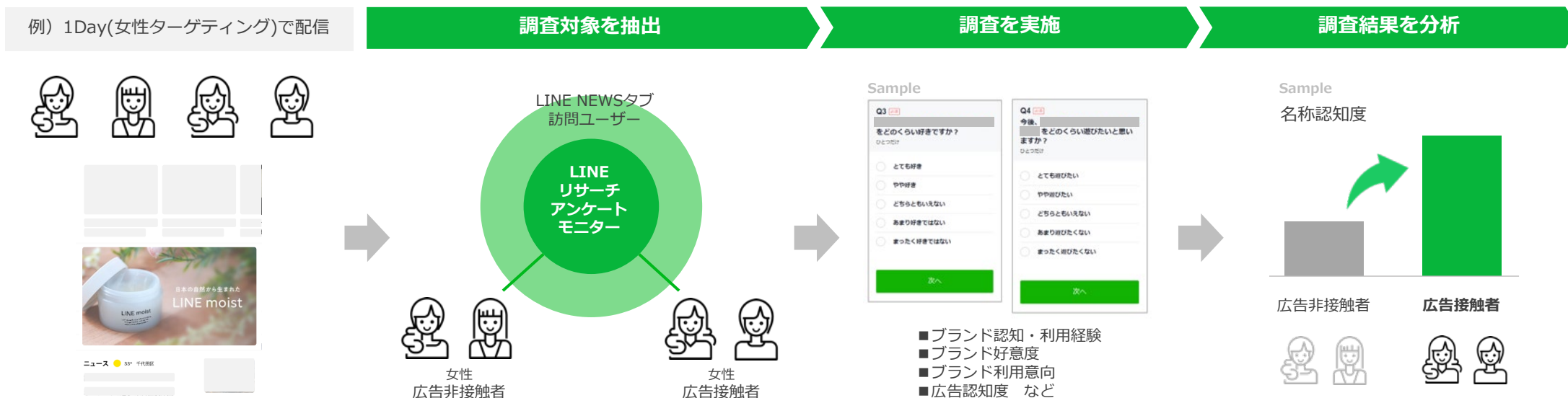
※ 掲載位置がフォーストビュー外の可能性有

# 商品スペック

商品詳細	1day (ALL)	1day (Half)	1day (Lite)	1day (女性ターゲティング)	1day (男性ターゲティング)
ターゲティング	オールリーチ (ノンターゲティング)			女性のみ	男性のみ
配信面	News Topタブ上部				
フリークエンシー	1回				
想定Imp数	約1,300万imp	約650万Imp	約300万Imp	約900万Imp	約400万Imp
掲載期間	1日 (11:00~翌日10:59) ※土日・祝日配信可 ※二日間連続して同一クリエイティブでの掲載は不可とさせていただきます。				
クリエイティブ本数	1つ				
クリエイティブFMT	静止画 または 静止画+動画				
設定可能なLP数	iOS/Android 各OS 1つまで指定可				
ブランドリフト調査	可 (無償提供)		提供不可	可 (無償提供)	
レポート	LINE広告 管理画面から閲覧可				
商品金額 (グロス*税別)	900万円	450万円	250万円	750万円	300万円
備考	本商品はImp数を保証する商品ではございません 案件業種/商材により20代以上への配信対応をさせていただく場合がございます				

# 調査 + クリエイティブレポート

広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対して業界最大級のリサーチプラットフォーム『LINEリサーチ』を利用して、ブランドリフト調査が実施できます。該当広告への接触者と非接触者に対し、ブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などを聴取することで、広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことができます。



## 【ブランドリフトサーベイ詳細】

商品説明	該当広告への接触者と非接触者に対し、広告認知度やブランド認知度・利用経験・好意度・利用意向などの項目を設定し、調査を実施
配信仕様	広告接触の有無でユーザーを分類抽出し、それぞれのユーザーに対してブランドリフト調査を行い、広告効果を測定
メリット	ユーザーの反応を知ることで、正確に広告効果を把握しその後のマーケティング活動に活かすことが可能

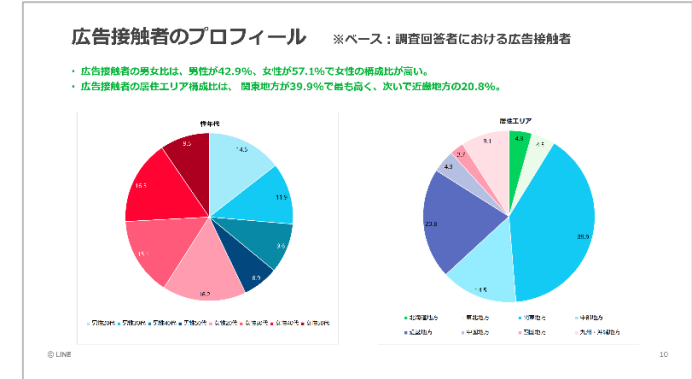
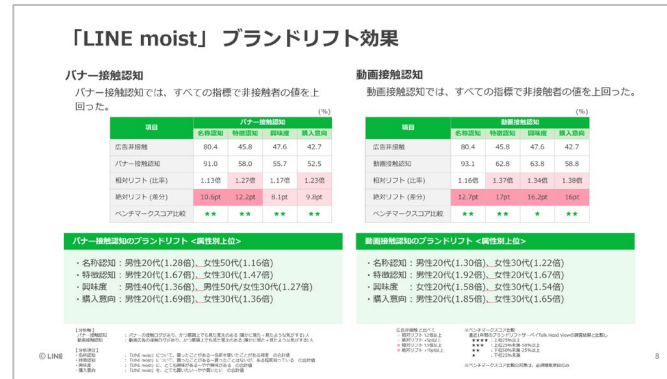
# ブランドリフト調査について

調査レポートでは、回答者の基本情報や各調査設問のリフト効果及び、各調査設問における性年代別のリフト効果などをお渡しします。

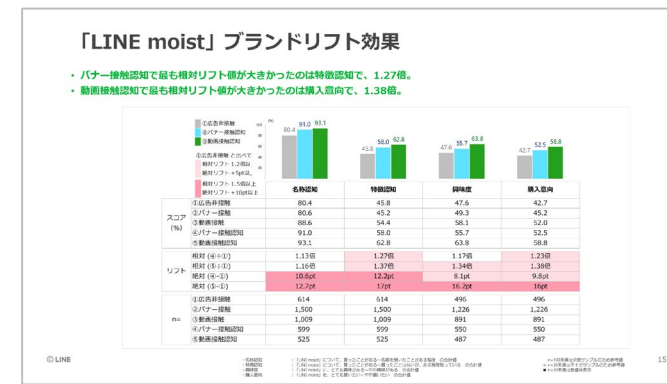
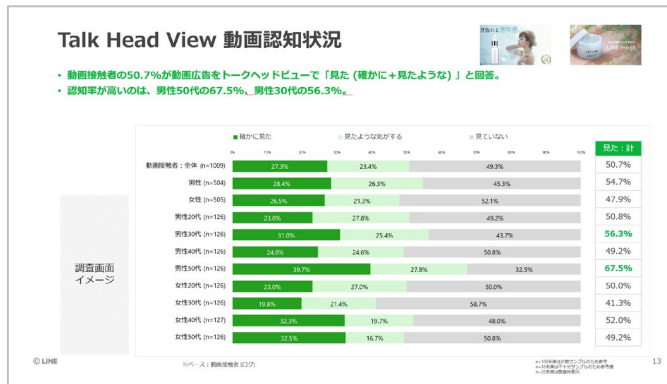
## ブランドリフトサーベイ 調査レポート サンプル

### サマリ

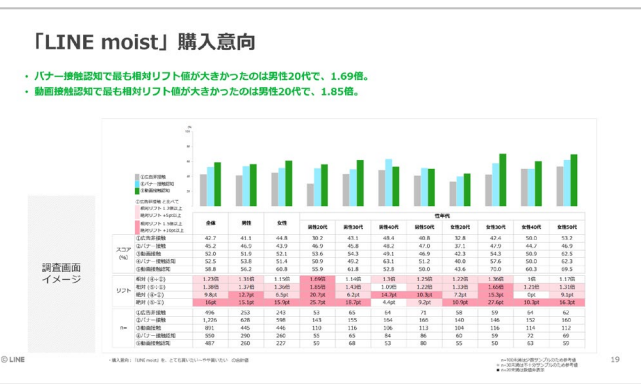
### 広告接触者のプロフィール



### 広告の認知状況



### ブランドリフト効果



# ブランドリフト商品概要

調査の仕様	1day (Lite)	1day (Half)	1day (性別ターゲティング)	1day (ALL)
調査費用	不可	無償		
調査サンプル数 ※1 (回収目標数)		広告接触者 + 非接触者 計 2,000サンプル		
設問数		5問 (必須4問 + 選択1問) ※必須：広告認知、ブランド認知、好意度/興味度、利用意向		
設問項目		ブランディング指標 (助成想起、認知・利用経験、好意度/興味度、関与意向、利用意向、推奨意向) 広告認知度/クリエイティブ評価 (LINE NEWS TOP ADの認知度/評価、テレビCMの認知度/評価) メディア利用状況 (メディア利用状況、主要SNSサービスの利用状況、テレビの1日あたり視聴時間) <small>※ 設問項目は一部固定となっており、商材名称などの可変部以外のご指定はいただけません。</small>		
ご納品物 ※1※2		レポート (PDF) 全体分析および性年代分析 年代：最大5区分 例) 15～19歳/20～29歳/30～39歳/40～49歳/50～59歳		
ご納品日		広告配信終了日の翌営業日から数えて、20営業日目		

※1 回収目標数は、回収数を保証するものではありません。十分なサンプルが集まらない場合は、性年代別分析をお出しできない場合がございます。

※2 ご納品物内では、サンプル数20未満の数値は個人情報保護の観点から非表示となります。

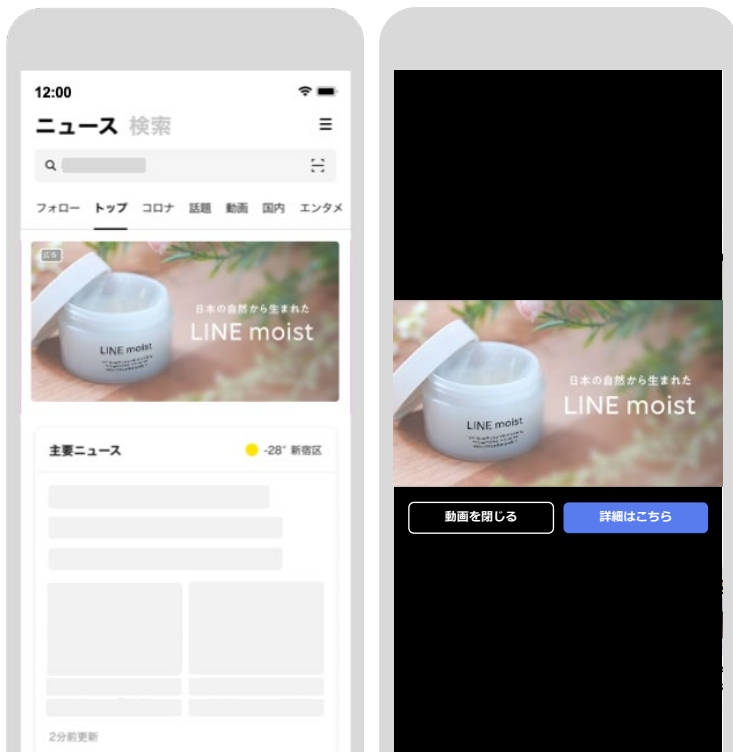


# 入稿規定/ガイドライン

# 入稿素材

①クリエイティブ素材 (静止画のみ or 静止画 + 動画)

②アクションバーテキスト(動画での実施時のみ) ③遷移先URL の3点をご用意ください。



		ファイル形式	サイズ	ファイル容量		
① クリエイティブ素材	Imageファイル	PNG または JPEG	W 1200px × H 628px <small>※但し静止画+動画 FMTで配信する場合に使用する静止画は W 1280px × H 720px</small>	5MB以下		
	Videoファイル	mp4 (H.264を推奨) 1秒あたりのフレーム数は最大30fpsを推奨	W 1280px × H 720px (16 : 9)	1,000MB以下	秒数	最低5秒~最大60秒 (推奨は15秒程度)
②アクションバーテキスト		7文字以内 (全角,半角,英数字,スペース問わず) 改行不可 ※特殊文字や環境依存文字は使用できません。				
③遷移先URL		外部ブラウザにて展開されます。 ディープリンクについては、動作保証をしておりません。 アプリ用の計測用URLについては、一部対応しておりません。				

※各楽曲管理団体登録の楽曲や、レコード、CD等をVideo内で使用する場合、権利者に対する利用費等は広告主様負担となります。

※Videoファイルは、スペックや回線速度に応じた最適な品質で配信されます。

# 配信面UI

動画内の字幕やタレントの顔などが固定表示要素と重ならないよう留意しクリエイティブを作成いただくことを推奨します。

LINE NEWS TOP (静止画)



LINE NEWS TOP (動画)



フルスクリーンで動画再生



動画再生終了後



※クリエイティブ内の要素は端末により変動します。固定表示要素ぎりぎりの位置に字幕やタレントの顔を配置することは推奨しておりません。  
※広告マークの位置はユーザーのLINEバージョン、端末サイズや設定によって異なる場合があります。表示位置を保証するものではありません。

# LINE NEWS TOP AD 掲載不可業種について

本サービスのポリシーにより、全部もしくは一部に関わらず下記に該当すると当社が判断した場合、広告配信を認めない、または広告の配信を停止し、本サービスにかかる契約を解除する等の措置をとらせていただくことがあります。

宗教関連  
ナイトワーク・アダルト関連  
出会い系、マッチングサイト等  
パチンコ、ギャンブル関連（宝くじを除く※20代以上への配信のみ可）  
アルコール類 / ノンアルコール飲料（※20代以上への配信のみ可）  
たばこ、電子タバコ  
R18 + 指定の映画、CERO Zのゲーム  
未承認医薬品・医療機器  
医薬品/医薬部外品/医療機器（一部当社が認めた場合を除く）  
治験  
美容整形・ホワイトニングなどを含む医療関連、病院等  
あん摩マッサージ指圧業、整骨院、接骨院、鍼灸院等  
エステ  
コンプレックス商材（脱毛・育毛・痩身など）  
健康食品（一部当社が認めた場合を除く）  
健康器具・雑貨（一部当社が認めた場合を除く）  
身体機能検査関連キット  
消費者金融などの貸金業、質屋、カードローン、商工ローン、各種ローン等  
証券・FX・先物取引・投資信託・不動産投資・仮想通貨などの投資関連  
募金、寄付、クラウドファンディング等の資金調達  
連鎖販売取引  
情報商材、能力開発商材等  
占い  
探偵業  
葬儀葬祭業  
武器全般、毒物・劇物  
政党  
法律事務所・税理士事務所などの士業事務所  
公益法人、NPO/NGO、社団法人  
生体販売  
その他当社が不適合と判断した業種・業態、商品・サービス

なお、上記はあくまで一例であり、記載のないケースにおいても、本サービスの利用をお断りすることがあります。あらかじめご了承ください。

# 表現上の注意・制限事項①

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

## ■ 広告の主体者の明示

常に広告の主体を明示し、画像の場合は視認可能な大ききさで表示してください。また、広告主様が権利を保有しない素材を利用する場合は、必ず権利者名を明記し、当該権利者との関係性を明確にしてください。

広告主様と他企業との共同企画を訴求する場合には、広告の責任所在が広告主様にあることが明確に伝わるようにしてください。

NG例 )  
タレントの顔のみのイメージ



OK例 )  
企業名+サービス内容が認識できる要素を配置



## ■ 業界の自主基準、公正競争規約等の遵守

掲載業界の自主基準や公正競争規約がある場合は、その基準、規約に従った表現、表記を行ってください。

## ■ リンク先の制限

アカウントやクリエイティブと直接関係のないページへリンクすることはできません。ユーザーから見て不自然でない内容であることが求められます。

## ■ 第三者が権利を有するものを利用した表現

著名人の氏名、画像、またテレビ番組名や番組画像を始めとする著作権、商標権、特許権等の知的財産権、名誉権、プライバシー権、肖像権、パブリシティ権等法令上または契約上の権利を侵害するものは広告に使用することはできません。

## ■ 不当表示に該当する可能性がある表現

紹介する商品サービスの内容や品質等が実際のものより良いと誤認させる「優良誤認表示」や、商品サービスの価格等の取引条件が実際よりも有利であると誤認させる「有利誤認表示」が含まれる表現は掲載できません。また、「世界初」「業界ナンバー1」等の最大級表現を使用される場合は、遷移先及びクリエイティブ内にデータの出典元調査機関名および調査年が明記され、正確な引用であることが条件となります。

## ■ 会員登録等による個人情報の取り扱いに関する表現

広告主様のサイトへ遷移させサービスや商品への登録を促す内容を訴求する場合、遷移先がLINEと無関係である旨が視覚的にわかるようご配慮ください。なお、ユーザーの個人情報を取得する場合、遷移先での情報の取り扱いが個人情報保護法に準拠していることを前提とします。また、過度もしくは露骨な会員登録訴求は、ユーザー利益保護の観点からご遠慮いただいております。

## ■ LINEロゴ利用ガイドラインの規定に抵触する表現・内容の配信の禁止

LINEおよびLINE関連サービスのロゴ・アイコンなどを使用する場合は「<https://line.me/ja/logo>」を遵守の上ご利用ください。

また、当社が提供・保有しているロゴやキャラクター、サービス等を用いることで、ユーザーが当社（が認定する）コンテンツと誤認または混同する可能性のある表現を禁止します。特にLINEキャラクターは当社ならびに関連会社が権利を保有しておりますので、各クリエイティブ内での利用を原則禁止します。

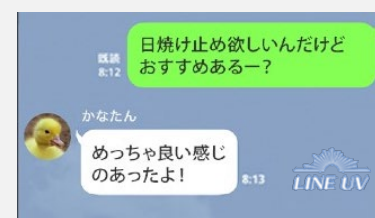
NG例 ) ロゴガイドライン違反 / キャラクター無断使用

NG例 ) LINEトーク画面UIを模したデザイン

NG例 )  
ロゴガイドライン違反 / キャラクター無断使用



NG例 )  
LINEトーク画面UIを模したデザイン



## 表現上の注意・制限事項②

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

### ■ 「友だち」の表記

LINE公式アカウントとユーザーが繋がっていることを「友だち」と呼びます。その為、遷移先及びクリエイティブにおいても、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」と表記してください。

### ■ スマートフォンで操作閲覧できないページへの遷移の禁止

スマートフォン（iOS、Android）の標準ブラウザで操作閲覧できないページへのリンクは禁止します。必ずリンク先のページがスマートフォンで正常に動作することをご確認ください。また文字が小さく見づらい、字や画像が画面から見切れているページも掲載できません。

### ■ 投機心や射幸心を煽る可能性のある表現

通貨およびそれに類似するものを想起させる表現、金銭の授受を直接的かつ過度に想起させる表現は禁止します。確実に大金が手に入る、絶対に稼げるなどの表現は投機心、射幸心をあおりユーザーを惑わせる可能性があるため掲載できません。

### ■ ユーザビリティが低いと判断される表現・広告の禁止

作成中など正常に表示できないものや、誤操作を誘発する可能性があるもの等ユーザーの意に反する広告は掲載できません。また、ランディングページには、訴求商品／サービスについてユーザーにとって有益な情報を提供できていることが必要です。情報量が極端に乏しいものや、遷移先との情報が異なるもの、ユーザーにとってわかりにくい表現、別ページへ遷移させることを主目的としているもの等は広告として認められません。

### ■ ユーザーが不快と感じる可能性がある表現の禁止

人体のコンプレックス部分の露骨表現や、過度な肌露出、性に関する表現が露骨なものは禁止します。また、暴力、反社会勢力を連想させる表現やグロテスクな表現等もユーザーが不快と感じる可能性があるため掲載できません。音が不自然に途切れたり、その他ユーザーに不快感・嫌悪感を与える恐れのある音声も使用できません。

### ■ ダブルスポンサーの広告の禁止

当社が認める場合を除き、広告の再販を禁止します。また、関係のない第三者の情報を発信することもユーザー利益保護の観点から基本的に禁止しています。複数の企業による広告の掲載については、以下を満たす場合のみ掲載を認めています。

- 1、複数企業の主従関係が明確であり、ユーザーが混乱誤認しない内容であること
- 2、複数企業で広告展開することの必然性が明確であり、ユーザーが混乱誤認しない内容であること

### ■ 不適切な広告の禁止

性行為やわいせつな行為を目的とするもの、面識のない第三者との出会いや交際を目的とする広告は禁止します。その他、当社が不適切と判断した広告は配信できません。

# 表現上の注意・制限事項③

LINE NEWS TOP ADに掲載するクリエイティブに関して、以下を遵守する必要があります。

## ■ App StoreやGoogle Playボタンの表示

画像内にApp StoreやGoogle Playのダウンロードボタンの表示は禁止いたします。  
なお、動画内で短時間での表示であれば可能です。



## ■ 時間表記について

掲載期間は11:00～10:59と2日間掲載される商品です。  
そのため「本日」や「今夜」などといった当日限定となる表記は禁止いたします。

## ■ ループ、スライドショー形式の動画の禁止

複数の動画を繋げたもの、また関連性の低い複数商材の訴求を行う動画は不可とします。  
また、静止画素材を組み合わせたスライドショー形式の素材（静止画部分が多い動画も含む）、  
画像の一部が動く動画（シネマグラフなど）、GIFアニメーションやマンガ風の動画は  
クオリティ観点から禁止いたします。

## ■ 企業や商材・サービスが不明瞭な静止画や動画

静止画内には必ず企業ロゴ、もしくはサービスが認識できる要素を配置し、サービス誤認がない  
ようご注意ください。

## ■ クリエイティブのクオリティについて

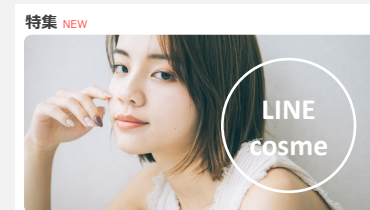
掲載枠のクオリティを一定に保つため、クリエイティブの質が基準を満たさないと当社が判断し  
た場合、修正をご相談させていただく場合がございます。

## ■ ユーザーに誤解を与えるような表現の禁止

- 1) LINEのコンテンツを模倣していると思われる表現はユーザーを混乱させ誤動作を発生させる可能性があるため掲載できません。
- 2) 「NEWS」「速報」「お知らせ」などの表現はLINE NEWSの記事やコンテンツであるかのような誤解を与え、意図しないクリックを発生させる可能性があるため掲載できません。

NG例)

LINE NEWSのコンテンツを模倣していると思われる表現



NG例)

「速報」といった表現



## ■ 過度な数字訴求の禁止

割引率やポイント倍率など過度な数値訴求は不可とします。

## ■ 対象ユーザーを限定する表現について

幅広いユーザーにご利用いただいているメディアのため、「〇代限定」など対象ユーザーを限定する表現は不可とします。

※ 上記の以外の理由でユーザー利益の保護の観点から、掲載をお断りする場合もございますのであらかじめご了承ください

# お申し込みから配信までの流れ



# 掲載までのフロー

LINE 対応項目

代理店/広告主 対応項目

ステップ	概要	締切	ツール	
企業・商材審査	出稿を検討している企業・商材についてLBPMシステムの新規案件作成フォームから作成してください。案件作成後、審査を行い、可否をLBPMのシステム上からご連絡を差し上げます。		LBPM	
仮押さえ	企業・商材審査が通過した案件については出稿希望日の仮押さえが可能です。 (仮押さえに関するルールはP27をご参照ください、)			
事前原稿審査 (推奨)	仮押さえ後、出稿を検討している原稿について審査を行い、掲載可否のご連絡を差し上げます。必須ではありませんが、強い推奨とさせていただきます。 <b>8営業日前の17:00以降は本入稿をお願いします。</b>	掲載開始日から 8営業日前17:00まで		
2回目以降 (推奨)	アカウント指定	同一企業・商流の場合に限り、新たにアカウントを作成するのではなく、前回配信したアカウントの配下で配信することが可能です。		掲載開始日から 5営業日前12:00まで
	アカウント審査	アカウント指定で指定いただいたアカウントの企業・商流情報が一致しているか確認を行います。一致していない場合は、新規でアカウント作成となります。		
発注	LBPMの発注フォームから発注をお願いします。	掲載開始日から 6営業日前17:00まで		
発注受領	発注内容に問題がない場合、発注受領のご連絡をLBPMのシステム上から差し上げます。			
原稿入稿	発注受領が完了したのちに、本入稿が可能になります。原稿審査が否認の場合、掲載が遅れる、または掲載をお断りする場合がございます。	掲載開始日から 5営業日前17:00まで		
原稿審査	入稿いただいた原稿の確認を行います。ガイドラインに接触する場合は、LBPMのシステム上からご連絡します。			
配信設定	新規で広告アカウントを作成し、配信設定を行います。 <b>※アカウント指定をした場合には、指定のアカウントにて配信設定を行います。</b>			LINE AD Manager
権限付与	入稿時に指定したメールアドレスにアカウント権限を付与します。権限付与後、システムから招待メールが届きますのでご確認をお願いします。 <b>※初回配信時と同一のメールアドレスの場合は、権限付与済みとなりますが再度招待メールが届きます。</b>		(LINE広告管理画面)	
入稿受領	配信設定が完了したのちに、LBPMから入稿受領のご連絡をさしあげます。		LBPM	
配信開始/終了	配信日時より掲載開始致します。		LINE AD Manager (LINE広告管理画面)	
レポート表示	配信終了の4時間後(目安)に管理画面上に配信結果のレポートが表示されます。 <b>サーベイのレポートは配信終了の翌営業日からカウントして20営業日後にLBPM上に納品いたします。</b>			

# LBPMの仮押さえのルールについて



## 仮押さえについて

### 回数

枠を変更するしないにかかわらず、**最大2回** (= 1案件につき延長1回)

### 有効期間

**仮押さえご依頼日の翌営業日から5営業日後の17時まで**

ただし、仮押さえ有効期間内に発注期日を迎える案件に関しては、発注期日の17時に仮押さえした枠が自動開放されます。

※仮押さえ枠の自動開放は、発注期日の17時ちょうどに実行されますので、ご発注はお早めをお願いいたします

※やむを得ず自動開放までに発注が間に合わない場合は、必ず【**発注期日の1営業日前17時まで**】にご相談ください。理由を加味した上で、調整可能か判断をさせていただきます。

### 可能枠数

**1案件 (サービス/ブランド) につき1枠分**まで

### 延長 (2営業日)

同枠でのキャンセル待ちがない場合のみ可能。自動延長。(最大1回まで)

※発注期日を過ぎた仮押さえ枠は対象外です

## 再仮押さえ可能日について

**最後に期限が切れた日** (その場合、仮押さえ可能回数はリセットされます)

※発注期日を過ぎた案件の再仮押さえは出来ません

## 注意事項

- ・仮押さえするには、企業商材可否を通過していることが条件です。
- ・二日間連続で仮押さえをすることは可能ですが、連続して掲載する場合は同一のクリエイティブの利用はできませんので、ご注意ください。

# 提供可能枠数について

1Day (ALL)・1Day (男性/女性ターゲティング) の場合4枠を使う形となり、配信は1日1社となります。  
1Day (Lite) のみの場合、1日最大4社まで配信できます。

カテゴリ	掲載に必要な枠数	枠数	パターン1	パターン2	パターン3	パターン4	パターン5
ALL	4枠	1枠	1Day ALL	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day Half	1Day Half	1Day Lite
男女ターゲ	4枠	2枠			1Day Lite	1Day Lite	
Half	2枠	3枠			1Day Half	1Day Lite	
Lite	1枠	4枠			1Day Lite	1Day Lite	

【空き4枠】の日程は1Day (ALL) or 1Day ALL 性別ターゲティング or 1Day (Half) or 1day (Lite) の仮押さえが可能。

【空き2枠】の日程は1Day Half or 1Day Liteの仮押さえが可能。（1Day ALLは不可）

※ 空き枠がある場合、キャンセル待ちはできません

# キャンセル待ちのルールについて

## ■ 仮押さえで「1Day Half-A」が入っている場合

枠状況	
1枠	1Day Half-A (仮押さえ)
2枠	
3枠	1Day Half-B (仮押さえ)
4枠	
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day ALL-A
キャンセル待ち③	1Day Lite-A

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」が**キャンセル**になった場合

枠状況	
1・2枠	1Day Half-B (仮押さえ)
3・4枠	1Day Half-C (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day ALL-A
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

## ■ 仮押さえ「1Day Half-A」が**発注**になった場合

枠状況	
1枠・2枠	1Day Half-A (発注)
3枠・4枠	1Day Half-B (仮押さえ)
キャンセル待ち①	1Day Half-C
キャンセル待ち②	1Day Lite-A
キャンセル待ち③	なし

枠の都合上、1Day ALLで発注することが不可能になるため

**キャンセル待ち②の「1Day ALL-A」は自動でキャンセル待ちが解除されます。**

## 2回目以降の実施時にアカウントを指定する場合 (任意項目)

同一商材、同一商流で2回目以降のご掲載時は、初回実施時のLINE NEWS TOP ADで利用したアカウントと同一のアカウントにて配信することが可能です。

フロー	対応社	ツール	内容	締切
LINE NEWS TOP AD アカウント指定	代理店/広告主	LINE Biz-Process Manager (LBPM)	同一企業・商流である場合に限り、任意で過去配信に使用したLINE NEWS TOP AD配信用のアカウントを指定して配信することが可能です。	掲載開始日から 5営業日前12:00まで
アカウント審査	LINE社		「アカウント指定」で指定いただいたアカウントの企業・商流情報が一致しているか確認を行います。 一致していない場合は、新規でアカウント作成となりますのでお間違えのないようご注意ください。	

### 同一アカウントを指定することによるメリット

過去のキャンペーンと実績を同一アカウントで比較することができる



CPN1 : 商品XXX 夏のキャンペーン  
CPN2 : 商品XXX 冬のキャンペーン

過去アカウントで発行したタグをそのまま利用することができる



既に過去に設置したCV Tagで計測ができるため  
事前準備に時間がかからない

- ※ LINE NEWS TOP ADの配信用に発行したアカウントでは、通常のLINE広告の配信ではご利用いただけません。
- ※ 「LINE NEWS TOP AD アカウント指定」で指定できるアカウントは、LINE NEWS TOP AD 配信用として発行したアカウントのみです。  
「通常のLINE広告アカウント」は指定できません。
- ※ アカウントを指定する場合の期日は「掲載開始日から5営業日前 12:00まで」となります。それ以降、アカウントの指定はできませんのでご注意ください。

# アカウントを指定する場合の広告主企業・商流について

アカウントを指定する場合、「**広告主企業**」「**発注企業**」「**代理店**」が一致している必要があります。

項目	会社名
広告主企業	LINEヤフー株式会社
発注企業	LYレップ株式会社
代理店	LYエージェンシー株式会社

初回配信



2回目  
以降の配信

## アカウント指定可能

### ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINEヤフー株式会社
発注企業	LYレップ株式会社
代理店	LYエージェンシー株式会社

「広告主企業」「発注企業」「代理店」  
全て一致しているため指定可

## アカウント指定不可

### ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINEヤフー株式会社
発注企業	LYエージェンシー株式会社
代理店	-

「発注企業」が不一致

### ケース②

項目	会社名
広告主企業	LINEヤフー株式会社
発注企業	LYレップ株式会社
代理店	株式会社 LINEヤフー広告代理店

「代理店」が不一致

### ケース③

項目	会社名
広告主企業	LYフード株式会社
発注企業	LYレップ株式会社
代理店	LYエージェンシー株式会社

「広告主企業」が不一致

# その他

# 免責事項

免責事項につきまして、以下をご確認ください。

1. 当社は、
  - (a)入稿素材及び誘導先
  - (b)入稿素材及び誘導先に関して当社の利用者を含む第三者が行う一切の行為
  - (c)提案書 又は広告の配信に際して当社からお客様への一切の提供物及び貸与物（当社からお客様に提供したアドバイス、提案、予測、その他の一切の情報を含まます。）及びこれらを利用した結果
  - (d)品質及びターゲティング機能の精度について何ら保証するものではなく、一切の責任を負わないものとします。
2. 利用者の設定やアプリケーションのバージョン、その他の設定や環境によっては、広告配信システムが正常に起動していたとしても、広告の内容が正しく表示されない、又はクリックしても誘導先に誘導できない場合があります。この場合も、当社は一切責任を負わないものとします。
3. お客様による設定の誤りによって生じた損害に対し、当社は一切責任を負わないものとします。
4. 為替換算が発生する場合、為替レートは、当社所定のレートを任意のタイミングで適用することとします。  
お客様は当該為替換算に異議を述べないものとし、これによりお客様に損害又は不利益が生じた場合であっても、当社は一切責任を負わないものとします。
5. 弊社都合で、希望開始日に掲載ができなかった場合、開始日を延期させて頂く可能性がございます。
6. 配信期間中に弊社側で問題が発生し、中断をせざるを得ない場合、料金は頂かず配信をそのタイミングで終了するか、延期させて頂きます。
7. 弊社都合で広告配信ができなかった場合、弊社からの補償内容は広告金額実費を上限といたします。また、間接的な損失、逸失利益などについては一切の責任を負わないものとします。
8. リーチ/impを保証するメニューではありません。想定量を下回った場合でも補填は行いません。
9. 審査が通らず入稿が遅れた場合、配信をお断り、もしくは開始を延期させて頂きます。
10. 申込はLBPM上での決定優先となります。発注後の配信日の変更やキャンセルは原則お受けできません。
11. お申し込み・枠の確定（弊社による受領）後、または受領前であっても発注期日後の場合、キャンセルや開始日等の内容変更には、お申し込みいただいたプランの金額100%のキャンセル費が発生いたします。
12. 配信開始/終了時間は多少前後致しますのでご了承ください。
13. 災害時や大規模な事件・事故発生時にLINEのユーザーに対して発信すべき情報があると当社が判断した場合、LINE NEWS TOP ADの配信枠を削除し、災害に関する情報を配信します。  
この場合、LINE NEWS TOP ADの掲載は停止されます。



# FAQ (1/2)

## LINE NEWS TOP ADについてよくあるご質問

**Q 動画タイプは自動再生ですか。**

**A** ユーザーの環境設定に依存します。デフォルトは自動再生となります。

---

**Q お申し込み後に開始日は変更できますか。**

**A** 枠の確定（弊社による受領）後、または受領前であっても発注期日後の場合、キャンセルと開始日の内容変更には、お申し込みいただいたプランの金額100%のキャンセル費が発生いたします。  
詳細はP.34をご確認ください。

---

**Q 自動再生の仕様だが、impressionとVideo Startのボリュームが異なるのはなぜですか？**

**A** ユーザー設定で動画再生をWi-fi接続時のみと設定しているユーザーや、静止画が表示されている間に表示領域が50%以下までスクロールした場合などImpressionとVideo Startのボリュームが異なる場合がございます。

---

# FAQ (2/2)

## LINE NEWS TOP ADについてよくあるご質問

**Q 土日・祝日の配信は可能ですか？**

**A** 土日・祝日の配信も可能です。

---

**Q LINE Tagの利用は可能ですか？**

**A** アカウント作成後、管理画面よりLINE Tagを発行いただきご利用することは可能です。  
ただし初回配信時はアカウント作成から配信日までの期間が短いため、タグ設置が間に合う場合にのみご利用ください。

---

**Q LINE NEWS TOP ADの配信データを活用してLINE内の他のメニューでの配信は可能ですか？**

**A** 可能です。ビジネスマネージャーでの対応となります。  
ビジネスマネージャーに関する詳細は別途リリースしている概要資料をご参照ください。  
お手元がない場合は弊社営業担当までお問い合わせください。

---

# お申し込み・お問い合わせ

お申し込み・お問い合わせにつきまして、以下をご確認の上、ご連絡ください。  
ご不明点等ございましたら、営業担当までお問い合わせください。

## お申し込み/お問い合わせ先

■ 事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みの程、宜しくお願ひ申し上げます。

- ・ [LINE 法人向けサービス 基本約款](#)
- ・ [LINE NEWS TOP AD利用規約](#)

■ 各種お問い合わせは弊社営業担当までお問い合わせください。

■ LBPMに関するお問い合わせは下記メールアドレスまでお問い合わせください。

LBPM問合せ用 : [lbpm\\_inquiry@linecorp.com](mailto:lbpm_inquiry@linecorp.com)

# LINE Biz Process Managerについて

LINE Biz Process Managerは予約型広告商品の案件作成から発注、入稿、レポート配信、請求書公開をワンストップでサポートするシステムです。

対象商品やご利用については「LINEヤフー for Business」の「LINE Biz Process Managerについて」の資料をダウンロードしてご確認ください。

<https://www.lycbiz.com/jp/download/line/>

# キャンセル規定について

キャンセル規定を下記のように定義させていただきます。

日程変更 もしくは 案件のキャンセル のみがキャンセルの受付対象になります。

また、キャンセル費は「LINEヤフー社へのお申し込み金額の100%」となります。

	発注済 受領前	発注済 受領後
発注期日前	キャンセル費対象外	<b>キャンセル費対象</b>
発注期日後	<b>キャンセル費対象</b>	<b>キャンセル費対象</b>

## 対象プロダクト

LINEプロモーションスタンプ\*、LINEプロモーション絵文字、Talk Head View、Talk Head View Premium、Talk Head View Premiumの制作費、LINE NEWS TOP AD、LINEで応募 メッセージ配信、LINEパートナーパッケージ\*、LINEオープンキャンペーン（アンケート型）、LINEポイントコード、LINEポイントメッセージ、LINEポイントスタンプセクション、LINEポイントAD UID提供オプション、LINEチラシ メッセージ

※LINEプロモーションスタンプについて、スタンプ制作費とエントリーに関しては別途キャンセル規定がございますので、担当までご確認ください。

※LINEパートナーパッケージについて、日程変更に関してはキャンセル規定の適用外となります。詳細はTechnology Partnerまでご確認ください。

※媒体資料記載のプロダクトについて抜粋しております。記載のないプロダクトについては個別媒体資料ないしは担当までご確認ください。

# お申し込み・お問い合わせ総合窓口

お申し込み・お問い合わせにつきましては、弊社営業担当までお問い合わせください。

営業担当がない、不明な場合は「LINEヤフー for Business」のお問い合わせフォームをご利用ください。

**LINEヤフー for Business**

ログイン アカウント開設 お問い合わせ メニュー

サービス 事例 イベント・セミナー コラム 資料ダウンロード お知らせ ご利用中のお客様へ

ホーム > サービス一覧 > お問い合わせ

## お問い合わせ

**Yahoo!広告に関するお問い合わせ**  
Yahoo!広告に関する新規導入・アカウント作成をご検討のお客様

新規サービス導入のお問い合わせ

よくあるご質問はこちら

既にYahoo!広告のサービスをご利用のお客様

ご利用中サービスのお問い合わせ

その他、Yahoo!サービスに関するお問い合わせ先一覧

**LINEサービスに関するお問い合わせ**  
LINE公式アカウントやLINE広告などの新規導入・アカウント作成をご検討のお客様

新規サービス導入のお問い合わせ

よくあるご質問はこちら

既にLINE公式アカウントやLINE広告などのサービスをご利用のお客様

ご利用中サービスのお問い合わせ

LINE公式アカウント料金プラン改定について

## LINEヤフー for Business

お問い合わせ > LINEサービスに関するお問い合わせ  
「新規サービス導入のお問い合わせ」

<https://www.lycbiz.com/jp/contact/>

# LINEヤフー

ウェブサイト

<https://www.lycbiz.com/jp/>