

LINE NEWS

媒体資料

2023年 10月-12月

サービス概要

LINE NEWSの特徴 4-5
ユーザー属性 6
イメージ 7
利用シーン 8
ユーザーの興味 9
ユーザーの購入商品カテゴリー 10

広告メニュー

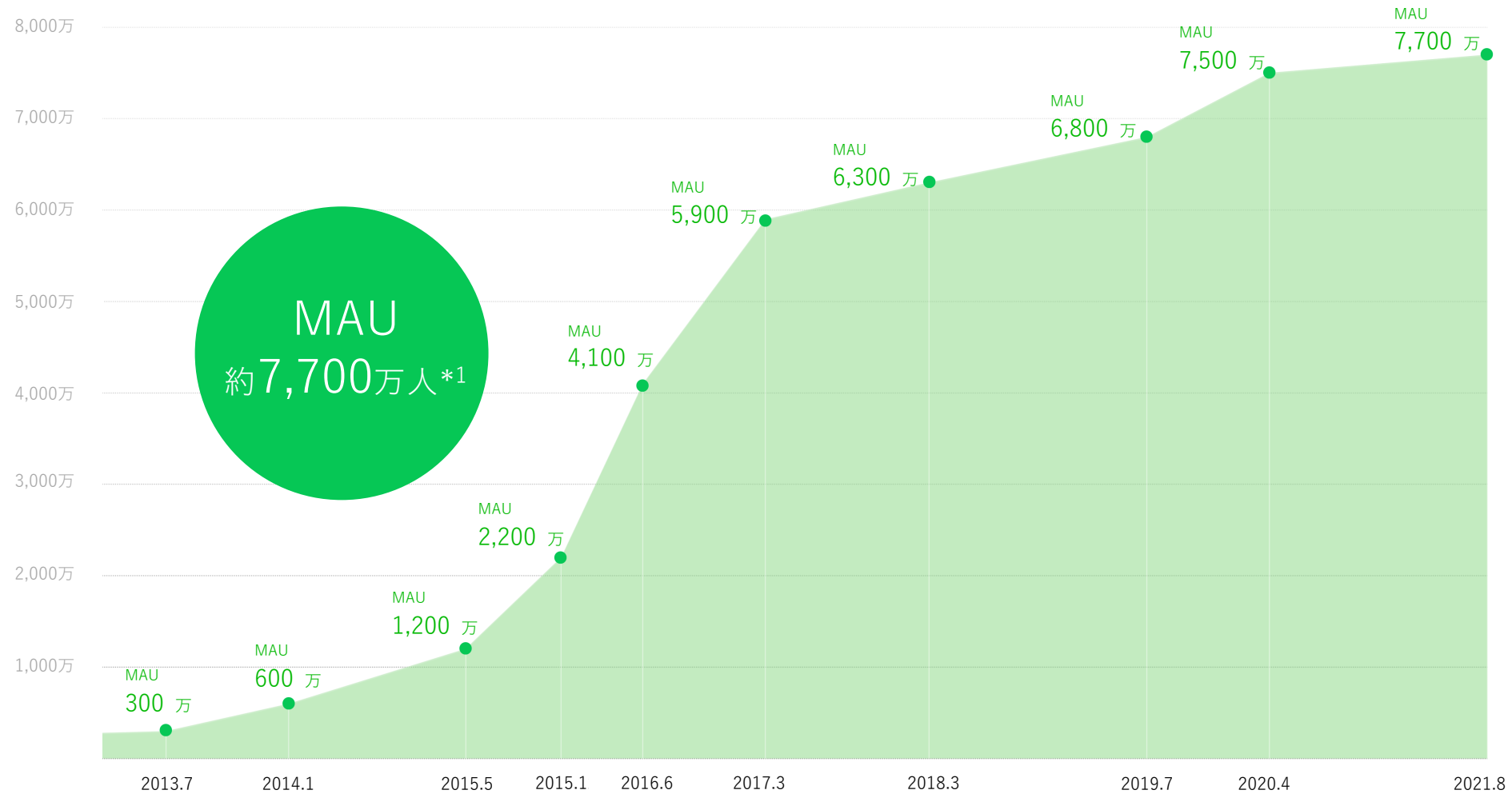
DIGEST Spot 11-14
DIGEST Spot / Video Option 15-19
ブランドリフトサーベイ オプション 20-26
DIGEST Spotの画像規定 27-34

その他

お申込みから掲載まで 36-37
仮押さえについて 38
お申し込み依頼フォーマット 39
企業・商材可否基準 40
制作可否基準 41
Q&A 42-43
各種規定 44-45
免責事項 46
Appendix 47

サービス概要

圧倒的なリーチ数と高いアクティブユーザー数が特徴



※1：2021年8月時点。LINEアプリ内ニュースタブ、LINE NEWSのWEBページへ月に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、AM Selectおよび自社媒体含む）」全430媒体以上

※2023年1月末時点

リッチメッセージからユーザーを誘導



NEWS DIGEST 一覧ページ



PUSH型のニュース配信

「総友だち数、3,700万人以上」 ※2023年6月末時点
 LINE NEWSのLINE公式アカウント配信のリッチメッセージ内に見出しを掲載。朝昼夕夜1日4回のリッチメッセージ配信でタイムリーなニュースをPUSH発信します。

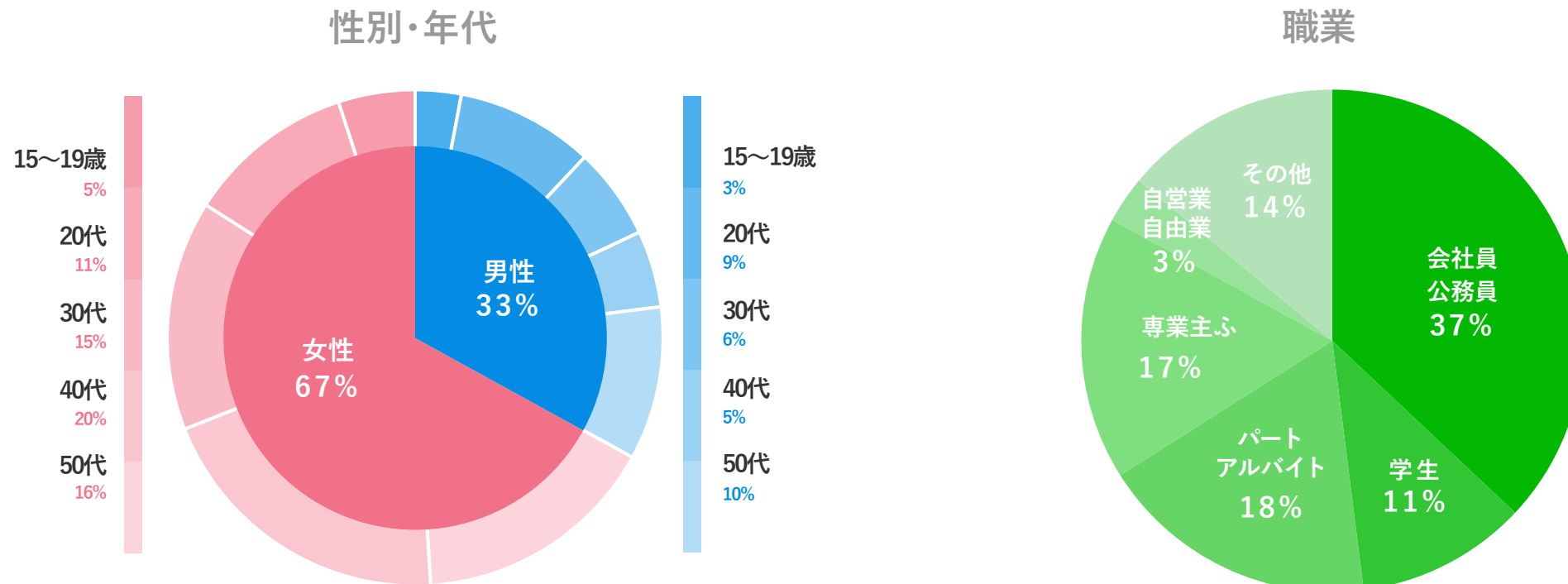
幅広いジャンルのNEWS DIGEST

エンタメ、スポーツ、政治、経済、ファッションからグルメまで、幅広いジャンルの主要ニュースを毎日配信しています。

※一部端末で表示が異なる場合があります。

LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザー属性

LINE NEWSのLINE公式アカウントのユーザーは、男女比約3：7で女性が多い傾向です。世代による偏りがなく、幅広いユーザーに利用されています。職業は、会社員・公務員が最も多く、パート・アルバイト、専業主婦、学生と続きます。



※ 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213）
 ※ データの数値は、小数第1位を四捨五入しているため、合計した数が100%にならないことがあります。

LINE NEWSのLINE公式アカウントに対するイメージ

LINE NEWSのLINE公式アカウントは、気軽に読めることや、スキマ時間に使いやすいことなど、ユーザーが身構えることなく、カジュアルに触れられる点が評価されています。また、LINE公式アカウントからのPUSH配信でユーザーの手元に直接ニュースを届けられるため、重要な情報や話題を自然に受け取れることも特徴の一つです。

気軽に読める



ヒマつぶしするのに向いている



自分でわざわざ探しに行かなくても重要なニュース/情報が見られる



速報が早い



サクサク読める



短い時間でも重要なニュース/情報をカバーできる



世の中で話題になっていることにくわしくなれる



自分の興味のある記事が読める



まじめな事件からやわらかいネタまで、幅広い記事が読める



LINE NEWSのLINE公式アカウントを一日の中で見るタイミング

LINE NEWSのLINE公式アカウントは、休憩中や自宅で過ごす時間など、主にプライベートタイムで利用されています。また昼夜問わず、日常的なスキマ時間での情報収集にも利用されている傾向があります。場所や時間を選ばず利用される、ユーザーの生活に根付いた情報発信プラットフォームです。

お昼休みや休み時間



夜ゆっくりくつろぎながら



電車やバスなどでの通勤/通学/移動中



寝る前にベッドやふとんに入ってから



起きてすぐベッドやふとんの中で



朝の身じたくのスキマ時間に



夕方の家事の合間



朝食を食べながら



LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザーの興味/知りたいジャンル

LINE NEWSのLINE公式アカウントでは、生活や暮らしに役立つ正確な情報をリアルタイムに配信しています。その中で、普段から利用しているユーザーの興味/知りたいニュースジャンルも日々変化しています。最近では、グルメやファッションといったよりパーソナルな情報への興味度が、一般的なスマホユーザー平均数値よりも高い傾向にあります。

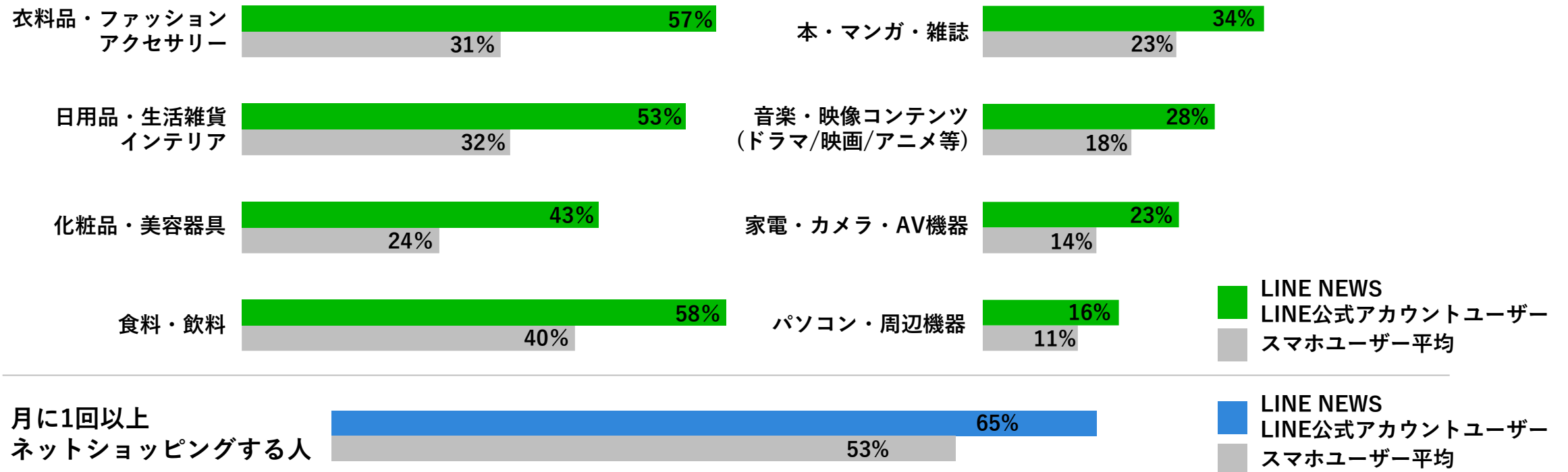


※ 出典：スマートアンサー調査（2021年10月実施/全国15~59歳の男女を対象 サンプル数3,234/LINE NEWS DIGESTユーザーの特徴として見られるジャンル8つをピックアップ）

LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザーのショッピング傾向

LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザーの普段の購入率を見ると、スマホユーザー平均に比べてファッション、日用品、化粧品などの生活に密着した商品の購入割合が相対的に高くなっています。また、月に1回以上ネットショッピングする人の割合は65%と、スマホユーザー平均の52%に比べて高く、ネットでの購入も高い傾向があります。

ショッピング全般（ネット購入を含む）カテゴリ別購入率



※ 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3,234）

広告メニュー

DIGEST Spot

DIGEST Spotの誘導と掲載

LINE NEWSのLINE公式アカウントのリッチメッセージ「昼刊/夕刊」（朝刊/夜刊除く）内の画像、もしくはテキスト枠内から記事に誘導します。

誘導枠



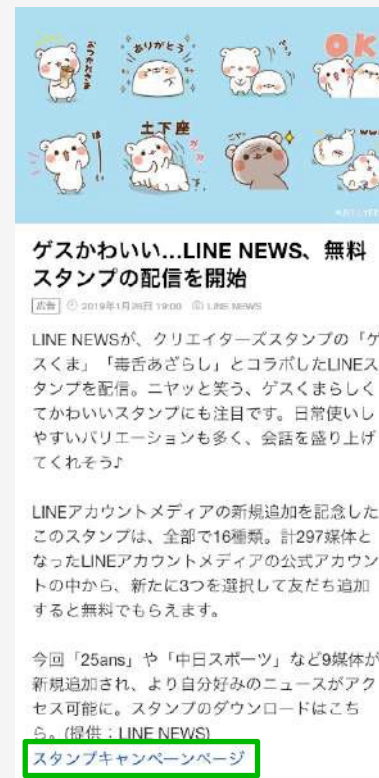
LINE公式アカウント リッチメッセージ

左上の画像枠もしくは右下のテキスト枠のいずれかをご指定いただけます。

1枠/日※

※ 昼刊もしくは夕刊の指定が可能
昼刊12時頃/夕刊20時頃

掲載面

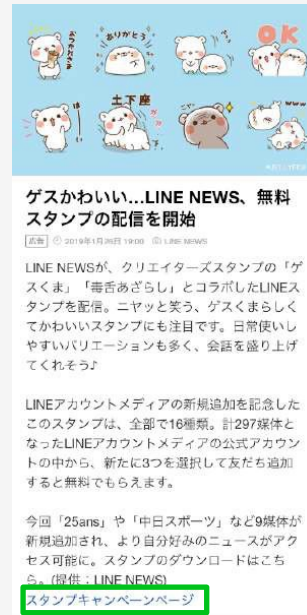


LINE NEWS 記事(LINE内)

「広告」マークと提供元名の提示をいたします。任意の遷移先URLを1点ご指定いただけます。
(両OS共通)

ご指定サイトへ遷移

※一部端末で表示が異なる場合があります。



平日枠

¥5,000,000 (税別)

土日祝日枠

¥6,000,000 (税別)

※ 想定PV数：20万～70万PV

※ 対象期間：2023年10月1日（日）～2023年12月28日（木）

メニュー概要

保証形式	掲載保証
誘導枠	LINE NEWSのLINE公式アカウント発信のリッチメッセージ内 ※スマートフォンのみ対象
誘導内容	画像+テキスト(全角8文字程度)もしくはテキスト(全角12文字程度) ※LINE社にて制作(編集権はLINE社に帰属)
掲載面	ダイジェストニュース一覧ページ(300文字以内) ※両OS共通
記事内容	画像+テキスト+リンク先URL
枠数	1枠/日 ※土日祝日を含む ※昼刊(12時頃配信)もしくは夕刊(20時頃配信)をご指定ください
制作日数	最短10営業日ほど ※実制作を開始した時点で起算 ※薬機法・景表法準拠の審査を必要とする案件は最短16営業日
レポート項目	記事PV数、指定リンク先への遷移数
レポート提出日	掲載開始日より10営業日以内 ※掲載日より7日分を集計いたします
配信時間について	配信時の混雑緩和のため、昼刊は12時の前後10分頃、夕刊は20時の前後10分頃から順次配信を開始しております。ただし、通信環境や混雑状況によって、メッセージ到達まで数分遅延する可能性がありますのでご了承ください。 ※記事は遷移チェックを行う関係で配信時間の1時間前に公開となります
土日祝日 配信枠について	配信内容を平日営業日中にFIXいただくことが配信の条件です。予めご了承ください。天災・事件・事故等が発生し、本広告商品の記事内容と強い関連性が認められ、広告主様が掲載取り止め、日程変更等を希望される場合を除き、営業日以外での記事修正などの変更依頼についてはお受け出来かねますのでご了承ください。

クリエイティブ詳細 下記のほか、別紙入稿シート内の規定に準拠してください。

掲載面	項目	内容	入稿素材	備考
LINE公式アカウント リッチメッセージ	画像	1点：縦640px 横640px (画像枠の場合)	○	<ul style="list-style-type: none"> ・PNGもしくはJPG形式。 ・1種のデザイン画像をご納品ください。 ※詳細な画像規定についてはP27以降をご確認ください。
	見出し	全角8文字程度 (画像枠の場合) 全角12文字程度 (テキスト枠の場合)	×	<ul style="list-style-type: none"> ・見出しの編集権はLINEに帰属します。 ※公開前にご確認いただくことはできません。
LINE NEWS内記事	画像	1点：縦360px 横640px	○	<ul style="list-style-type: none"> ・PNGもしくはJPG形式。 ・1種のデザイン画像をご納品ください。 ・入稿シート提出時に併せてご納品ください。 ※詳細は画像規定をご確認ください。
	見出し	最大全角27文字	×	<ul style="list-style-type: none"> ・見出しの編集権はLINEに帰属します。
	画像クレジット	最大全角15文字	○	
	本文	300文字以内 ※提供社名含む	×	<ul style="list-style-type: none"> ・本文の編集権はLINEに帰属します。
	提供社名	最大全角15文字	○	<ul style="list-style-type: none"> ・記事の本文末尾にテキストで記載いたします。 ・株式会社表記は省略、商品名・ブランド名での記載でも場合により可となります。
	遷移先URL	1点 ※両OS共通	○	<ul style="list-style-type: none"> ・入稿されたURLを弊社にて短縮URLに変換して掲載いたします。(lin.eeドメイン形式) ・計測用URLの入稿も可となります。 ・LINE公式アカウント友だち追加ページやスタンプDLページ等のLINE内部に遷移させる場合は、ランディングページを経由する遷移を推奨いたします。 ・アンカーリンク付きURLの入稿は不可といたします。(一部環境にて正常に動作しない可能性があるため)
	遷移先ページタイトル	最大全角18文字	○	<ul style="list-style-type: none"> ・〇〇公式サイト等、遷移先ページタイトルをご明記ください。 ・「～はこちら」などの誘導文言は不可です。

広告メニュー

DIGEST Spot Video Option

DIGEST Spot Video Optionの誘導と掲載

DIGEST Spot記事下に動画を挿入できるオプションメニューです。

関連動画を掲載することで、記事内テキストの情報補完やブランドリフトなど、幅広い訴求にご活用いただけます。

※画面はイメージとなります。広告仕様が変更となる可能性があります。



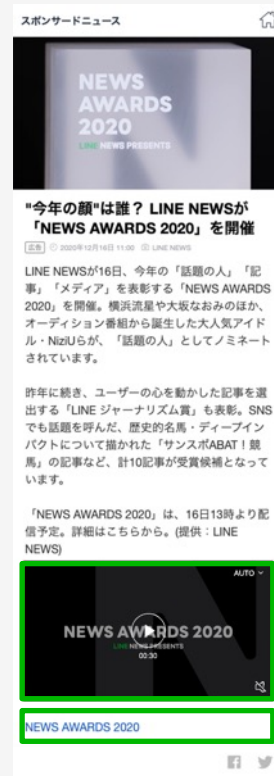
LINE公式アカウント リッチメッセージ

左上の画像枠もしくは右下の
テキスト枠のいずれかをご指
定いただけます。

1枠/日※

※昼刊もしくは夕刊の指定が可能
昼刊12時頃/夕刊20時頃

DIGEST Spot

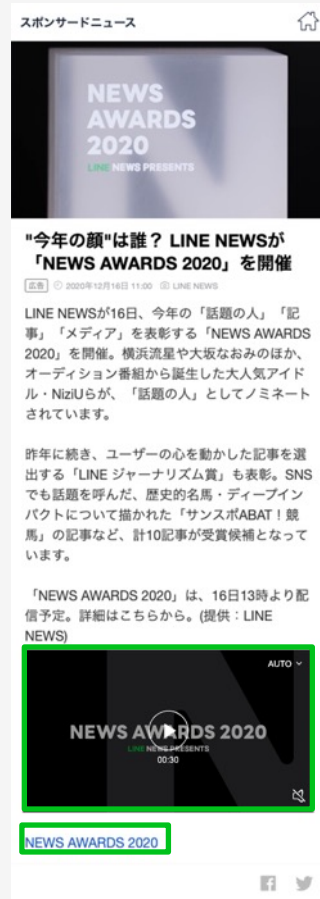


掲載動画



ユーザーの設定で許可している場合には、自動再生されます。※一部端末で挙動が異なる場合がございます。また、動画内の再生マークをタップした場合も再生されます。

ご指定サイトへ遷移



動画オプション

¥1,000,000 (税別)

※想定再生数：20～40万回

※対象期間：2023年10月1日（日）～2023年12月28日（木）

メニュー概要

保証形式	掲載保証
掲載面	DIGEST Spot 記事内 下部 ※遷移先URLは動画の下に掲載されます
掲載内容	動画
枠数	1本/1記事
レポート項目	動画再生数、動画再生完了数
レポート提出日	掲載開始日より10営業日以内 ※掲載日より7日分を集計いたします
備考	DIGEST Spotの実施が必須となります。 その他の内容はDIGEST Spotに準拠いたします。

※ ページデザインおよびメニュー概要を予告なく変更する場合がございます。詳しくは担当営業にお問い合わせください。

※一部端末で表示が異なる場合があります。

クリエイティブ詳細 下記のほか、別紙入稿シート内の規定に準拠してください。

掲載面	項目	内容	入稿素材	備考
Video Option	動画	1点：縦720px 横1280px	○	音声有り / 字幕有り / 60秒以内 / mpeg4 (MP4) 形式 / 50MB以内
	JASRAC楽曲	許諾番号		対象楽曲を使用している場合、配信日前日までにJASRACへインターネットCM配信利用申込書を提出してください。

動画素材可否

制作可否審査の際には「可否判断シート」をご提出ください。

動画素材可否について

別途動画の可否が必要となります。

以下の項目については不可となります。

- ・ 20歳未満の方への飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの、その他公序良俗に反するもの
- ・ 薬機法、景品表示法、その他法令を遵守していないもの
- ・ 1コマ目が単一色のみ、また、内容が不明なもの
- ・ 記事内容とマッチしないもの
- ・ ユーザーの事実誤認を誘発する恐れのある内容
- ・ その他弊社が不適切と判断した内容

音声について

音声やBGMを必ず付けてください。

字幕について

サウンドOFFで再生するユーザーへの配慮のため、字幕なしの動画は原則不可とさせていただきます。

動画の削除対応

動画の削除対応についてレポート対象期間（7日間）が終了した翌営業日に、記事内から動画を削除いたします。

※ 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。

※ 企業・商材可否、制作可否については都度審査が必須となります。

ループ、複数動画の繋ぎ合わせについて

ループ表示、また、15秒動画を単純に2つ繋ぎ合わせて30秒とするような動画は不可となります。最大60秒までの、1本の動画でご入稿ください。

動画の見え方について

Wi-Fi環境または、ユーザーの設定で許可している場合には、自動再生されます。※一部端末で挙動が異なる場合もございます。また、動画内の再生マークをタップした場合も再生されます。

1コマ目には動画の訴求内容がわかりやすいものを指定ください。

1コマ目が単一色のみ画像、また、記事内容とマッチしない内容は不可となります。

当日イベントなどの日時表記について

配信日以降も一定期間は掲載されるため、「本日開催」や「本日公開」などの表記は事実にごくわなくなってしまうのでご注意ください。

「1/1（日）より開催」など日付での表記を基本とし、正確な表現となるよう作成ください。

広告メニュー

DIGEST Spot

ブランドリフトサーベイ オプション

DIGEST Spot ブランドリフトサーベイ オプションの誘導と掲載

「DIGEST Spot」配信後、記事への接触ログと業界最大級のリサーチプラットフォームである「LINEリサーチ」を利用して、訴求商材に対するユーザーのブランドリフト調査を実施することができるオプションメニューです。



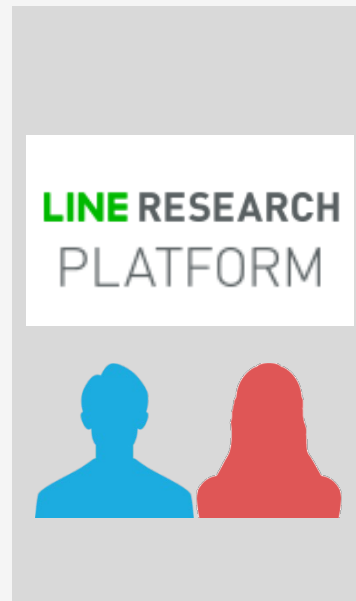
1. DIGEST Spot配信



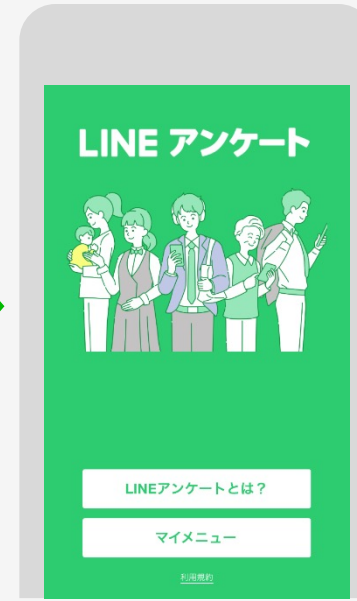
2. 広告記事に接触



3. 調査対象者を抽出



4. 調査実施



5. 調査結果を分析・報告



※ 一部端末で表示が異なる場合があります。



¥1,000,000 (ネット金額 税別)

※ 対象期間：2023年10月1日（日）～2023年12月28日（木）

メニュー概要

調査対象 全国15-59歳の男女

手法 LINEからのプッシュ通知によるスマートフォンアンケート

サンプル数/ 2,000サンプル
割付・補正 (基本割付：記事接触者1,500サンプル、記事非接触者500サンプル)

想定 サンプル数	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代
記事接触者	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
記事非接触者	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

設問数 5問（認知/好意/利用意向/広告認知+選択設問）

納品物 報告書（数値サマリ付き）
分析軸：広告接触別/性年代別

報告書納品日 DIGEST Spotの配信後、25営業日後を目処にご納品

- 備考
- DIGEST Spotの実施が必須となります。
 - リサーチの質問内容に関する審査がございます。
 - 回収サンプル数によっては、性年代別の結果をお出しできない場合があります。
 - 調査対象の性年代は、記事の内容や訴求商材に連動して変更する場合があります。
 - サンプルは性年代別に均等回収し、構成比が実態に沿うようウェイトバック集計を実施します。
 - クロス集計表・ローデータ・ログデータ・個別識別子は納品物に含まれておりません。

※ ページデザインおよびメニュー概要を予告なく変更する場合がございます。
詳しくは担当営業にお問い合わせください。

ブランドリフトサーベイ 報告書イメージ

DIGEST Spotの配信後、25営業日後を目処に、経験豊富なリサーチャーが作成した報告書を納品します。

サマリ

ブランドリフトの数値サマリをレポートします。



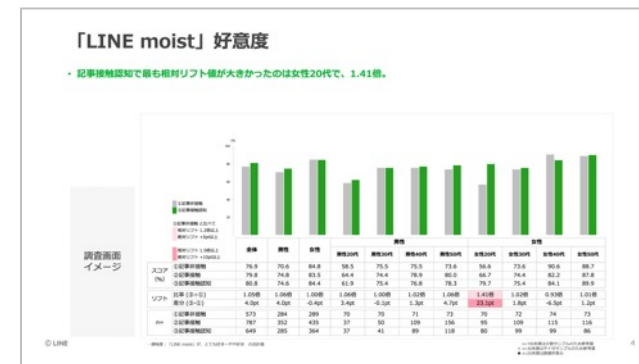
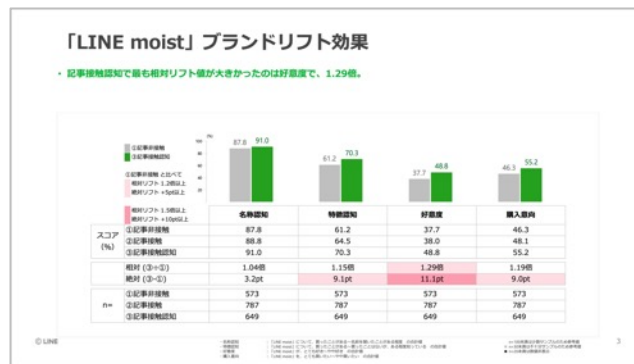
広告接触者における広告認知率

クリエイティブがどの程度記憶に残ったかを把握します。



広告接触によるブランドリフト

広告接触者と非接触者の比較から、接触者の認知度や好意度・利用意向のリフト値、態度変容を明らかにします。

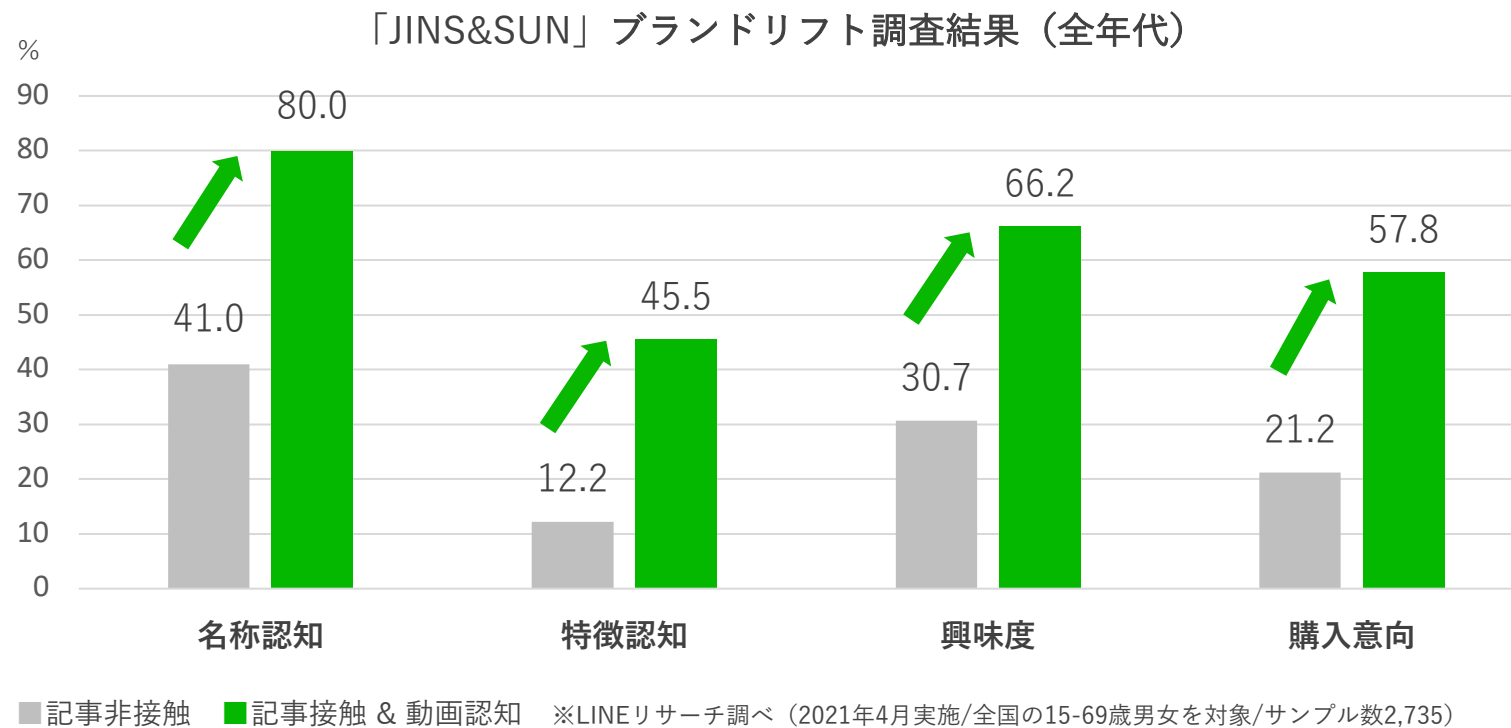


ブランドリフトサーベイ事例 株式会社ジンスホールディングス様

新しいサングラスブランド「JINS&SUN」と新CMの認知拡大を目的として、ブランドリフトサーベイオプションおよびDIGEST Spot Video Optionにご出稿いただきました。

その結果、調査したすべての指標（名称認知・特徴認知・興味度・購入意向）においてブランドリフト効果を確認。さらに動画と記事を合わせて視聴した読者群のほうが、より大きくブランドリフトしていることもわかりました。

本事例の詳細については、ブランド担当者様にインタビューした記事でもご紹介しています。記事は[こちら](#)。



規定と注意事項 (1)

禁止行為について

以下の行為は禁止します。

詳細は、LINEリサーチ 広告調査媒体資料に準拠します。

- 個人情報収集、会員登録勧誘、その他勧誘にあたる行為
- 外部サイトへの誘導
- ソフトウェア等のダウンロード、インストール
- 商品の購入、試用を促すダイレクトマーケティング
- プロモーション、イベント含む広告、宣伝
- LINE社名、ロゴ、キャラクターの無断使用
- LINEとLINEサービスに関する調査
- 公序良俗に反する質問
- 万人が答えられない設計
- その他弊社が不適切と判断した内容

要配慮項目について

パネルダメージ回避の観点から回答者の心理を保護する目的およびLINE社事業継続目的の下、以下内容を含む調査の実施は禁止します。

また、記載がない項目でも、一部条件付きでの実施とする可能性もございます。詳細は、LINEリサーチ 広告調査媒体資料に準拠します。

- LINE社各種サービスの利用実態など、LINE社の競合を利する可能性のある内容（LINEの利用頻度は可）
- 記事内容とマッチしないもの
- 20歳未満の方への飲酒喫煙を想起させるもの、性的表現、暴力的表現、ナショナリズムを煽るもの、その他公序良俗に反するもの
- 薬機法、景品表示法、その他法令を遵守していないもの
- ユーザーの個人特定に直結する情報
- ユーザーの事実誤認を誘発する恐れのある内容
- その他弊社が不適切と判断した内容

※ 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。また、これらの項目、対応には随時見直しが入ります。あらかじめご了承ください。

※ LINEリサーチ 広告調査媒体資料はこちら <https://www.linebiz.com/jp/download/>

規定と注意事項 (2)

PR案件について

以下の要素を含むものは、PR目的であると判断し聴取不可とします。

詳細は、LINEリサーチ 広告調査媒体資料に準拠します。

- 告知事項（特に、回答者が通常ほぼ知りえない事項）や商品/サービスの効能/イメージを、タイトルや設問や選択肢で回答者に刷り込もうとするもの
- 調査に不要な画像や動画の掲載、または同一の画像や動画を不要に複数回提示しようとするもの
- 調査時点からみて未来の日時・期間に起こるであろう新商品発売予告やイベントやキャンペーンを提示し、回答者にアクション（検索含む）を起こさせるような具体的な告知を載せている
- 直接的な誘導（URLの表示含む）、特定ワードで検索を促す画面・文言
- 会員登録や、個人情報の取得、何らかの会員ID（識別子）の取得
- 調査目的に明らかに見合わない、膨大なサンプル数のSCR/本調査回収
- 通常の調査と呼ぶには統計学的・予算的に説明のつかない、合理的でないスペックの配信計画
- その他弊社が不適切と判断した内容

※ 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。また、これらの項目、対応には随時見直しが入ります。あらかじめご了承ください。

※ LINEリサーチ 広告調査媒体資料はこちら <https://www.linebiz.com/jp/download/>

広告メニュー

DIGEST Spotの画像規定

画像規定

入稿いただく画像について

入稿画像は、LINE NEWS記事内の画像（1点）とリッチメッセージ内の画像（1点）の計2点となります。
リッチメッセージからの誘導はテキストでも可能なため、リッチメッセージ内の画像の入稿は任意です。



記事内画像



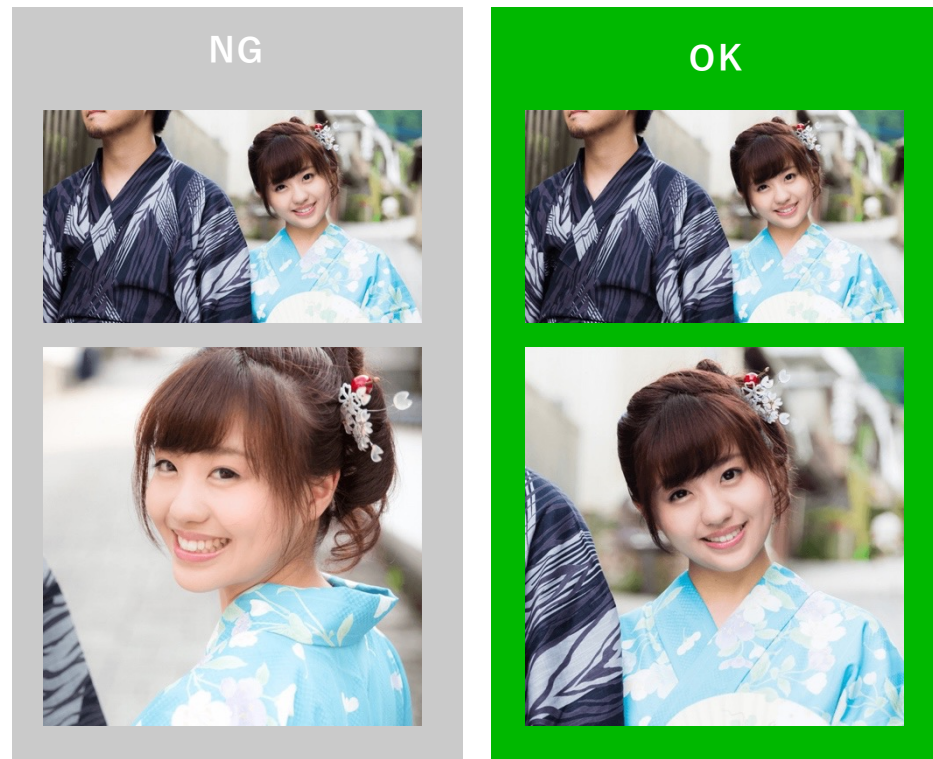
リッチメッセージ内画像

※ 画像規定について詳しくはこちら <https://line.box.com/s/2z8ii287y1c65cwe7o2dxyf0rbbnlnoh>

画像規定

1. 入稿画像の不一致

原則として、LINE NEWS記事内の画像とリッチメッセージ内の画像は、同じ構図のものとしてください。同じ商品・同じ人物の画像であっても、構図が異なるものは不可となります。

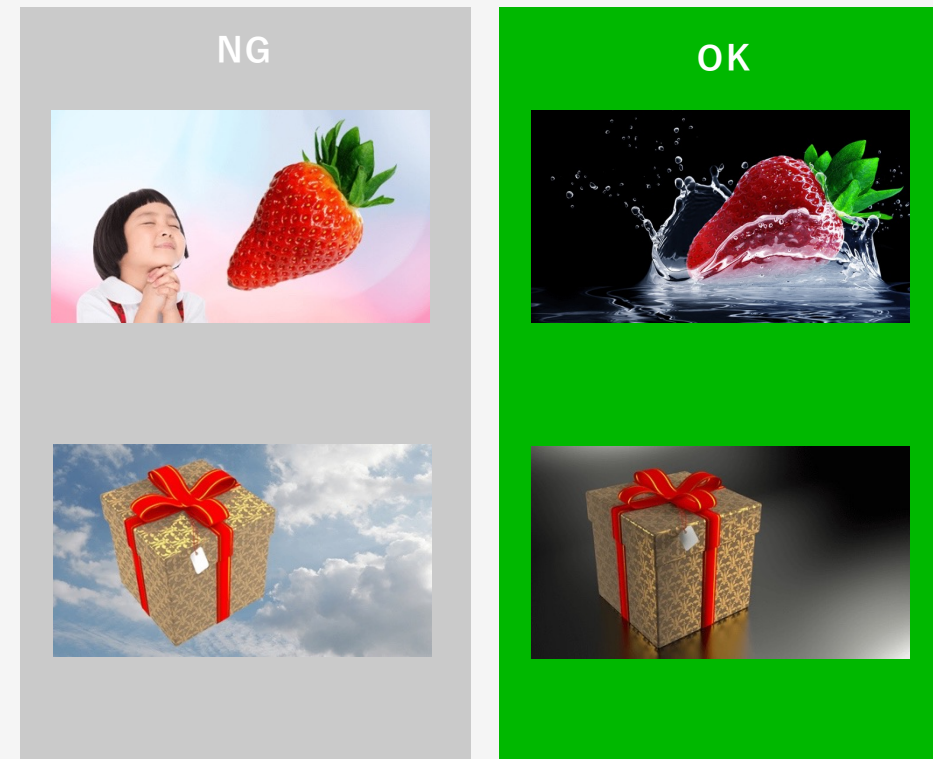


※ 画像規定について詳しくはこちら <https://line.box.com/s/2z8ii287y1c65cwe7o2dxyf0rbbnlnoh>

画像規定

2. 不自然な合成

世界観の統一されていない、精巧ではない合成画像は使用できません。



画像規定

3. 複数画像の合成

複数の画像を貼り合わせた合成画像は、たとえ精巧なものであっても使用できません。



画像規定

4. 画像と記事内容の不一致

LINE NEWS記事内の画像とリッチメッセージ内の画像は、必ず記事本文の訴求内容とマッチするものをご用意ください。例えばTVCMを訴求する記事の場合、商品画像は原則不可となります。

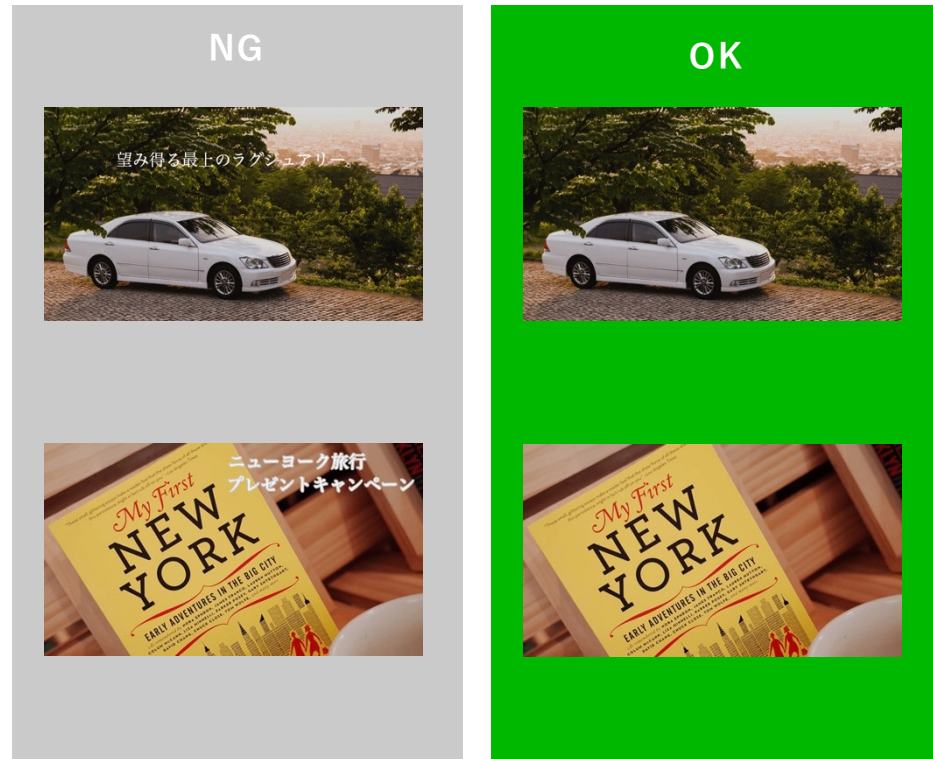


※ 画像規定について詳しくはこちら <https://line.box.com/s/2z8ii287y1c65cwe7o2dxyf0rbbnlnoh>

画像規定

5. テキスト・ロゴ掲載

画像内にテキストやロゴを含むものは不可となります。ただし、コピーライトや、商品パッケージなどに記載されたテキストやロゴはこの限りではありません。

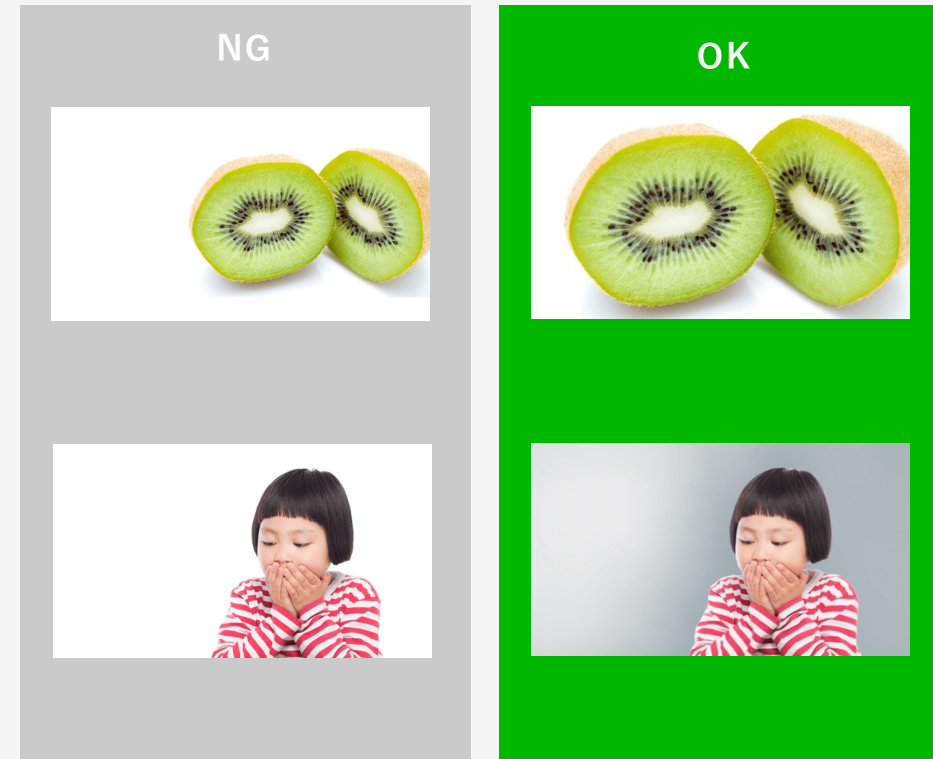


※ 画像規定について詳しくはこちら <https://line.box.com/s/2z8ii287y1c65cwe7o2dxyf0rbbnlnoh>

画像規定

6. 50%以上の白背景

視認性の観点から、画像の背景色が白一色のものは非推奨とします。やむを得ず白一色の背景を使用する場合は、白色のエリアを50%以下にさせていただく必要があります。



画像規定

7. 画像の縁取り

画像の周りを縁取りしているものは使用できません。



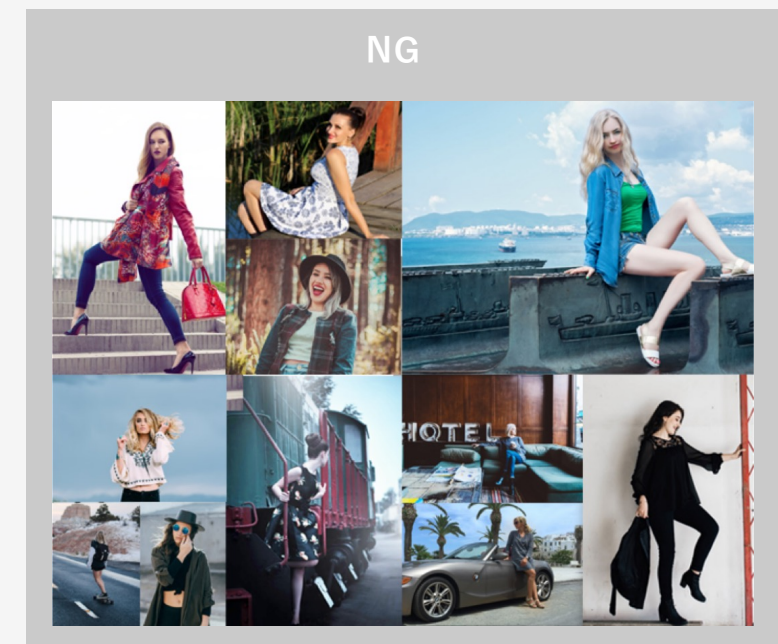
※ 画像規定について詳しくはこちら <https://line.box.com/s/2z8ii287y1c65cwe7o2dxyf0rbbnlnoh>

画像規定

8. 複数の画像を組み合わせた組み画像

6つの条件を全て満たす場合は、組画像をご使用いただけます。

- ① 組み合わせる画像に関連性がある
- ② 1枚の画像につき4カット以下の組み合わせ
- ③ 1カットの画像面積が全体の20%以上
- ④ 通常記事と違和感のない
- ⑤ 視認性が保たれている
- ⑥ 画像を見て主題が分かる



画像規定 Appendix

内容との関連性が薄い

ニュース内容（主語）が瞬間的にわかりづらい画像は、お控えください。規定に準拠している画像であっても、下記のような画像は広告効果に影響する可能性がありますので可能な限り控えてください。

非推奨



リッチメッセージ内の画像の見出し部分には
テキストが入ります。

画像規定 Appendix

見出しエリアが確保されていない

リッチメッセージ内の画像の見出し部分にはテキストが入るため、加味したレイアウトで制作をお願いいたします。規定に準拠している画像であっても、下記のような画像は広告効果に影響する可能性がありますので可能な限り控えてください。

非推奨



リッチメッセージ内の画像の見出し部分には
テキストが入ります。

画像規定 Appendix

広告要素が強い

通常のNEWS記事と並べた際に広告色が際立ち、読者に忌避されるリスクがあります。規定に準拠している画像であっても、下記のような画像は広告効果に影響する可能性がありますので可能な限り控えてください。

非推奨



リッチメッセージ内の画像の見出し部分には
テキストが入ります。

その他

DIGEST Spot

<p>STEP 1</p> <p>審査 (企業・商材可否/制作可否)</p>	<p>企業・商材に関する掲載可否の申請をお願いいたします。 URL：https://linemediaservice.movabletype.io/form.html 企業・商材可否が完了しましたら、制作可否判断シートに訴求内容をご記載のうえ、下記までご連絡ください。 ※「Video Option」をご実施の場合は、動画の審査もございますので、動画を併せてご送付ください。 記事制作可否に関するお問い合わせ用メールアドレス：sales_media_req@linecorp.com 新規お問い合わせの方は下記までご連絡ください。 お問い合わせ用メールアドレス：sales_media_req@linecorp.com</p>
<p>STEP 2</p> <p>空き枠確認・仮押さえ</p>	<p>弊社営業担当まで掲載開始希望日の空き枠状況をご確認ください。また、必要に応じて所定の申込方法にて、仮押さえをご依頼ください。 ※仮押さえする際は制作可否判断シートのご提出が条件となります。</p>
<p>STEP 3</p> <p>発注・枠押さえ</p>	<p>弊社営業担当まで所定の申込方法にて、ご連絡ください。 お申込み用メールアドレス：sales_media_order@linecorp.com</p>
<p>STEP 4</p> <p>入稿</p>	<p>平日枠にて配信の際には掲載開始希望日の10営業日前17時まで、土日祝日枠にて配信の際には掲載希望日の12営業日前17時までにフォーマットに沿ってご入稿ください（入稿規定の審査がございます）。 医薬品、医療品あるいはキャンペーン告知など、薬機法・景表法準拠の審査を必要とする与件は上記に加え6営業日前までにご入稿ください。 ※「Video Option」をご実施の場合は、動画も合わせてご入稿ください。</p>
<p>STEP 5</p> <p>初稿提出</p>	<p>DIGEST Spot掲載開始8営業日前までに、記事の初稿を提出いたします。</p>
<p>STEP 6</p> <p>初稿お戻し</p>	<p>DIGEST Spot掲載開始6営業日前までに、記事の初稿をお戻しいただきます。</p>
<p>STEP 7</p> <p>修正稿提出</p>	<p>DIGEST Spot掲載開始4営業日前までに、記事の修正稿を提出いたします。</p>
<p>STEP 8</p> <p>FIX</p>	<p>DIGEST Spot掲載開始2営業日前までに、記事の配信内容をFIXします。</p>
<p>STEP 9</p> <p>掲載開始</p>	<p>各枠所定日時より掲載を開始いたします。</p>

※ お申し込み・入稿は掲載開始日の10営業日前までとさせていただきます。

※ お申し込みは「メールのみ有効」かつ「メール到着順」で枠決定させていただきます。詳細はP44・45の「各種規定」を参照ください。

※ 指定の日程までに入稿シート、必要素材等をご提出いただけなかった場合には、翌営業日から起算してスケジュールを後ろ倒しとさせていただきます。

DIGEST Spot + ブランドリフトサーベイ

STEP 1	審査 (企業・商材可否/制作可否)	企業・商材に関する掲載可否の申請をお願いいたします。 URL : https://linemediaservice.movabletype.io/form.html 企業・商材可否が完了しましたら、制作可否判断シートに訴求内容をご記載のうえ、下記までご連絡ください。 記事制作可否に関するお問い合わせ用メールアドレス : sales_media_req@linecorp.com 新規お問い合わせの方は下記までご連絡ください。 お問い合わせ用メールアドレス : sales_media_req@linecorp.com
STEP 2	空き枠確認・仮押さえ	弊社営業担当まで掲載開始希望日の空き枠状況をご確認ください。また、必要に応じて所定の申込方法にて、仮押さえをご依頼ください。 ※仮押さえする際は制作可否判断シートのご提出が条件となります。
STEP 3	発注・枠押さえ	弊社営業担当まで所定の申込方法にて、ご連絡ください。 ブランドリフトサーベイの発注は、DIGEST Spotの発注とわけでご送付ください。※P36参照 お申し込み用メールアドレス : sales_media_order@linecorp.com
STEP 4	入稿	平日枠にて配信の際には掲載開始希望日の10営業日前17時まで、土日祝日枠にて配信の際には掲載希望日の12営業日前17時までに DIGEST Spot、ブランドリフトサーベイの入稿素材を揃えた上で 、フォーマットに沿ってご入稿ください（入稿規定の審査がございます）。 医薬品、医療品あるいはキャンペーン告知など、薬機法・景表法準拠の審査を必要とする与件は上記に加え6営業日前までにご入稿ください。
STEP 5	初稿提出	DIGEST Spot掲載開始8営業日前までに、記事の初稿を提出いたします。
STEP 6	初稿お戻し	DIGEST Spot掲載開始6営業日前までに、記事の初稿をお戻しいたします。
STEP 7	修正稿提出	DIGEST Spot掲載開始4営業日前までに、記事の修正稿を提出いたします。
STEP 8	アンケート項目FIX	DIGEST Spot掲載開始3営業日前までに、リサーチのアンケート項目をFIXします。
STEP 9	校了	DIGEST Spot掲載開始2営業日前までに、記事の配信内容をFIXします。
STEP 10	DIGEST Spot掲載開始	各枠所定日時より掲載を開始いたします。
STEP 11	アンケート開始	DIGEST Spot掲載開始3営業日後を目途に、リサーチのアンケートを開始します。

※ お申し込み・入稿は掲載開始日の10営業日前までとさせていただきます。

※ お申し込みは「メールのみ有効」かつ「メール到着順」で枠決定させていただきます。詳細はP44・45の「各種規定」を参照ください。

※ 指定の日程までに入稿シート、必要素材等をご提出いただけなかった場合には、翌営業日から起算してスケジュールを後ろ倒しとさせていただきます。

仮押さえについて

仮押さえるルールについて、以下ご確認ください。

月	火	水	木	金	土	日
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

① 仮押さえ (7日, 8日, 9日, 10日, 11日)

② 再仮押さえ可能日 (18日)

延長 (11日)

仮押さえ期限切れ (16日, 30日)

3営業日 (7-9日, 14-16日, 21-23日)

① 仮押さえについて

- ・ 仮押さえ回数
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)
- ・ 仮押さえ有効期限
仮押さえご依頼日の翌営業日から3営業日後の17時まで
- ・ 仮押さえ可能枠
1案件 (サービス/ブランド) につき、1枠分まで

② 仮押さえ可能日について

- ・ 再仮押さえ可能日
最後に期限が切れた日の翌営業日から3営業日後
(その場合、仮押さえ可能回数はリセットされます)

※1：仮押さえするには、企業商材審査を通過していること、また可否判断シートをご送付いただいていることが条件です。

※2：空き枠の状況については都度営業担当までお問い合わせください。

お申し込み依頼フォーマット

必要項目をご記載のうえ、お申し込みいただけます。商材名や商材公式URLは正確な情報をご記載ください。
また、DIGEST Spotとブランドリフトサーベイのご発注は、メールをわけていただけますようお願いいたします。

▼お申し込み依頼フォーマット (DIGEST Spot)

お申し込み依頼ML：sales_media_order@linecorp.com

メール件名：【お申し込み】 LINE NEWS DIGEST Spot / 広告主様名（商材名） / 代理店様名

メール本文：

=====

メニュー名： LINE NEWS DIGEST Spot
広告主名(正式社名)：
代理店名：
商材正式名称：
訴求内容：
広告主コーポレートサイトURL：
商材公式サイトURL：
掲載日：
プラン名：昼刊 or 夕刊
配信価格(グロス)：
配信価格(ネット)：
ブランドリフトサーベイ（選択）：有/無/検討中

=====

▼お申し込み依頼フォーマット (ブランドリフトサーベイ)

お申し込み依頼ML：sales_media_order@linecorp.com

メール件名：【Surveyお申し込み】 LINE NEWS DIGEST Spot / 広告主様名（商材名） / 代理店様名

メール本文：

=====

メニュー名： ブランドリフトサーベイ
広告主名(正式社名)：
代理店名：
商材正式名称：
訴求内容：
広告主コーポレートサイトURL：
商材公式サイトURL：
DIGEST Spot掲載日：
プラン名：昼刊 or 夕刊
配信価格(ネット)：1,000,000円
レポート納品日 ※1：

=====

※1：DIGEST Spot掲載日から25営業日後の日付をご記入ください。

NG業種・商材

- 宗教関連（魔除け関連、靈感商法霊視商法、神社仏閣等）
- コンプレックス商材
- 健康食品（特定保健用食品・機能性表示食品であれば審査受付可）
- ギャンブル関連（パチンコ等） ※一部公営くじ除く
- アダルト（※1）
- 出会い系（インターネット異性紹介事業、結婚相談、お見合いパーティー等）
- 年齢制限のある店舗（ホストクラブ、キャバクラ等）
- 無限連鎖講・連鎖販売取引
- 探偵業
- 家事代行・家政婦派遣サービス
- たばこ
- 産経用品（避妊具等）
- 武器全般
- 毒物劇物
- 政党全て（団体、個人問わず）
- 公益法人（NPO/NGO、社団法人）
- ペット生体販売
- 古物販売（古物商免許、実店舗がある場合は可）
- 葬儀葬祭業
- 入札権購入型オークション
- 医療系、美容整形系、民間療法系
- 消費者金融
- クレジットカード、信販（国際的なクレジットカードブランドは可）
- ローン、キャッシングサービス
- 医薬品、医療機器の場合で、LINE公式アカウントのNG商材にあたるもの
- 不動産投資
- 金融投資、FX
- オークション
- ポータルサイト
- 情報比較サイト
- ポイントサイト（ポイントサービスを主体としたサイト）
- アフィリエイト、情報商材系
- アプリを主体とした弊社競合サービス
- 法人向け商材全般
- アルコール飲料（ブランディングであれば可）
- その他弊社が適当とみなさない業種・商材

※ 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。

※ 企業・商材可否、制作可否については都度審査が必須となります。

※1 成人対象の性的な商品サービス等のアダルト全般、性的表現が扱われている作品サービス、児童ポルノを連想させるもの等の青少年保護教育上好ましくない商品サービス、精力剤、危険ドラッグ等

制作可否

制作可否審査の際には「可否判断シート」をご提出ください。

新商品発売、キャンペーン訴求の場合

新商品発売やキャンペーン開始から掲載日まで、目安として1週間以上経過するものは不可となります。

既存商品訴求の場合

色展開やサイズ展開の追加など、マイナーアップデートのみの場合は掲載不可となる可能性があります。

割引訴求の場合

割引訴求のみの場合は掲載不可となる可能性があります。

モニターキャンペーン訴求の場合

モニターキャンペーン訴求は原則掲載不可となります。それ以外にニュース性のある訴求軸がある場合、この限りではありません。

アプリの告知の場合

同時期に全国規模でのマス実績、スポンサードスタンプ、ダイレクトスタンプの実施、もしくはLINE公式アカウントの友だち追加訴求が絡んでいる場合は掲載可となります。

その他のアプリ内イベント訴求のみでは不可となります。

抽選訴求の場合

抽選訴求が含まれるものは、原則掲載不可となります。

※ 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。

※ 企業・商材可否、制作可否については都度審査が必須となります。

Q&A (1)

制作可否の審査は何営業日かかりますか？

可否審査に必要な制作可否判断シート、商材情報を全てご送付いただいたから、3~5営業日程度で結果をご連絡いたします。別途、企業商材可否の審査も必要となりますため、あわせてP34の「お申込みから掲載までのフロー」もご確認ください。

曜日別、また昼刊・夕刊によるDIGEST SpotのPV・CTRの傾向はありますか？

曜日や時間（昼刊・夕刊）による数値の差異はありません。

DIGEST Spotのリッチメッセージ内の見出しを、配信前に確認することは可能ですか？

編集権は弊社に帰属しており、事前開示は不可です。

初稿・修正稿の戻し以外で原稿の修正などを伝えることは可能ですか？

原稿のお戻しは期日までにまとめて提出してください。五月雨でのお戻しは受け付けません。

DIGEST Spotの記事内に、計測タグを埋め込むことは可能ですか？

不可です。

Q&A (2)

記事からの遷移先のURLは、入稿時に公開されていなくても問題ないですか？

諸般の事情により、ご入稿時に遷移先が公開されていない場合には、テストサイトを事前にご送付いただきますようお願いいたします。

記事からの遷移先として、App StoreやGoogle PlayなどのアプリダウンロードページのURLを指定しても良いですか？

原則として不可です。

記事からの遷移先として、LINE公式アカウントの友だち追加ページや、スタンプのダウンロードページのURLを指定しても良いですか？

原則として、ランディングページを経由する遷移を推奨いたします。

記事からの遷移先として、自社サイト以外のサイトを指定しても良いですか？

広告主が提供しているサイトであることが冒頭（ファーストビュー）で明示されていれば掲載可です。ただし、競合媒体や信用性に欠ける媒体の場合は、提供が明示されていても不可にすることもございます。また、SNS、動画サイト、個別商品ページへの直接遷移は原則不可となります。

各種規定 (1)

お申し込み方法

事前に以下の内容をご確認の上、お申し込みください。

- LINE 法人向けサービス基本約款、LINE予約型広告利用規約

<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>

- 企業・商材に関する掲載可否確認フォーム

<https://linemediaservice.movabletype.io/form.html>

- お問い合わせ用メールアドレス

sales_media_req@linecorp.com

- お申し込み用メールアドレス

CCに以下のアドレスを必須で入れてください。

sales_media_order@linecorp.com

入稿方法

広告原稿（各種素材、リンク先URL）は、電子メールにデータを添付し、下記のメールアドレスまでご入稿願います。

- 入稿用メールアドレス

sales_media_submit@linecorp.com

- 入稿期限

平日枠にて配信の際には掲載開始希望日の10営業日前17時まで、土日祝日枠にて配信の際は掲載希望日の12営業日前17時までとなります。

※ ご入稿が締切期限を過ぎてしまった場合は、お申込みいただいた掲載日に開始出来ない場合がございます。また、年末年始など会社休業がある場合、別途ご連絡させていただきます。担当営業にご相談ください。

レポートについて

DIGEST Spot広告掲載レポートは掲載開始日から10営業日以内に送付、

リサーチ報告書は、掲載開始日から25営業日を目途に納品させていただきます。

各種規定 (2)

キャンセル規定

契約の成立（枠押さえ）後、広告主様の都合で広告配信を変更する場合、広告料金に対して下記の料率で違約金をいただきます。

変更内容	変更申込み	
	配信開始日の 20～11営業日前	配信開始日の 10営業日前～前日
配信開始延期	10%	20%
解約	50%	100%

天災・事件・事故等が発生し、本広告商品の記事内容と強い関連性*1が認められ、広告主様がDIGEST Spotの掲載取り止め、日程変更等を希望される場合は、配信の1時間前までに以下のメールアドレスまでご連絡ください。

- 緊急連絡用メールアドレス dl_line_news_hotline@linecorp.com

※ 受付時間：土日祝日含む10:00～18:30

※ 上記要因による日程変更に関しましては空き枠状況により違約金の対象外とし、記事広告の場合、記事本文の修正は事実情報の文言修正対応とさせていただきます。

解約の場合、上記の違約金の対象といたします。*1 同一企業グループによる記事など

その他

- ページデザインおよびメニュー概要を予告なく変更する場合がございますので、詳しくは担当営業にお問い合わせください。
- LINE 法人向けサービス基本約款と本媒体資料の内容に齟齬がある場合は、本媒体資料の内容が優先して適用されるものとします。

著作権について

LINE NEWSに掲載された記事の著作権はLINE株式会社に帰属するものとします。広告主様は、法律で認められた範囲を超えた転載、引用等してはならないものとします。

掲載画像および動画の権利処理について

LINE NEWSに掲載する画像および動画に関する権利処理は、広告主様にて対応していただきます。広告主様は当社に対して、LINE NEWSにおいて当該画像および動画を利用するために必要な権利を無期限かつ無償にて付与するものとします。

掲載時期について

LINE NEWS掲載の画像および記事については、掲載保証期間経過後も継続してLINE NEWSに掲載することができるものとします。掲載期間の終了時期については当社の裁量にて決定いたします。

基本約款と本媒体資料の扱いについて

LINE 法人向けサービス基本約款と本媒体資料の内容に齟齬がある場合は、本媒体資料の内容が優先して適用されるものとします。

掲載画像および動画の審査について

LINE NEWS掲載の画像および動画については当社所定の審査がありますが、適法性をなんら担保するものではありません。画像および動画に関して第三者よりクレーム、不掲載の請求等を当社が受けた場合、当社の裁量にて当該画像又は記事そのものの掲載を中止することが出来るものとします。また、LINE NEWSに掲載した画像および動画に関連して当社が損害を被った場合は、広告主様は当該損害（逸失利益、特別損害、合理的な範囲での弁護士費用などを含みますがこれらに限られません）を当社に対して速やかに賠償するものとします。

当社の不具合時における 掲載対応について

当社のシステムの不具合等により、配信予定日に記事を配信もしくは動画を掲載できなかった場合については、可能となり次第、配信もしくは掲載させていただきます。この際、記事に掲載されている事実情報に変更が必要な場合は、当社の裁量にて文言の変更を行います。なお、配信日の遅滞、配信の不具合が生じたとしても、当該遅滞または不具合が当社の故意によるものではない限り、当社は一切損害賠償、その他広告主様に生じた不利益について責任を負わないものとします。一部の方のみ記事の配信が出来なかった場合、その後の対応については広告主様と協議のうえ決定させていただきます。

公式チャンネル

LINEの法人向けサービスの情報を以下の公式チャンネルから発信しております。ぜひこちらもご確認ください。

ウェブサイト

<https://linebiz.com/jp/>

LINE活用事例やセミナー開催情報、媒体資料のダウンロードなど、企業のLINE活用にお役立ていただける情報を掲載しています。



LINE公式アカウント

@line_biz

主にセミナー開催情報や活用事例などの最新情報をPUSH通知でいち早くお届けします。



SNSアカウント

SNSアカウントからも最新情報を発信しています。

Facebook

@LINEBizJP



Twitter

@LINEBIZ_JP

