

LINE プロダクト 媒体資料

Talk Head View, Talk Head View Custom

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

LINEヤフー

目次

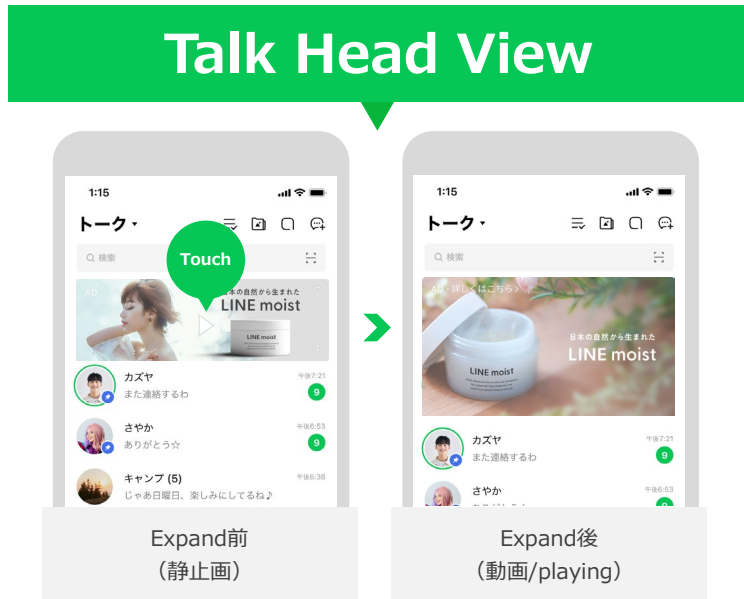
- P.03 **商品について**
- P.21 **Talk Head View**
- P.48 **Talk Head View Custom**

Talk Head View の特長 LINEの一等地 国内最大規模の1Dayリーチ

LINEの日本国内のMAUは9,700万人※1以上で、日本の人口の約8割をカバーしています。

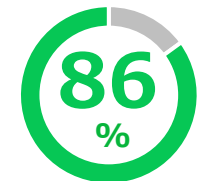
Talk Head Viewは、日本国内においてライブプラットフォームとして定着したLINEのトークリスト最上部に静止画と動画（もしくは静止画のみ）のフォーマットで掲載できます。

国内最大規模である1日で約6,500万UU以上※2という爆発的なリーチ力があるため、商品認知やブランドリフトに大きく貢献し、普段SNSを使わないユーザーの目にも触れる機会があります。



ユーザの
高いアクティブ率

DAU/MAU比率※4

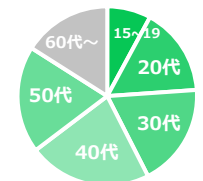


若年層への
圧倒的なリーチ力

15-29歳の世代にフォーカスすると、
1日で90%※2にリーチできます。



全年代に
満遍なくリーチ



※ キャプチャ画像はイメージです

※1 自社調べ LINEアプリ月間アクティブユーザー 2024年3月末時点

※2 1Day Allの場合の配信量 2022年4月実績を参考

※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,700万人÷日本の総人口1億2394万1000人（2024年5月1日現在[確定値] 総務省統計局）

※4 MAUにおけるDAU=Daily Active User（1日に1回以上利用したユーザー）の割合 2024年3月末時点

トークリストの枠としての特長

トークリストは老若男女問わず、多くのユーザーの目に触れる枠となっております。
表示されているコンテンツは個々人にレコメンドされたものや公共性の高いものが用意されており、コンテンツのほかLINE広告の配信枠としても利用されております。

広告	コンテンツ			
				
Talk Head View	通常広告	天気	占い	ニュース

※ キャプチャ画像はイメージです

Talk Head View の掲載イメージ

国内最大規模のリーチ数を誇るトークリスト上部の枠に4パターンのフォーマット（※1）で広告が掲載できます。1日で約6,500万UU以上という爆発的なリーチ力があるため、商品認知やブランドリフトに大きく貢献します。

Expand後（Video/再生終了後） Android端末



Expand video
(動画+静止画)

※LINEバージョン13.13以上

Static banner
(静止画のみ)

※LINEバージョン13.13以上

指定した遷移先へ直接遷移します。

※1 Static banner・Expand video・Auto play video・Talk Head View Premiumの4フォーマット

※ キャプチャ画像はイメージです

※ 動画再生完了後は、最後のフレーム（動画再生完了時のフレーム）で停止となります

※ 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、サイズが異なる場合がございます

※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

Talk Head View Auto play videoの掲載イメージ

自動再生後、動画のタップ有無で遷移の流れが2パターンに分岐いたします。



- ※ ユーザーがExpandするまでの間は、入稿頂いた静止画を動画の背景にBlur+dim処理して表示いたします ※ 動画再生完了後は、最後のフレーム（動画再生完了時のフレーム）で停止となります
- ※ 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、サイズが異なる場合がございます
- ※ 自動再生OFFのユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画<Imageファイル>+動画のフォーマット）を表示します ※ キャプチャ画像はイメージです

商品概要



Talk Head View (期間保証)

1日で国内最大級 **6,500万UU以上**※1の爆発的なリーチが可能

Menu Type

ご予算に応じて
All、Half、Lite
性別ターゲティングの
4つのメニューから選べる

Reach

国内最大級
1日で爆発的なリーチが可能

Ad Format

トークリスト面に配信
リッチなアドフォーマット
(静止画/動画)

Talk Head View Custom (運用型)

Talk Head Viewと比較するとより**柔軟な配信設計**が可能

Flexible

最低出稿金額は50万円～
低価格から配信が可能

Programmatic

ターゲティングや配信期間
フリークエンシー上限の指定が可能

Ad Format

トークリスト面に配信
リッチなアドフォーマット
(静止画/動画)

※1 1Day Allの場合の2022年4月実績を参考にした配信量です

商品比較表

	Talk Head View	Talk Head View Custom
販売形式	予約型	運用型
最低出稿金額	各メニューの価格～（グロス）	50万円～（ネット）
入札方式	なし（最優先配信）	手動のみ
最低入札価格	なし	CPM800円～
配信面	トークリスト面	
フォーマット	Talk Head Viewフォーマット（Video or Static）	
配信期間	1日	1日～31日 ※1
AD FQ	1回	1～10回（配信期間での回数）
配信の設定	LINEヤフー社	代理店/広告主
Tag計測	計測可	計測可
ブランドリフトサーバイ	基本無償（有償プランあり）	基本有償（800万円以上の配信で無償提供）
OAアカウント	不要	必須
オークション	なし（最優先配信）	セカンドプライスオークション
オークション環境	なし（最優先配信）	LINE広告同一環境下でオークション
配信量	各メニューの配信量に準ずる	任意の配信量で指定可（LINE広告同様）
クロスデータ	可	可（LINE広告同様）
クリエイティブ本数上限	1本	制限なし（LINE広告同様）
ターゲティング	性別のみ可	指定可（LINE広告同様）
レポート	管理画面上から閲覧可	

※1 広告グループの設定が可能な日程は配信開始の31日前からとなります

配信目的別 比較表

目的に合わせて商品をお選びいただけます。

Excellent Good

ニーズ	Talk Head View	Talk Head View Custom
1日で爆発的なリーチをとりたい	1日で最大6,500万UU以上のリーチが可能 ※配信量はメニューによって異なります	入札価格や環境によって変動
配信量は確実に確保したい	最優先で配信され 想定Imp量分は確実に配信できる	保証されているものではない
リーチ単価はできるだけ安く抑えたい	価格と想定Imp量が決まっており おおよそCPM400円~500円程度で配信可能	入札価格がCPM800円~のため、 他LINE商品と比較しても高い（オークション次第で変動）
配信期間を指定したい（1日以上配信したい）	1日配信のみ （11:00~翌10:59まで）	1日~31日までの間で自由に設定可能
特定の属性にだけ配信をしたい	ターゲティングは性別のみ	LINE広告と同じターゲティングが可能
広告接触回数（フリークエンシー）を指定したい	FQ1回 固定	1回~10回で上限設定が可能
複数クリエイティブで配信・検証したい （配信する属性によってクリエイティブを分けたい）	静止画・動画・LP、それぞれ1種類ずつ	制限なく設定することが可能 （LINE広告同様）

※Talk Head Viewの配信量はメニューによって異なります。1Day Allの場合の配信量 2022年4月実績を参考

入稿素材

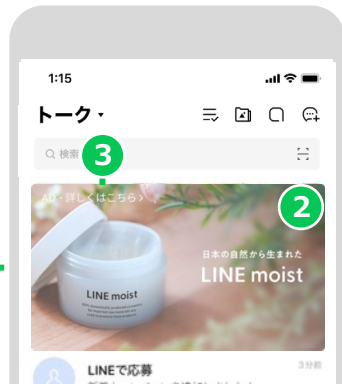
Static bannerの場合はImageファイルと遷移先URLを、Expand video・Auto play videoの場合は全ての素材を入稿ください。
 テスト環境のキャプチャはご用意できませんので、必ず事前に後述のプレビューツールをご確認ください。

Videoで実施 Staticで実施

Expand video (Expand前Static表示)



Expand後 (Video/playing)



Auto play video (Expand前 動画/再生中)



Videoで実施	Staticで実施	クリエイティブ素材	①Imageファイル ※1	ファイル形式	サイズ	ファイル容量			
			必須			PNG または JPEG	W 1280px × H 720px	5MB以下	
必須	-	-	②Videoファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量	秒数		
			mp4 (H.264を推奨) 1秒あたりのフレーム数は最大30fpsを推奨 音声はAAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ ビットレートは最大8 Mbps	W 1280px × H 720px (アスペクト比 16:9) ※2	1,000MB以下	最低5秒~最大60秒 (推奨は15秒程度)			
			③アクションバーテキスト ※3	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。					
	必須		遷移先URL	外部ブラウザにて展開されます。ディープリnkについては、動作保証をしております。					

- ※1 Auto play video選択時、Imageファイルは動画の背景にBlur+dim処理されて表示されるため、動画と色調を合わせたものを推奨いたします
- ※2 Talk Head View Customの場合には、アスペクト比が16:9かつ幅が240px ~ 1920px の範囲内であれば入稿可能です。クオリティ観点から幅1280px以上を推奨します。Talk Head Viewの場合には、1280px × 720px のみ入稿可能です
- ※3 iOSの再生終了画面に表示されるページ遷移ボタンの文言"詳細を見る"は固定表示のため、アクションバーテキストで指定した文言は反映されません
- ※ インプレッショントラッキングURLは、"https~"から始まるURL形式で入稿してください。現在NielsenおよびCinarraの計測対応がサポートされています ※Talk Head Viewではアプリ計測に対応しておりません
- ※ Auto play video選択時でも、自動再生OFFのユーザーには既存のExpand videoフォーマット (静止画<Imageファイル>+動画) を表示します
- ※ 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
- ※ Talk Head View Premiumはこちらの規定とは異なるため、Talk Head View Premium 入稿素材のページを確認ください

Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ①

ユーザーが使用するLINEのバージョンによって、広告表示サイズが異なります。

そのためImage素材を作成する際は、**両サイズで不自然なトリミングにならないよう**ご注意ください。

(不自然なトリミングになる場合、審査の観点で掲載NGとなる可能性もございます。)

掲載OK

LINEのバージョン13.12以下・
13.13以上共に、
不自然なトリミングなし

Imageファイル 入稿素材

W1280px × H720px



LINEのバージョン13.12以下



LINEのバージョン13.13以上



掲載NG

LINEのバージョン13.13以上で
不自然なトリミングあり
(テキストの見切れ)

Imageファイル 入稿素材

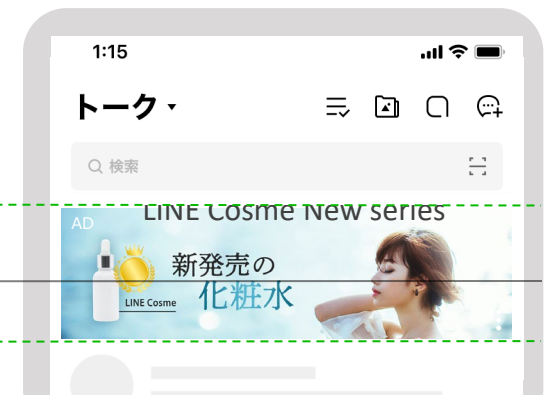
W1280px × H720px



LINEのバージョン13.12以下



LINEのバージョン13.13以上



※ キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます

※ 表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。上記イメージは、標準的な端末の表示領域のイメージとなります

※ Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります ※LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ②-1

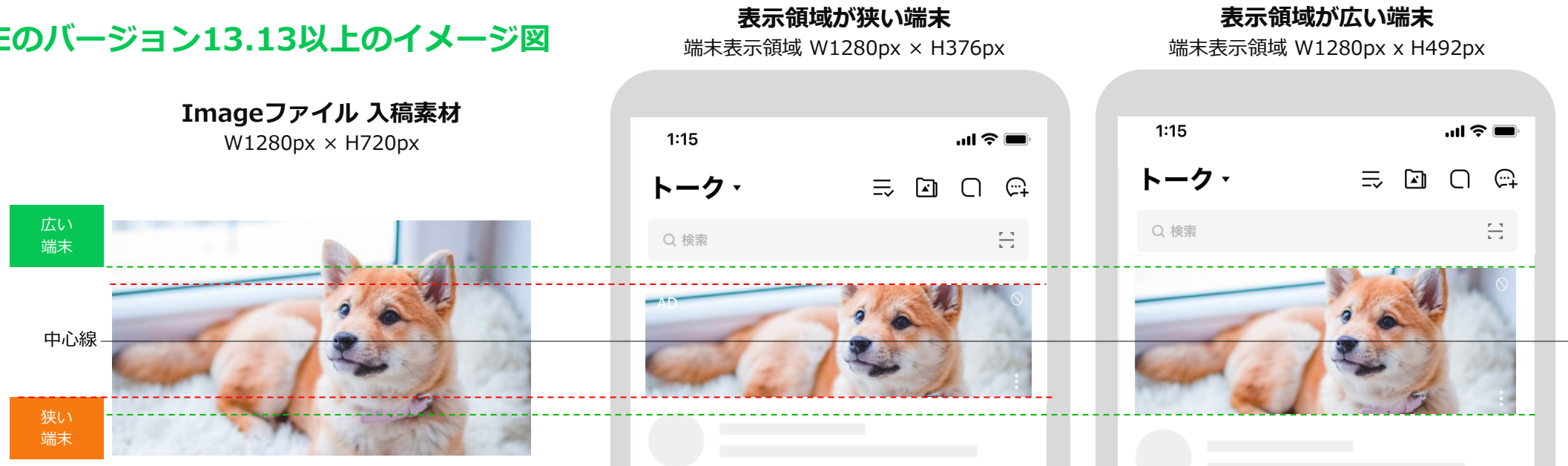
エキスパンド前のImage素材製作時は、端末によって表示される領域が異なるため以下ご参考に作成してください。

Image上にロゴ、商品、テキストを記載する際は、見切れを防ぐ為、「表示領域が狭い端末」の表示領域内に収まるよう作成頂くことを強く推奨いたします。

表示領域が狭い端末、表示領域が広い端末、それぞれで不自然なトリミングにならないようご注意ください。

(不自然なトリミングになる場合、審査の観点で掲載NGとなる可能性もございます。)

LINEのバージョン13.13以上のイメージ図



- ※ キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます
- ※ 「表示領域が狭い端末」「表示領域が広い端末」は、現在利用されている主要なiOS、Androidの端末でのサンプルです
- ※ 表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。あくまで標準的な端末の表示領域となります
- ※ 正確な表示領域は、Android、iOS共に高さは70dp、幅は端末の両幅からそれぞれ16dpを除いた長さとなります
- ※ Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります
- ※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

Talk Head View クリエイティブ掲載イメージと表示領域 ②-2

LINEのバージョン13.12以下のイメージ図



- ※ キャプチャ画像はイメージです。表示領域は、入稿素材（Image素材）の中心線から上下均等にトリミングされます
- ※ 「表示領域が狭い端末」「表示領域が広い端末」は、現在利用されている主要なiOS、Androidの端末でのサンプルです
- ※ 表示領域は端末により異なるため、全ての端末での表示を保証するものではありません。あくまで標準的な端末の表示領域となります
- ※ 正確な表示領域は、Android、iOS共に高さは70dp、幅は端末の両幅からそれぞれ16dpを除いた長さとなります
- ※ Talk Head View CustomについてもTalk Head Viewと同様となります
- ※ LINEのバージョンによる広告表示サイズの差異は、あくまでも現時点の情報となりますため、今後変更となる可能性もございます

配信面UI

ご利用ユーザーのLINEのバージョンにより、配信時に表示される要素のデザインや位置が異なります。どのバージョンにおいても動画内の字幕やタレントの顔などが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。

Image領域

Video領域

ユーザーの端末によってUIの仕様が異なるため、以下のような静止画、動画の表現においてUIの位置を想定したような表現は推奨しておりません。



- ※ 画像はイメージです
- ※ 各種pxサイズは機種依存となるため、機種ごとに異なる可能性があります
- ※ 配信面のUI (ADマークや音声マークなど) の視認ができなくなるため、背景色は白以外を推奨いたします

Talk Head View プレビューツールについて

制作したクリエイティブを事前に確認できるプレビューツールをご用意しております。

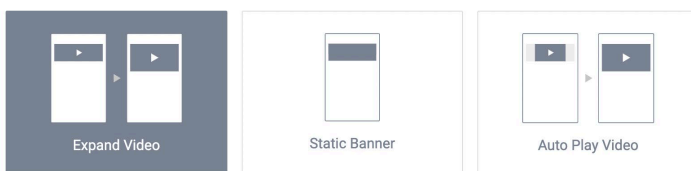
ご入稿いただく前に、制作したクリエイティブにロゴやテキスト見切れ、要素の被りがないかご確認ください。

URL : https://admanager.line.biz/pages/brand_preview_tool_jp/index.html

① 確認したい広告フォーマットを選択

1

- 確認したい広告フォーマットを選択してください
- 広告フォーマットによっては必要な素材の種類が異なります



② 確認したい素材を選択

2

- 静止画と動画をそれぞれ設定してください
- 必要素材の設定が完了すると、プレビュー画面に広告掲載時の見え方が表示されます

静止画



- ファイル形式: JPG, PNG
- ファイル容量: 5MB 以下
- 表示サイズ: W1280px x H720px

動画



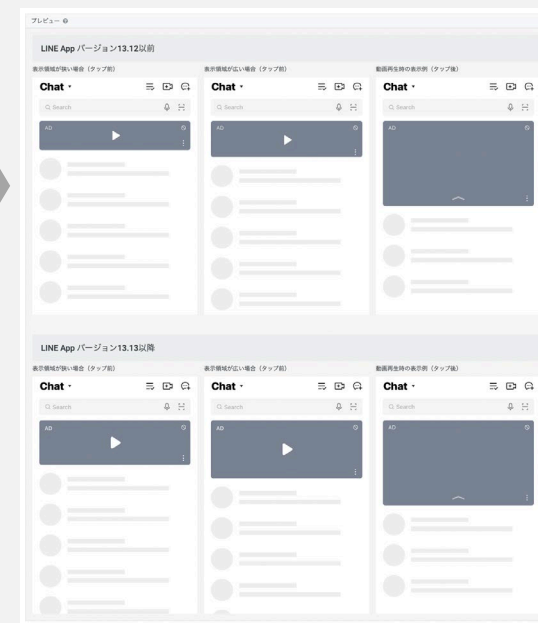
- ファイル形式: MP4
- フレーム数: 1秒あたりのフレーム数は最大30fpsを推奨
- 音声: AAC、128kbps以上を推奨、モノラルまたはステレオ
- ビットレート: 最大8 Mbps
- ファイル容量: 1,000MB以下
- 表示サイズ: W1280px x H720px
- 秒数: 最低5秒～最大60秒 (推奨は15秒程度)

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

2 アップロード方法

- 「Select…」ボタンをクリックして素材を選択
- 対象の素材をアップロードすると、プレビューが表示されます
- ※ 選択したフォーマットにより、必要となる素材が異なりますのでご注意ください



- ※ 表示されている全てのサイズで広告審査を行います
- ※ どれか一つでも審査NGの場合は、配信できませんのでご注意ください

※ 入稿前にご確認いただくことを強く推奨いたします。必要に応じてクリエイティブ修正をお願いします

※ 静止画の表示サイズは端末によって異なりますのでご注意ください

※ 広告の構成要素はユーザーのLINEバージョン、端末設定によって異なる場合があります。プレビューツールに表示されている内容は、実際に表示される要素を保証するものではありません。

※ こちらはプレビュー画面であり、実際の画面とは異なります。プレビューツールは審査結果を保証するものではありません

※ クリエイティブ審査の注意事項や否認となる事例に関しては、以下サイトのページ下部をご確認ください

<https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/>

Talk Head View 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

また、LINEでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、広告表現に関するガイドラインを設けております。

Talk Head View 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

■ 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。

・ Talk Head View 審査ガイドライン

<https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/guideline/>

※ 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予めご了承ください

※ Talk Head View Customに関しましても、上記審査ガイドラインが適応となります

その他 表現上の注意・制限事項 ①

その他、表現上の注意・制限事項は下記の通りです。必ずご確認ください。

■ 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。

■ 企業や商材・サービスが不明瞭なクリエイティブ

静止画・動画内等には必ず企業ロゴ、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。

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



※ 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がございますのであらかじめご了承ください

■ 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のコンテンツを模倣していると思われる表現
(スマートチャンネル枠のコンテンツと類似のレイアウト)

アンケート回答者全員
無料でxxxxがもらえる！ ?
LINE beverage



NG例)
「速報！」といった表現

速報!
アンケート回答者全員
無料でxxxxがもらえる！ ?
LINE beverage



■ 動画について

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。

その他 表現上の注意・制限事項 ②

■背景の透過について

透過部分を含む入稿素材は、透過されず黒色表示となってしまうため、クオリティ観点から禁止いたします。

■表示領域外の背景色や広告要素について

LINEのバージョン13.12以下（表示領域の狭い端末・広い端末）・LINEのバージョン13.13以上（表示領域の狭い端末・広い端末）で広告の表示領域が異なるため、いずれのパターンでも不自然なトリミングとならないようご注意ください。

特に広告表示領域外の背景を透過・別の色で設定したり、表示領域ギリギリにテキストや商品、人物等の広告要素を配置したりすると、不自然なトリミングとなる場合が多く、掲載不可となる可能性が高いのでご注意ください。

■クリエイティブ・LP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・LPの質が基準を満たさないと当社が判断した場合、掲載をお断りする場合がございます。

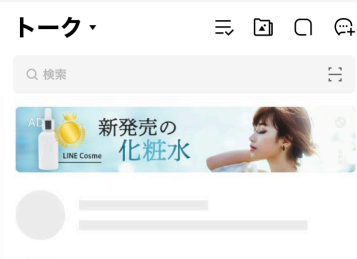
例）入稿素材（imageファイル）



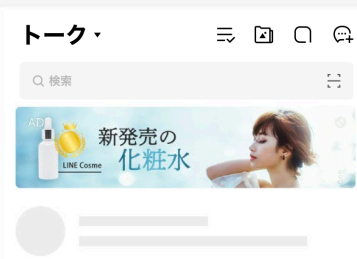
OK例）

LINEのバージョン13.12以下（表示領域が狭い端末・広い端末）では、不自然なトリミングになっていない

High-resolution



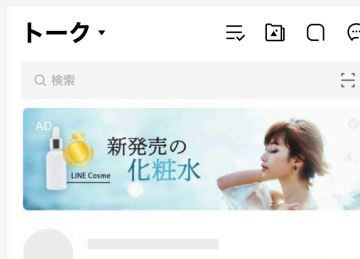
Low-resolution



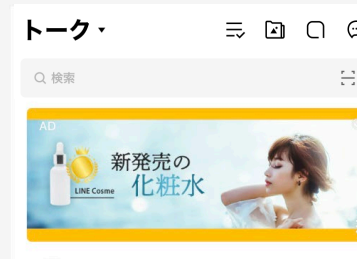
NG例）

LINEのバージョン13.13以上の表示領域が広い端末で、不自然な背景色の切り替えがおきている（オレンジカラーが表示されている）

High-resolution, middle size



Low-resolution, middle size



※ 上記例のように、どれかひとつでも不自然なトリミングとなっている場合は、掲載不可となりますのでご注意ください

※ こちらはプレビュー画面であり、実際の画面とは異なります

※ 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がございますのであらかじめご了承ください

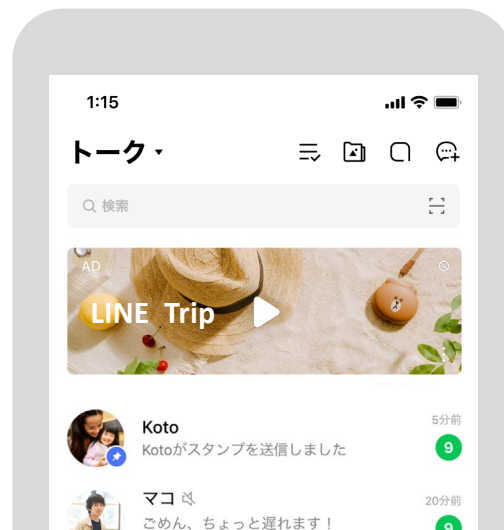
災害発生時のTalk Head View / Talk Head View Custom について

災害発生時に国民・ユーザーに対して発信すべき情報がある場合、トークリストの枠は緊急通知情報（以下緊急通知）を第一優先として表示します。

詳細

- Talk Head View / Talk Head View Custom（以下THV / THVC）が表示されている場合でも、災害が発生した場合は、表示中の広告が緊急通知に切り替わります。
- 緊急通知が表示されている間は、THV/THVC共に表示いたしません。

広告表示（通常時）



緊急通知表示



※ キャプチャ画像はイメージです

※ 2023年10月に適応済みです

災害発生時のTalk Head View / Talk Head View Custom について

緊急通知の表示条件

緊急通知は、地震や大雨のような災害が発生した場合に、避難施設の所在地や状況などを通知する緊急速報です。

震度5以上の地震が発生した場合や気象災害の警戒レベル4以上が発令した場合等に表示されます。当機能は、当社でLINEのユーザーにとって重要だと判断した緊急情報を発信することを目的としております。そのため、こちらの基準を確約するものではありませんのでご了承ください。

緊急通知の表示に関する注意事項

広告掲載期間内に上記のような災害が発生した場合、広告を表示できない期間が一定期間発生する可能性がございます。

また、緊急通知が表示されることで、リーチ数など想定値を下回る可能性がございますので、ご理解、ご認識の程よろしくお願いたします。

緊急通知の仕様変更の背景

LINEは、東日本大震災発生時に大切な人と連絡がとりづらかった経験から、「こういう時にこそ大切な人と連絡を取ることができるサービスが必要だ」という想いの元、スマートフォンで大切な人とつながるコミュニケーションアプリとして2011年6月に誕生しました。

そのため、災害などの緊急時には、いざという時に大切な人と早く確実に連絡をとり、安全を確保したり、被害を減らしたりできるよう、LINEを上手く活用していただくことを目指し、災害時や緊急時に役立つ機能の充実や、活用方法の研究など、様々な取り組みを行っています。

本機能はその取り組みの一環となりますため、ご理解頂けますようよろしくお願いいたします。

Talk Head View

Talk Head View 商品スペック

商品詳細		Talk Head View (予約型)			
		1Day Lite	1Day Half	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day ALL
ターゲティング		オールリーチ (ノンターゲティング)		性別ターゲティング	オールリーチ (ノンターゲティング)
バージョン	Expand Video・ Auto play video	Expand Video : iOS 9.7.0 以上 / Android 10.3.0 以上 Auto play video : iOS 13.0 以上 / Android 7.0 以上			
	Premium	-	Premium : iOS 16.0以上 / Android 9.0以上		
	Static	iOS Android 10.3.0 以上			
配信面		トークリスト面			
フリークエンシー		1回			
想定リーチ数 (Staic banner・Expand video・ Premium)		約1,300万UU	約 3,250万UU	男性 : 約3,000万UU 女性 : 約3,500万UU	約 6,500万UU
想定リーチ数 (Auto play video)		約1,200万UU	約 3,200万UU	男性 : 約2,900万UU 女性 : 約3,400万UU	約 6,400万UU
配信設定期間		1日 (11:00~翌日10:59) ※土日・祝日配信可			
設定可能な クリエイティブ数		1つ			
設定可能なLP数		iOS/Android 各OS 1つまで指定可			
ブランドリフトサーベイ		可			
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		1,000万円	2,000万円	2,500万円	4,000万円

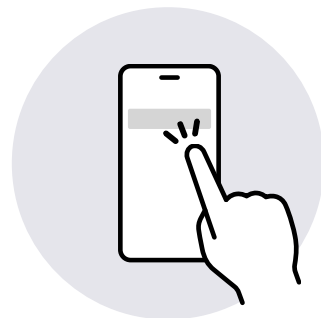
Talk Head View Premium

Talk Head View Premiumは、LINEのUIを模した驚きと没入感のある演出から商品理解を促す縦型動画を再生できるプレミアムなフォーマットです。商品の特徴に合わせてカスタマイズした演出が可能となり、ユーザーにブランドの印象をより強く訴求できます。Talk Head View PremiumはTalk Head Viewの1Day Half以上のメニューで実施が可能となります。

動画イメージ

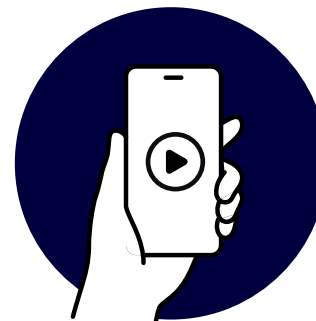


バナーをタップ



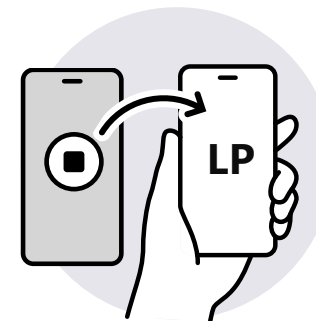
バナーをタップすると演出
動画開始

動画再生



LINEトークリストやトークルームのデザインをベースにした、全画面のダイナミックなアクション演出。クライアント様の素材を効果的に露出し、ユーザーに意外性とインパクトを提供

動画再生後



SKIPボタン押下または動画再生完了後はクライアント様のLPへ自動的に遷移

- ※ 掲載されている動画はイメージです。実際の配信時のUIや仕様については、配信面のUIページにてご確認ください
- ※ Talk Head View Premiumの動画はVideo playerにて再生するため、端末によっては下部にvideo playerの黒背景が表示されます。※ 動画再生中に動画をタップすると、下部にplay barが表示されます
- ※ 音声はデフォルトonですが、実際に音声が流れるかどうかはユーザーの端末の設定状況によります
- ※ 動画再生3秒経過後に右上にSKIPボタンが表示されます。SKIPボタンを押すとLPへ遷移します
- ※ 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、サイズが異なる場合がございます
- ※ Talk Head View 1Day LiteおよびTalk Head View CustomではTalk Head View Premiumは実施できませんのでご注意ください

Talk Head View Premium クリエイティブの制作に関して

Talk Head View Premiumで使用する静止画バナー・演出動画（緑枠の箇所）は、ご提出頂く素材を用いて弊社で制作いたします。制作費用は、Talk Head View Premiumの実施メニューにより異なります。

商品詳細	Talk Head View Premium（予約型）		
	1Day Half	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day ALL
ターゲティング	オールリーチ (ノンターゲティング)	性別ターゲティング	オールリーチ (ノンターゲティング)
クリエイティブ制作費	有償（250万円 / ネット）	無償	無償

静止画バナー



演出動画



LP



- ※ キャプチャ画像はイメージです。演出動画が開始される前はユーザー一人一人のトークリストが表示されています
- ※ クリエイティブ制作費の有償、無償に関わらず、演出に特別な調整が必要となった場合は、別途オプション費用が発生する可能性があります。詳細は担当営業にご確認ください
- ※ Talk Head View Premiumの実施を取りやめる場合など、案件のステータスによってクリエイティブ制作費もキャンセル料がかかる場合がございます。詳細はキャンセル規定についてをご確認ください
- ※ iPhone SE端末のみ、動画下部が179px見切れます（2024年10月現在）が、弊社側で制作する際に必要要素が下部に配置されないよう調整いたします
- ※ LY社からのクリエイティブに関する提出物は、全て弊社掲載規定の許諾を取得したものとします
- ※ ユーザー誤認を招きかねない、LINEの通知音等のLINEコンテンツと混同する可能性のある表現や、OS・ブラウザの機能と誤認する表現は禁止となります

Talk Head View Premium 入稿素材

Talk Head View Premiumでは、以下全ての素材を入稿ください。

Imageファイル①



Imageファイル②



Videoファイル③



クリエイティブ素材	①Imageファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量		
			PNG または JPEG	W 1280px × H 720px	5MB以下	
	②Imageファイル	PNG または JPEG	W 640px × H 1284px	5MB以下		
	③Videoファイル	ファイル形式	サイズ	ファイル容量	秒数	
		mp4 (H.264を推奨) 1秒あたりのフレーム数は 最大30fpsを推奨 音声はAAC、128kbps以上を推奨、 モノラルまたはステレオ ビットレートは最大8 Mbps	W 640px × H 1284px	1,000MB以下	最低5秒～最大60秒 (推奨は15秒程度)	
	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。また、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。				

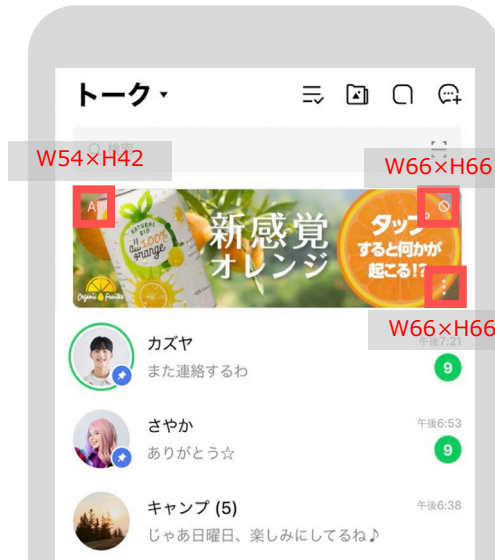
- ※ Talk Head View Premiumで配信する入稿素材は、素材自体はクライアント様にご用意頂きますが、制作は弊社側で行います
- ※ Imageファイル②は動画コーディング中に表示されるimageファイルとなります。こちらも提供頂いた素材をもとに弊社で制作いたします
- ※ インプレッショントラッキングURLは、“https~”から始まるURL形式で入稿してください。現在NielsenおよびCinarraの計測対応がサポートされています
- ※ 各楽曲管理団体登録の楽曲や、レコード、CD等をVideo内で使用する場合、権利者に対する利用費等は広告主様負担となります
- ※ Video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
- ※ テスト環境のキャプチャはご用意できません

Talk Head View Premium 配信面UI

ご利用ユーザーのLINEのバージョンにより、配信時に表示される要素のデザインや位置が異なります。

Image領域

Video領域



動画内の上部（赤枠の箇所）に
以下文言を掲載いたします

- LINE PR企画
- 提供: クライアント名

動画をタップすると、
下部にplay barが表示されます

- ※ 画像はイメージです
- ※ 配信面のUI (ADマークや音声マークなど) の視認ができなくなるため、背景色は白以外を推奨いたします
- ※ 動画再生時のクローズボタン (×マーク) はiOSのみ表示されます
- ※ クローズボタン (iOS) の表示位置は、上から14dp、左から1dpの位置となります
- ※ 動画再生3秒経過後に右上にSKIPボタンが表示されます。SKIPボタンを押すとLPへ遷移します
- ※ SKIPボタンの表示位置は、Androidは上から11dp、右から15dpの位置となり、iOSは上から16dp、右から15dpの位置となります
- ※ Talk Head View Premiumの動画はVideo playerにて再生するため、端末によっては下部にvideo playerの黒背景が表示されます
- ※ 各種サイズは機種依存となるため、機種ごとに異なる可能性があります

Talk Head View Premium 掲載までのフロー ①

ステップ	概要	対応		締め	ツール	
		LINE	代理店/広告主			
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。Talk Head View Premiumを実施希望の場合の申込商品は"Talk Head View Premium"となります。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。 その際に、原稿入稿期日の短縮対象外のアカウントには、"対象外"とのコメントを追記させていただきます。		○		LBPM	
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。 ※一部業種では、強く事前原稿審査を推奨しております。詳細は営業担当にお問い合わせください。		○	オリエンテーション前までを推奨。難しい場合は素材提出時に確認させていただきます。遷移先URLのみ最終締めは掲載開始日の8営業日前17時となりますが早めの確認を推奨します		
提案可否確認	Talk Head View Premiumは月に実施できる上限数が限られているため、実施をご希望される場合は必ず事前に担当営業までご相談ください		○			
実施可否の確認 (1回目)	ご相談頂いた内容を元に受付可能か社内確認いたします。結果は担当営業よりご連絡いたします。	○				
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。仮押さえ完了後、担当営業まで実施希望の旨をご連絡ください。		○		LBPM	
実施可否の確認 (2回目)	Talk Head View Premiumが仮押さえされた日に実施可能か、社内で確認を行います。実施可否のご連絡は、担当営業よりお戻しさせていただきます。	○				
スケジュールのご案内	Talk Head View Premiumの実施が決定した案件は、担当営業より今後のスケジュールをご連絡します。	○				
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が可能となります。2021年6月以降にTalk Head Viewを実施したことがある案件のみ指定可能です		○	掲載開始日から5営業日前12時まで	LBPM
	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。		○	スケジュールに記載の期日の17時まで		
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。	○				
オリエンテーション	発注受領後にオリエンテーションを行わせて頂き、キャンペーン情報や仮素材を提出頂きます	○	○	スケジュールに記載の期日まで		
絵コンテ提出	静止画バナーと演出動画の絵コンテ案を提出させていただきます	○		スケジュールに記載の期日まで		

※ LY社からのクリエイティブに関する提出物は、全て弊社掲載規定の許諾を取得したものととなります

Talk Head View Premium 掲載までのフロー ②

ステップ	概要	対応		締切	ツール
		LINE	代理店/広告主		
絵コンテの確認	締切までに絵コンテ案の内容を確認頂き、フィードバックをお願いします		○	スケジュールに記載の期日まで	
絵コンテ修正案の提出 (Fix)	フィードバック頂いた内容を元に絵コンテ (静止画バナーと演出動画) の修正案を再度提出させていただきます	○		スケジュールに記載の期日まで	
演出動画の初稿提出	絵コンテの修正案をベースに演出動画の初稿を提出させていただきます	○		スケジュールに記載の期日まで	
演出動画の初稿の確認	締切までに演出動画の内容を確認頂き、フィードバックをお願いします		○	スケジュールに記載の期日まで	
演出動画の修正案の提出 (Fix)	フィードバック頂いた内容を元に演出動画の修正案を再度提出させていただきます	○		スケジュールに記載の期日まで	
納品	完成した制作物を納品させていただきます	○			
原稿入稿	発注の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。入稿期日は案件により変わります。(詳細は次項)		○	企業・商材審査で対象外と連絡を受けた場合は、掲載開始日から5営業日前17時、それ以外は4営業日前17時まで	LBPM
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。(設定内容はレポート表示と同タイミングで表示されます) ※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。	○			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。 ※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。	○			(LINE広告管理画面)
入稿受領	配信設定が完了したのちに、LBPMのシステム上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いたします。				LINE AD Manager
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。 サーベリのレポートは配信終了の翌営業日からカウントして20営業日目にLBPM上に納品いたします。				(LINE広告管理画面)

※ 上記は一般的なステップの目安となりますので、詳細は弊社からご連絡するスケジュールをご確認頂き、そちらに記載のある通りに進行をお願いします
 ※ Talk Head View Premiumを実施する場合、クリエイティブの制作に最大で2ヶ月かかるため、余裕を持ったご提案をお願いいたします

Talk Head View 掲載までのフロー (Static baner・Expand video・Auto play video)

ステップ	概要	対応		締切	ツール	
		LINE	代理店/広告主			
企業・商材審査 ※1	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。Static banner・Expand video・Auto play video実施希望の場合の申込商品は"Talk Head View"となります。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。その際に、原稿入稿期日の短縮対象外のアカウントには、"対象外"とのコメントを追記させていただきます。		○		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。		○			
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。 ※一部業種では、強く事前原稿審査を推奨しております。詳細は営業担当にお問い合わせください。		○	掲載開始日から8営業日前17時まで		
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時まで
	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時まで		
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	発注の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。入稿期日は案件により変わります。(詳細は次項)		○	※1で対象外の場合は、掲載開始日から5営業日前17時、それ以外は4営業日前17時まで		
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。(設定内容はレポート表示と同タイミングで表示されます) ※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。	○				
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。 ※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。	○			LINE AD Manager (LINE広告管理画面)	
入稿受領	配信設定が完了したのちに、LBPMのシステム上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いたします。				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。サーベリのレポートは配信終了の翌営業日からカウントして20営業日目にLBPM上に納品いたします。					

Talk Head View 掲載までのフロー _原稿入稿期日に関して

Talk Head Viewは配信する企業・商材により、原稿入稿期日が異なります。

配信予定の商材が**薬機・医療系**の場合は、**掲載開始日から5営業日前17時まで**、**それ以外**の商材は1営業日短縮し、**掲載開始日の4営業日前17時まで**となります。

配信予定の案件（商材）がどちらの期日になるかは、企業・商材審査の審査結果をご連絡する際に併せてご連絡いたします。

原稿入稿期日の伝達方法

原稿入稿期日が掲載開始日の5営業日前17時の案件のみ、**入稿期日の短縮対象外のため**、企業・商材審査の審査結果をご連絡する際に、**"対象外"**のコメントを追記させていただきます。

- ※ "対象外"のコメントがない案件に関しましては、入稿期日の短縮対象のため、掲載開始日の4営業日前17時までにご入稿をお願いいたします。
- ※ Talk Head Viewの全ての広告フォーマットが対象となります

注意事項

- 原稿入稿期日が**掲載開始日の4営業日前17時までの案件に関しても、LBPMに表示される原稿入稿期日は掲載開始日の5営業日前17時の日時が表示されます**のでご注意ください
- 特定の期間（年末年始期間などの長期休暇期間）においては、別途スケジュールが定められるため、掲載期間の対象となる媒体資料をご確認ください
- ブランドリフトサーベイを実施される場合は、ブランドリフトサーベイの入稿期日もTalk Head Viewの原稿入稿期日と同じ期日となります。ブランドリフトサーベイに関する詳細は、最新版のブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください

LBPMの仮押さえのルールについて

スケジュールのイメージ

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6 仮押さえ 依頼日	7	8	9	10	11
		5営業日				
12	13 5営業日	14	15	16	17	18
		延長				
			再仮押さえ 可能日	5営業日		
19	20	21	22	23	24	25
	5営業日			延長		
26	27	28	29	30		

スケジュールのイメージ (仮押さえ期間内に発注期日を迎えるケース)

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10 発注期日	11
	仮押さえ 依頼日	4営業日				
12	13 仮押さえ 対象外	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

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。

提供可能枠数について

1Day ALL・1Day ALL性別ターゲティングの場合、4枠を使う形となり、1日1社まで配信が可能になります。

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	仮押さえに必要な枠数	枠数	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5
ALL	4枠	1枠	1Day ALL	1Day ALL 性別ターゲティ ング	1Day Half	1Day Half	1Day Lite
ALL 性別ターゲ	4枠	2枠			1Day Half	1Day Lite	1Day Lite
Half	2枠	3枠			1Day Lite	1Day Half	1Day Lite
Lite	1枠	4枠			1Day Lite	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	
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。

アカウント指定について

同一企業・商流である場合に限り、

2回目以降の配信時に2021年6月1日以降に作成したTalk Head View配信用のアカウントを指定することが可能です。

指定することでひとつの管理画面で配信レポートを管理・閲覧することが可能です。

Talk Head View アカウント指定 【任意】 未申請 申請

- ・ 2021年6月以降、Talk Head Viewを実施した広告アカウントのみ指定いただけます。
- ・ 運用型のLINE広告アカウントはご指定いただけません。
- ・ 指定する広告アカウントは商流、広告主企業が一致する必要があります。一致していない場合はご利用いただけません。
- ・ 過去実績がない場合は、新規に広告アカウント発行となるため、ご申請は不要です。

所要時間：

掲載開始日の5営業日前12時まで

進行フロー「Talk Head View アカウント指定 【任意】」から指定が可能です。

Talk Head View アカウント指定 【任意】

申請フォーム

アカウントID (Talk Head View予約型) *

- ・ 2021年6月以降、Talk Head Viewを実施した広告アカウントのみ指定いただけます。
- ・ 運用型のLINE広告アカウントはご指定いただけません。
- ・ 指定する広告アカウントは商流、広告主企業が一致する必要があります。一致していない場合はご利用いただけません。
- ・ 過去実績がない場合は、新規に広告アカウント発行となるため、ご申請は不要です。

初回時、Talk Head Viewを配信した「A」から始まるLINE広告のアカウントIDを入力してください。

※「ファイル添付」と「備考」は空欄で問題ありません。

■注意事項（ご一読ください）

※ 指定して配信が可能なアカウントは**広告主企業・商流（発注企業・代理店）が一致している**ことが条件となります
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（次頁でも説明）

※ **運用型のLINE広告アカウントは指定することはできません**

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。

初回配信

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

2回目以降の配信

アカウント指定可能

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

「**広告主企業**」「**発注企業**」「**代理**」
全て一致しているため指定可能

アカウント指定不可

ケース①

項目	会社名
広告主企業	LINE株式会社
発注企業	LINE 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株式会社
発注企業	LINEレップ株式会社
代理店	株式会社 LINE広告代理店

「**代理店**」が不一致

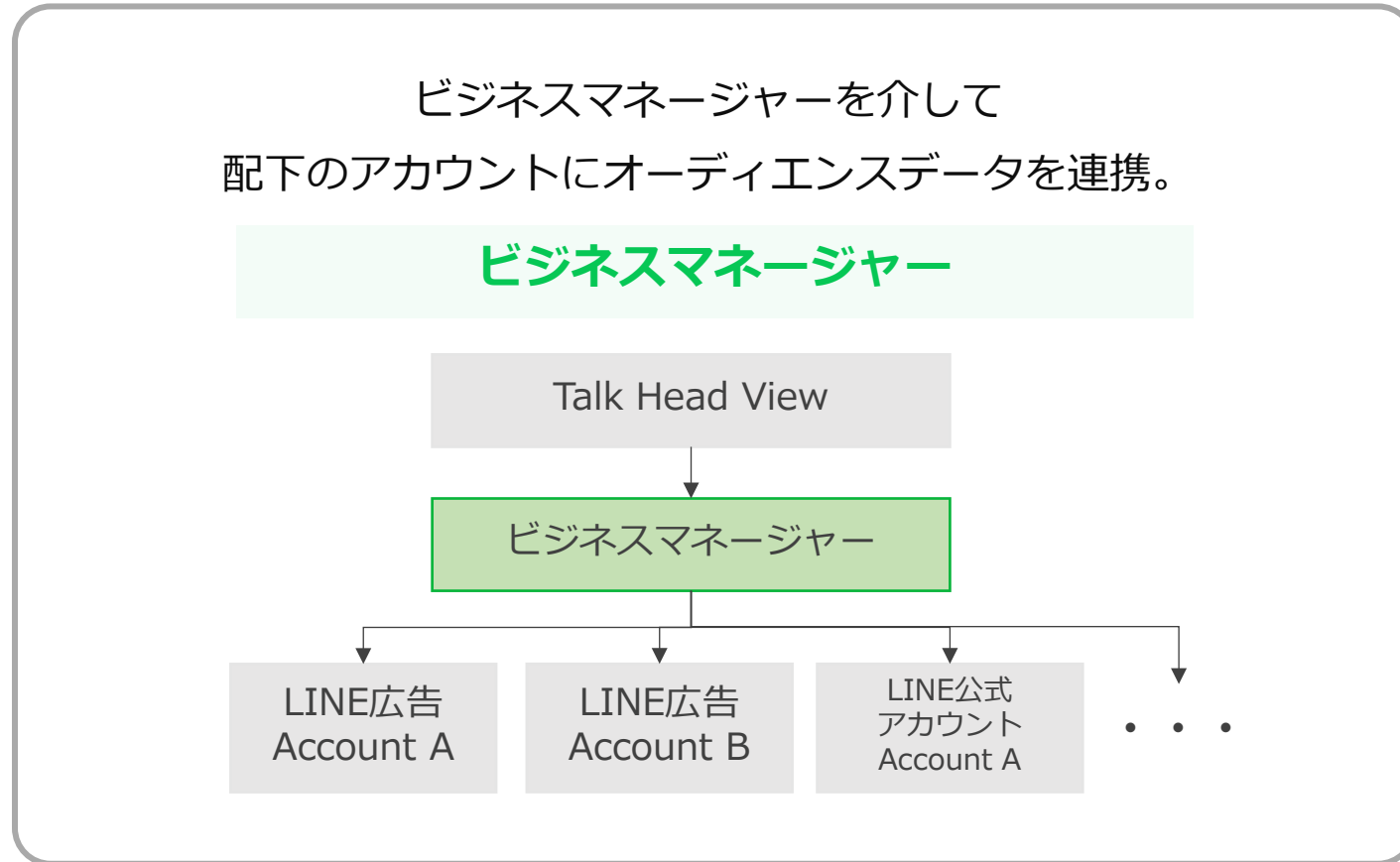
ケース③

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

「**広告主企業**」が不一致

クロスターゲティングオプション 対応方法の変更

Talk Head Viewのクロスターゲティングオプションを希望される場合、ビジネスマネージャーが必要となります。



※ Talk Head View Customの配信結果もオーディエンスとして利用できます。利用できるオーディエンスはTalk Head Viewと同様です

※ 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

オーディエンス作成

Talk Head View で配信したデータを二次利用したい場合はオーディエンス作成をお願いします。
指定するオーディエンスは下記の通りです。

オーディエンス作成

■ 動画視聴オーディエンス

- 動画をクリックした人
- 動画を再生した人
 - 動画を3秒以上再生した人
 - 動画を25%再生した人
 - 動画を50%再生した人
 - 動画を75%再生した人
 - 動画を95%再生した人
- 動画を最後まで再生した人

■ 画像クリックオーディエンス

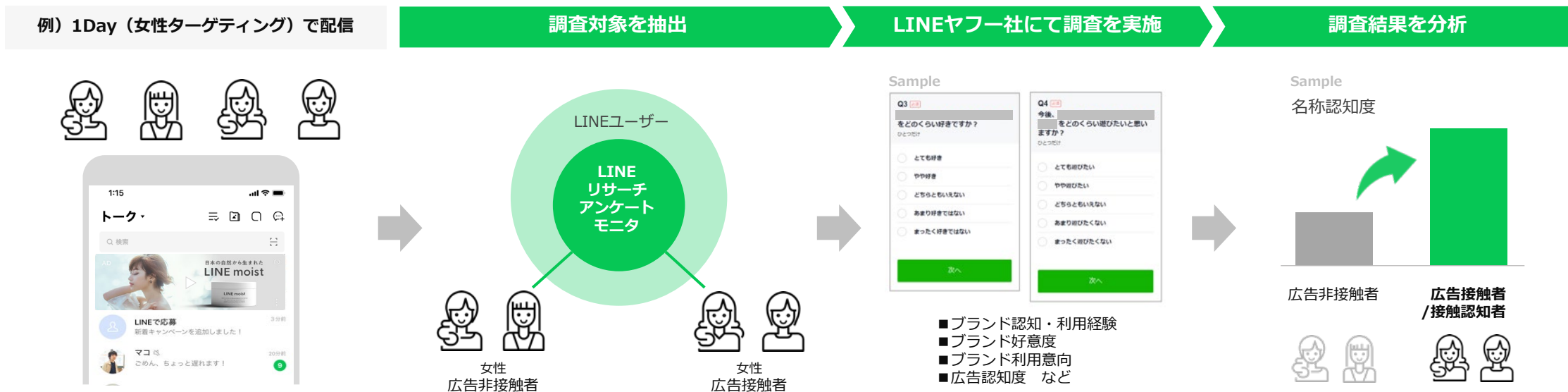
- 画像をクリックした人

フォーマット	オーディエンスデータ	オーディエンスカテゴリ	指定するオーディエンス
Video (静止画+動画)	①動画クリック	動画視聴オーディエンス	動画を クリックした人
	②動画視聴開始	動画視聴オーディエンス	動画を 再生した人
	③動画視聴完了	動画視聴オーディエンス	動画を最後まで 再生した人
Static (静止画のみ)	④静止画クリック	画像クリックオーディエンス	画像を クリックした人

※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

ブランドリフトサーベイ

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、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、アンケート調査を実施
アンケートの配信方法	アンケートモニタの中から広告接触ログの有無でユーザーを分類抽出し、対象者に対してLINEリサーチのLINE公式アカウントから回答を依頼
メリット	広告接触ログの有無別にユーザーの反応を知ること、広告効果を正確に把握し、その後のマーケティング活動に活かすことが可能

※ ブランドリフトサーベイはオフラインアカウントのみご実施が可能です。オンラインアカウントの場合にはご利用いただけません

ブランドリフトサーベイサンプル

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①

サマリ

広告接触者における広告認知率

項目	静止画パナー	動画
広告素材		
認知率	●●●● (「確かに」●●●●%)	●●●● (「確かに」●●●●%)
ベンチマークスコア比較	★★★	★★★

※認知率：広告を見た人が、何かつアクトでも見込（確かに見た+見たと回答する）回答した人の割合
※ベンチマークスコア比較：直近1年間のブランドリフトサーベイTalk Head Viewの調査結果と比較
★★★：+0.25%以上
★★：+0.25%未満-50%以上
★：+0.25%未満-25%以上
●：+0.25%未満

「LINE moist」ブランドリフト効果

パナー接触認知：パナー接触認知では、すべての指標で非接触者の値を上回った。

項目	パナー接触認知 (%)			
	広告非接触	名時認知	特徴認知	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
パナー接触認知	91.0	58.0	55.7	52.5
相対リフト (比率)	1.13倍	1.27倍	1.17倍	1.23倍
絶対リフト (絶対)	10.6pt	12.2pt	8.1pt	9.8pt
ベンチマークスコア比較	★★	★★	★★	★★

動画接触認知：動画接触認知では、すべての指標で非接触者の値を上回った。

項目	動画接触認知 (%)			
	広告非接触	名時認知	特徴認知	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
動画接触認知	93.1	62.8	63.8	58.8
相対リフト (比率)	1.16倍	1.37倍	1.34倍	1.38倍
絶対リフト (絶対)	12.7pt	17pt	16.2pt	16pt
ベンチマークスコア比較	★★	★★★	★★★	★★

パナー接触認知のブランドリフト<性別別上位>

- 名時認知：男性20代(1.28倍)、女性50代(1.16倍)
- 特徴認知：男性20代(1.67倍)、女性30代(1.47倍)
- 興味度：男性40代(1.36倍)、女性50代/女性30代(1.27倍)
- 購入意向：男性20代(1.69倍)、女性30代(1.36倍)

動画接触認知のブランドリフト<性別別上位>

- 名時認知：男性20代(1.30倍)、女性30代(1.27倍)
- 特徴認知：男性20代(1.92倍)、女性20代(1.67倍)
- 興味度：女性20代(1.58倍)、女性30代(1.54倍)
- 購入意向：男性20代(1.85倍)、女性30代(1.65倍)

広告接触者のプロフィール

広告接触者のプロフィール

※ベース：調査回答者における広告接触者

- 広告接触者の男女比は、男性が42.9%、女性が57.1%で女性の構成比が高い。
- 広告接触者の居住エリア構成比は、関東地方が39.9%で最も高く、次いで近畿地方の20.8%。

性別別：男性 42.9%、女性 57.1%
居住エリア別：関東地方 39.9%、近畿地方 20.8%、中部地方 11.1%、北陸地方 4.3%、北海道 1.1%、東北地方 1.1%、四国地方 1.1%、九州・沖縄地方 1.1%

広告の認知状況

Talk Head View 動画認知状況

- 動画接触者の50.7%が動画広告をトークヘッドビューで「見た(確かに+見たと回答)」と回答。
- 認知率が高いのは、男性50代の67.5%、男性30代56.3%。

調査画面イメージ	認知状況			見た:計
	確かに見た	見たと回答	見ていない	
動画接触者:全体 (n=1000)	27.8%	23.4%	49.2%	50.7%
男性 (n=504)	28.4%	26.3%	45.3%	54.7%
女性 (n=505)	28.5%	21.3%	50.1%	47.9%
男性20代 (n=126)	27.0%	27.8%	45.2%	50.8%
男性30代 (n=126)	31.0%	25.4%	43.7%	56.3%
男性40代 (n=126)	24.6%	24.6%	50.8%	49.2%
男性50代 (n=126)	37.7%	27.8%	32.5%	67.5%
女性20代 (n=126)	22.0%	27.0%	50.0%	50.0%
女性30代 (n=126)	19.8%	21.4%	58.7%	41.3%
女性40代 (n=127)	22.3%	19.7%	48.0%	52.0%
女性50代 (n=126)	32.3%	14.7%	50.8%	49.2%

ブランドリフト効果

「LINE moist」ブランドリフト効果

- パナー接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは特徴認知で、1.27倍。
- 動画接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは購入意向で、1.38倍。

項目	リフト効果			
	名時認知	特徴認知	興味度	購入意向
広告非接触	80.4	45.8	47.6	42.7
パナー接触認知	91.0	58.0	55.7	52.5
相対リフト (比率)	1.13倍	1.27倍	1.17倍	1.23倍
絶対リフト (絶対)	10.6pt	12.2pt	8.1pt	9.8pt
動画接触認知	93.1	62.8	63.8	58.8
相対リフト (比率)	1.16倍	1.37倍	1.34倍	1.38倍
絶対リフト (絶対)	12.7pt	17pt	16.2pt	16pt

「LINE moist」購入意向

- パナー接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは男性20代で、1.69倍。
- 動画接触認知で最も相対リフト値が大きかったのは男性20代で、1.85倍。

項目	購入意向			
	広告非接触	パナー接触認知	動画接触認知	購入意向
広告非接触	42.7	41.1	41.8	42.7
パナー接触認知	42.7	45.9	43.9	45.8
動画接触認知	42.7	45.9	43.9	45.8
相対リフト (比率)	1.00	1.07	1.03	1.07
絶対リフト (絶対)	0.0pt	4.2pt	2.1pt	3.1pt

Talk Head View ブランドリフトサーベイ 商品概要

対象メニュー	1Day Lite	1Day Half	1Day ALL 性別ターゲティング	1Day ALL
商品金額 (ネット/税抜)	無償			
調査項目	5問まで無料 【 必須4問固定（広告認知・ブランド認知度・好意度/興味度・利用意向） + 選択設問1問 】			
年代 ※1	15～69歳の範囲で指定 分析軸は最大3区分 例) 15～24歳/ 25～39歳/40～59歳	15～69歳の範囲で指定 分析軸は最大5区分 例) 15～19歳/20～29歳/30～39歳/40～49歳/50～59歳		
サンプル数 ※2	広告接触者 + 非接触者 計 1,000サンプル	広告接触者 + 非接触者 計 2,000サンプル		

※1 5歳刻みで指定が可能です。調査対象者の年代範囲に応じて、調査報告書内で使用する分析軸の粒度が変動いたします

※2 数値は目標値となり、回収数を保証するものではありません。場合によっては、十分なサンプルが集まらない性年代セルが生じる可能性があります

※ ブランドリフトサーベイに関する詳細やオプション等は、最新版のブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください

Talk Head View に関する FAQ

Q 動画タイプは自動再生ですか？

A Auto play videoは自動再生フォーマットではありますが、ユーザーの環境設置に依存します。Expand videoは、エキスパンド後に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「キャンセル規定について」をご確認ください。

Q Frequency1回の仕様だが、impressionとReachが異なるのはなぜですか？

A 通信状態が悪くネットワークが途切れたり、通信が完了する前にLINEを終了するなど正しく通信が行えなかった場合、Frequencyカウントされずimpressionだけ計測される場合があります。

Q LINE Tagの利用は可能ですか？

A LINE Tagもご利用可能です。初回配信時はTalk Head Viewの配信までのフロースケジュール上、設置が間に合う場合のみご利用ください。

Q 管理画面を閲覧できる権限を追加したいのですが可能ですか？

A 管理者権限の追加は可能です。

Q Staic banner、またはExpand video選択時、広告表示サイズは好きな方を選択できますか？

A LINEのバージョンによって表示されるサイズが異なるため、表示サイズの選択はできません。

Q 広告審査は、LINEのバージョン13.12以下の表示サイズと13.13以上の表示サイズどちらで行われますか？

A 両サイズ審査いたします。必ずPreview toolで両サイズ共に不自然なトリミング（表示見切れ）がおこらないよう事前確認をお願いします。

Talk Head View に関する FAQ

Q Auto play video選択時にレポート項目は変わりますか？

A Expand video（既存の動画フォーマット）のレポート項目から変更はありません。（配信金額やインプレッション数、クリック数など）

Q Auto play video選択時、自動再生OFFのユーザーにはどのように表示されますか？

A 自動再生OFFのユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画+動画）が表示されます。

Q Auto play video選択時も静止画の審査は行われますか？

A 審査対象です。自動再生OFF設定のユーザーには、既存のExpand videoフォーマット（静止画<Imageファイル> +動画）の形で表示されるため、静止画も審査対象です。表示領域に関する注意事項をご確認ください。

Q ユーザー側で音声に関する設定がONの場合、Auto play videoは自動で音声は再生されますか？

A 音声はデフォルトOFFとなります。広告内にある音声マークをタップしない限り音声は流れません。

Q Auto play videoの動画再生サイズ別（Expand前とExpand後）で動画再生数は計測できますか？

A 動画の表示サイズ別の再生数は分かりません。

Q Auto play videoのMiddleサイズの動画裏で表示されるBlur+Dim処理された静止画（imageファイル）のアスペクト比が知りたいです。

A 3.4 ~ 2.6 : 1となります。（端末によって比率が変更されますが、記載の範囲内であれば主要端末内に収まります）

Talk Head View に関する FAQ

Q Auto play videoのBlur+Dim処理の詳細が知りたいです。

A Blur割合：Black 25%でマスク・Dim割合：40となります。

Q Auto play video選択時でも、遷移先に友だち追加を設定することは可能でしょうか？

A 可能です。Auto play videoは配信フォーマットの1つなので、機能制限等がかかることはありません。

Q 遷移先に友だち追加を設定する場合、動画内でも友だち追加について触れる必要はありますか？

A はい。静止画・動画・LP等、全ての広告要素で触れて頂く必要がございます。

Q Auto play video選択時、自動再生OFFユーザーには既存のExpand videoフォーマットが表示されるのですが、Staic (imageファイル) が表示されるサイズはどうなりますか？

A ユーザーの使用するLINEバージョンに依存します。

Q Auto play videoでもブランドリフトサーベイは可能でしょうか？

A Auto play videoは広告フォーマットの1つのため、Auto play videoでも実施可能です。（Talk Head View Customも同様）
広告接触者は、【動画再生開始】と【動画再生完了】です。詳細は、ブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください。

Q JASRAC許諾番号とは何ですか？

A JASRACへインターネットCM配信利用申込書を提出した後に発行される番号です。入稿までに番号がない場合は後日番号のみご提出下さい。
弊社からJASRACへ配信回数と許諾番号を証憑として提出致します。代理店様あるいはクライアント様には、配信回数に応じてJASRACへの支払い義務が発生致します。

※ 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

※ 代理店様あるいはクライアント様は配信終了日翌々月末日までに「許諾日」「許諾番号」「配信回数報告書」をJASRACへご送付下さい

Talk Head View Premium に関する FAQ

Q 申し込み方法はどのようになりますか？

A LBPMの申込商品で“Talk Head View Premium”を選択し発注してください。なお入稿は既存のフォーマットと同様にLBMPの入稿画面よりご対応ください。

Q クリエイティブの制作はどのようになりますか？

A 素材提供はクライアント様にお願いしておりますが、制作は弊社側で行います。詳細は担当営業までお問い合わせください。

Q クリエイティブ制作費用はどのようになりますか？

A 実施するメニューによって、有償、無償が決まります。詳細は担当営業までお問い合わせください。

Q クリエイティブ制作費用が有償の場合、固定金額になりますか？

A 有償の場合は固定金額となります。ただし演出内容に特別な調整が必要となった場合は、別途オプション費用（有償）が発生する可能性があります。

Q 音声は流れますか？

A Media Playerのためデフォルト音声onですが、実際に音声流れるかどうかはユーザーの端末の設定状況によります。

Q レポート項目はどのようになりますか？

A PoC時とは異なり、Expand videoやAuto play videoと同様に再生イベントも計測可能となります。
クリックに関しましては、自動遷移とCTAボタン（スキップ）遷移の合算値となります。（内訳は開示できかねます）

Q 仮押さえできた案件は、Talk Head View Premiumを必ず実施できますか？

A いいえ、仮押さえだけでは実施確定はできません。仮押さえ完了後、必ず担当営業まで実施希望の旨をご連絡ください。社内確認後に実施可否のご連絡を担当営業よりお戻しいたします。詳細はTalk Head View Premiumの掲載までのフローをご確認ください。

Talk Head View Premium に関する FAQ

Q SKIPボタンやその他UIのデザイン変更は可能ですか？

A いいえ。対応しておりません。

Q 制作物の全てまたは一部をクライアントや代理店側で制作することは可能ですか？

A 基本的には全ての制作は一貫してLY社となっておりますが、一部であれば状況に応じてご相談は可能です。

Q 修正は何回まで可能ですか？

A 絵コンテ・動画制作、それぞれのステップで1回ずつとなっております。軽微なものであれば対応可能なケースもございますので都度ご相談ください。

Q 編集可能な作成ファイルをもらうことは可能ですか？

A いいえ。編集可能な作成ファイルのお渡しは一律不可とさせて頂いております。

Q 素材は何を用意したら良いですか？また、オリエンテーションまでに全ての素材が必要でしょうか？

A 大きいサイズで編集可能な静止画素材やCM等の動画素材が好ましいです。オリエンテーション時は一部または仮の素材でも問題ございません。

Q どこまでクライアントや代理店の演出内容を取り入れてもらえますか？

A レギュレーションの範囲内であれば取り入れさせていただきます。オリエンテーション時にご希望の演出などについてヒアリングさせて頂く機会がございます。

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ず。）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、延期させていただきます。
7. 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。
8. 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いただきます。
9. 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。
10. やむを得ずキャンセルされる場合、枠の確定後、または発注期日後の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。またTalk Head View Premiumの制作費においても同様となります。詳細はキャンセル規定についてをご確認ください。
11. 配信開始/終了時間は多少前後いたしますのでご了承ください。

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**

<https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/doc/LINE%20%E6%B3%95%E4%BA%BA%E5%90%91%E3%81%91%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9%E5%9F%BA%E6%9C%AC%E7%B4%84%E6%AC%BE.pdf>

・ **Talk Head View 利用規約**

https://www.lycbiz.com/sites/default/files/media/jp/terms-and-policies/pdf/thv/TermsAndPolicies_line-ads-TalkHeaderView_ve1.0.pdf

・ **クリエイティブ制作委託約款**

https://s.yimg.jp/images/marketing/portal/paper/creative_production_delegation_terms.pdf

■ 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

Talk Head View Custom

Talk Head View Custom 商品スペック

項目	Talk Head View Custom
販売形式	運用型（ネット請求）
最低出稿金額（ネット）	50万円～
入札方式	手動のみ
最低入札価格（ネット）	CPM800円～
配信面	トークリスト 面
フォーマット	Talk Head Viewフォーマット（Static banner・Expand video・Auto play video）
配信期間	1日～31日 ※1
AD FQ	1～10回（配信期間での回数） ※2
配信の設定	代理店/広告主
Tag計測	計測可
ブランドリフトサーベイ	可（800万円以上の配信で無償提供）
LINE公式アカウント	必須
オークション	セカンドプライスオークション
オークション環境	LINE広告同一環境下でオークション
配信量	任意の配信量で指定可（LINE広告同様）
クロスデータ	可（LINE広告同様）
クリエイティブ本数上限	制限なし（LINE広告同様）
ターゲティング	指定可（LINE広告同様）
レポート	管理画面上から閲覧可

※1 広告グループの設定が可能な日程は配信開始の31日前からとなります

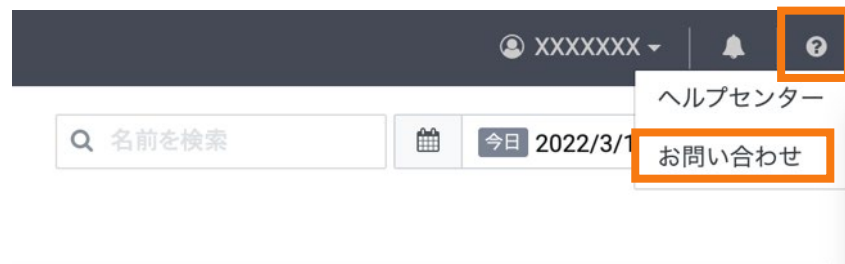
※2 ユーザビリティの観点より、Talk Head View Customの1ユーザーあたりの1日の広告接触回数を制御しています

Talk Head View Custom 権限付与申請フロー

Talk Head View CustomはLINE広告のキャンペーンのひとつとなりますが、ご実施いただくには機能付与申請が必要です。権限付与条件の最低出稿金額は前項を、出稿可能業種はTalk Head View 審査ガイドラインをご確認ください。

STEP1 : お問い合わせ番号の取得

LINE広告管理画面右上の「お問い合わせ」から「お問い合わせ番号を取得」を選択します。



お問い合わせ・権限申請

お問い合わせ番号を取得

お問い合わせフォームまたは担当者から依頼があった場合は、[取得する]をクリックして表示される番号をご利用ください。

取得する

STEP2 : フォーム入力

画面下の「権限申請」から権限付与フォームに遷移し、必要事項を記入の上送信してください。

フォームを送信すると、受付完了した旨のメールが自動送信されます。権限付与には最大5営業日ほど頂戴しております。

※権限付与申請は、**広告アカウント審査が完了した後**にお申し込みください。広告アカウント審査が完了していない場合、審査を受け付けることができません。
※権限付与の条件は、媒体資料を参照してください。

権限申請

お問い合わせ番号を取得して、[申請する]からお申し込みください。

申請する

申請に必要な情報 :

姓名, 連絡先メールアドレス, お問い合わせ番号, 広告アカウントID, 広告アカウント名, 広告主名, 広告主コーポレートサイトURL, 代理店名, 商材正式名称, 商材公式サイトURL, 想定配信金額, 配信開始予定日

※ Talk Head View Customの権限付与時にAuto play videoの権限も付与されます

Talk Head View Custom ブランドリフトサーベイ 詳細

配信条件	
配信クリエイティブ数	1つ
配信期間	1~31日 (3~10日を推奨) ※ 調査対象期間は配信期間に準じます。配信期間が長すぎる場合、正確な調査結果をお出しできない可能性があります。
Talk Head View Custom 最低出稿金額	140万円 (ネット金額/税抜)
配信セグメント	性年代 (-14歳,15-19歳,20-24歳,25-29歳,30-34歳,35-39歳,40-44歳,45-49歳,50-54歳,55-59歳,60-64歳,65歳-) 他ターゲティング可能項目 ※ カスタムオーディエンスの調査も可能ですが、配信ターゲットが少ない場合、十分なサンプルが得られない可能性があります。
調査費用	Auto play video : 150万円、Expand video (静止画+動画) およびStatic banner (静止画) : 100万円 (いずれもネット/税抜)
無償提供	無償提供プランあり ※800万円 (ネット/税抜) 以上の配信で上記調査費用が無償となります。
調査の仕様	
調査サンプル数 (回収目標数)	広告接触者+広告非接触 計 2,000サンプル ※ 回収目標数は、回収数を保証するものではありません。配信ターゲットを絞りすぎると十分なサンプルが得られない可能性があります。
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 (Talk Head View Customの認知度/動画評価、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) ※ 設問項目は一部固定となっており (赤字部分)、商材名称などの可変部以外のご指定はいただけません。
調査レポート	全体分析および性年代分析 性年代分析軸 : 最大5区分 (例 : 15~19歳/20~29歳/30~39歳/40~49歳/50~59歳) ※ 調査レポートでは、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。
レポート提出日	広告配信終了日の翌営業日から数えて、20営業日目

※ ブランドリフトサーベイに関する詳細やオプション等は、最新版のブランドリフトサーベイ媒体資料をご確認ください

Talk Head View Custom に関する FAQ

Q レポートの項目はどのようになりますか？

A 通常のLINE広告と同じ内容でご確認頂くことが可能です。

Q Talk Head View CustomはLINE広告の管理画面から設定可能でしょうか？

A LINE広告と同様の管理画面からの設定となります。キャンペーンの目的から「Talk Head View Custom」を選択してください。

Q LINE Tagの利用した計測は可能でしょうか？

A LINE広告と同様、LINE Tagはご利用頂けます。

Q クリエイティブレポートをお願いしたいです。

A 出稿金額800万円（ネット）以上の場合に限り、無償で提出させていただきます。（ご希望の場合は営業担当までお問い合わせください）

Q Talk Head View CustomでAuto play videoを実施したい場合、どうすれば良いですか？

A Talk Head View Customの権限がない場合（未申請の場合）、Talk Head View Customの権限付与時にAuto play videoの権限付与も行われます。
Talk Head View Customの権限付与済みで、広告フォーマットにAuto play videoが表示されていないアカウントは、弊社の担当営業までご連絡ください。

広告フォーマット



※ 広告を作成＞広告フォーマットにAuto play videoが表示されているかどうかを確認ください

※ Talk Head View Customの権限付与済みで、広告フォーマットにAuto play videoが表示されていないアカウントかつ弊社の担当営業が不明な場合に関しましては、Talk Head View Customの権限申請フォームより、Auto play videoの権限付与依頼をお願いします
その際に、必ず備考欄に【Auto play videoの権限付与依頼】と記載をお願いします

Q Talk Head View CustomでPremiumフォーマットの配信は可能ですか？

A Talk Head View Premiumは、Talk Head Viewでのみ配信可能な広告フォーマットとなりますので、Talk Head View Customでは実施できません。

Talk Head View Custom 審査ガイドライン

配信にあたっては、各種法令、業界が定める基準やルールを遵守してください。

また、LINEでは法的リスクの回避に加え、ユーザー利益の保護の観点から、広告表現に関するガイドラインを設けております。

Talk Head View Customは、Talk Head View審査ガイドラインが適応されます。

Talk Head View Custom 審査ガイドライン（必ずご一読ください）

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

・ **Talk Head View 審査ガイドライン**

<https://www.lycbiz.com/jp/service/talk-head-view/guideline/>

※ 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がございますので予めご了承ください

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

- **LINE広告利用規約**

https://terms2.line.me/lap_term_of_use?lang=ja

- **お問い合わせ先**

各種お問い合わせは弊社営業担当または、LINE for Businessの「お問い合わせ」ページよりお願いいたします。

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

- **LINE広告マニュアル**

LINE広告の詳細の操作方法について、以下のページよりご覧いただけます。 <https://www.lycbiz.com/jp/manual/line-ads/>

- **LINE広告FAQ**

よくあるご質問について、以下のページよりご覧いただけます。

<https://help.linebiz.com/lineadshelp/s/?language=ja>

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」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/>

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	キャンセル費対象
発注期日後	キャンセル費対象	キャンセル費対象

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。

The screenshot shows the 'お問い合わせ' (Contact Us) page on the LINEヤフー for Business website. The page is divided into two main columns. The left column is titled 'Yahoo!広告に関するお問い合わせ' (Contact Us for Yahoo! Ads) and features a prominent orange button for '新規サービス導入のお問い合わせ' (New Service Introduction Inquiry). Below this, there is a section for 'ご利用中サービスのお問い合わせ' (Inquiry for Existing Services) with a blue button. The right column is titled 'LINEサービスに関するお問い合わせ' (Contact Us for LINE Services) and also features a prominent orange button for '新規サービス導入のお問い合わせ' (New Service Introduction Inquiry). Below this, there is a section for 'ご利用中サービスのお問い合わせ' (Inquiry for Existing Services) with a blue button. A blue line points from the orange button in the right column to the text on the right side of the slide.

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/>