

LINE NEWS

媒体資料

2020年 7月-9月

サービス概要

LINE NEWSの特徴	3-4
ユーザー属性	5
支持される理由	6
ユーザーの消費行動、意識	7
利用シーン	8
ユーザーの興味	9

広告メニュー

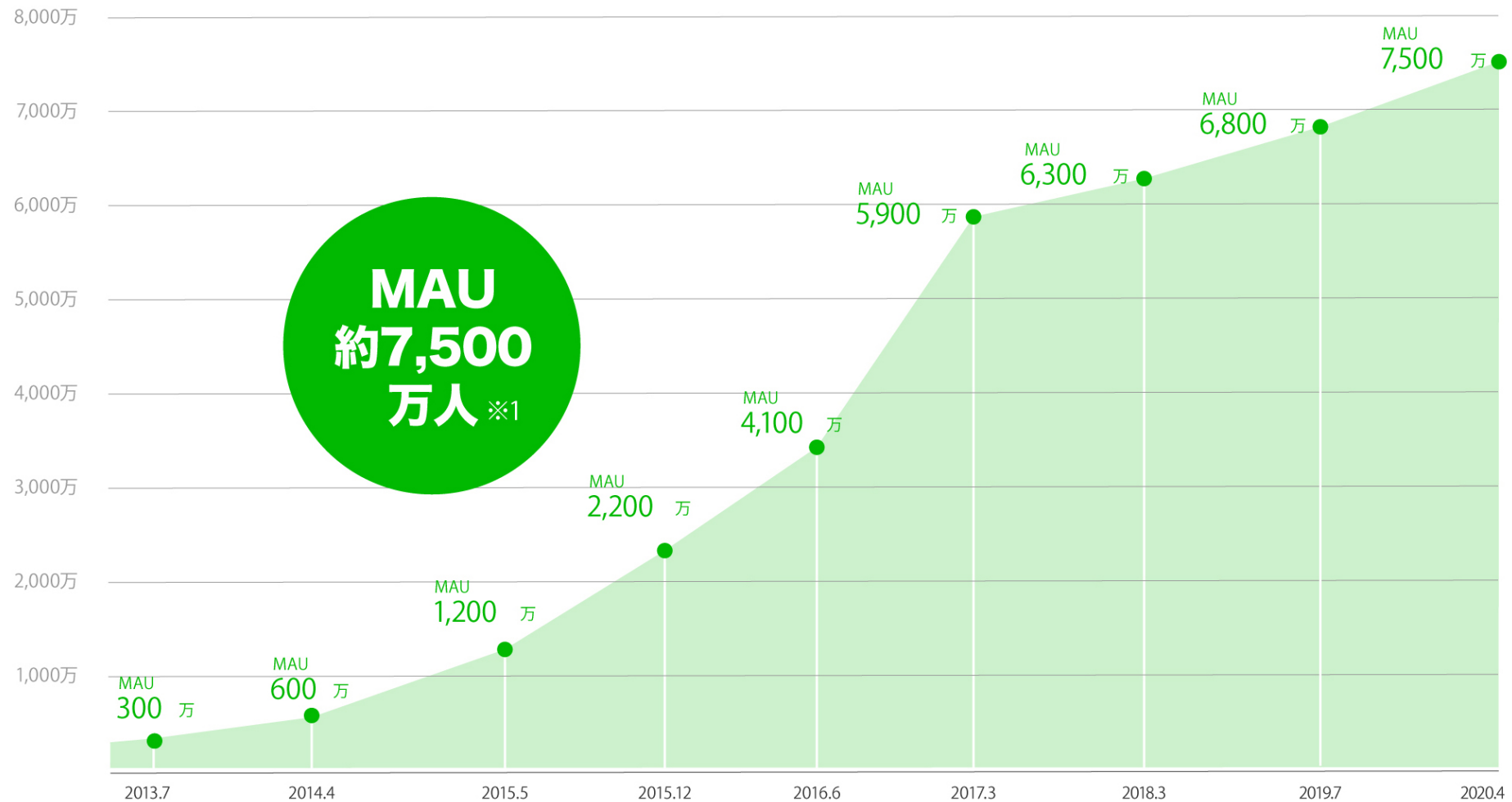
DIGEST Spot	10-13
DIGEST Spotの画像規定	14-20

その他

お申込みから掲載まで	22
仮押さえについて	23
企業・商材可否基準	24
制作可否基準	25
Q&A	26
各種規定	27
免責事項	28
Appendix	29

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



※1：2020年4月時点。LINEアプリ内ニュースタブ、LINE NEWSアプリおよび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 含む）」全320媒体以上 ※2020年4月時点

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

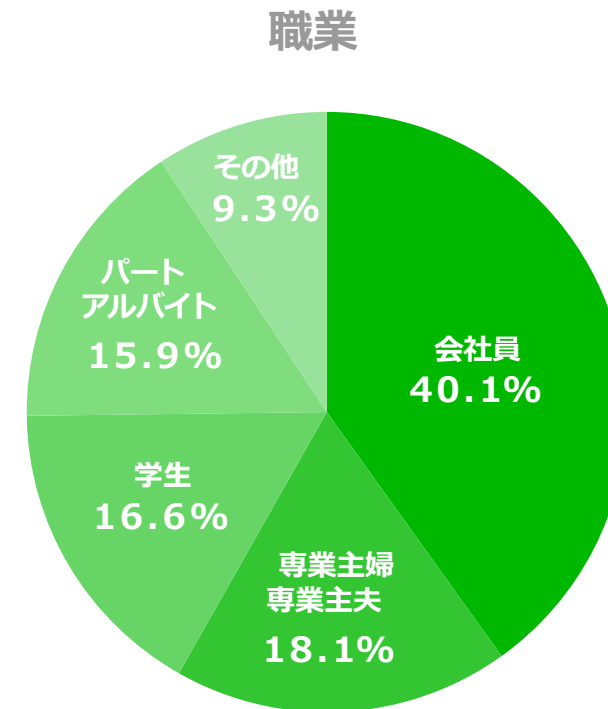
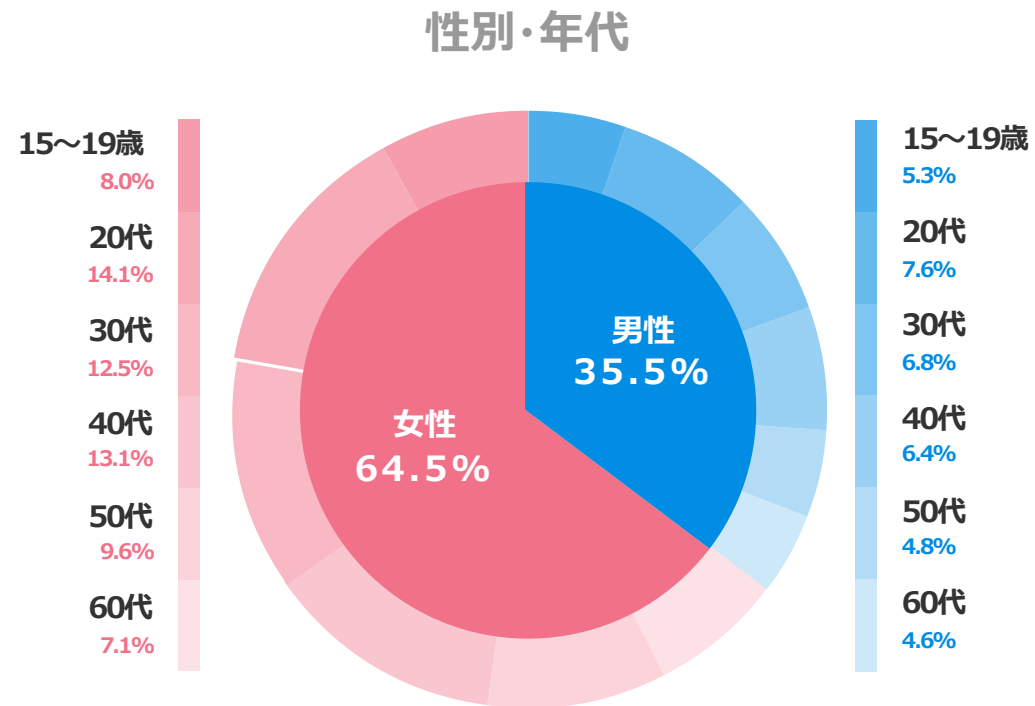
「総友だち数、3,000万人以上」 ※2020年4月時点
LINE NEWSのLINE公式アカウント配信のリッチメッセージ内に見出しを掲載。朝昼夕1日3回のリッチメッセージ配信でタイムリーなニュースをPUSH発信します。

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、幅広いジャンルのニュースを読みやすい記事ボリュームで毎日配信しています。

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約6：4で女性が多い傾向で、20代～40代がボリュームゾーンとなっております。
会社員が最も多く、専業主婦・主夫、学生、パート・アルバイトと続きます。



※ 出典：マクロミル・インターネット調査（2019年1月実施/全国15～69歳の男女を対象 サンプル数1,036）

LINE NEWSのLINE公式アカウントを友だち追加する理由

LINE NEWSのLINE公式アカウントからダイジェスト記事として記事が読みやすく簡潔にまとまっていること、素早く情報が届くこと、幅広いジャンルを網羅しているので情報収集や勉強のためになることが評価されており、多くのユーザーに支持されています。比較的ライトに記事が読まれるため、潜在ニーズ引き上げのフックとなります。

情報が来るのが早いため



記事が短くまとまっていて読みやすいため



ニュースの配信量がちょうどいいため



興味のあるジャンルを配信しているため



※ 出典：マクロミル・インターネット調査（2019年1月実施/全国15～69歳の男女を対象 サンプル数1,036）

LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザーの消費行動、意識

LINE NEWSのLINE公式アカウントユーザーは第三者からのクチコミや評判を参考に検討し、気に入ったものであれば高額であっても購入意欲が高い傾向です。また、良いものは人にすすめるというインフルエンサー要素を持っています。

今何が流行っているのか、話題になっているのかをよく知っている



新しい商品・サービスはすぐ試してみるほうだ



興味のあることはできるだけ詳しく知りたい方だ



話題になったり、評判になった場所、店には行くようにしている



好きなものに使うお金は惜しまない



気に入った物があると多少高くても買う



新しい価値観を積極的に取り入れるようにしている



クチコミや評判を参考に商品やサービスを選ぶ



好きなものは人にすすめたい



※ 出典：マクロミル・インターネット調査（2019年1月実施/全国15～69歳の男女を対象 サンプル数1,036）

LINEでニュースを読むときのシーン

LINE NEWS DIGEST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、通勤や通学といった日常的なすきま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



ゆっくりくつろぎながら



テレビを見ながら



寝る前にベッドやふとんに入ってから



電車やバスなどでの通勤/通学/移動中



起きてすぐベッドやふとんの中で



工作中/授業中



外出先、お買いものの合間



※ 出典：マクロミル・インターネット調査（2019年11月実施/全国15～69歳の男女を対象 サンプル数138）

ユーザーが興味を持っている/知りたいニュースジャンル

LINE NEWS DIGEST利用ユーザーは、幅広いニュースジャンルに興味を持っています。親しい人との会話で話題に出しやすいエンタメやスポーツ、時事関連のニュースだけでなく、グルメや地域情報などのパーソナライズされた身近な情報を求める傾向があります。



エンタメ/芸能



社会/政治



グルメ



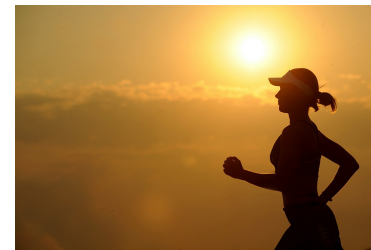
地域情報



スポーツ



おもしろ/ネタ



健康/ヘルスケア



ファッション

※ 出典：マクロミル・インターネット調査（2019年11月実施/全国15～69歳の男女を対象 サンプル数138/興味度の高いジャンル8つをピックアップ）

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。

※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。

誘導枠



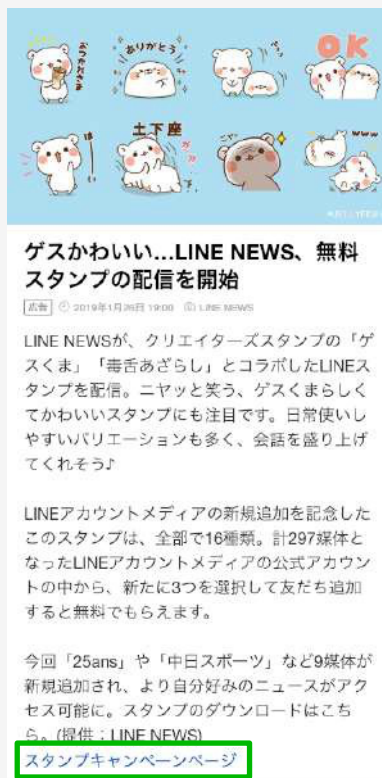
LINE公式アカウント リッチメッセージ

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



平日枠

¥5,000,000 (税別)

土日祝日枠

¥6,000,000 (税別)

※想定PV数: 40万～110万PV

※対象期間: 2020年7月1日(水)～2020年9月30日(水)

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ズ一覧ページ(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 ※葉機法・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。
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。

※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。
※媒体資料対象期間中に、LINE広告(旧LINE Ads Platform)の掲載がスタートする可能性があります。

クリエイティブ詳細 上記のほか、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)	○	・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P14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)	×	・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	○	・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。 ※詳細な画像規定についてはP18以降をご確認ください。
	見出し	最大全角27文字	×	・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	×	・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	○	・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	○	・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	○	・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/g9b2291by8awcifj8zth5xqn15pig2k>

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。



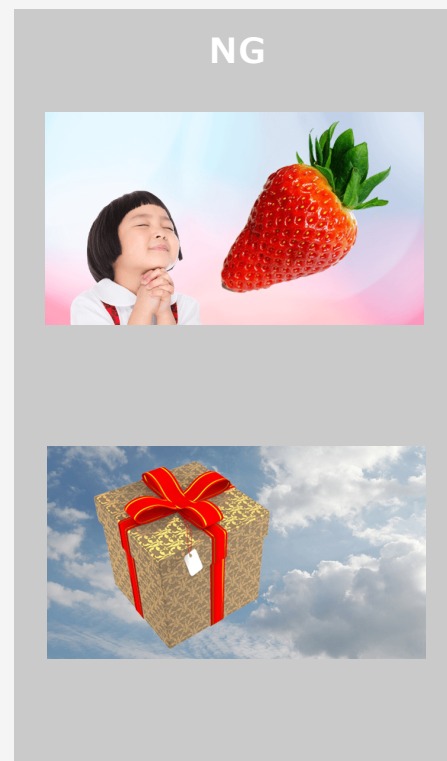
※画像規定について詳しくはこちら

<https://line.box.com/s/g9b2291by8awcifyj8zth5xqn15pig2k>

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。



※画像規定について詳しくはこちら

<https://line.box.com/s/g9b2291by8awcifyj8zth5xqn15pig2k>

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

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。

NG



OK



※画像規定について詳しくはこちら

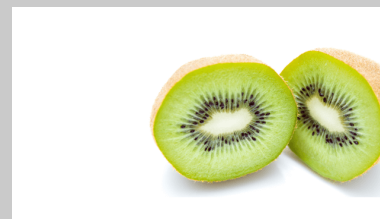
<https://line.box.com/s/g9b2291by8awcifj8zth5xqn15pig2k>

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。

NG



OK



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。

NG



OK



※画像規定について詳しくはこちら
<https://line.box.com/s/g9b2291by8awcifyj8zth5xqn15pig2k>

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。

NG



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

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。

NG



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。

※画像規定について詳しくはこちら

<https://line.box.com/s/g9b2291by8awcifyj8zth5xqn15pig2k>

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。

NG



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

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://feedback.line.me/enquete/public/4555-qfbmRCnU 新規お問い合わせの方は下記フォームよりご申請をお願いいたします。 新規お問い合わせ用フォーム： https://www.linebiz.com/jp/contact/ 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
STEP 2	空き枠確認	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。
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。 お申込み用メールアドレス： order_adsales@linecorp.com 、 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	掲載開始8営業日前までに初稿を提出いたします。
STEP 6	初稿お戻し	掲載開始6営業日前までに初稿をお戻しいたします。
STEP 7	修正稿提出	掲載開始4営業日前までに修正稿を提出いたします。
STEP 8	FIX	掲載開始2営業日前までに配信内容をFIXします。
STEP 9	掲載開始	各枠所定日時より掲載を開始いたします。

※1.お申込み・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。

※2.本申込みは「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。
CCにorder_adsales@linecorp.com、sales_media_order@linecorp.comを必須で入れてください。

※3.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

延長

② 再仮押さえ可能日

仮押さえ期限切れ

仮押さえ期限切れ

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。

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。

新規問い合わせ用フォーム：<https://www.linebiz.com/jp/contact/>

企業・商材に関する掲載可否確認フォーム：<https://feedback.line.me/enquete/public/4555-qfbmRCnU>

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。

新規問い合わせ用フォーム：<https://www.linebiz.com/jp/contact/>

企業・商材に関する掲載可否確認フォーム：<https://feedback.line.me/enquete/public/4555-qfbmRCnU>

Q&A

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P22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。

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。

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。

※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。

新規問い合わせ用フォーム：<https://www.linebiz.com/jp/contact/>

企業・商材に関する掲載可否確認フォーム：<https://feedback.line.me/enquete/public/4555-qfbmRCnU>

お申込み方法

事前に以下の内容をご確認の上、お申込みください。

- LINE 法人向けサービス基本約款
<https://www.linebiz.com/jp/terms-and-policies/>
- 新規お問い合わせ用フォーム
<https://www.linebiz.com/jp/contact/>
- 企業・商材に関する掲載可否確認フォーム
<https://feedback.line.me/enquete/public/4555-qfbmRCnU>
- 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
- 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。
order_adsales@linecorp.com、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
submit_adsales@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

広告掲載レポートは、掲載開始日から10営業日以内に送付させていただきます。

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。

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

