

LINEヤフー広告 ディスプレイ広告（予約型）

LINE Talk Head View

LINEヤフー株式会社

2025/12/17

LINEヤフー

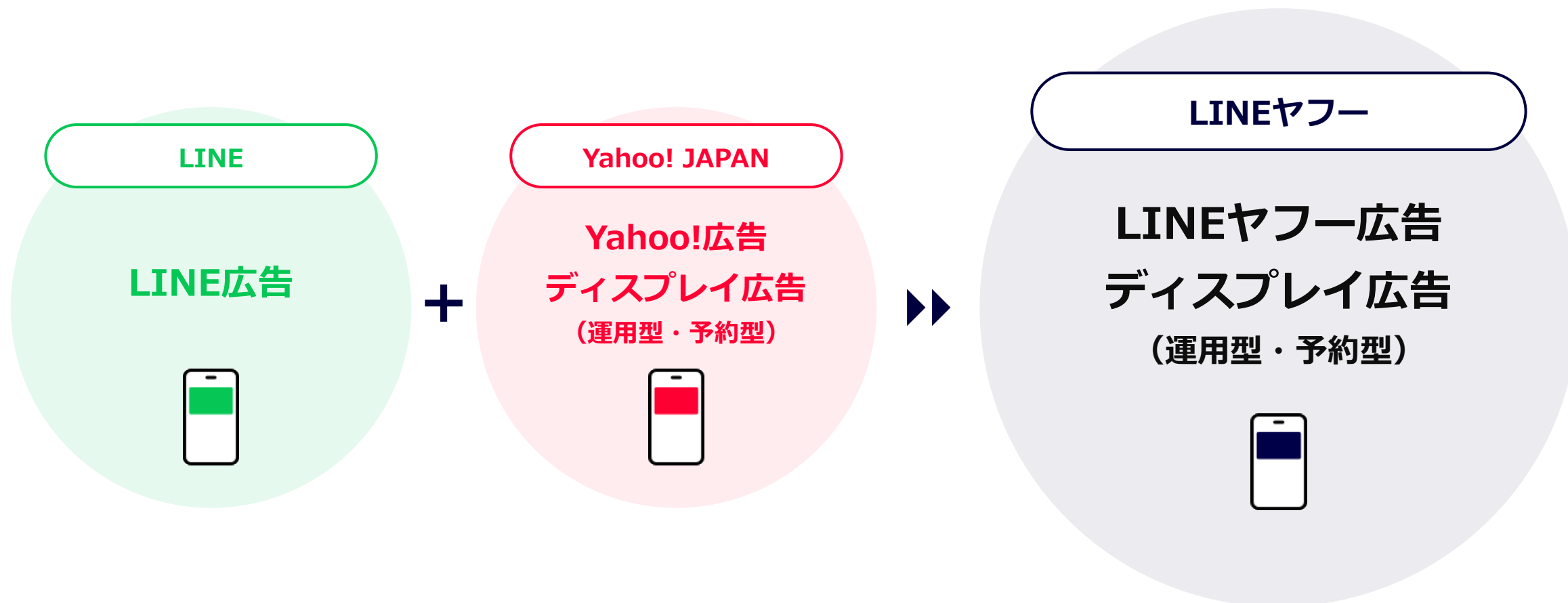
【UPDATE】LINEヤフー広告 統合プラットフォームについて

統合プラットフォームの提供

これまでわかれていたLINE広告とYahoo!広告 ディスプレイ広告（以降YDA）を**統合**し、

2026年春頃、「LINEヤフー広告 ディスプレイ広告」として提供します。

これに伴い、LINE広告およびYahoo!広告は検索広告も含めて**「LINEヤフー広告」**に名称を変更します。



統合プラットフォーム LINEヤフー広告 ディスプレイ広告（予約型）の提供について

LINEヤフー全ての予約型広告商品が同一のプラットフォームで管理可能になります。

Yahoo!広告
ディスプレイ広告（予約型）



LINEヤフー広告
ディスプレイ広告（予約型）



LINE広告（予約型）



LINE Talk Head view 広告商品のご紹介

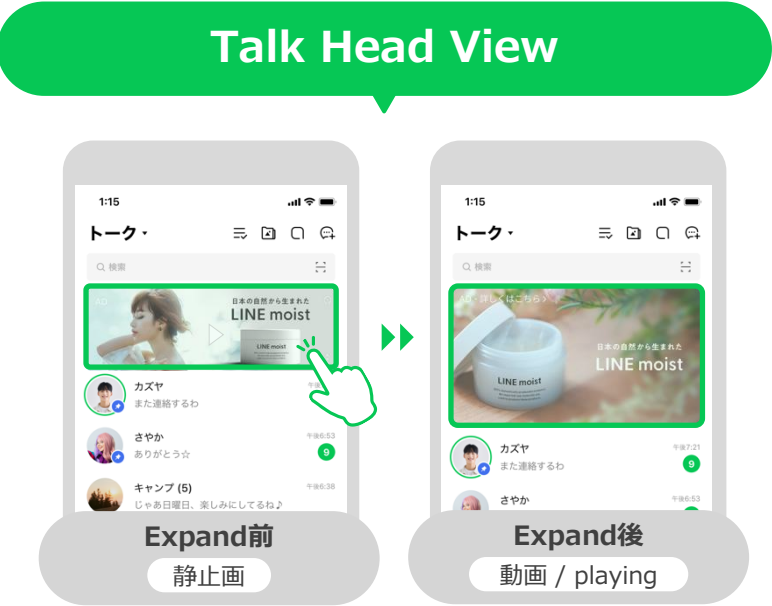
(LINE Talk Head view 1 Day / LINE Talk Head View vimps指定)

LINEの一等地 国内最大規模のリーチを活用

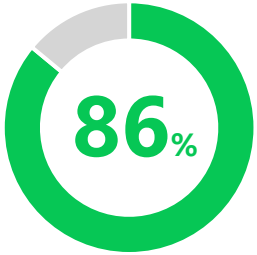
LINEの日本国内のMAUは9,700万人※1以上で、日本の人口の約8割をカバーしています。

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。



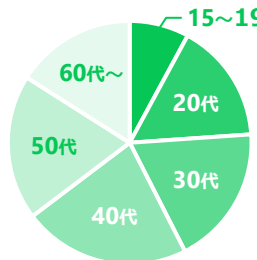
✓ ユーザの
高いアクティブ率
DAU/MAU比率※4



✓ 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

LINE Talk Head View 商品ラインアップ

LINE Talk Head Viewは、国内最大規模のリーチが見込める、LINEトークリスト最上部に掲載される広告サービスです。

短期で大量リーチを安価に獲得できるLINE Talk Head View 1Dayに加えて、柔軟なプランニングが可能なLINE Talk Head View（vimps購入型）をリリースします。

1Dayリーチ



- ✓ 1日で国内最大規模のリーチ力
- ✓ 抜群のリーチ単価
- ✓ 開始/終了時間指定 (任意)

Update !

vimps購入型

New!



- ✓ 多彩なターゲティング
- ✓ 柔軟な配信期間設定
- ✓ 少額予算から配信可能

1Day リーチ

1Dayリーチ 3つの特長

LINE Talk Head View 1Dayでは、現行商品の特征はそのままにご利用いただきやすい広告仕様にアップデートいたします



圧倒的なリーチ
6,000万

ビューアブルリーチ※

国内最大規模のリーチ

※ 1 Day オールリーチの場合
※ 7,500万メジャードリーチ



安価な
リーチ単価

抜群の
リーチコストパフォーマンス



Update !

掲載時間
任意指定

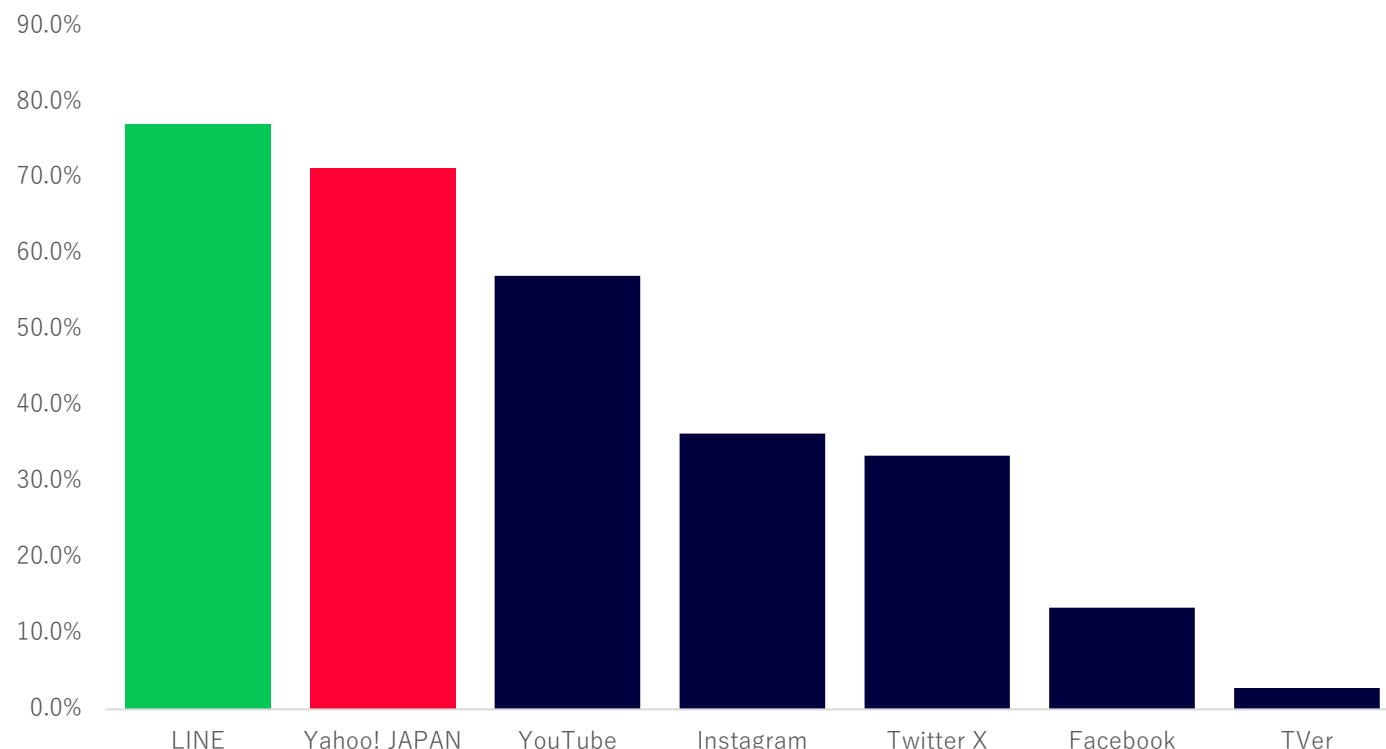
デフォルト広告配信時間の変更
掲載開始/終了時間の指定（任意）

1Day リーチ

圧倒的な短期集中リーチ力

LINEはコミュニケーションツールという性質上、日常的に反復性高く利用するサービスであるため、他SNSメディアと比較してデイリーでのリーチ率が高く瞬間的に莫大なリーチを獲得しやすいメディアです。

デイリーアクティブユーザー比較



※nielsen mobile netview2023年データ（ブランドレベル、スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む）

1Day リーチ

リーチ力×リーチ効率

リーチ数・リーチ単価共に国内でNo.1規模の予約型ディスプレイ広告

| 媒体 プロダクト名 | LINE Talk Head View | A社 | Yahoo! JAPAN トピックスPR | B社 | C社 |
|--------------|---------------------------|------------------|---------------------------|------------------|----------------|
| 平均リーチ数 | 約 6,000 万 ※vリーチ | 約 2,300 万 | 約 1,750 万 ※vリーチ | 約 2,000 万 | 約 800 万 |
| 平均リーチ単価 | 0.66 円 | 0.68 円 | 0.74 円 | 0.90 円 | 1.00 円 |

1Day リーチ

【UPDATE】掲載時間の仕様変更

デフォルトの広告掲載時間が0時～23時59分までとなりました。

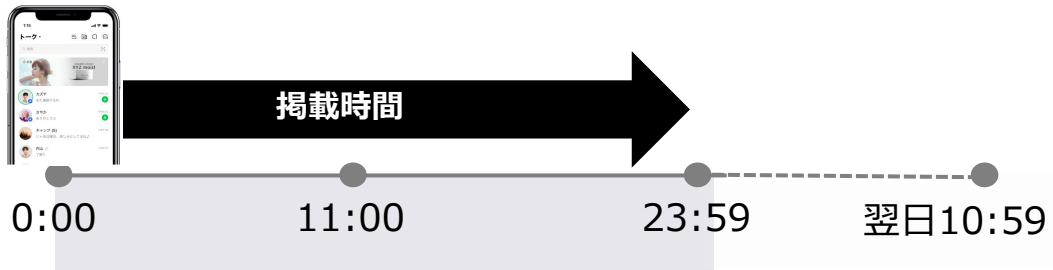
また、プロモーションにあわせて掲載開始時間と終了時間を設定可能になります。

広告掲載時間の変更

LINE広告（統合前）



LINEヤフー広告 ディスプレイ広告（予約型）（統合後）



※LINE広告（統合前）の仕様では、予約日当日の11：00～翌日10：59までが掲載時間でしたが
LINEヤフー広告 ディスプレイ広告（予約型）（統合後）では、予約当日の0：00～23：59
までが掲載時間になります。

掲載開始/終了時間の指定



活用例：
10時開始のセールプロモーションの場合



※デフォルトの広告掲載時間は0：00～23：59までですが
広告管理ツールから任意で、掲載開始時間と掲載終了時間を指定して予約する
ことができます。また、予約日当日もツールから随時「停止」「再開」が可能です。
※ただし、これらの場合、想定配信数を満たせない可能性がございます。

1Day リーチ

商品スペック

広告主・代理店限定

| 商品 | 金額 | vリーチ数 | mリーチ数 | 想定vCPM |
|--|------------|------------|------------|--------|
| LINE Talk Head View 1Day SP (オールリーチ) | 40,000,000 | 60,000,000 | 75,000,000 | 667円 |
| LINE Talk Head View 1Day SP (3,000万リーチ) | 20,000,000 | 30,000,000 | 37,500,000 | 667円 |
| LINE Talk Head View 1Day SP (1,400万リーチ) | 10,000,000 | 14,000,000 | 17,500,000 | 714円 |
| LINE Talk Head View 1Day SP (オールリーチ) (男性) | 25,000,000 | 28,000,000 | 35,000,000 | 893円 |
| LINE Talk Head View 1Day SP (オールリーチ) (女性) | 25,000,000 | 31,000,000 | 38,750,000 | 806円 |

※詳細はセールスシート、および別紙のシミュレート表をご確認ください。

vimps購入型

vimps購入型 3つの特長

LINE Talk Head View（vimps購入型）ではプロモーションのターゲットに重点的にアプローチすることが可能です。
また、プロモーション期間や予算に応じたキャンペーン設定が可能です。



**ターゲティング
多彩な設定**

LINEやフーのデータを活用して
ターゲットを捉えることが可能（※）

FQ上限設定によりリーチと広告接触頻度の
プランニングが可能

※活用できるデータは順次拡大予定



**掲載期間
3日～31日**

プロモーション期間にあわせて
自由に設定が可能



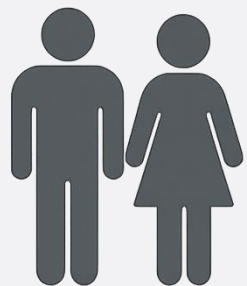
**最低出稿金額
500万円～**

プロモーション予算の規模にあわせて
自由に配信金額を設定可能

vimps購入型

ターゲティング配信

LINEやフーのデータを活用して、様々なターゲティング設定をして配信することで、効率的にオンターゲットリーチを獲得することが可能になりました。



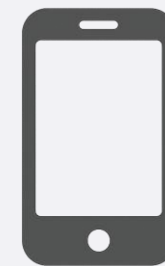
性別/年齢



地域（都道府県・市区郡）



時間



OS



オーディエンスリスト
（共通）



オーディエンスリスト
（Yahoo! Audience Discovery）



フリークエンシー上限

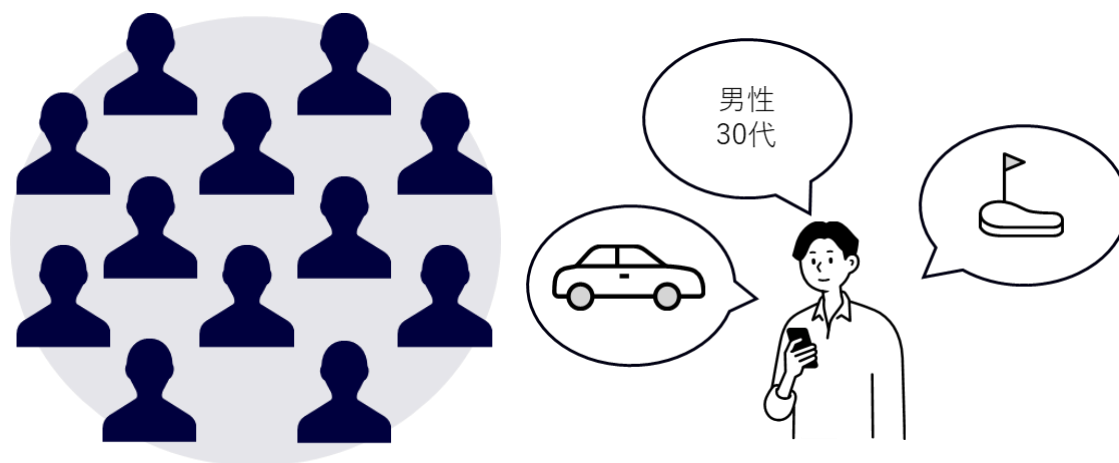
vimps購入型

ユースケース

LINEの国内最大級リーチとLINEヤフーが保有するデータを活かして、ターゲットリーチの獲得や認知の最大化に寄与します。

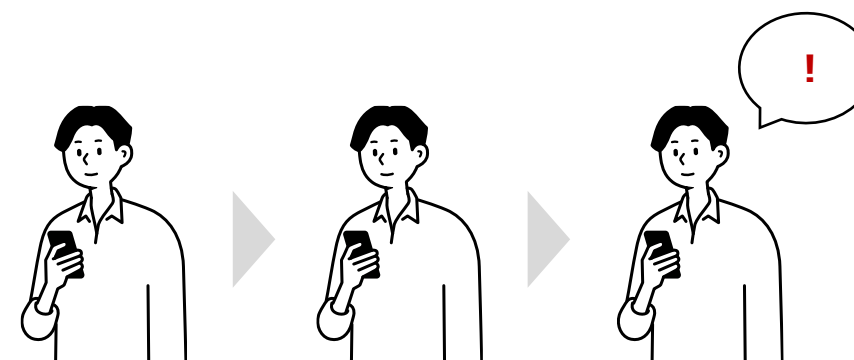
ターゲットリーチ最大化

LINEの国内最大級リーチとLINEヤフーの豊富なデータを活用して、ターゲットリーチ最大化に貢献します。



短期FQによる認知最大化

LINEの国内最大級リーチとサービスFQの高さを活用
短期集中でFQを重ねることによる刷り込み効果



vimps購入型

ターゲットリーチ最大化（FQ上限1回指定）

LINEの国内最大級リーチを活用して、FQ上限設定を行い効率的なリーチ獲得が可能です。

全世代で高い利用率を有しているため、他媒体で獲得しづらいターゲットへのリーチ獲得に期待ができます。

配信例 20～30代女性 FQ上限1回



LINE Talk Head View (vimps購入型)

配信金額：500万円

配信vimps：4,629,630vimps

FQ上限設定：1回

想定リーチ数：462万リーチ

リーチ単価：1.08円

FQ回数：1回



20～30代女性



vimps購入型

ターゲットリーチ最大化（ブランドパネルとのクロスユース）

LINEの国内最大級リーチとLINEヤフーの豊富なデータを活用して、ターゲットリーチを最大化することが可能です。

ブランドパネルでは獲得できないリーチを獲得することができ、クロスユースすることでインクリメンタルリーチを最大化できます。

配信例 男性 & 海外旅行（興味関心）



LINE Talk Head View (vimps購入型)

配信金額：500万円

配信vimps：4,444,445vimps

想定リーチ数：170万リーチ



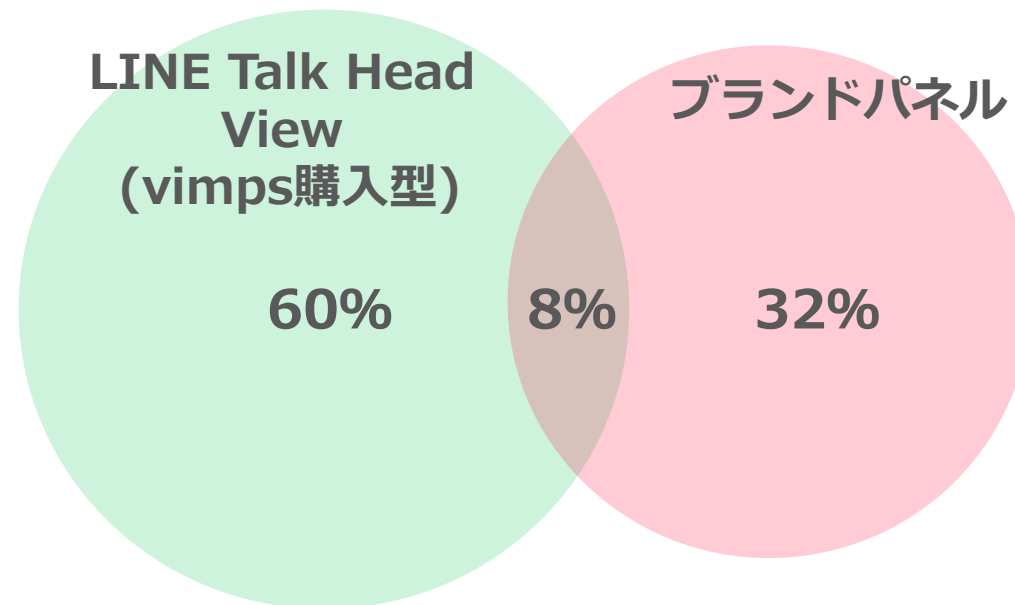
ブランドパネル

配信金額：500万円

配信vimps：3,472,223vimps

想定リーチ数：100万リーチ

想定インクリメンタルリーチ



想定リーチ数：250万リーチ

vimps購入型

ターゲットリーチ最大化（ローカルのプロモーション）

LINEの国内最大級リーチを活用することで、商圈が限定されているローカル向けのプロモーションにおいても高いリーチカバレッジを実現することができます。都道府県指定は50万円、市区郡指定は10万円から掲載可能なため小口予算から活用いただけます。

配信例 エリア指定（埼玉県所沢市）

該当エリアでのリーチカバレッジ

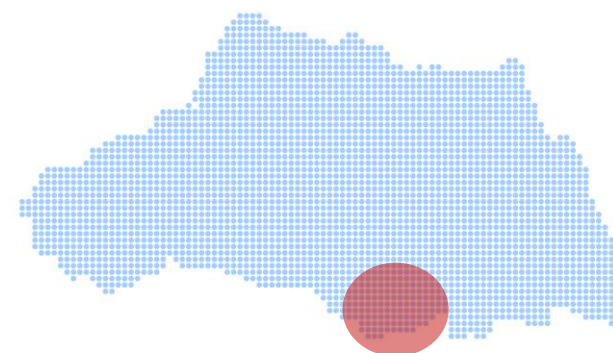


LINE Talk Head View (vimps)

配信金額：50万円

配信vimps：444,445vimps

想定リーチ数：23.8万リーチ



埼玉県所沢市人口：34.2万人
獲得リーチ：23.8万リーチ

リーチ率：約70%

vimps購入型

短期FQによる認知最大化

LINEは圧倒的なユーザー利用頻度を誇っているため、短期間でターゲットリーチを獲得しつつフリークエンシーを重ねることが可能です。
短期間でフリークエンシーを重ねることで、刷り込み効果によるブランド認知獲得に期待ができます。

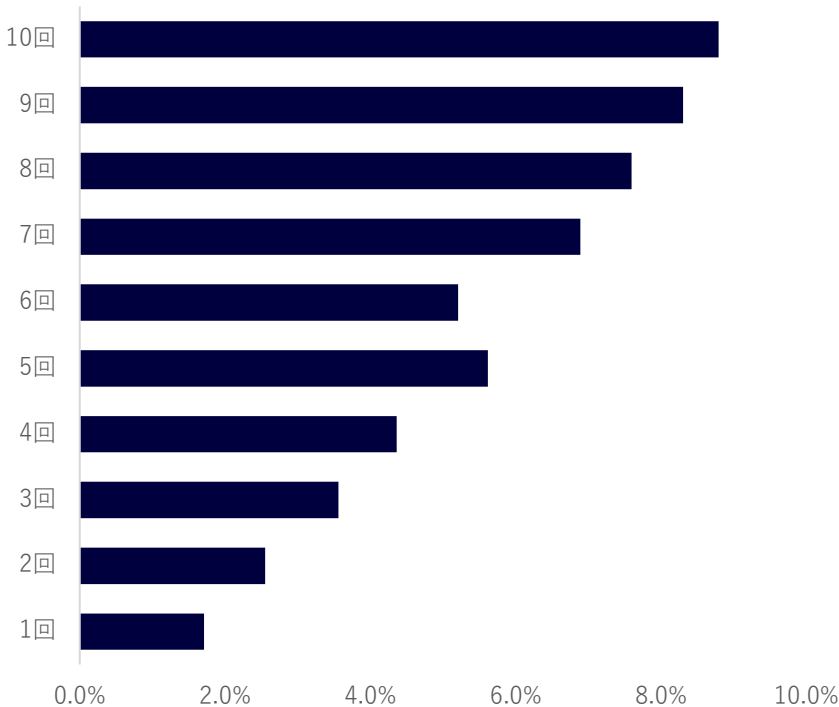
配信例 20代×女性&レディースコスメ関心

※参考 FQ別の期待認知リフト効果



LINE Talk Head View (vimps購入型)

配信期間：3日
 配信金額：500万円
 配信vimps：4,444,445vimps
 想定リーチ数：108万リーチ
 想定平均FQ数：4.0回



※LINEヤフー調べ
 ディスプレイ広告 ブランド認知リフトの平均値（2024-2025年）

vimps購入型

マスリーチ獲得×コアターゲットの認知最大化

LINE Talk Head View 1Day (オールリーチ)とLINE Talk Head View (vimps)をクロスユースすることで、マスリーチを最大獲得した上でコアターゲットへのFQを高めることができ、認知効果の最大化に期待ができます。

配信例 1Day オールリーチ × vimps購入型 (20代×女性&レディースコスメ関心)



LINE Talk Head View 1Day (オールリーチ)

配信金額：4,000万円
 配信vimps：60,000,000vimps
 想定リーチ数：6,000万リーチ
 想定平均FQ数：1回



LINE Talk Head View (vimps購入型)

配信金額：500万円
 配信vimps：4,444,445vimps
 想定リーチ数：108万リーチ
 想定平均FQ数：4.0回

LINE Talk Head View (オールリーチ)
 6,000万リーチ/FQ1回

LINE Talk Head View (vimps購入型)
 コアターゲット 108万リーチ/FQ5回

| 商品 | 最低出稿金額 | 基本料金(vCPM) | 掲載期間 |
|------------------------------|------------|------------|---------|
| LINE Talk Head View SP | 5,000,000円 | 750円 | 3日-31日間 |
| LINE Talk Head View SP（都道府県） | 500,000円 | 750円 | 3日-31日間 |
| LINE Talk Head View SP（市区郡） | 100,000円 | 750円 | 3日-31日間 |

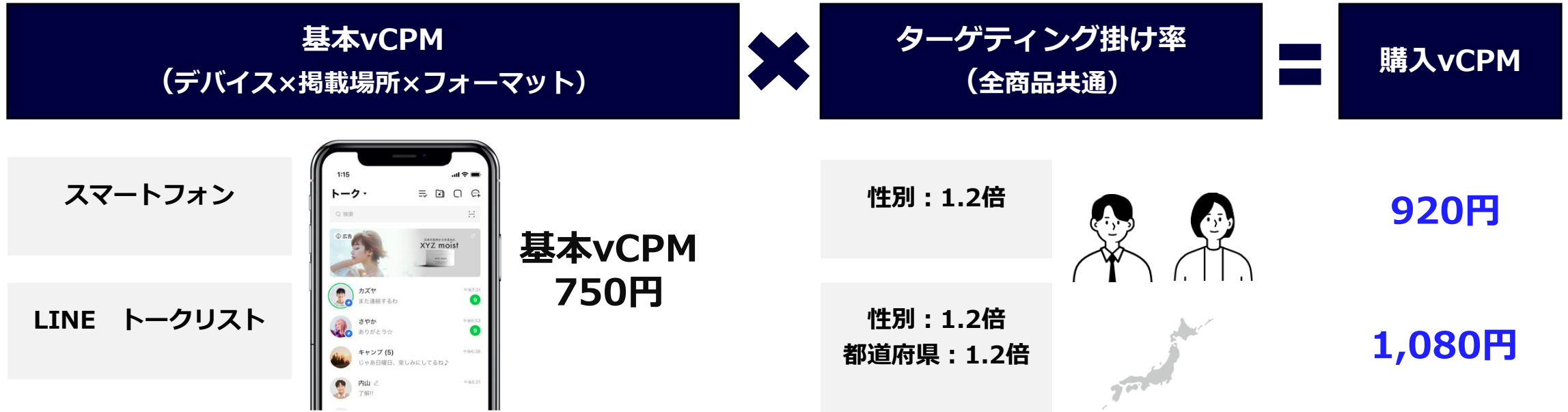
※詳細はセールスシート、および別紙のシミュレート表をご確認ください。

※ターゲティング設定に関しては次項以降をご確認ください。

vimps購入型

ターゲティング掛け率

予約型広告ではターゲティングを利用すると、vCPMにターゲティングに応じた掛け率がかかり単価が上昇します。
デバイス×掲載場所×フォーマットのパターンごとに基本vCPMを設定しており、
ターゲティング掛け率をかけあわせて購入vCPMを算出いたします。（※ターゲティングごとの掛け率は全商品共通）



購入vCPMには基本vCPMの**1.5倍の上限値**が設定されます。

ターゲティング掛け率をかけあわせた結果、小数点の端数が出た場合は、切り捨てて計算されます。

vimps購入型

ターゲティング掛け率一覧

2026年4月以降、ターゲティング掛け率が変更になります。
また、かけあわせ上限が2倍から1.5倍に変更になります。※1

| ターゲティング | | 統合前 | 統合後 |
|-----------|------|------|------|
| デバイス (OS) | | 1.20 | 1.20 |
| 性別 | | 1.20 | 1.20 |
| 年齢 | | 1.20 | 1.20 |
| エリア | 都道府県 | 1.30 | 1.20 |
| | 市区郡 | 1.56 | 1.50 |

| ターゲティング | | 統合前 | 統合後 |
|---------------------|------------------------------|---------|---------|
| オーディエンス リスト (配信) | 共通オーディエンス (興味関心など) | 1.80 | 1.50 |
| | ヤフー提供 | 1.2~1.8 | 1.2~1.5 |
| | Yahoo! Audience Discovery | 2.00 | 1.50 |
| オーディエンス リスト (除外) | 共通オーディエンス (興味関心など) | 1.20 | 1.10 |
| | ヤフー提供 | 1.20 | 1.10 |
| | Yahoo! Audience Discovery | 1.20 | 1.10 |
| 時間帯 | | 1.20 | 1.20 |
| FQキャップ | | 2.00 | 1.00 |

※1 ブランドパネルなど、2026年3月に掲載開始し、4月に月をまたいで掲載するキャンペーンは、統合前のターゲティング掛け率と上限が適用されます。

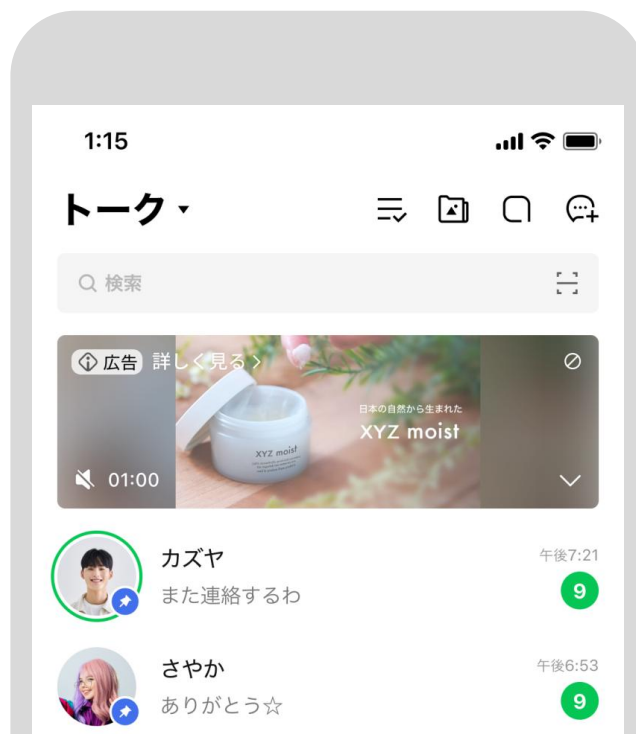
LINE Talk Head view フォーマットのご紹介

(動画 / 画像 / Talk Head View Premium)

LINE Talk Head View 3つの広告フォーマット

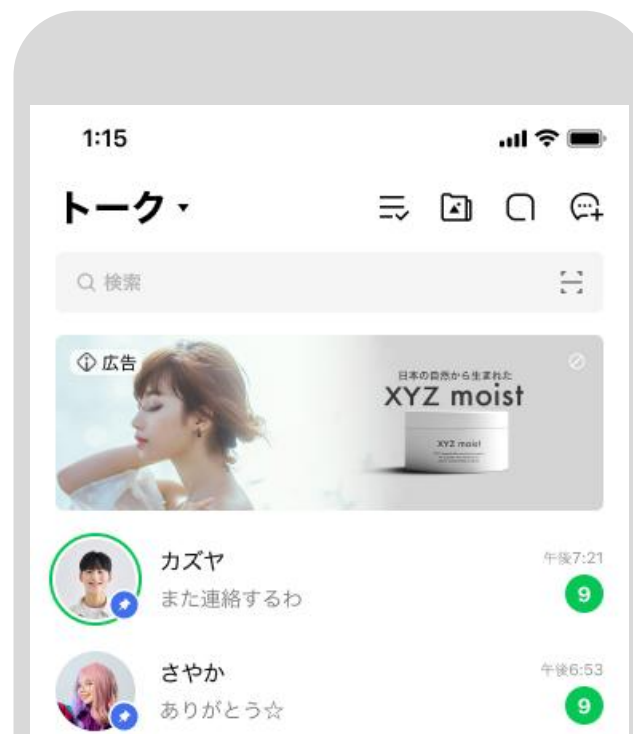
1 動画

情報量の多い動画フォーマットによる
高いブランドリフト効果



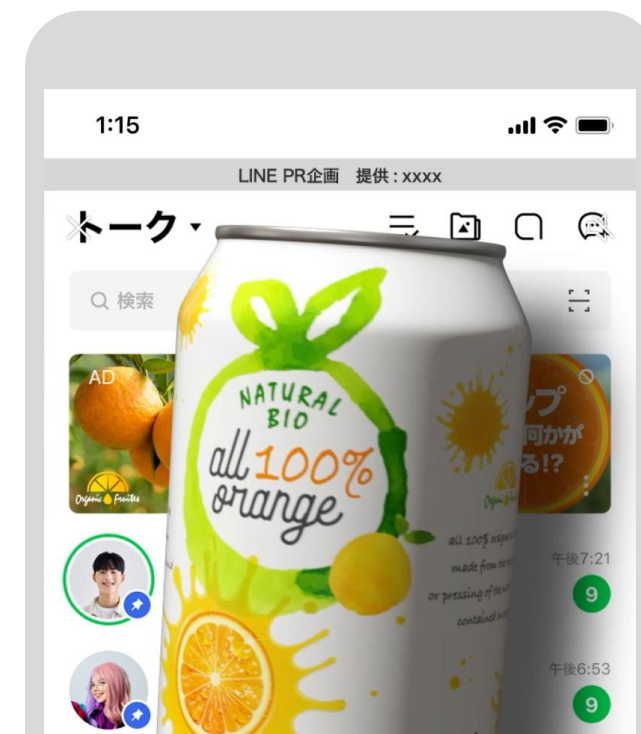
2 画像

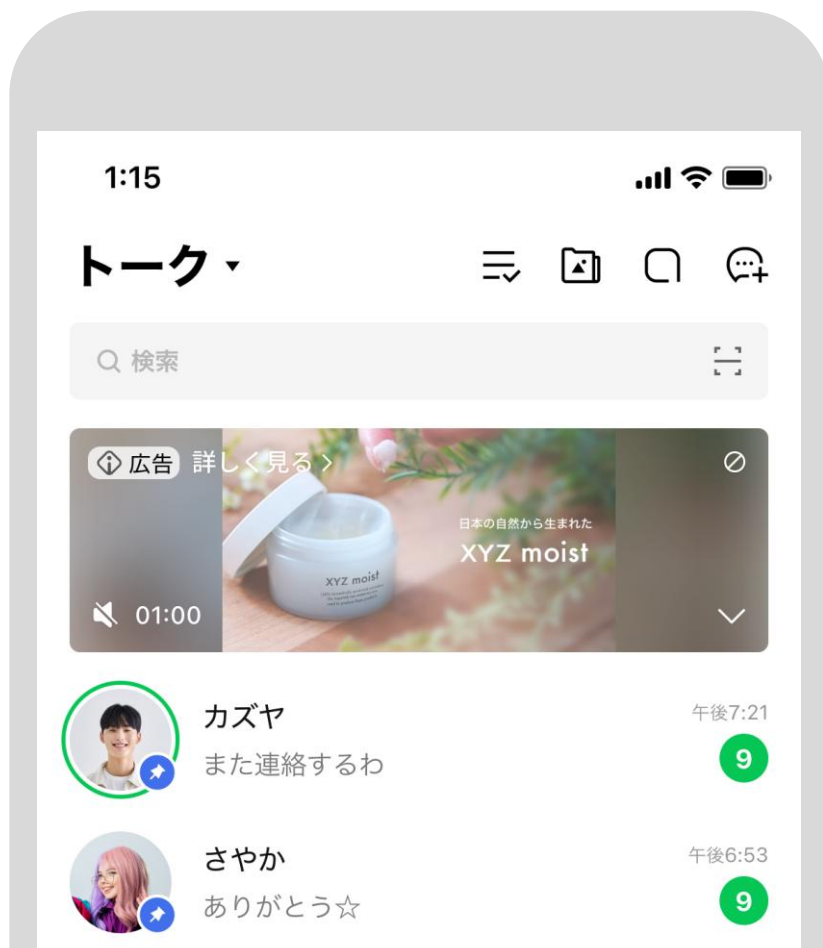
シンプルな静止画フォーマットによる
高いブランド認知効果



3 Talk Head View Premium

インパクトの大きな演出で
印象づけ&話題化

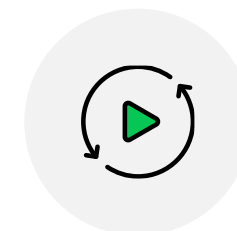




POINT

**自動再生による安価な視聴完了単価**

LINEトークリストで大量のリーチを獲得しつつ、自動再生による安価な視聴完了単価で広告配信が可能です。

**情報量の多いコミュニケーションによる
高いブランドリフト効果**

動画による情報量の多いコミュニケーションにより、ブランドの世界観を伝えて興味関心を高めたり、商品の魅力をより深く伝えることで購入意向を高めたりする際に最適なフォーマットです。



動画フォーマットによる情報量の多いコミュニケーションが可能のため、ブランドの世界観を伝えて興味関心を高めたり、商品の魅力をより深く伝えることで購入意向を高めたりする際に最適なフォーマットです。

動画 と 画像 のブランドリフト効果比較

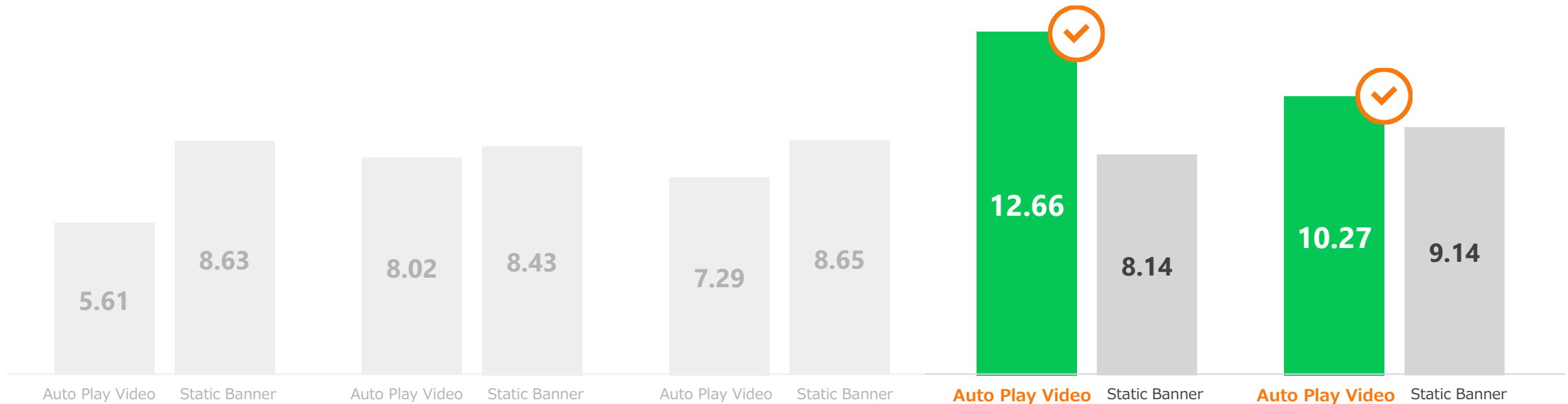
名称認知

特長認知

好感度

興味関心

購入意向





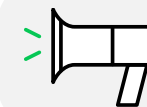
POINT

**大量リーチによるサイト流入獲得**

単日で大量のリーチを獲得しながら短期集中でのサイト流入獲得に期待ができます。

**シンプルな広告表現による
高いブランド・商品認知効果**

静止画による簡潔明瞭なコミュニケーションにより、ブランドや商品名を広く認知させたりシンプルな商品特徴の認知に最適です。



静止画による簡潔明瞭なコミュニケーションにより、ブランドや商品名を広く認知させたりシンプルな情報や商品特徴を認知させる際に最適なフォーマットです。

動画 と 画像 のブランドリフト効果比較

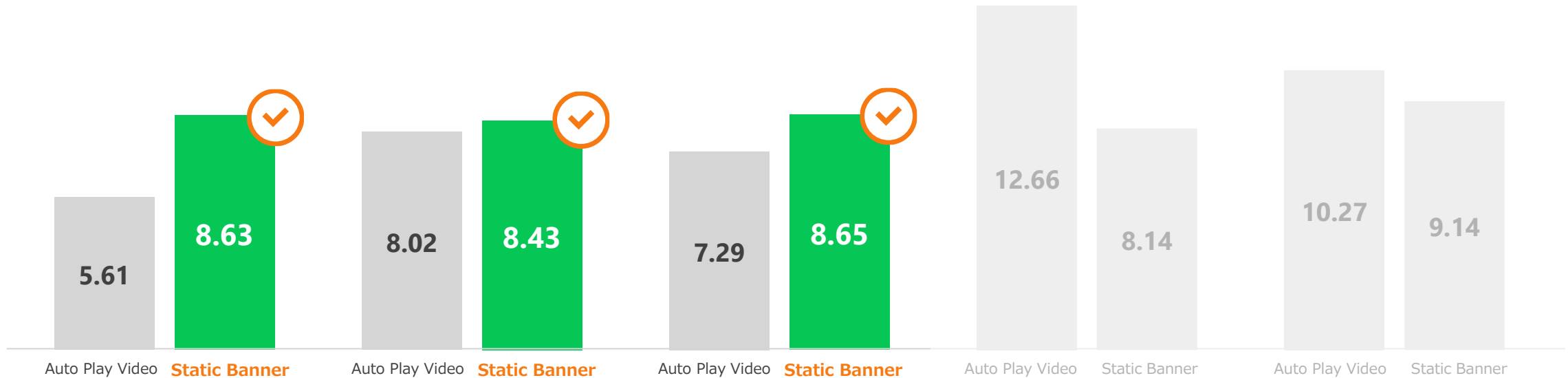
名称認知

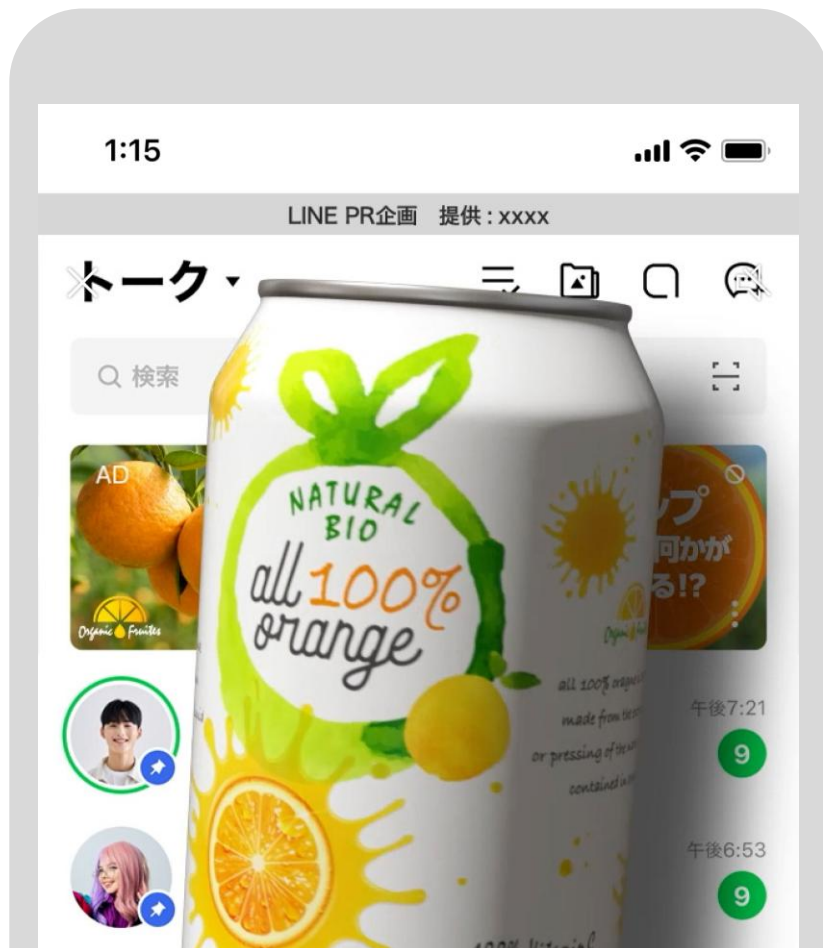
特長認知

好感度

興味関心

購入意向





POINT

**ダイナミックな演出による高い広告効果**

画面をジャックする特別な演出でプロモーションすることができるため、高いブランドリフト効果に期待ができます。

**特殊な演出を挟むことによる拡散効果**

広告に触れたユーザーに共感されてSNSで拡散された際に、プロモーションの盛り上がり期待ができます。



Talk Head View Premium (vimps指定配信)

広告主・代理店限定

LINE Talk Head View Premiumをvimps指定配信で掲載することができるようになりました。

これにより、プロモーションにあわせて柔軟に配信期間やターゲティングを設定することが可能になります。

Update !

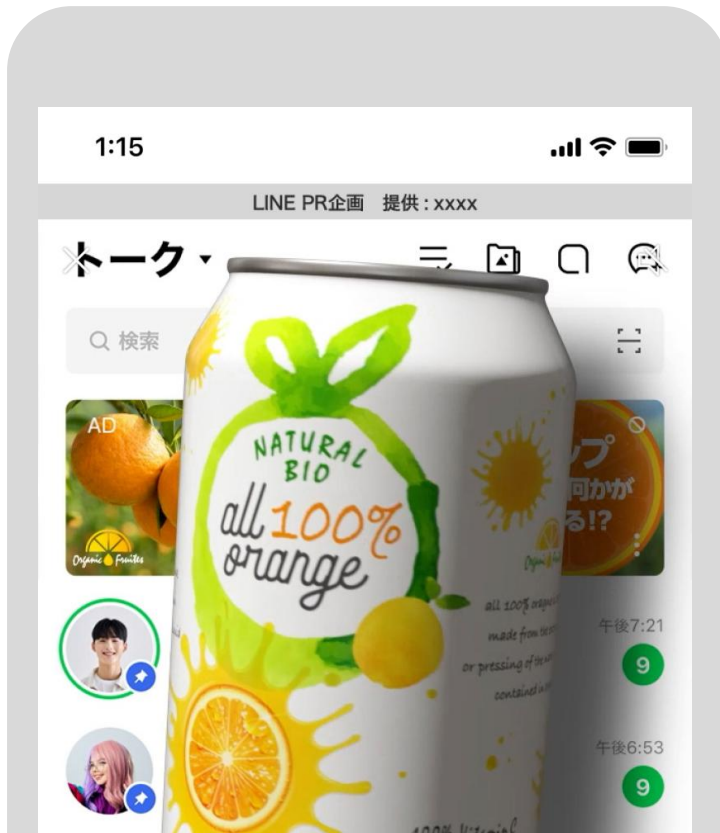
LINE Talk Head View Premium vimps指定配信

掲載期間

2週間

ターゲット

30代男性
車好き
アウトドア好き



静止画をタップ後、LINEのトークリストやトークルームのインターフェースをベースにした驚きの演出で興味関心を引き、商品理解を促します。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へ自動的に遷移します。

静止画バナー

演出動画

クライアント様の
既存LPへ自動遷移



静止画バナーでタップを促します
この段階ではユーザー自身のトークリストが表示されています

LINEのトークリストやトークルームのインターフェースを
ベースにした驚きの演出で興味関心を引き、商品理解を促します。

再生完了後、LPに遷移します
13秒以上の動画はSKIPボタンが表示され、任意でLP遷移が可能です。

飛び出したり現れたりする



トークリスト上の静止画バナーやアイコンから人物が飛び出し会話をしていると、デリバリースタッフが現れ到着します。

シンプルかつリッチなトランジション



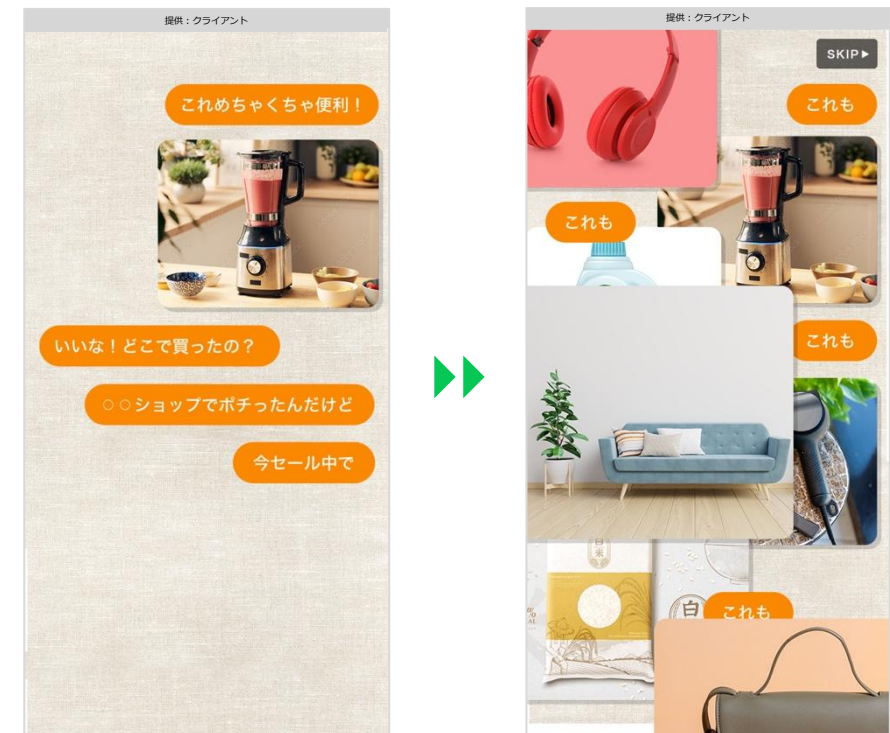
美しくシンプルなトランジションがトークリスト上で展開されることで、ブランドイメージを崩すことなく自然に商品紹介動画への視聴を促します。

捲られた後ろから現れる



ユーザーがプロモーション対象に関してチャットのやり取りで話題にしていると、突然トークルームが捲られ背後からキャラクターが出現します。

画面が埋め尽くされる

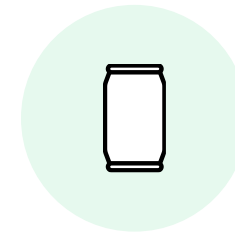


ユーザーがプロモーション対象に関してチャットのやり取りで話題にしていると、トークルームが対象商品で埋め尽くされます。

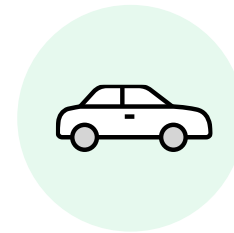
ブランドリフト（平均値）

| | Talk Head View | Talk Head View Premium |
|---------|----------------|------------------------|
| CTR | 0.21% | 0.34% |
| 広告認知 | 100% | 約174% |
| 特徴認知 | 100% | 約129% |
| 興味/好意度 | 100% | 約146% |
| 購入/利用意向 | 100% | 約135% |

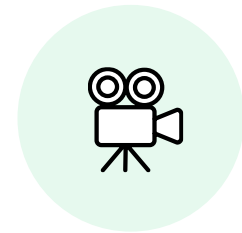
業種実績



飲料



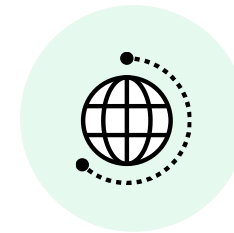
自動車



エンタメ



ラグジュアリー
ブランド



通信



コスメ



EC・通販

※2024年実績より。CTRを除く指標はTalk Head Viewの平均リフト値を100%とし、これとの相対比較によるTalk Head View Premiumの平均リフト値を記載

フォーマット 3

Talk Head View Premium 拡散効果

LINE Talk Head Viewは1日1回必ず表示されるため、クリエイティブ演出がユーザーに共感されてSNSで拡散された際に様々なユーザーに広がりプロモーションの盛り上がり期待ができます。



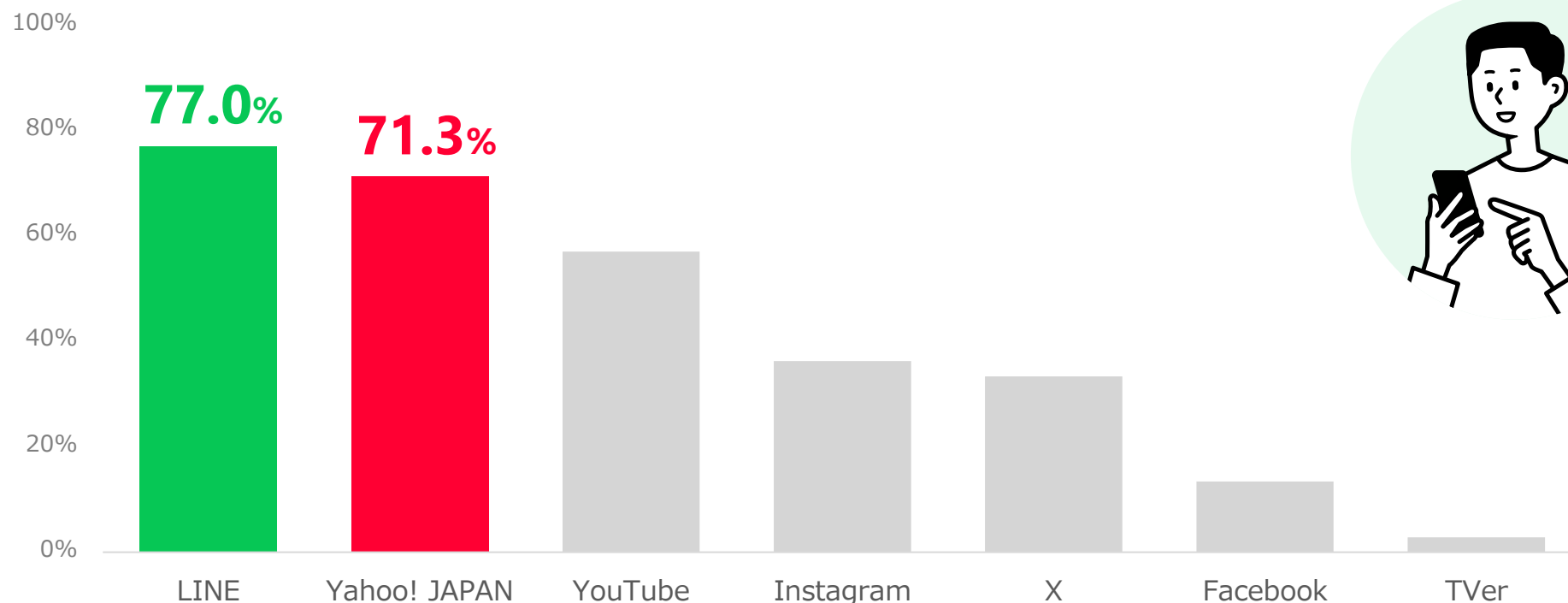
Appendix

LINE メディア媒体情報

圧倒的な短期集中リーチ数とリーチ効率

LINEはコミュニケーションツールという性質上、日常的に反復性高く利用するサービスであるため、他SNSメディアと比較してデイリーでのリーチ率が高く瞬間的に莫大なリーチを獲得しやすいメディアです。

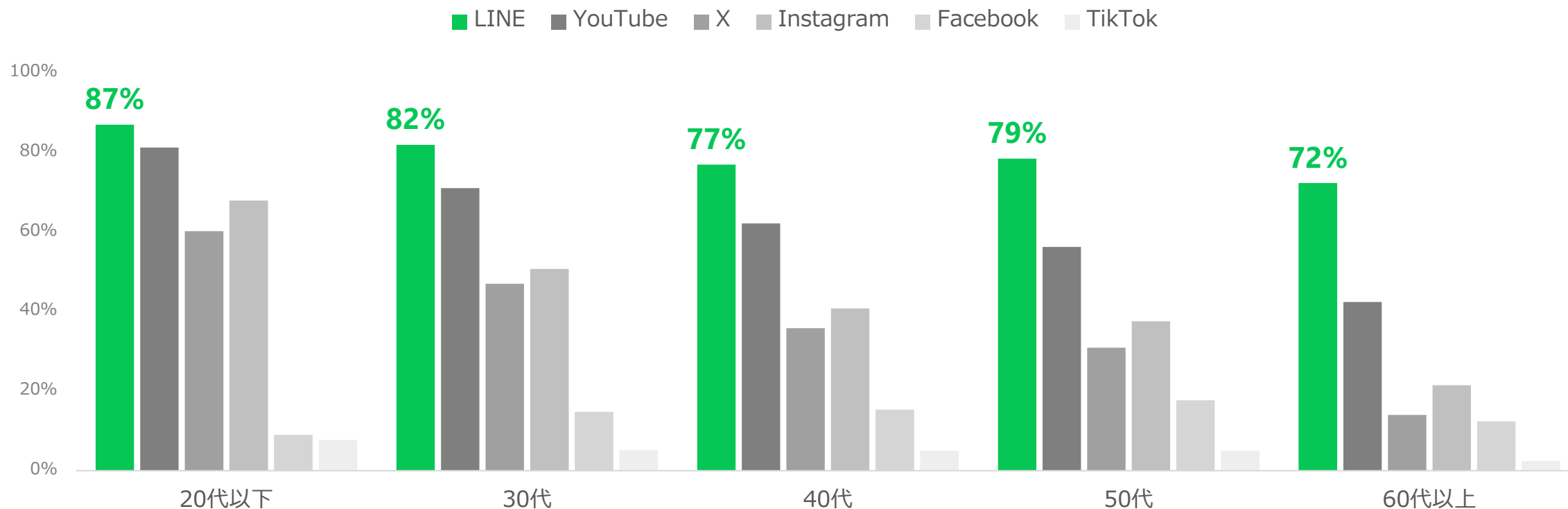
デイリーアクティブユーザー比較



各年代で圧倒的な利用率

LINEは他主要WEB媒体と比較して各年代で高いデイリーアクティブ利用率を有しています。

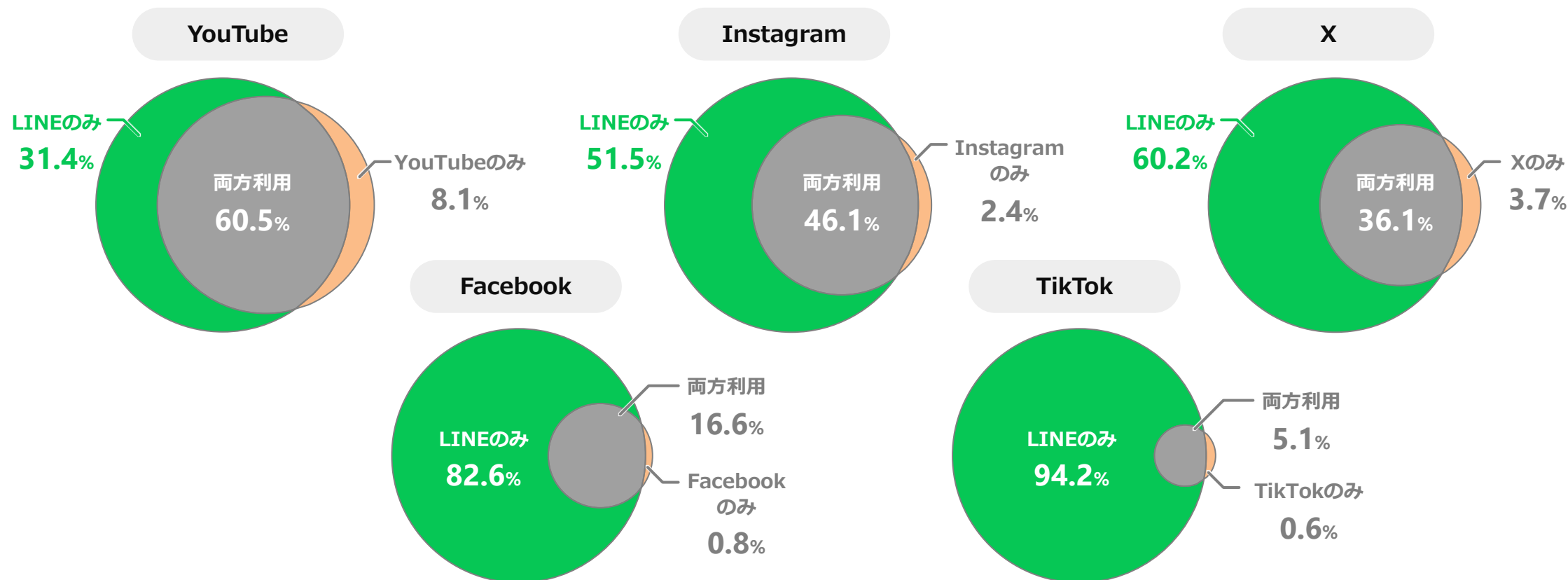
各媒体の利用率（年代別）



競合WEB媒体では到達できないリーチを獲得

LINEでは他主要WEB媒体では到達できないリーチを獲得することができます。

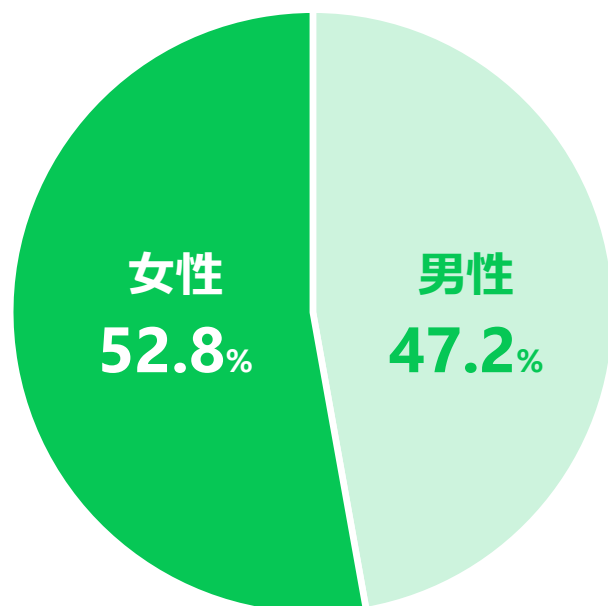
各WEB媒体とのユーザー重複状況



Talk Listのユーザー属性

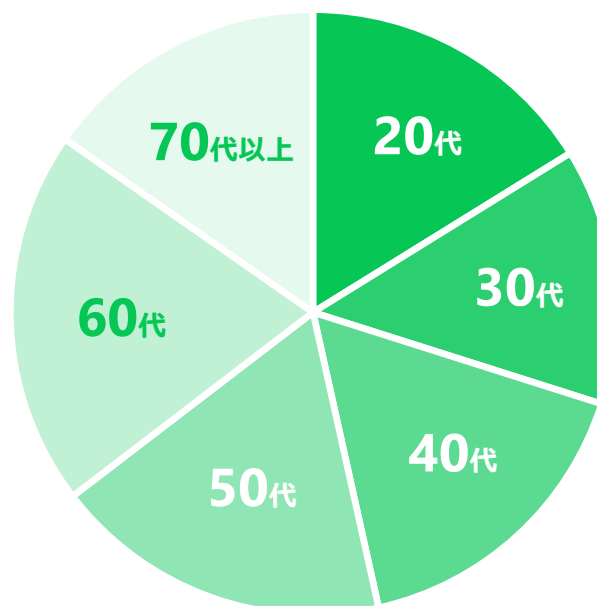
性別

男女比は、やや女性が多い



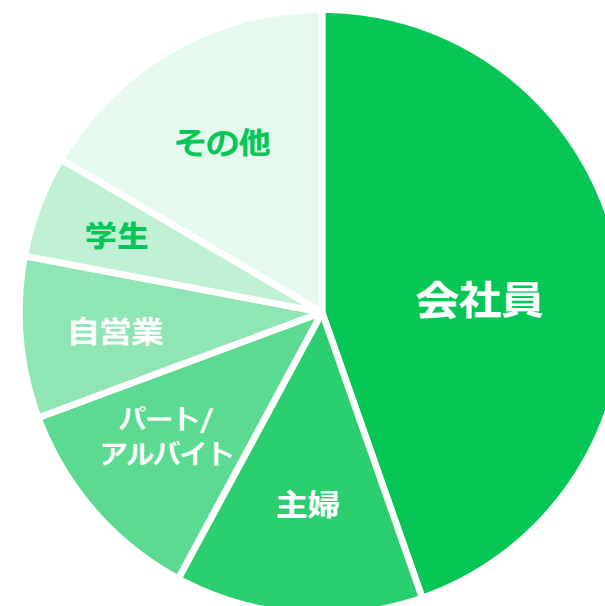
年齢

若年層、シニア層を問わず
各年代にユーザーがいる



職業

会社員が最も多く
ついで主婦やパート・アルバイトが多い



性年代別のTalk List利用頻度

全年代「毎日利用する割合」が高く偏りなくリーチが可能

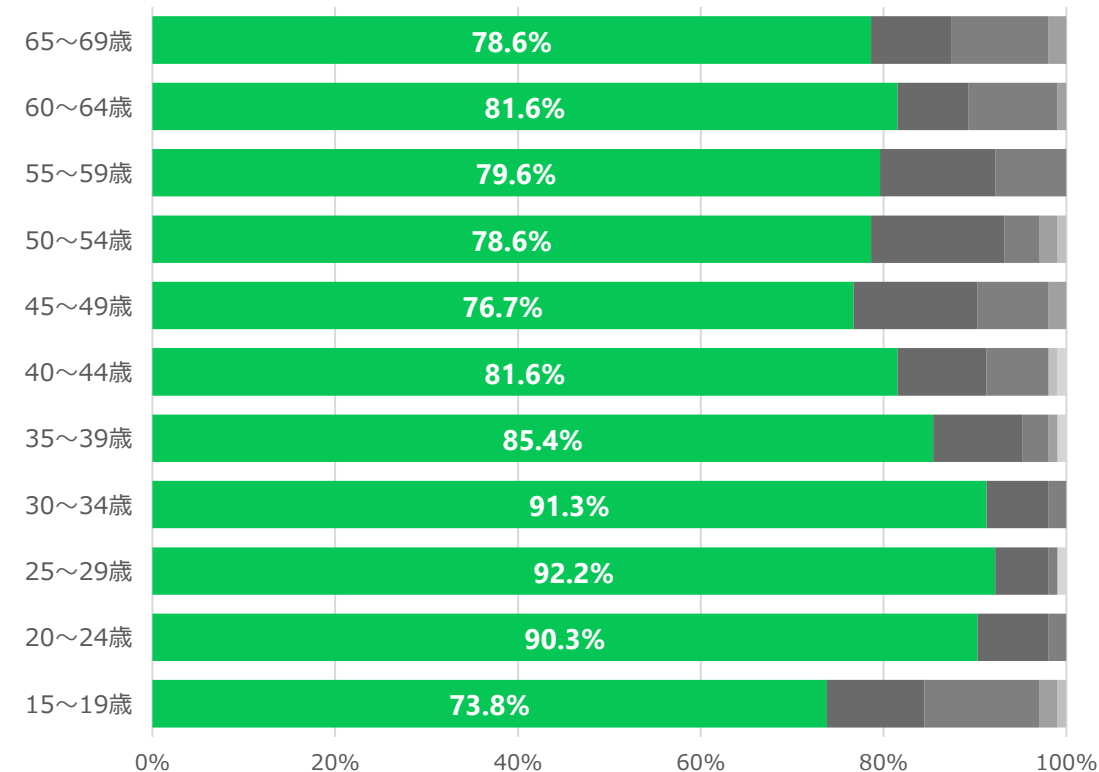
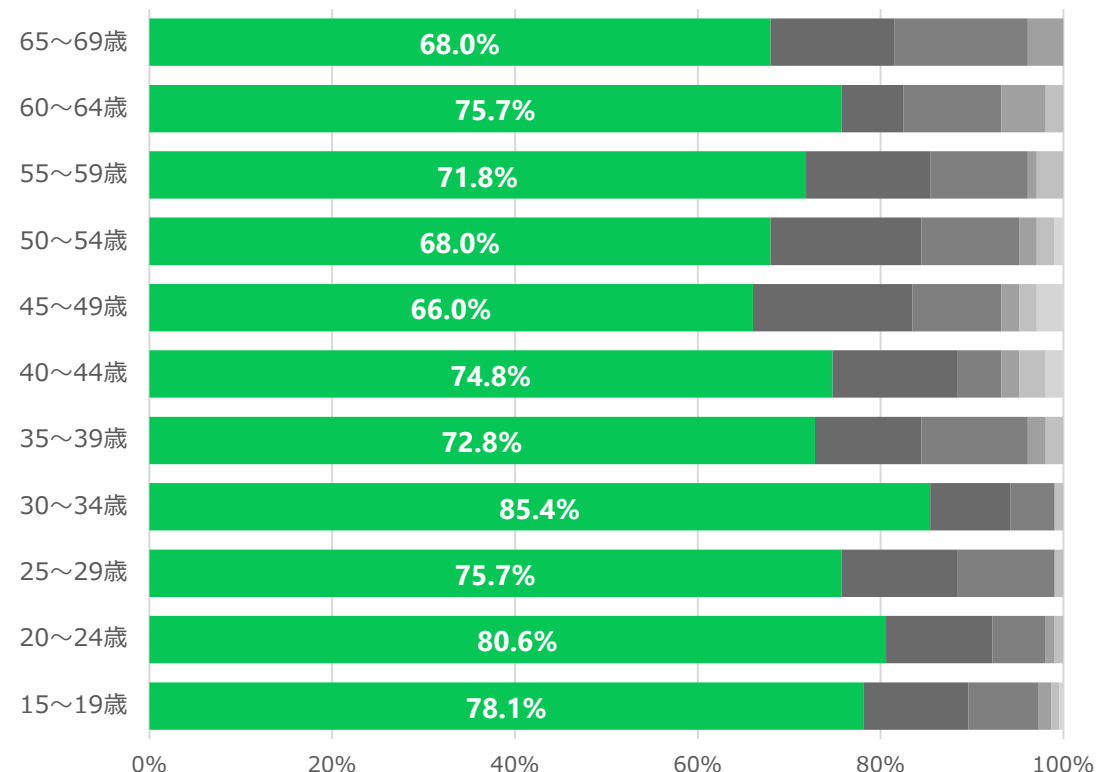


男性



女性

■毎日利用する ■週4～5日は利用する ■週1～3日は利用する ■2週間に1日程度利用する ■月1日程度利用する ■左記以下の頻度で利用する



Appendix

LINE Talk Head View

商品スペック・広告仕様比較

LINE Talk Head View 1Day スペック

商品ラインアップに変更はございません。すべて1日掲載、FQ1配信の商品になります。
 指標がメジャードリーチからビューアブルリーチに変更になりますが、vCPMは統合前と同等以上になる想定です。

Point

- ✓ 商品ラインアップに変更なし
- ✓ 全て1日掲載、FQ1商品
- ✓ 統合前と同等のvCPMの想定

統合後

| 商品 | 金額 | vリーチ数 | mリーチ数 | 想定vCPM |
|-----------------|------------|------------|------------|--------|
| 1Day オールリーチ | 40,000,000 | 60,000,000 | 75,000,000 | 667円 |
| 1Day 3,000万リーチ | 20,000,000 | 30,000,000 | 37,500,000 | 667円 |
| 1Day 1,400万リーチ | 10,000,000 | 14,000,000 | 17,500,000 | 714円 |
| 1Day オールリーチ（男性） | 25,000,000 | 28,000,000 | 35,000,000 | 893円 |
| 1Day オールリーチ（女性） | 25,000,000 | 31,000,000 | 38,750,000 | 806円 |

統合前

| 商品 | 金額 | vリーチ数 | mリーチ数 | 想定vCPM |
|-----------------|------------|------------|------------|--------|
| 1Day All | 40,000,000 | 52,000,000 | 65,000,000 | 769円 |
| 1Day Half | 20,000,000 | 26,000,000 | 32,500,000 | 769円 |
| 1Day Lite | 10,000,000 | 10,400,000 | 13,000,000 | 962円 |
| 1Day All 性別（男性） | 25,000,000 | 24,000,000 | 30,000,000 | 1,042円 |
| 1Day All 性別（女性） | 25,000,000 | 28,000,000 | 35,000,000 | 893円 |

※mリーチはメジャードインプレッションリーチ、vリーチはビューアブルインプレッションリーチの略称です。

LINE Talk Head View（vimps購入型）スペック

Talk Head View Custom(THVC)は3月末日をもってサービス提供を終了予定です。
 同様のニーズに対しお応えできる商品として、LINE Talk Head View（vimps購入型）をご用意しております。THVCに比べて配信優先度が高いため、計画的なマーケティングが可能です。

| Point | 統合後 | | | | |
|---|---------------------|-----------|----------------------------------|------------------------|-------------------------------|
| <div> <div>✓</div> <div>THVCは3月末で終了</div> </div> <div> <div>✓</div> <div>統合後もデモグラ、エリア、FQ等のターゲティングが可能</div> </div> | 商品 | 配信手法 | 最低出稿金額 | vCPM | ターゲティング |
| | LINE Talk Head View | vimps 購入型 | 5,000,000 <small>(※1)</small> | 750 ～ 1,125円（上限） | デモグラ、オーディエンスリスト、エリア、時間帯、FQ、など |

※1 エリア指定商品は都道府県50万円～、市区郡10万円～

LINE Talk Head View仕様変更点まとめ

| | LINE広告（統合前） | LINEヤフー広告 ディスプレイ広告（予約型）（統合後） |
|----------|--|--|
| 発注/予約 | LBPMの発注フォームより6営業日前17時までに発注 | 広告管理ツールで2営業日前までに発注 |
| 仮押さえ | 5営業日仮押さえ可能 (キャンセル待ちがない場合は+2営業日) | なし |
| キャンセル待ち | 仮押さえがキャンセルになった場合 繰り上げで仮押さえ可能 | なし |
| 入稿締め切り | 一部業種を除き4営業日前17:00までに入稿 ※対象外は薬機・医療系の商材 | 4営業日前23:59までに入稿 ※2営業日前まで押し込み入稿が可能（審査広告数の制限あり） |
| 入稿本数 | 1本/キャンペーン | 最大200本/キャンペーン |
| キャンセル | 有償（満額請求） | 同額、同商品で代替キャンペーンがある場合は無償 ※詳細注意事項は追ってご連絡 |
| 掲載中断/停止 | 弊社営業に依頼 掲載再開不可 | 広告管理ツールからその場で掲載中断、掲載再開が可能 |
| 掲載時間 | 11時00分～翌日10時59分固定 | 0時～23時59分 (任意で掲載開始時間と終了時間の予約が可能) |
| 広告フォーマット | Auto play video / Static banner / Expand video | 動画 640*360(現行仕様のAuto play videoと同等) / 画像 640*360（現行仕様のStatic bannerと同等） |
| レポート | 掲載終了後4時間程度でダウンロードが可能 | ほぼリアルタイムで配信状況の確認が可能 ADごとのパフォーマンスレポートが可能 |
| 購入タイプ | 1 Day配信 | 1Day配信 / vimps購入型配信 |
| 広告掲載基準 | Talk Head View独自の広告掲載基準 | LINEヤフー統一の広告掲載基準に変更予定 |

広告主・代理店限定

LINEヤフー