

# LINEヤフー 媒体資料

LINEヤフー株式会社

2024/09/12

LINEヤフー

LINE株式会社とヤフー株式会社はLINEヤフー株式会社になりました

LINE

YAHOO!  
JAPAN

LINEヤフー

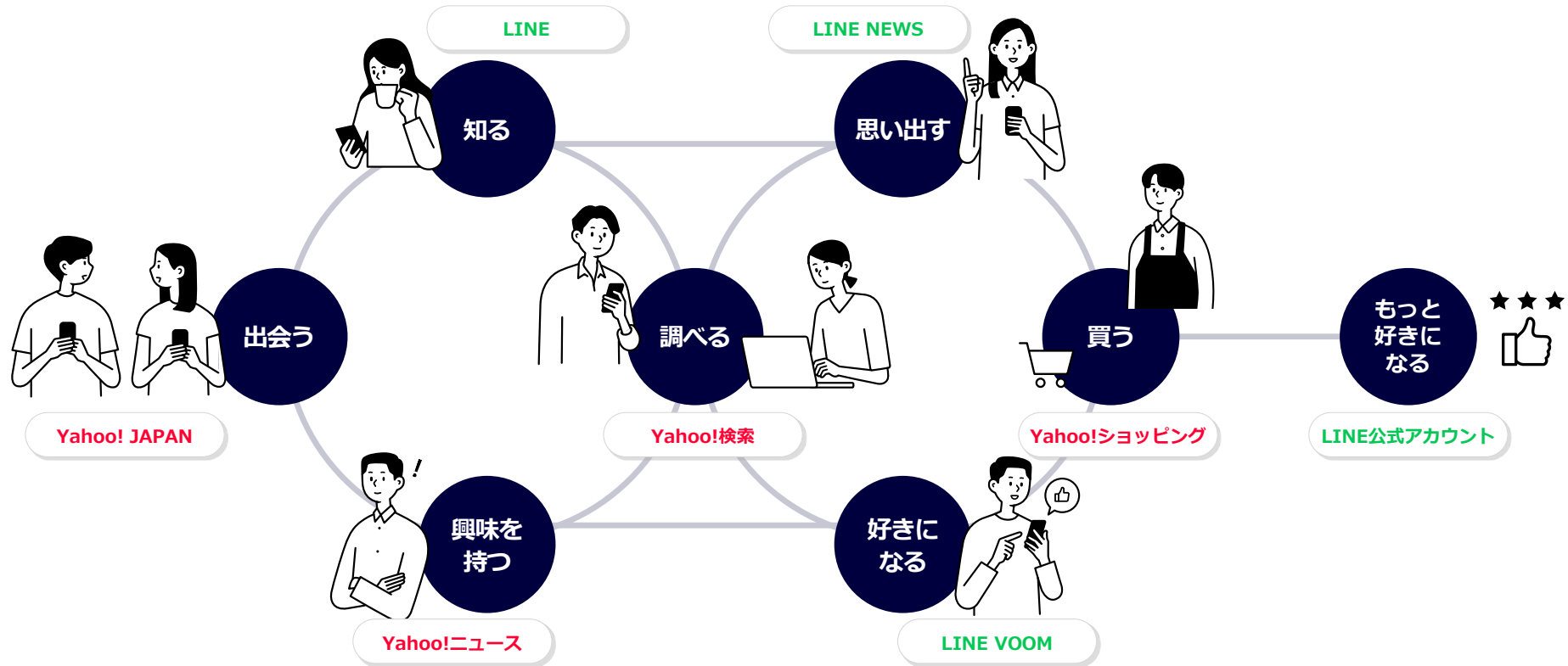
## MISSION

# 「WOW」なライフプラットフォームを創り、 日常に「！」を届ける。

24時間365日、起きている間も、眠っている間も、  
ひとりひとりのユーザーに寄り添いながら、  
便利なサービスと驚きの瞬間を届け続けます。



# 広告プラットフォーム統合とデータソリューションの融合により カスタマージャーニーのデザインを可能にする



# LINEヤフーの サービスについて

# LINEやフーのサービスについて

コミュニケーションアプリ「LINE」や総合インターネットサービス「Yahoo! JAPAN」を始めとした、さまざまなサービスを展開



コミュニケーションアプリ  
LINE



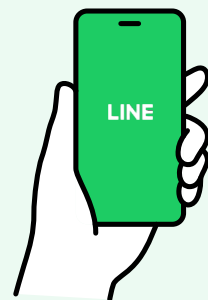
総合インターネットサービス  
Yahoo! JAPAN



## コミュニケーションアプリ LINE

LINEは、ユーザー同士であれば国内・海外、通信キャリアを問わず、無料で音声・ビデオ通話・トーク（チャット）が楽しめるコミュニケーションアプリです。

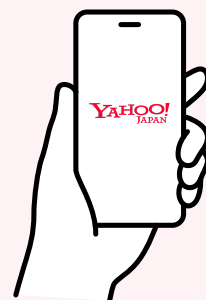
2011年6月にサービスを開始して以来、世界230以上の国と地域で利用されています。





## 総合インターネットサービス Yahoo! JAPAN

ポータルサイト「Yahoo! JAPAN」をはじめ、検索、ニュース、天気、ショッピング、オークションなど、これまでさまざまなサービスをスマートフォン・パソコンなどのデバイス向けに提供しています。





# その他サービス

## メディア



Yahoo! JAPANアプリ



Yahoo!検索



Yahoo!リアルタイム検索



Yahoo!ニュース



LINE NEWS



LINEオープンチャット



スポーツナビ



Yahoo!不動産



Yahoo!ファイナンス



carview!

## コマース



Yahoo!ショッピング



LINEショッピング



Yahoo!オークション



Yahoo!フリマ



Yahoo!クイックマート



Yahoo!トラベル



LYPプレミアム



LYPマイレージ



LINEギフト

## くらし・生活



Yahoo!メール



Yahoo!カレンダー



Yahoo!天気



Yahoo!防災速報



Yahoo!マップ



Yahoo!カーナビ



Yahoo!乗換案内



Yahoo!知恵袋



PayPayグルメ



Yahoo!くらし



Yahoo!パートナー



Yahoo!きっず



Yahoo!しごとカタログ



LINEバイト



LINEスキamani



Yahoo!ネット募金

## エンターテインメント



LINEスタンプ



LINE VOOM



LINE GAME



Yahoo!ゲーム



LINE占い

## ビジネス



Yahoo!広告



LINE広告



LINE公式アカウント



ヤフー・データソリューション



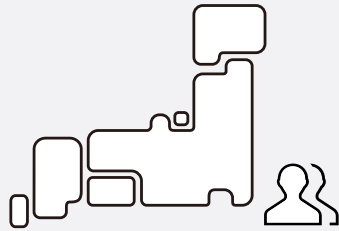
LINEリサーチ

※2024年8月時点でのサービスです。

# LINEヤフーの特徴 -feature-

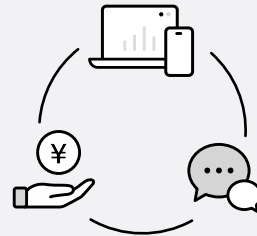
01

圧倒的な  
ユーザー数



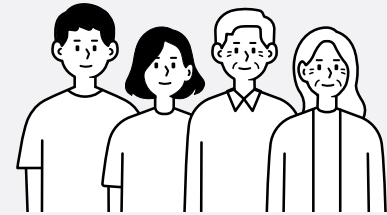
02

多彩な  
タッチポイント



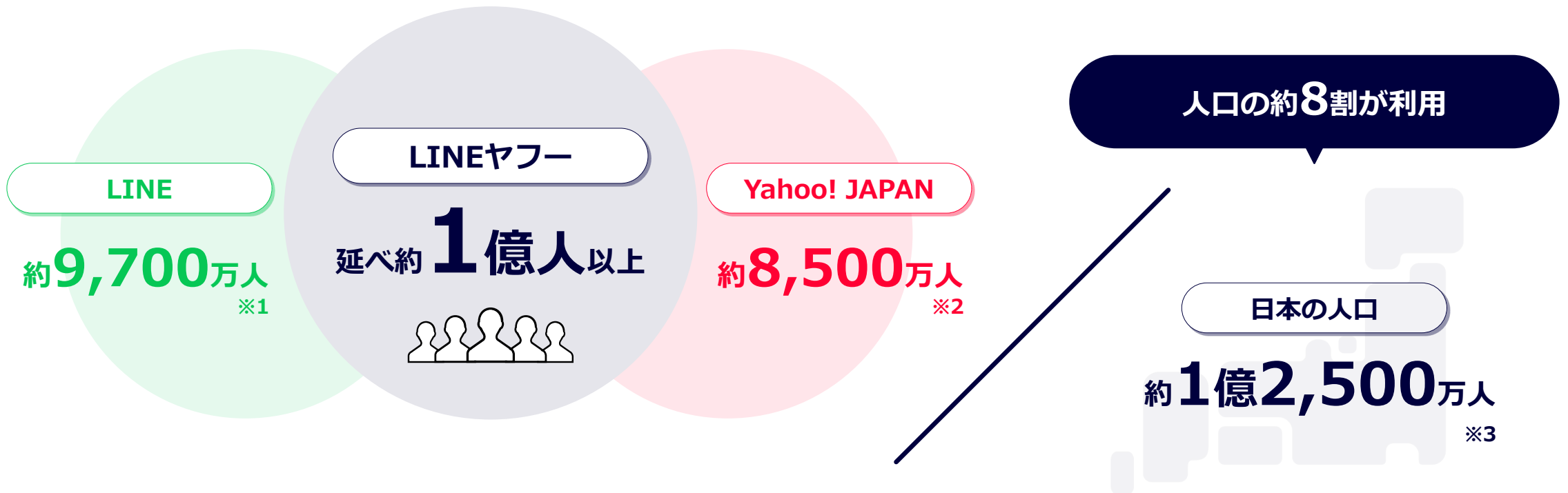
03

多種多様な  
ユーザー層



# 日本の人口の約8割以上をカバー

LINEの月間利用者数は9,700万人、Yahoo! JAPANの月間利用者数は8,500万人。日本の人口の約8割以上をカバーしています。



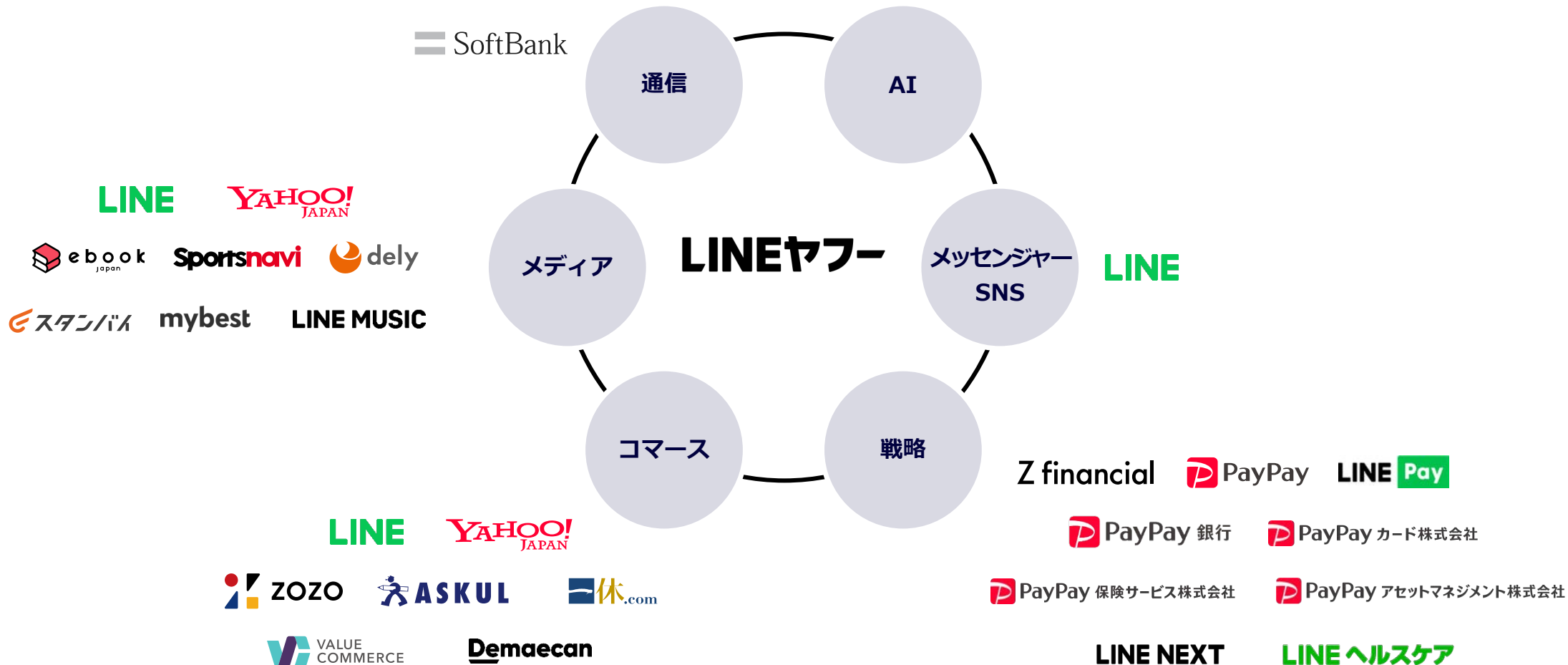
※1 自社調べLINEアプリ 月間アクティブユーザー2024年3月末時点

※2 「ニールセンデジタルコンテンツ視聴率」(2023年1月~11月の月平均) [Yahoo! JAPAN (ブランドレベル) で集計、2歳以上の男女。スマートフォンとパソコンのユーザーの重複を含まない。] ※上3桁目の数値を四捨五入

※3 LINEの国内月間アクティブユーザー9,700万人万人÷日本の総人口1億2079万2000人(2024年3月[確定値]総務省統計局)

# 日常に密着した様々なタッチポイント

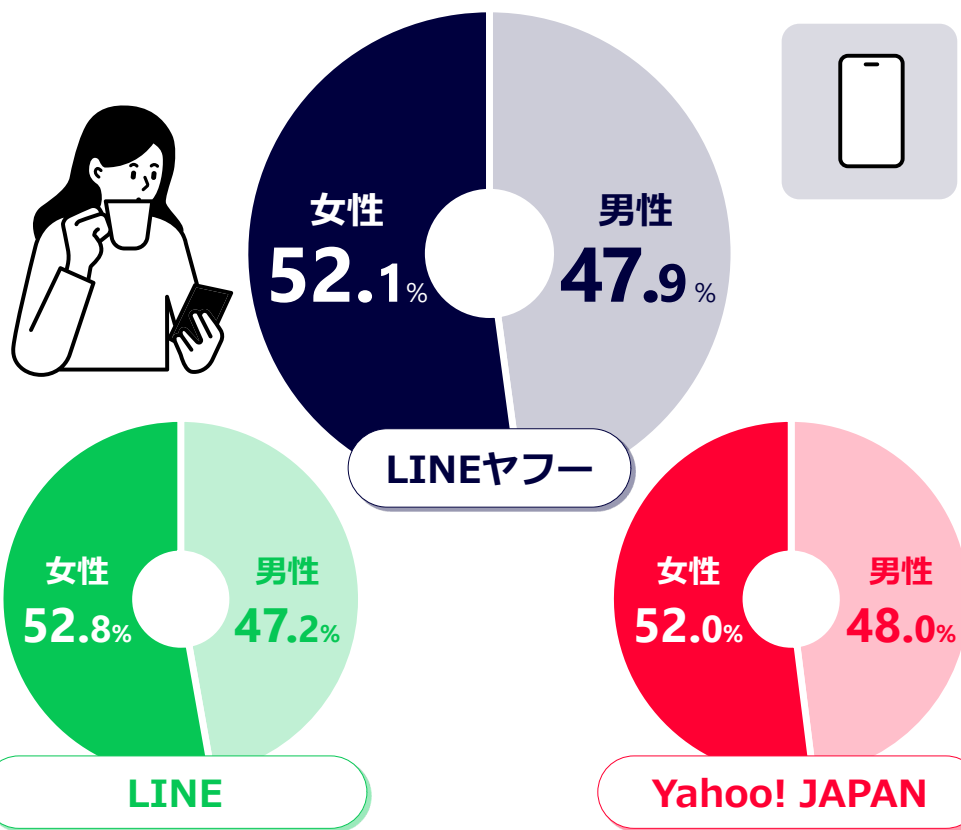
メディアから通信までを網羅しており、オフライン、オンラインともに生活に密着したタッチポイントがあります。



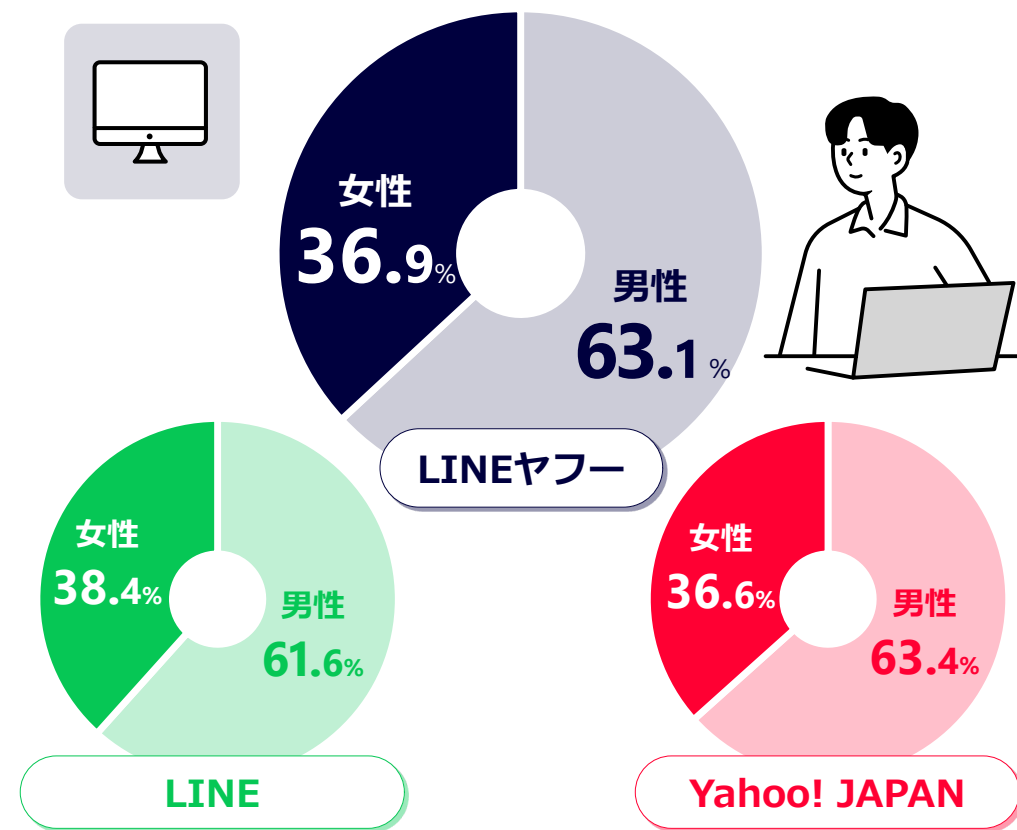
# 性別関係なく使っていただけるサービス

男女比率・年代差が少なく、あらゆる属性のユーザーに利用されています。

## スマートフォン※1



## パソコン※2



※出典：「Nielsen NetView/Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある

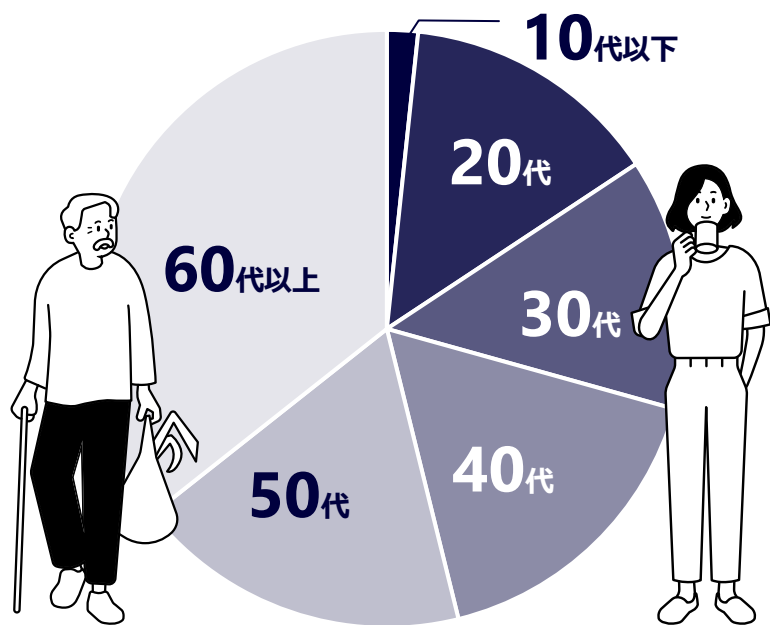
© LY Corporation ※1 「Nielsen NetView」「Nielsen MobileNetView」2024年6月度データ（家庭・職場からのPCによるアクセス、スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む））

# シニア層も若年層にも強く、幅広い年齢層をカバー

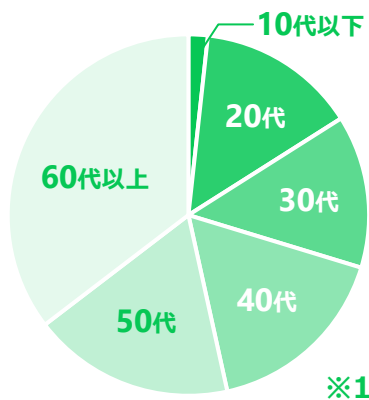
## スマートフォン年齢比率



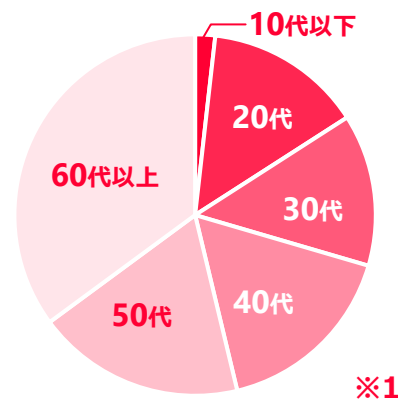
LINEヤフー ※1



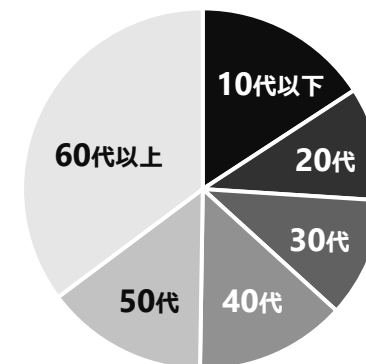
LINE



Yahoo! JAPAN



日本の年齢比率 ※2



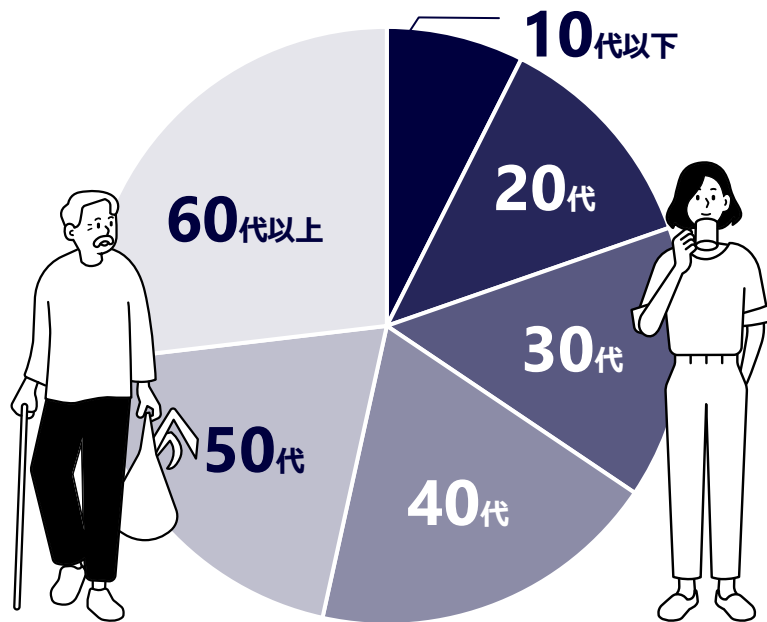
※出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある  
 ※1 「Nielsen MobileNetView」2024年6月度データ（ブランドレベル/スマートフォンからのアクセス（アプリの利用を含む）「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）  
 ※2 2024年6月[推定値]総務省統計局

# シニア層も若年層にも強く、幅広い年齢層をカバー

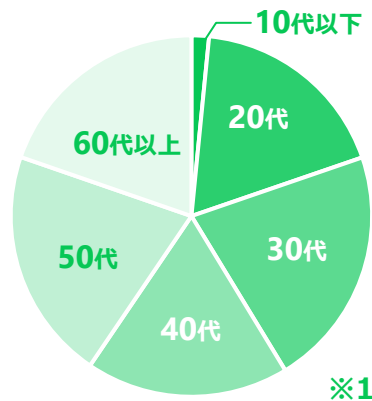
## PC年齢比率



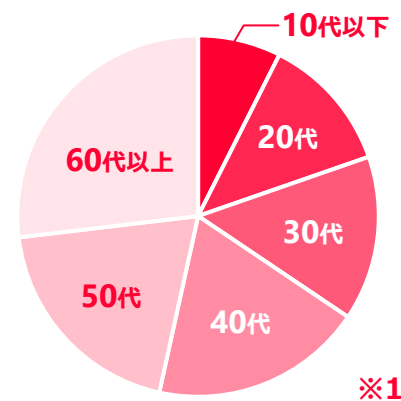
### LINEヤフー ※1



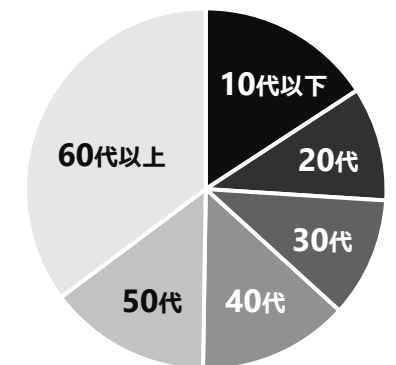
### LINE



### Yahoo! JAPAN



### 日本の年齢比率 ※2



※出典：「Nielsen NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある  
※1 「Nielsen NetView」 2024年6月度データ（ブランドレベル/家庭・職場からのPCによるアクセス 「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）

# LINEヤフーの マーケティング価値について



# LINEやフーのマーケティングの強み -strength-

01

すべての人に安心して  
見ていただけるための

**品質安全管理**



02

他サービスでは届かない  
ユーザーにも届く

**リーチ力**



03

圧倒的なFQで  
ユーザーの生活に寄り添う

**利用頻度の高さ**



04

膨大なデータから  
導きだされる的確な分析

**データ  
ソリューション**



# 品質・安心のために取り組んでいること

広告主の皆様安心して出稿いただけるよう、LINEヤフー株式会社は、ブランドセーフティと無効トラフィック対策の観点で、アドネットワーク事業者とメディア事業者の2つの領域においてJICDAQ※の認証を取得しています。



※JICDAQ：一般社団法人 デジタル広告品質認証機構は、JAA「日本アドバイザーズ協会」、JAAA「日本広告業協会」、JIAA「日本インタラクティブ広告協会」の広告3団体が中心となり、デジタル広告市場における掲載品質の課題を解決することで、デジタル広告が健全に発展し、企業にとっても社会にとっても有益なものになることを目指して立ち上げた認証機構です。

<https://www.jicdaq.or.jp/>

# 「マーケティング事業におけるDE&Iの考え方」

2024年6月に「マーケティング事業におけるDE&Iの考え方」を発表しました。

これまでもLINEヤフー全社でDE&I推進に取り組んできていましたが、あらためてマーケティング事業にフォーカスして考え方を示したものです。

## マーケティング事業におけるDE&Iの考え方

LINEヤフー株式会社はマーケティング事業において、広告主・広告会社・広告配信パートナー、そしてユーザーの皆様など、誰もが安心して利用できる広告プラットフォームを目指しています。

人は一人ひとりが異なる多様な特性や価値観を持った存在です。

マーケティング活動において広告は、社会に大きな影響を与える力を持っていますが、ときに無意識の偏見・思い込み（アンコンシャス・バイアス）を含んだ表現や配信で意図せず不快感や疎外感を与えたり、新たな偏見や差別を作りだしたりする可能性があります。

マーケティングに携わる全ての人々がアンコンシャス・バイアスを自覚することは、多様性を尊重して制作された広告があふれ、誰もが居心地がよい社会をつくる第一歩になると考えます。

広告主・広告会社の皆様がマーケティング活動において自由な表現と多様性を尊重できるよう、LINEヤフーが持つユーザーのデータなどさまざまな情報を分析して、アンコンシャス・バイアスを自覚するきっかけづくりになるような情報の発信や環境の整備など、私たちにできることを考えながら、皆様と一緒にDE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）を推進していきます。

Diversity  
多様性



Equity  
公平性



Inclusion  
受容性



# LINEヤフーのマーケティング事業としてのDE&I推進

広告業界のDE&I推進にも貢献できるよう、皆様と一緒にDE&Iを推進していくことを目指し、「マーケティング事業におけるDE&I推進」サイト内で、下記のようなDE&Iに関連した情報を発信しています。

DE&Iに関する  
基本の情報



ユーザー調査の結果



実際の広告に寄せられた  
ユーザーボイス



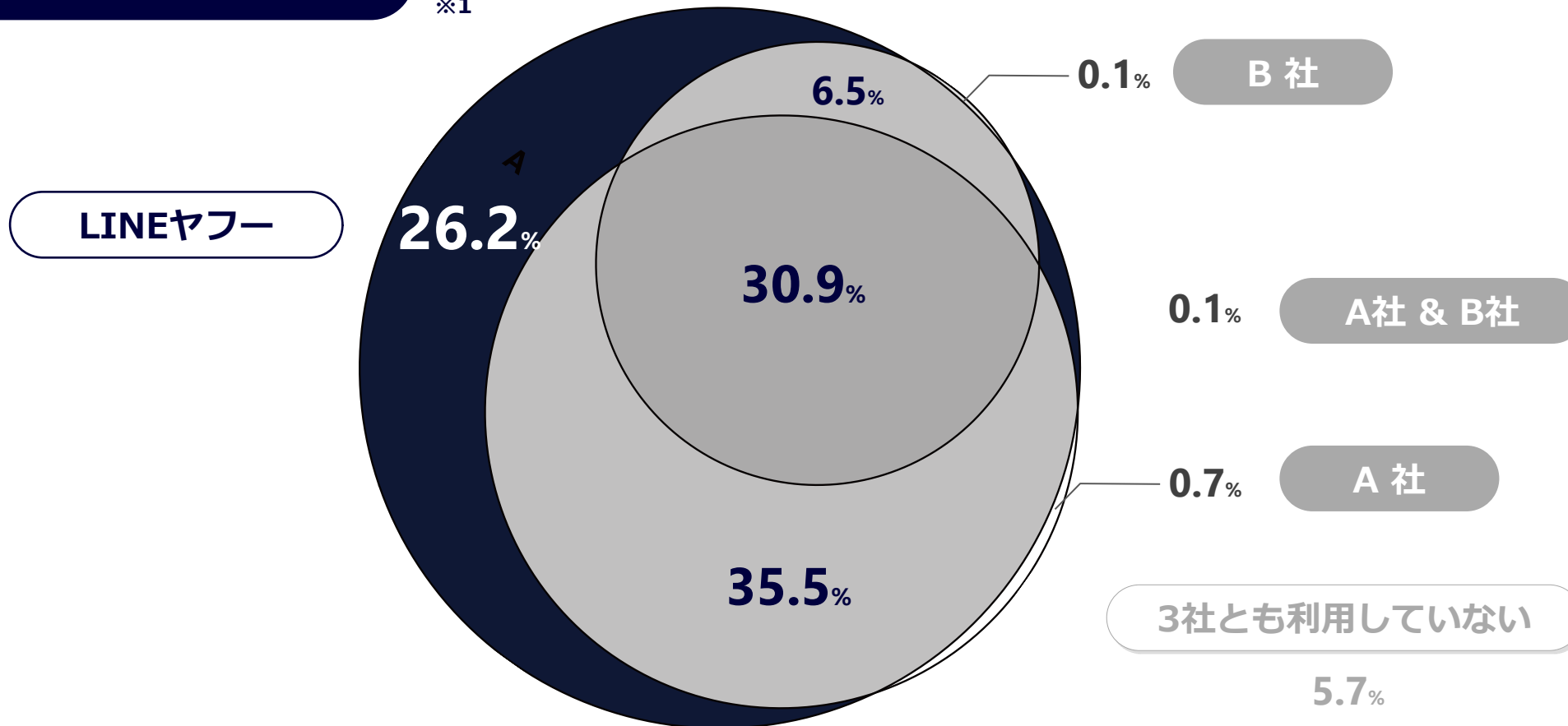
今後も、広告主や広告会社の皆さまが広告制作において参考になるような情報を発信していきますので、是非お役立てください。  
なお、各プロダクトにおいてDE&I観点の広告審査基準やデータ利用等の制限を設けるものではありません。

# 他メディアでリーチしにくいユーザーにもリーチできる

他メディアに比べ、LINEヤフーでしかリーチできないユーザー数が多い傾向があります。

## 他メディアとのリーチ力比較

※1



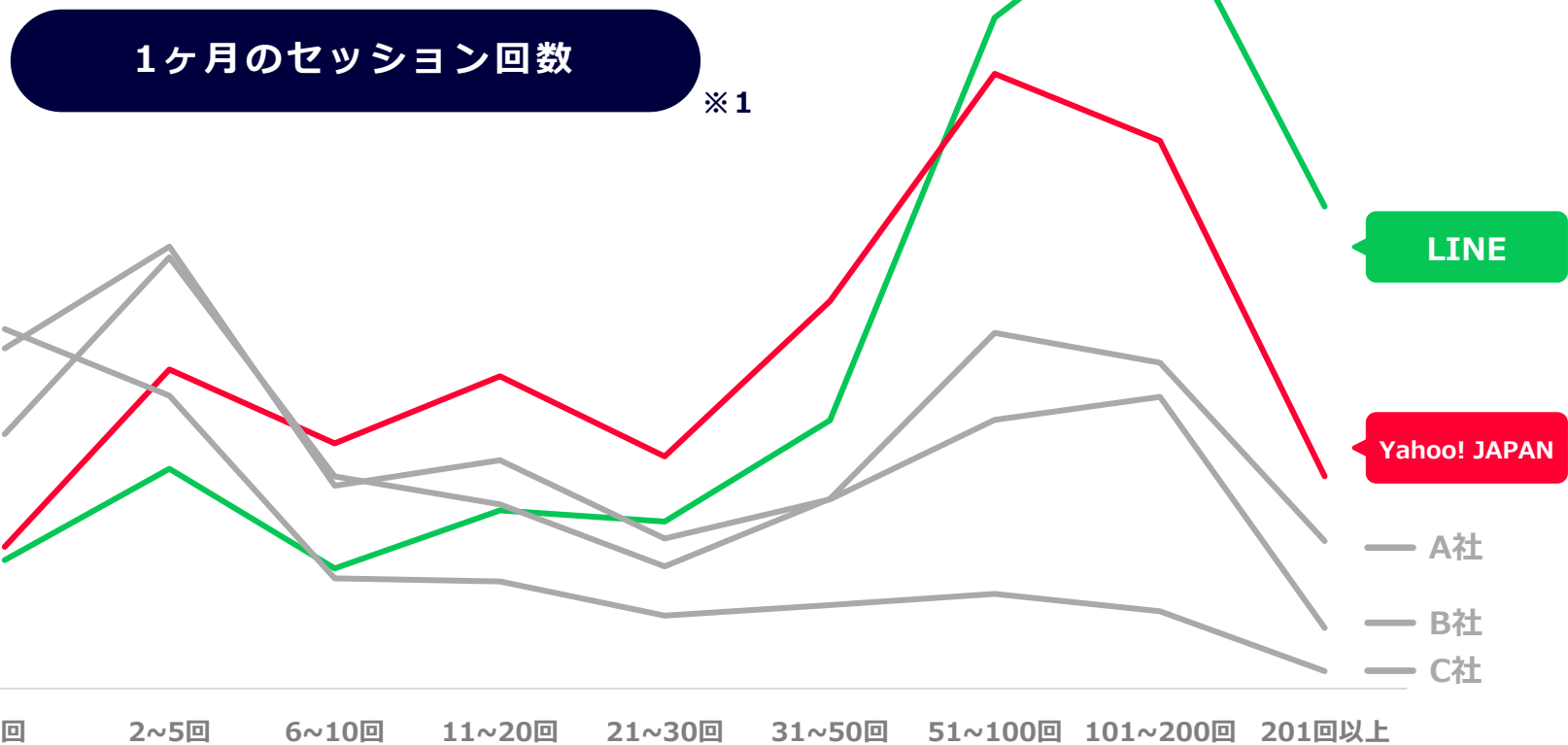
※出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある

© LY Corporation ※1 「Nielsen MobileNetView」2024年6月度データ（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）「LINEヤフー」はBrand LINEとBrand Yahoo Japanの重複を除いて算出）

※ Yahoo Japan、LINE、Twitter X、Facebookをブランドレベルで集計

# スマートフォンにおける他メディアとの1ヶ月の利用回数比較

LINEとYahoo! JAPANは他メディアに比べて、1ヶ月の利用回数（セッション回数）が多い傾向にあります。そのため広告配信において、最適なフリークエンシー回数（接触回数）でユーザーに情報を届けることが可能です。



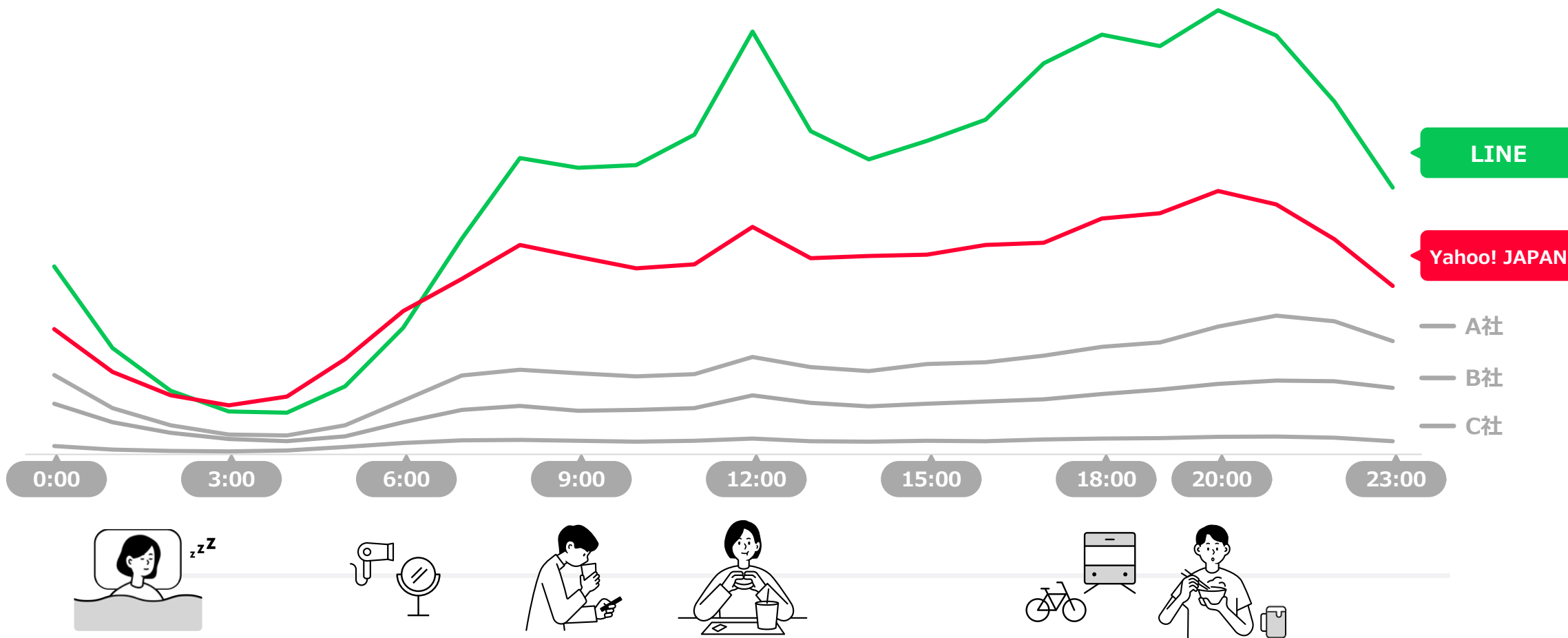
## 利用頻度が高いことのメリット

- 忘却防止**  
 忘却される前に再度広告接触させることができる
- 間接効果**  
 TVなどのオフライン媒体と違い、購入寄与や来店寄与にどれくらい効いたかを数値で出すことができる

※出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある

# スマートフォンにおける時間帯ごとのサービス利用状況※1

日中はLINEとYahoo! JAPANがよく利用されています。

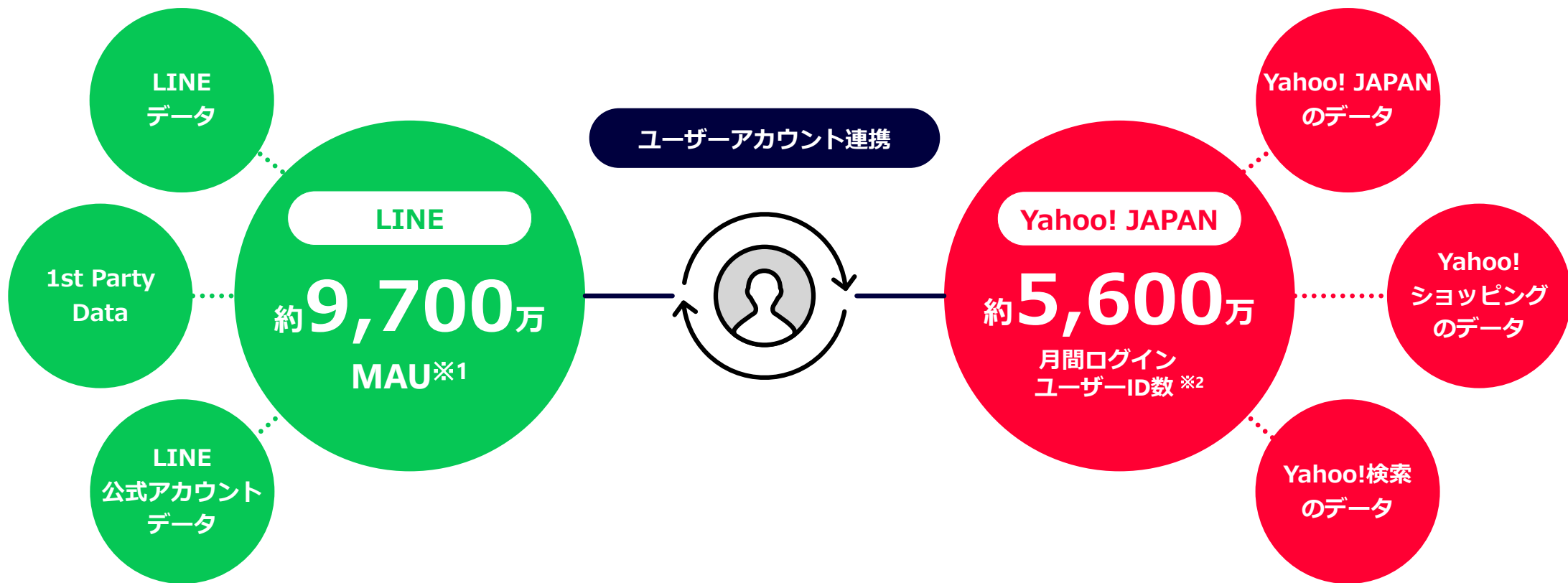


※出典：「Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed」を元にYahoo! JAPANが独自に作成 ※小数点以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がある

© LY Corporation ※1 「Nielsen MobileNetView」2024年6月度データ（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））※ Yahoo Japan、LINE、Instagram、Twitter X、Facebookをブランドレベルで集計

# アカウント連携数は約2,500万まで伸長

プラットフォームを横断したデータ活用をもっと可能に



※ ユーザー許諾済みのデータのための連携となります

※1 LINE 月間アクティブユーザー数（日本）9,700万人 2024年3月末時点

※2 Yahoo! JAPAN 月間ログインユーザーID数 5,558万人 2024年3月末時点



# LINEやフーのマーケティング商品について

## コミュニケーション

- › LINE公式アカウント
- › LINEミニアプリ
- › LINEマーケットプレイス
- › LINEプロモーションスタンプ
- › LINE STAFF START

## 広告

- › Yahoo!広告
  - › 検索広告
  - › ディ스플레이広告（運用型）
  - › ディ스플레이広告（予約型）
- › LINE広告
  - › Talk Head View
- › コマースソリューション

## 販促

- › Yahoo!セールスプロモーション
- › LINEで応募
- › LINEチラシ
- › LINEポイントAD
- › LINE POP Media

## データ活用

- › Yahoo! JAPAN データマーケティングソリューション
- › LINE DATA SOLUTION

## その他

- › LINE広告ネットワーク
- › Yahoo!プレイス                   etc…

# Yahoo!広告とは？

Yahoo!広告とは、Yahoo! JAPANおよび提携パートナーサイトに広告配信ができるサービスです。  
Yahoo!広告には、「検索広告」と「ディスプレイ広告」の2種類があります。

## 検索広告



### Yahoo! JAPANの検索結果に テキストリンクの広告を出せる

- ✓ 検索結果の最も目立つ位置に掲載
- ✓ 「今」興味のある人に広告が届く
- ✓ テキストの用意だけで簡単に開始！

## ディスプレイ広告（運用型）



### Yahoo!ニュースなどのサービスに 画像・動画付きの広告を出せる

- ✓ 見込み顧客の獲得に効果的な形式
- ✓ 画像や動画で視覚的にアピール可能
- ✓ 伝えたいユーザーを絞り込める機能

より高いブランディング効果を求めたい方向けのディスプレイ広告（予約型）は[こちら](#)

# Yahoo!広告 掲載までの流れ



Yahoo! JAPAN IDを作成し、  
Yahoo!広告にお申し込みください。



広告の作成、予算の上限などを設定し、  
最後にお支払い情報を入力。  
※設定した広告の内容や予算金額はいつでも  
変更可能です。



審査完了後、広告が掲載されます。  
掲載後はいつでも広告の停止、再開  
が可能です。

# LINE広告とは？

LINE広告は、月間約9,700万人※が利用するLINEに広告を出稿するための広告配信プラットフォームです。

「トークリスト」や「LINE NEWS」、「LINE VOOM」をはじめとするLINEの様々な面やファミリーサービスなどに広告配信が可能。オンラインで手軽に広告配信設定をすることができます。※2024年3月末時点

トークリスト



LINE NEWS



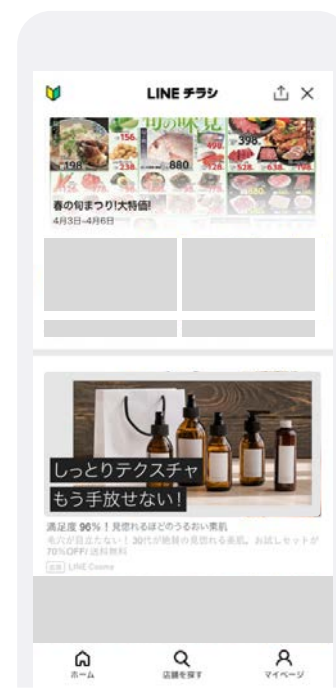
LINE VOOM



ウォレット



LINEチラシ



# LINE広告 広告出稿までの流れ



# さあ始めよう

**YAHOO! 広告**  
JAPAN

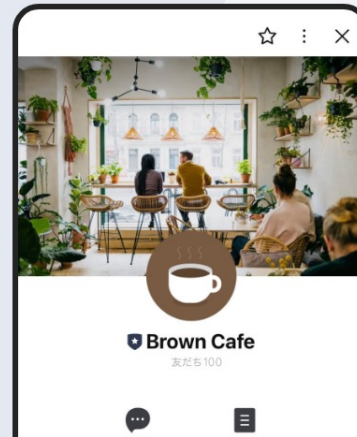


Yahoo!広告をはじめる



資料請求はこちら  
困ったときは？

**LINE 公式アカウント**



LINE公式アカウントをはじめる



LINE公式アカウントの開設方法はこちら

**LINE 広告**



LINE広告をはじめる



# 公式ページ・お問い合わせ先

Yahoo!広告やLINEサービスについては、  
LINEヤフー for Businessよりお問い合わせください。

【LINEヤフー for business】公式ページ



お問い合わせ



**LINEヤフー**