

各 位

2021年12月16日
株式会社インプレス

LINE で集客・販促をデジタル化！
LINE 社初の公式書籍『はじめてでもできる！ LINE ビジネス活用公式ガイド』を
12月16日に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、LINE公式アカウント、LINE広告をはじめとしたLINEの法人向けサービスの活用ノウハウや操作方法、先進事例を解説した書籍『はじめてでもできる！ LINEビジネス活用公式ガイド』を2021年12月16日（木）に発売します。本書はLINE株式会社を著者に迎え、全面的な協力を得ながら制作した現時点で唯一の公式書籍となります。



■LINE公式アカウント・LINE広告などの機能をQ&A形式で解説

トーク（チャット）や音声通話・ビデオ通話ができるコミュニケーションアプリである「LINE」は、国内の月間アクティブ利用者数が8,900万人を超える（2021年9月末時点）、多くの人が利用し日常に浸透しているサービスです。一般のユーザーに安心・安全なサービスを提供する一方で、LINE公式アカウントやLINE広告をはじめとした法人向けサービスも充実しており、LINEを利用する顧客に対して企業の情報を発信したり、実店舗への来店予約やEC利用時のサポートなどのやりとりをしたりすることが可能です。

本書では、LINEの法人向けサービスの使い方や活用のポイントを、サービスを提供しているLINE株式会社ならではの視点で解説しています。メインコンテンツとなる「活用ノウハウ」の章では、すでにLINEの法人向けサービスを活用している企業・店舗はもちろん、集客・販促のデジタル化や、運用型広告に初め

て取り組む方でも理解しやすいよう、各機能の使い方をQ&A形式で解説しました。LINE公式アカウント、LINE広告などで実現したい施策や疑問に持ちやすい内容を「質問」、それを解決する機能や活用例などを「回答」として解説しつつ、スマートフォンやパソコンでの操作方法も紹介しています。

◇本書に収録しているQ&Aの例

- ・Q DMやチラシの代わりに、情報の発信手段を探している。
→A LINE公式アカウントで、メッセージを配信しましょう。
- ・Q 友だちの数を一気に増やしたい。オススメの方法は？
→A 「友だち追加広告」を使って集めましょう。
- ・Q よく聞かれる質問に効率的に回答したい。
→A キーワードに自動返信する「応答メッセージ」を設定しましょう。
- ・Q 効果が出やすいクーポンを配布したい。
→A グループ向けクーポンを配信して、「分析」機能で効果を確認しましょう。
- ・Q ユーザーの情報を管理して、スタッフ間で共有したい。
→A チャットの「タグ」や「ノート」を活用して、共有しましょう。
- ・Q 既存ユーザーに似たターゲット層に広告を配信したい。
→A LINE広告の「類似配信」を活用しましょう。

■認定講師「LINE Frontliner」と企業の先進事例を紹介

「高度な活用・DX事例」の章では、LINEの法人向けサービスに対する高い知識レベルと豊富な経験を備えたLINEの認定講師「LINE Frontliner」4名と、LINEを活用したことによる成果を実感している企業2社の事例を掲載しています。事例はすべて2021年9月～10月に取材しており、コロナ禍以降の変化や、消費者の最新のニーズを捉えた施策を学ぶことができます。

◇事例として登場するLINE Frontliner・企業

- ・友だち1,000人を突破するまでに必要な対策と、効果的なメッセージ配信
野田大介 (LINE Frontliner / 株式会社ファナティック 代表取締役)
- ・顧客理解とユーザーコミュニケーションをもとに効果を高める、LINEのサービス活用術
中根志功 (LINE Frontliner / Originals&Co. 代表)
- ・LINEでユーザーに提供する、半歩先の販促・購買体験
遠藤竜太 (LINE Frontliner / 株式会社Zeals 取締役COO) × 稲益 仁 (LINE Frontliner / DOTZ株式会社 代表取締役社長)
- ・撮影して送るだけ！ LINEミニアプリを活用した「ザ・プレミアム・モルツ」のキャンペーン
サントリービール株式会社
- ・LINEによって利用ハードルを下げ急成長！ ファッションのサブスク「Another Address」
株式会社大丸松坂屋百貨店

Q11

LINE公式アカウント/あいさつメッセージ



友だち追加してくれたユーザーに、最初にお礼を伝えたい。



友だち追加してくれた新規ユーザーに、お礼を伝えたり、LINE公式アカウントの説明をしたりしたいです。友だち追加のタイミングはユーザーによって違いますが、どうすればよいですか？

A 「あいさつメッセージ」を設定しましょう。

自動で配信されるメッセージを設定

「あいさつメッセージ」は、LINE公式アカウントを友だち追加したユーザーに自動配信されるメッセージです。ユーザーとの最初のやりとりになるので、友だち追加してくれたお礼や今後配信する内容などを伝え、長い関係を築けるようにしましょう。

あいさつメッセージでは、通常のテキストメッセージのほか、画像やクーポンなどを送ることもできます。この段階でクーポンを送信すればユーザーにお得感を与えることができ、この先も「友だちでいることのメリット」を強く訴求することができます。

通知が多すぎるとLINE公式アカウントをブロックされる可能性があるため、「週1回ペースで、メッセージ配信します」など、その後の配信頻度についてお知らせしてもよいかもしれません。LINEチャットや応答メッセージなどによる予約や各種問い合わせに対応している場合は、それらの利用についても案内するとよいでしょう。



あいさつメッセージでクーポンを一纏に送ると、ユーザーにお得感を与えることができる（クーポンは事前に作成してください）。

期待できる効果

- 友だちに追加した瞬間にメッセージが送られるのでライブ感のあるコミュニケーションが取れる
- 得られる情報や利用できる機能など、LINE公式アカウントについてユーザーが把握できる

あいさつメッセージの設定方法



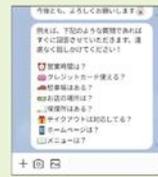
1 [ホーム] → 2 [あいさつメッセージ] を順にタップすると、[あいさつメッセージ]の設定画面が表示される。テキストやクーポンなどの設定が可能。3 [プレビュー] をタップすると、設定したメッセージの配信イメージを確認できる。

ワンポイントアドバイス

チャットを促す

あいさつメッセージ例

あいさつメッセージ内でユーザーの関心が高そうなトピックをまとめると、その後LINEチャット上でコミュニケーションが生まれやすくなります。さらにその返信に「応答メッセージ」(Q.27/P.092)を用いれば、返信が省力化できるのでオススメです。



LINEの法人向けツールの活用法を、操作手順付きで解説しています。

LINE Frontliner 野田大介

CASE 01

友だち1,000人を突破するまでに必要な対策と、効果的なメッセージ配信

LINE公式アカウントを開設してすぐ設定すべきことや、効率的な友だちの集め方、成果を出すためのメッセージ配信について、マーケティング支援を行う株式会社フナティックの代表でLINE Frontlinerの野田大介氏に伺いました。

LINE公式アカウントの開設後、やっておきたい3つの設定

— LINE公式アカウントの開設後、最初にやるべきことを教えてください。

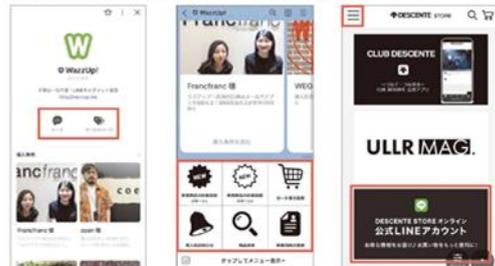
野田 初期設定をきちんと行いましょう。初期設定ができていないLINE公式アカウントは意外に多くありますが、LINE公式アカウントの概要が分からないとユーザーは友だち追加をためらってしまいます。初期設定は「自己紹介」と設定してください。まずは「プロフィール」(Q.10/P.044)の設定です。飲食店なら、住所、営業時間、テイクアウトの有無などの基本情報は必ず入力してください。またプロフィール画像と、その下に表示される「ステータスメッセージ」も重要です。店舗であればここに地域名や業種名を入れておくと、LINE内での検索対象となります。

プロフィールの「ボタン」は、問い合わせフォーム、電話、メールなど、LINE公式アカウントが連絡を取りやすい方法に表示変更できます。ログインを追加すれば、メニュー画像やショッピングカードなど、業種に合わせたコンテンツの表示も可能です。「あいさつメッセージ」(Q.11/P.046)もデフォルトのまま使っているLINE公式アカウントが多いですが、クーポンを付ける、カードタイプメッセージでメニューを紹介する、今後配信するメッセージの内容をお知らせするなど工夫してください。

「リッチメニュー」(Q.15/P.056)も最初に設定しましょう。飲食店なら新メニューを伝えるなど、業種に応じて設定してください。反対に、リッチメニューで他のSNSに意図なくリンクさせるのはオススメしません。URLを指定するとブラウザが開いてアプリに誘導されるため、ユーザーが離脱する原因になります。

LINEは他のSNSと比べても、ユーザーの来店や購入といった目に見える反応が出やすい傾向があります。ただし、初期設定をおろそかにしたままで、メッセージ配信の頻度も少ないと、なかなか成果が出ないので注意が必要です。

【初期設定と友だち追加ボタンの設置場所】



プロフィールの「ボタン」はカスタマイズできる。 業種に合わせて「リッチメニュー」を設定する。 ECサイトのさまざまな場所に「友だち追加ボタン」を設置する。

友だちの集め方と、集める友だち数の目安

— 友だちを集めるにはどのような施策が有効でしょうか？

野田 まずは既存ユーザーの目に触れるあらゆるところで、友だち追加の案内(Q.16/P.059)をしてください。店舗であれば、POPやカードの利用、声かけをするだけで、友だちは一定数集まります。

ECサイトには、友だち追加のボタン (Q.17/P.062) を設置しましょう。フッターに入れるケースが多いと思いますが、ヘッダーやモバイルサイトのハンバーガーメニュー(「三」マーク)にも設置するのがオススメです。他にも、会員登録完了ページや購入完了ページや、メルマガのヘッダー・フッターにも入れられます。予算があれば、「友だち追加広告」(Q.18/P.064)の利用も検討してください。

— 企業の規模や業種によって、友だちの数の目安があれば教えてください。

野田 小さな店舗なら100~1,000人未満の規模がほとんどです。前述したような施策をすべて行っても、広告などで友だち数を増やし続けるのは難しいでしょう。小規模のブランドであれば1,000~1万人、業界では知名度のあるブランドなら1万~10万人が自然に増やせる友だち数の目安です。ナショナルブランドであれば、そ

LINE Frontliner 4名と企業2社によるLINEのビジネス活用事例を紹介しています。

■このような人におすすめです

- ・ LINEの法人向けサービスの導入や活用を視野に入れる企業や代理店の担当者
- ・ 飲食店や美容室、学習塾などの店舗経営者
- ・ EC事業などのマーケティング・広報担当者
- ・ 今後のビジネス展開を考える経営者 など

■本書の構成

イントロダクション

活用ノウハウ①導入・認知獲得編

活用ノウハウ②初回利用編

活用ノウハウ③リピート促進編

高度な活用・DX事例

■書籍情報



はじめてでもできる！ LINEビジネス活用公式ガイド

著者：LINE株式会社

定価：1,980円（本体1,800円＋税10%）

電子版価格：1,980円（本体1,800円＋税10%）

※インプレス直販参考価格

発売日：2021年12月16日（木）

判型：A5正寸

ページ数：224ページ

ISBN：978-4-295-01304-4

◇Amazonの書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295013048/>

◇インプレスの書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/books/1121101033>

◇書影（高解像度）ダウンロード：<https://dekiru.net/press/501304.jpg>

■著者プロフィール

LINE株式会社（ラインかぶしきがいしゃ）

家族や友人・恋人など、身近な大切な人との関係性を深め、絆を強くするコミュニケーション手段として、2011年6月にコミュニケーションアプリ「LINE」のサービスを開始。「CLOSING THE DISTANCE」をコーポレートミッションに、世界中の人と人、人と情報・サービスとの距離を縮めるため、さまざまなサービス・事業を展開中。

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証

1部 9479) を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。