

マーケティングカレッジ-MARC-

LINEマーケティング学科

第1回講義

「ビジネス活用の基礎と  
見込み客を集めるコンセプト」

講師：FunTreメディアコンサルタント

堀田 純

**WEBマーケティング**

**自動集客の仕組み**

では…

**「LINEの役割は？」**

# 集客の仕組み



# 集客の仕組み

LINE  
公式アカウント

お客様との出会い

コンテンツブログ  
YouTube  
広告  
SNS  
コラボレーション

LINE  
公式アカウント

信頼関係

メールマガジン



フロント商品

セミナー・説明会  
お試し商品  
無料相談  
入門講座



紹介・口コミ動線

会員制サービス  
コミュニティ  
質問回答グループ

バックエンド商品

高付加価値サービス  
フルパッケージ  
長期コース  
認定講座



# <LINE公式アカウントの役割>

**1.信頼構築のためのツール**

**2.新しいお客さまとの  
出会いのツール**

**基礎編**

**現在のLINE**

# 「LINE@」から「LINE公式アカウント」へ

## LINE@=ビジネス向けのLINEアカウント

登録ユーザーに向けて一斉にメッセージやクーポンを送信できる

### LINE公式アカウント

- ・初期費用 800万円～
- ・月額費用 250万円～

### LINE@

- ・初期費用、月額費用ともに無料プランあり
- ・有料プランは月額5400円～



機能の80%は同じ

※違いはスポンサードスタンプの配信など

## 「LINE公式アカウント」に統合され

## 新しい料金プランになった

# 2020年3月ですべてのLINE@が 「LINE公式アカウント」に総合

## 新プランになり変わったのは？

1. メッセージの配信数 無制限 → 課金制

2. プランによる機能制限の開放

## 料金プラン（税別）

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数/月	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ従量料金	不可	5円/通	～3円/通 (追加メッセージ料金テーブル後述)

プラン名		フリー	ベーシック	プロ
費用	月額（税込）	0円	5,400円	21,600円
配信/投稿	メッセージ配信	ターゲットリーチ数 × 吹き出し数 1,000通まで	アカウントの ターゲットリーチ数 5,000人以内であれば 無制限で配信可能	アカウントの ターゲットリーチ数 100,000人以内であれば 無制限で配信可能
	タイムライン投稿	月間4回まで	無制限	無制限
オプション	プレミアムID(税込)	1,296円/年（初年度 2,592円/年）		
機能	リッチビデオメッセージ	×	×	○
	友だちの属性表示 / セグメント配信	×	×	○
	リッチメッセージ	×	○	○
	リッチメニュー	×	○	○
	動画メッセージ	×	○	○
	音声メッセージ	×	○	○
	クーポン機能	○	○	○
	1:1トーク	○	○	○
	アカウントページ	○	○	○
	リサーチページ	○	○	○
	LINE ショップカード	○	○	○

**今まで上位プランでなければ  
使えなかった機能がどのプランでも使える**

**登録者（友だち）が  
2000人以下であればお得に！**

**「LINEをビジネス活用する」**

**ということとは**

**どういうことなのか？**

# LINEをビジネス活用するということは…

現在、日本のスマートフォンの  
保有状況は**国民の約7割**

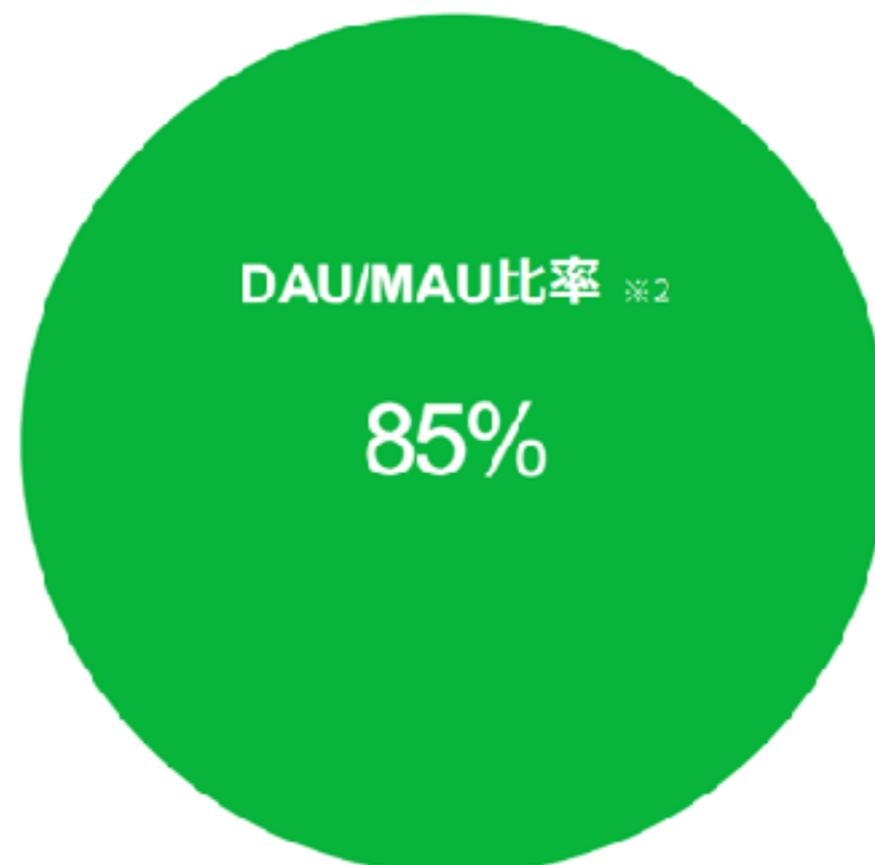
その**90%以上**が**LINEアプリ**を  
インストールしている

## 日本国内の「生活インフラ」として定着

国内のMAUは8,600万人以上で、日本の人口の68%以上をカバーしています。



日本の人口の68%以上 ※3



毎日利用している日本国内のユーザー

出典：※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2020年9月末時点

出典：※2 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 2020年9月末時点

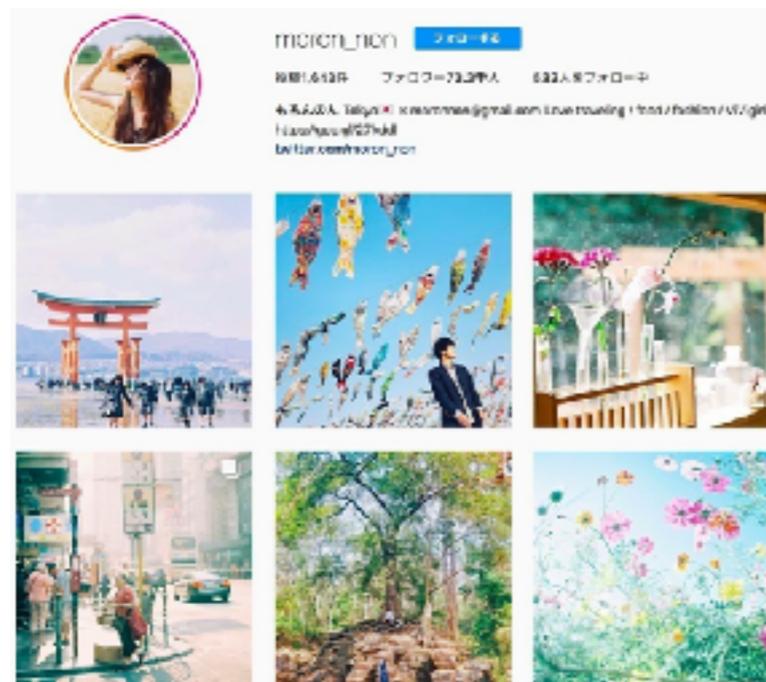
※3 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,600万人÷日本の総人口1億2631万人(平成31年2月1日現在(確定値) 総務省統計局)

© LINE

**国内でビジネスをするなら  
使わない手はないプラットフォーム**

# 消費者の意思決定プロセスの変化

「コンテンツ消費の時代」から  
「ストーリー消費の時代」に



「あなただから買いたい」

と言わせないと生き残れない時代

そのためには、  
購入前に「信用」と「信頼」  
をどれだけ得られるか？



そういった意味でも  
LINE公式アカウントは  
時代にピッタリなツール

# LINE公式アカウントの メリットとデメリット

# LINE公式アカウントのメリット

- **気軽に登録してもらいやすい**
  - **QRコードの読み込み、1タッチで登録**
- **到達率、開封率がほぼ100%**
  - **プッシュ通知が来るのでクリックしてもらいやすい**
- **速効性がある**
  - **プッシュ通知が来るのですぐ見てもらいやすい**

# LINE公式アカウントのメリット

- **信頼構築（ファンづくり）がしやすい**
  - **先入観なく、気軽に読んでもらえる**
- **日本では使っている人が1番多い**
  - **国内のアクティブユーザー8600万人以上**
- **他のメディアと連携しやすい**
  - **リンクやセールスなどの制限がない**

# LINE公式アカウントのデメリット

- **ブロックされやすい**

→ **気に入らなければ、1タッチでブロックされてしまう**

- **長文を書けない**

→ **テキストは、最大500文字x3ブロックまで**

- **単体ではなかなか効果が出しにくい**

→ **コミュニケーションツールなので、  
それ以外の使い方をするとブロックされやすい**

**LINE公式アカウント**

**運用のポイント**

# LINE公式アカウントを 運用する時のポイント



**「ガイアンスの法則」  
(単純接触効果)  
を利用する**

# 「人は接触する回数が増えるほど 印象に残りやすい」

「i'm lovin' it」



「そうだ 京都、行こう。」



「白戸家」



# 「人はコミュニケーションの回数が増えるほど好感を持ちやすい」

1回だけ3時間お茶した人

毎日あいさつする人



<



より多くの回数のレスポンスをもらうことが  
信頼構築のカギになってくる

つまり、  
LINE公式アカウント  
運用のポイントは、

「接触回数」 × 「コミュニケーション」

ブロックされずに、  
どれだけの回数の  
コミュニケーションをとれるか

---