LINE公式アカウント
使ってみたくなるセミナー

Proflie

橋本裕介（はしもとゆうすけ）

不動産Youtuberはっしーとして活動
1975年9月15日生まれの48歳B型
京都府 宇治市在住

【不動産歴】 売買18年・賃貸3年

【 趣　味 】 ランチ開拓（インスタ配信）・ランニング
アニメはほぼ何でも観る
（ゴールデンカムイ・東京リベンジャーズ他）
レトロゲームの修理販売
Youtubeは観るより作る方

【 特　技 】 パソコン作業（デザインは苦手）

【YouTube歴】

平成30年8月より本格的Youtube動画参入
令和2年6月1日より路面店舗から空中店舗へ
令和3年8月1日よりフランチャイズを休会し
Youtube主力のオンライン不動産サロンとして営業中

自己紹介

LINEってどんなイメージをお持ちですか？

全国のSNS利用者数をご存じですか？

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
LINE	9,600万以上	全国各地に分布 幅広い年齢層	・1to1コミュニケーションに適している ・LINE APIを使い自社サービスと連携 ・スタンプ・ショップカードなど独自機能
YouTube	7,120万以上	幅広い年齢層 約4割は45歳以上	・古い動画も検索して観てもらえる可能性 ・縦型動画（YouTubeショート）も人気 ・SEO（検索エンジン最適化）に強い
Instagram	6,600万以上	10代20代が多い 女性が過半数	・画像/動画で訴求しやすい商材向き ・フィード/ストーリーズ/リールの使い分け ・クリエイター（インスタグラマー）活用も
X	4,500万以上	20代が多い 平均年齢は37歳	・カジュアルな短文コミュニケーション ・タイムリーさ重要 ・拡散力強い（「バズ」「炎上」）
Facebook	2,600万以上	ビジネスユースの 30代以上が中心	・実名登録でリアルなつながり重視 ・多彩なコンテンツが投稿可能 ・フォーマル／オフィシャル／ビジネス
TikTok	950万以上	10代20代が多い	・「おすすめ」で新たな潜在顧客へリーチ ・コメント欄は荒れることもあり注意

https://www.comnico.jp/we-love-social

※2024年1月時点

9600万人

本日の流れ

- スグに始めたくなる
  LINE公式アカウントの魅力
- LINE公式アカウントの機能解説
- LINE公式アカウントの友だち集め戦略
- まとめ

スグに始めたくなる！
LINE公式アカウントの魅力

- LINE公式アカウントって何が出来るの？
  ≒メルマガ
- ０円から始められる
- スマホ１台で発信できる
- 個別メッセージが送れる
- 一斉配信が出来る

LINE公式 シンプルな３つのステップ

料金プランについて

	コミュニケーションプラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費 (税別)	0円	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数 (月)	200通	5,000通	30,000通
追加メッセージ料金 (税別)	不可	不可	～3円/通 ※2

適切な配信頻度って
どれくらいだと思いますか？

週〇回？月〇回？🤔

適切な配信頻度って
どれくらいだと思いますか？

月４回が理想

友だち登録者が５０人いた場合

週１回配信したとすると
５０名×４週＝２００通

２００通以内で収まる場合は
追加費用は不要！

LINE公式アカウントと
メルマガの違い

この数字は何かわかりますか？

１０：６０

メルマガとLINEの開封率の違いです

魅力その①

圧倒的な開封率

LINE開封率６０％

２５０名×６０％＝１５０名

メルマガで開封人数を150名にするには
1500名以上集めないといけない

魅力その②
登録のしやすさ

お名前 必須

例) 山田 太郎

メールアドレス 必須

例) example@c21smile.com

※携帯メールをご使用の場合の受信設定について

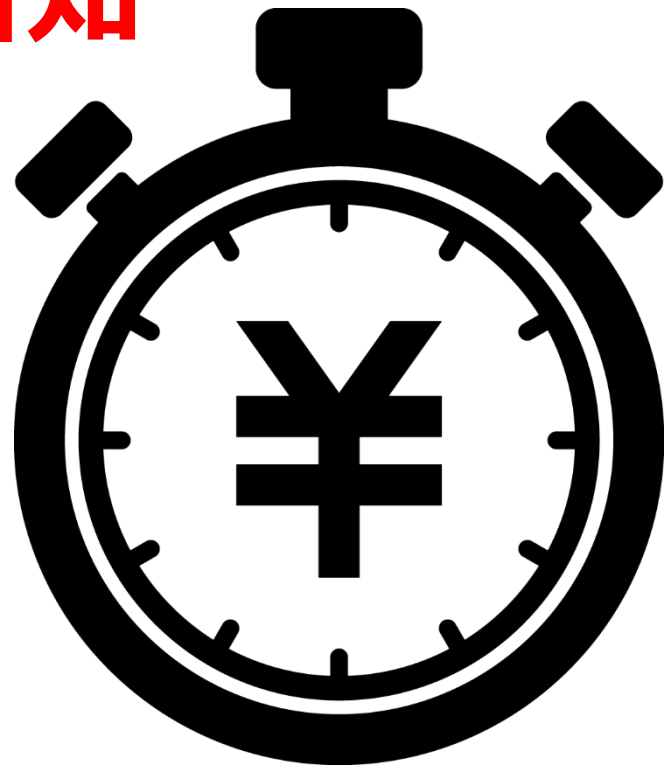
電話番号

例) 03-0000-0000

「個人情報の取り扱いについて」の内容をご確認ください。
フォームを送信することにより、この内容に同意したこととなります。

魅力その③
すぐ反応が出る・即効性

- 明日のセミナーや教室の告知
- 雨の日タイムセール
- 新サービスのリサーチ
- 緊急時の切り替え



魅力その④

返信のしやすさ

〇月〇日セミナーします！

→参加します！

高額商品の販売

→気になるんですが

もう少し詳細、聞けますか？

LINE公式アカウントのメリットまとめ

1.圧倒的な開封率
2.登録が簡単
3.即効性
4.返信のしやすさ

LINE公式アカウント
こんな機能があります！

- プロフィール
- 挨拶メッセージ
- ステップ配信
- リッチメニュー
- リッチメッセージ
- クーポン
- ショップカード
- リサーチ
- オーディエンス
- LINE VOOM

プロフィール

LINE公式の顔
検索した際に出る最初の画面

プラグインで色んな情報を
組み込めカスタマイズできる

Point!

ホームページ代わりになる

挨拶メッセージ

公式LINEに登録した瞬間に流れる
最も重要な機能メッセージ

公式LINEに登録する目的は「プレゼント🎁」
例：割引クーポン・有料級の情報など

挨拶メッセージでの興味付けが重要

挨拶メッセージを侮るなかれ

LINEに友だち登録された直後に送るメッセージです

重要

LINEに登録する時ってどんな気持ち・・・？

何故挨拶メッセージが重要なのか？

友だち登録してくれた直後が
最も商品が売れやすいタイミングだから

日頃の悩みは忘れている

解決できそうな情報や広告を見たときに
フッと思い出すのが人間心理です

普段の悩み

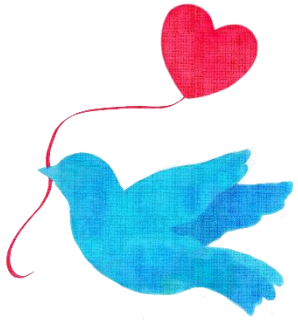
Instagramの投稿が伸びないなぁ～

Instagramが伸びないという悩みを思い出す

ヶ月で
フォロワーを
5000人に
増やした方法

ステップ配信

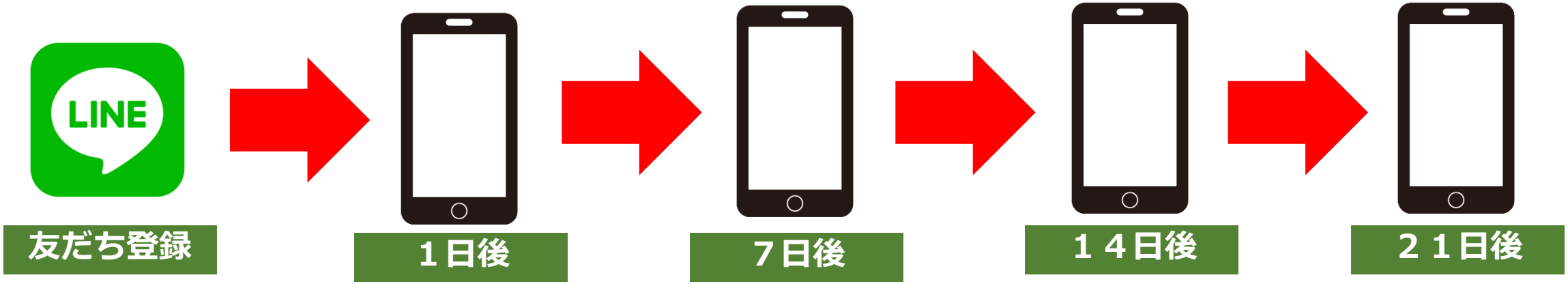
あらかじめセットした
ルールに沿って定期配信



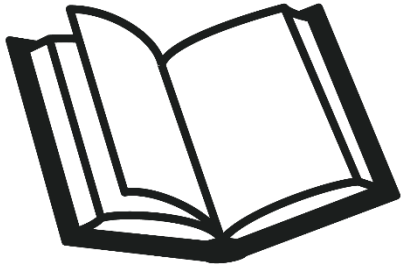
成功事例のほとんどは
ステップ配信による

メルマガのような機能

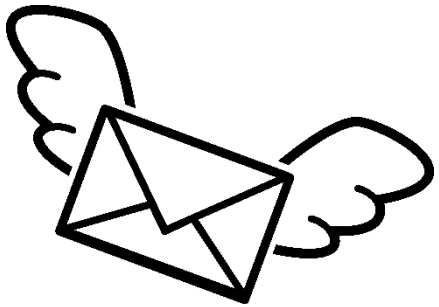
ステップ配信は
２１日間にするのが
おすすめ



配信する内容は？



考え方や価値観を配信する



最低２１日間は配信する

リッチメニュー

画面の下に常に画像が表示
させることが出来る機能

最もクリックされる

思わずクリックしたくなる
リッチメニューにしよう！

リッチメニューに何を載せる？

1. 自己紹介（ファンづくり）
2. セミナー情報（集客）
3. サービス内容・相談（収益化）
4. お客さまの声（収益化）
5. 友だちに紹介（集客）
6. Youtube他SNS（ファンづくり）

リッチメニューの作成は

リッチメニューの制作ポイント
①デザイン重視は間違い
②大事なのは「文字」
③シンプルでクリックしやすい画像

◆Canvaの使い方
リッチメニューの制作はまた別日で・・・

リッチメッセージ

メッセージ配信で
画像を送信できる機能

画像をクリックすると
指定URLにジャンプ

Point!

本当に大事な時だけ
使用するのがオススメ

リッチメッセージで大切なこと

大事なのは特別感を演出すること

一気に興味を持ってもらう
きっかけになる

リッチメッセージの仕様

リッチメニューと同じ

最大６つまで設定できます

注1)設定できるのは「クーポン」と「リンク」のみ
注2)準備する画像は正方形でないと分割出来ません
注3)カスタムなら１つまでは設定可能

リッチビデオ

動画にアクションボタンを
設置して指定したURLに
飛ばすことができる機能

セミナーやイベントの
開催告知などで使われる

Point!

アクションは自分で
カスタマイズできる

カードタイプメッセージ

画像・テキスト・値段
アクションボタンを１つの
テンプレートとして配信

１つの商品の情報を１箇所
にまとめて配信できるので
物販との相性がいい

Point!

アパレルの新商品のご案内
スタッフの紹介など

カードタイプは４種類

プロダクト　…商品やサービス
ロケーション…店舗紹介

パーソン…スタッフ紹介
イメージ…その他

カードタイプのいいところ

画像とテキストの併用が出来る
１配信で**最大９枚**まで設定可能

ココがポイント👍
画像を作る必要がなく、写真でOK
説明文で訴求できる🙌

クーポン

「20%OFF」などのクーポン発行
クーポンの目的は新規顧客の
獲得やリピートに効果的

**クーポンの回数制限も
設定することができる**

Point!

**「抽選」機能を使って特別感を
演出することも出来る**

ショップカード

LINE版のスタンプラリー

スタンプを貯めることによって特典がもらえる

ショップカードの目的はリピート改善

リサーチ

リサーチ機能はLINEに
登録してくれた友だちに
アンケートを送ることができる

回答形式は複数の中から
１つだけ選ぶか単一回答

回答してくれた人
限定のクーポンを送れる

Point!

複数の項目を選択できる
複数回答の２パターン

オーディエンス(セグメント配信)

LINEの登録者をグループごとにまとめる機能

・選別できる項目
→友だち期間
→性別
→年齢
→エリア
→OS

メッセージ配信をするときに
オーディエンスごとに
絞って配信することができる

ユーザーをグループごとに
まとめておき配信先を絞ることが出来る

セグメント配信のメリット

不必要な人へのメッセージ配信防止

→不必要な情報は「ブロック」に繋がる

→月間のメッセージ配信数が無料は200通

注）セグメント機能を使うためには100人以上の登録者が必要
かつセグメント配信（対象者）が50人以上が必要

LINE VOOM(旧タイムライン)

LINE版のタイムライン
動画を中心としたプラットフォーム

ユーザーの興味にマッチした
コンテンツが表示される

MAU 9,600万人以上

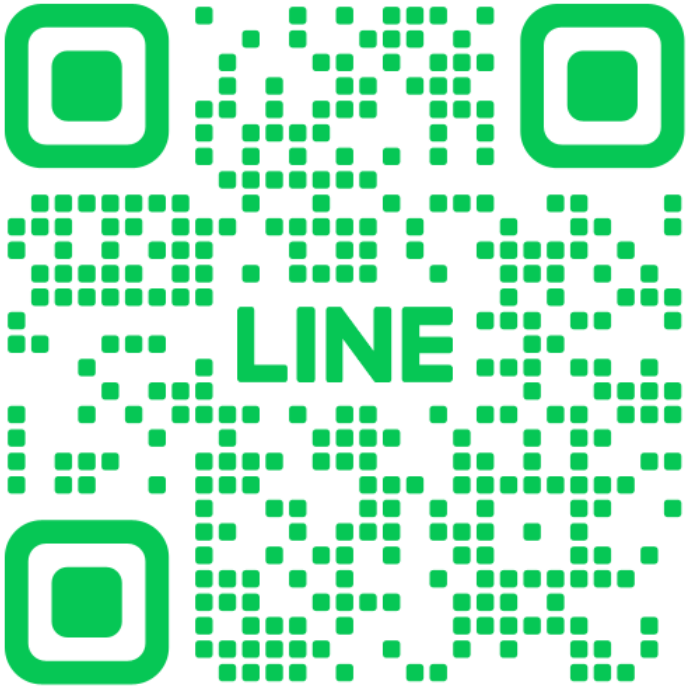
Monthly Active Users

情報を毎日配信したいという方

タイムライン機能
（LINE VOOM）は
XやTikTok,facebookの投稿と
同じような機能

不特定多数に伝えたい情報は
こちらを使いましょう

LINE機能がざっとわかったところで



👇こちらのQRを読み込んで下さい

自動メッセージ機能を試してみよう！

入力されたキーワードに対して、
決められたメッセージが自動配信されます

トークに
①「はっしー」と入力してみて下さい🙏

LINE公式アカウントや
リッチメニューに共通する大切なこと

1.お得さ(クーポンなどのお得情報)

2.有益さ(他に比べての情報の質・人柄)

3.面白さ(遊び要素)

LINE公式アカウントの友だち集め戦略

友だち登録者数を集める

~~SNSのフォロワーを集める~~

集まる仕組みを考える

集客方法あれこれ

1. リアル（非店舗）
   異業種交流会・セミナー・マルシェなど
2. リアル（店舗）
   店内にわかりやすくたくさん掲示・特典は必須
3. 既存のSNS（Youtube/facebook他）
4. ブログ（WordPress・アメブロ）
5. 声掛け
6. LINE広告（月額〇万円）

集客出来れば「収益化」も出来る！

メンバーシップ制度（定額料金）

ステップ1：いずれかの条件を満たす
LINE公式アカウントが認証済み
フォロワーが200人以上

ステップ2：すべての条件を満たす
LINEアカウントと連携済み
管理者権限を持つ

本日のまとめ

1. まずはLINE公式アカウントを作ろう
2. 自身の強み・伝えたいこと整理
3. 挨拶メッセージやリッチメニューを作ろう（お得さ・有益さ・面白さ）
4. 集まる仕組みを一点集中で考えよう