

LINE友だちの顔写真を取得しタグ付け

# LINEタグ

SNSからロイヤルカスタマーを  
見つけて育てる時代の必須ツール

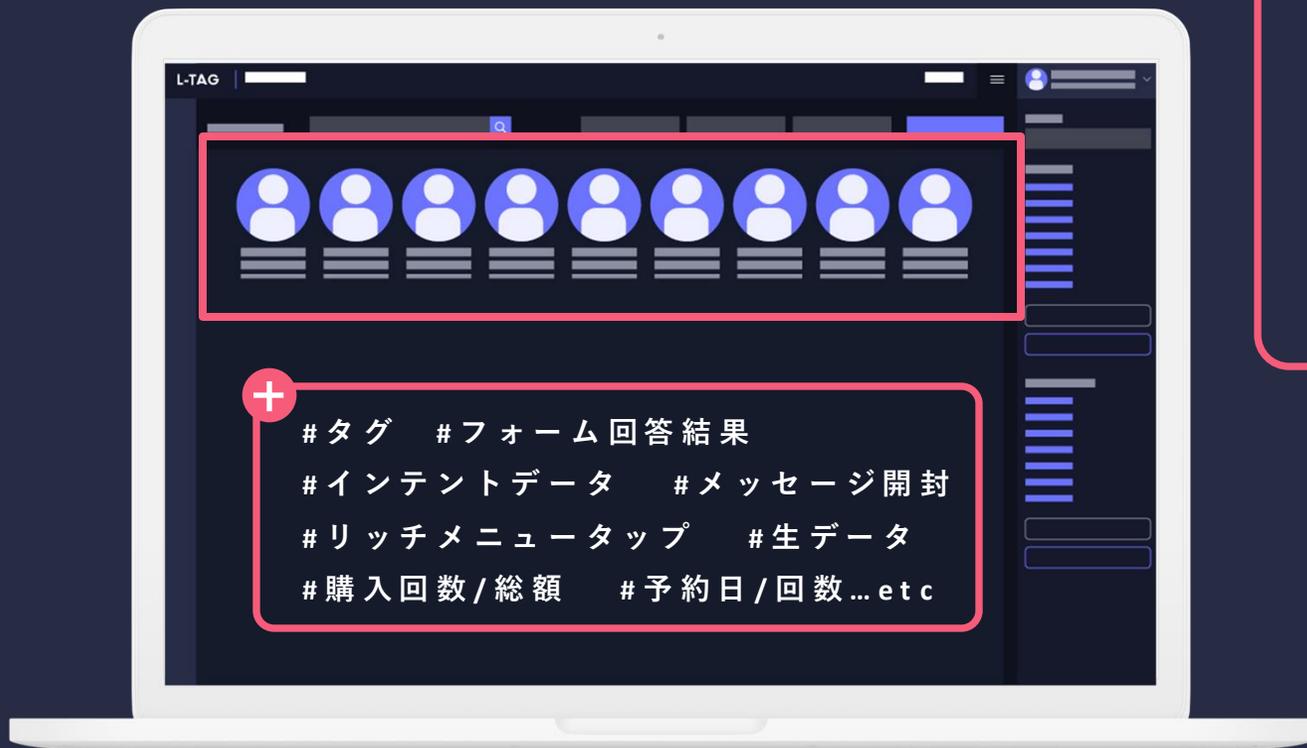


“ LINE友だちが増えることは好ましいが  
購買意欲の低いユーザーへの送信はコスパが悪い”

## 1-1 Lタグとは

公式LINEを機能拡張し、集客やマーケティング効果を高める連携ツール。

独自のダッシュボードを用いて顧客管理や行動分析、適切なメッセージ配信をサポート。



### 顔写真UI

公式LINEから自動で取得したプロフィール画像を横並びで表示し、LINE友だちに付帯情報を持たせて個人を特定。ログインした直後のファーストビューで顧客の顔が見える、増加を確認出来るという仕様はCRMを使う大きなモチベーションとなる。

01

ユーザー管理

02

メッセージ配信

03

リッチメニュー

04

分析

公式LINEの構築や運用をトータルサポート

## 1-2 他ツールとの差別化

既存のLINE連携ツールは各機能が虫食い状態で、個別開発含めた拡張性に乏しい。



## 1-3 利用目的に応じたLタグの需要

利用者の規模や業種、ゴール設定に応じ、機能や利用料金をスケール可能な提供体制となっている。

Level 1

### 公式LINE運用の必要最小限を最安で

公式LINE運用やマーケティング活動における欠かせない機能一式を搭載  
直感的な操作性と圧倒的低価格により、公式LINEを用いる全ての事業者に高い効果を提供

Level 2

### もっと凄いことが、もっと簡単に

予約やECなど、基本機能では実現しないが個別開発をする程でもない、  
そのような業種毎の最大公約数的ユースケースを補完する手法として「換装型」を採用  
単なるマーケティングに収まらない業務効率化に対応

Level 3

### スマホアプリの開発手法そのものを革新

個別開発することでスマホアプリと同レベルの機能を動かすことが可能。これにより、  
マーケや業務効率に留まらず、公式LINE自体が事業的価値を持ち、収益化する  
目指すのは「公式LINEを使ったノーコード型のアプリ開発エンジン」

## 1-4 5つの主要機能

LINE社公式の管理画面に標準搭載されている以下の機能をLタグの管理画面に移植  
公式LINEを円滑に運用するために必要最小限の機能なので、機能制限なし！

### 顔写真でユーザー一覧



従来のリスト形式ではなく、直感的に顔を視認しやすくするためにプロフ画像を並べて表示。「LINEを開いた順」などに並び替えやリストモードに変更することも出来る。

### メッセージ配信

友だちユーザーに一斉送信が出来る機能。特定のユーザーにのみ配信するセグメント配信や予約送信にも対応。  
送信可能なメッセージはテキスト/画像/動画/スタンプ/カードタイプメッセージ。

### タグとオーディエンス

以下の方法でタグを付与し、ユーザーのラベリングに用いる。複数タグを組み合わせることでオーディエンスとし、メッセージ配信やリッチメニューの出し分けに用いる。オーディエンスはLINE Official Account ManagerやLINE広告に引き継ぐことも可能。

手動

フォーム

ボタンアクション

流入経路

※ざっくりとしたユーザー属性しか取れない



そこで、、、

インテントデータ/生データ

機能提供の中で自然と取得する→換装モデル

### リッチメニュー

メニュー画像をアップロードし、レイアウトに応じてボタンタップ時のイベントをテキスト/リンク/画像/カードタイプメッセージを呼び出す。ボタン配置を自由に決めたり、タブにすることも可能。  
オーディエンスによるリッチメニューの出し分けにも対応。

### 決済機能

LINE内をEC化して商品を販売する機能を標準装備。ここでの決済情報はLINEアカウントに紐付けられ、マーケティングに活用出来る。習い事・コンサル・顧問料など、サブスク（定期購入）型の決済機能にも対応。ECサイトを作る必要がない！

## 1-5 全機能一覧表

Lタグが持つ機能を箇条書きにすると以下の通り※赤字は別途詳細説明あり

### 実装済み

- ・複数管理者権限を付与
- ・顔写真をリストにした顧客管理
- ・リストモードへの変更
- ・ユーザーをCSVで出力
- ・任意のタグを作成して手動で付与
- ・フォームの作成と回答結果に応じたタグを付与
- ・フォームをチェックボックス形式にする
- ・流入経路をURLで発行し、辿ったルートでタグを付与
- ・LINE上の特定操作時に自動でタグを付与
- ・複数タグを組み合わせてオーディエンス
- ・一斉送信
- ・予約送信
- ・セグメント配信
- ・カードタイプメッセージの作成
- ・送信対象者の集計
- ・リッチメニューの画像アップとボタン領域の指定
- ・任意のリッチメニューをデフォルト設定
- ・リッチメニューのタブ化
- ・リッチメニューをオーディエンス毎に出し分け
- ・利用者の属性分析
- ・利用者のアクション履歴の取得
- ・分析内容のグラフ表示
- ・商品の販売とその決済
- ・決済のサブスク化
- ・インスタ連携
- ・メルマガ機能

### 実装予定

- ・LINEアカウントを開封した順に並び替える機能
- ・ショートメッセージの送信
- ・イベント出欠や日程調整機能
- ・カレンダーUIと予約
- ・Zoom連携
- ・Dropbox連携
- ・シナリオ作成およびステップ配信

※順次追加

### 換装モデル

- ・求人採用
- ・EC
- ・予約
- ・オンラインサロン
- ・選挙
- ・リアル店舗集客

※順次追加

## 1-6 換装モデル

基本機能に予約や人材マッチングなどを必要に応じて換装（上乘せ）し、顧客要望をパターン化する



システムやアプリの大半は同じ機能の組み合わせで構成されている。それらをパッケージ化し、取捨選択して幕内弁当を作るようにすれば、最大公約数的なニーズに応えつつ大幅に開発コストを抑えられる。フルオーダースーツと既製服の間にパターンオーダーが存在するようなイメージ。換装モデルの中で発生する仕様変更は「差分ファイル」で対応。

## 1-7 OEM受託とフルスクラッチ開発

自社名義のLINEシステムとして拡販したり、基本機能や換装モデルでの対応を超えた使い方をしたい場合の対応

### LINE連携ツールのセカンダリーマーケット

サーバーやソースコードを別環境で複製する「エンタープライズプラン」にて対応。価格設定含め、二次販売も自由。  
Lタグをベースにする（OEM受託）かフルスクラッチで開発するか選択出来る。

#### OEM受託



- + 従来の40%程度の金額で提供可能
- + 現時点で実装されていない追加機能含めLタグで持っている機能を踏襲
  - ・ Chat GPTを繋いで質問の自動回答
  - ・ 買取同意書の書面作成
  - ・ Dropboxにも画像を転送
  - ⋮etc.
- ⊗ 基本機能を超えた活用は出来ない

#### フルスクラッチ開発



- + 自社アプリや基幹システムと連携しDBを共有したり、独自の機能実装が可能
- + デザインも変更されるため、一見すると誰が作っているか分からない
- + ソースコードの納品も可能
- ⊗ 自動アップデートは反映されず、運用保守や個別カスタマイズ費用が別途発生

## 1-8 Lタグが活躍するシチュエーション

以下はLINE運用において特に陥りやすい2つのケース↓

このようなケースに当てはまっているようなら、Lタグが解決出来る可能性が高い！

CASE  
01

### 自力で複数ツールをツギハギ

使い慣れたツールをパッチワークのようにツギハギして強引に作ったハリボテのような状態。リッチメニューをタップしたらLINE内ブラウザに遷移させるだけといった挙動になり、LINEアカウントとユーザーデータが紐付いていないことから様々な弊害が生じる。代表的な事例として、Googleフォームから取得した回答結果をエクセルに転記したり、LINEにメッセージを送る際、エクセルと突き合わせるといったこと。スマホアプリで言う「ガワアプリ」と同じ状態。

CASE  
02

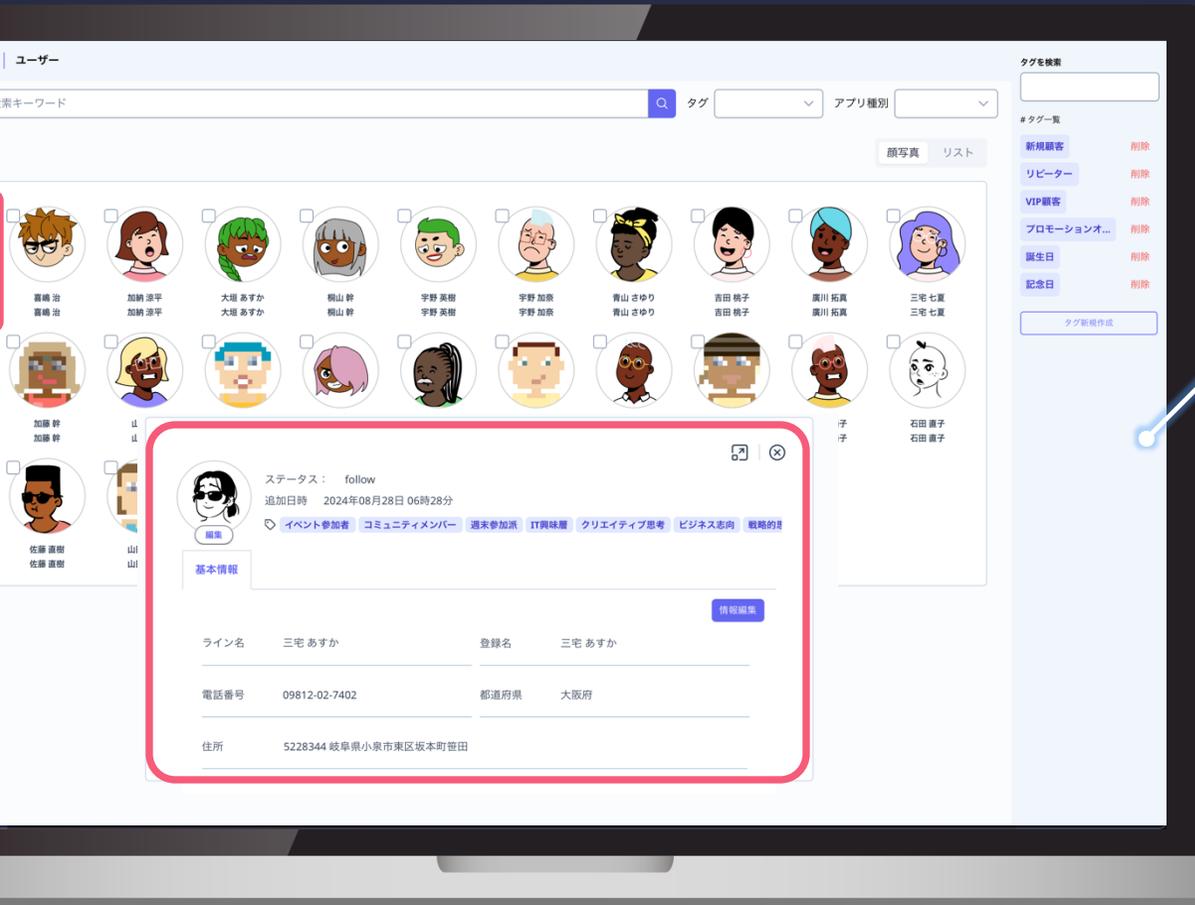
### 他社ツールが合っていない

たまたま知っていたり、提案されたツールを取り入れたが、後になってやりたいことが出来ない（コスパが合わない）という状態。「これは出来るがあれは出来ない」が多い。そのツールで定義されていない画面や機能、データ連携といった個別開発を伴う改修が絶望的に無理で、ワンストップで全方位の業務を賄うことが出来ない。機能追加や改修スピードが遅く、良いシステムにチューニングされていくかを考慮すべき。

**まずは一度、ご相談下さい**

## 1-9 顧客管理（CRM）に関すること

取得したLINEユーザーに様々な情報（タグや生データ）を付与し、よりパーソナルな対象として特定



### 代表的な機能

- 友だち追加でLINEのプロフを取得
- 顔写真で一覧表示
- 自動/手動でタグ付け
- フォーム型・チャットボット型で属性取得
- フォーム回答結果をユーザー情報に反映
- スコアリング
- 並び替え
- 流入経路の取得
- 上記をオーディエンスとして管理

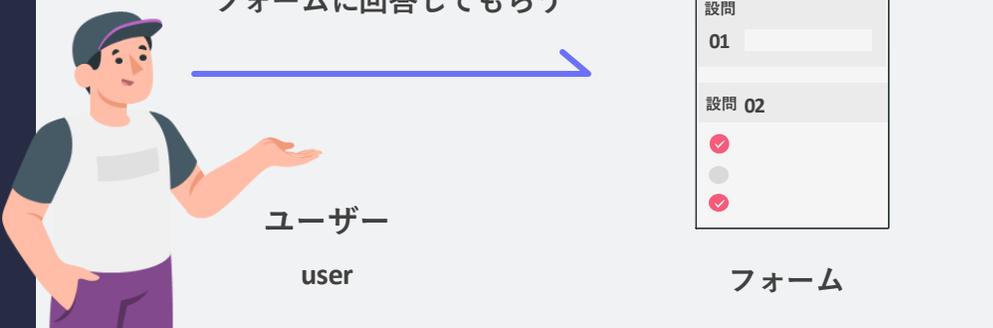
**不特定多数から個人へと迫っていく**

# 1-10 特定方法① フォーム・チャット形式

ユーザーから情報を収集する最もポピュラーな手法

CASE 01

フォームに回答してもらう



ユーザー  
user

QUESTION

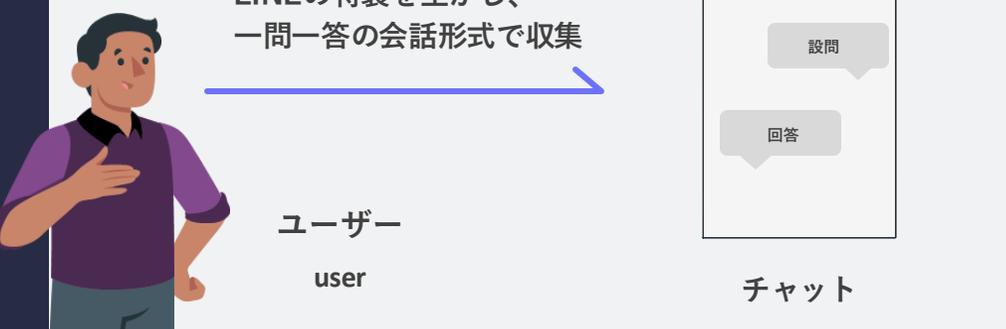
設問  
01

設問 02

フォーム

CASE 02

LINEの特製を生かし、  
一問一答の会話形式で収集



ユーザー  
user

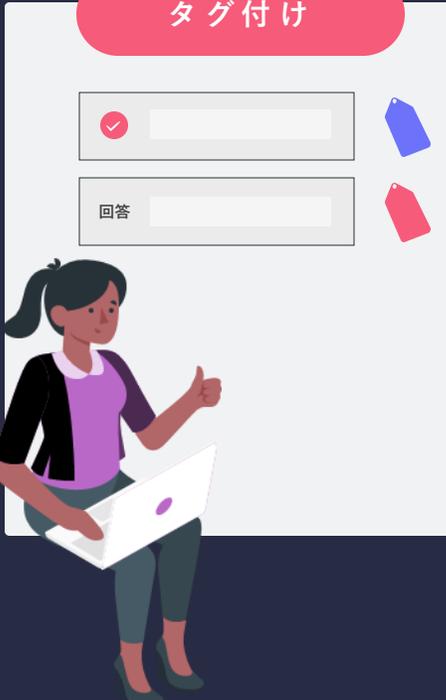
QUESTION

設問

回答

チャット

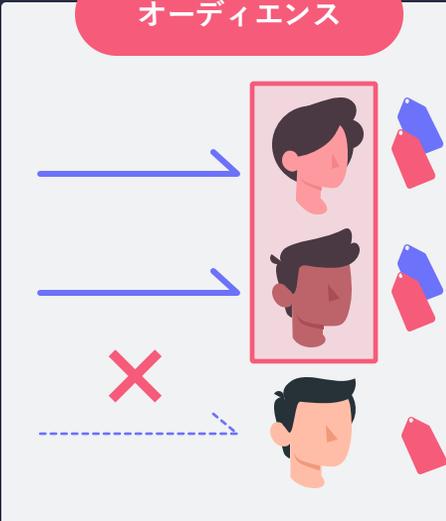
タグ付け



設問

回答

オーディエンス



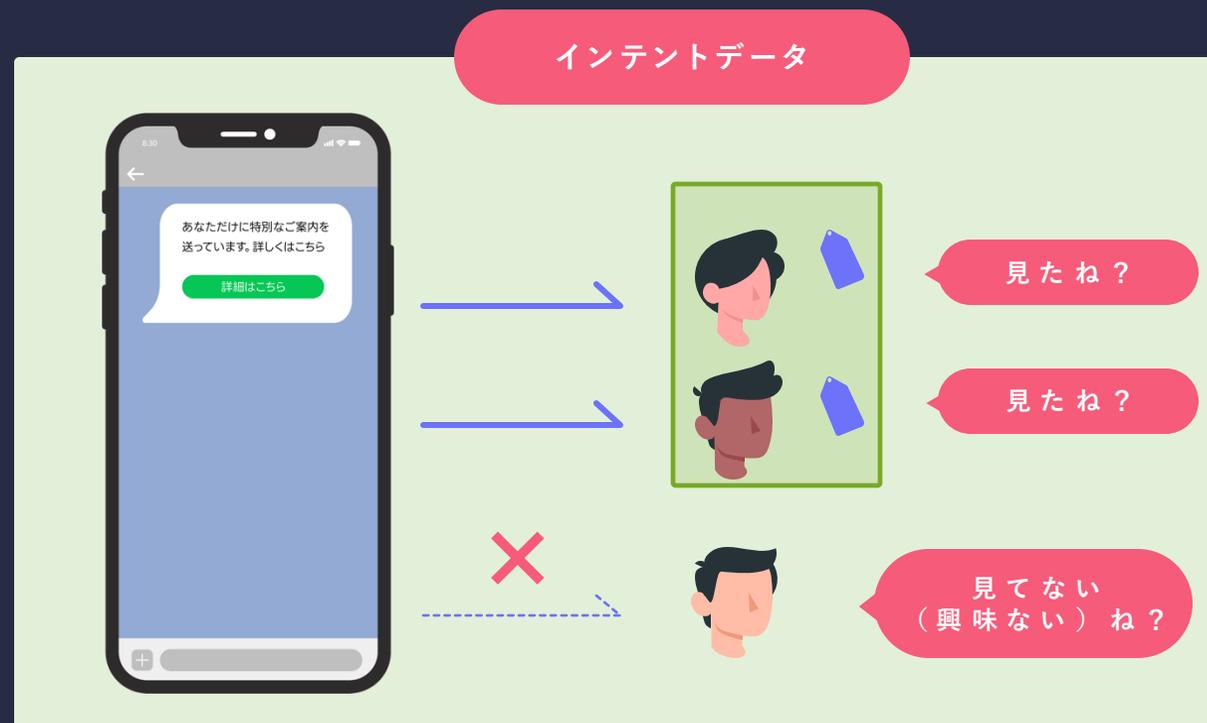
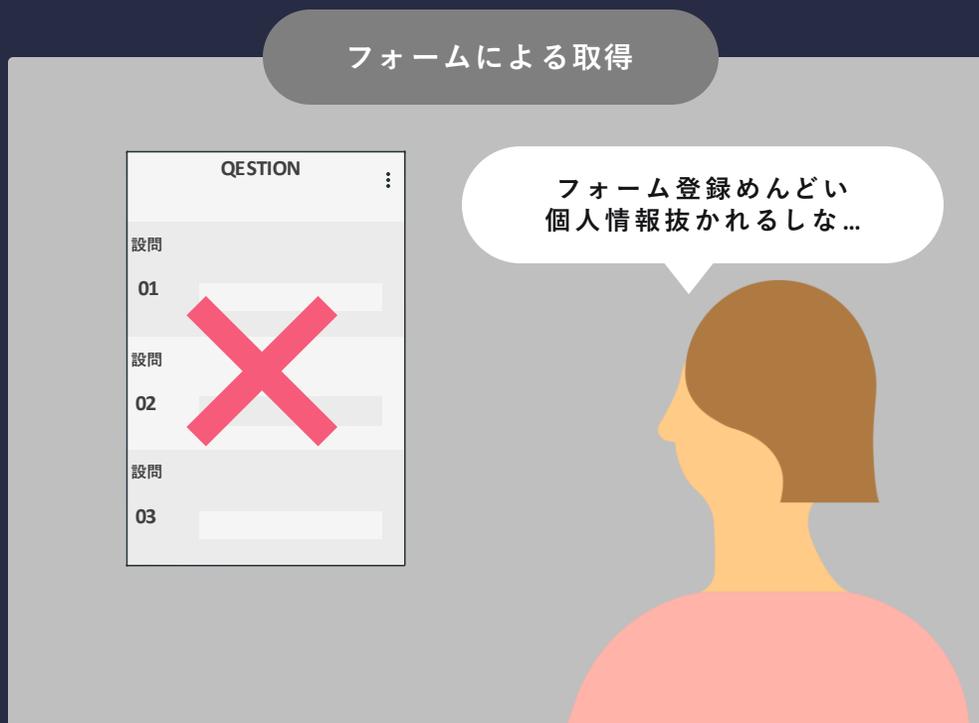
オーディエンス

回答結果に応じたタグを対象者に自動で付与し、更にタグの有無でグループ分け（以下「オーディエンス」と定義する）。上の場合、青とピンクのタグを持ったユーザーが対象のオーディエンスとなる。

## 1-11 特定方法② インテントデータ

ユーザーに回答を求める委ねる方法だと回答してもらえない可能性が高い

そこで、LINE内で自然発生的に起こしたユーザーアクション「インテントデータ」から興味を特定し、属性を取得する



リッチメニューのタップなどを取得出来る

## 1-12 取得方法③ 換装モデル

予約や購入などユーザーに利便性を提供する代わりに、なるべく自然な形で内部データを取得

予約時に名前や電話番号を聞く行為はごく自然

商品の配送先を聞く必要がある

POINT

このタイミングで取得した個人情報をマーケティングデータとして活用

CASE

**予約**

QUESTION

10月1日  
13:00~14:40  
カット&カラー

名前

電話番号

予約フォーム

CASE

**EC**

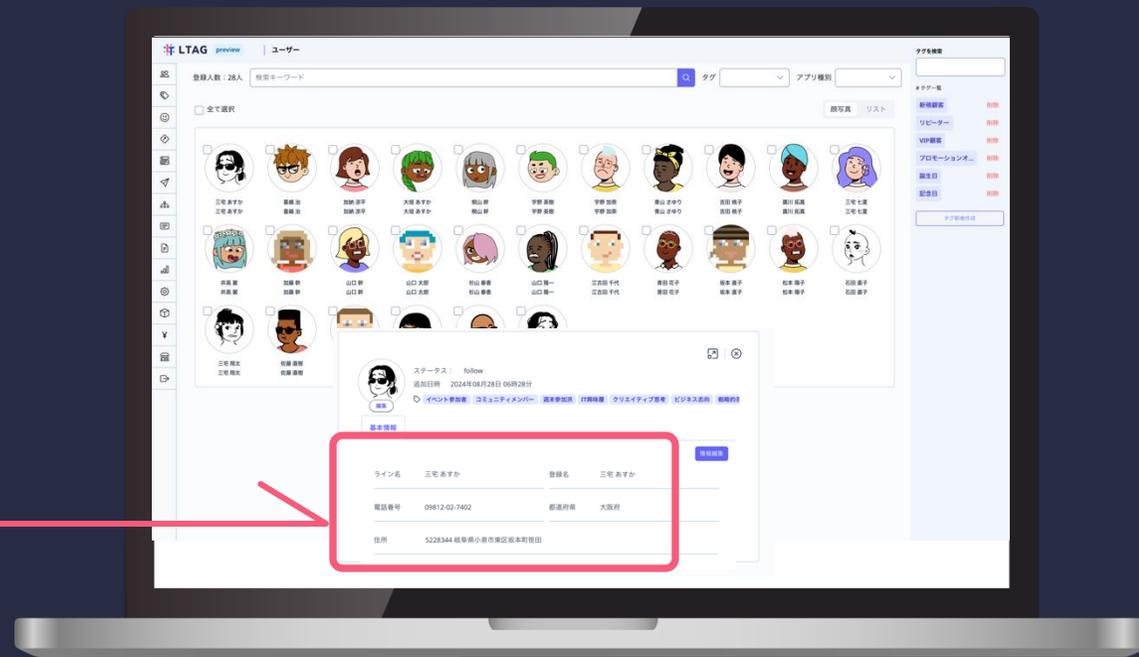
QUESTION

商品A  
100,000円

郵便番号

住所

注文フォーム



聞きたい項目を自由に作成出来る💡

**ユーザーから個人情報を聞く口実**

## 1-14 取得方法⑤ 流入経路

一つの公式LINEに対して複数の友だち追加用QRコードを作り、どの媒体を経由してきたかを取得出来る。LINEと友だち追加されたか、正しいクリエイティブや広告施策を検討する上で測定したい。



## 1-15 取得方法⑥ ID連携

会員登録フォームから作られたユーザーデータとLINEアカウントを紐付けることでユニークユーザーとして特定出来る。  
ブラウザに遷移させた外部フォームではこのようなことが出来ない。

例えば、商品購入者のみに「LINEで」メッセージを送りたい、リッチメニューを変えたいという場合...

ID連携されていないと

LINE友だち一覧

クーポン送りたいのですが対象者の方は...

購入者とLINEユーザーの突き合いを人力で行う  
(最悪、人力でも出来ない)

ID連携されていると

03 1万円買った人

02 今月課金した人

01 課金した人

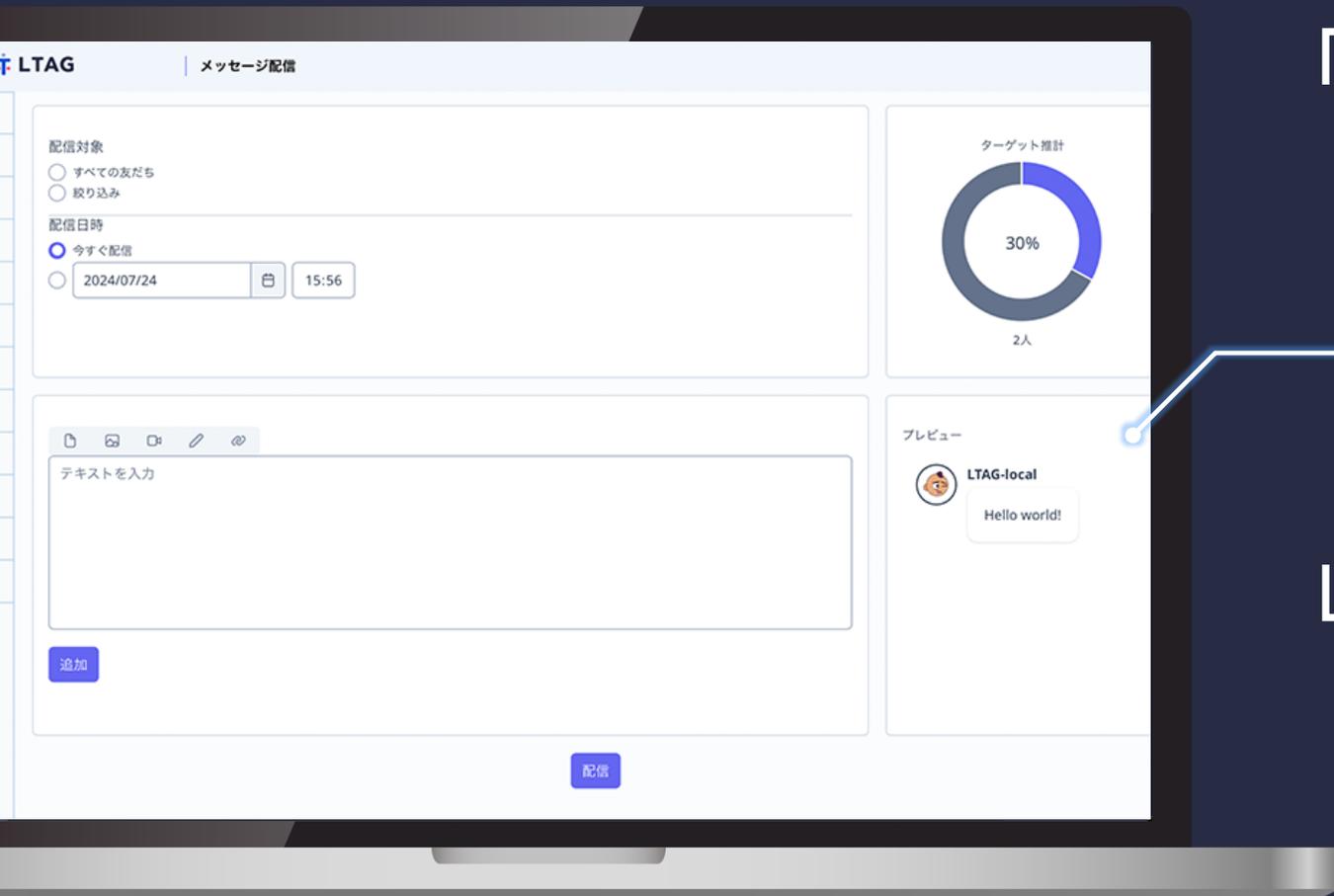
累計1万円以上、今月も購入してくれた顧客を抽出

決済情報とLINEアカウントの紐付けがされているため、  
システム側でユーザーを追いかけることが可能

※外部システムとの連携の時、ここでの考え方は重要になる

# 1-19 メッセージ配信に関すること

公式LINEのメイン機能であるメッセージを配信する機能



## 代表的な機能

- 一斉送信/セグメント配信
- 予約メッセージ
- GUIによるシナリオ作成とステップ配信
- カードタイプなどテキスト以外に加工
- 1:1メッセージ
- 自動応答

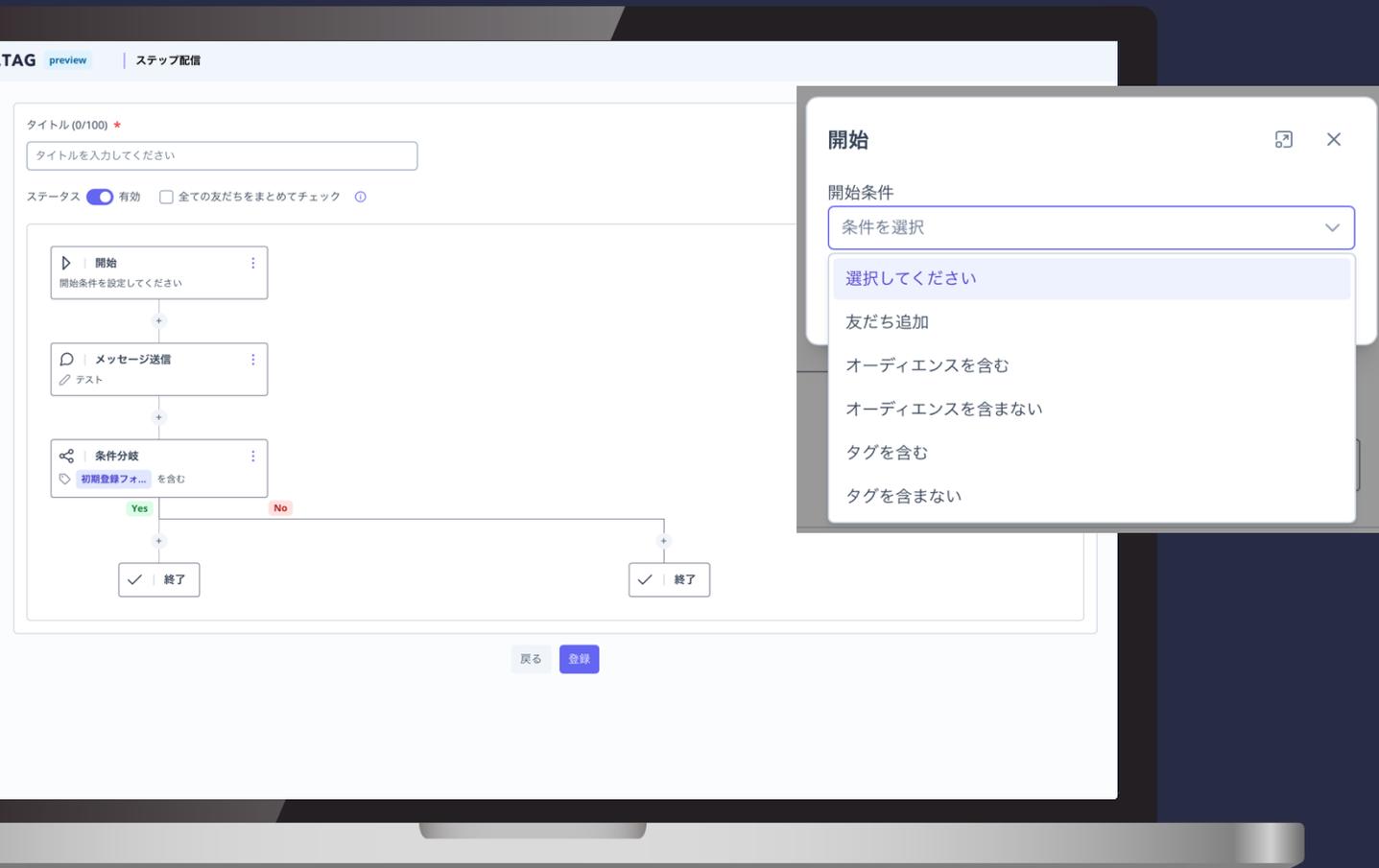
以下の観点から配信対象者の絞り込みが重要に

**01** 無駄な送信コストを減らす

**02** スпамメッセージ化の防止

## 1-22 GUIによるステップ配信

あらかじめセットしたシナリオの通りに自動でメッセージを配信する機能



### POINT

「開始条件」を満たすとステップ配信が発動し、その後は条件に応じてシナリオ（会話劇のような複数のやり取り）が自動で進行する。分岐を作ったり、途中でタグを付与したり、待機（時間・日）も可能。

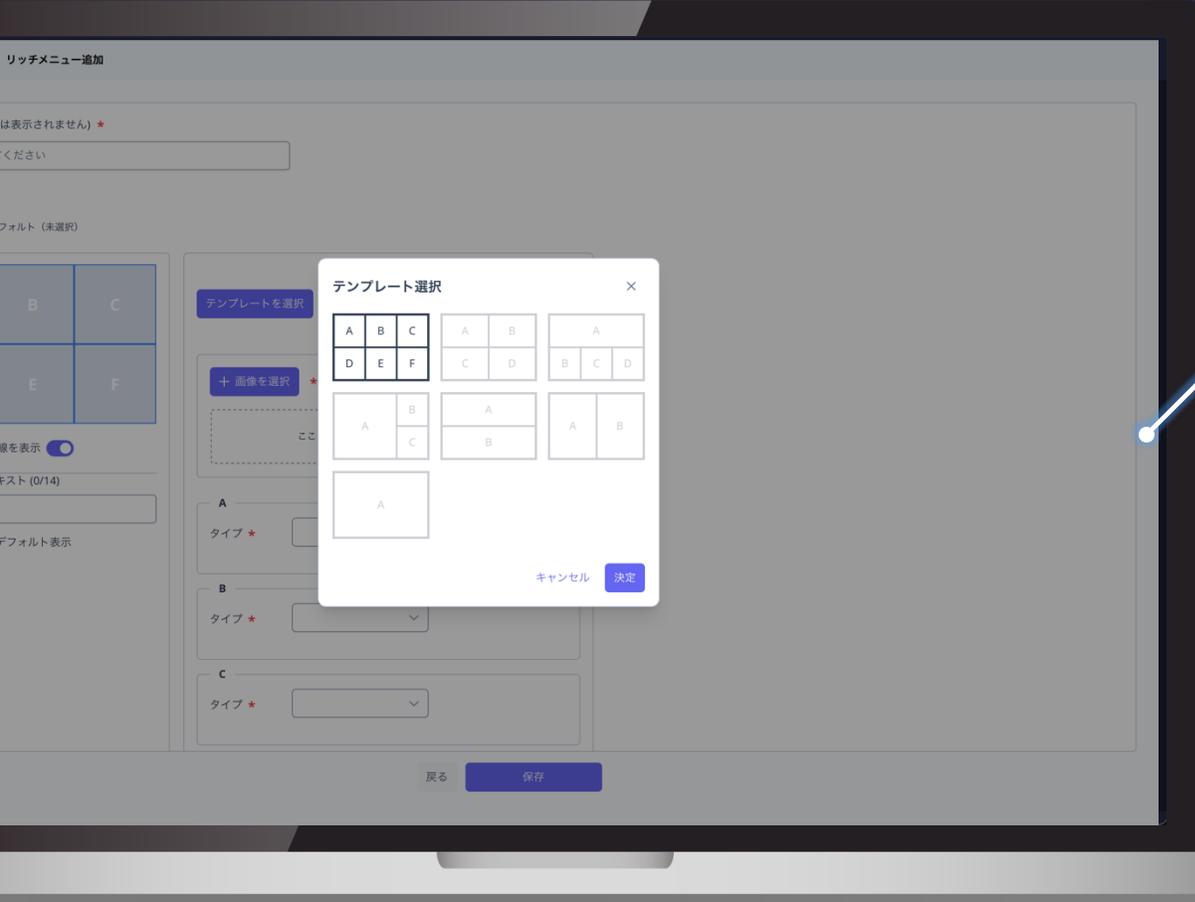
### POINT

生データをメッセージ配信のトリガーにすることも可能。  
例：ECからの商品購入総額が10万円を超えたらこのメッセージを配信し、リッチメニューも変更しよう、

シナリオの流れでチャット形式のユーザー情報の取得項目を呼び出し、

# 1-24 リッチメニュー

公式LINEの特徴的なインターフェースであるリッチメニューの作成/管理

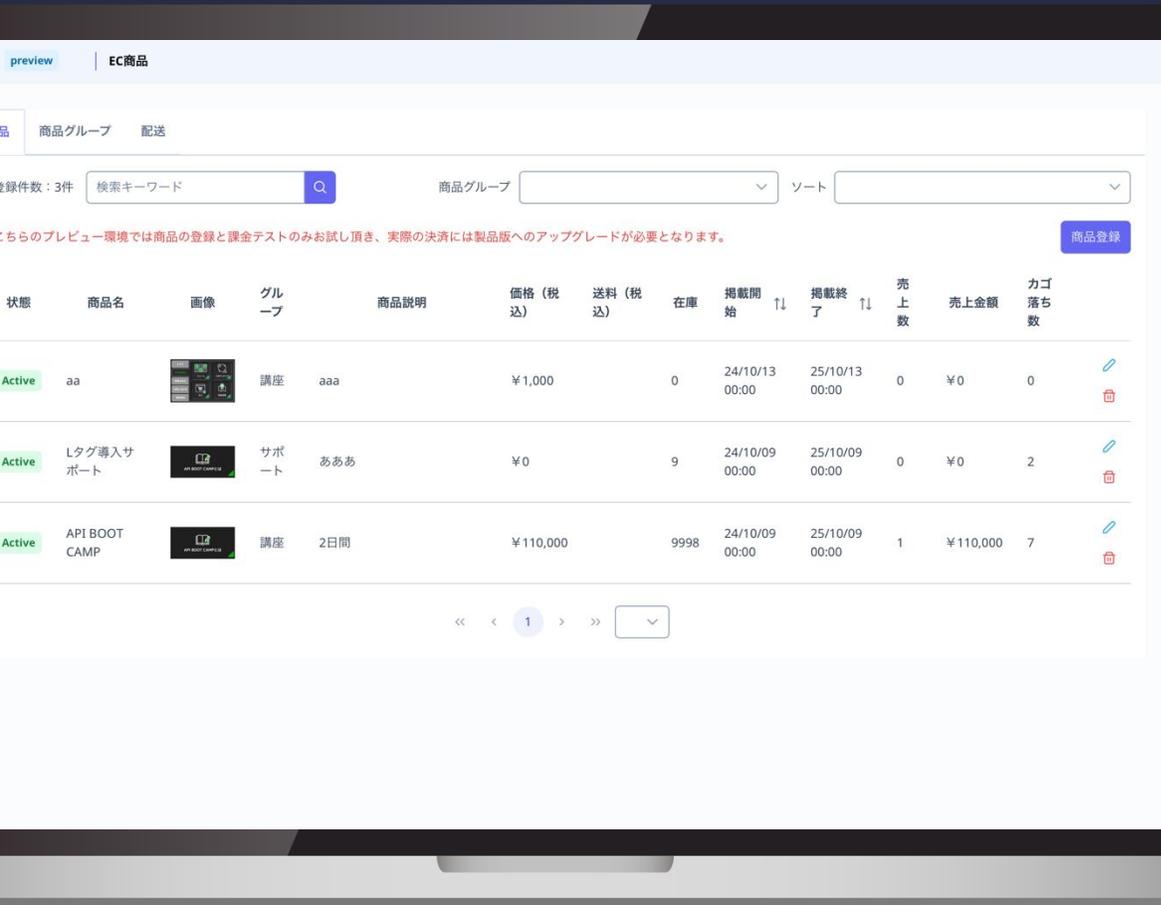


## 代表的な機能

- リッチメニューの作成
- タブによる切り替え
- ユーザー属性に応じた出し分け
- Lタグ上で作った各種アクションの呼び出し

# 1-27 決済

Lタグ上に商品を登録し、LINE上から購入する機能



## 代表的な機能

- 商品登録（在庫数や掲載期間含め）
- 配送料の設定
- テナント登録
- 登録商品をミニアプリ/LIFFとしてURL発行
- クレジットカードによる決済機能
- 購入履歴の管理
- 購入情報をLINEアカウントに付与
- 購入情報からオーディエンスを作り、リッチメニューやセグメント配信、ステップ配信のトリガーに

# 1-28 決済機能における3つの特徴



## EC「サイト」ではなく「LINE」で完結！

### 管理画面から商品を登録 LINE上に購入経路を作る

商品登録

在庫登録

配送方法作成

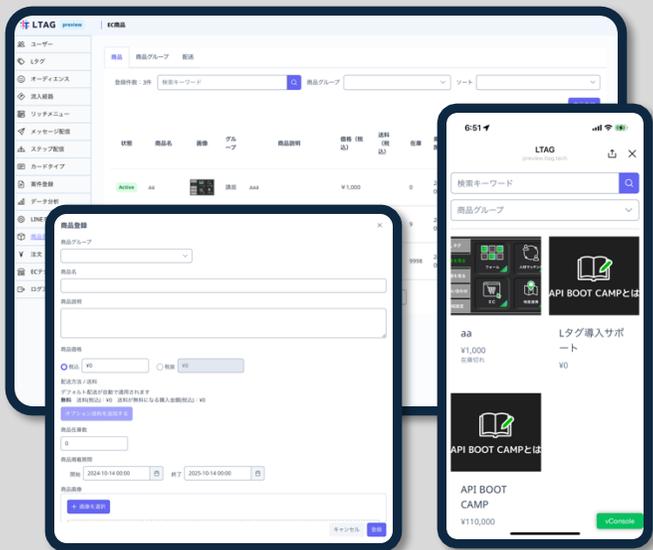
商品詳細

LIFF

ミニアプリ

カート

決済



## サイト制作コスト不要！ 誰でも気軽に始められる

### テナント毎に売上が立ち 指定口座から出金

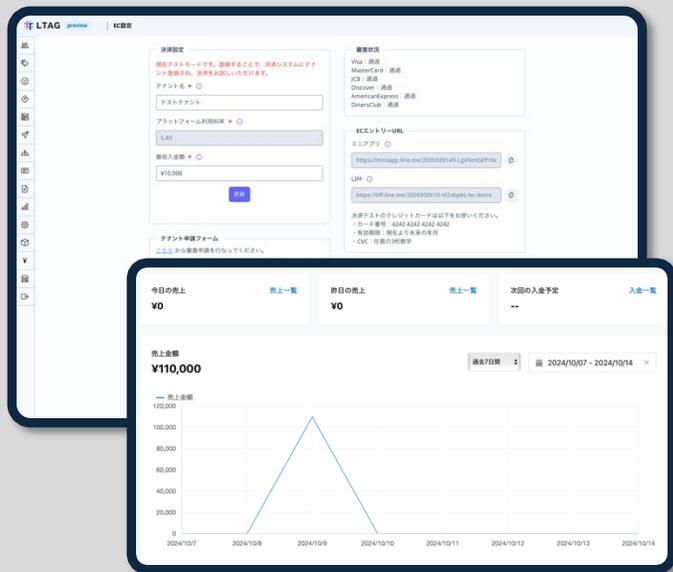
テナント設定

銀行口座設定

審査依頼

入金

出金



## 購入履歴を蓄積し LINEマーケに活用！

### 購入総額や頻度から 対象顧客を特定

購入履歴

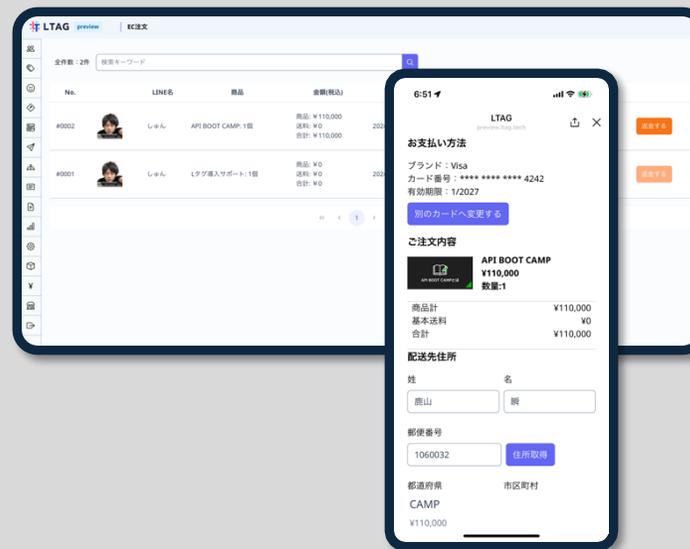
返金処理

カゴ落ち把握

LINEアカウントに紐付け

レポート

購入時に取得した個人情報の活用



必要に応じてユーザー数を追加していく従量課金制なので、小規模ユーザーでも無駄がない

## 製品版

1プラン

# 980 ~ 円 / 月額

+ 初期費用：11万円 (税込) ※

### 製品版

- リッチメニューやステップ配信など、公式LINEを運用する上で欠かせない全機能を解放
- ユーザー一覧の表示上限を解除
- 101人以上のユーザー管理をしたい場合、1000人につき+1000円
- 商品販売や決済機能も使える (別途決済手数料が発生)

### プレビュー環境

- 初期費用不要！月額料金は製品版と同じ
- 申し込み期日や期間限定、その他条件など一切なく、いつでも申し込みでも、いつまでも、どなたにも上記の条件を適用
- 一部機能制限あり (ステップ配信のシナリオ作成の上限5つまで、ECはデモ操作のみ)

## 1-21 Lタグの利用外業務における料金プラン

システム利用ではなく労働集約型の業務は以下の料金体系や契約方法で対応します↓

### 環境構築

公式LINEのアカウント開設や  
LINE Developersの設定  
+ 操作説明 (30分・オンライン)



初回のみ

5 万円

### 運用代行

メッセージ配信や  
リッチメニューの作成など



月額

3 万円～

### コンサル

コンサルティングや軽微な要件定義

無料

Lタグのご使用者様※契約者本人のみ

単一案件につき

初回のみ 10 万円

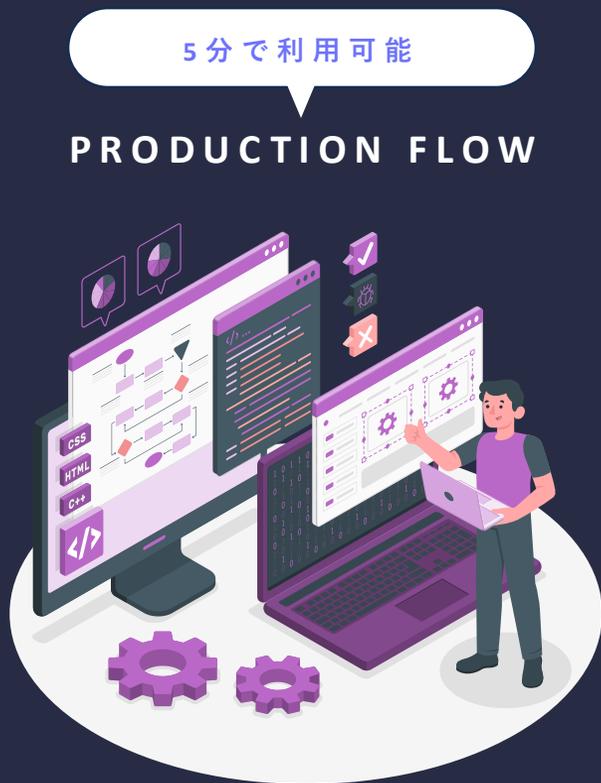
Lタグ利用なし※プレビュー環境含め

### 個別開発

OEM受託含めた個別開発や  
LP作成や広告運用など公式LINE外  
の業務



要見積もり



広告やマーケティングなどの専門業務を除き、Lタグの操作に対して第三者の作業や別途費用が発生することは想定していません。

01

## HPや資料請求

サービスの内容を把握頂ければ幸いです。

02

## お問い合わせ・サポート

ご質問はwebサイトや公式LINEから受け付けています。適宜、ウェビナーによる操作方法のキャッチアップ機会をご用意しています。

03

## Lタグのアカウント開設

Lタグの管理画面から必要事項をご記入下さい。

04

## 初期環境構築

マニュアルを参考に公式LINEの設定をご自身で行なって頂くか有償でのサポートや代行も承ります。

05

## 2週間無料でお試し

2週間、プレビュー環境を無料でご利用頂けます。この時点では請求方法の登録は不要なので、自動決済が走ることはありません。

06

## 本利用 & お支払い

2週間経過後、継続の場合はクレジットカードを登録し、以降は有料会員としてご利用を継続下さい。クレカ登録がないと管理画面にログイン出来なくなります。