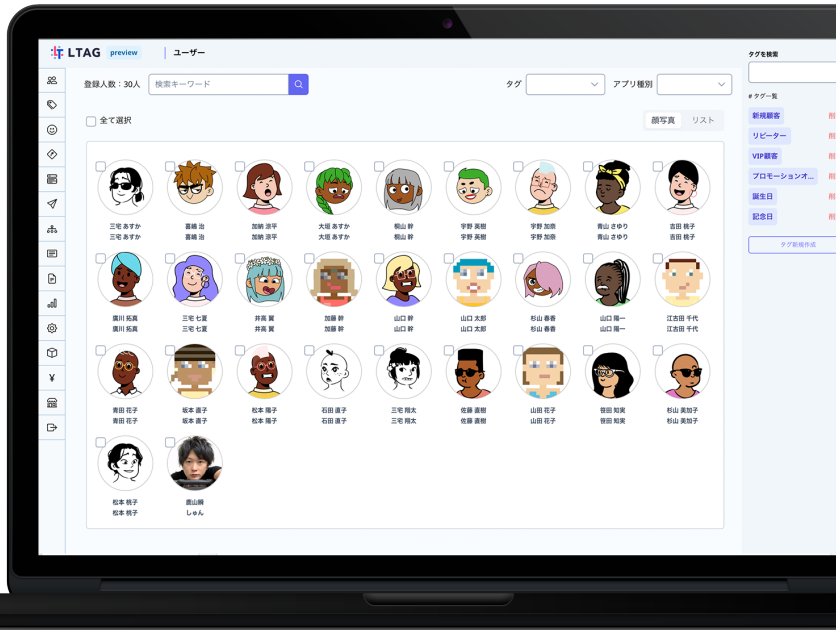




操作マニュアル



01

環境構築

LINE Official Account Manager

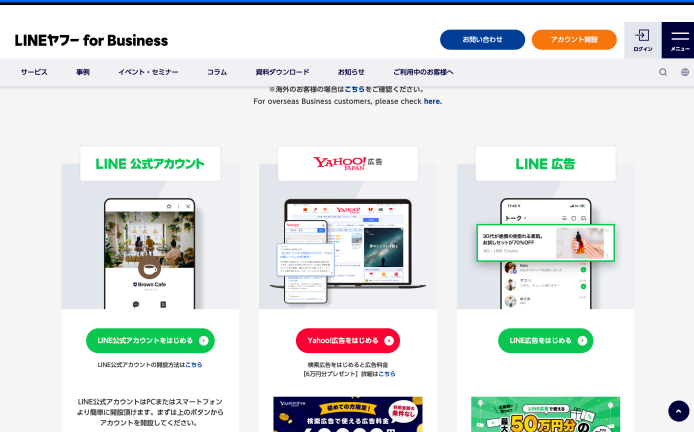
LINE Developers

Lタグの3つのツールを駆使し、対象の公式LINEをLタグで動作させるための初期環境構築を実施する。

環境構築①LINE Official Account Managerの操作

LINEヤフー社公式の管理画面「LINE Official Account Manager」から公式LINEの作成と設定

公式LINEの調達



以下を参考に公式LINEを新規に作成します↓
<https://www.lycbiz.com/jp/column/line-official-account/technique/20190418-3/>
 ※既存の公式LINEでLタグを動作させる場合、この作業は不要となります

Messaging API を有効化



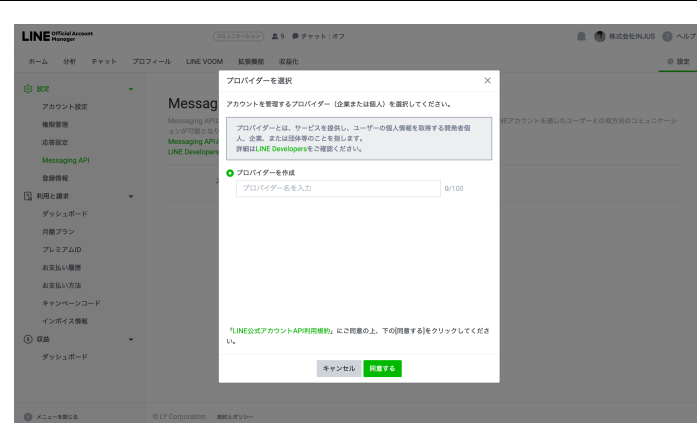
LINE Official Account Managerにログインし、対象アカウントのTOPページ右上にある「設定」ボタンを押します。

Messaging API を作成



左メニュー「Messaging API」をクリックすると上記の画面が表示されるので、「Messaging APIを利用する」ボタンをクリックし、次画面へ進みます。
 ※この画面と異なる場合、次ページの「LINE Developersへ」まで進んで下さい

プロバイダーの作成



プロバイダーに好きな名前（一般的には会社名や個人名など）を入力し、同意するボタンを押します。プロバイダーは複数の公式LINEを管理するので、既にプロバイダーがある場合、そちらを使う形でも大丈夫です。Messaging APIが作成され、次の画面へ進みます。

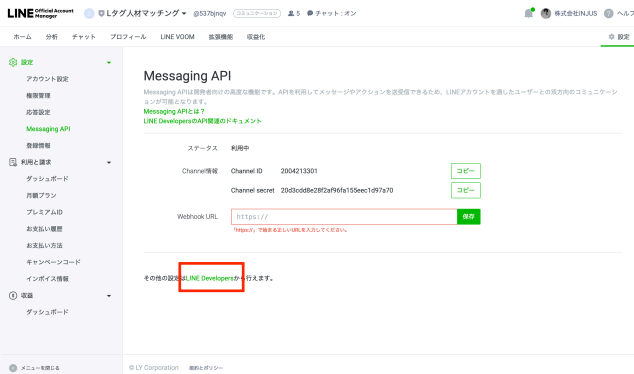
環境構築②LINE Developersの操作①

公式LINEをアプリ化するための各種設定を行う管理画面「LINE Developers」について

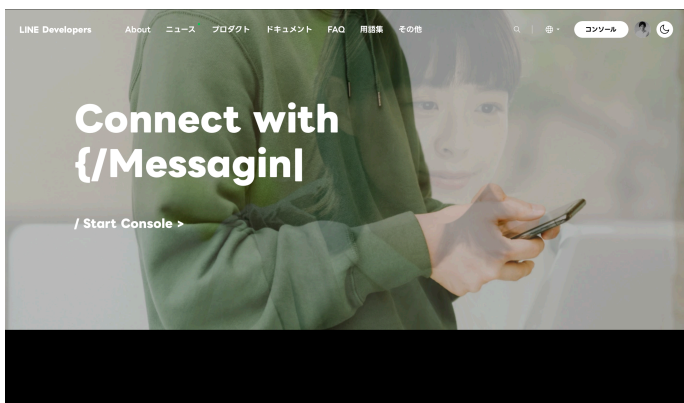
LINE Developers ^

緑色の「LINE Developers」ボタンをクリックします。なお、後ほど戻ってくるので、この画面は開いたままにしてください。

前ページまでの作業を初めて実施した場合、「Webhook URL」は空っぽの状態ですが、既に別のLINE連携ツールが設定されている場合、「Messaging API を作成」ボタンのないこの画面になり、「Webhook URL」に文字列が入力されている状態になっているケースもあります。LINE連携ツールは付け替えが可能なので、ここから一緒に進めていきます。



コンソール



公式LINEの運用だけなら、LINE Developersを使う必要はありませんが、より高度な構築や運用を行うなら操作に慣れておくことが求められます。LINE Developersを開き、右上の「コンソール」をクリックしましょう。

チャンネル



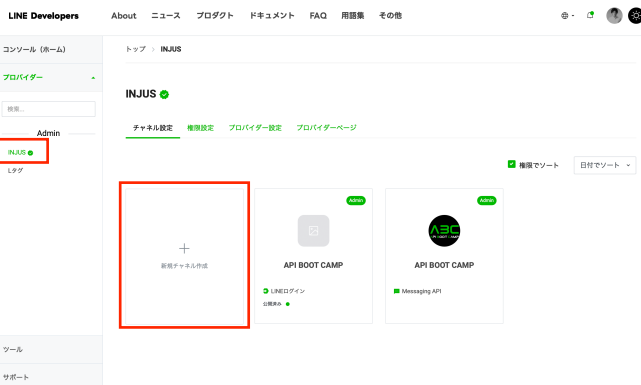
すると、Adminの中にプロバイダーが、「最近閲覧したチャンネル」の中にMessaging APIが表示されたこのような画面になります。

(他にアカウントを持っている場合、他のプロバイダーやチャンネルが表示されています)

環境構築③LINE Developersの操作②

公式LINEにチャンネルを上乗せすることで、単なるメッセージ配信を超えた機能性を発揮します

チャンネルの新規作成



早速、一つチャンネルを追加します。先ほど作ったMessaging APIと同じプロバイダーを選択し、プロバイダーに所属するチャンネル一覧を表示します。「新規チャンネル作成」を押してみてください。

LINEログインのチャンネルを選択



Messaging APIを始め、チャンネルにはいくつか種類があります。今回は「LINEログイン」を作成していきます。ちなみに、Messaging APIはDevelopersから新規作成が出来なくなりました（それなりに重要な情報となります）。

LINEログインの作成



回答を求められる箇所は以下の通り入力下さい

国：日本

チャンネル名：公式LINEの名前

チャンネル説明：公式LINEの名前

アプリタイプ：ウェブアプリ

同意：チェック

LINEログインの公開



LINEログインの作成が完了しましたが、「開発中」のステータスになっているため、「公開」に変更します。

※公開にはプライバシーポリシーのサイトURLが必要になりました

以上でDevelopersの作業は終了ですが、この画面はこの後も使うので、残しておいて下さい。

環境構築④Lタグの操作①

いよいよ、公式LINEとDevelopersとLタグを連携していきます

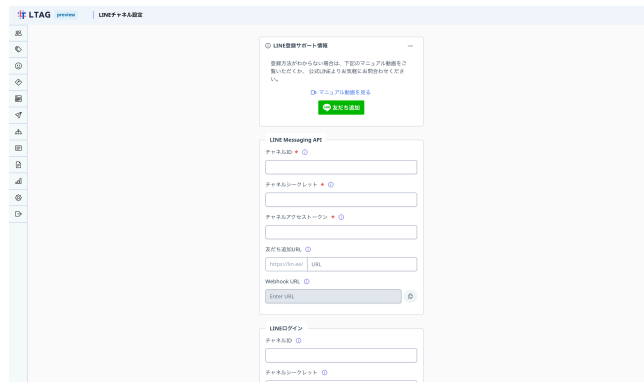
Lタグのアカウント開設



以下からLタグのアカウントを作成します↓
<https://preview.ltag.tech/register>

登録したメールアドレスに確認メールが届くので、URLクリックで認証を完了して下さい。

チャンネル設定



Lタグのログイン直後はこのような画面になります。一般的にLINE連携ツールは公式LINEとの紐付けが完了しないと利用出来ません。これまでの作業で取得した情報をどこに何を入力するか、説明していきます。

Messaging APIの各パラメータ



DevelopersからMessaging APIを開きます。チャンネルIDとシークレットは「基本設定」からすぐに見つかります。アクセストークンは赤枠の「Messaging API設定」から新規発行、友だち追加URLはLINE Official Account Managerから取得、それぞれLタグにコピーします。Webhook URLは一旦無視して下さい。

管理者権限



余談ですが、Messaging APIは大変重要な存在なので、もし、作成や管理を代理店などに代行している場合、権限を共有してもらうようにして下さい。最悪、公式LINEの作り直しになってしまいます。権限共有の方法としては、赤枠の「権限設定」からメールアドレスで招待URLを発行し、それをクリックすることで完了します。

環境構築⑤Lタグの操作②

Lタグを動かすための環境構築のラストサポートです

LINEログインの各パラメータ



LINEログインの値であるチャンネルIDとシークレットもDevelopersからコピペします。LIFF IDとエンドポイントURLは一旦無視し、下の「登録」ボタンを押します。すると、Webhook URLとエンドポイントURLが自動で発行されます。

Webhook URLと応答設定



前回の作業で残しておいたLINE Official Account Managerの画面からWebhook URLをコピペします。他の連携ツールのURLが登録されている場合は差し替えて下さい。もう一つ、「応答設定」のWebhookをオンにします（オンになっている場合はそのまま）

LIFFの作成



再び、Developersに移動し、LINEログインのチャンネルから以下の通りLIFFを作成します。
LIFFアプリ名：Lタグ
サイズ：FULL
エンドポイントURL：Lタグからコピペ
Scope：profileとopenidをオン
友だち追加オプション：On (Normal)

LIFF IDの取得



すると、LIFF IDが発行されるので（上の画面は空欄ですが）、Lタグにコピペします。

以上で、Lタグを動作させる環境設定は完了です！公式LINEの友だち追加やメッセージ送信でユーザー一覧に表示されていれば成功です（されない場合、設定ミスがあります）。

02

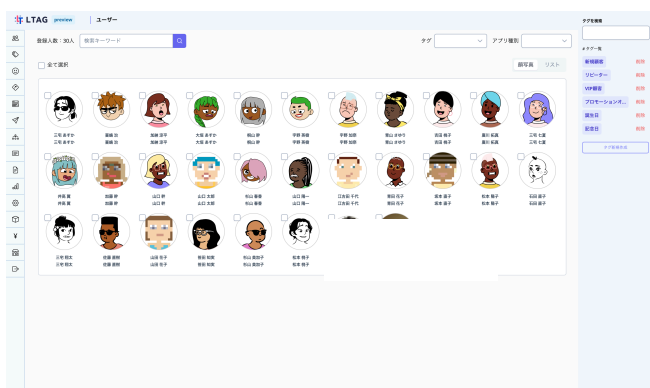
Lタグの操作説明

プレビュー環境で動かせるLタグの主要機能を説明

ユーザー

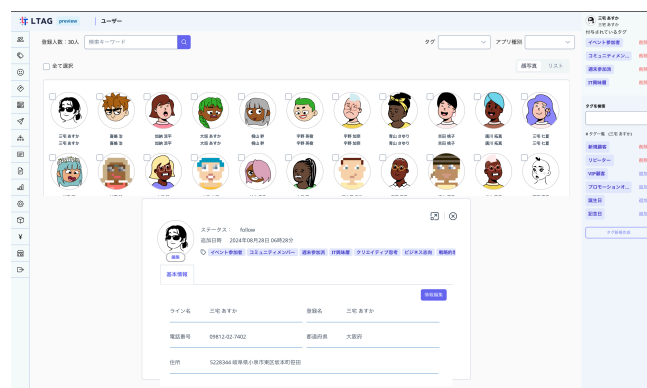
LタグのTOP画面にあたるLINE友だちを管理する画面です

ユーザー一覧（顔写真）



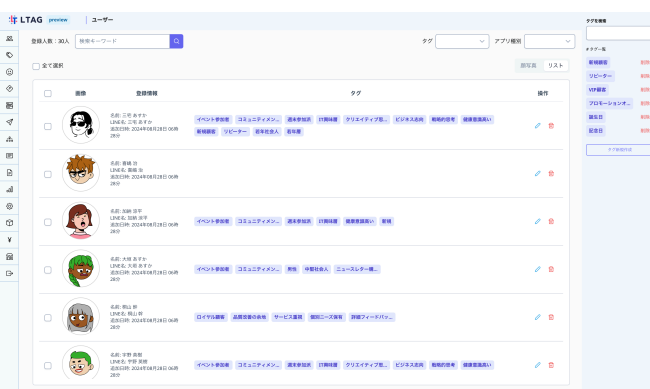
LINE友だちの顔写真とニックネームを自動で取得し、一覧表示します。Lタグ接続以前の友だちを表示するにはメッセージ送信やリッチメニュータップなどのアクションが必要です。従量課金はこの画面に表示されている人数に応じて発生します。

ユーザー詳細



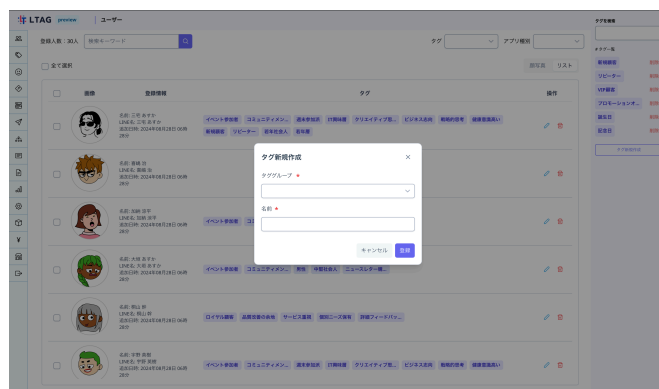
顔写真をタップするとユーザー詳細画面のポップアップが出現し、ユーザーに割り当てられたタグと個人情報を表示します。上部の検索ウィンドウはここでの入力内容に基づき対象者を抽出します。表示項目を自由に決めたり、ユーザー一覧のプロフ画像の変更も可能です。

ユーザー一覧（リストモード）



「リスト」ボタンを押すことで、一般的なCRM（顧客管理画面）と同じようなレイアウトに切り替えが可能です。一度に表示される人数は減りますが、ユーザー詳細を常時表示します。

タグの作成と付与/削除

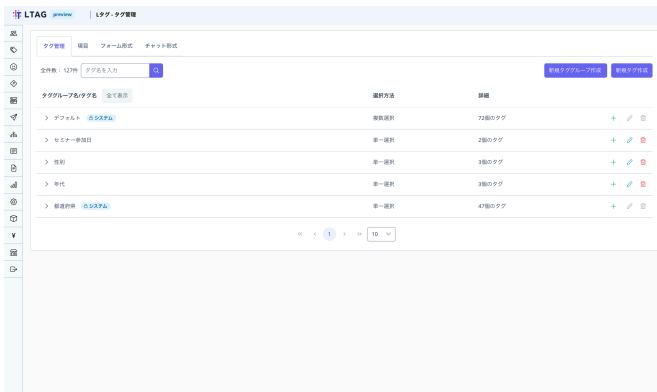


右サイドビューから、ユーザーを特定するためのタグを新規作成（削除）し、ユーザーに割り当てることが出来ます。他にも、チェックボックスを使うことで、タグの一括追加や削除、CSVのインポートが可能です。

Lタグ①タグ管理と項目

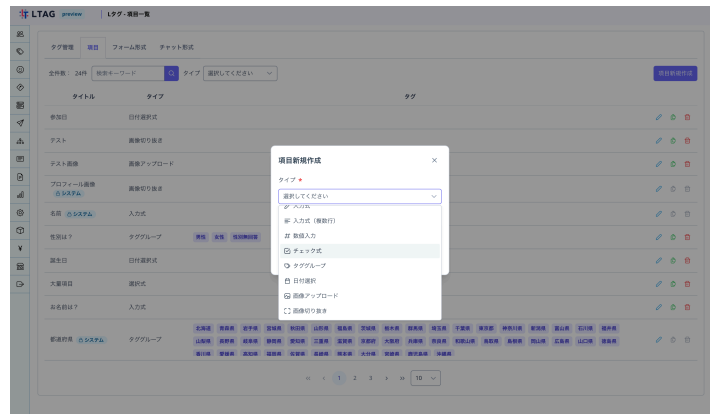
LINEの友だちを分類しユーザ特定するための要素を追加する画面です

タグ管理



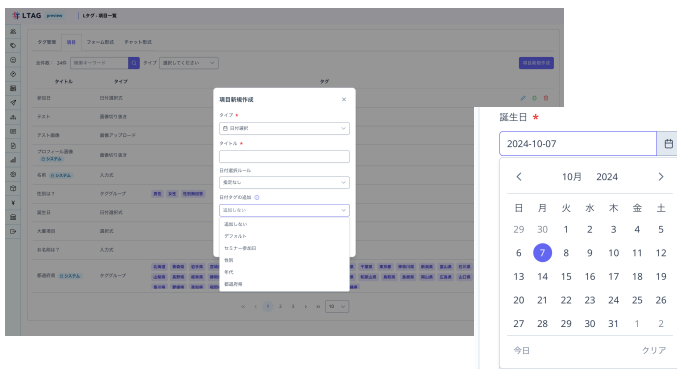
ユーザー一覧の右画面で作成したタグの管理を行います。タグは大量に発行されることが想定されるため、「グループ」というカテゴリに属することで整理整頓します。
 なお、都道府県など汎用的な項目はあらかじめシステム内に登録されています。

項目



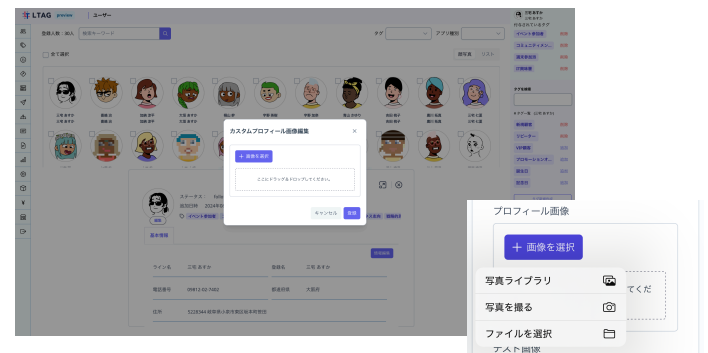
フォームを構成する設問を作成する画面です。選択枝式や自由入力、画像添付、カレンダー画面を表示する日付選択など、多種多様な設問タイプから選択可能です。
 特徴としては、同一の項目であればどこから回答しても入力内容が継承される点です。

特殊タイプ①日付選択



日付選択はカレンダー形式の入力ボタンを表示します。特筆すべき点として、**選択した年月日を半角数字8桁でタグ化し**、ユーザーに付与することが出来ます。これにより、特定の日付を起点としたユーザーの抽出が可能です。

特殊タイプ②プロフィール画像

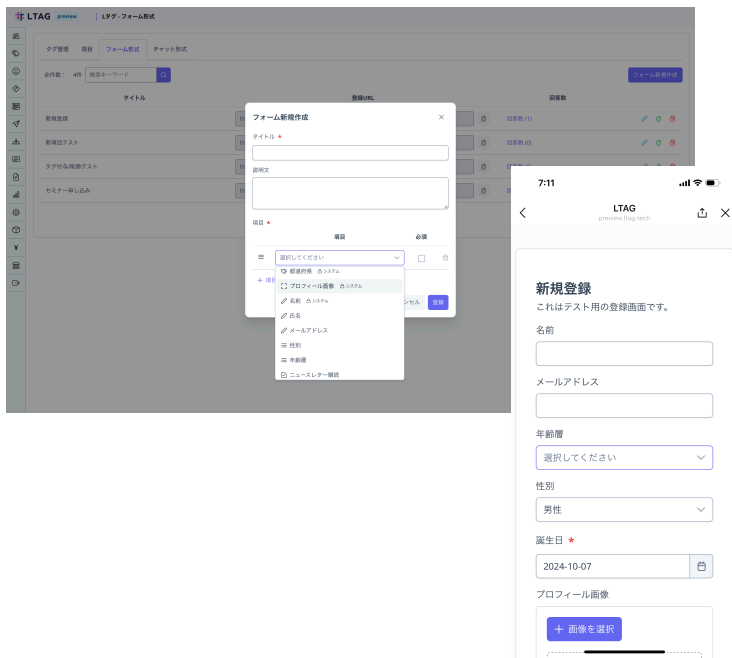


プロフィール画像は、ユーザー一覧に表示される顔写真を変更するための項目で、あらかじめシステム内に設置されています。フォーム上には画像アップロードボタンを表示し、簡単なトリミングが可能です。

Lタグ②フォーム形式

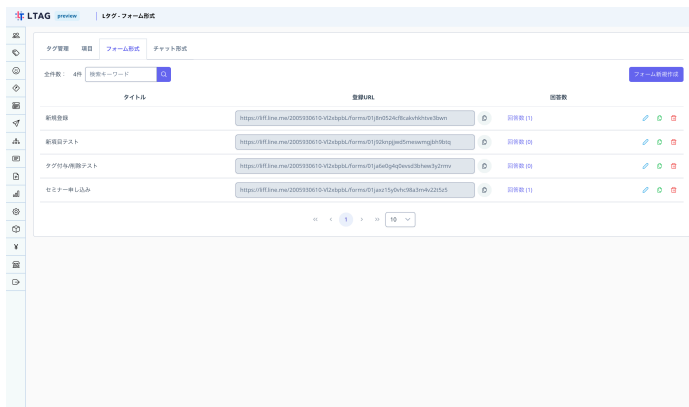
ユーザー情報を取得するためのフォームを作成する画面です

フォーム形式



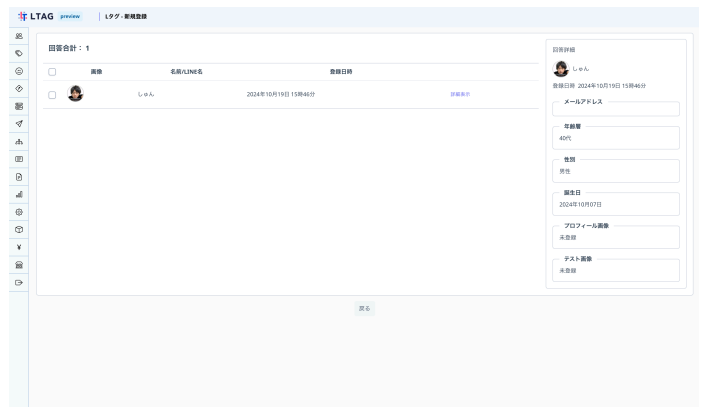
ユーザーから情報を取得する際、真っ先に思い浮かぶ手段がフォームです。Lタグでは、設問を先に作り、それらを組み合わせてフォームに成形します。並び替えや削除、項目毎の回答必須設定やフォームの説明文の入力が出来ます。**Googleフォームと異なり、回答結果をLINEに渡せる**点が最大のポイントです。

フォームの呼び出し方



フォームはリッチメニューなどから呼び出すことが出来ます。また、フォーム毎にURLが発行されるので、こちらを活用頂いても良いです。回答者数の表示やフォームの複製/削除も可能です。

回答結果の集約

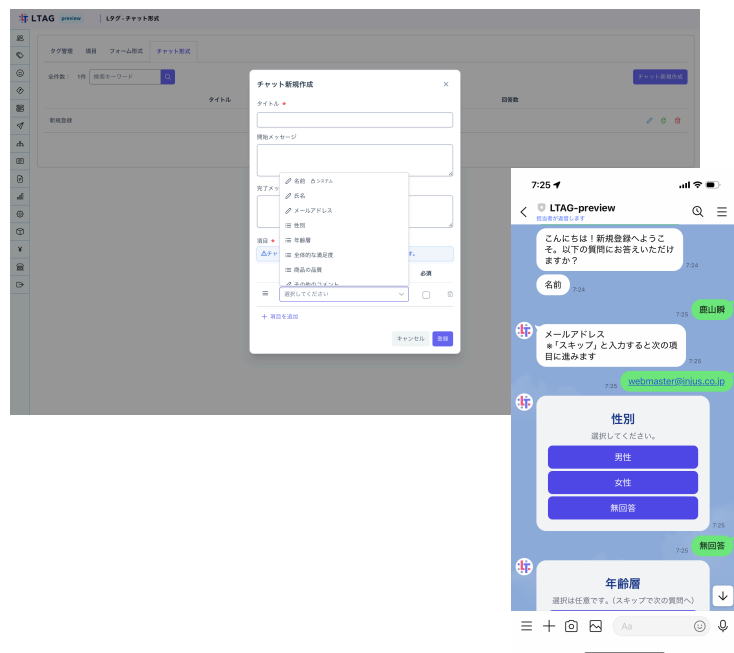


フォームの回答結果を集約する画面です。ここを参照するのも良いですが、頻繁に閲覧したい情報はユーザー詳細画面に表示されるように設定します。また、ユーザーがフォームに回答すると管理者のメールアドレスに通知されます。

Lタグ③チャット形式

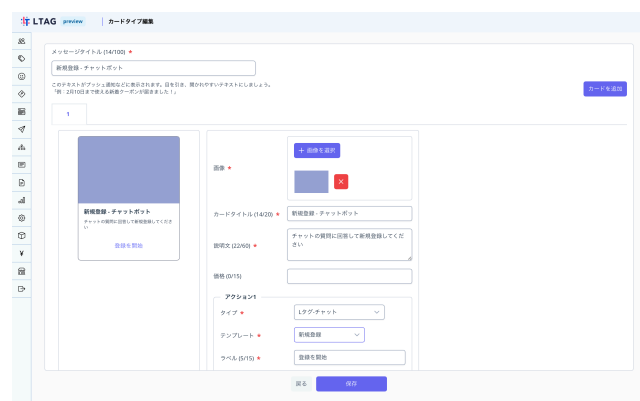
チャットによる一問一答形式でユーザー情報を取得する画面です

チャット形式



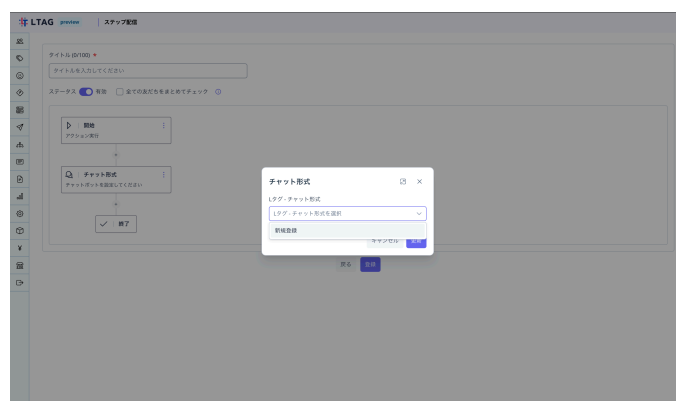
フォーム形式ではなく、チャットを用いた会話形式でユーザー情報を取得します。フォームほど自由度の高い設問を設定することは出来ず、テキスト入力と選択肢式の組み合わせです。開始メッセージは起動時に返す文面、完了メッセージは終了時に返す文面をそれぞれ入力します。

チャットの呼び出し方



呼び出し方はフォーム同様、リッチメニューにセットするのが定番です。離脱率が高くなる傾向があり、なるべく一度にたくさん聞き取らず、情報提供と引き換えかつ小出しに取得することを推奨します。その際、カードタイプや次ページのステップ配信に仕込むのが良いです。

ステップ配信連携



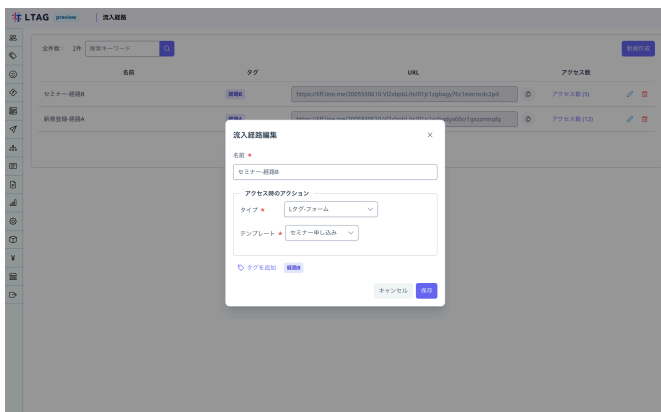
会話の流れでしれっと取る、という視点で考えると、一問一答で会話が成立している「ステップ配信」に組み込む運用が効果が高そうです。

Lタグ④他の情報収集方法

その他、Lタグではユーザーから無意識のうちに情報取得する仕掛けを用意しています

流入経路

換装モデル



どのURLをクリックして友だち追加したかを取得し、自動でタグを付与します。友だち追加後に特定の画面にリダイレクトする設定も可能です。ただし、ユーザー側に一枚別の画面を挟むこととなります。

COMING SOON !

11月中

商品注文時に配送先を聞いたり予約時に電話番号を聞くことはごく自然です。そのタイミングで聞き出したユーザー情報を自動で紐付けし、マーケデータとして活用します。

生データ

_intentデータ & スコアリング

COMING SOON !

更新頻度の高いデータでユーザー属性を判定したい、というケースが出てきます。例えば、Aという商品を買ったことだけであればタグで十分ですが、いつ・いくら・何回といった購入履歴を追いかけてみたい場合などです。

COMING SOON !

公式LINEはユーザーのボタントップやメッセージ開封などアクションデータを取得可能です。これらを蓄積することでユーザーの趣味嗜好が見えてきます。また、ユーザーアクションに応じたスコアリングを実施し、行動データに基づいた愛着度合いの測定も貴重なデータです。

オーディエンス

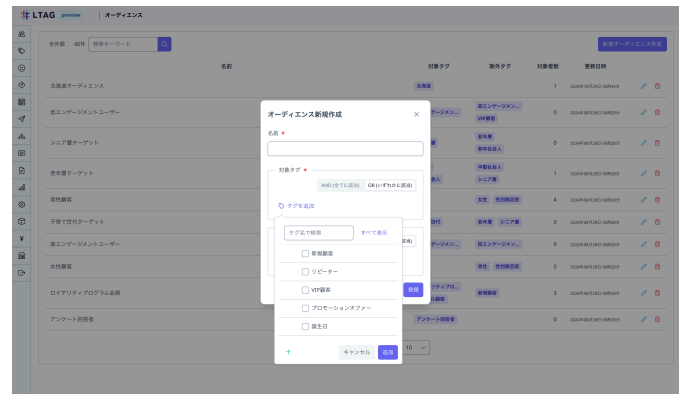
タグに応じたユーザーグループを作成する画面です

オーディエンス

名前	対象タグ	除外タグ	対象数	更新日時
本誌読者オーディエンス	本誌読者		1	2024/03/20 09:58:50
松エンゲージメントユーザー	松エンゲージメント ヴIP顧客	松エンゲージメント ヴIP顧客	0	2024/03/20 09:58:50
シニア層ターゲット	シニア層	若年層	0	2024/03/20 09:58:50
若年層ターゲット	若年層	シニア層	1	2024/03/20 09:58:50
男性顧客	男性	女性	4	2024/03/20 09:58:50
子育て世代ターゲット	子育て世代	若年層	0	2024/03/20 09:58:50
高エンゲージメントユーザー	高エンゲージメント ヴIP顧客	高エンゲージメント ヴIP顧客	0	2024/03/20 09:58:50
女性顧客	女性	男性	0	2024/03/20 09:58:50
ロイヤリティプログラム会員	ロイヤリティプログラム	非会員	3	2024/03/20 09:58:50
アカウント別顧客	アカウント別顧客		0	2024/03/20 09:58:50

前述した方法でタグを付与していくと、1人のユーザーに複数のタグが割り当てられます。それらを組み合わせ、ユーザーグループ化したものを「オーディエンス」と呼びます。オーディエンスはリッチメニューやメッセージの出し分けの判定として使用します。

オーディエンスの作成



「対象タグ」はそのタグが付与されているユーザーを抽出対象とし「除外タグ」はその逆です。それぞれ「AND」と「OR」を設定出来ます。例：東京都の23区内の女性のみ抽出したい
対象タグ：東京都と女性をAND
除外タグ：23区外のタグをOR

各データからオーディエンス化

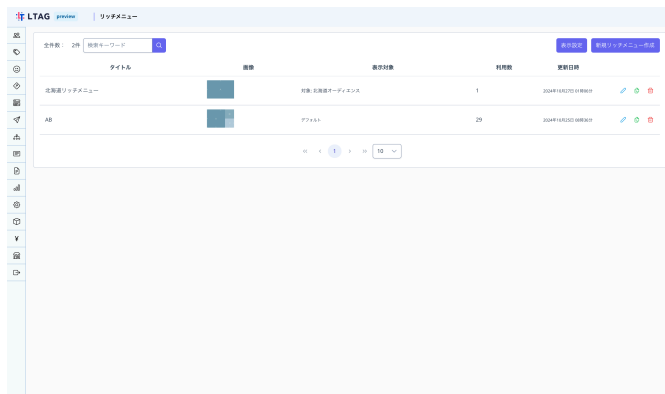
COMING SOON !

前述したデータとタグを組み合わせ、よりパーソナル情報に迫ったターゲットを抽出し、的確で無駄のないマーケティング施策を打てるようにしていきます。

リッチメニュー①作成

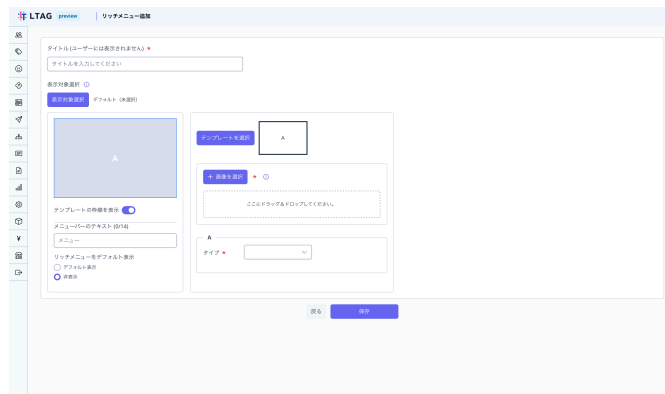
公式LINEの顔とも言えるトーク画面下のボタンを作成する画面です

リッチメニュー一覧



作成されたリッチメニューは一覧画面に表示されます。一覧画面では、現時点の表示対象属性とその人数、複製や削除が可能です。

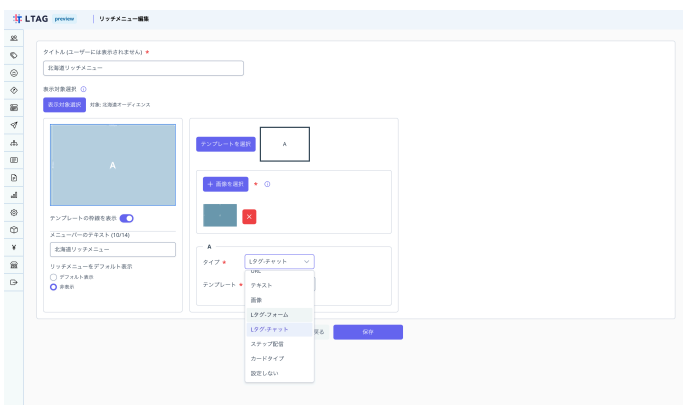
リッチメニュー作成



テンプレートの中から希望のボタン配置を選択し、画像をアップロードします。

「デフォルト表示」とは、公式LINE起動時、リッチメニューを常時表示するかの選択肢です。

ボタンタップ設定



ボタンをタップした際、どのようなアクションを起こすかを指定します。URL遷移や文字列を返したり、フォームやカードタイプを呼び出す、あるいは反応しないという設定も可能です。

カスタムテンプレートとタブ化

COMING SOON !

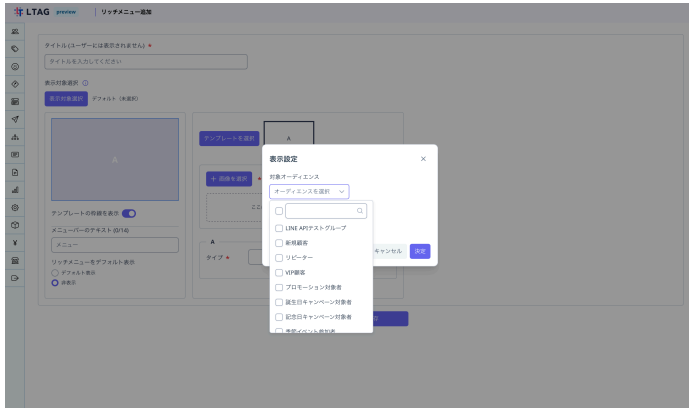
グリッド（方眼紙）上で任意の箇所を選択することで、一つ一つのボタンのサイズや形、配置を自由に作れる機能です。

また、上部にタブを設置し、切り替え型のリッチメニューを設定出来るようにします。

リッチメニュー②表示設定

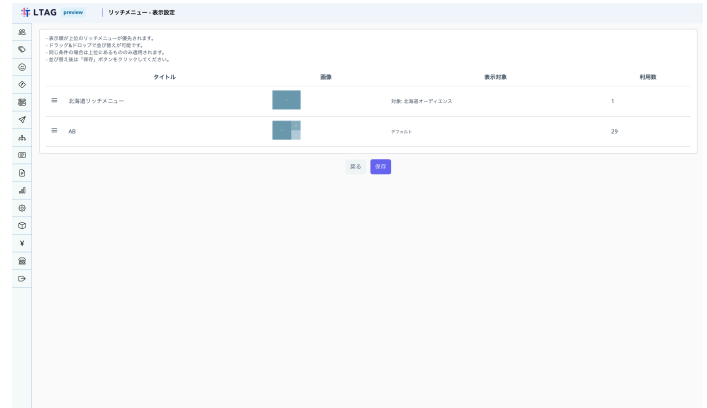
オーディエンスに応じてリッチメニューを出し分ける設定方法です

オーディエンス毎の表示設定



左上の「表示対象選択」ボタンを押すと、オーディエンス毎のリッチメニュー表示対象者を指定することができます。ここで設定したオーディエンスに対して特定のリッチメニューが表示されます。

優先順位

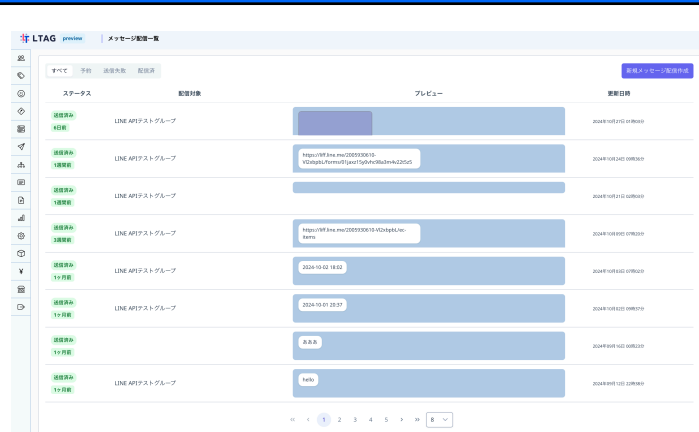


複数のオーディエンスに属している場合、一番上のリッチメニューから優先されます。この序列を変更する場合、「表示設定」から三本線のアイコンをドラッグすることで入れ替えます。どのオーディエンスにも当たらないデフォルト表示は最下層にして下さい。

メッセージ

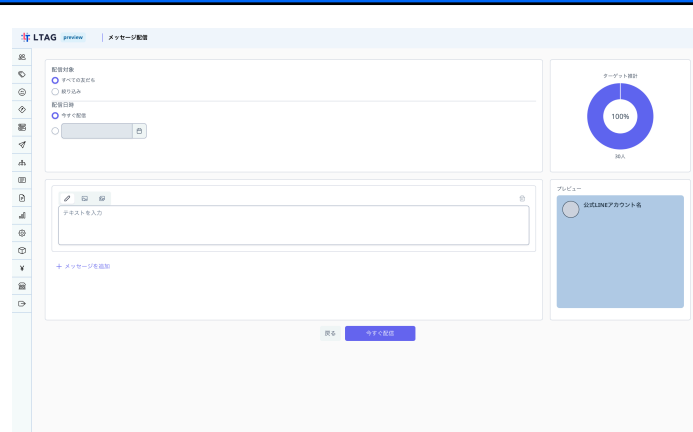
公式LINEのメイン機能であるメッセージを配信する画面です

メッセージ一覧



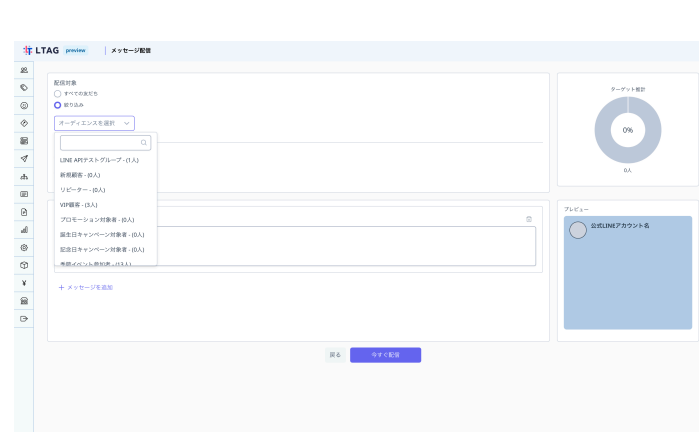
メッセージの配信状況を表示する一覧画面です。予約や送信失敗、配信済に応じて各グループに分類されます。

メッセージ作成



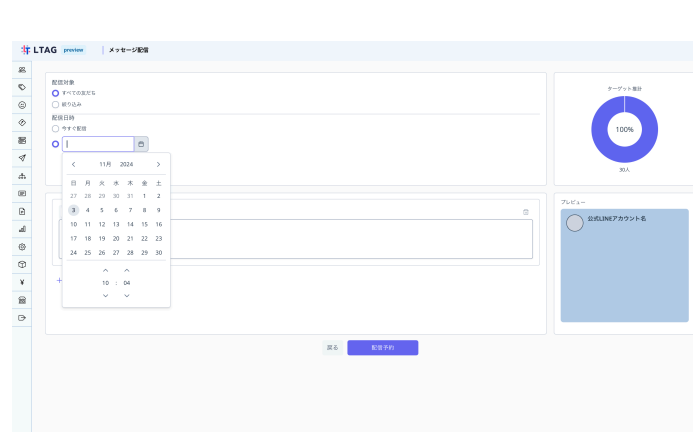
テキストや画像、後述するカードタイプなど、複数のメッセージ種別から送信が可能です。1回の送信で最大5つまで吹き出しを増やせます。この場合、LINEへの有料メッセージは5通ではなく1通 (=1回) としてカウントされます。

配信対象者の絞り込み



特定のオーディエンスにのみメッセージを送る（セグメント配信）ができます。「絞り込み」からオーディエンスを選択すると、右のカウンターが配信対象人数を表示してくれます。

予約送信



即時送信ではなく、指定時間になったら送信される予約送信を使いたい場合、カレンダーから日時を設定して送信設定して下さい。

ステップ配信

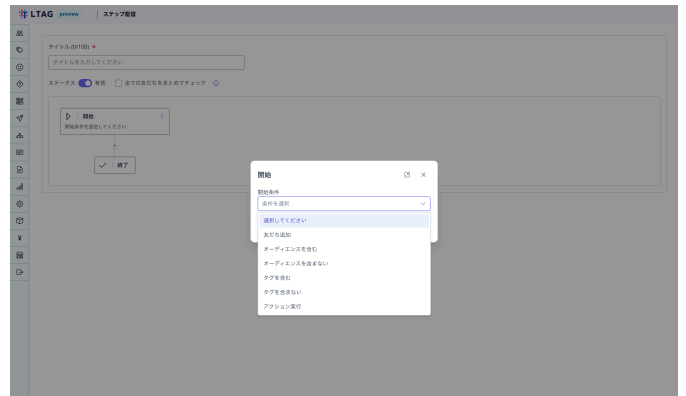
単発ではなく会話劇のようなシナリオ形式のメッセージを作成し、自動送信する画面です

ステップ配信一覧

タイトル	ステータス	実行回数	実行日時
チャットボット配信	実行	2	2024/10/23 09:40:19
条件テスト	実行	0	2024/10/23 09:40:19
群集追加	実行	0	2024/10/23 09:40:19
ステップ配信がテスト	実行	0	2024/10/23 09:40:19
APIテスト	実行	1	2024/10/23 09:40:19
"群集追加、オーディエンスに追加"	実行	0	2024/10/23 09:40:19
未知な追加フロー	実行	0	2024/10/23 09:40:19
"群集追加、タグのメッセージ配信"	実行	0	2024/10/23 09:40:19
再エンゲージメントメッセージ	実行	0	2024/10/23 09:40:19
アップセルキャンペーン	実行	0	2024/10/23 09:40:19

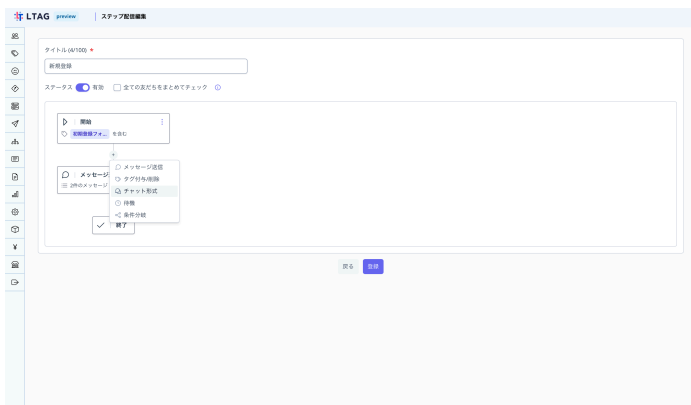
予約送信を含め、人間がその都度手動で送信作業をするのではなく、あらかじめ決められた条件に基づき、刻一刻と変わるLINEユーザーの状況に応じて自動で配信する機能がステップ配信です。なお、プレビュー環境で作成出来るシナリオ上限は5つです。

ステップ配信のきっかけ作成



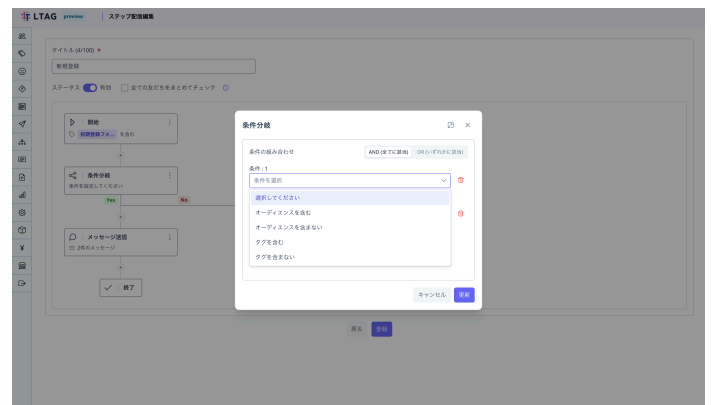
Lタグではステップ配信のシナリオをグラフィカルなUIで直感的に作成可能です。まず、シナリオを発動させるきっかけ、トリガーを決めましょう。分かりやすいのが「友だち追加」です。他にも特定のタグが付いたりオーディエンスに含まれることを起点にします。

シナリオの作成



吹き出しを追加していく方式でシナリオを作成していきます。メッセージの送信やタグの付与/削除、チャット形式の呼び出しや待機など、色々と動かしながらマーケ線略を組んでみて下さい。

条件分岐

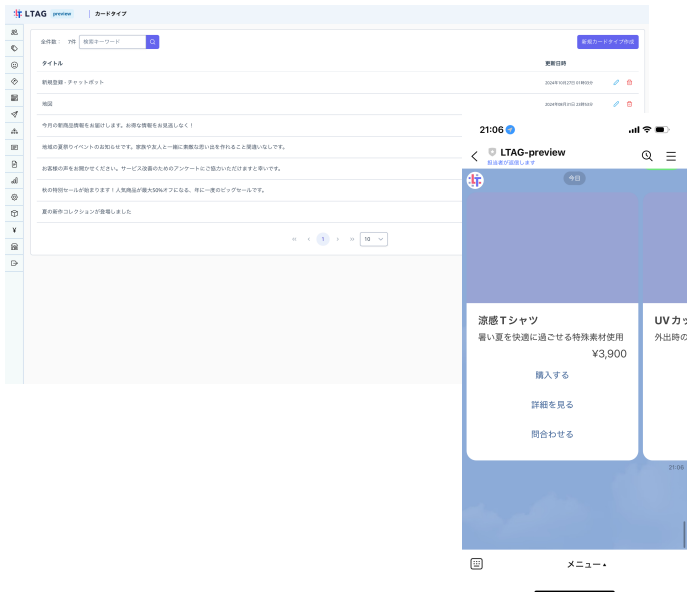


ユーザーの状態による分岐を作成します。例えば、このタグを持っている人にはシナリオを終了させ、まだ持っていない（CVしてない）人には継続的に掘り起こしメッセージを送る、といったシチュエーションが想定されます。

カードタイプ

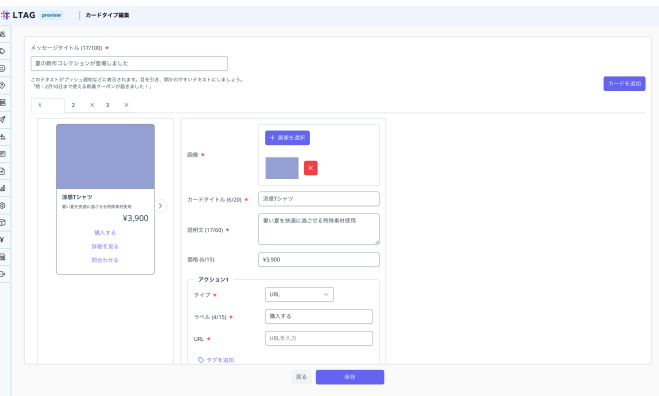
横スクロールで複数の情報を陳列するLINE特有のUIの作成画面です

カードタイプ (カルーセル)



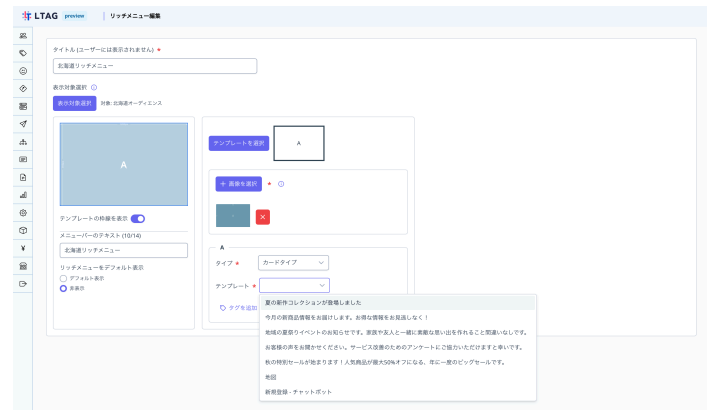
カードタイプとは、サムネイル画像とタイトル、説明文に加え、最大3つのボタンを1セットにした横スクロール可能な表示形式です。複数の情報を一度にまとめて陳列する際に重宝します。
 なお、大量の情報の取り扱いには不向きです。

カードタイプ作成



画像やテキストなど、カードタイプ上に表示する内容をセットし、リッチメニュー同様、ボタンアクションを設定します。
 ちなみに、必ずしも複数のカードを登録する必要はありません。

カードタイプの呼び出し方法



作成したカードタイプはリッチメニューやメッセージ配信、ステップ配信から呼び出します。

その他メッセージ送信に関して

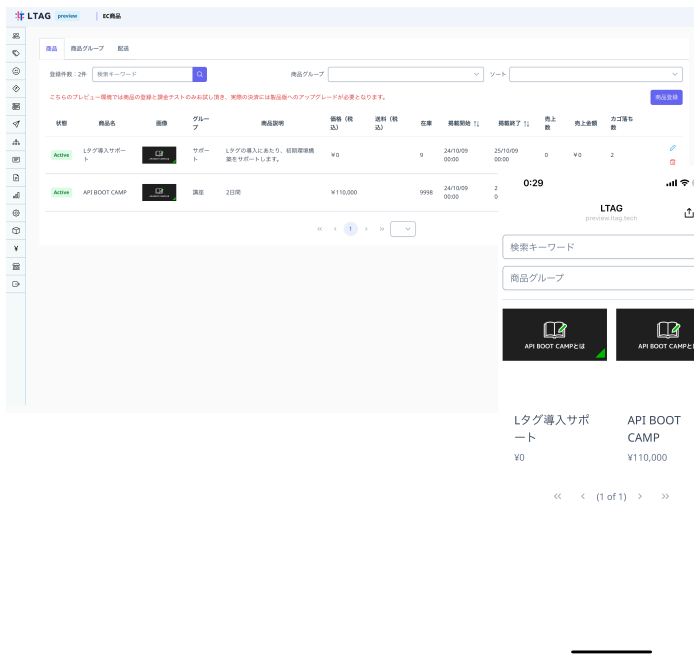
現状、実装してはませんが、開発計画に上がっているアプデ内容は以下です↓

1:1メッセージ	リッチコンテンツなど
<p style="text-align: center;">COMING SOON !</p> <p>全体やセグメント配信ではなく、特定のユーザーと1対1でメッセージの送受信を行います。実は、LINE Official Account Managerの1:1メッセージは料金がかからない、アプリが便利など、少し優先順位を落としています。</p>	<p style="text-align: center;">COMING SOON !</p> <p>実装済みのテキストや画像、カードタイプだけでなく、リッチコンテンツと呼ばれる画像にURLなどを仕込めるタイプやその動画版、スタンプを送れるようにします。</p>
キーワード応答	
<p style="text-align: center;">COMING SOON !</p> <p>ユーザーがチャットから特定のキーワードを入れてメッセージを送ると、それに応じた自動応答を設定する機能です。</p>	

決済①ECをスタートするための環境構築

LINE上にECを構築し、商品を販売して収益を得る機能です

LINE上にECを構築



公式LINEのトーク画面ではなく、LIFF（リフ）ないしミニアプリ（詳細説明は製品版にて）と呼ばれるブラウザ上にECを構築します。ここでの購入情報をLINEアカウントに渡すことで、購入総額や頻度等に基づいたマーケティング施策をLINEで実施可能な点が最大のポイントです。

なお、プレビュー環境はEC機能の操作デモとなり、実際にお金移動する機能は使えません。

テナント設定とエントリーURL



まず、「ECテナント設定」からテナント（店舗名）を入力下さい。テナントを作成するとLIFFとミニアプリにURLが発行されます。ユーザーはここから商品情報にアクセスすることになります。このURLをリッチメニュー等にセットします。

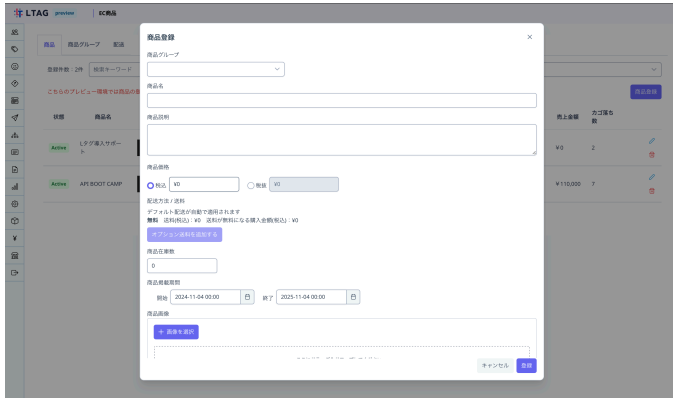
LIFFとミニアプリ

LINEと連携する形で作られたシステムをLIFFと呼びます。例えば、Googleフォームの回答結果をLINEユーザーに反映させることが出来ないのに、Lタグのフォームは出来る。これは、LタグのフォームがLIFFで作られているからです。一方、LIFFには弱点があります。公式LINEを友だち追加した人にしか使ってもらえない点です。これを解消する技術がミニアプリでして、ミニアプリは友だち追加必須ではなく、動作することが出来ます。その代わりに、LINEを友だち追加してもらえなければ自分の公式LINEの中でマーケティングを打つことは出来ません。商品を売ることが目的で、ユーザー情報の取得は二の次という場合、ミニアプリが適していると言えます。LINEから探してみてください

決済②商品登録～支払い

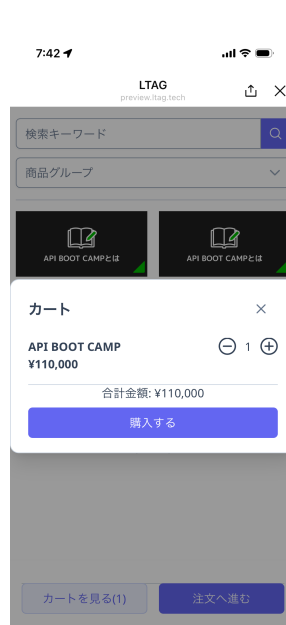
商品を登録し、LINE上に表示して購入してもらうまでのフローです

商品登録



テナント作成が終わったら、Lタグの左メニュー「商品登録」から商品情報を入力します。商品名や説明、金額や在庫、サムネイル画像などを入力します。

商品掲載



LIFFやミニアプリを開くと、一般的なECサイトが立ち上がり、登録した商品が反映されています。目当ての商品をカートに入れ、「購入する」ボタンをクリックして下さい。次の画面で、クレジットカードと配送先の住所を入力する画面に遷移します。

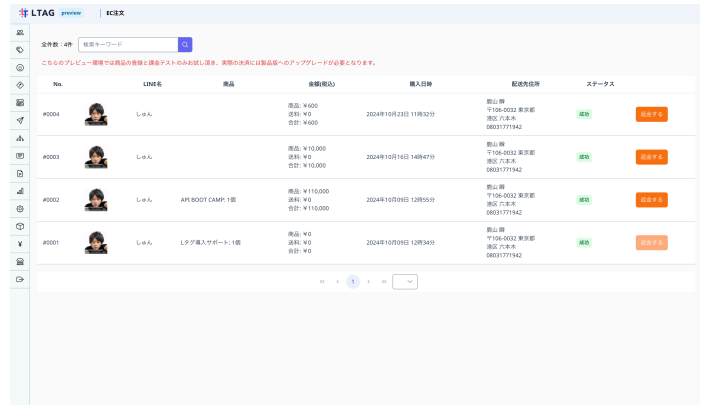
クレカと配送先情報の入力



プレビュー環境はデモ操作のみなので、本物のクレジットカードを入力してもエラーが出ます。管理画面に記載されたテストカード情報を入力してみてください。

その下が配送先の住所となり、ここで取得した情報をマーケティングデータとして転用するという事です。これらは一回入力すれば保存されます。また、回答項目を自由に設定出来ます。

購入履歴



テスト用クレカの決済に成功すると、誰がいつ何をいくらで購入したか、履歴の中に蓄積されていきます。カゴ落ちなどを取ることも出来ます。本番の運用に関しては製品版マニュアルにて詳しく記載しています。

03

Lタグの操作説明

製品版や換装モデルで動かせる機能を説明

- LINEオファー
- 決済（資金移動あり）

※製品版以上をご契約頂いているアカウントのみ共有