

（まだ使っていないの？）

LINEを 活用した CRM施策



DIRECT HOLDINGS



▶ 目次

- はじめに
- ① CRM に LINE を活用するという選択肢
- ② LINE を活用するメリット
- ③ システム連携や社内工数の負担が課題
- ④ 課題を乗り越えるには？
- おわりに

▶ はじめに

CRM (Customer Relationship Management) は、顧客との関係を個別に管理・分析し、効果的に管理するための戦略を指します。企業が顧客との対話を最適化し、顧客ごとにきめ細やかな施策を打てるようにすることが目標となります。

LINE は、CRM にとってのツールです。 LINE を使えば、情報の収集も配信も個別に行うことができます。

しかし、LINE を使った CRM には課題もあります。この資料では、**LINE を CRM に活用する際に乗り越えなければならない壁と、課題をクリアして運用を効率化するためのポイント**をご紹介します。



▶ 1. CRM に LINE を活用するという選択肢

そもそも CRM (Customer Relationship Management) は、顧客との関係を個別に管理し、マーケティング施策を最適化するための戦略を指します。

例えば EC 事業においては、顧客の行動履歴・購入履歴を一元管理したり、そのデータベースに基づいてキャンペーンを打ったりと、**中長期的に顧客の情報を蓄積し、それぞれに合った施策を検討するケース**が多くなっています。



人脈の管理やリードナーチャリングを通じて CRM をサポートするツールはいくつかありますが、
実は LINE は、**CRM の実践において非常に有用なツール**です。

LINE の公式アカウントには、 以下のような機能があります。



ステップ配信

期間や頻度を設定してメッセージを一斉配信



自動返信

顧客のメッセージに応じて自動で返信



LINE VOOM

友達登録している顧客の LINE VOOM に
投稿を配信

これらを効率的に活用すれば、 大きな成果を生み出すことができます。

▶ 2. LINE を活用するメリット

CRM ツールは無数に存在しますが、その中でも LINE を活用するメリットについて考えてみましょう。代表的なメリットとして、以下の 3 つがあります。

- ① 利用率の高さ
- ② 双方向のコミュニケーション
- ③ 顧客体験の向上に繋がりやすい

それぞれについて、少し掘り下げてみます。

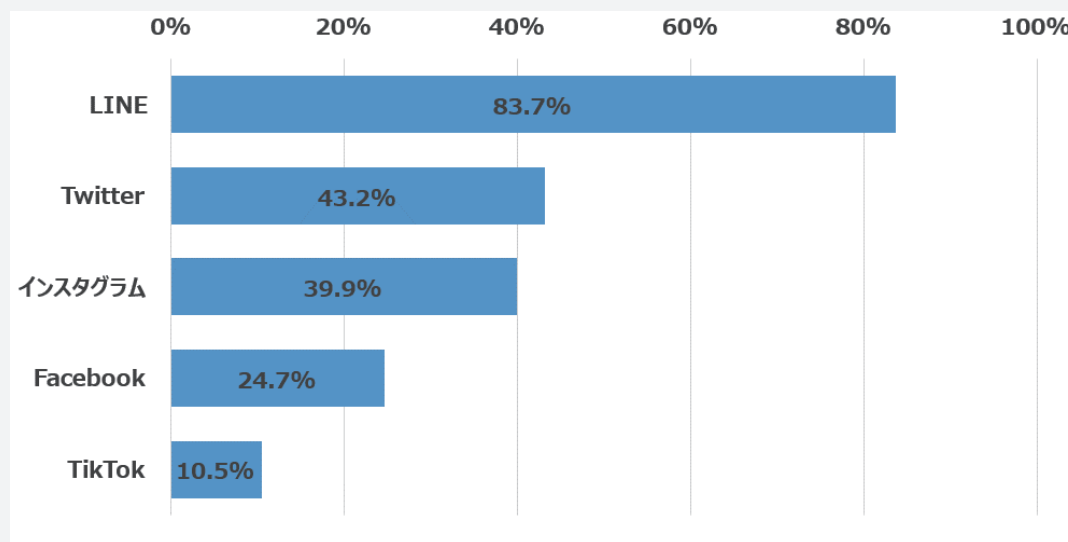


1 利用率の高さ

LINE を CRM に活用する最大のメリットは、その**利用率の高さ**です。

NTT ドコモのモバイル社会研究所によると、LINE の利用率は**83.7%**。SNS の利用率が高い若年層のみならず、中高年層にも利用されているツールです。

行政機関が活用しているケースも多く、**ユーザーが壁を感じることなく利用できるのがメリット**と言えるでしょう。



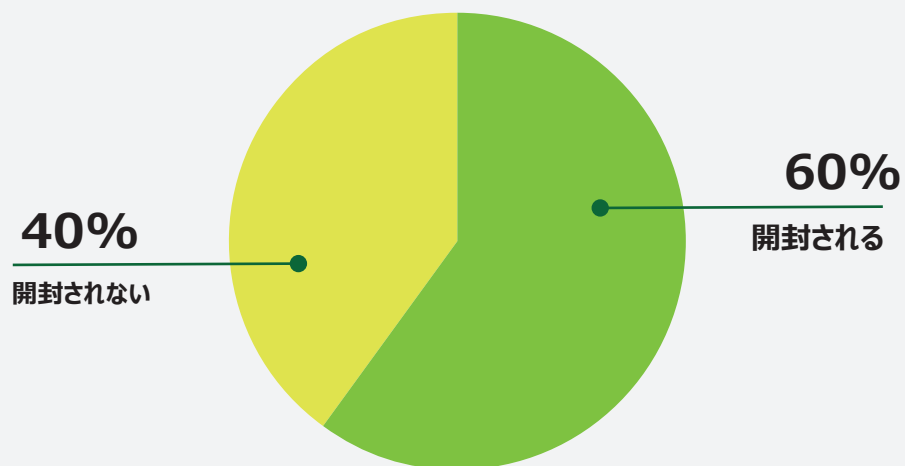
【参照】NTT ドコモモバイル社会研究所

2 双方向のコミュニケーション

LINE を利用すれば、**情報の送信・受信が 1 ツールで可能となります**。そして、利用率の高い LINE だからこそ、送信・受信いずれも高い効果が期待できます。

例えば、**LINE の開封率は 60% と言われています**。これはメルマガを大きく上回り、広告の開封率として非常に高い数値といえます。

また、チャット bot などを活用すればユーザーが要望や質問を送信しやすくなり、データの収集も容易になります。



③ 顧客体験の向上に繋がりやすい

CRM に LINE を統合することは、**ユーザーインターフェース（UI）**の面で優れた選択肢となります。

まず、LINE の UI は**すでにユーザーに利用され、親しまれています**。ユーザーにとってすでに馴染みのある UI は、新しいツールやプラットフォームを導入する際に生じる学習コストを削減します。

また、LINE はテキストだけでなく、スタンプや絵文字、画像、動画などの**豊富なメディア**に対応しています。感情に訴えかける対話や視覚的な情報伝達を通じ、ユーザーとのコミュニケーションの質が高まります。

さらに、LINE の UI は**シンプルで直感的**です。顧客が求める情報にアクセスしやすく、その点でも優れた選択肢になります。



【コラム】 LINE のセキュリティ問題

2021 年、LINE は個人データの管理に不備があったとして謝罪に追い込まれました。中国の関連会社の社員が個人情報データにアクセス可能な状態にあったというのです。これは、政府・個人情報保護委員会が問題視するなど、大きな問題となりました。LINE はプライバシーポリシーの改訂などを実施。今のところ問題は沈静化しています。

しかし、一般的に言って、顧客管理データに漏洩やサイバー攻撃のリスクが付き纏うことは否定できません。技術面のみならず社会的な信頼感にも目を向けながら、自社の信頼感が失われないよう配慮する必要がありそうです。



▶ 3. システム連携や社内工数の負担が課題

LINE を CRM に活用するにあたって最大の課題は、**システム連携や社内工数の負担**です。LINE で収集した情報を CRM システムに反映させたり、CRM データに基づいて LINE での販売促進をしたりするためには、**両者を連携させるためのシステム構築が必要です**。そしてシステムの構築・運用にあたっては、社内工数の増加を避けることができません。必要な負担をまとめると、以下ようになります。

システム構築

まず、システム連携の課題に対処するためには、既存の **CRM システムやデータベースと LINE をスムーズに統合する仕組み**を整える必要があります。API（Application Programming Interface）を活用して両者のデータを連携させることになります。これにより、**顧客が LINE を介して行った対話や取引情報などが CRM システムにリアルタイムで反映され、一元的なデータ管理が実現**できます。

セキュリティの確保

また、システム連携においてはセキュリティの確保も不可欠です。顧客データや企業情報の漏洩を防ぐために、**適切なセキュリティ対策**を講じ、**データの暗号化やアクセス権の厳密な管理**を行うことが求められます。

従業員の教育

さらに、社内工数の負担に対処するためには、**従業員に適切なトレーニングを提供し**、新たなツールやプロセスの導入に伴う学習コストを最小限に抑える必要があります。また、**自動化技術やワークフローの最適化**を検討することで、業務の効率を向上させ、従業員が手作業での作業を減らすことが可能です。

社内連携

社内の異なる部門やチームとの協力も重要です。LINE を CRM に統合することで得られる情報やデータは企業全体で共有されるべきであり、それによって**一貫性のある顧客体験**が提供されます。協力体制を築くことで、**情報共有の円滑な流れ**を実現し、**社内の連携を強化**することができます。

▶ 4. 課題を乗り越えるには？

ユーザーの数が増えれば増えるほど、システム連携の負担は大きくなります。

そこで考えられるのが、**システム連携プラットフォームの活用**です。LINE を CRM に活用する上で役に立つツールが多く開発されています。こうしたプラットフォーム・ツールを活用すれば、**効果的な CRM が行えるのはもちろんのこと、データ分析やクリエイティブの制作にも良い効果をもたらします。**

本章では**代表的なツールを 3 つ**ご紹介し、どのような機能やメリットがあるのか紹介していきます。



1 Liny(リニー)

Liny は、LINE を用いた CRM ツールとして代表的な存在。 **経済産業省** や **金融庁** のような官公庁、**MORINAGA** や **FUJIFILM** のような**大企業**を含めて全国で 3500 以上の団体・企業が採用しています。運営会社はソーシャルデータバンク株式会社。東京に拠点をもち、Webサービスの提供を主たる事業としています。



Liny の機能や費用

【機能】

Liny の特徴は、**LINE 活用手法の選択肢が多い**点です。配信・情報収集から分析まで、LINE を余すところなく活用できるツールとなっています。例えば、流入経路分析においては、ユーザーが友達追加をしたルートによって配信内容を変えたり、その後の購買行動と紐付けてデータ分析ができる機能を備えています。

【費用】

Liny の費用は、「**初期費用 + 月額費用 + LINE 公式アカウントの費用**」から成ります。初期費用は約 5 万円。月額費用は 5 千円程度の最安プランから、5 万円を超える高額プランまで準備されています。これに加えてプランによって LINE 公式アカウントに対する課金が発生するため、**費用の見積もりは丁寧に行う必要があります**。

2 Synergy!

Synergy! は、CRM 全般に役立つツールを搭載した**マーケティング支援プラットフォーム**です。

LINE を用いた CRM に活用できるのはもちろんのこと、Web 広告やメルマガなど**他のチャネルの活用にも対応しているため、多様なチャネルの相乗効果に期待できます。**運営会社はシナジーマーケティング株式会社。東京と大阪に本社を持ち、CRM を中心としたマーケティング支援を担っています。



Synergy! の機能や費用

【機能】

Synergy! の特徴は、基本機能であるデータベースをコアにして**さまざまな外部機能の活用**に繋がれる点にあります。LINE 配信だけでなく**アンケートによる情報収集や Web 広告の配信までサポート**しており、Web マーケティングの可能性を広げられるプラットフォームです。

【費用】

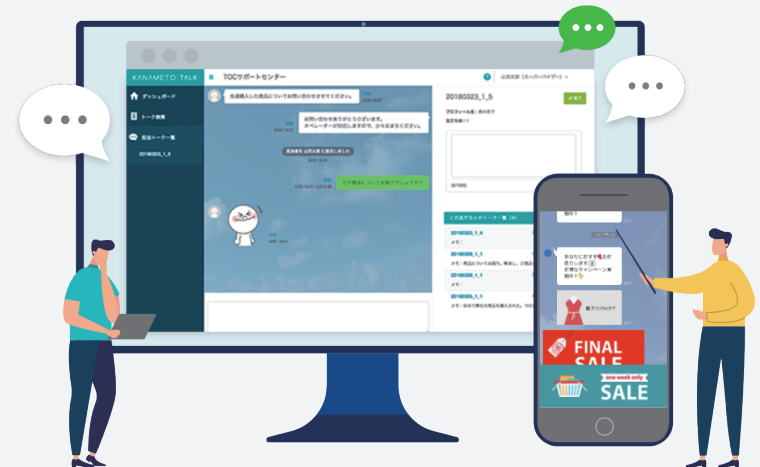
Synergy! を利用するためには基本機能である「データベース / フォーム」の費用を支払う必要があり、**初期費用が 11 万 8 千円、月額費用が 1 万 5 千円～と設定されています**。メール配信や LINE 配信には別途費用がかかることになっており、LINE 配信は初期費用が 3 万円、月額費用が 0 円～となっています。

3 KANAMETO

KANAMETO の特徴は、**地方自治体や大学を主なターゲットとしている点**です。
熊本市や駒澤大学をはじめ、**200 以上の地方自治体・大学で導入された実績**があります。

運営会社は transcosmos online communications 株式会社。LINE ヤフーとトランスコスモスの合併会社です。親会社の強いバックアップを背景とした信頼性の高さが特徴です。

KANAMETO
LINEメッセージ配信ツール



KANAMETO の機能や費用

【機能】

KANAMETO の機能は、**地方自治体・大学に特化している点**が特徴です。例えば、地方自治体向けの防災・安全対策の機能では、地域のインフラに関する問題を通報する機能を備えています。「デジタル田園都市国家構想」に関連する交付金を用いたサービス活用について案内を行うなど、**地方自治体・大学の担当者に特化したカスタマーサポートが行われている点も、ターゲット層に対する魅力の一つです。**

【費用】

KANAMETO の費用も、「**初期費用＋月額費用＋LINE 公式アカウントの費用**」。初期費用・月額費用はそれぞれ 7 万 7 千円～と設定されています。

▶ おわりに

本資料では、**LINE** を用いた **CRM** の課題と適切な活用方法について掘り下げました。

ユーザーの利用率が高く UI もシンプルな **LINE** は、**CRM** のツールとして極めて優秀です。しかし、デフォルトの公式アカウント機能だけでは **CRM** に活用することはできません。効果的な**システム連携**を通じて、データの集積や活用を可能な限り自動化・効率化することが求められます。

そこでは、**CRM 支援プラットフォーム・ツールの活用**が有効な選択肢となってきます。**適切なプラットフォームの選択**を通じ、ベストな **CRM 体制**を構築しましょう。

最後までお読みいただき、 ありがとうございました。



DIRECT HOLDINGS

ダイレクト・ホールディングスは、
デジタル・マーケティング事業、
SNS マーケティング事業、PR・
キャスティング事業をはじめ、多
彩な人材やノウハウを持つ広告
代理店です。
マーケティングに関するお困りご
と、ご相談がある際は、お気軽
にご連絡ください。

【お問い合わせ】

東京本社 〒163-1439

東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号

東京オペラシティタワー 39 階

電話番号：03-6416-4822

FAX：03-6416-4823

contact@direct-holdings.co.jp