

LINEしもすわ商店街 配信申込の手引き

2024年6月1日



下諏訪商工会議所
Shimosuwa Chamber of Commerce and Industry

はじめに

当所、御田町商店街、オルゴール通り商栄会の合同で立ち上げた『しもすわ商店街』LINEアカウント。2024年1月から開始した「開運スクラッチキャンペーン」を機に有料アカウントへの切替えを実施し、現在は下諏訪商工会議所主体のキャンペーンやイベント情報、チャレステしもすわ出店状況の発信ツールとして運用中です。

友だち登録数も1,000名を超え、メッセージ到達数(ターゲットリーチ)は956通と大幅に伸びています(友だち総数1,177、ブロック217※2024年5月末現在)。LINEアカウント立上げ時のまち歩きイベント(スタンプラリー利用)、開運スクラッチキャンペーン等、町内における買物、イベント等に興味を持つユーザーが多数と想定されます。

そこで、下諏訪町内の商店街や会員の皆さまにも、自社のキャンペーンや売出情報、新サービス告知等、来店促進や商品購入へのアクションに繋がる情報の発信ツールとして活用いただけるよう、月毎の申込制(先着順/有料)にて代行配信の支援を実施します。

一度に多くのユーザーに配信できる「LINE」を活用し、
お店を宣伝してみませんか！

目次

1) LINEについて

2) しもすわ商店街アカウントについて

3) 配信可能なメッセージ種別 — 通常メッセージ

4) 配信までの流れ

5) 申込み方法

6) 申込関連スケジュール(参考)

7) 付録

— 効果的なメッセージ配信のコツ①②



1) LINEについて

SNS (instagramやFacebook等)とは異なる発信ツールとして、近年企業の販促活動に利用されています。

LINEユーザーの特徴

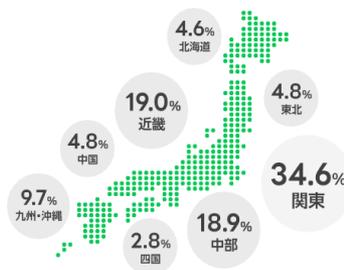
LINEの国内月間利用者数

コミュニケーションアプリ「LINE」は、日本の人口の約70%となる9,500万人が利用しています。



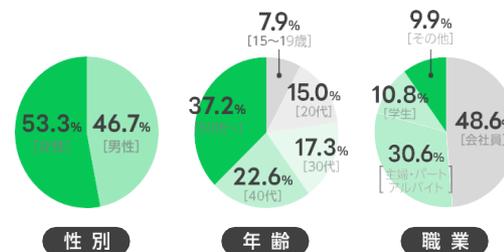
全国のユーザー分布

日本国内のLINEユーザーの居住地^{※3}は全国の人口分布比率に近く、多くのユーザーが利用しています。



ユーザー属性

LINEは、幅広い年代や属性のユーザーに親しまれ、日々使用されています。^{※4}

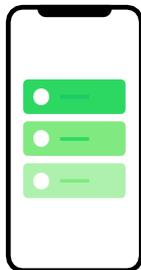


※1 2023年3月末時点 ※2 LINEの国内月間アクティブユーザー9,500万人・日本の総人口1億 2,508万 2,000人 (2022年8月1日現在推定値) 総務省統計局 ※3 ※4調査委託先: マクロミル・インターネット調査 (2022年7月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

LINE公式アカウントでできること

リアルタイムな情報発信

LINEはメッセージが開封されるタイミングが早いという特長があります。リアルタイムな情報の配信によって、予約や購入などのアクションを促すことができます。



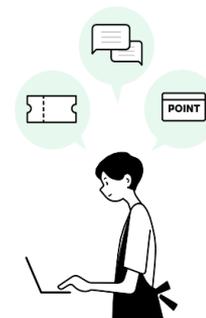
1対1のコミュニケーション

「LINEチャット」機能を活用することで、友だち追加してくれたユーザーと1対1のチャットができるようになります。自動応答ができるような設定も可能なため、無理なく予約や問い合わせの対応が行えます。



継続的な関係の構築

LINE公式アカウントは、ブロックされない限りユーザーとつながりを持ち続けることができます。継続的にお得なメッセージなどを配信して、商品やサービスのファン化を促しましょう。

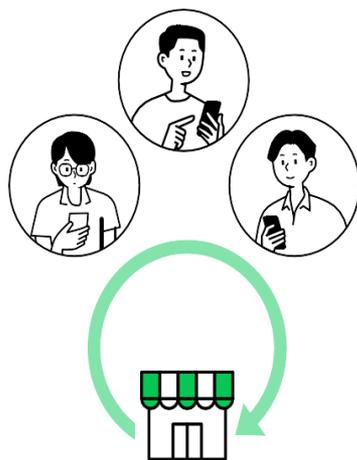


LINE公式アカウントの活用メリット

新規顧客をリピーターへ

LINE公式アカウントの友だちは、店舗への来店時やWebサイト、SNSでの案内によって集めることができます。そのため、友だちとなるユーザーの多くは基本的に商品やサービス、店舗についてすでに認知している、もしくは購入・来店したことがあるユーザーです。

LINE公式アカウントから継続的にメッセージを届けることで、商品やサービスの理解を深めたり、再購入や再来店を促したりと、リピーターの育成にも期待できます。



開封率・即時性が高い

届いたメッセージを開封するまでの時間を集計すると、約2割が受け取ってすぐに開封し、約5割が3～6時間以内、さらに約8割がその日のうちに開封すると回答*。LINE公式アカウントから届くメッセージは開封率・即時性が高いことがわかります。

メッセージを受け取ったら

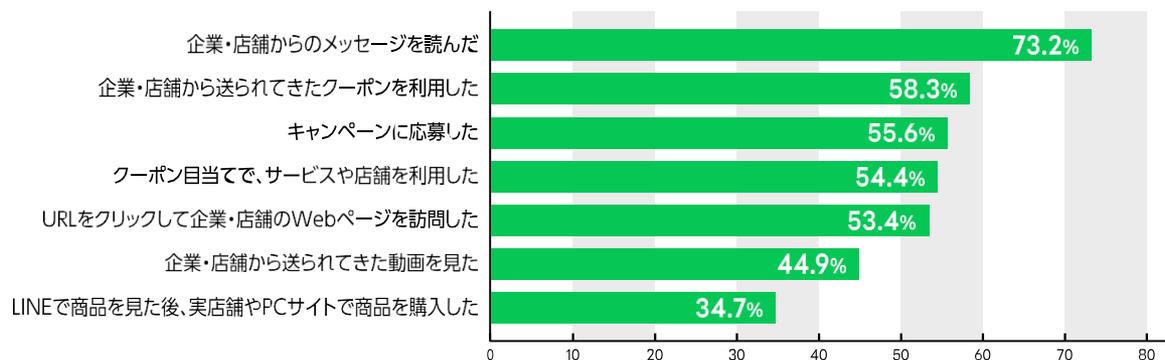


*2021年7月 携帯電話に関するアンケート(総サンプル数 n=2,060)

ユーザーの反応・行動に直結

メッセージ配信やクーポンに対する高い反応率も、LINE公式アカウントの特長です。実際に多くのユーザーが、LINE公式アカウントと友だちになったことで、何らかの**反応・行動を起こした**と回答しています。

企業・店舗のLINE公式アカウントと「友だち」になって、実施したこと



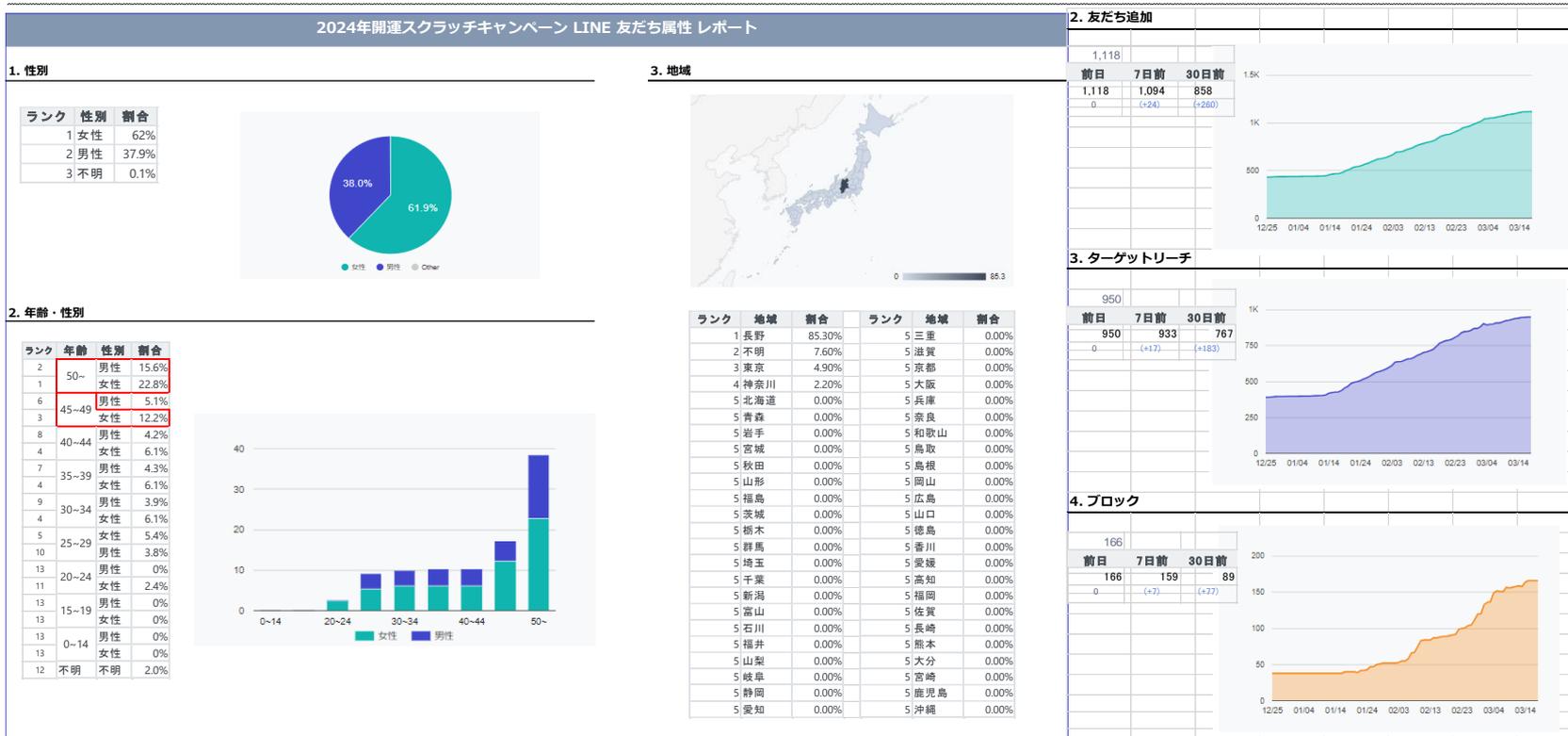
*調査委託先: マクロミル・インターネット調査(2022年7月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

2) LINEしもすわ商店街アカウント現況

2024年5月末現在、956名へメッセージ配信が可能です。「R5年度 開運スクラッチキャンペーン」の活用により友だち数も大幅にアップし、今後の活用次第ではさらなる増加も見込める状況となっています。

■友だち概要(ターゲットリーチ/友だち属性/CP活用における追加状況)

友だち追加:	1177 ↗	ターゲットリーチ:	956 ↗	ブロック:	217 ↗
獲得数:	+765 ↗	獲得数:	+582 ↗	増減:	+179 ↗



3) 配信可能なメッセージ種別

LINE機能の中でも、ユーザーとのコミュニケーションの基本となるのが、友だち追加したユーザーに直接情報を届けることができる「メッセージ配信」機能です。様々な形式のメッセージがありますが、最も一般的なメッセージタイプ「通常メッセージ(テキストやスタンプ、画像)」の送付のみ配信受付いたします。

■通常メッセージ (1回の配信で3つの吹き出しまで)

- 1回の配信で、3つの吹き出しまでメッセージを送ることができます。
- 1配信の上限文字数は、500文字×3吹き出し=1,500文字です。

例えば「吹き出し① 挨拶文(テキスト)+吹き出し② 配信内容(テキスト)+吹き出し③ 画像(チラシ、イメージ写真)」のように、複数の要素を組み合わせてメッセージを送ることができます。

※原則、お預かりのテキスト・画像を申込書(メッセージ構成)に基づき、加工せずそのままの配信となります。

1回のメッセージで

最大**3**吹き出しまで設定可能



利用料金：1配信 1,500円* 税込 (会員事業所、町内商店街組織等)

*ターゲットリーチ変動により利用料金の見直しを実施します。見直しの場合は再周知します

◎配信決定後の準備物

- (1) 配信内容(テキスト) ※左記イメージ①②に該当
- (2) 掲載画像 ※左記イメージ③に該当 [形式: JPG、PNG等]

【メッセージ内への必須記載事項】

- ① 発信者名(店名、会社名、団体名等) ⇒吹きだし①へ必須
- ② 配信内容についての☎お問合せ先 ⇒吹きだし①~③へ必須

4) 配信までの流れ

月5,000通まで配信可能な有料アカウントによる運用となっており、当面は、毎月2～4団体・事業所さまのみの申込み受付となっております。応募多数の場合は【先着順】受付となりますので、イベントや売り出し等の日程が確定されている場合については、ぜひ、お早めにお申し込みをお願いいたします。

申込

- 申込順(先着)受付 【×切】配信日の前月20日 ※[窓口]土日祝の場合は前営業日

調整

- 申込×切後25日(土日祝の場合は前営業日)までに申込者へ通知します(仮予約)

確定

- 【配信可能】申込書へ利用金額を記載の上、ご返送します(配信確定)
- 【先着もれ】別途、ご連絡します(配信不可)

納品

- 配信日の7日前*までに配信素材一式(テキスト、画像データ)をE-mailにて納入ください
(納品がない場合は、配信を見送ります)

支払

- 配信日の5日前*までにご指定の方法で利用料金をお支払いいただきます
(配信日5日前までに入金確認が取れない場合は、配信を見送ります。以降の受付もお断りする場合がございます)

配信

- 申込書に記入いただいた希望配信日にメッセージ配信！

* 年末年始等、ゴールデンウィーク等の長期連休期間中を配信日とする場合は「営業日」とする

5) 申込み方法

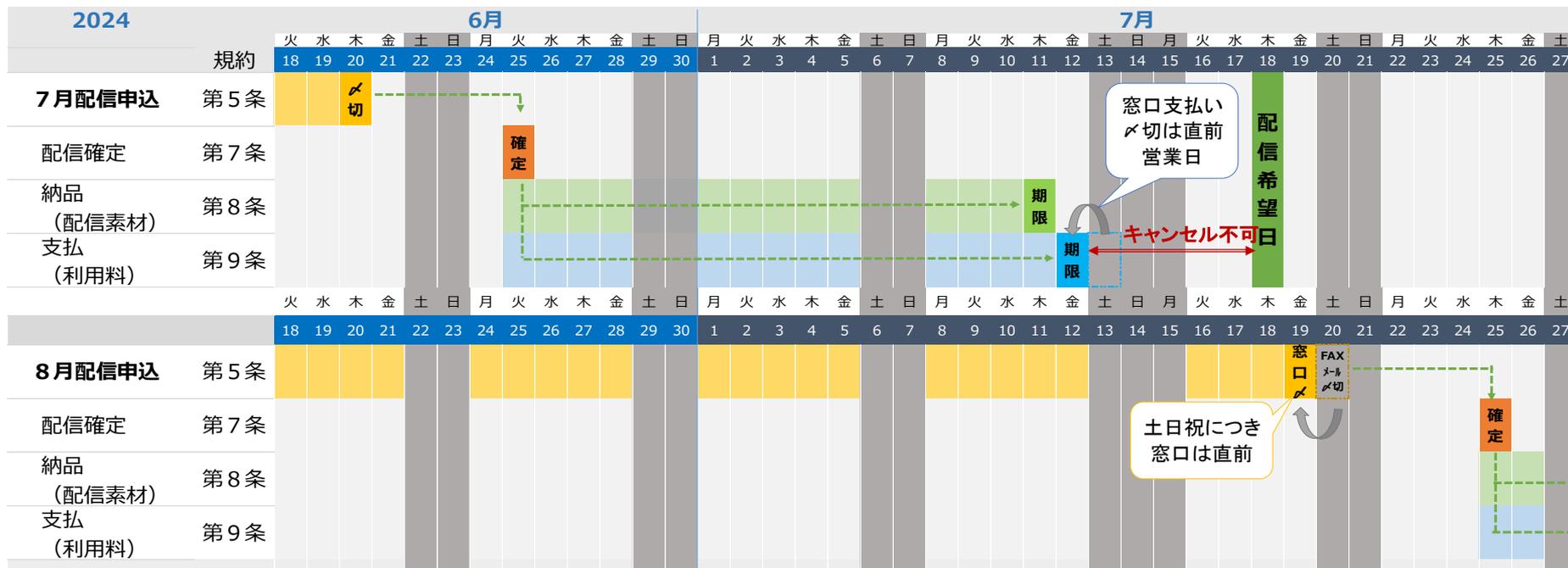
専用申込書を下諏訪商工会議所「HPよりダウンロードいただき、所定の方法にてお申込みください。配信可能メッセージの詳細は本資料P7を、申込手順についてはP8、P10をご参照ください。なお、申込みにあたっては下諏訪商工会議所「LINEしもすわ商店街」利用規約をご一読のうえお申込みください。

	詳細	備考
申込方法	専用申込書に必要事項を記載のうえ提出 (FAX、直接持参、メール添付)	・申込書:しもすわ商店街LINE配信申込書(様式第1号) ・提出先:下諏訪商工会議所
申込締切	希望配信日の前月20日迄(※)	(※)窓口受付に限り、締切日が土日祝と重なる場合は、直前の営業日迄とする
配信確定(配信許可)	先着順(申込み多数の場合) ※毎月2～最大4枠	確定通知の送付を以て配信確定とする
利用料金	1配信 1,500円(税込)	ターゲットリーチ数の変動に応じて、今後随時改定を行い、改定の際は再周知を行う
利用料金の支払い	前払い制(窓口持参、振込) ※配信日の5日前*まで	・支払い窓口:下諏訪商工会議所(土日祝日を除く平日9～17時) ・振込:配信確定通知書に記載しご返送

* 年末年始等、ゴールデンウィーク等の長期連休期間中を配信日とする場合は「営業日」とする

6) 申込関連スケジュール(参考)

申込～配信迄のスケジュール(一例)をご紹介します。下記フロー図は、2024/7/18配信希望とした場合のスケジュールです。お申込みにあたっては下諏訪商工会議所「LINEしもすわ商店街」利用規約をご一読のうえ、お申込みください。



※申込者に遵守いただきたい期限について (詳細は利用規約にてご確認ください)

- 【配信素材の納品期限】規約第8条 ⇒ 配信日の**7日前***まで必着
- 【利用料金支払い期限】規約第9条 ⇒ 配信日の**5日前***まで必須
- 【申込み後のキャンセル】規約第6条 ⇒ 配信日の**5日前***以降キャンセル不可

* 年末年始等、ゴールデンウィーク等の長期連休期間中を配信日とする場合は「営業日」とする

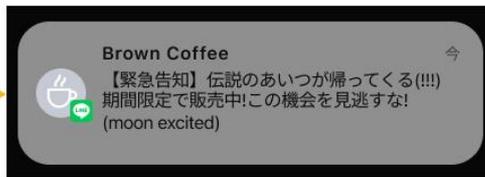
7) 効果的なメッセージ配信のコツ①

■メッセージのタイトルや冒頭文で開封されるかが決まる

友だちにメッセージを開いてもらうためには、メッセージが届いた際の通知に、いかに開きたくなる内容が書いてあるかが重要です。プッシュ通知やトークリストに表示される文章の工夫次第で、大きく開封率を伸ばせます。



1 メッセージの冒頭を工夫 (Push通知)



2 タイトル設定ができないものを設定 (スタンプ・写真・動画・予約フォームなど)

3 メッセージ冒頭とタイトルを工夫



①メッセージの冒頭はプッシュ通知に表示されます。目を引く文章を設定しましょう。

②メッセージのタイトルが設定できない、スタンプ、写真などを訴求する場合は2吹き出し目に設定しましょう。

③3吹き出し目も1吹き出し目と同様に、メッセージ冒頭とタイトルを工夫しましょう

(写真→リッチメッセージに置き換えるなど、タイトルが設定できるものを訴求するのがおすすめです)。

効果的なメッセージ配信のコツ②

■ブロック率を高めないためには、配信頻度やタイミングが大事

あまりに情報発信が少ないアカウントは、せっかく友だち追加してくれたユーザーにブロックされてしまう可能性が高まります。継続的なコミュニケーションを取るためにも、週1回の頻度で配信内容に沿った時間帯・曜日の配信を計画しましょう。

店舗の例

ランチタイム前の11時半頃に配信



ディナータイム前の17時頃に配信



①昼食前、夕食前の「何を食べようか」と考える時間帯を狙って配信しましょう。

②休前日のゆっくり時間が取れるタイミングに翌週のメニューや営業情報をお知らせしましょう。

問合せ先



総務課 企画振興係（藍田・野村・太田）

TEL ☎ 27-8533

Mail ✉ shimocci@cci.shimosuwa.nagano.jp