

オムニチャンネルで 自動接客を実現

- LINE/Messenger上のビジネス活動をフルサポート
- LINEが唯一投資したミニアプリ企業、IDEOも参画
- LINEの公式Biz-Solutions Partner

2025年最新版 anybotサービス紹介資料

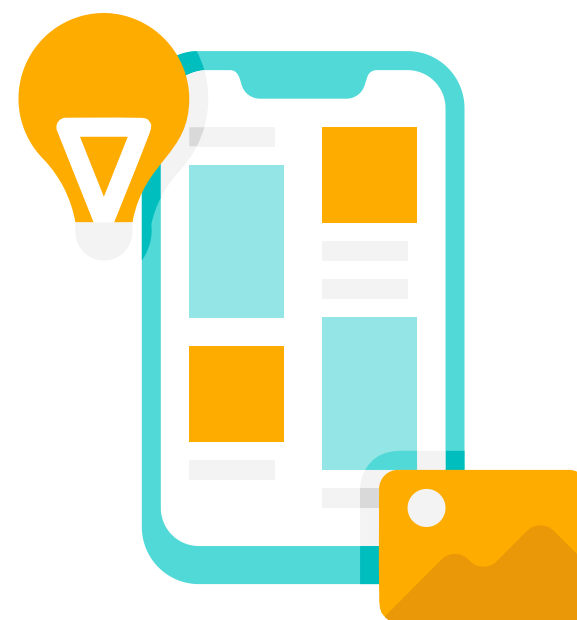


Communication



LINEミニアプリ



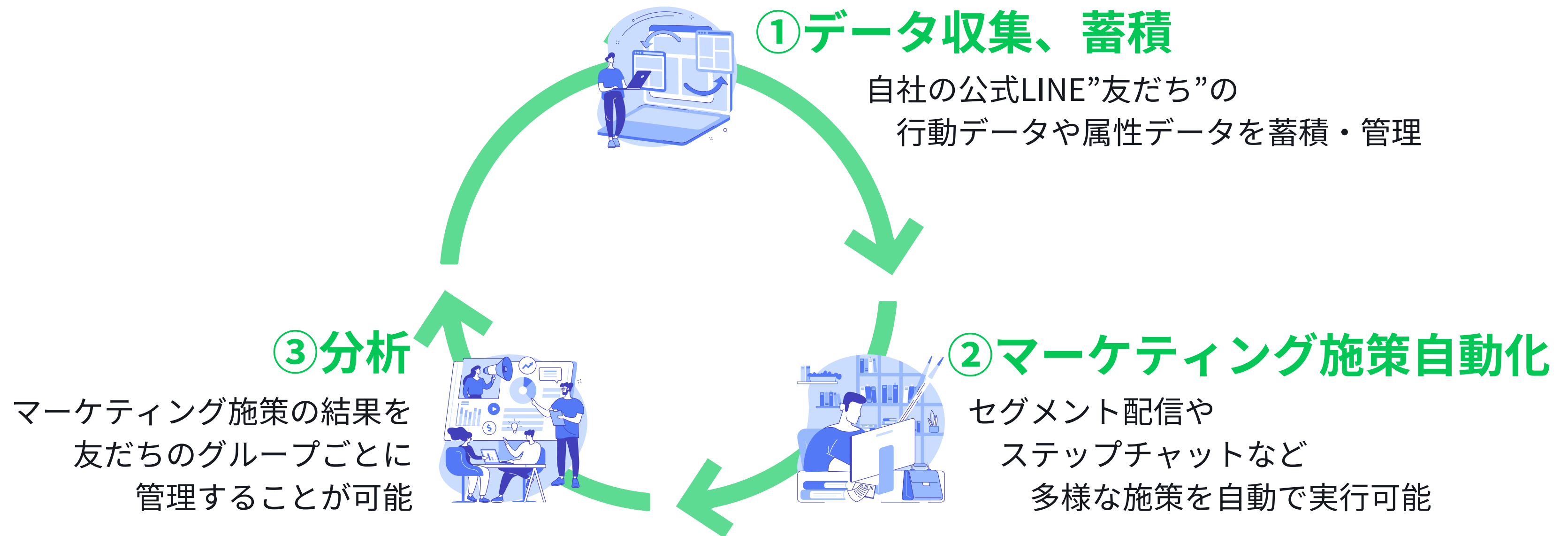


LINEマーケティング ツールの位置づけ

LINEマーケティングツールとは



友だちデータを収集、管理、活用できるLINE運用を高度化するサービス



具体的に①～③でできることを解説していきます→

①データ収集、蓄積

友だちデータの収集、管理



友だちのアンケート回答データや行動データを収集し顧客ごとのセグメント化を行うことが可能。

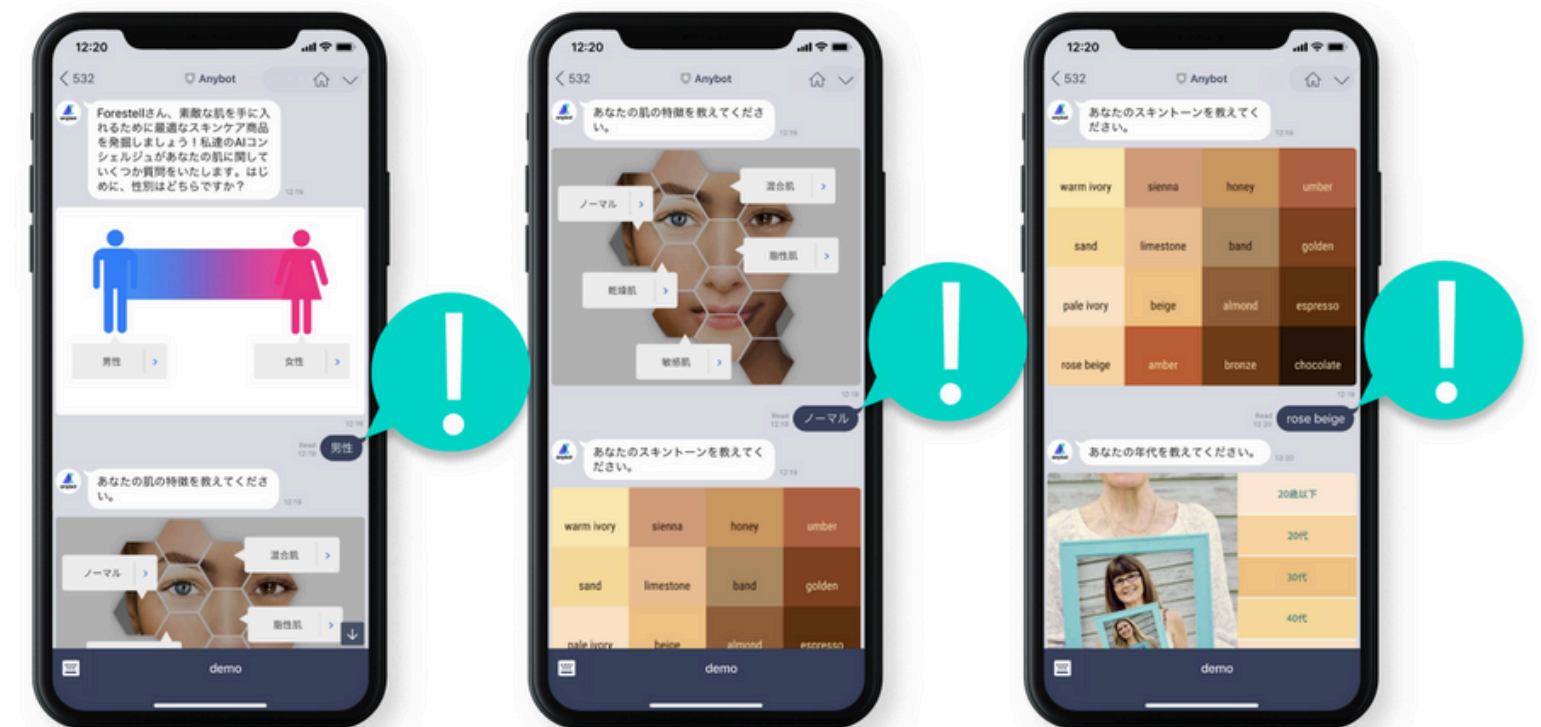
データ収集

アンケート回答データや行動データを収集



セグメント化

収集したデータをもとに20代女性セグメントや、ロイヤル顧客セグメントを作成することが可能。



①データ収集、蓄積

機能の活用事例 | L'OCCITANE (参考URL)

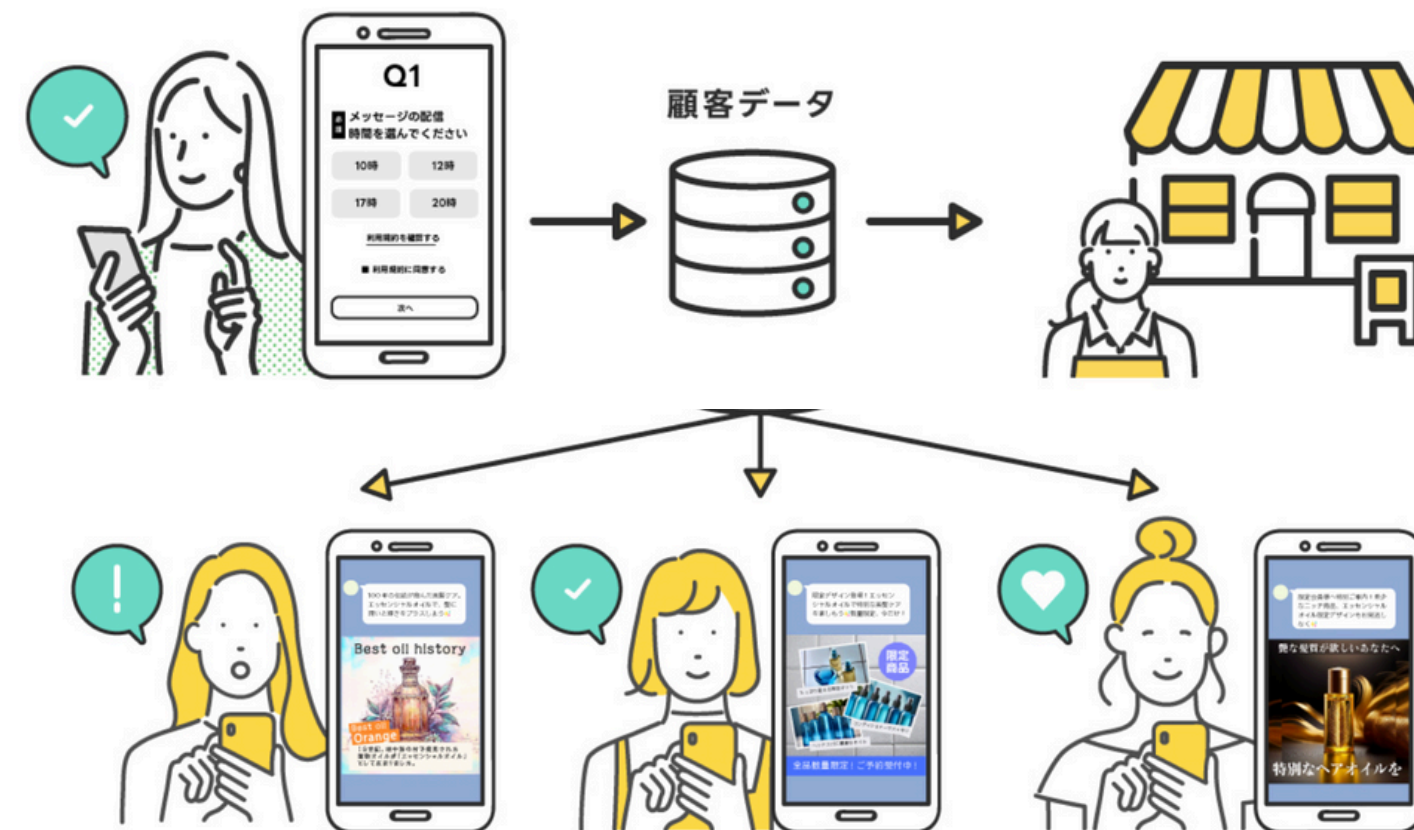


デジタル会員証でLINE連携約100万人！豊富な顧客情報をもとにセグメント配信を実行。EC売上がUPに貢献。

効果

LINEマーケティングツール適応例

- デジタル会員証の登録数は約2900万人へ
- ブランドに対する顧客の満足度が向上したため、セグメント配信経由のEC売上は5倍以上にも成長



②マーケティング施策自動化

マーケティングオートメーション



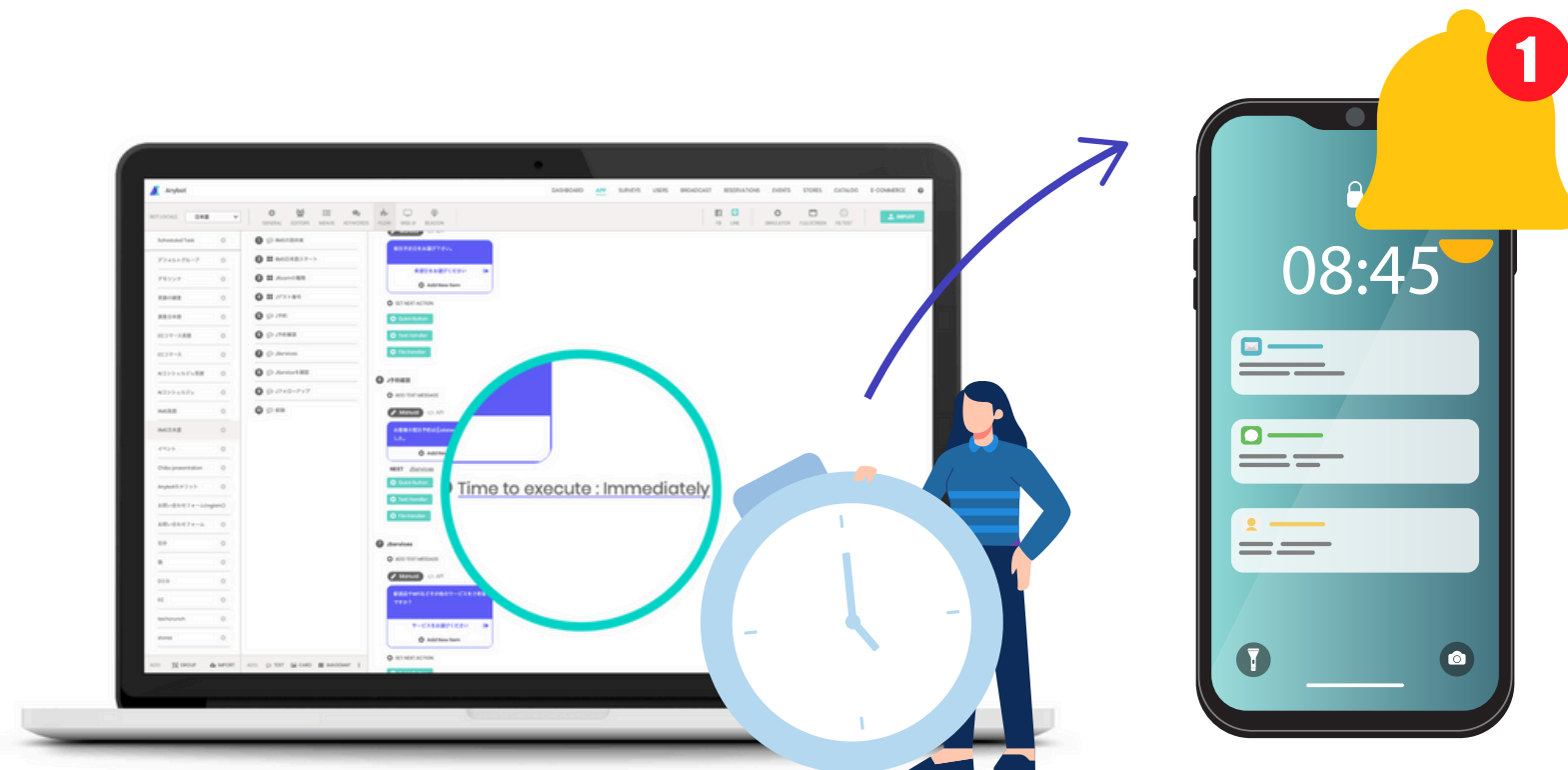
一定期間ごと、または何かのトリガー（リンククリックやメッセージ開封）をもとにメッセージの自動配信が可能。

ステップ配信

1日や1週間ごとなど定期的なタイミングでメッセージの配信が可能

トリガー配信

特定の行動をLINE友だちが行った場合に自動でメッセージを配信する。



②マーケティング施策自動化

セグメント配信



収集した友だちデータからセグメントを作成し、選択したセグメントに個別のメッセージを配信することが可能。

セグメント化

収集したデータをもとに20代女性セグメントや、ロイヤル顧客セグメントを作成することが可能。



セグメント配信

複数のセグメントから選択しメッセージ配信が可能。届けたい人へ最適なメッセージを配信可能



②マーケティング施策自動化

機能の活用事例 | アクネクリニック (参考URL)

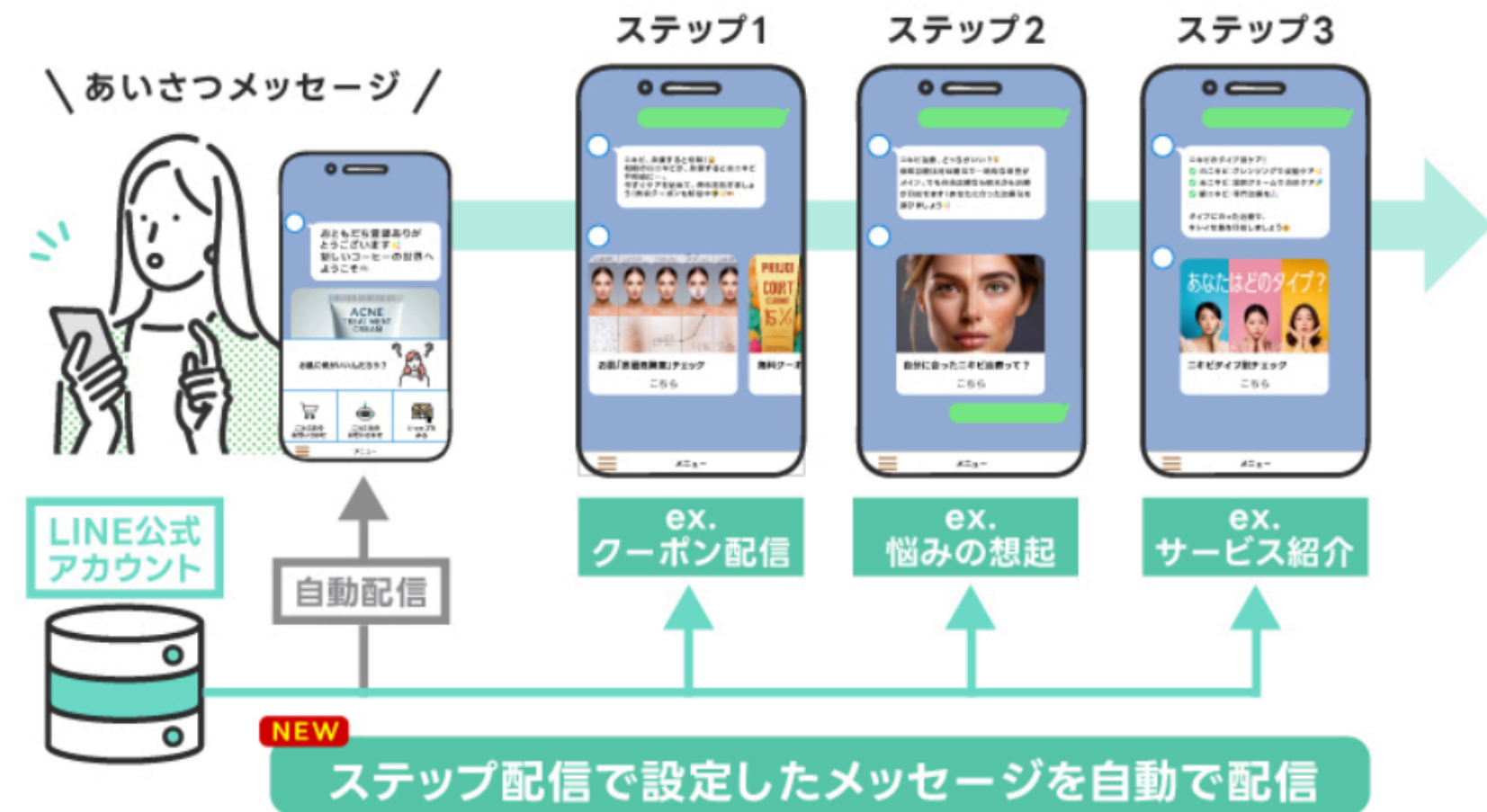


LINE公式アカウントの「友だち追加広告×ステップ配信」で 予約数120%を記録

効果

LINEマーケティングツール適応例

- ステップ配信を通じた
クリニックの予約数は
約120%も増加
- 予約対応の自動化により顧客の予約に対する
負担を軽減



③分析

マーケティング施策分析



メッセージへの反応に対しての分析や、登録している友だちの分析など成果確認、改善分析における具体的なデータを把握可能。

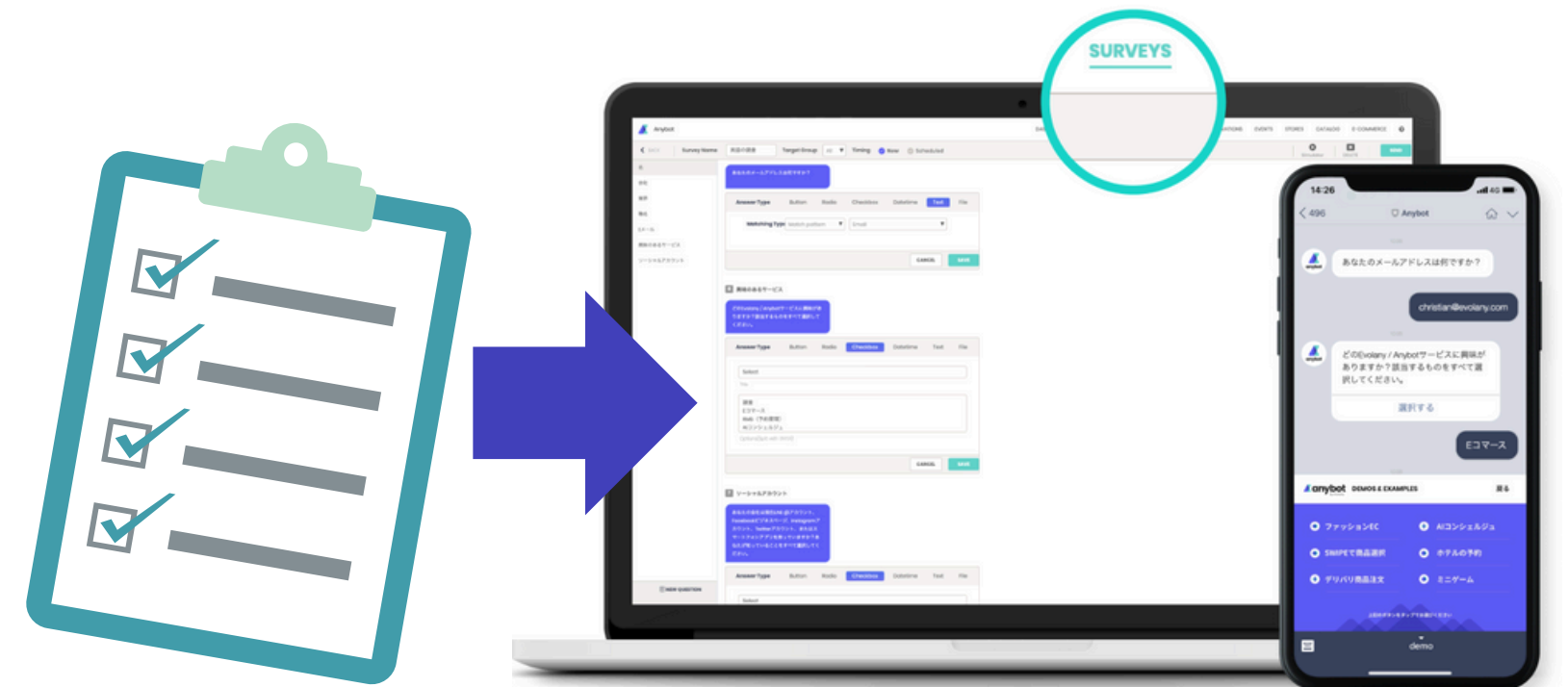
ユーザー分析

アクティブユーザー数、新規ユーザー、コンテンツのクリック有無、メッセージ、ひと目で把握可能。



アンケート結果分析

ユーザーの具体的な属性を把握するためにアンケートの作成が可能。具体的な回答結果も確認可能。



③分析

機能の活用事例 | タカラトミー (参考URL)



アンケートをLINE内で取得し分析し施策に活用することで
LINE公式アカウント経由のECサイト訪問数が増加

効果

LINEマーケティングツール適応例

- 顧客のブランドに対する**好意度が向上**
- LINE公式アカウント経由の**ECサイト訪問数が増加**





anybotとは？

LINE運用の重要性と課題

LINE運用の重要性

顧客接点の最前線

国内9,400万人以上が利用するLINEは、顧客とのダイレクトな接点として不可欠なコミュニケーションチャンネルです。

顧客満足度への直接影響

LINEでの応答速度や対応品質は、顧客満足度に直結し、リピート購入やロイヤリティに大きく影響します。

マーケティング効果

メール配信と比較して高い開封率・クリック率を誇り、効果的なプロモーション・販促活動が可能です。

現状の課題

人的リソース不足

増加するLINE問い合わせに対して、専任担当者の不足や対応時間の制約により、返信の遅延が発生しています。

繰り返し対応の非効率

同じような質問への個別対応が発生し、担当者の業務効率低下やコスト増加につながっています。

データ活用の不足

顧客とのやり取りデータが十分に分析・活用されず、マーケティングやサービス改善に活用していません。

課題を放置してしまった上で発生する問題



人件費の増大

メッセージ対応に専任スタッフが必要となり、顧客数の増加に比例して人件費が膨らみます。自動化と比較して年間数百万円のコスト増加に繋がります。



応答時間の遅延

手動対応では24時間即時返信が困難です。顧客の83%は素早い返信を期待しており、遅延は顧客満足度の低下と機会損失を引き起こします。



対応品質の不均一

担当者によって対応の質や内容にばらつきが生じ、顧客体験の一貫性が失われます。これにより顧客からの信頼低下やブランドイメージの毀損に繋がります。



データ分析の欠如

手動運用では顧客とのやり取りを体系的に分析できず、顧客ニーズの把握やサービス改善の機会を逃します。データ駆動型の意思決定ができなくなります。



スタッフの疲弊と離職

単調な応答業務の繰り返しによりスタッフの疲弊度が高まり、離職率の上昇に繋がります。新人教育コストと知識の流出による損失が発生します。



スケーラビリティの欠如

顧客数やメッセージ量の急増に対応できず、繁忙期やキャンペーン時に機会損失が発生します。ビジネス成長に伴う拡張が困難になります。

課題を放置してしまった上で発生する問題



人件費の増大

メッセージ対応に専任スタッフが必要となり、顧客数の増加に比例して人件費が膨らみます。自動化と比較して年間数百万円のコスト増加に繋がります。



応答時間の遅延

手動対応では24時間即時返信が困難です。顧客の83%は素早い返信を期待しており、遅延は顧客満足度の低下と機会損失を引き起こします。



対応品質の不均一

担当者によって対応の質や内容にばらつきが生じ、顧客体験の一貫性が失われます。これにより顧客からの信頼低下やブランドイメージの毀損に繋がります。



データ分析の欠如

手動運用では顧客とのやり取りを体系的に分析できず、顧客ニーズの把握やサービス改善の機会を逃します。データ駆動型の意思決定ができなくなります。



スタッフの疲弊と離職

単調な応答業務の繰り返しによりスタッフの疲弊度が高まり、離職率の上昇に繋がります。新人教育コストと知識の流出による損失が発生します。



スケーラビリティの欠如

顧客数やメッセージ量の急増に対応できず、繁忙期やキャンペーン時に機会損失が発生します。ビジネス成長に伴う拡張が困難になります。

その課題に対してanybotを提案いたします

課題

! LINE運用の現状の課題

- ✕ 手動対応による業務負荷の増大と応答の遅延 顧客
- ✕ データの分散管理による情報活用の非効率 運用担
- ✕ 当者のスキルに依存する不均一な顧客対応 効果測
- ✕ 定の難しさによるLINE活用の停滞

解決策

anybotによる解決策

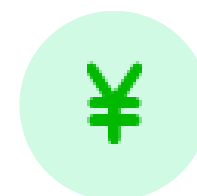
- ✓ AI自動応答による24時間対応と業務効率化 顧客情
- ✓ 報の一元管理と効果的な活用 標準化されたコミュ
- ✓ ニケーションによる品質向上 詳細な分析機能によ
- ✓ る運用改善とROI向上

anybot導入による成果



業務効率化

運用工数の削減と
対応時間の短縮



コスト削減

人件費の最適化と 運
用リソースの効率化



顧客満足度向上

迅速な応答と パーソナライ
ズされた対応



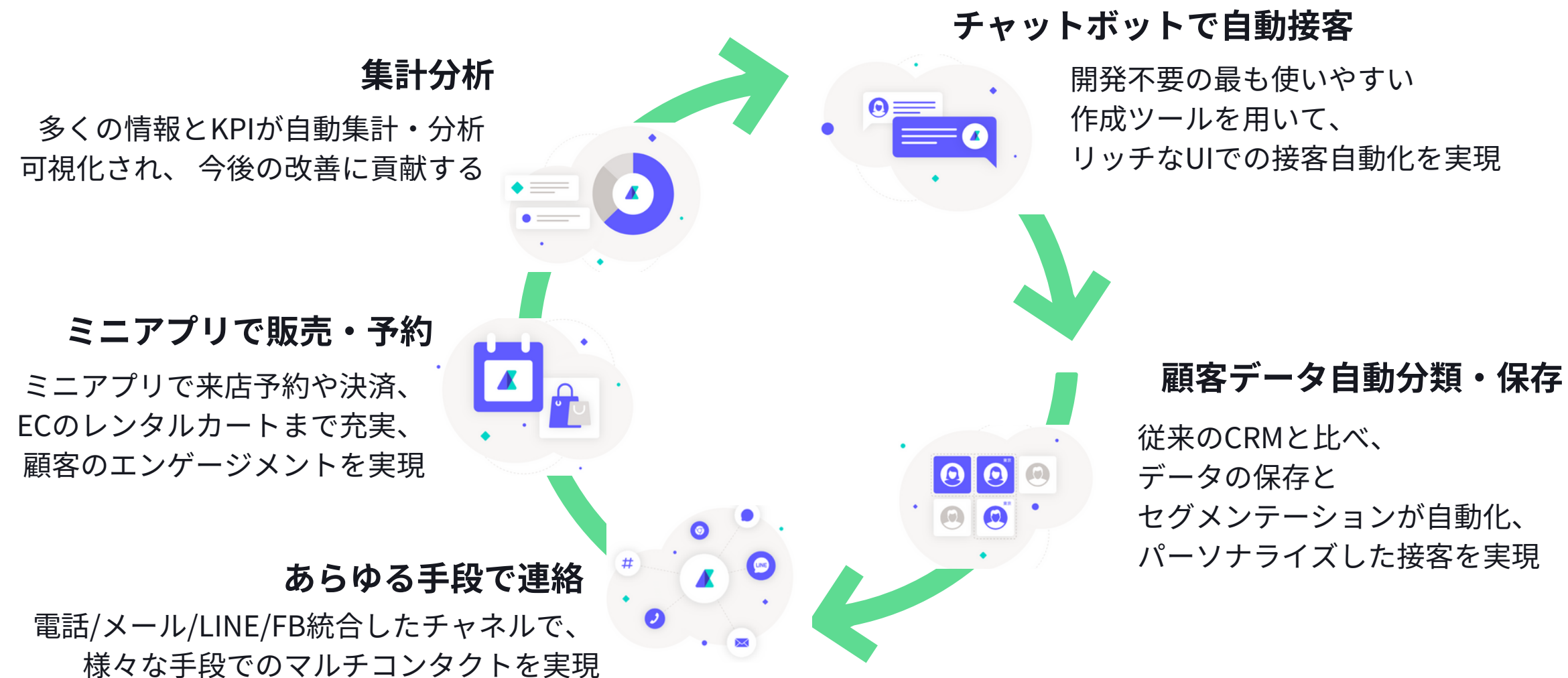
データ活用

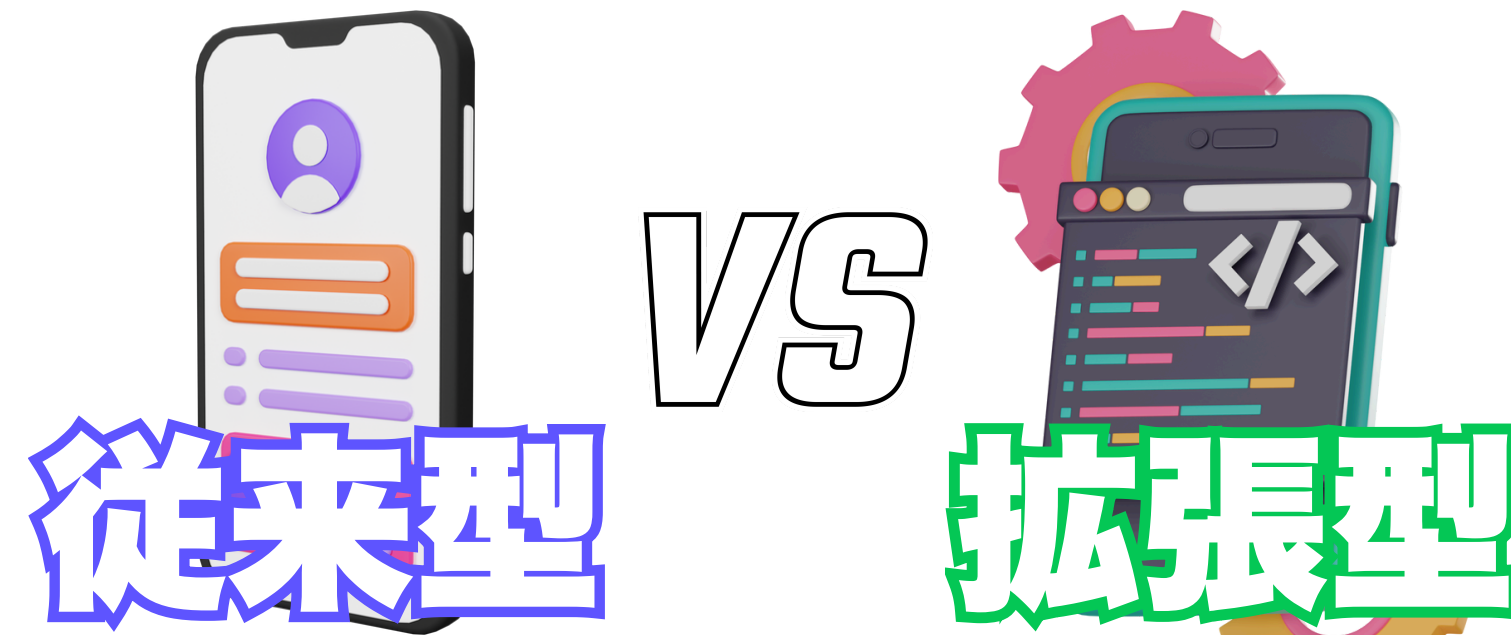
顧客インサイト獲得と
マーケティング強化

その課題に対してanybotを提案いたします



LINE公式アカウントの運用を効率化する自動応答ツールです。人手による対応の限界を超え、24時間365日の自動対応と顧客データの一元管理を実現します。AIを活用した柔軟な対話と詳細な分析機能により、顧客満足度向上とコスト削減を同時に達成します。





理解しておきたい

LINEマーケティングツール分類

LINEマーケティングツールの分類

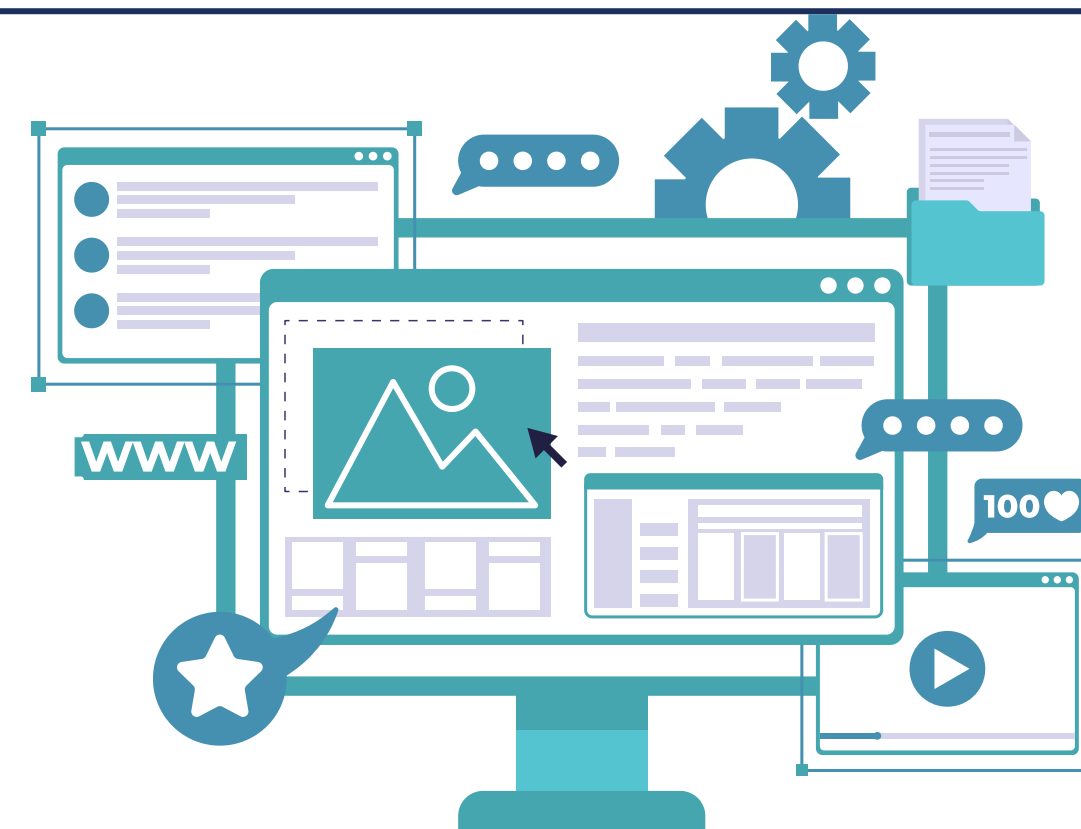
マーケティングツールには大きく分けて、従来型とカスタマイズ可能な拡張型の2つに分類できる

従来型ツール



特別なカスタマイズを必要とせず、
初心者でも運用が簡単

拡張型ツール



基本機能に加え独特なニーズや自社の業務に合
わせカスタマイズ開発が可能

両ツールのメリット・デメリット分析

従来型は導入が容易である一方、拡張型は基本的な機能に加え
追加開発により自社の業務にあった機能や希望の施策を実現できる

従来型ツール

拡張型ツール

メリット

・導入が容易かつ安価

・他ツールと連携可能
・実施したい施策を実装可能
・特定の業務フローに合ったカスタマイズが可能

デメリット

・カスタマイズ性が少ない
・バリエーションが少ない
・ツールに運用を合わせる必要がある

・導入コストが高い
・保存、運用の知識が必要

ここから拡張型ツールについてご紹介していきたい

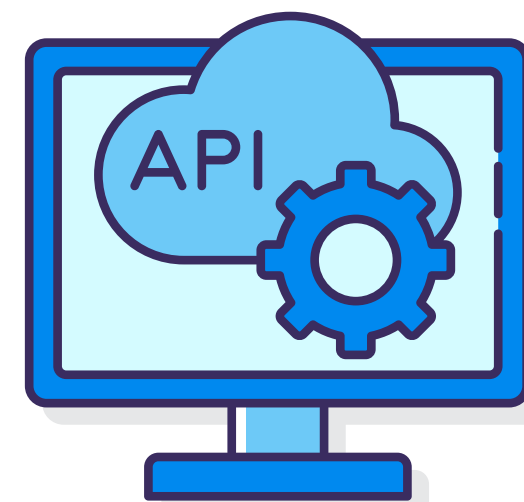
拡張型ツールの特徴



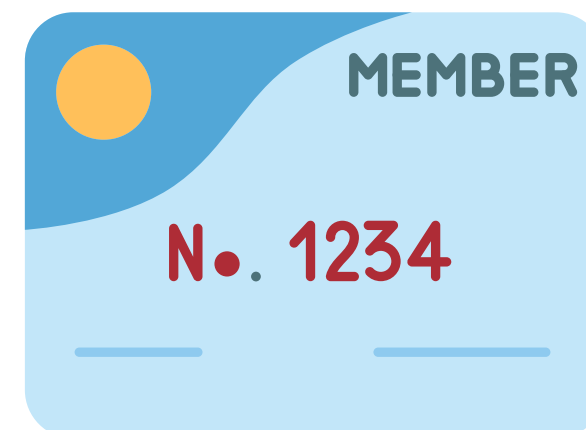
基本的なLINEマーケティングツールの機能に加え、各機能をカスタマイズし、独自の機能として追加・拡張できる。

①データ収集、蓄積

●API連携により自社CRMと連携する

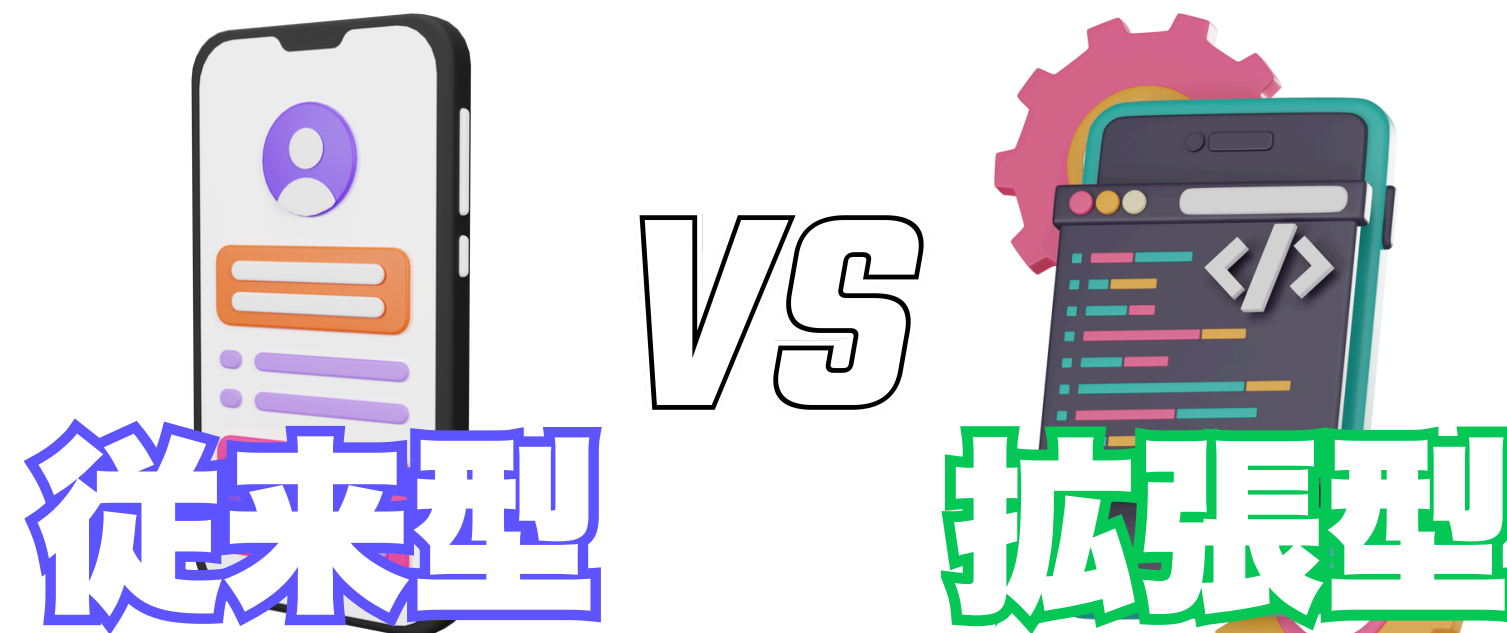


●メンバーズカードを発行し、LINE内で顧客管理



カスタマイズ





拡張型でできることを
事例ベースでご紹介

①データ収集、蓄積における拡張開発事例

anybot事例 | 大手マンガアプリ様の事例

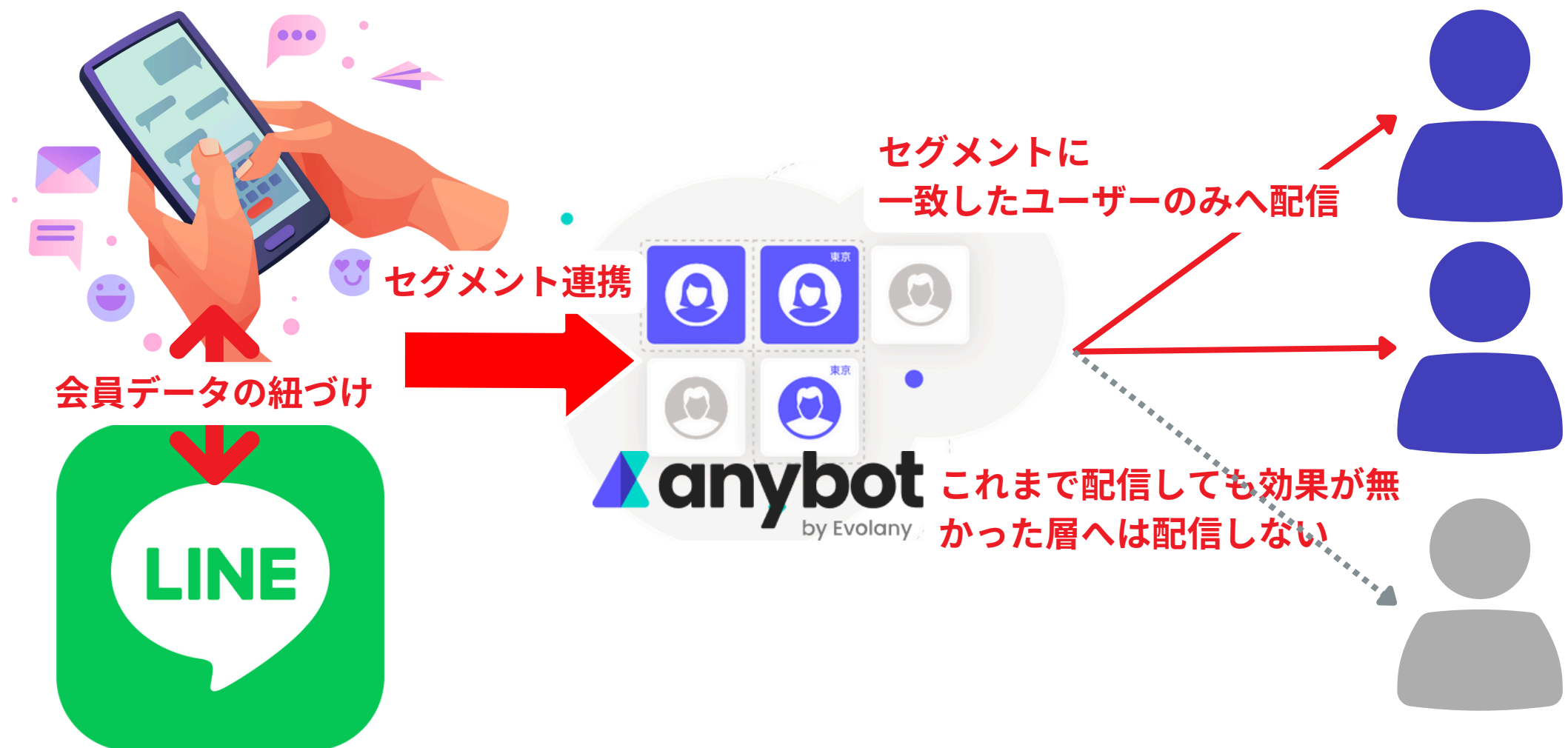


サイト会員のLINEIDの紐づけを実施し、セグメント配信に活用することで月間数百万円コスト減と、施策効果向上を達成

効果

anybotの拡張開発イメージ

- LINE登録者1300万人に対してサイト会員情報を紐づけることで、会員情報をもとにセグメント配信が可能に
- 結果としてメッセージ費用の削減と反応率向上に貢献



①データ収集、蓄積における拡張開発事例

anybot事例 | ファッションハイブランド



ポップアップイベント予約を受けられるようにし、
LINE友だち登録数の増加に貢献しながら、顧客満足度も向上

効果

anybotの拡張開発イメージ

- ポップアップイベントや、プレゼントの応募などをLINEミニアプリで実施できるよう拡張し現在友だち数600万人超
- LINEの手軽さから満足度向上させながら、LINE友だち増加に貢献！

ポップアップイベント予約



顧客向けの施策をLINEで完結



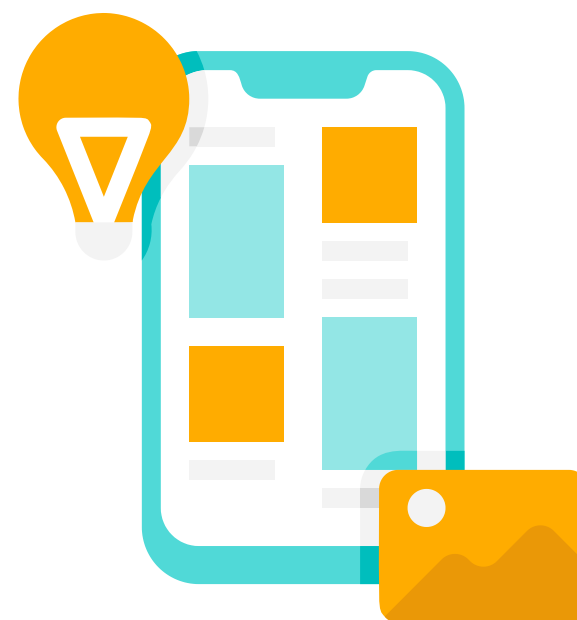
プレゼント応募



顧客満足度向上



友だち追加数増



ゲームキャンペーン事例

ゲームキャンペーンとは

LINE内でのゲームをフックに、顧客情報の獲得やクーポン配布などを行う話題のマーケティング手法です。



LINE内でゲームを開催

顧客情報取得など

活用メリット一覧

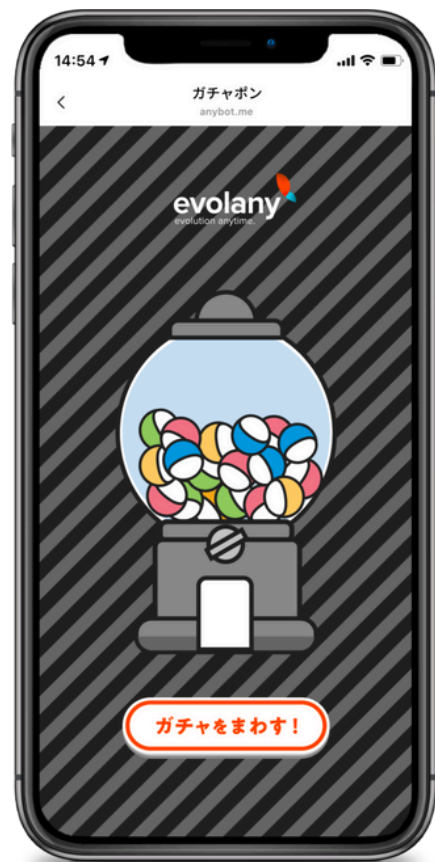


友だち登録数やCVR改善、既存顧客への再購入促進に加えて セグメント配信に必要なデータ収集も可能

LINE登録のインセンティブを与え、
友だち数やCVRを大幅に改善

既存顧客に対してポイントを与え、
再購入を促進

ゲームCPで獲得したデータをもと
にセグメント配信が可能



友だち追加数

50倍



既存会員CVR

18倍



回答数

7倍

※ anybotを用いたキャンペーンの実績値です

集客での効果：スポーツ球団の例



ゲームCPで入力した情報をもとに継続利用を促すことで、既存顧客のアクティベートが可能

効果

ゲームキャンペーンの仕組み

友だち追加数/試合

500人

前: ほぼなし

後: 平均+500人/試合

※景品:ボール1個

集客単価

1/4

前: CPFは平均250円

後: CPF平均単価の1/4



リピート促進での効果：お花のECショップ※



既存顧客向けには、カスタマイズしたプッシュ通知を実施。 既存友だちのリピートを促進！

効果

記念日の自動リマインドでリピートを促進

来店者の
記念日登録率

26 %

のユーザがLINEにな
った後記念日を登
録。

STEP配信
経由のCVR

15 %

ユーザの課題が解決で
き運営の自動化も同時
に実現。

来店



商品QR

顧客の記念日を
複数登録可能・
anybot上で蓄積

顧客の記念日
ごとに自動で配信



記念日自動配信



予約/購入へ

※当事例はゲームキャンペーンではございませんが、顧客情報の活用好事例として掲載しております。

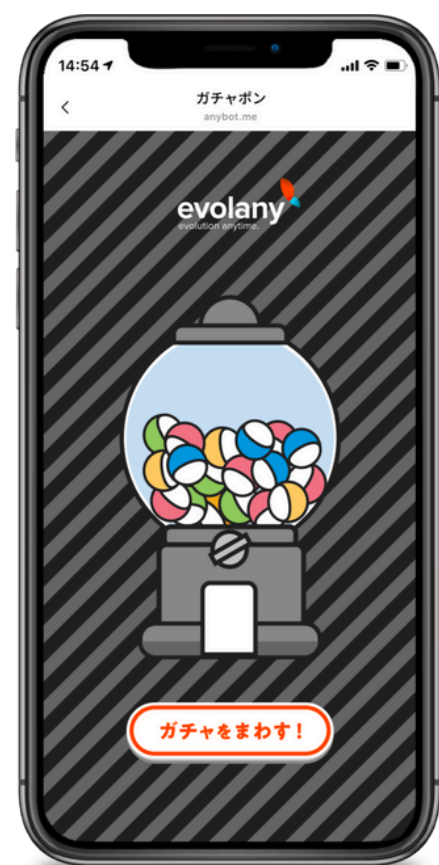


ミニアプリ事例

ミニアプリとは？

オンラインオーダーや、予約や順番待ちなどLINE上でカスタマイズ、利用できるアプリケーションのこと

ガチャ



マーケティング施策に合わせてゲームを実装できます



オンライン予約



LINE上で店舗やイベントの予約ができます

Reserve



ミニアプリを扱うメリットとは

ネイティブアプリと比べ、コストなどの面で利点があります

コスト削減

開発や運営のコストを削減することができる



継続利用率：高

アプリDLが必要なく、
開始・継続のハードルが低い



※ネイティブアプリ：スマートフォンやタブレットのホーム画面から使用するアプリ

ミニアプリの事例 | 問い合わせ対応



LINEミニアプリ上で顧客からの資料請求希望に対応 商談予約導線をスムーズにすることで獲得効率がUP

効果

LINEミニアプリ適応例

お問い合わせ数

200%
増加

売上

3.6倍
増加

お問い合わせ経由からの
売上を計算



商談予約



資料請求



ミニアプリの事例 | アンケート



2つの商品の人気投票を行い、勝者側商品を対象にセールを実施。該当製品の売上を上げることに成功。

効果

LINEミニアプリ適応例

キャンペーン対象商品の売上

30 %
増加

目的：LINE友だち追加、アンケートでの顧客情報取得
概要：LINEで投票し、投票の多い方をセール
期間：7/30-8/3(5日間)
今回、選ばれたのはそばうどん/そうめん。
投票で勝利した「そば」の売り上げは、前週と比べ、30%UPした。



配信

投票



ミニアプリの事例 | 予約対応



ミニアプリを扱った予約導線の改善を行い予約数が1.5倍改善、また電話での対応工数の削減に成功。

効果

LINEミニアプリ適応例

予約件数が

1.5倍
増加

Anybot導入前の2022年10月～12月と
2023年の3月～5月を比較した結果



予約管理

