

# 拡張ツール 判断キット

3つの数字と合計の費用を書き込んで、拡張ツールをいま入れるかどうかを決める7枚

## この7枚でできること

- ☐ 標準機能でできることと、できないことを1枚で確かめられる
- ☐ 通数、友だち数、分けたい軸の数から、入れるかどうかの判定が出せる
- ☐ LINEの月額、ツール代、構築費を足した1年の合計が出せる
- ☐ やめるときに何が残り、何が止まるかを入れる前に知っておける

## 使う順番

2ページで標準を確かめる → 3ページで判定 → 入れる候補なら4ページで計算 → 5ページで戻れないことを確認 → 6ページで困っていることを名前にする → 7ページで3か月回して問い合わせる。

## 目次

|   |                                                               |
|---|---------------------------------------------------------------|
| 2 | 標準機能でできること、できないこと<br>追加料金なしでできる9つ、ステップ配信の天井、無い4つ、チャットProオプション |
| 3 | 判断シート 3つの数字<br>通数、友だち数、分けたい軸の数と、構築を誰がやるか                      |
| 4 | 合計費用の計算表<br>LINEとツールの料金表、記事の3つの例、1年の合計の計算欄                    |
| 5 | 止まること、戻れないこと<br>上限が2つ、無料枠で止まる、下げられない、戻せないなど10項目               |
| 6 | 困っていることを名前で言う 12業種<br>標準で足りるか、ツールの出番かの例と、自分の欄                 |
| 7 | 入れる前の3か月と、各社への問い合わせ文<br>3か月の記録、1点だけ聞く問い合わせ文、導入の3手順            |

### 数字と決まりの出どころ

この資料の料金と決まりは、講座の記事本文に書いたものだけです（記事の確認時点。料金は2026年9月14日に各社の公式ページで確認）。拡張ツールの料金は予告なく変わるので、契約の前に各社の公式ページを開き直してください。この講座はツールも構築代行も売っていません。

標準機能でできること、できないこと

先に、いま持っているもので何ができるかを確かめる

追加料金なしでできること

| やりたいこと          | 標準機能      |
|-----------------|-----------|
| 友だち追加後に何通か自動で送る | できる       |
| 性別や年齢で配信を分ける    | できる（推定値）  |
| メニューを常時出しておく    | できる       |
| キーワードに自動で返す     | できる       |
| 1対1でチャットする      | できる       |
| クーポンとポイントカード    | できる       |
| 配信の開封とクリックを見る   | できる       |
| サイトの申し込みまで測る    | できる（条件つき） |
| 複数店舗をまとめて動かす    | できる       |

標準のステップ配信の天井

| 項目      | 制約                         |
|---------|----------------------------|
| 開始のきっかけ | 「友だち追加」か「オーディエンス」の2つだけ     |
| 置けるステップ | 1本のルートに10個まで（全体で100個まで）    |
| 待ち時間    | 1日から30日。日の単位だけ             |
| 分岐の条件   | 属性（性別・年齢・OS・エリア）とオーディエンスだけ |
| 作れる数    | 50件まで                      |

属性は推定値で、反映まで約3日かかります。

標準機能に無い4つ。いま売上が止まっているか

「あったら便利そう」ではなく、「これができないせいで、いま売上が止まっている」かどうかで○を付けます。止まっていないなら、まだ要りません。

| 無いもの                 | 具体的に困る場面              | うちは（○で囲む）    |
|----------------------|-----------------------|--------------|
| 友だち一人ひとりに情報を紐づけること   | アンケートの回答で配信を分けたい      | 止まっている / いない |
| 時間単位の配信タイミング         | 登録の30分後に1通目を送りたい      | 止まっている / いない |
| 流入経路ごとの細かい分析         | どの広告から来た人が申し込んだかを知りたい | 止まっている / いない |
| 予約や決済をLINEの中で完結させること | 予約フォームを外部サービスに出したくない  | 止まっている / いない |

ツールの前に、標準の中の安い選択肢 → チャットProオプション（月3,000円・税別）。作れるタグが最大5個から300個に、1人に付けられるタグが1個から30個に、チャット履歴の保存が6か月から5年に増え、履歴のダウンロードもできます。タグは手で付けるので自動化はされませんが、友だちが数百人までで、問い合わせをくれた人にだけ付けるなら手で足ります。

見るのは3つの数字だけです。上の段が多ければ要りません。下の段が多ければ入れる価値があります。**混ざっている場合は、数字2（友だち数）を優先します。**友だちが少ないうちは、どれだけ細かく分けても判断できるだけの数字が返ってきません。

| 数字                                                       | 要らない      | 次の数字を見る<br>検討する                  | 入れる価値がある                     | うちの数字 |
|----------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------|------------------------------|-------|
| 1. 月に何通配信しているか<br>分析タブのメッセージ通数で見る                        | 1,000通未満  | 1,000通から5,000通                   | 5,000通以上                     |       |
| 2. 友だちは何人いるか<br>500人未満は分けても数字が出ない                        | 500人未満    | 500人から2,000人<br>(分けたい軸がある<br>なら) | 2,000人以上                     |       |
| 3. 配信を何本の軸で分けたいか<br>軸 → 「新規と既存」「商品Aに興味がある<br>人とB」のような分け方 | 1本（全員に同じ） | 2本から3本（標準の<br>絞り込み配信で足り<br>る）    | 4本以上、かつ自<br>分で集めた情報で<br>分けたい |       |

4つ目に決めること 構築を誰がやるか

| 誰が組むか | かかるもの                                                                                            | うちは |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 自分で組む | 費用はかからない。かかるのは時間で、初めての方が一通り組めるようになるまでにまとまった時間がかかる。その時間をいま持っているか                                  |     |
| 外に頼む  | Lステップの提供会社自身のブログでは、設計と構築だけを頼む場合、正規代理店で50万円から、一般の業者やフリーランスで30万円からが目安。相手によって大きく変わるので、必ず複数から見積もりを取る |     |

入れなくてよいケースと、入れる価値があるケース

| 入れなくてよい                         | 当てはまる | 入れる価値がある               | 当てはまる |
|---------------------------------|-------|------------------------|-------|
| 全員に同じ内容を配信している                  |       | アンケートの回答で配信を分けたい       |       |
| クーポンとショッピングカードが中心               |       | 登録直後の数時間が勝負            |       |
| 友だちが500人未満                      |       | 広告を出していて、経路ごとに成果を見たい   |       |
| 来店や電話で完結する商売                    |       | 予約や決済をLINEの中で完結させたい    |       |
| 配信を続けられていない（いちばん多い。まず配信を3か月続ける） |       | 友だちが数千人いて、配信の当たり外れが大きい |       |

判定 いま入れる / 3か月標準で回してから決める / まだ要らない（○で囲む）  
理由 →

# 合計費用の計算表

ツール代だけを見ても意味がない。LINEの月額と構築費を足す

## LINE公式アカウント本体（税別）

| プラン       | 月額      | 無料通数    | 追加    |
|-----------|---------|---------|-------|
| コミュニケーション | 0円      | 200通    | 不可    |
| ライト       | 5,000円  | 5,000通  | 不可    |
| スタンダード    | 15,000円 | 30,000通 | 3円/通～ |

税込にするとライト5,500円、スタンダード16,500円。ライトは追加メッセージがないので、5,000通を超えるならスタンダードに上げる。

## 拡張ツール（税込）

| ツールとプラン      | 月額      | 月間配信数   |
|--------------|---------|---------|
| Lステップ フリー    | 0円      | 200通    |
| Lステップ スタート   | 5,000円  | 5,000通  |
| Lステップ スタンダード | 21,780円 | 30,000通 |
| Lステップ プロ     | 32,780円 | 50,000通 |
| エルメ フリー      | 0円      | 1,000通  |
| エルメ スタンダード   | 10,780円 | 無制限     |
| エルメ プロ       | 33,000円 | 無制限     |

Lステップは初期費用0円、初月の料金も0円。エンタープライズプランは個別の見積もり。エルメのプロは友だちが5万人を超えたときに必要になるプラン。エルメは複数アカウントの契約で割引があり（10から40アカウントで10%、100アカウントで20%、年間一括でさらに10%、最大30%）。LINE公式アカウントは税別、ツールは税込で書かれているので、足す前に税込にそろえます。

## 記事の3つの例（税込・月額）

| 例                     | 標準機能だけ                                                                             | Lステップを入れる                     | エルメを入れる                     |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| 友だち500人、月4回（2,000通）   | ライト 5,500円                                                                         | 5,500円＋スタート5,000円＝<br>10,500円 |                             |
| 友だち2,000人、月4回（8,000通） | スタンダード<br>16,500円                                                                  | 16,500円＋21,780円＝38,280<br>円   | 16,500円＋10,780円＝<br>27,280円 |
| 友だち200人、月2回（400通）     | 両方0円で始められるように見えるが、400通はコミュニケーションの200通を超えるので、実際はライトに上げて5,500円。この規模でツールを入れる意味はほとんどない |                               |                             |

## うちの計算

| 比べる案   | LINEのプラン<br>（税込・月） | ツールのプラン<br>（税込・月） | 月の合計<br>A+B | 構築費<br>（見積もり） | 1年の合計<br>月の合計×12＋構築費 |
|--------|--------------------|-------------------|-------------|---------------|----------------------|
| 標準機能だけ |                    | 0円                |             | 0円            |                      |
|        |                    |                   |             |               |                      |
|        |                    |                   |             |               |                      |
|        |                    |                   |             |               |                      |

LINE公式アカウントの追加メッセージは2026年10月1日に改定されるので、追加通数がかかる計算は最新の料金を公式ページで確かめてから入れてください。

# 止まること、戻れないこと

入れる話しか出てこないで、やめるときも先に見る

| 止まること、戻れないこと                               | 先にやること                                        |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 通数の上限が、ツール側とLINE公式側で別々に数えられる               | 片方だけ上げて、もう片方で止まる。両方の上限を見る                     |
| ツールを入れても、LINE公式アカウントの月額はなくならない             | 両方払う。通数もLINE公式側で数えられ、安くならない                   |
| 無料プランの通数を超えると配信が止まる                        | エルメは1,000通に達した時点ですべての配信が自動で止まる。Lステップのフリーは200通 |
| エルメのフリープランで接続できるLINE公式アカウントは1つまで           | 2つ目からは1アカウントごとに有料プランが要る                       |
| ライトプランには追加メッセージがない                         | 5,000通を超えたいならスタンダードに上げる                       |
| エルメのスタンダードとプロはダウングレードできない（システムの仕様）         | 上げるのは簡単で、下げるのは難しい。上げる前に通数を確認                  |
| 解約はいつでもできるが、日割りの返金はない（エルメ）                 | 契約は自動で続くので、やめるなら自分で操作する                       |
| ツールで組んだシナリオ、フォーム、タグは標準機能に戻せない              | やめると使えなくなる。友だちそのものはLINE公式アカウントに残る             |
| Messaging APIを有効にするときに選ぶプロバイダーは、あとから変更できない | 個人で作ったものを選ぶと会社に移せない。会社として持っているものを選ぶ           |
| ツールを接続すると、応答の仕組みがツール側に移る                   | 標準の応答メッセージと二重に返る事故が起きる。接続後に自分のスマホで確かめる        |

## やめたときに、何が残っていればいいか

入れる前に1つだけ決めておきます。多くの場合、答えは「友だちの数」で、それだけならいつやめても大丈夫です。残らないのは、ツール側で貯めた情報のほうです。

| 残っていてほしいもの   | どこにあるか      | やめたら残るか |
|--------------|-------------|---------|
| 友だち          | LINE公式アカウント | 残る      |
| シナリオ、フォーム、タグ | ツールの中       | 残らない    |
|              |             |         |
|              |             |         |

困っていることを名前で言う 12業種

言えたら、その1点だけを各社に聞けば決まる

選ぶときの原則は1つだけ、「いま困っていることを名前で言えるか」です。「なんとなく高機能なほうがよさそう」で選ぶと、使わない機能に払い続けることになります。どれも架空の店の例です。

| 業種     | 困っていること                             | 標準機能では                     | ツールは           |
|--------|-------------------------------------|----------------------------|----------------|
| 美容室    | 来店後に次回のクーポンを出したい<br>16字             | 標準でできる（クーポン、ショップカード）       | 要らない           |
| 整体院    | 問い合わせをくれた人に、症状のタグを付けて追いかけてたい<br>27字 | チャットProオプションのタグで足りる（手で付ける） | 数百人までなら要らない    |
| セミナー講師 | 登録の30分後に1通目を送りたい<br>16字             | 標準の待ち時間は日単位まで              | 入れる価値がある       |
| 工務店    | どの広告から来た人が資料請求したかを知りたい<br>22字       | 標準の分析では粗い                  | 入れる価値がある       |
| 通販の雑貨店 | アンケートで選んだ好みで配信を3通りに分けたい<br>23字      | 自分で集めた情報での分岐はできない          | 入れる価値がある       |
| カフェ    | 全員に週1回、新メニューを知らせたい<br>18字           | 標準の一斉配信でできる                | 要らない           |
| 学習塾    | 学年で配信を分けたい（2本から3本）<br>18字           | 標準の絞り込み配信で足りる              | 要らない           |
| ペットサロン | 友だち追加の翌日から3通、順番に送りたい<br>20字         | 標準のステップ配信でできる              | 要らない           |
| 英会話教室  | 体験の予約をLINEの中で完結させたい<br>19字          | 標準機能にない                    | 予約の回を読んでから決める  |
| 花屋     | 電話で注文を受けている。LINEは来店のお知らせだけ<br>26字   | 標準でできる                     | 要らない           |
| 税理士事務所 | 面談後の相談内容で、案内する資料を分けたい<br>21字        | 自分で集めた情報での分岐はできない          | 友だちが少ないうちは要らない |
| ジム     | 友だちが数千人。配信の当たり外れが大きい<br>20字         | 分けたほうが確実に良くなる              | 入れる価値がある       |

うちの困っていること

| 困っていること（名前で） | 標準機能では | 各社に聞く1点 |
|--------------|--------|---------|
|              |        |         |
|              |        |         |
|              |        |         |

系統は3つあります。配信の設計に強い系（シナリオ、分岐、流入経路の分析）、自動応答に強い系（問い合わせの自動化、有人への引き継ぎ）、顧客データに強い系（会員情報や購買履歴との連携）。外部のツールを挟まず、Messaging APIで自分で作る道もあります。

入れる前の3か月と、各社への問い合わせ文

この3か月で集めた材料が、そのままシナリオになる

入れる前の3か月（標準機能で回す）

| 月    | やること                                                            | 結果 |
|------|-----------------------------------------------------------------|----|
| 1か月目 | 月2回の配信を続ける<br>内容は問わない。続けられるかを確認める                               |    |
| 2か月目 | 絞り込み配信を1回だけやってみる<br>分けたときと分けなかったときで反応が変わるか。変わらないならツールを入れても変わらない |    |
| 3か月目 | 数字を並べる<br>開封率、クリック率、ブロック率を3か月ぶん並べて、動いているかを見る                    |    |

この3か月で「もっと細かく分けたい」と本当に思ったなら、そのときが入れどきです。何も配信していない状態でツールを入れると、まず何を書くかで止まります。

各社への問い合わせ文（1点だけ聞く）

〇〇御中

はじめにご連絡いたします。〇〇の〇〇と申します。  
LINE公式アカウントの拡張ツールの導入を検討しており、1点だけ確認させてください。

確認したいこと  
〇〇（例 → アンケートの回答で、配信を3通りに分けたい）

この1点が御社のツールで実現できるか、できる場合はどのプランからかを教えていただけますでしょうか。  
あわせて、構築をお願いする場合の費用の目安があれば知りたいです。

いまの状況  
友だち数 → 〇〇人  
月の配信通数 → 〇〇通

よろしく願いいたします。

入れると決めたあとの3つの手順

| # | 手順                                                                        | やった日 |
|---|---------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 | ツール側でアカウントを作る                                                             |      |
| 2 | LINE公式アカウントと接続する。多くのツールはMessaging APIで接続する。 <b>プロバイダーは会社として持っているものを選ぶ</b> |      |
| 3 | 応答モードなどの設定をツール側に合わせ、 <b>自分のスマホで友だち追加して、二重に返ってこないか確かめる</b>                 |      |

ツールで解決しないこと

友だちが増えていない、配信が続いていない、配信の中身が売り込みばかりでブロックされている。この3つはツールを入れても直りません。3つが解決していて、それでも「もっと細かく分けたい」となったときのツールは、はっきり効きます。