

業種別 組み立てシート

公式の事例を4つの役割に分けて読み、自分の業種で何から始めるかを決めて、毎月の見直しまで回すための8枚

この8枚でできること

- ☐ 事例を「入口・関係・再来・測る」に分けて読む
- ☐ 自分の業種で、まず使う機能と次に足す機能を決める
- ☐ 表にない業種でも、2つの問いで型を決める
- ☐ 最初の3か月を、1か月に1つずつ足す計画にする

使う順番

2ページで読み方を決める → 3ページで自分の業種の行を選ぶ（無ければ5ページ） → 4ページで真似する打ち手を選ぶ → 6ページを読んでから、7ページの計画を埋める → 毎月8ページで見直す。
真似するのは数字ではなく、機能の組み合わせと順番です。

目次

2	事例を読む前の3つと、4つの役割 取材年・規模・終わった機能、入口・関係・再来・測るに入る機能
3	業種別の組み立て表 5業種のまず使う機能と次に足す機能、どの業種も先に済ませる3つ
4	公式事例から取り出した打ち手 12 取材の年と数字、自分の店に置き換える欄
5	表にない業種の振り分け 2つの問いと4つの型、12業種の振り分け例
6	後から取り戻せないことと、つまずき 終わった機能、後から分けられない数字、よく止まる所
7	最初の3か月の組み立て計画 1か月に1つずつ足す計画表と、見る数字
8	毎月の見直しと、足りなくなったとき 4つの役割の記録表、標準機能の先にある3つの道

数字の出どころ

事例の数字は、LINEヤフー for Businessが公開している導入事例に書かれているものだけです（2026年9月26日確認）。どれも取材した時点の数字で、料金や機能はその後が変わっています。事例の会社名は公式の事例ページのものです。

事例を読む前の3つと、4つの役割

1. 事例を読む前に見る3か所

見る所	理由	読み替え方
取材した年	数値は取材時点のもの。古いものは2020年の取材	料金と機能は今の回で確かめ直す
終わった機能	LINE VOOMは2026年9月30日で終了。リサーチは2026年12月2日に終了予定	タイムラインへの投稿は、今なら「投稿」
お店の規模	友だちが20万人より多いECと、スタッフ1人のサロンでは結果が変わる	数字でなく、組み合わせと順番を真似する

2. 4つの役割と、そこに入る機能

役割	何のための仕組みか	入る機能
入口	友だちを集める	友だち追加の導線、投稿、友だち追加広告、LINEタッチ
関係	友だちになった人と話す	プロフィール、あいさつメッセージ、応答メッセージ、チャット、リッチメニュー
再来	もう一度来てもらう	メッセージ配信、クーポン、ショップカード、ステップ配信
測る	どれが効いたかを確認する	分析タブ、計測タグ、テスト配信

3. 事例の分解シート（気になった事例を1つ書き写す）

事例の名前			
取材した年	年	規模（友だち・店舗）	
入口でしたこと			
関係でしたこと			
再来でしたこと			
測るでしたこと			
いちばん力を入れた役割	☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		
終わった機能の読み替え			
自分の店で真似すること			

業種別の組み立て表

自分の業種の行に印を付ける

業種	力を入れる所	まず使う機能	次に足す機能	印
飲食店	再来	クーポンとショップカード、メッセージ配信	リッチメニュー、LINEで予約	☐
美容室・サロン	関係	応答メッセージ、チャット	ショップカード、LINEで予約	☐
小売・EC	再来と測る	リッチメッセージ、メッセージ配信	計測タグ、テスト配信	☐
教室・スクール	関係と入口	チャット、リッチメニュー	絞り込み配信、ステップ配信	☐
士業・BtoB	入口と関係	応答メッセージ、リッチメニュー	ステップ配信、友だち追加広告	☐

どの業種も、表より前に済ませる3つ

- ☐ アイコンとプロフィール
- ☐ あいさつメッセージ
- ☐ リッチメニュー

支払い方法とインボイスの確かめ方も、業種を問わず講座の「支払いと経理」の回で先に決めます。

業種ごとの出発点

業種	出発点
飲食店	来店のために次の来店を約束する
美容室・サロン	施術中に電話に出られない
小売・EC	配信から購入まで数字で追う
教室・スクール	在籍者の連絡と体験の申し込み
士業・BtoB	来店の区切りが無く、相談を受ける

自分の業種の組み立て（表から写す）

自分の業種		近い行	表の行 / 5ページの型
力を入れる役割	☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		
まず使う機能 1			
まず使う機能 2			
次に足す機能			
返事をする人と時間			

単価の高いサービスは、配信の回数より、1件の相談をどう受けるかで結果が決まります。配信は月に1回か2回でも足ります。

公式事例から取り出した打ち手 12

右の欄に自分の店での置き換えを書く

業種	事例と打ち手	公式ページの数字	自分の店では
飲食 2025年公開	あっぷるアイビー 毎週金曜日の9時10分に一斉配信。リッチメニューにクーポンリストのボタン	メニューのクリック率1.3倍。約8割がクーポンリスト	
飲食 2025年公開	あっぷるアイビー 年始に看板のハンバーグを半額にするクーポン	通常の割引の4倍の利用	
飲食 2021年公開	SUZU CAFE 追加の特典にチーズケーキの無料クーポン	値引きでなく主力を試す特典	
飲食 2021年公開	SUZU CAFE ショップカードは最大20ポイント、5ポイントごとに特典。雨の日は2ポイント	友だちの約半数が利用	
飲食 2025年公開	シュクルヴァン 6店舗のレシートに友だち追加のQRを印字	追加した人の37%がQR経由	
飲食 2021年公開	長沼精肉店 店の周りに地域を絞って、朝8時から9時か夜22時に配信	100杯の枠が早いと約10分で埋まる	
サロン 2020年公開	Be+ 駐車場の場所を写真つきで返す応答メッセージ	電話の問い合わせがほぼ無い	
サロン 2021年公開	L'la citta LINEで予約した人は、会計でサイコロを振ってキャッシュバック	月の友だち追加が約3倍（お店の調べ）	
EC 2022年公開	澤井珈琲 平日は朝6時半ごろに送ってカートへ、休日はセールで購入へ	メルマガと比べて開封率3.3倍、クリック率は1.7倍	
教室 2020年公開	ESOH個伸塾 授業の振替をチャットで受け、大事な連絡は既読の数確かめる	退塾率が約28%下がった（前後2年）	
教室 2021年公開	K Village Tokyo 友だち追加を途中のゴールにし、リッチメニューに体験の入口	友だち3万人より多く（2021年6月）	
サービス 2021年公開	パーティーフォト 見積もりから当日の予定までチャットで進める	問い合わせの約7割がLINE経由	

年は事例ページの公開年です。数字はどれも取材した時点のもので、同じ結果になるとは限りません。クーポンは割引の幅より「何を割り引くか」、配信は1つを強く伝えるならリッチメッセージ、いくつも並べるならカードタイプが、事例に共通する使い分けです。

表にない業種の振り分け

2つの問いで4つの型に分ける

問い1 お客様はお店に来るか

来るなら、ショッピングカードやLINEタッチのように、店頭で友だちになってもらう仕組みが使えます。来ないなら、ホームページや広告から入ってもらう仕組みが中心です。

問い2 同じお客様が何度も買うか

何度も買うなら、配信とクーポンで再来を回します。一度きりか数年に一度なら、配信より相談の受け方に力を入れます。

	何度も買う	たまにしか買わない
来店する	飲食店の型 クーポンとショッピングカードで次の来店を約束する	サロンの型 窓口をLINEに寄せ、次の来店の時期に連絡する
来店しない	ECの型 配信と計測タグを組み合わせる	士業の型 相談の受け方を先に作り、ステップ配信でつなぐ

12業種の振り分け例

業種	お店に来るか	何度も買うか	型
整体院	来る	何度も	飲食店の型
クリーニング店	来る	何度も	飲食店の型
パン屋	来る	何度も	飲食店の型
花屋	来る	何度も	飲食店の型
ネイルサロン	来る	たまに	サロンの型
眼鏡店	来る	たまに	サロンの型
写真館	来る	たまに	サロンの型
通販の食品	来ない	何度も	ECの型
定期便の花	来ない	何度も	ECの型
不動産会社	来ない	たまに	士業の型
工務店	来ない	たまに	士業の型
税理士事務所	来ない	たまに	士業の型

整体、クリーニング店、不動産、工務店は記事で振り分けた業種です。ほかは同じ2つの問いを当てはめた例なので、自分の店の実際の答え直してください。

自分の店	問い1 ☐ 来る ☐ 来ない 問い2 ☐ 何度も ☐ たまに → の型
------	--

後から取り戻せないことと、つまり

#	取り戻せないこと・やりがちなこと	区分	防ぎ方
1	LINE VOOMは2026年9月30日で終了。タイムラインへの投稿を使った事例は同じ形で再現できない	終了	同じ役割は「投稿」機能で探す
2	リサーチは2026年12月2日に終了予定。リサーチを使った事例は同じ形で再現できない	終了予定	代わりにになる機能を講座の回で探す
3	配信もクーポンもショッピングカードも同時に始めると、どれが効いたかを後から分けられない	分けられない	1か月に1つずつ足し、毎月数字を見る
4	計測タグを入れずに配信だけ増やすと、どの配信が効いたかを後から追えない	追えない	ECは配信を増やす前に計測タグを入れる
5	大きな会社の数字をそのまま目標にする	注意	友だちの数が違えば反応の数も違う。真似は組み合わせだけ
6	標準機能で回す前に外部のツールを足す	注意	足すのは、標準機能で回して足りないと分かってから
7	在籍している人と体験前の人に、同じ配信を送る	注意	絞り込み配信で分け、体験前はステップ配信

事例を自分のアカウントに当てはめるとき、よく止まる3か所

止まる所	こうする	確認
大きな会社の事例を、そのまま真似する	友だちが数万人と数百人では、同じ配信でも反応の数が違う。真似するのは機能の組み合わせだけ	☐
一度に全部を始める	組み立て表の「まず使う機能」から1つずつ足し、1か月ごとに分析タブの数字を見る	☐
終わった機能の事例を追いかける	タイムラインやリサーチの事例は、代わりにになる機能を講座の回で探す	☐

終わった機能の読み替えメモ

事例に出てきた機能	状態	今使う機能
タイムラインへの投稿	2026年9月30日で終了	投稿
リサーチ	2026年12月2日に終了予定	

最初の3か月の組み立て計画

1か月に足すのは1つだけ

1. 表より前に済ませる3つ

機能	済ませた日	決めたこと
アイコンとプロフィール	月 日	
あいさつメッセージ	月 日	
リッチメニュー	月 日	

2. 1か月に1つずつ足す計画表

月	足す機能	役割	見る数字	結果
準備の月		☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		
1か月目		☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		
2か月目		☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		
3か月目		☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る		

準備の月は上の3つ、1か月目と2か月目は組み立て表の「まず使う機能」、3か月目は「次に足す機能」から選ぶのが基本です。

3. 見る数字の例（分析タブで見るもの）

足した役割	見る数字の例
入口	友だちの増えた数と、どこから追加されたか
関係	電話で受けていた問い合わせが、LINEに移った数
再来	配信の開封とクリック、クーポンやショップカードの利用
測る	計測タグで見た、配信のあとの購入や申し込み

4. この3か月の目的を1行で

毎月の見直しと、足りなくなったとき

毎月見直すのは、関係・再来・入口・測るの4つです。測るから始めて、弱い役割を1つだけ直します。

1. 毎月の記録表

月	入口 増えた友だち	関係 問い合わせ	再来 配信の反応	測る 購入・申し込み	来月直す役割
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る
月					☐ 入口 ☐ 関係 ☐ 再来 ☐ 測る

2. 標準機能で足りなくなったときの3つの道

道	できるようになること	印
拡張ツールを足す	お客様ごとにリッチメニューを変える、回答によって配信を分ける	☐
CRMオプションとフォーム	友だち一人ひとりの情報を、管理画面の中で持てる（有料のオプション）	☐
Messaging API	自社のシステムとつなぐ	☐

公式の事例でも、外部のツールを入れる前に標準機能で何をやったかが書かれています。足すのは、標準機能で回してみて、それでも足りないと分かってからです。

3. 足りないと分かった理由を書く

標準機能で試したこと	
足りなかったこと	
選ぶ道	☐ 拡張ツール ☐ CRMオプション ☐ Messaging API

作業まで任せたい方へ 自分の業種の組み立てや、毎月の見直しと一緒に進めたい方は、この公式LINEにそのままメッセージをください。お店の状況をうかがってからお返事します。