

顧客体験の デジタル化で LTV最大化!

25,000件のLINEミニアプリ
から見えた成功モデル



LINEヤフー株式会社
DXソリューションユニット
DXディレクションディビジョン
部長

奥 亮介

奥 亮介

LINEヤフー株式会社

DXソリューションユニット

DXディレクションディビジョン

部長





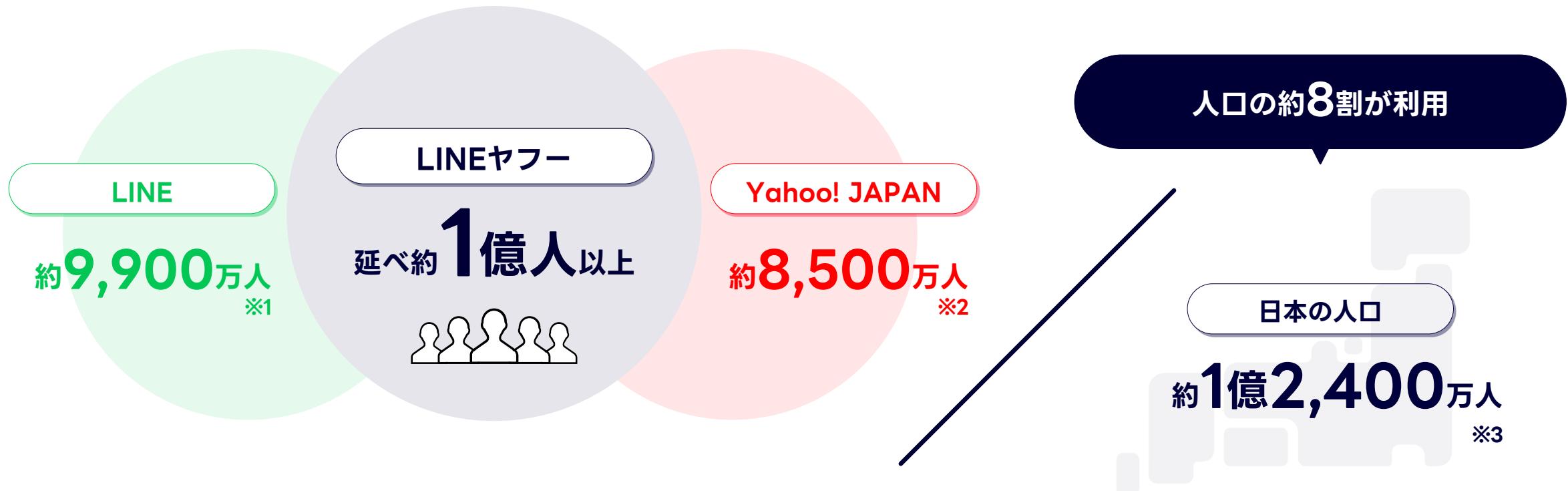
LINEヤフーの概況

LINEヤフーグループのサービス



日本の人口8割以上をカバー

LINEの月間利用者数は9,900万人、Yahoo! JAPANの月間利用者数は8,500万人。
日本の人口の約8割以上をカバーしています。

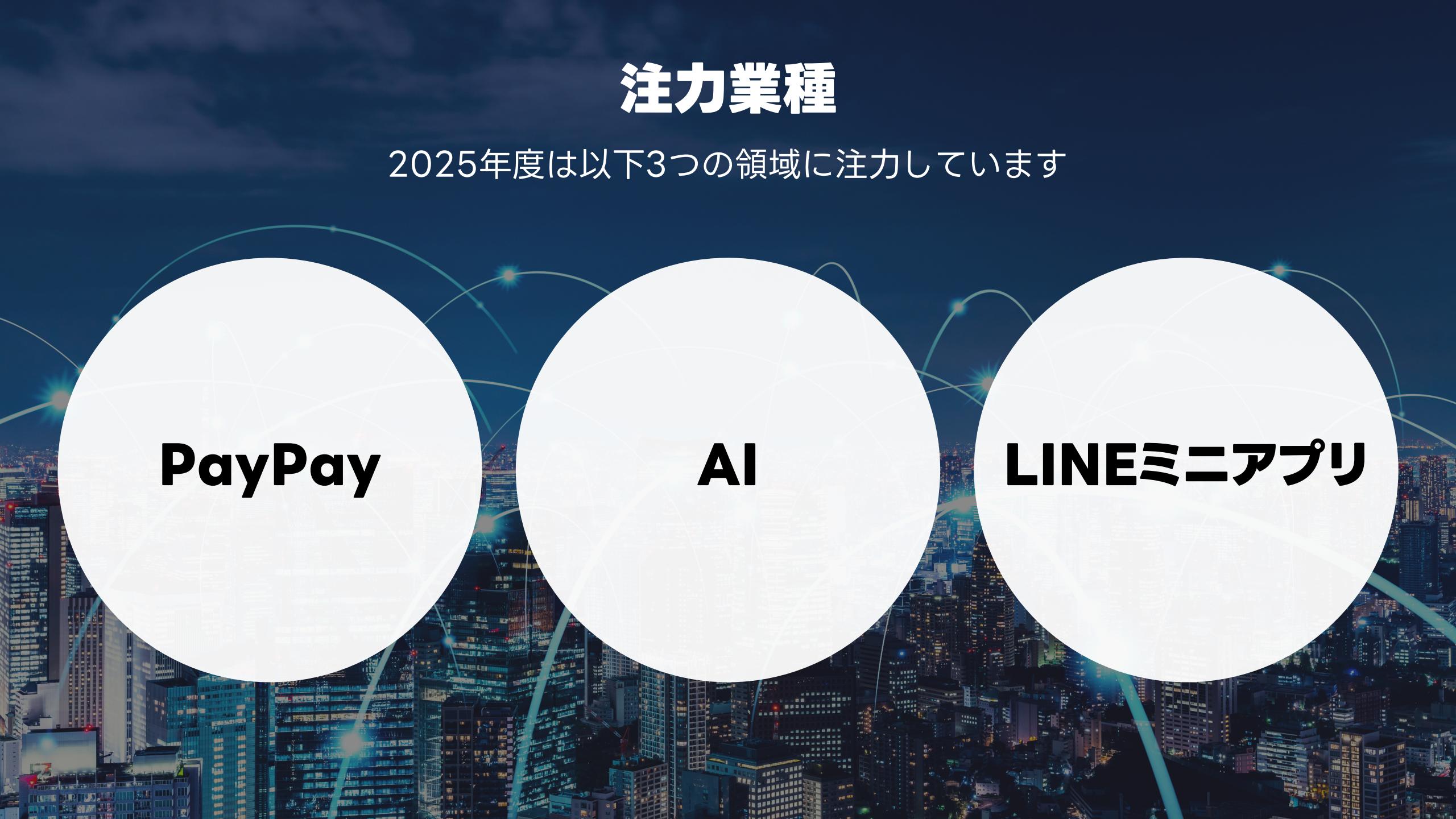


※1 自社調べLINEアプリ月間アクティブユーザー2025年6月末時点
※2 「ニールセンデジタルコンテンツ視聴率」(2023年1月~11月の月平均) [Yahoo! JAPAN(ブランドレベル)で集計、2歳以上の男女。スマートフォンとパソコンのユーザーの重複を含まない。] ※上3桁目の数値を四捨五入

※3 LINEヤフーの延べ利用ユーザー1億人÷日本の総人口1億2337万1000人(2025年6月[確定値]総務省統計局)

注力業種

2025年度は以下3つの領域に注力しています



PayPay

AI

LINEミニアプリ

顧客の体験を変えていく

PayPay

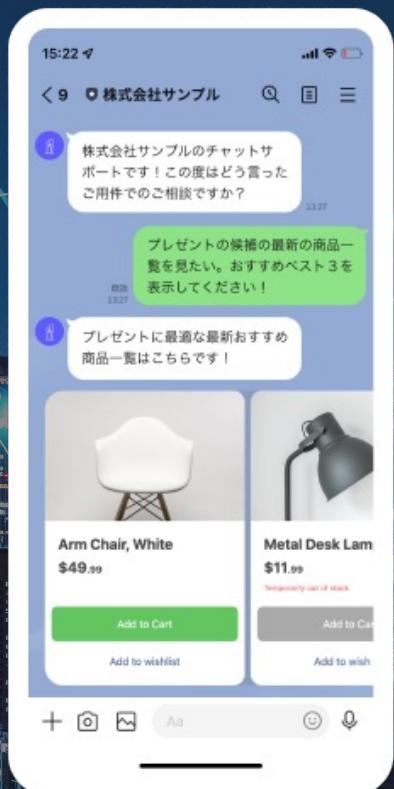


PayPayを軸とした金融事業
上場準備中

AI



LINEサービス



法人向けAPI

LINEミニアプリ



会員証/
ポイントカード



注文/予約
オンライン決済

CONNECT ONE

ビジネスの成長を支える統合プラットフォーム



※1 LINE 月間アクティブラジオユーザー数 (日本) 9,900万人 2025年6月末時点

※2 Yahoo! JAPANのDUB (Daily Unique Browser) 1億700万人 2025年3月末時点

CONNECT ONE

企業にとってはLINEやYahoo!プラットフォーム上にあるオウンドメディアの立ち位置

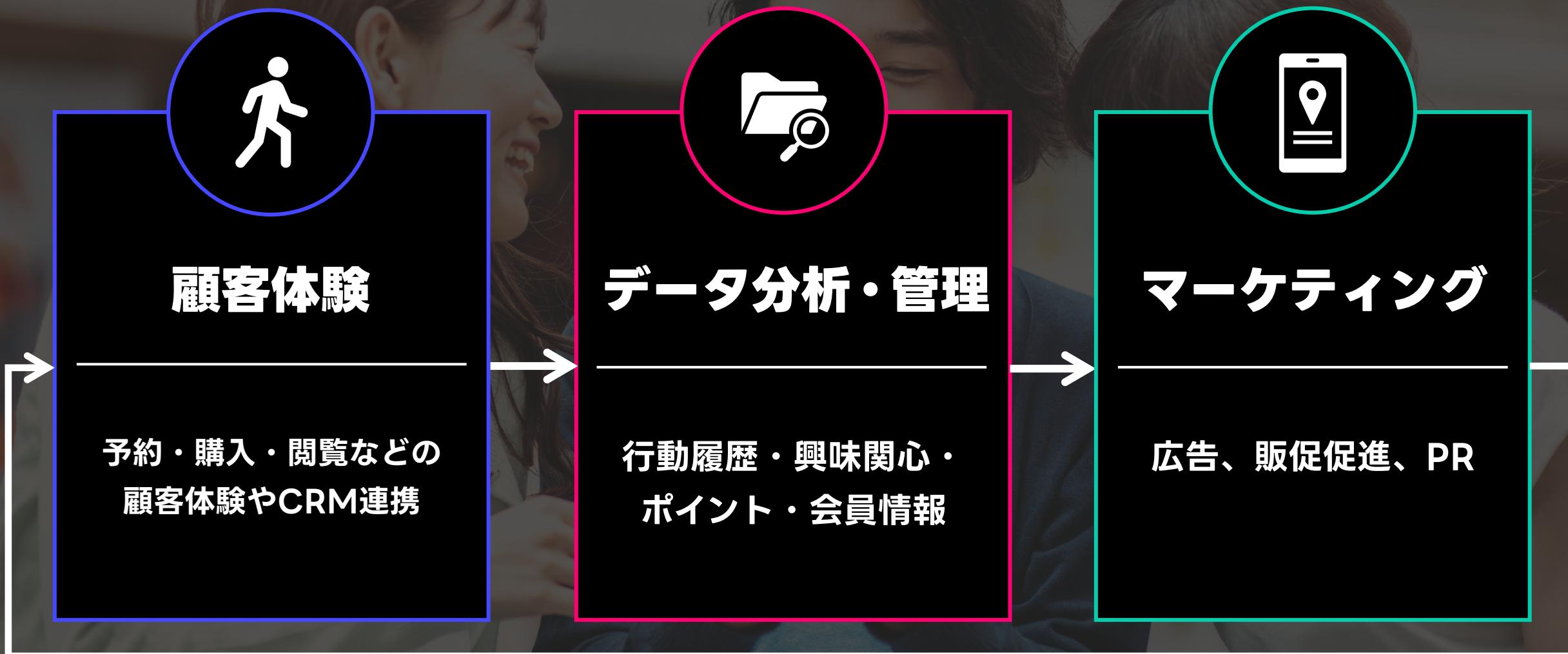
LINEヤフーの
CX/CRMプロダクト

LINE
公式アカウント

企業の
オウンドメディア

*1 LINE 月間アクティビティユーザー数（日本）9,900万人 2025年6月末時点
*2 Yahoo! JAPANのDUB（Daily Unique Browser）1億700万人 2025年3月末時点

マーケティングの好循環を生み出す

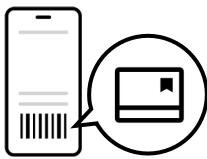


主な法人向けソリューション

顧客体験



LINE公式アカウント
(Messaging API/LINEログイン)



LINEミニアプリ



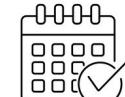
LINE通知メッセージ



LINEタッチ



LINEチラシ

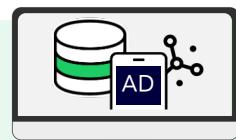


LINEで予約

データ分析・管理



LINE公式アカウント管理画面



広告管理画面



ビジネスマネージャー

Yahoo! JAPANデータソリューション

LINEデータソリューション

マーケティング



検索広告



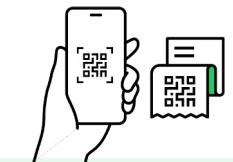
ディスプレイ広告(運用型)



ディスプレイ広告(予約型)



LINE広告



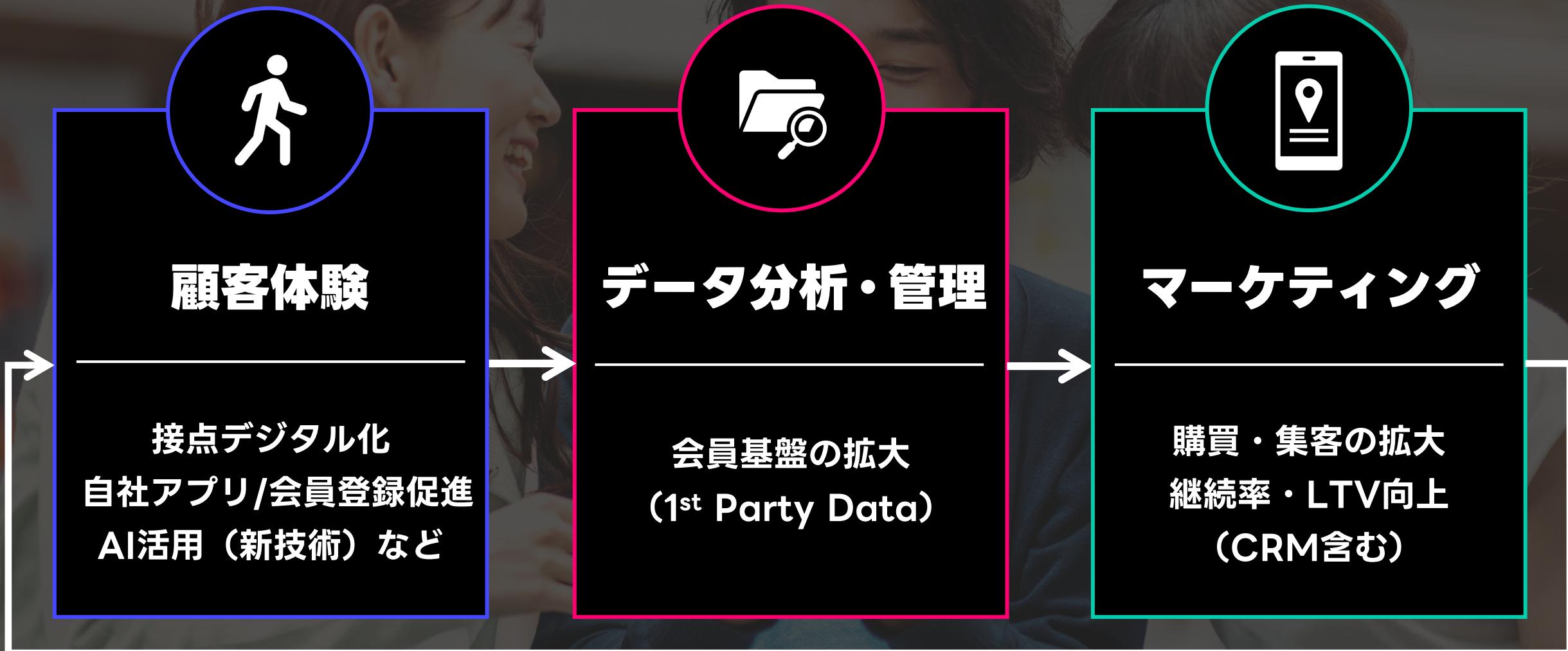
LINEで応募
(メッセージ配信)



LINE公式アカウント
(Messaging API/スタンプ)

CONNECT ONE

マーケティングにおける課題



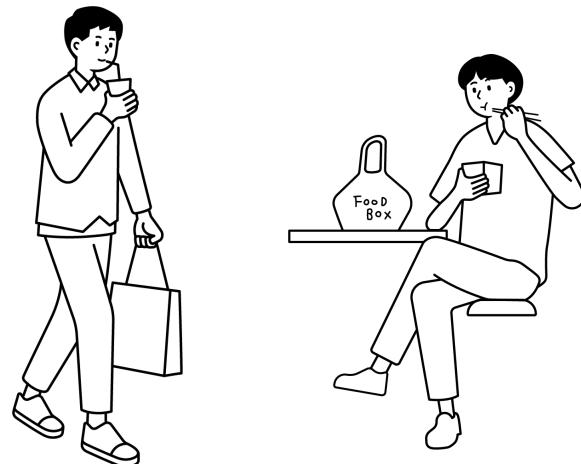
A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a light-colored, textured mask. The background is a blurred night cityscape with bokeh lights in shades of blue, green, and yellow. The text '顧客體驗' is overlaid in the center of the image.

顧客體驗

顧客体験の定義

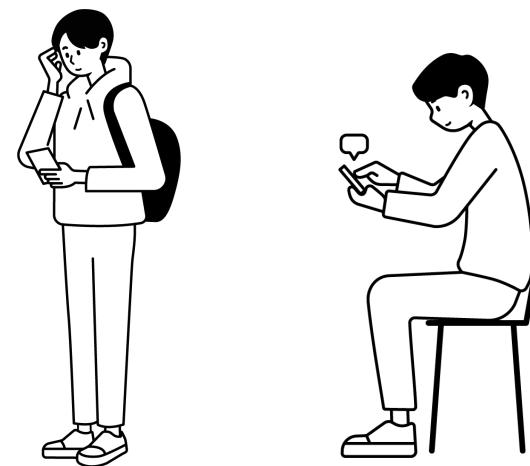
顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験



購入や利用、閲覧など
(その際に感じる満足度や心情的な経験)

コミュニケーション体験



対話や情報発信を通じたブランド浸透や行動喚起
(その際に感じる満足度や心情的な経験)

顧客体験のデジタル化

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験



体験のデジタル化

オペレーション簡略化や省人化
来店・購買活動などをデータで可視化する

購入や利用、閲覧など
(その際に感じる満足度や心情的な経験)

コミュニケーション体験



マーケティング高度化

来店・購買データを
広告や販促、CRMへ活用する

対話や情報発信を通じたブランド浸透や行動喚起
(その際に感じる満足度や心情的な経験)

サービス体験上の課題

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験

**利用率が高まらない
結果、
データが集まらない**

オペレーション簡略化や省人化
来店・購買注文の待ち時間が短くなる

コミュニケーション体験

マーケティング高度化

来店・購買データを
広告や販促、CRMへ活用する

対話や情報発信を通じたブランド浸透や行動喚起
(その際に感じる満足度や心情的な経験)

サービス体験上の課題

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験

利用率が高まらない

結果、
データが集まらない

オペレーション簡略化や省人化
来店購買注文の効率化による

コミュニケーション体験

データ量を確保できる施策

データのアウトプット、利用方法を想定しながら、利用頻度や規模を高めるデジタル施策を検討する

ユーザビリティの高い施策

お客様観点で求められ、利用しやすい体験環境を検討する

コミュニケーション体験の課題

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験

体験のデジタル化

オペレーション簡略化や省人化
来店・購買活動などをデータで可視化する

購入や利用、閲覧など

(その際に感じる満足度や心情的な経験)

コミュニケーション体験

パーソナライズ不足
一貫性に欠けた伝達
過剰な配信や広告

広告や販促手法をSNSへ活用する
結果、

成果に繋がらない

コミュニケーション体験の課題

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験

1st Party Dataの拡大施策

顧客に適切な情報を適切なタイミングで届けるため、顧客理解を深める施策が必要

シームレスなデータ活用環境

取得データを分析し、シームレスにアウトプット可能な環境やターゲティング広告やパーソナライズ配信に利用できる環境

コミュニケーション体験

パーソナライズ不足
一貫性に欠けた伝達
過剰な配信や広告

広告や販促ツールへ活用する
結果、
成果に繋がらない

デジタル顧客基盤の拡大がなぜ重要なのか？

顧客への
影響

事業への
影響

デジタル 顧客基盤



収益の
安定化・増加

競争力の
強化

効率的な
マーケティング

顧客
ロイヤリティ
向上

ビジネス変革
イノベーション

実際の課題

ターゲット

主な施策



自社アプリやECなど
オウンドメディア

対応できていない

デジタル顧客接点の拡大検討

ターゲット



施策検討のポイント

データ量を確保できる施策

ECや自社アプリでは捉えきれない
お客様へのデジタル施策検討

ユーザビリティの高い施策

敷居が低く、利用し易いUI/UX検討



LINEヤフーを活用した 顧客体験の改善例

LINEヤフーのプロダクト思想

ターゲット

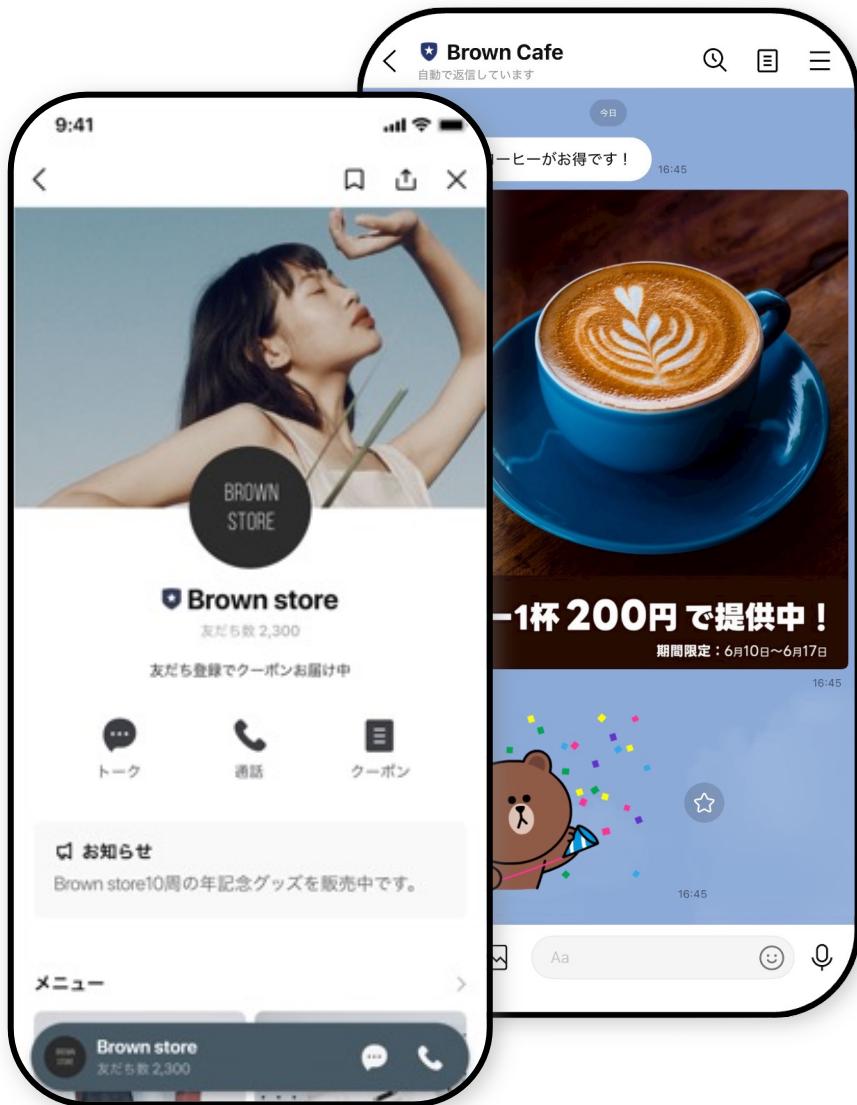
活用に最適なプロダクト



LINE公式アカウント
&
LINEミニアプリ

LINEミニアプリ
&
LINEタッチ

LINE公式アカウント



企業データの連携利用

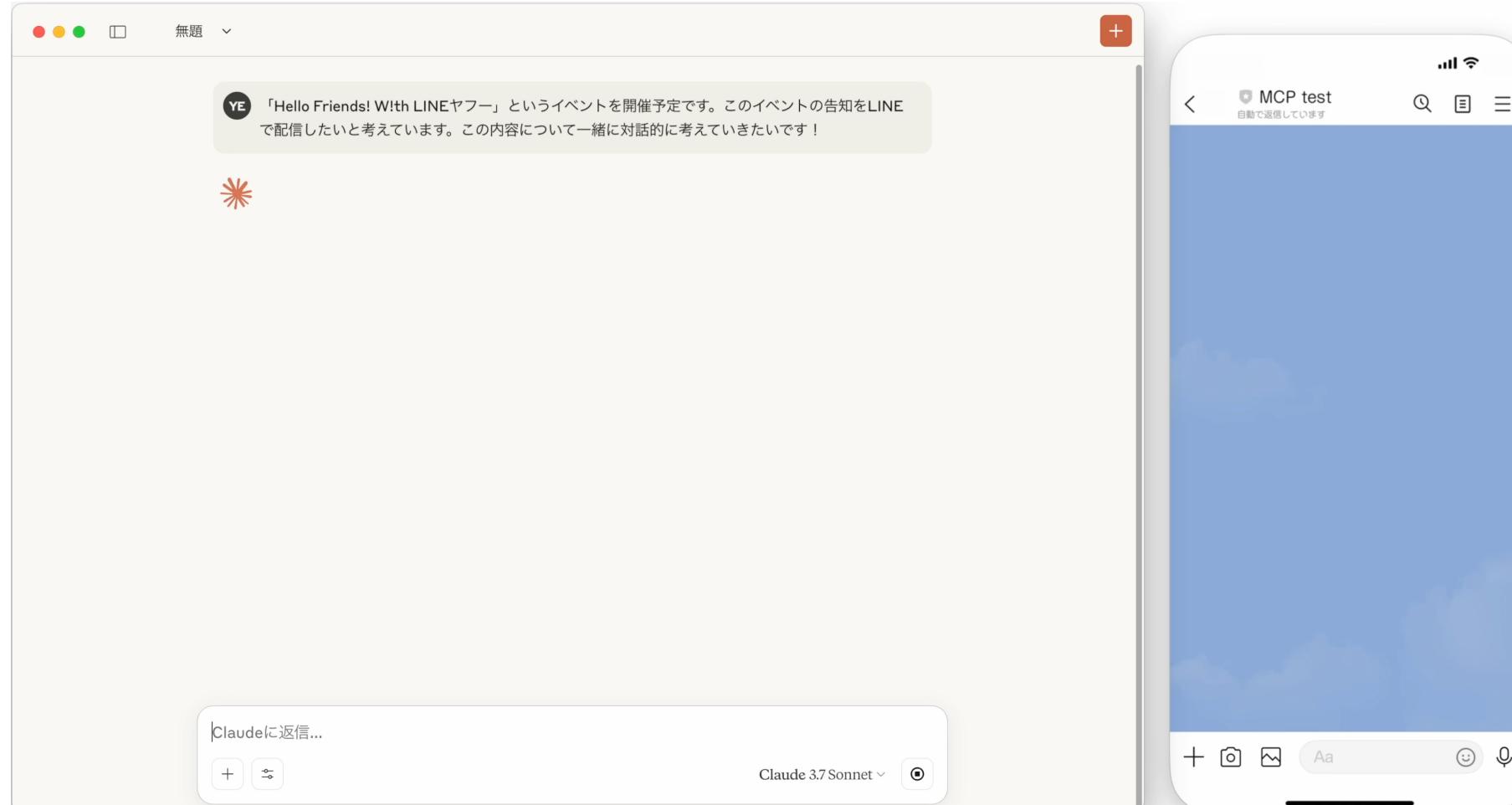
LINEのAPIを活用することで、LINE公式アカウントの友だちをユーザーIDで識別でき、企業側のシステムと連携することが可能になります。



※詳細はLINE developersでご確認いただけます。：[LINE Developers](#)

配信はAIが行う時代へ

2025年4月よりLINE公式アカウントと生成AIを接続する「MCPサーバー」を公開
配信内容の生成だけでなく、LINE公式アカウントでの配信までがAIで完結可能に。



LINE公式アカウント × AI × 中古車情報



LINE公式アカウント × AI × 中古車情報



延べ会話数

20万件超

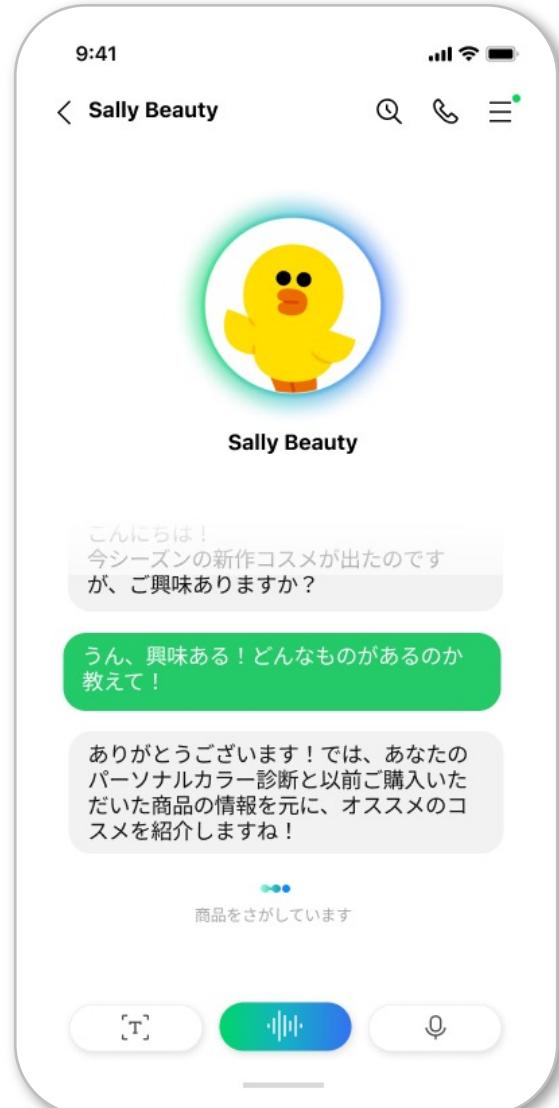
AI経由のリード率

10%超

月間成約数

20台超

ブランドエージェント

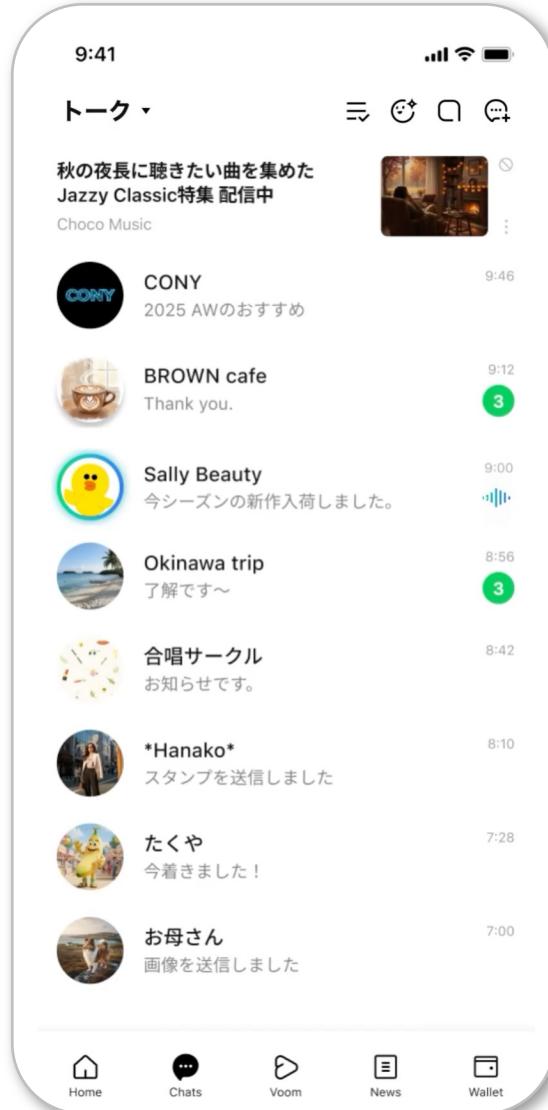


LINE公式アカウントにAIエージェントインターフェイスを実装
接客、購買/予約、サービス提供、カスタマーサポートなど
あらゆるブランド体験が進化する



本UIは開発中の画面のため、実際のサービスとは異なる可能性があります。

ブランドエージェント

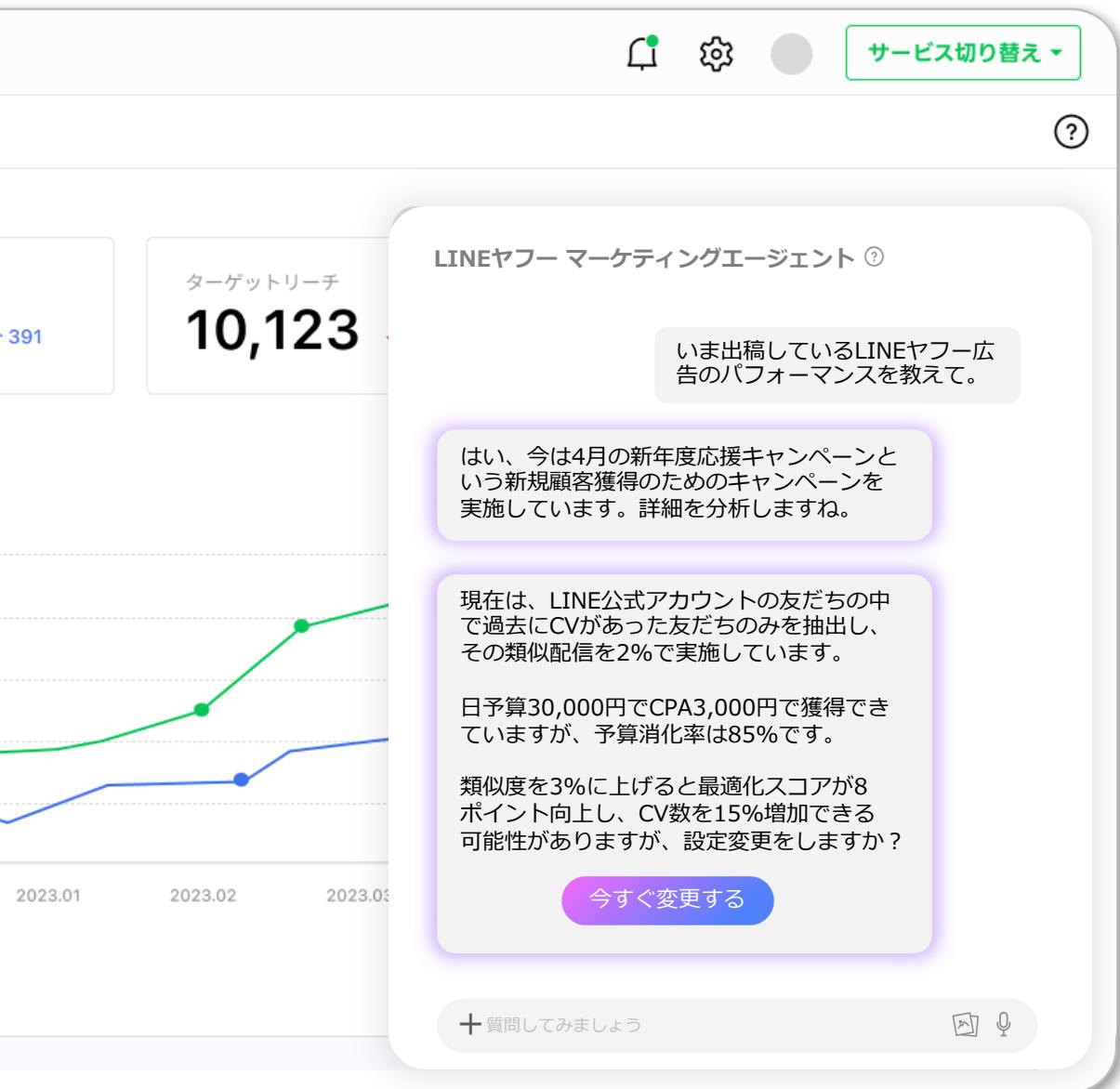


LINE公式アカウントにAIエージェントインターフェイスを実装
接客、購買/予約、サービス提供、カスタマーサポートなど
あらゆるブランド体験が進化する



本UIは開発中の画面のため、実際のサービスとは異なる可能性があります。

マーケティングエージェント



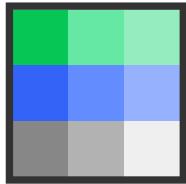
**LINEヤフーサービスの管理画面に
AIエージェントを実装。**

**マーケターのニーズに対して
自律的にアクションを行い、
マーケティングの上流から下流まで
一気通貫でサポート。**

本UIは開発中の画面のため、実際のサービスとは異なる可能性があります。

マーケティングエージェント

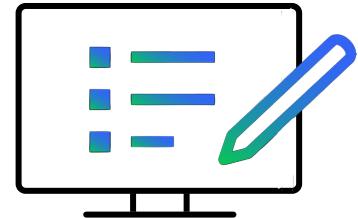
インサイトの発掘



1stPartyとLINEヤフーデータを掛け合わせて活用し、マーケティング判断に必要なインサイトを提供。

マーケット分析、顧客分析、競合分析、施策効果分析 etc

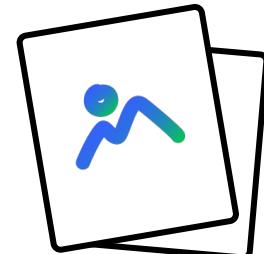
キャンペーン設計



目的や予算を元に、最適なコミュニケーションプランを提案。LINEヤフーサービスを横断した設計も実現。

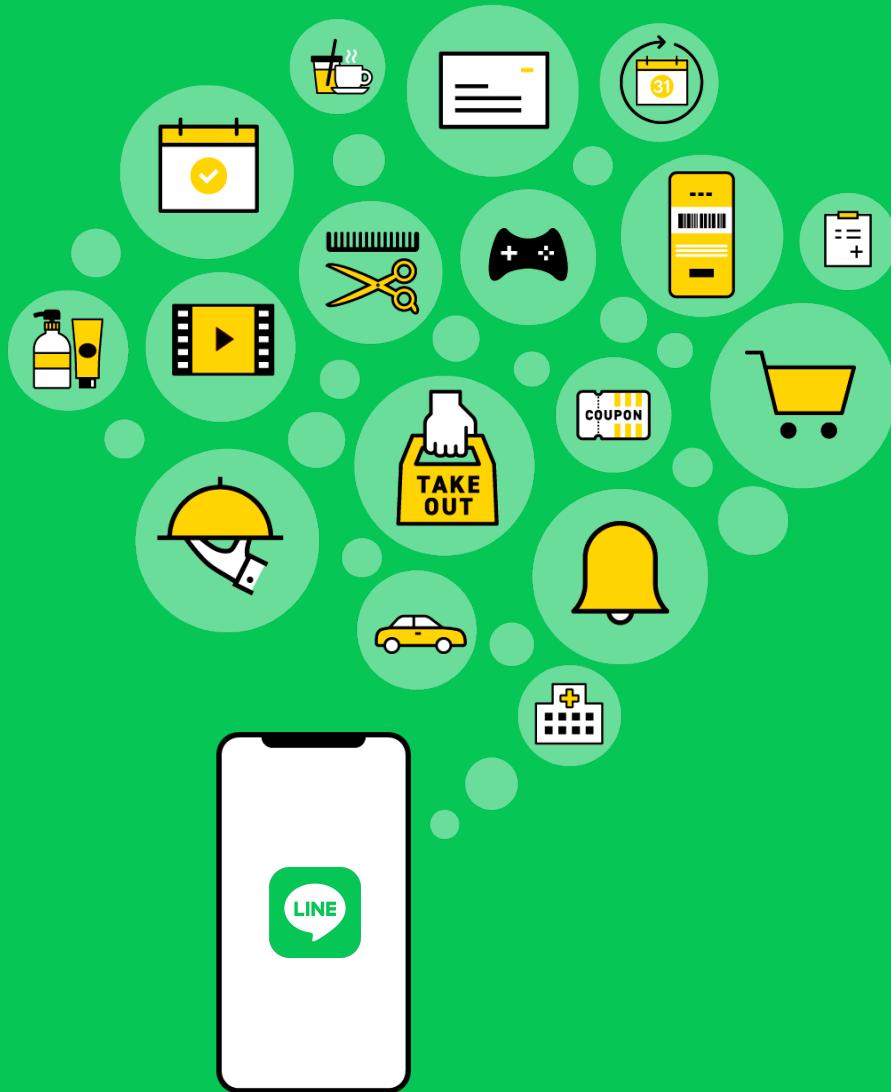
施策シナリオ生成、KPIシミュレーション、予算配分シミュレーション etc

運用自動化



策定したプランのペルソナに合わせたクリエイティブやターゲティング設定を自律的に提案し、高速PDCAを支援。

クリエイティブ生成、審査、実行代行、配信チューニング etc



LINE ミニアプリ

企業や店舗のアプリをLINE上で提供できる
アプリプラットフォーム

LINEアプリ上で
多様なサービスを
展開できる

ダウンロード不要で
かんたんに
サービス利用

様々な活用シーン



小売

- 会員証
- プリペイドカード
- クーポン
- EC・サブスクリプション



飲食

- 予約受付・管理
- 順番待ち
- モバイルオーダー（店内/店外）
- ポイントカード



旅行・交通

- タクシー配車
- 乗り換え案内
- ライドシェア予約
- ホテル会員証・予約・順番待ち



美容・健康・ジム

- 会員証・カルテ
- 処方箋
- オンライン診療
- サブスクリプション



行政・教育

- 粗大ゴミ収集受付
- 図書館利用カード
- 学習塾・習い事予約
- スタンプラリー（地域のお店等）



スポーツ・エンタメ

- 順番待ち（テーマパーク）
- コンテンツ配信（マンガ/動画等）
- デジタルチケット
- 物販待機列/EC



さまざまな利用シーンに適応

会員証

Zoff
Eye Performance



モバイルオーダー

BAKE INC.



グッズ整理券

出計林



美容予約

Lond



ポイント/クーポン

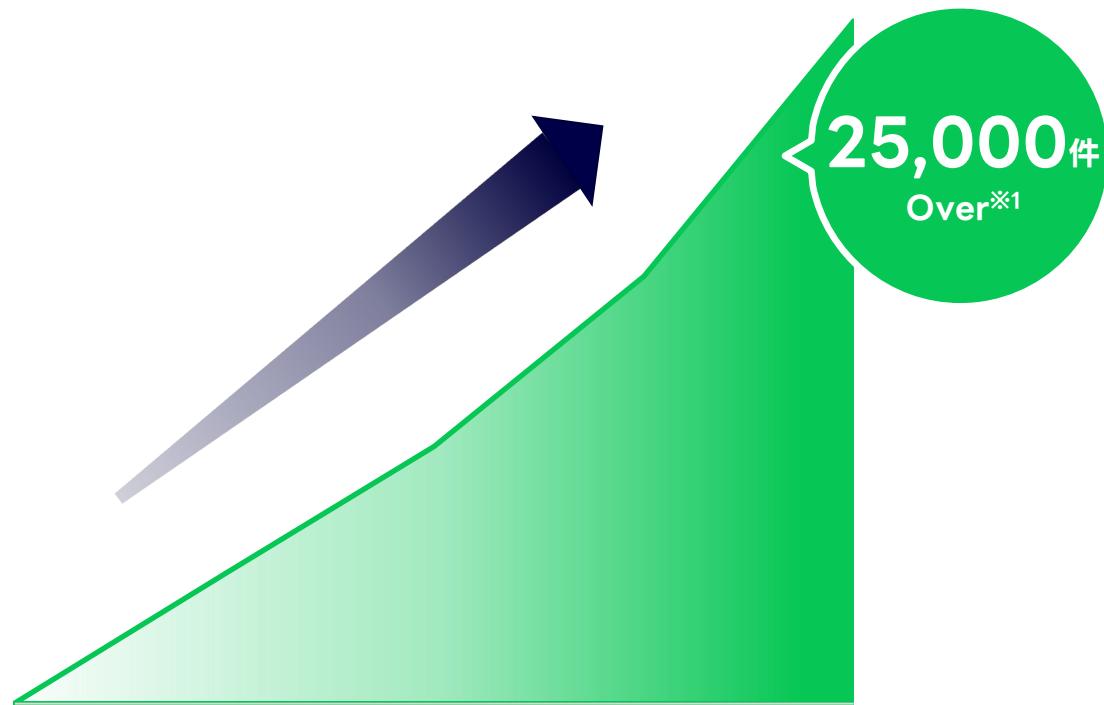
桂花



デジタル接点ニーズに伴い急拡大

LINEミニアプリは様々な業種で導入が進み、2025年8月時点でリリース数は25,000件以上！月間利用ユーザー数（MAU）も1,700万人を超え、多くのユーザーにご利用いただいております。

LINEミニアプリのリリース数



LINEミニアプリのMAU

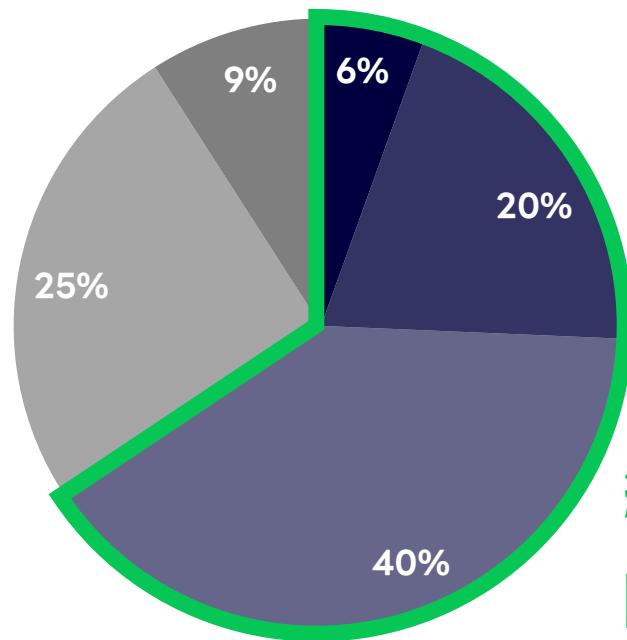


※1 LINEヤフー調べ：2025年8月時点 LINEミニアプリにおけるリリース済みサービス数

※2 2025年8月時点 LINEミニアプリの月間利用者数

お客様の声

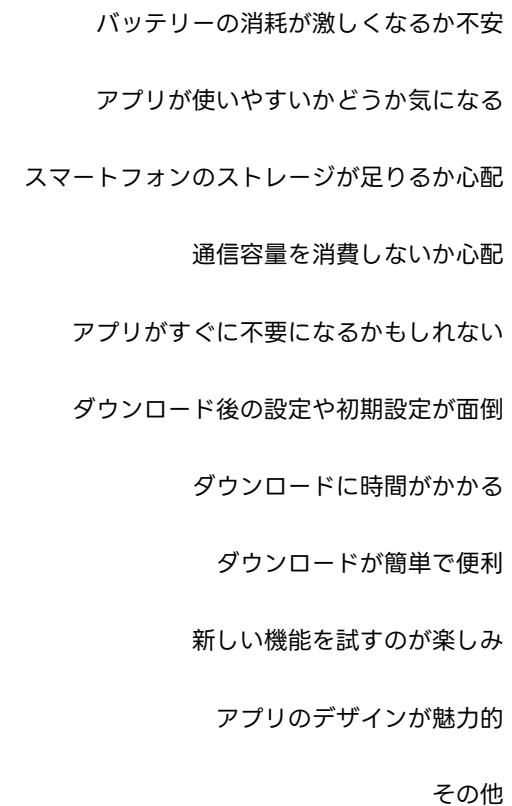
お店でアプリのダウンロードを断った経験



約7割が
断り経験あり

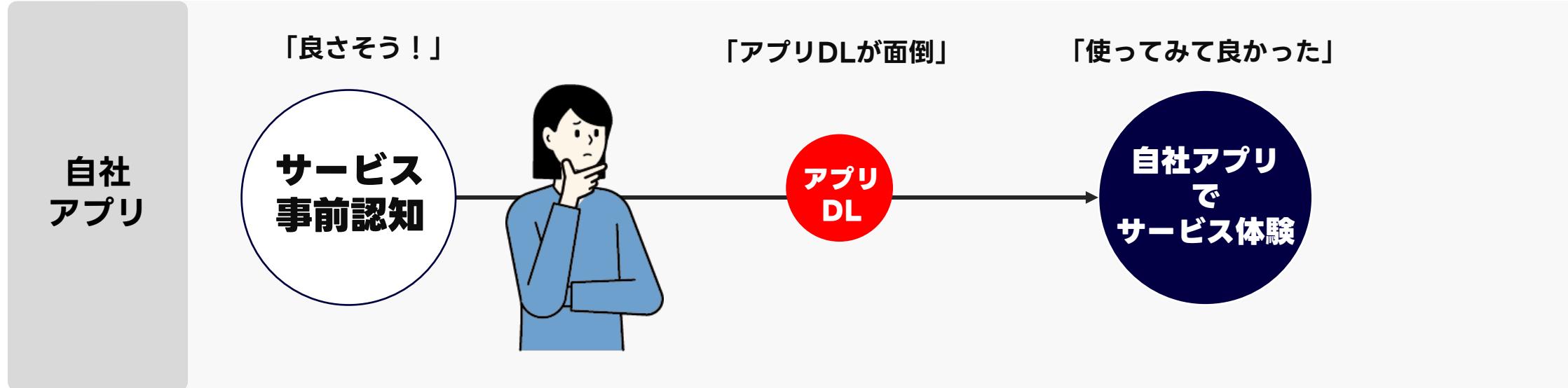
- いつも断っている
- 時々断っている
- ほとんど断らない
- 全く断ったことがない

アプリをダウンロードする際に感じること

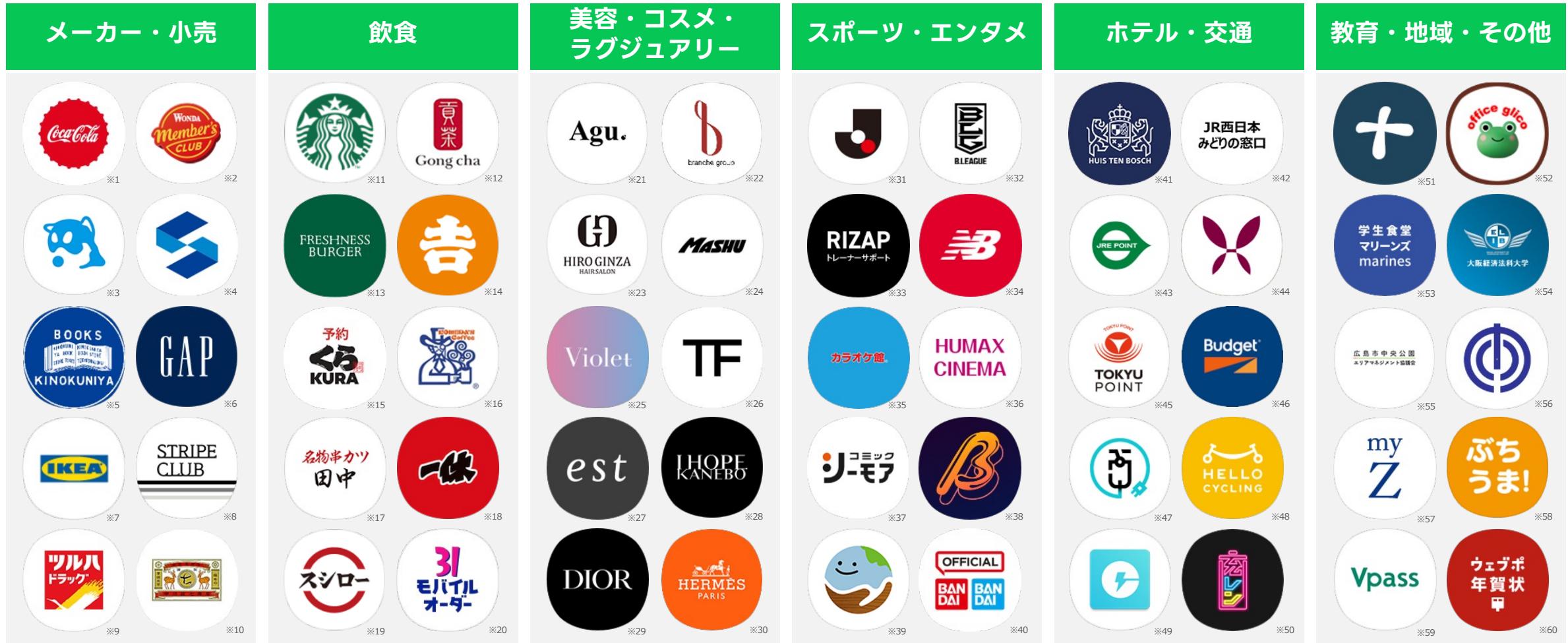


※回答の比率を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。
※調査機関：マクロミル・インターネット調査（2024年8月実施／スマートフォン利用者、且つLINEアプリ利用者を対象／総サンプル数 n=1,488）

サービス体験をその場で



様々な企業・サービスが導入



出典元：LINEミニアプリプラットフォーム 登録アイコン

※1 日本コカ・コーラ株式会社 ※2 アサヒ飲料株式会社 ※3 株式会社インターメスティック ※4 ゼビオコミュニケーションネットワークス株式会社 ※5 株式会社紀伊國屋書店 ※6 ギャップジャパン株式会社 ※7 イケア・ジャパン株式会社 ※8 株式会社ストライプインターナショナル ※9 株式会社ツルハホールディングス ※10 株式会社中川政七商店 ※11 Starbucks Coffee Japan, Ltd. ※12 株式会社ゴンチャヤパン ※13 株式会社フレッシュユース ※14 株式会社吉野家 ※15 くら寿司株式会社 ※16 株式会社コメダ ※17 株式会社カツ田中 ※18 株式会社一休 ※19 株式会社あきんどスシロー ※20 B-R サーティワンアイスクリーム株式会社 ※21 B-first株式会社 ※22 株式会社ブランシェ ※23 株式会社HIROGINZA ※24 株式会社MASHU ※25 株式会社Violet ※26 ELC ジャパン合同会社 ※27 花王株式会社 ※28 株式会社カネボウ化粧品 ※29 クリスチャン・ディオール合同会社 ※30 エルメスジャパン株式会社 ※31 公益社団法人日本プロサッカーリーグ ※32 公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ ※33 RIZAP株式会社 ※34 株式会社ユーパラバンズジャパン ※35 株式会社B&V ※36 株式会社ヒューマックスエンタテインメント ※37 エヌ・ティ・ティ・ソルマーレ株式会社 ※38 emole株式会社 ※39 株式会社イオンファンタジー ※40 株式会社バンダイ ※41 ハウステンボス株式会社 ※42 西日本旅客鉄道株式会社 ※43 東日本旅客鉄道株式会社 ※44 東急リゾーツ&ステイ株式会社 ※45 東急株式会社 ※46 株式会社イデックスオート・ジャパン ※47 株式会社新光出※48 OpenStreet株式会社 ※49 株式会社INFORICH ※50 JUREN株式会社 ※51 株式会社トモズ ※52 江崎クリコ株式会社 ※53 学校法人明海大学 ※54 学校法人大阪経済法律学園 ※55 株式会社中国新聞社 ※56 那霸市 ※57 株式会社Z会 ※58 山口県庁 ※59 三井住友カード株式会社 ※60 富士フィルムイメージングシステムズ株式会社

LINEアプリに「ミニアプリタブ」誕生

new!

2026.2~ Release



MAU4,700万以上のユーザーが利用する
ウォレットタブがリニューアル

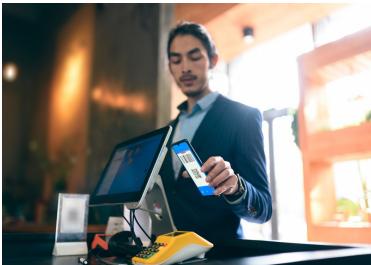
- 履歴・よく使うリスト
- お気に入り機能
- 注目サービス Pick up
- 人気・カテゴリ別ランキング

※画面はイメージです
※LINEヤフー調べ：ウォレットタブMAU 2025年10月時点

LINE公式アカウントとの連携

サービス利用

スムーズなサービス提供と
顧客接点の獲得



プロモーション

データ活用により個別最適された
1to1コミュニケーション



LINE ミニアプリ

LINE 公式アカウント

デジタル会員基盤の拡大に課題

来店したお客さまとつながるアプリ登録の促進が難易度高い

アプリダウンロード



フォーム入力



店頭での会員登録の課題

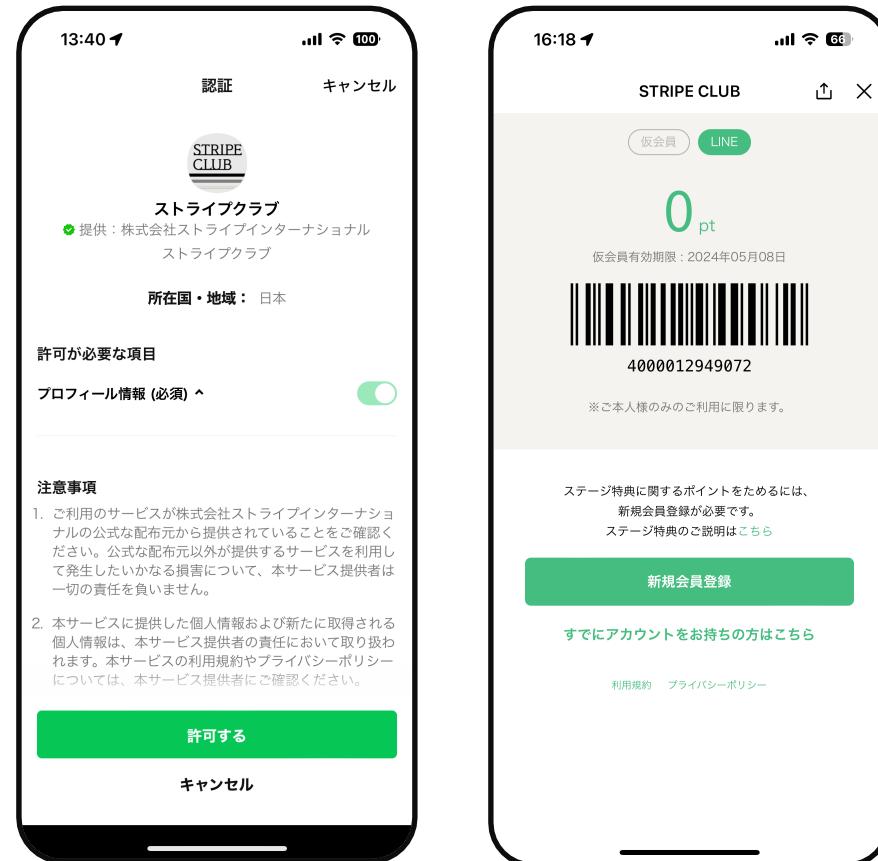
店頭
オペレーション
負荷

フォーム
入力の手間

店内の
ネットワーク
問題

仮会員証をLINEミニアプリで提供開始

アプリのダウンロード不要ですぐに仮会員登録が可能に

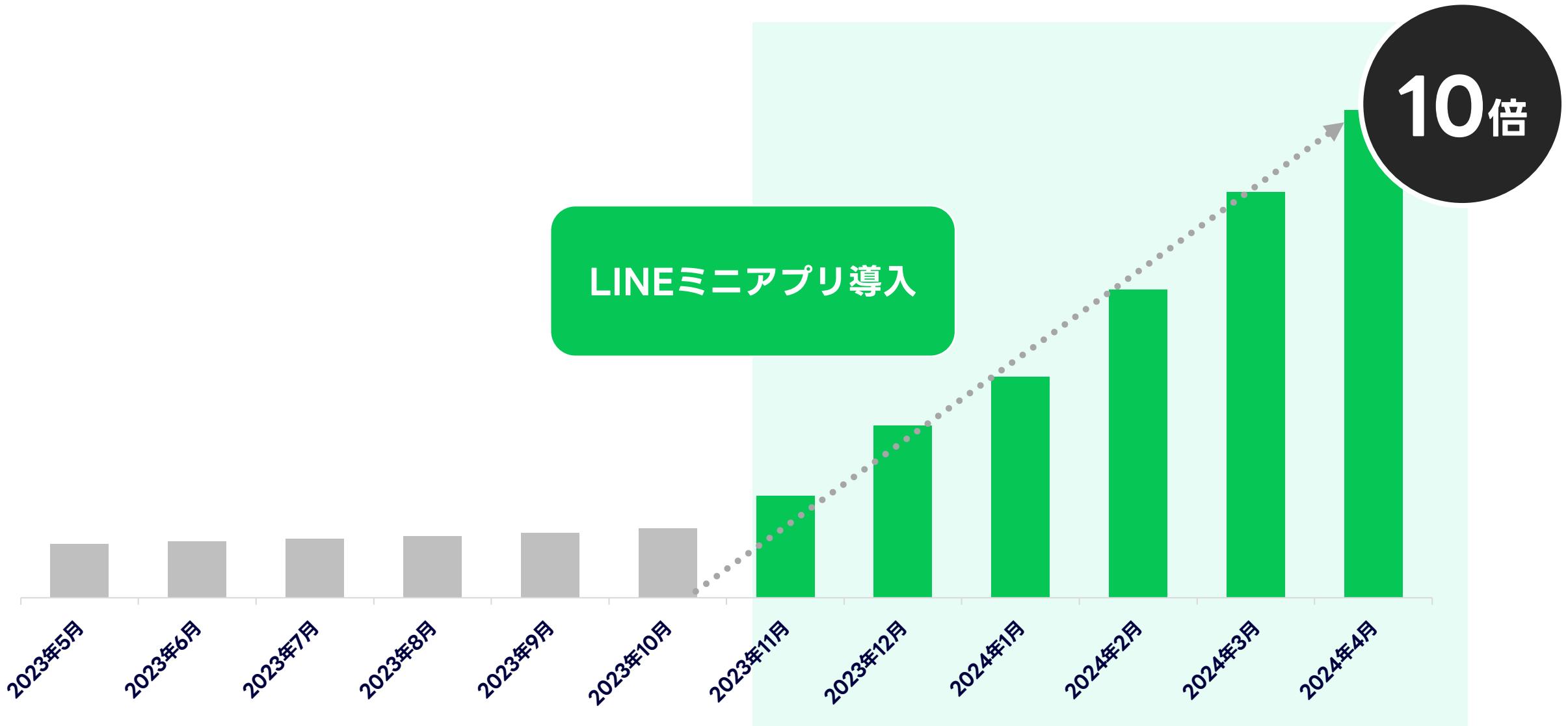


店頭
オペレーション
改善

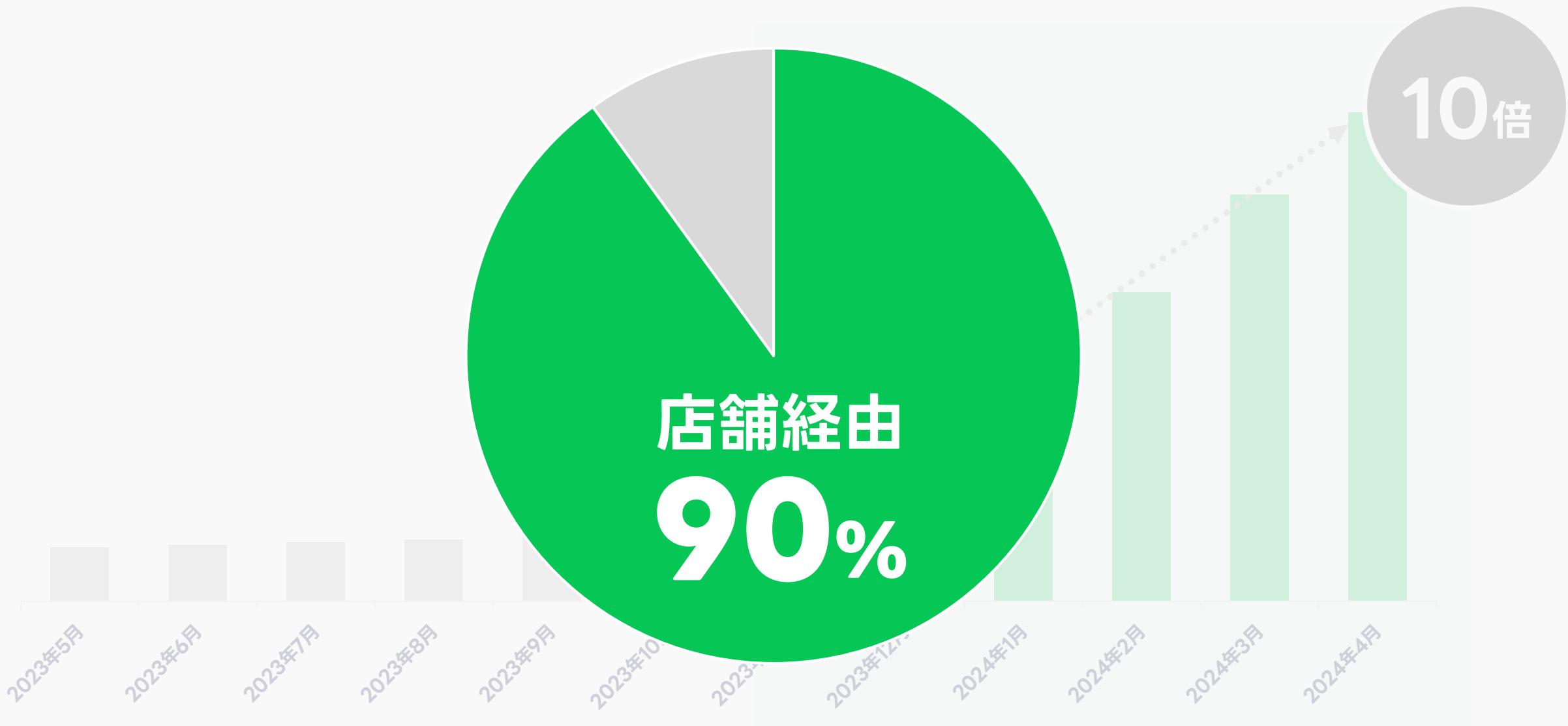
仮会員が
増加

LINE公式
アカウントの
友だち追加

LINE公式アカウントの友だち增加推移

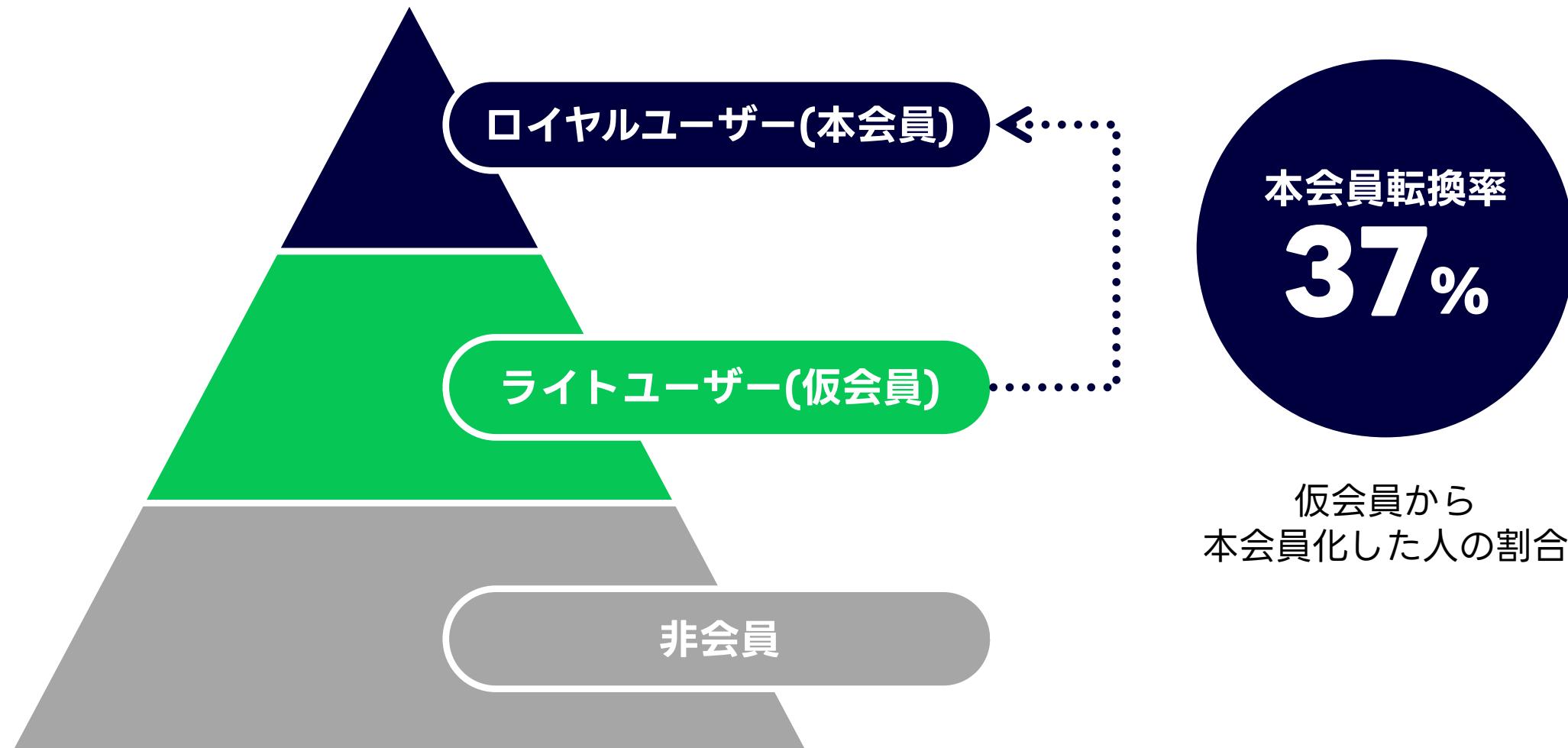


LINE公式アカウントの友だち增加推移



結果的に本会員の登録者が拡大

仮会員から本会員に進む方の割合



モバイルオーダーをLINEミニアプリで提供



ネイティブアプリなしで
CRM施策の実施が可能に！
コアファンの来店促進に成功

new!

LINEタッチ

2025年10月以降 順次提供開始

タッチするだけでLINEサービスにクイックにアクセス



選べる2つのスムーズな導線



レジ横に置きやすいA6サイズ
スタンドタイプ



テーブルや伝票に貼りやすい名刺サイズ
ラベルタイプ（名刺サイズ）



データ分析・管理 マーケティング活用

顧客体験データのマーケティング活用

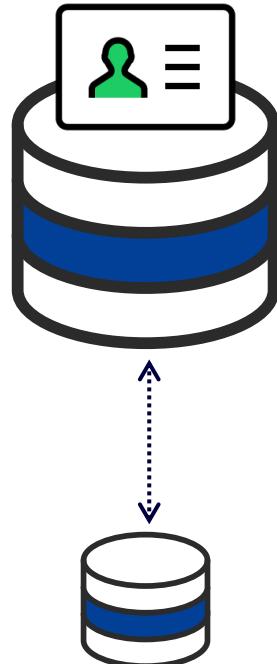
データ取得

会員証



データ蓄積

顧客情報/会員情報



データ加工

LINE公式アカウント管理画面



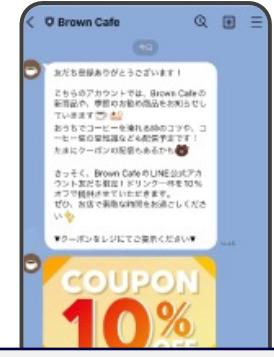
Messaging APIツール (外部ツール)



ビジネスマネージャー

マーケティング

CRM・販促



広告

LINE広告

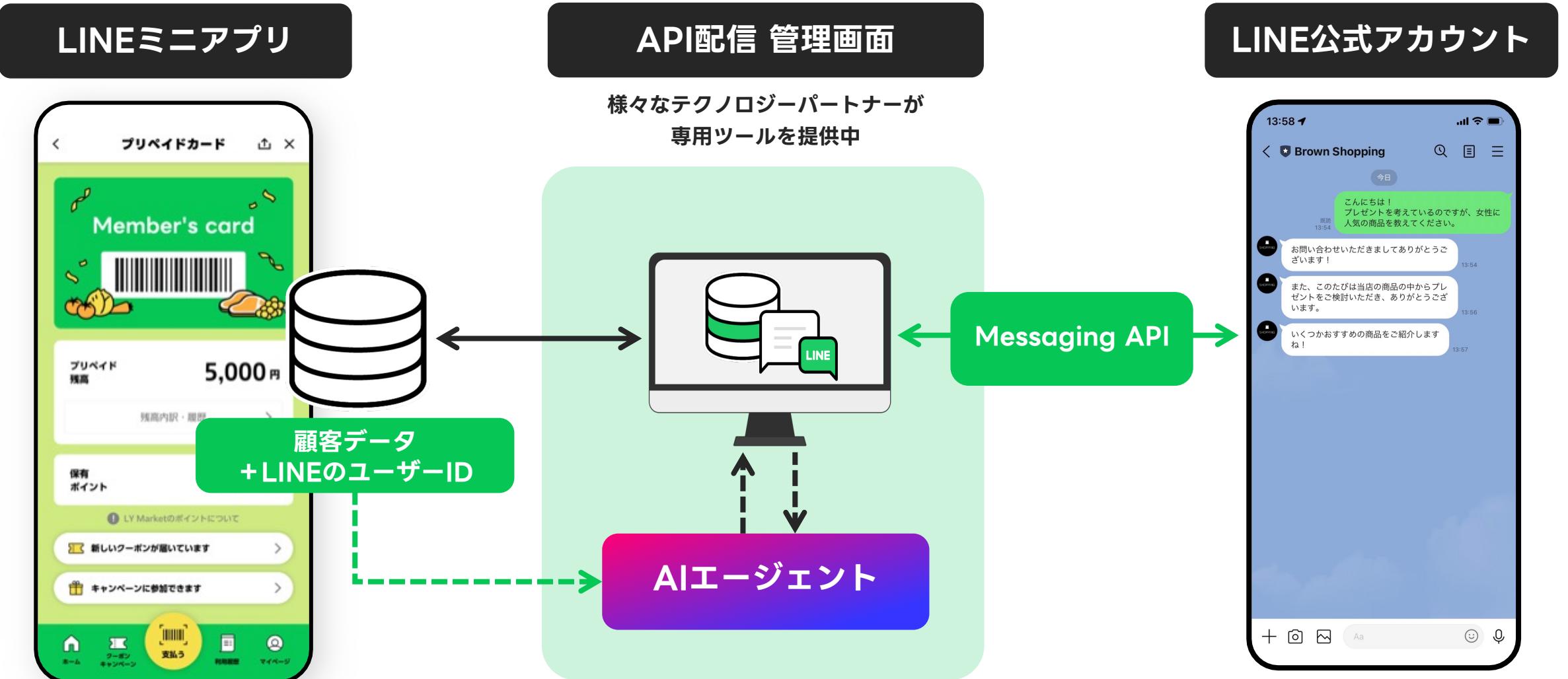
Yahoo! 検索連動広告

Yahoo! ディスプレイ広告

LINEでの配信連携はシームレス



LINEでの配信連携の流れ



会員証データを配信に活用

顧客の購買履歴や登録情報などを活用し、お客様ごとに最適なメッセージ配信を実現

会員証データ



お誕生日クーポン



新商品訴求



クリック率
21.6%

開封率
52.0%

電話番号やメールアドレスの活用

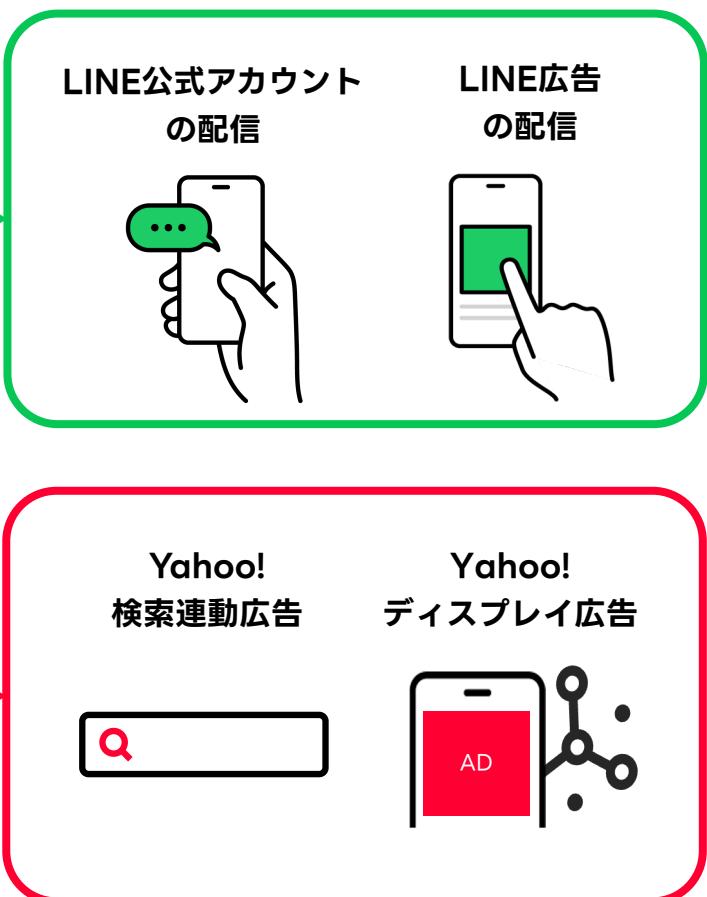
データ元



ビジネスマネージャー

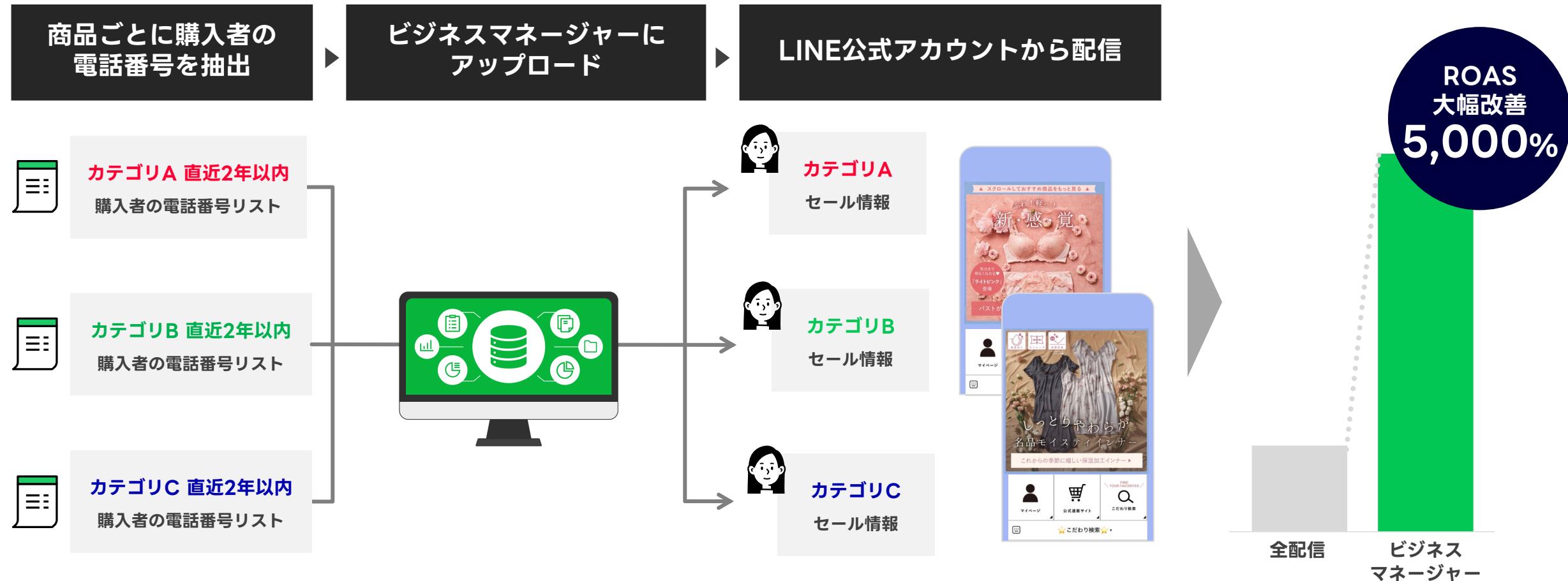


広告配信



顧客データを販促に活用する

購入者情報を使い「CVR 200%」「ROAS 5,000%」達成



※実績は、株式会社ピーチ・ジョン調べ
※ビジネスマネージャーで連携できるデータはユーザー許諾取得済みの情報のみとなります。



まとめ

再掲

マーケティングにおける課題



顧客体験

接点デジタル化

自社アプリ/会員登録促進

AI活用（新技術）など



データ分析・管理

会員基盤の拡大

(1st Party Data)



マーケティング

購買・集客の拡大

継続率・LTV向上

(CRM含む)

再掲

顧客体験のデジタル化

顧客が商品やサービスを認知し、検討、購入、利用、サポートを受けるといった、企業とのあらゆる接点で感じる一連の経験全体

サービス体験

コミュニケーション体験

体験のデジタル化

オペレーション簡略化や省人化
来店・購買活動などをデータで可視化する

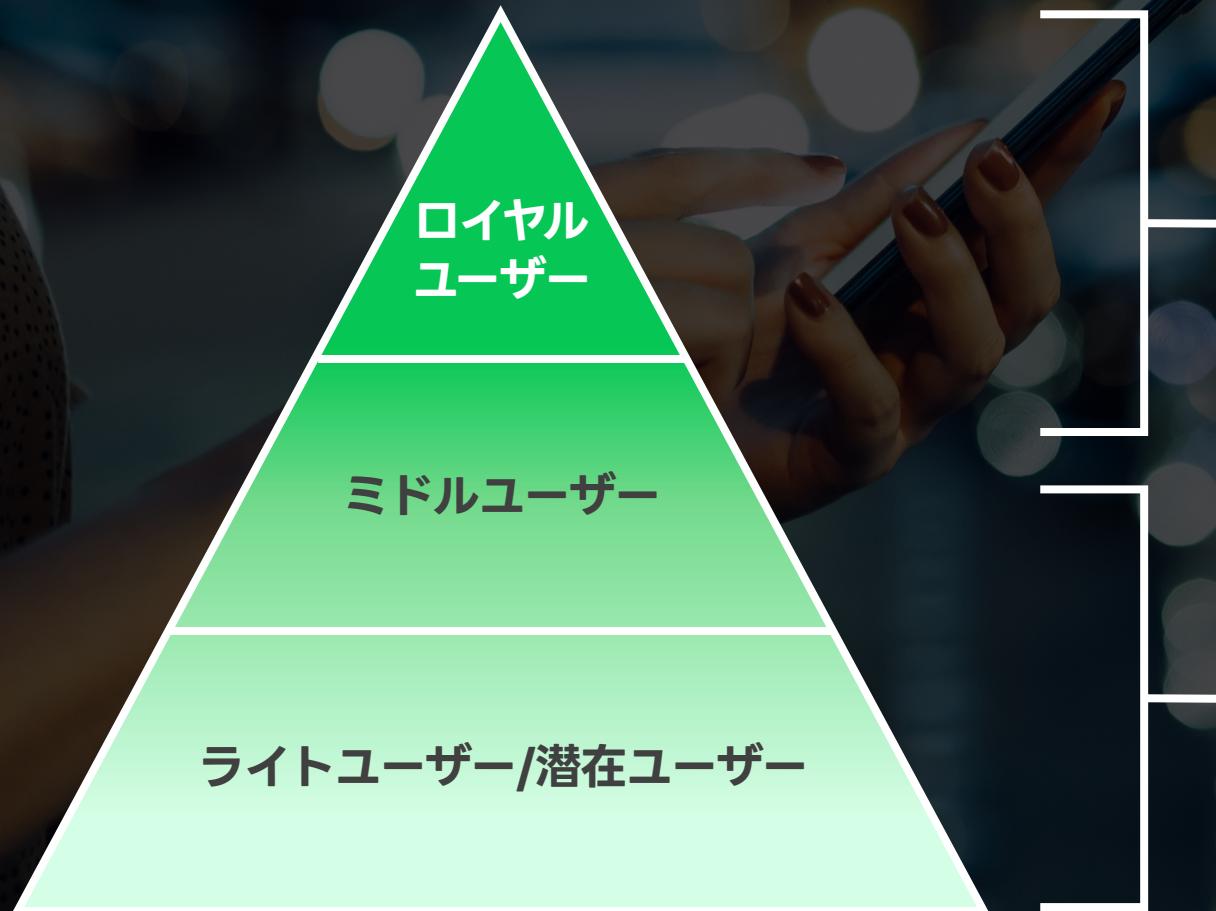
マーケティング高度化

来店・購買データを
広告や販促、CRMへ活用する

再掲

デジタル顧客接点の検討

ターゲット



施策検討のポイント

データ量を確保できる施策

ECや自社アプリでは捉えきれない
お客様へのデジタル施策検討

ユーザビリティの高い施策

敷居が低く、利用し易いUI/UX検討

顧客と企業のマーケティングDXに繋ぐ

瞬時に起動



LINEタッチ

ダウンロード不要



LINEミニアプリ

1st Party Data利用

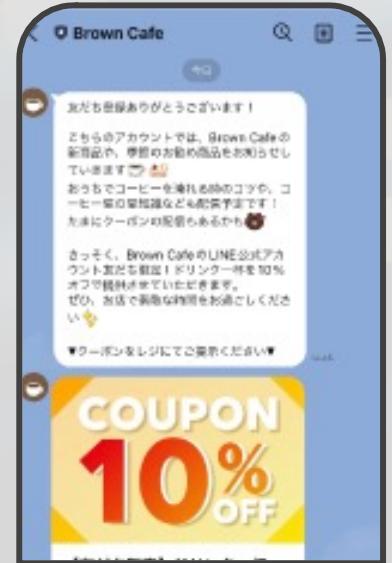


API配信ツール



ビジネススマネージャー

マーケティング高度化



LINE公式アカウント

AIによる更なる体験向上と効率化へ

CONNECT ONE



のユーザー数
1億over ※1※2



ブランド
エージェント



マーケティング
エージェント



企業/店舗

※1 LINE 月間アクティブユーザー数（日本）9,900万人 2025年9月末時点

※2 Yahoo! JAPAN 1日あたりの利用ユーザー数（四半期平均）

1億1000万 2025年9月末時点



LINEヤフー