



カスタマーグロース
コンソーシアム
With LINEヤフー

店舗ビジネスを支援！

1店舗から
導入OK

集客も売上もUPする
LINE活用セミナー

AGENDA

- 01** LINEヤフーの概況
- 02** 店舗運営における課題
- 03** LINEミニアプリのご紹介
- 04** 小売業界におけるLINEミニアプリの活用
- 05** 導入事例のご紹介
- 06** まとめ
- 07** よくある質問

松岡 亮太

Matsuoka Ryota

LINEヤフー株式会社
コーポレートビジネスドメイン
ビジネスデザインSBU OSユニット
マーケットグロース5ディビジョン リード



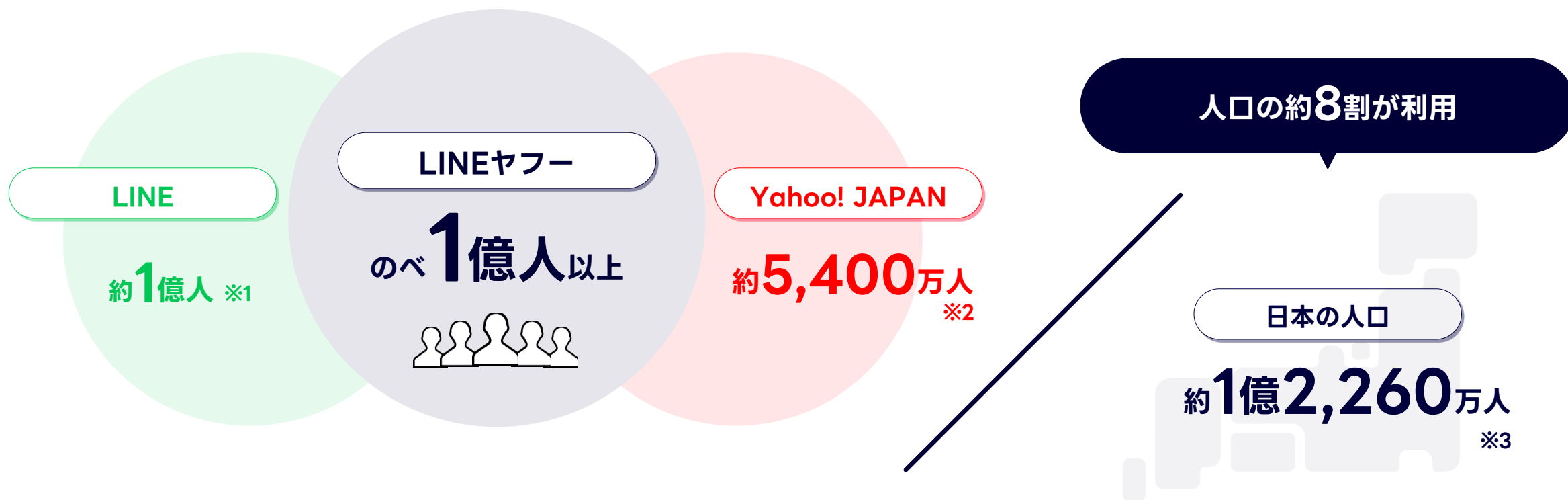
LINEヤフーの概況

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1億人、Yahoo! JAPANの月間利用者数は5,400万人。
日本の人口の約8割以上をカバーしています。



※1 LINE 月間アクティブユーザー数（日本）1億人 2026年6月末時点

※2 Yahoo! JAPAN 月間ログインユーザーID数 5,400万人 2025年3月末時点

※3 LINEの国内月間アクティブユーザー1億人 ÷ 日本の総人口1億2283万8千人（2026年4月1日現在[確定値] 総務省統計局）



毎日の暮らしを、
もっと豊かに。

ポイントで
もっとおトクに



貯めて使える、
うれしい特典。

店舗運営における課題

ポイントカードは
ご登録時
こちらでご提示ください

こんなお悩みはありませんか？

紙の販促ツール

現場
オペレーション

リピーター獲得

こんなお悩みはありませんか？

紙の販促ツール

現場 オペレーション

リピーター獲得

カード忘れて
レジ作業中断

顧客データが
溜まらない

ピーク時に
レジ前が混雑する

人手不足

2回目の来店に
つなげる施策がない

メールの
開封率が低い

印刷・チラシ代の
価格が高騰

来店・売上への
効果計測が
できていない

アンケートや
申込書のデータ入力

呼び出し順番が
混雑し離脱される

購買データを活用した
販促ができてない

こんなお悩みはありませんか？

紙の販促ツール

現場
オペレーション

リピーター獲得

デジタル化に取り組みたいとは思っているが、
大手向けのツールが多く、導入ハードルが高い・・・



The background features a close-up of several hands in business suits, stacked together in a gesture of teamwork. A semi-transparent network of white dots connected by thin lines is overlaid on the image, creating a digital or technological feel. Two large white circles are positioned on either side of the center, containing text.

LINEヤフー

×

**パートナー
企業**

中小企業向けに低コストで始められるパッケージを用意

2026年7月に「カスタマーグロースコンソーシアム」を発足

ニュース >

LINEヤフー、中小企業の事業成長と地域経済の活性化を目的に「カスタマーグロースコンソーシアム」を発足

LINEヤフー、中小企業の事業成長と地域経済の活性化を目的に「カスタマーグロースコンソーシアム」を発足

パートナー企業と連携して中小企業の「LINEミニアプリ」の開発・営業をサポート

2026年7月22日 | プレスリリース



LINEヤフー株式会社（以下、LINEヤフー）は、本日、日本企業の99.7%を占める中小企業（※1）の事業成長と地域経済の活性化を目指す「カスタマーグロースコンソーシアム」を発足しました。

本コンソーシアムは、LINEヤフーがハブとなって「LINE」という共通基盤を提供し、各パートナーの強みを機能別に束ねたサポート体制を敷くことで、中小企業のDX化を後押しし、地域経済の活性化を目指す組織体です。

LINEヤフーは、生活のあらゆる接点で、誰もがデジタルの恩恵を享受できる「ライフプラットフォーム」の実現を掲げています。このように、生活の一部として誰もが利用できる存在を提供しているからこそ、その推進において地域格差や企業規模の格差を生まない環境を整える社会的責務があります。

本コンソーシアムにおけるパートナーシップを通じて、すべての事業者に平等なデジタル接点の機会を創出し、地域創生の推進を図ってまいります。

参画パートナー

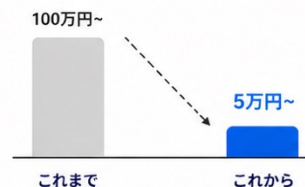


コストの壁



低コストで始められる

月額5万円前後から

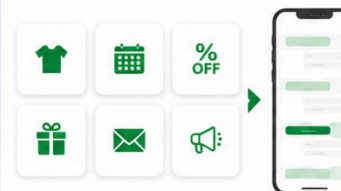


リテラシーの壁



簡単に使える・選べる

テンプレート・活用方法を提供



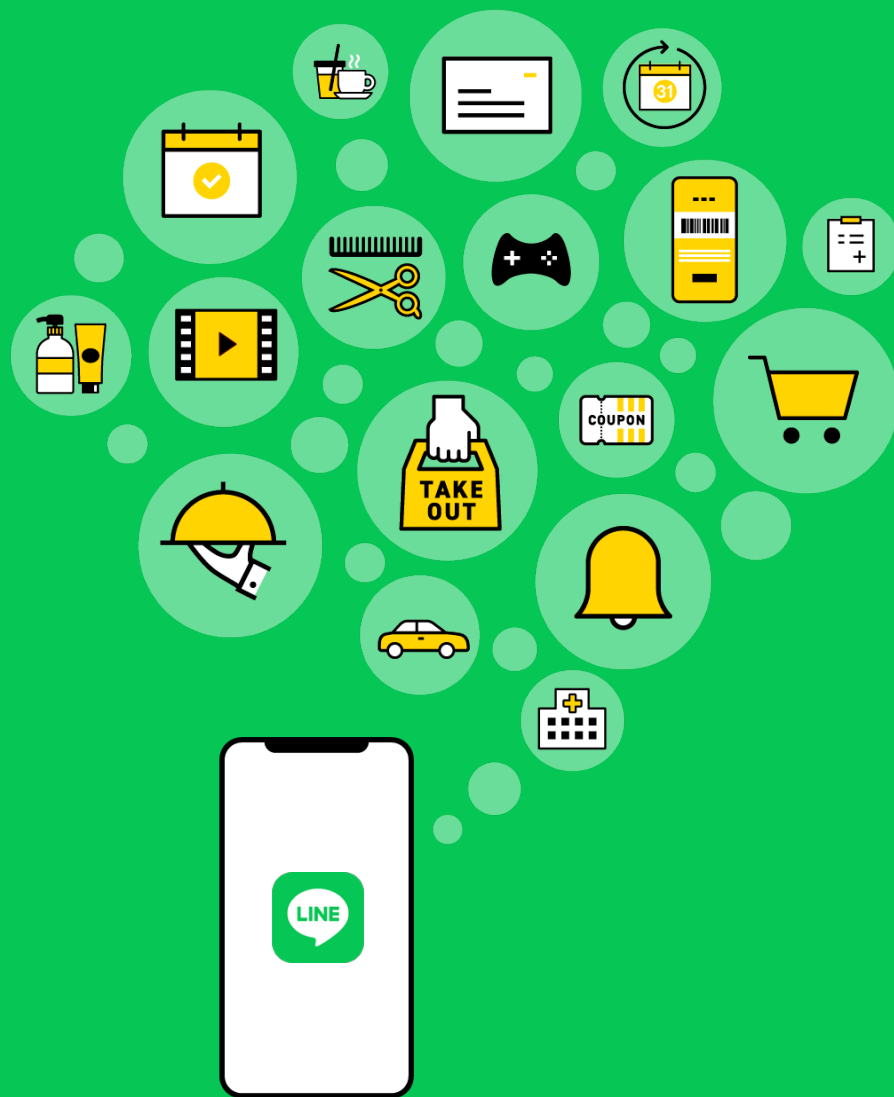
運用の壁



プロが伴走し、成果に導く

役割分担で継続的に運用・改善





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



new!

2026年3月リリース

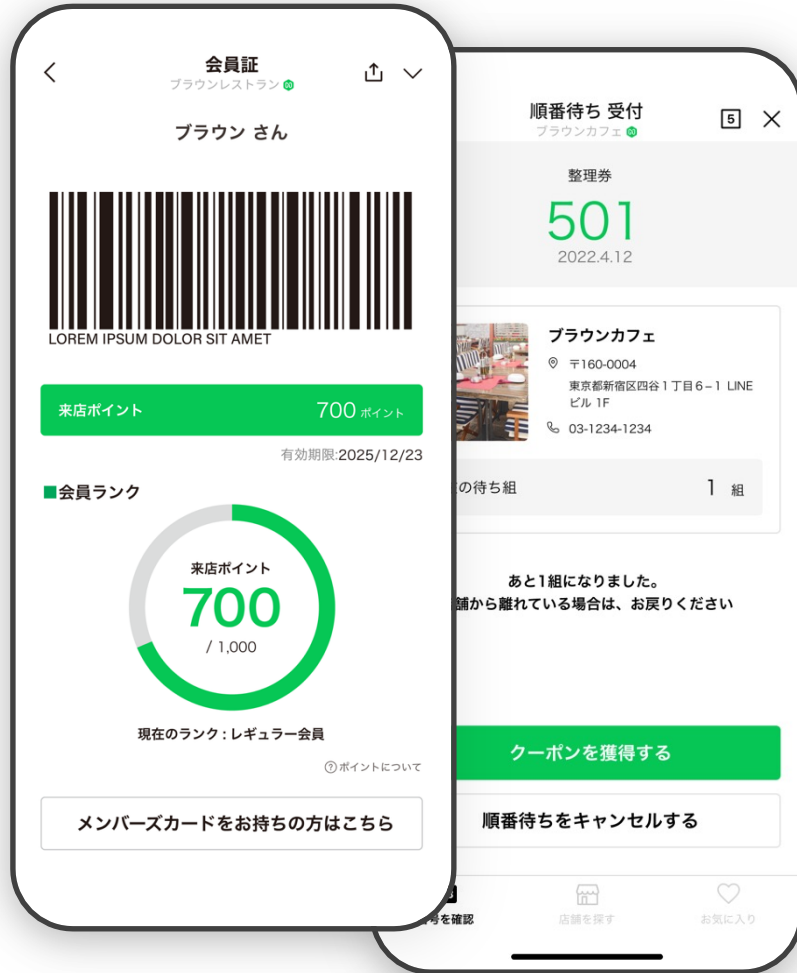
LINEアプリ ミニアプリタブ 誕生！

よく使うミニアプリやおすすめのサービスが集約
LINEを開く＝サービスを使う、を習慣に

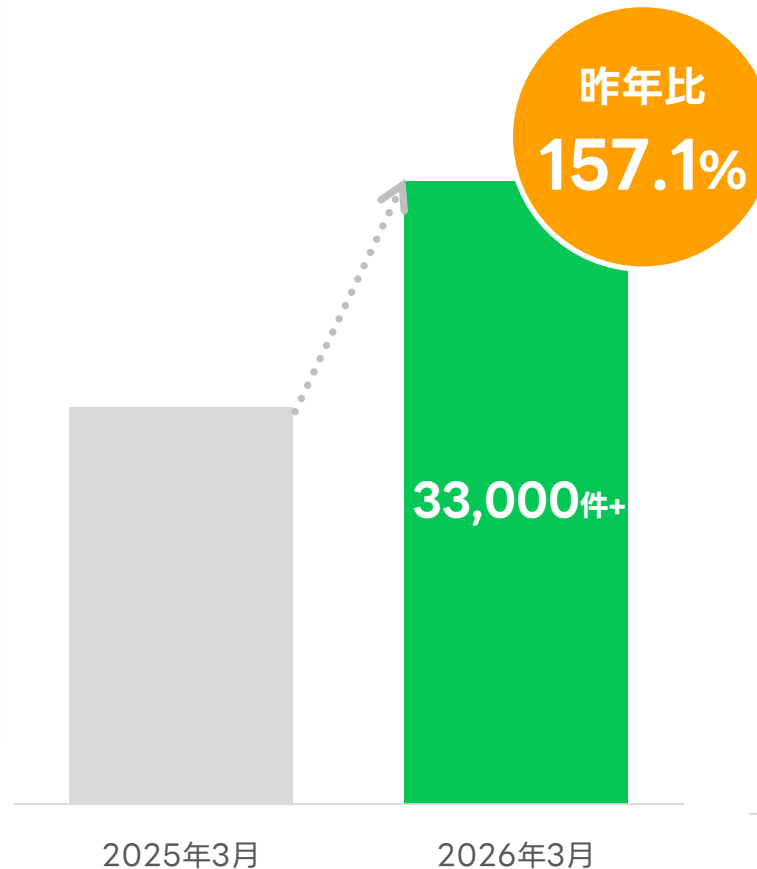
月間MAU
4,400万人

LINEミニアプリ
総表示数
30億回

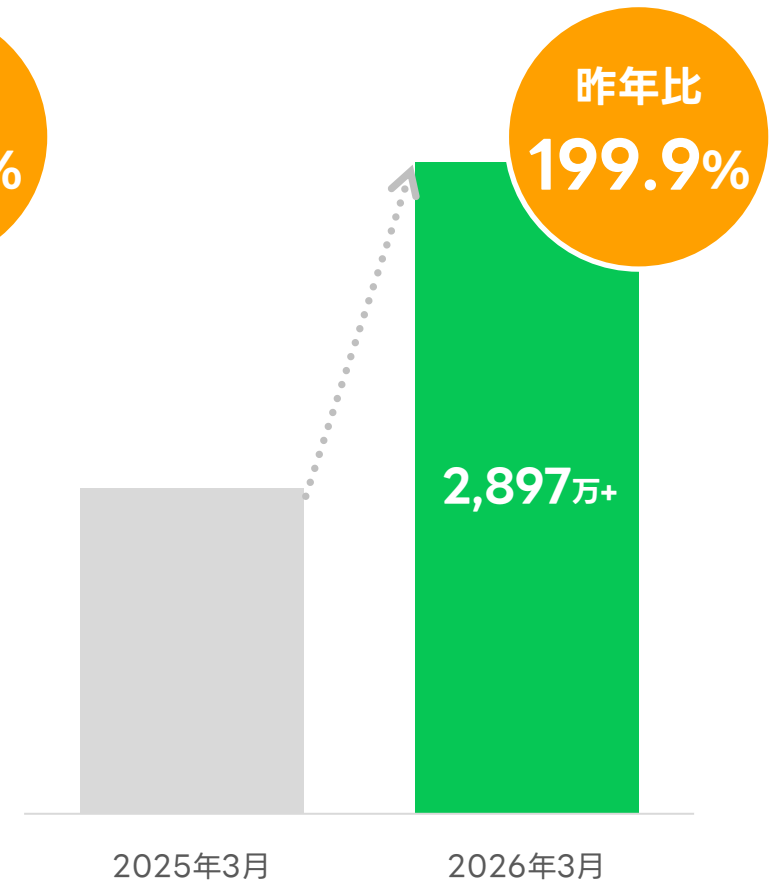
LINEミニアプリの利用数



サービスリリース数

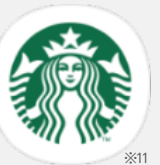
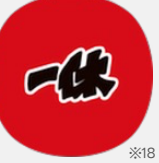
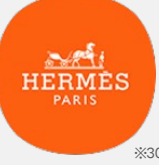
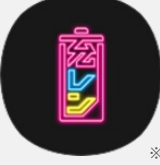


月間利用ユーザー数



※1 LINEヤフー調べ：2026年3月末時点 LINEミニアプリにおけるリリース済みサービス数 ※2 LINEヤフー調べ：2026年3月時点 LINEミニアプリの月間利用者数

LINEミニアプリのリリースサービス例

メーカー・小売	飲食	美容・コスメ・ラグジュアリー	スポーツ・エンタメ	ホテル・旅行・交通	教育・地域・その他
 ※1  ※2	 ※11  ※12	 ※21  ※22	 ※31  ※32	 ※41  ※42	 ※51  ※52
 ※3  ※4	 ※13  ※14	 ※23  ※24	 ※33  ※34	 ※43  ※44	 ※53  ※54
 ※5  ※6	 ※15  ※16	 ※25  ※26	 ※35  ※36	 ※45  ※46	 ※55  ※56
 ※7  ※8	 ※17  ※18	 ※27  ※28	 ※37  ※38	 ※47  ※48	 ※57  ※58
 ※9  ※10	 ※19  ※20	 ※29  ※30	 ※39  ※40	 ※49  ※50	 ※59  ※60

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 株式会社ゴンチャジャパン ※13 株式会社フレッシュネス ※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 株式会社串カツ田中 ※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 クリスタン・ティオール合同会社 ※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 株式会社ニューバランスジャパン ※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・ソルマール株式会社 ※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 ハウスデンボス株式会社 ※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 株式会社新出光 ※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 那覇市 ※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ミニアプリの機能

さまざまな業種・業態で、ユーザーの生活に寄り添ったサービス・体験を提供



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

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



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

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)



旅行・交通

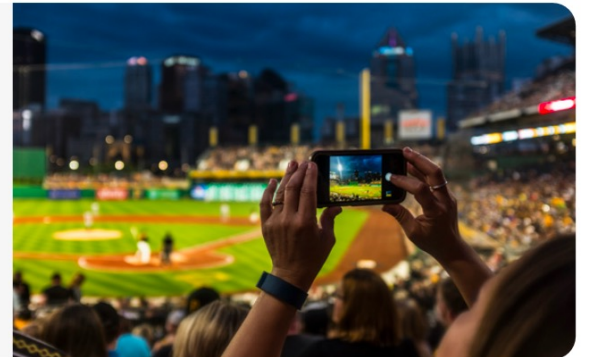


- タクシー配車
- 乗り換え案内
- ライドシェア予約
- ホテル会員証・予約・順番待ち

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
- 物販整理券/EC



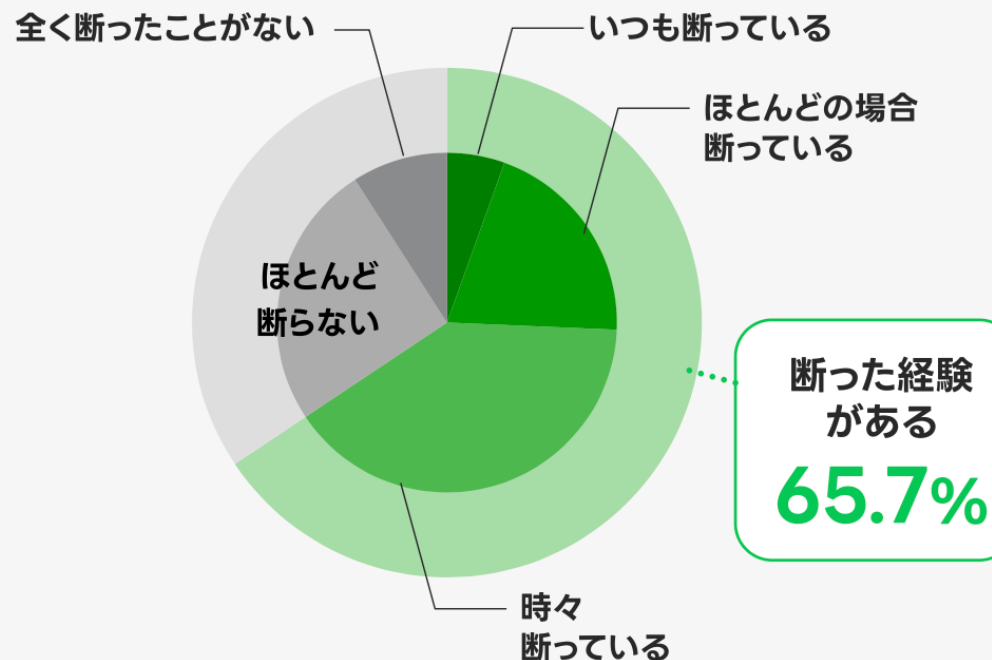
**「アプリ」と聞いて
どのようなイメージを抱きますか？**



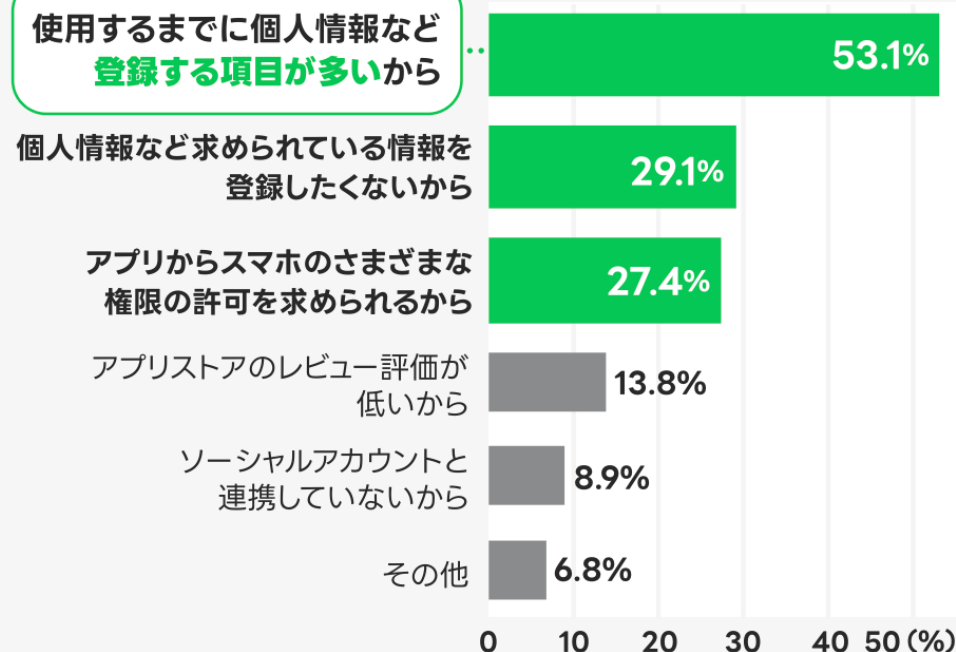
お客様は「非アプリ体験」を求めている

約7割が新規アプリのダウンロードを断った経験があるだけでなく、
アプリをインストールしても利用まで至らないユーザーが半数以上などという課題がある

お店でアプリのダウンロードを断った経験



インストールしたにも関わらず使用まで至らなかった理由



※1 【出典】 あなたご自身に関するアンケート（総サンプル数 n=1,488） 調査委託先: マクロミル / 回答者: スマートフォン利用者、且つLINEアプリ利用者 / 調査期間: 24/08/05~08/07

※2 【出典】 日本総研 ライフスタイル系のアプリについての ユーザーの意識・利用状況調査 調査期間: 2022年11月 対象者: スマートフォンを所有し、ライフスタイル系アプリを1つ以上 使用している15歳以上の一般消費者1,500名

LINEミニアプリで従来アプリの課題を解決！



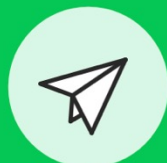
アプリのダウンロードや ログインが不要

- LINEさえあれば、誰でも起動できる
- 会員登録が不要で、すぐに利用できる



LINE連携で スムーズなサービス体験

- ID連携で個別対応やサービス最適化が可能
- 共通プロフィール活用で入力が簡単



LINEのメッセージ機能を 活用した通知

- 順番待ちや予約リマインドも確実に届く
- LINEミニアプリ専用通知で見逃し防止



目的に合わせた 効率的な導入・運用を実現

- OS開発不要！LINE上で完結
- 会員証・呼び出し通知などは
パッケージ導入ですぐにリリースできる

小売業界における LINEミニアプリ導入事例



店舗の課題解決に合わせた活用方法をご提案

紙の販促ツール

デジタル会員証

現場
オペレーション

呼び出し通知

リピーター獲得

キャンペーン

会員証

アクセサリー ショップ

会員証

釣具店

呼び出し通知

USED セレクトショップ

会員証

食肉加工販売・ テーマパーク運営

キャンペーン

スーパー

顧客カルテ

インテリア ショップ

株式会社QUEEN LUPIS

全国32店舗展開する
アクセサリーショップ



ネイティブアプリの運用フロー

会員登録完了までの工程が多く、案内に時間がかかることでレジの稼働率が下がり、
お客様やスタッフのストレスが大きかった



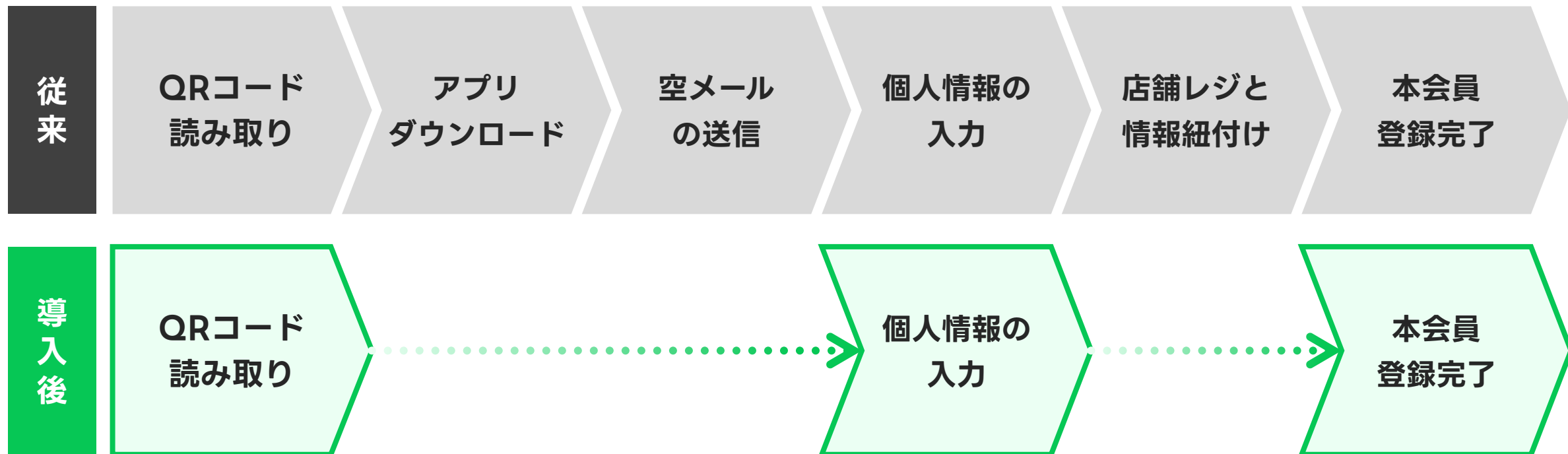
**本会員登録までにやることが多く
お客様・スタッフそれぞれに
負荷が大きい**



LINEミニアプリ導入後の運用フロー

これまでは本会員登録までに5ステップあったが、たった2ステップで完結できるように！

レジのオペレーション工数も大幅に削減することに成功



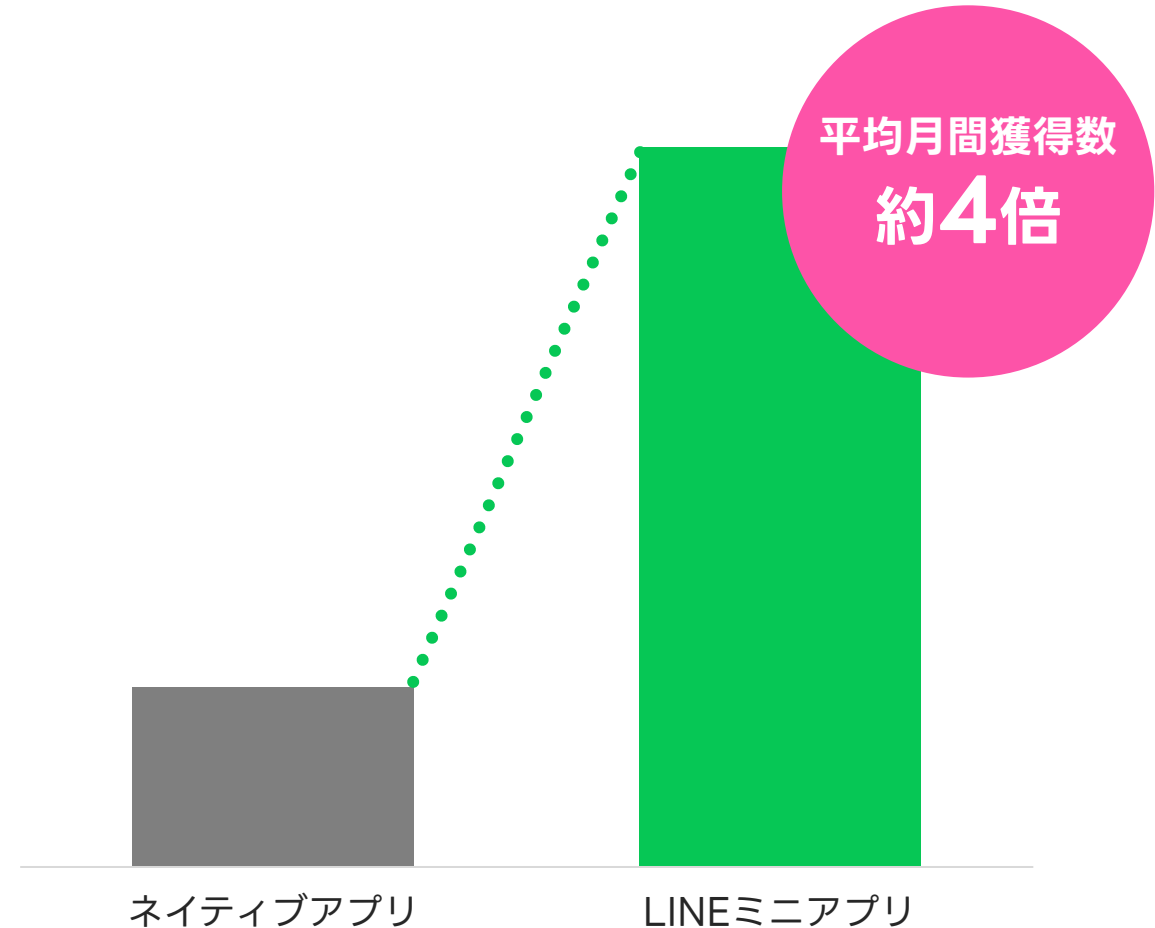
アプリダウンロードやPOSの対応負荷が減り
工数だけでなくストレス緩和にも！

導入6ヶ月で新規会員5万人を獲得！

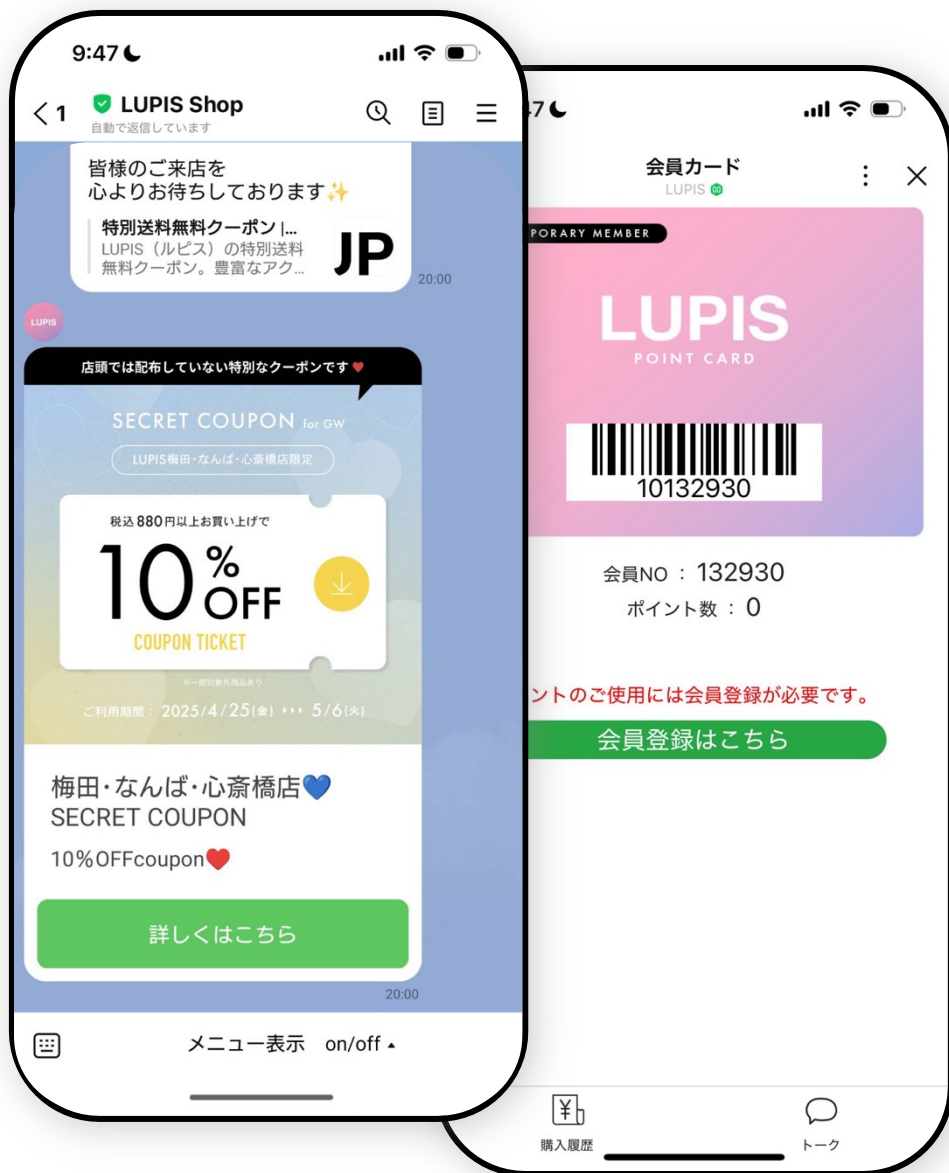
EDWARD

デジタル会員証

2020年から2023年の4月までの3年間で会員数5万人程度で止まっていたが、
LINEミニアプリの導入で登録時のレジでのクレームが激減し、6ヶ月で会員数10万人に到達！



クーポン配信で売上UPにつながる



期間限定クーポンの配信成果

クーポン使用率

約4割達成

客単価

12%UP

株式会社MINATO

みなと釣具

**兵庫県神戸市にある
釣具専門店**



物理カード・ネイティブアプリからの移行

従来活用していたPOSを刷新するタイミングで、デジタル化に踏み切ることに

全体の95%がLINEミニアプリユーザーに

物理カード



ネイティブ
アプリ



どちらも
併用



約半年かけて
顧客に告知し
システム移行



現在の会員数
2万名弱

従来のネガティブポイントも解決

スタッフの工数削減だけでなくお客様の負担も減らすことができた



紙の入会書のデータを
登録する作業が
一切不要に！

LINEミニアプリは
ダウンロードの必要がなく
レジ前の混雑が改善！

顧客満足度を高めるための工夫

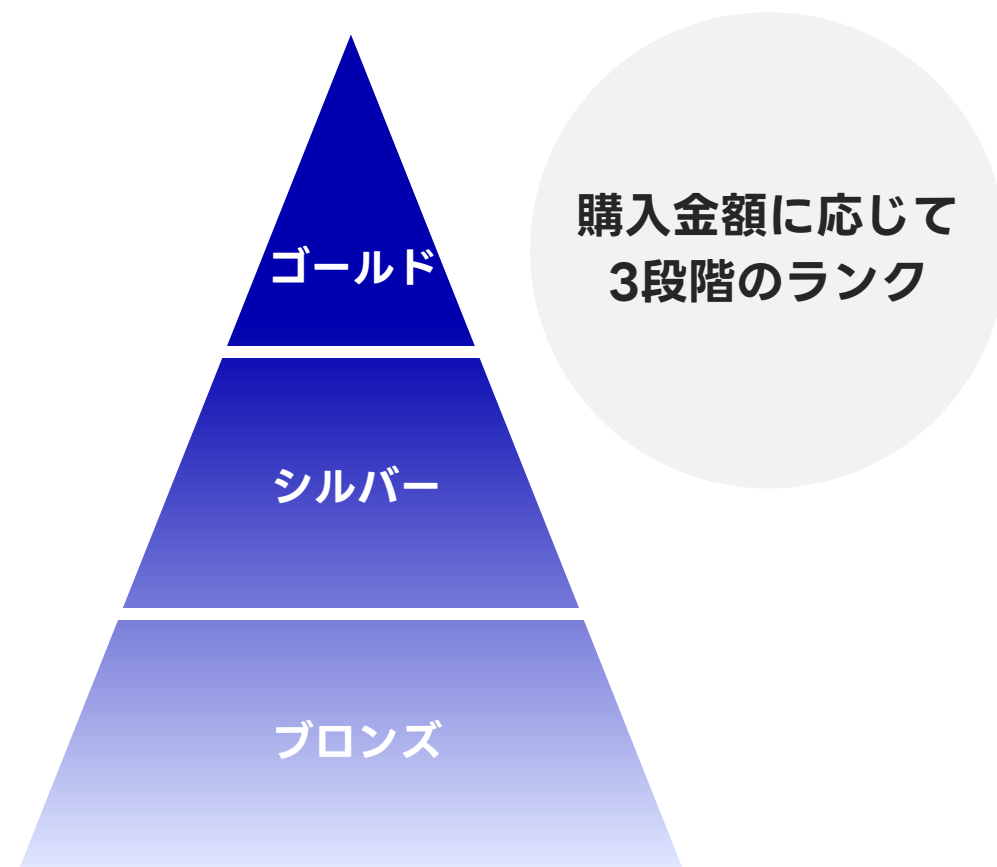
来店ガチャとランク制度を導入し、楽しみながら来店するきっかけを創出

来店ガチャ



来店時にタッチで
ポイントや
クーポンが当たる！

会員ランク制度



来店ガチャ

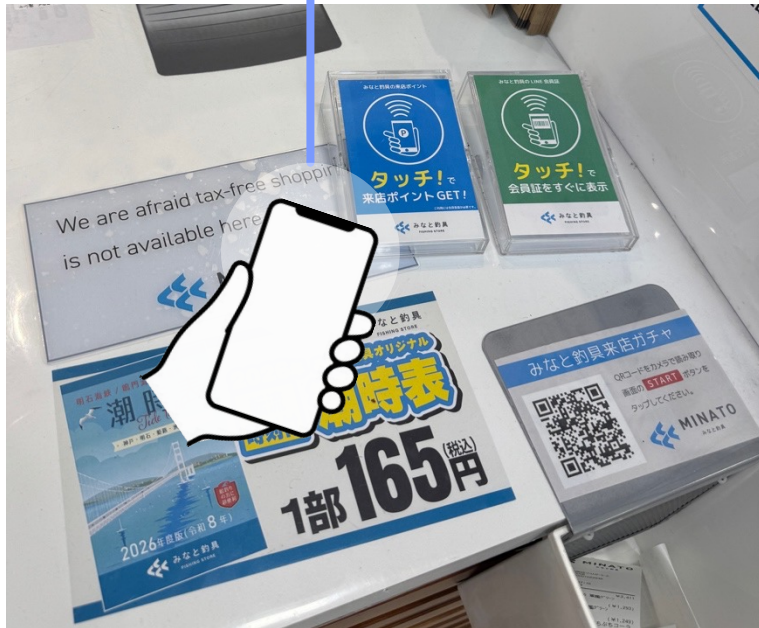
レジ前に設置しているNFCタグにスマホをかざすと、1日1回ガチャが回せる

PUSHボタンを押す

抽選画面

当選結果画面

スマホをタッチ



レジ前の様子



PUSH!!

1日1回の運試し!!
何が釣れるかな!?
ご来店ポイント進呈!



1日1回の運試し!!
何が釣れるかな!?
ご来店ポイント進呈!



おめでとうございます!
7ポイント獲得しました!

ポイントを確認する

1日1回の運試し!!
何が釣れるかな!?
ご来店ポイント進呈!



1to1のメッセージ配信で来店意欲を高める

EDWARD

デジタル会員証

イベント開催などの情報はInstagramなどの他SNSにし、
LINE公式アカウントでは、お得な情報を厳選して配信

お客様が欲しい情報を月1~2回配信

開封率
平均 81%

クリック率
平均 24%

ブロック率
2.8%

※メッセージ配信結果は、2026年6月に配信したデータの平均：2026年9月時点（株式会社MINATO調べ）
※ブロック率：2026年9月時点（株式会社MINATO調べ）

AI活用で、店のアイデアをLINEで実装・提供

EDWARD

デジタル会員証

AIの発達により、エンジニアではない社長が自らやりたいアイデアをそのまま開発し、
「夏のクーポンガチャ」としてメッセージ配信・お客様表示画面・店舗管理画面までを自作した

スタート画面

クーラーボックスを1つ選ぶ

ガタガタ揺れて開く

当選画面

クーポン取得画面



※キャンペーン実施時の画面を再現したものです (クーポンの管理番号は見本)

夏のクーポンガチャの実施結果

全員の当選画面に「大漁！」と表示することで”自分で当てた”体験を演出し、満足度・来店につなげた



MINATO FISHING 管理画面		ダッシュボード			
店舗業務		開催中: 夏のクーポンガチャ			
クーポン確認		最終更新 0:57 更新			
キャンペーン運営					
ダッシュボード					
抽選履歴					
クーポン一覧					
キャンペーン設定					
配信					
配信効果					
システム					
アカウント					

賞品べつの状況						
在庫切れの賞品は自動的に次の賞品へ振り替わります						
賞品	確率	当選	上限	使用済み	使用率	在庫
1品限定 10%OFF券	50%	●	-	●	14.7%	■ 上限なし
5,000円値引き券	1%	●	●	●	93.3%	■ 在庫切れ(振替中)
1品限定 15%OFF券	4%	●	-	●	22.3%	■ 上限なし
1,000円値引き券	5%	●	●	●	43.3%	■ 在庫切れ(振替中)
500円値引き券	10%	●	●	●	28.4%	■ 在庫切れ(振替中)
300円値引き券	30%	●	-	●	19.5%	■ 上限なし



※参加率：配信母数に対するクリック数の割合、売上前年対比：クーポン活用期間中の売上を前年同曜日で比較したもの（株式会社MINATO調べ：2026年9月時点）

株式会社ティンパンアレイ

RAGTAG

国内・国外の衣料品、宝飾品の
買取及び販売を全国22店舗で展開



LINEミニアプリ導入前の課題

店舗スタッフと買取希望者どちらも工数がかかっていた

買取対応にかかる
スタッフ工数

買取ユーザーへの
アプローチ

LINEミニアプリ導入前のフロー

店舗スタッフと買取希望者どちらも工数がかかっていた

来店・商品預かり

査定

査定終了・お会計

スタッフ



番号札を
お渡しする

お客様



電話番号を記載

スタッフ



ECへの
商品登録

スタッフ



電話連絡
折り返しの対応

お客様



電話対応

繋がらなかったり、折り返しがあるなど
双方に手間がかかっていた

LINEミニアプリ導入後のフロー

これまでのフローの一部をデジタル化することで工数を大きく削減

来店・商品預かり

査定

査定終了・お会計

スタッフ



レシート発行

お客様



QRコード
読み取り

スタッフ



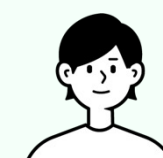
ECへの
商品登録

スタッフ



システムで通知

お客様



LINEで
通知が届く



**呼び出し通知の機能をLINEミニアプリで導入し、
これまでの課題を改善！**

実際に呼び出し通知を利用する様子

お客様ごとに発券されたQRコードを読み取ることで受付ができ、
査定が完了するとLINEミニアプリの通知が届く

QRコードの読み込み



査定
終了

LINEで通知が届く



金額も通知で
お知らせでき
便利に！

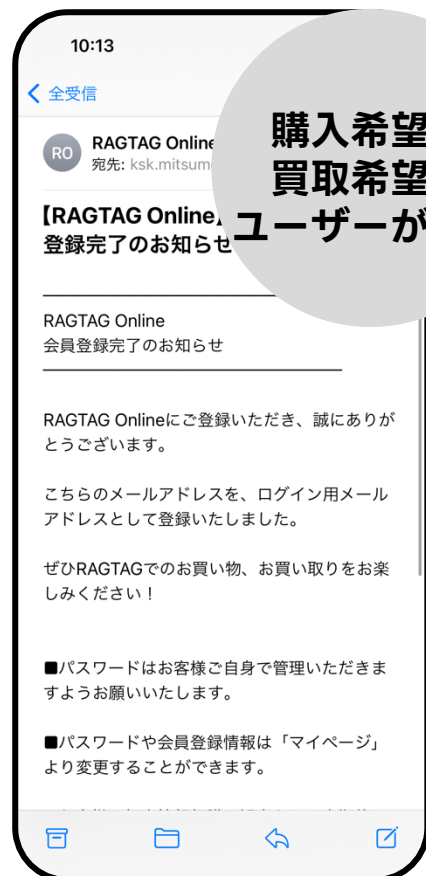
アクティブな買取ユーザーのみとつながる

従来は、アプリやメールマガジンなど情報発信ツールを活用していたが、
買取ユーザーと購入ユーザーが混在するなどの課題があった

RAGTAGアプリ・メールマガジン



買取希望者は
アプリを入れて
もらえない傾向



購入希望と
買取希望の
ユーザーが混在

LINE公式アカウント

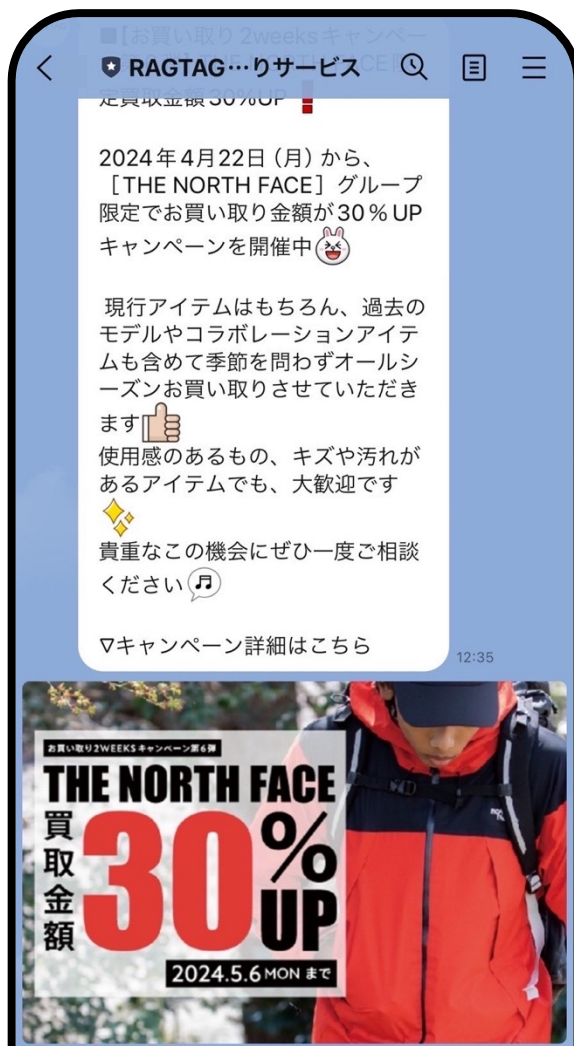


呼び出し通知利用時に
友だち追加される

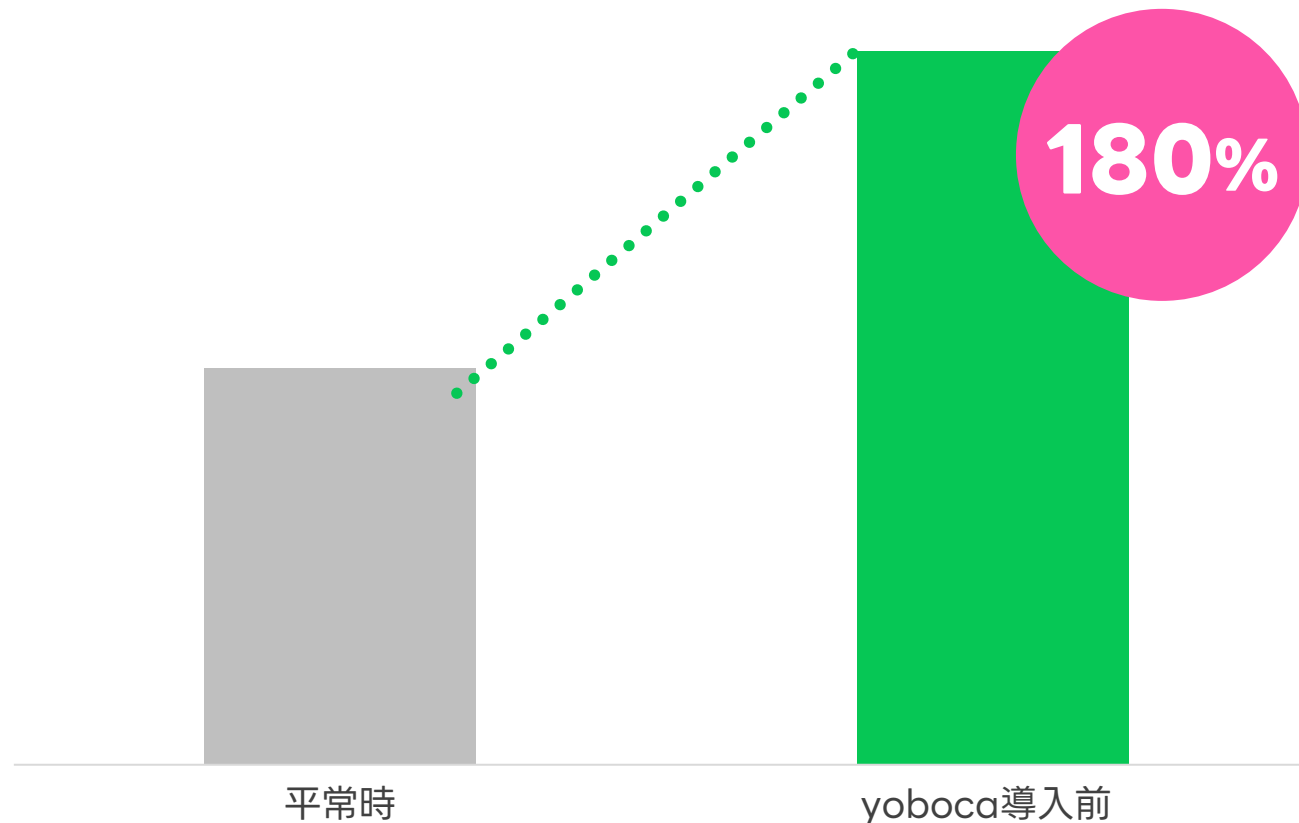
アクティブな
買取ユーザーと
つながれる！

メッセージ配信でキャンペーン効果も改善！

LINE公式アカウントの友だち数は、導入前の2倍となる月平均1000名となり、
アクティブな買取ユーザーと繋がれたことでキャンペーン効果が改善



yoboca導入後の買取キャンペーンの成果



株式会社サイボク

SAIBOKU

**食肉・ハム・ソーセージ等の製造販売
テーマパーク運営**





紙カードの運用コストに長年課題を抱えていた

リライト式カード端末の部品供給終了のタイミングで、
レジの入れ替えとともに会員システムの抜本的な見直しに踏み切った。



紙カードの発行コスト

紙カードは1枚につき100円だが、
追加発注はロット単位で行うため
1万枚で100万円かかってしまう



データ入力のコスト

入会キャンペーン時期は
1日あたり数百件の申込があり
手書き申込書の入力が追いつかない



**レジの入れ替えをきっかけに
運用コストの抜本的な見直しを目指す**

デジタル移行をスムーズにするアナログ対応

既存会員からはデジタル化へ猛烈な抵抗もあったなか、
園内に特設ブースを設置したり、一緒に設定するなど徹底したアナログのサポートを実施

POPや案内板を設置し、迷わせない工夫



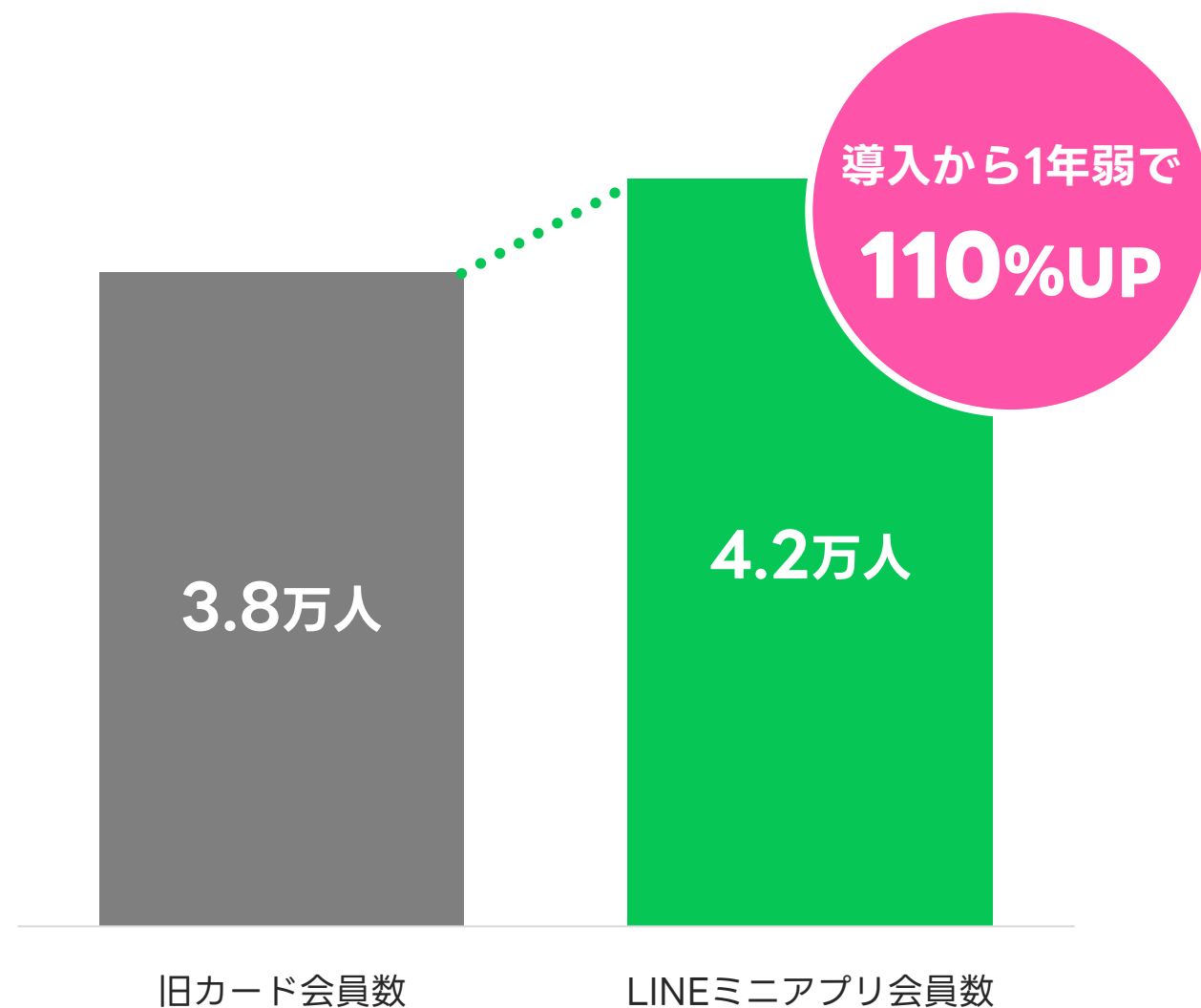
LINEミニアプリにすると便利だよ

そうなんだ！



認知が広がるにつれて、教え合うなど
お客様同士のコミュニケーションも発生！

わずか7ヶ月で旧カード会員数を突破！



業務効率化・コスト削減のインパクトが絶大

膨大な時間を要していた入会情報の入力作業・カード発行費用がまるごと削減



LINEミニアプリの導入成果

入会情報の
データ入力作業
ゼロ

カード発行費用
100万円削減

アナログ時代にできなかったことも実現

これまでできなかったメッセージ配信は、お客様に想像以上に喜ばれる結果に

バースデークーポン

その他お知らせ配信



有限会社やまはる

やまはる

青森県八戸市で3店舗展開する
生鮮食料品スーパー



デジタル導入前の課題

折込チラシのコストが高騰
従来の宣伝手法に
限界を感じていた

SNSを活用した
販促施策を行いたいが、
人手不足で実施が難しい

お中元・お歳暮の
予約受付業務の
負担を減らしたい

大人から子供まで楽しめるゲームやキャンペーンなど
これまでアナログだったものを **LINEで実施すること**に

ハロウィンゲームキャンペーン

2000円以上をお買い上げいただいたお客様向けに
「ハロウィン限定ガチャくじ」に参加できるキャンペーンを開催

SNSやLINE公式アカウントで告知

LINEミニアプリでガチャが回せる



友だち追加
前年比17倍増

そば VS うどん 人気投票キャンペーン

「うどん/そうめん派」と「そば派」で麺の人気投票をLINEで実施
多くの参加者を巻き込んで話題化に成功し、勝利したそばの売上が増加！



結果発表

そば派勝利

セール期間：8.5[金]～8.7[日]

通常本体価格 348円がなんと → 278円

売上前週比
30%増

LINEでお歳暮予約

元々はFAX・電話・店頭で注文書で受け付けていたお歳暮を
LINEでカタログ確認～注文完了までできるように実装



LINEでかんたん
やまはるの
おせいはり予約

Yamaharu

3分で完了! いますぐお歳暮を予約▶

LINEでお歳暮予約の注文結果

たった11日という短期間で開発したものの顧客・スタッフへの周知が徹底できず、
100件目標に対して6件という結果になってしまった

反省ポイント

事前にお客様へ
告知をしっかりと
行えなかった

LINEで発注すると
工数が減ることを
周知できなかった

次は周知徹底した上で、
スイーツやフルーツの販売に展開したい



株式会社リビングハウス LIVING HOUSE.

家具・インテリアの企画販売など
ライフデザインプラットフォーム事業を
全国38店舗で展開



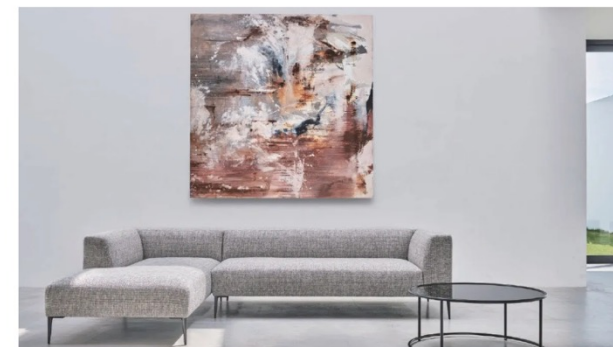
LIVING HOUSE.



KARE



calligaris



nakamura



UNITED STRANGERS



NISHIKI
OFFICE FURNITURE

導入前の課題

POSの売上データと
顧客単位の行動履歴が
紐づいていない

接客情報がシステム上に
蓄積・統合していない

「誰が何を買ったのか」やせっかくお客様にヒアリングした「好みの色/テイスト」などの
情報がデータ連携されておらずブラックボックス化してしまっていた

LINEミニアプリの導入で顧客情報が統合

スタッフの名刺についているQRコードを読み取ることで、担当スタッフ情報が紐づき、
購入情報やヒアリング情報なども正しく情報管理ができるように

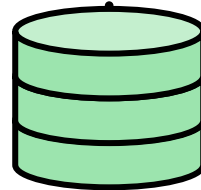
店舗・担当スタッフ情報



検討中の商品情報・ 好きな色/テイストなど



購入履歴 (家具・雑貨など)



ブラックボックスだった情報が可視化



統合管理できるようになった情報（例）

利用店舗

担当スタッフ

購買データ

家族構成

年齢

居住形態

間取り

予算

好みのテイスト

壁/床/ドアの色

検討中の商品

本部配信不要

顧客カルテの情報をもとに

顧客ごとに最適なセグメント配信ができるように

お客様ごとに最適なご提案が可能に



LINEミニアプリの導入で
顧客ごとの検討ステージに合わせた
メッセージ配信ができるように

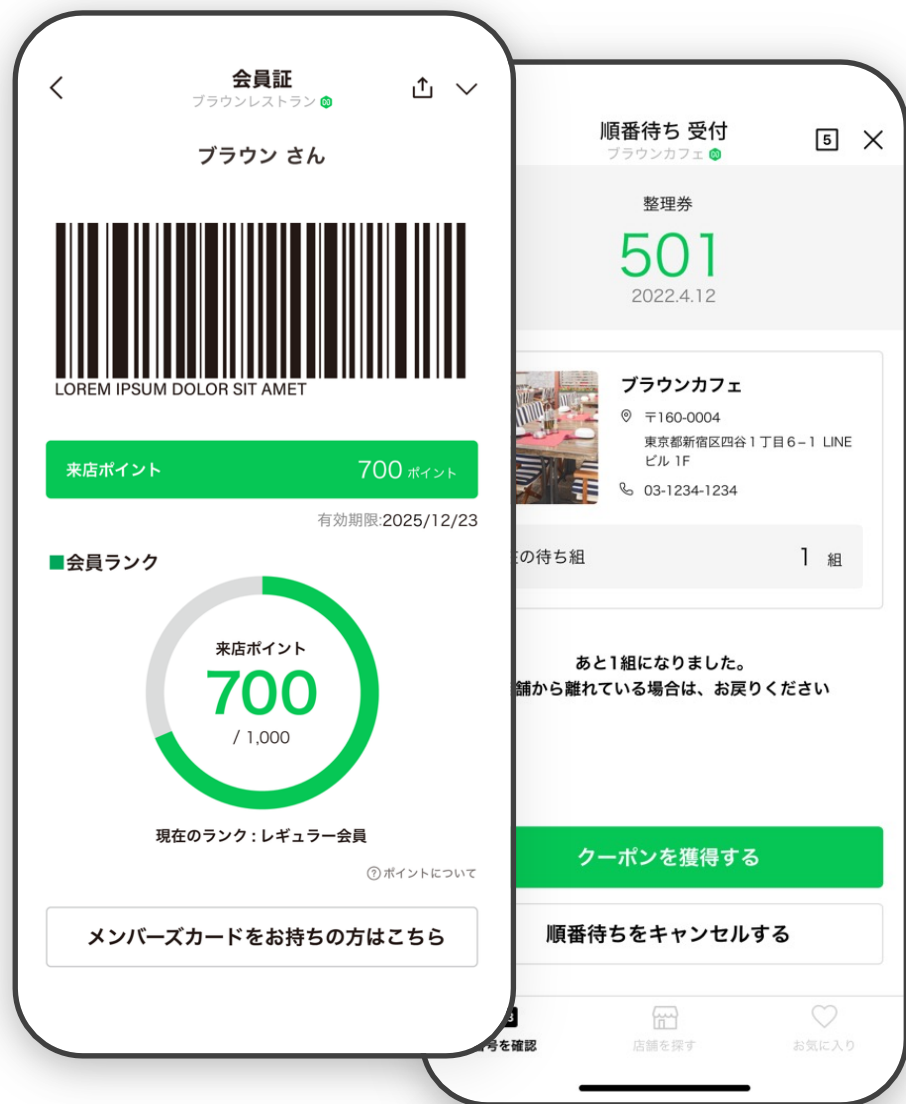
実店舗への
再来店

次回の
商談獲得

まとめ



LINEミニアプリの導入で店舗の課題解決が可能！



顧客体験の
向上

店舗業務の
効率化

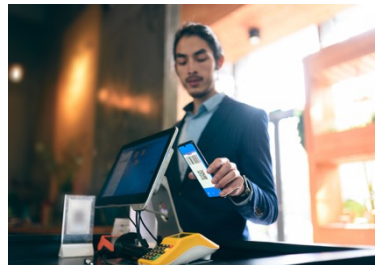
コスト削減

売上UP

LINE公式アカウントとの連携でリピーター作りも！

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

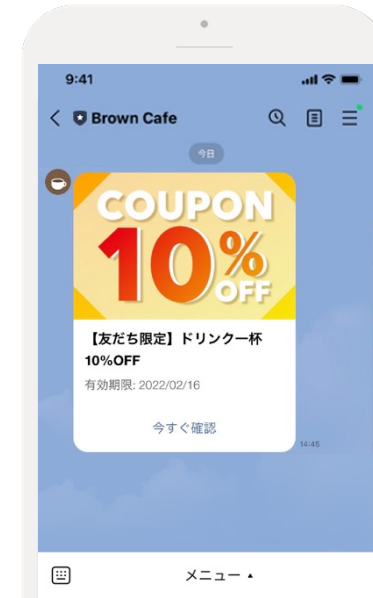


LINE ミニアプリ



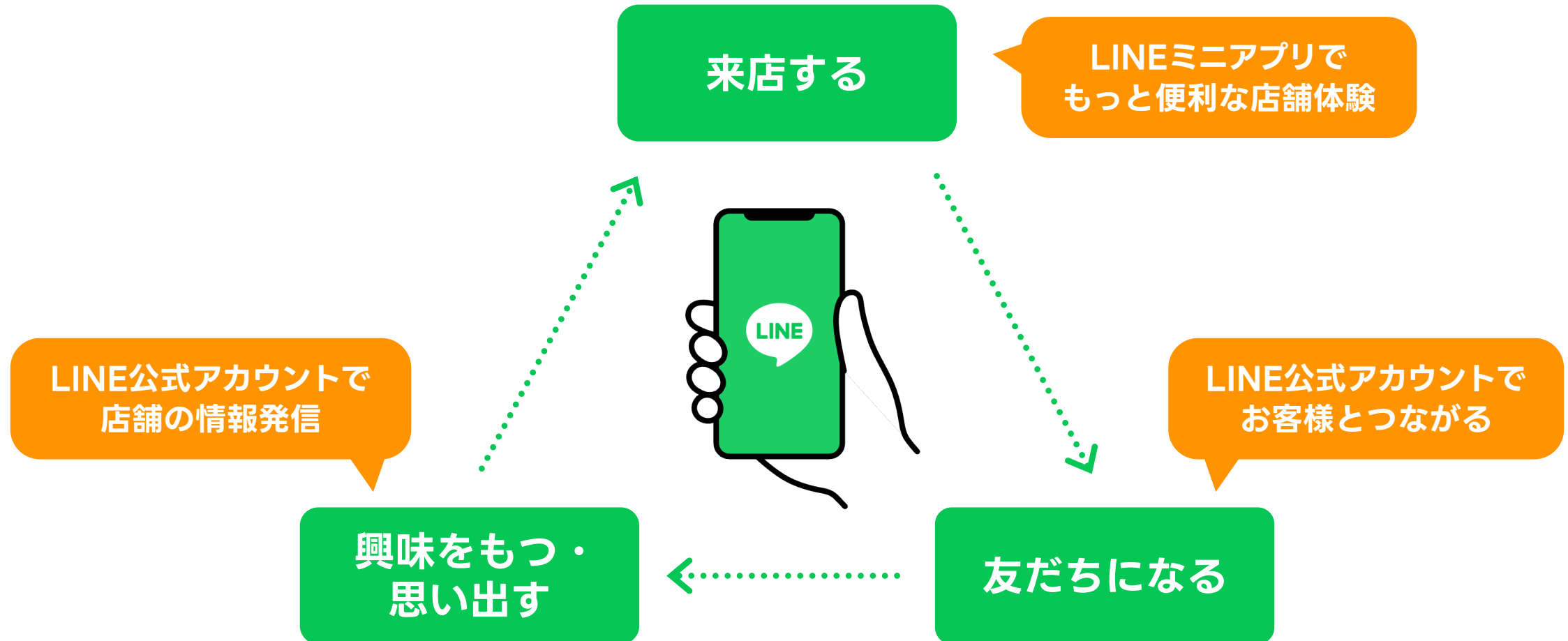
プロモーション

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 公式アカウント

店舗体験を向上しながら、 リピーター化の仕組みづくりが自然とできる



導入検討時のよくある質問

ネイティブアプリとLINEミニアプリの違いは？

	ネイティブアプリ	LINEミニアプリ
プラットフォーム	・ App Store ・ Google Play	・ LINEアプリ
利用方法	ダウンロードが必要	ダウンロード不要
会員登録	初回利用時の会員登録やログインが発生	LINEアカウントで即ログイン
通知	・ プッシュ通知	・ プッシュ通知 ・ LINEミニアプリ専用の通知 ・ LINE公式アカウントのメッセージ配信
開発	・ iOSとAndroidそれぞれで開発が必要 ・ アプリストアのリリース審査あり	・ ウェブ技術+LINE API ・ 審査なしで公開可能

LINEミニアプリの導入方法は？

すでに開発済の「パッケージ」の利用か、要件に応じて委託もしくは自社で開発する方法があります



パッケージ



委託開発



自社開発

価格	初期費用+月額費用のみで 安価に始められる	要件に応じてコストが膨大に なることもある	人件費・ランニングコストがかかる
期間	すぐに導入可能	開発に時間がかかる場合がある	開発に時間がかかる場合がある
機能	パッケージ化されている以外の 機能は追加開発（別料金）が必要	オリジナルで制作可能	オリジナルで制作可能