

📍 LINEヤフー 本社オフィス

新規会員の売上 120%を実現!

LINEでライト層とつながり
売上拡大に成功したチュチュアンナの
デジタル会員証の使い方

2月19日 木 13:30-15:30



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SBUOSユニット Divリード



坂本 小津江

Sakamoto Kozue

株式会社チュチュアナ
デジタルマーケティング部 マネージャー



AGENDA

- 01** チュチュアンナについて
- 02** チュチュアンナの会員戦略
- 03** 導入前の課題
- 04** LINEミニアプリと自社アプリの使い分け
- 05** LINEミニアプリのご紹介
- 06** パーソナライズ配信の取り組みと成果
- 07** 今後の展望
- 08** よくある質問

Theme 1

チュチュアンナの会社概要

チュチュアンナ紹介

tutu anna®



創業	1973年8月
従業員	1,585名（2025年7月期）
店舗	425店舗（2025年7月期） 国内：281店舗 海外：中国144店舗
事業内容	レッグウェア、インナー、 ウェア、服飾雑貨等の商品企画、 小売、卸売

Theme 2

チュチュアンナのマーケティング戦略

デジタルマーケティング部のミッション

デジタルを通じてオンライン・オフライン双方の
顧客創造を最大化させる



顧客ランク制度



オンラインストア運営



お客様の利便性の向上



新規チャネル開拓



X・Instagramでの
商品の認知促進



アプリ・LINEでの
顧客コミュニケーション

チュチュアンナのマーケティング戦略

新規集客

Instagram/X



接点作り

店舗



ライト層向け

LINE



ヘビー層向け

自社アプリ



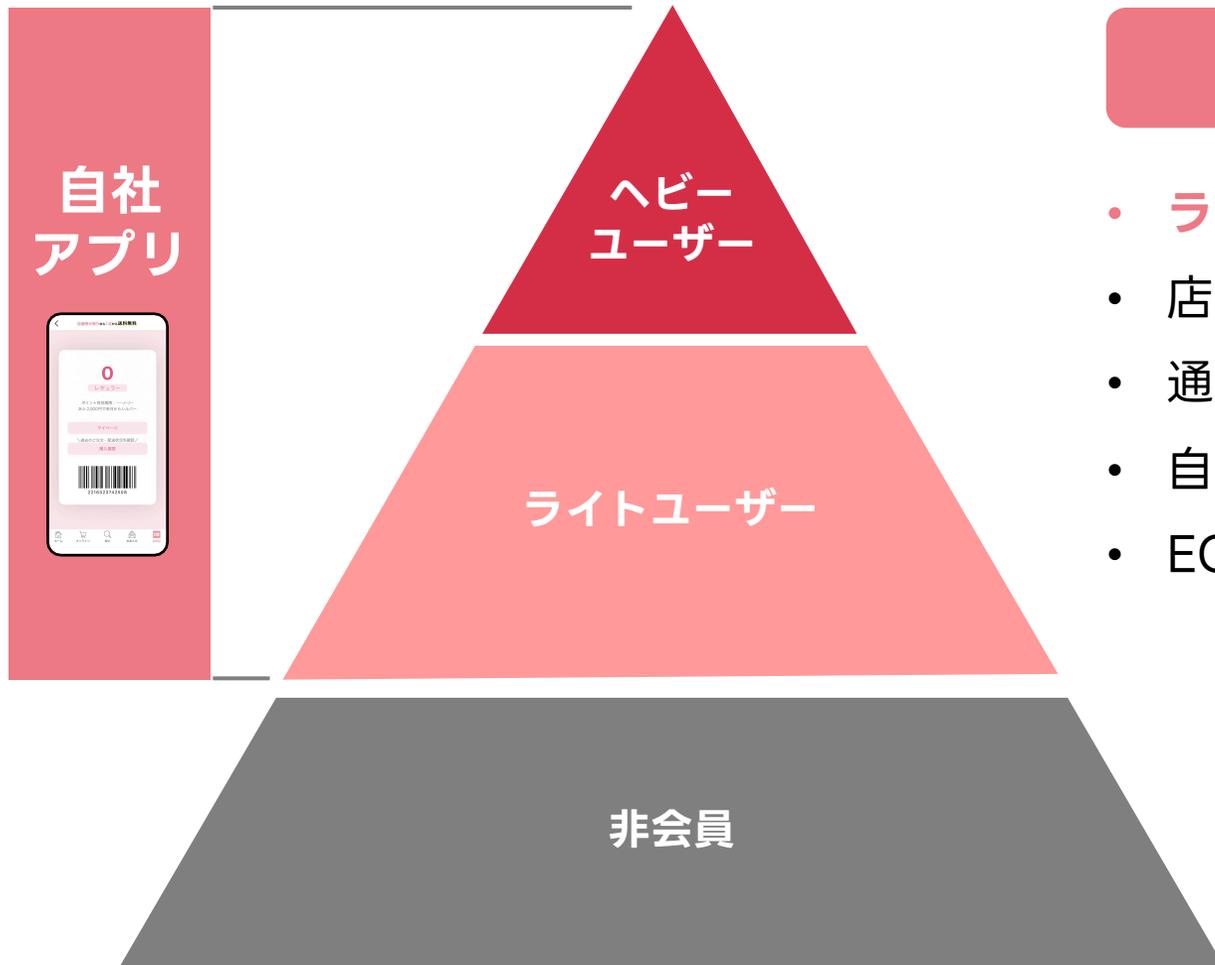
ECヘビー向け

メルマガ



LINEミニアプリ導入前の課題

元々は、自社アプリをメインで運用



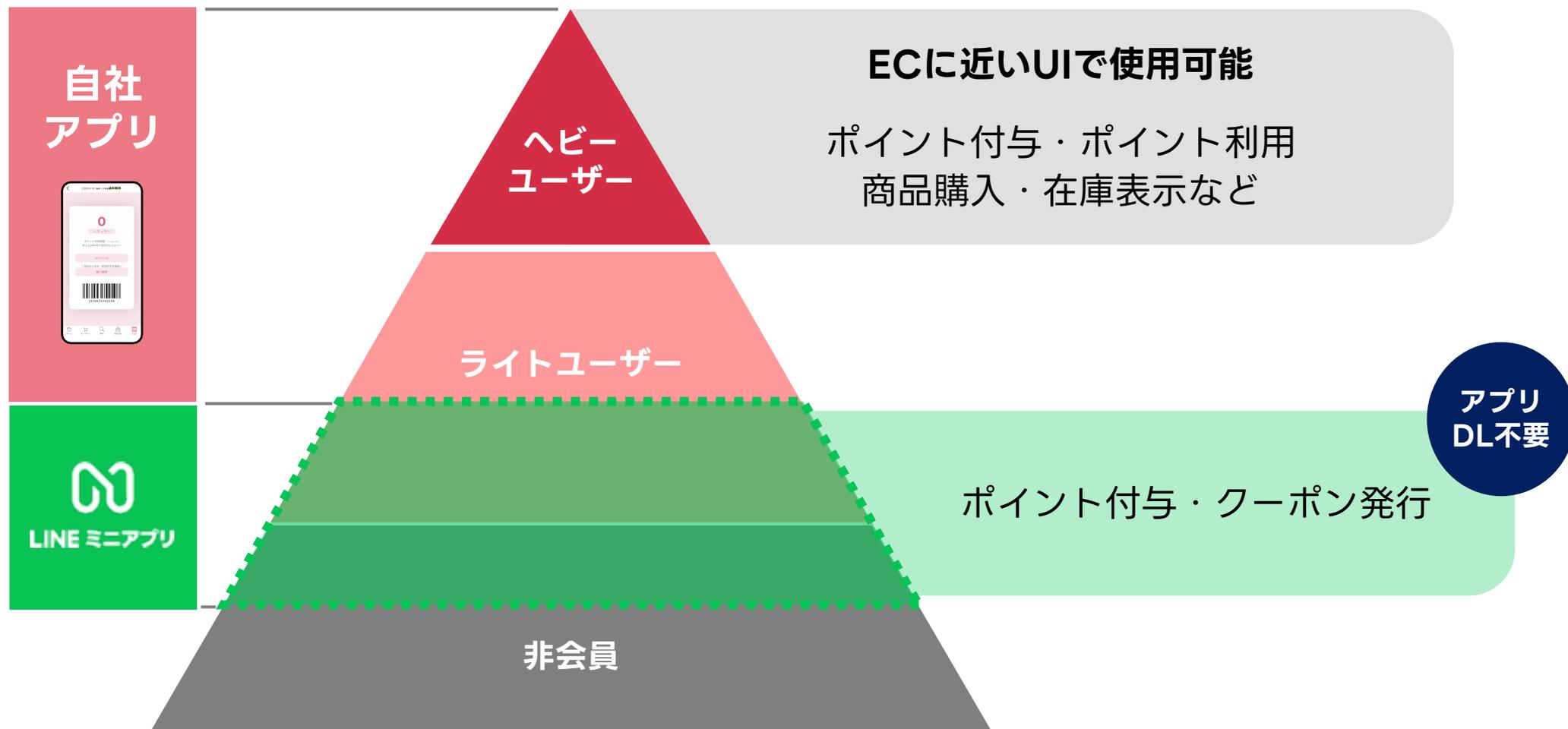
課題

- ライトユーザーとの接点を持ちたい
- 店頭で自社アプリDLを促しても断られる
- 通信制限でアプリDLができない
- 自社アプリでは1to1のコミュニケーションが取れない
- ECでの売り上げを増やしたい



LINEミニアプリと自社アプリの使い分け

自社アプリでロイヤル層、LINEミニアプリでライト層を獲得



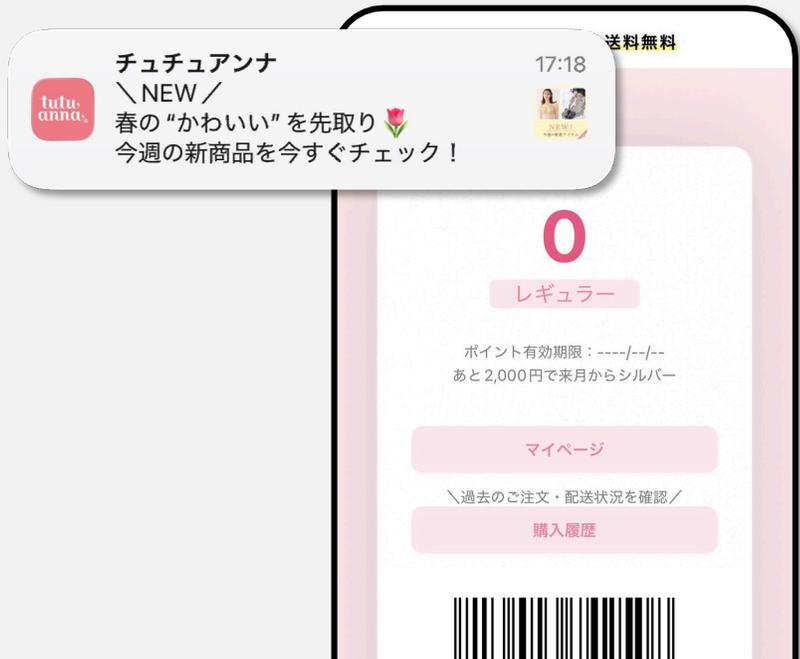
LINEミニアプリと自社アプリの使い分け

自社アプリ

アプリのDAUを向上させ、
購買を促すために
プッシュ通知を送付

LINEミニアプリ

お客様の欲しい情報を配信し、
購買を促す



LINEミニアプリの顧客動線

店舗

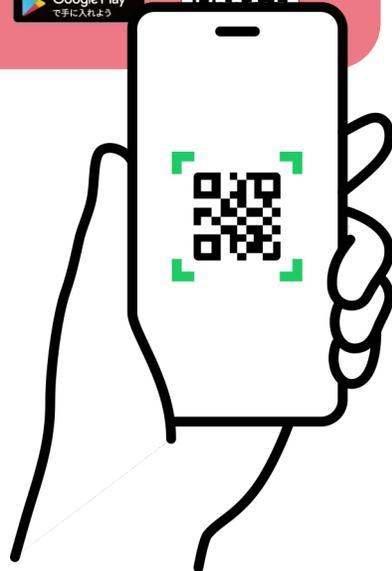
tutu.anna 公式アプリ

本日のお買い物から
ポイントが貯まる!
(1,000円ご購入なら10pt進呈)

今すぐダウンロード /

App Store からダウンロード

Google Play で手に入れます



ミニアプリ仮会員

チュチュアンナ会員証
チュチュアンナ会員証

tutu.anna

仮会員 (LINE)

現在のランク: レギュラー

あと2,000円で来月からシルバー

0pt

※ポイントのご利用には会員登録が必要です。

新規会員登録

既に会員のお客様はこちら

ログイン

オンライン お店を探す 会員証 メニュー

チュチュアンナ会員証
チュチュアンナ会員証

会員情報登録・修正を行います。
必須 マークの箇所は、必ず入力してください。

お客様情報

氏名 (全角) 必須

姓 例) 都々 名 例) 杏奈

メールアドレス 必須

例) 0000@tutuanna.jp

※「@」の前にドット、「.」(ドット2つ)を含むメールアドレスはご利用いただけません

連絡先電話番号 必須

例) 00000000000

郵便番号 必須

例) 0000000

ログイン

オンライン お店を探す 会員証 メニュー

本会員

チュチュアンナ会員証
チュチュアンナ会員証

tutu.anna

本会員

現在のランク: レギュラー

あと2,000円で来月からシルバー

0pt

ログイン

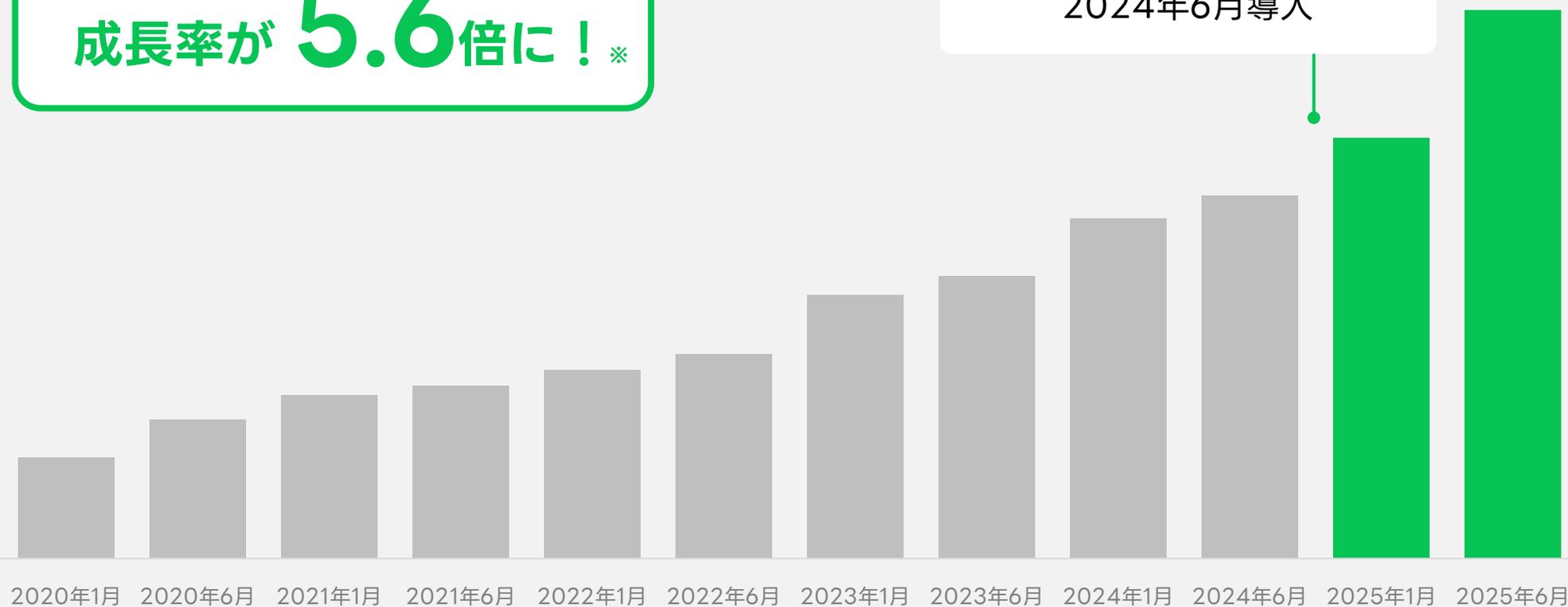
オンライン お店を探す 会員証 メニュー

LINE公式アカウントの友だち数の推移

導入後、友だち数の
成長率が **5.6倍**に！※

 **LINE ミニアプリ**

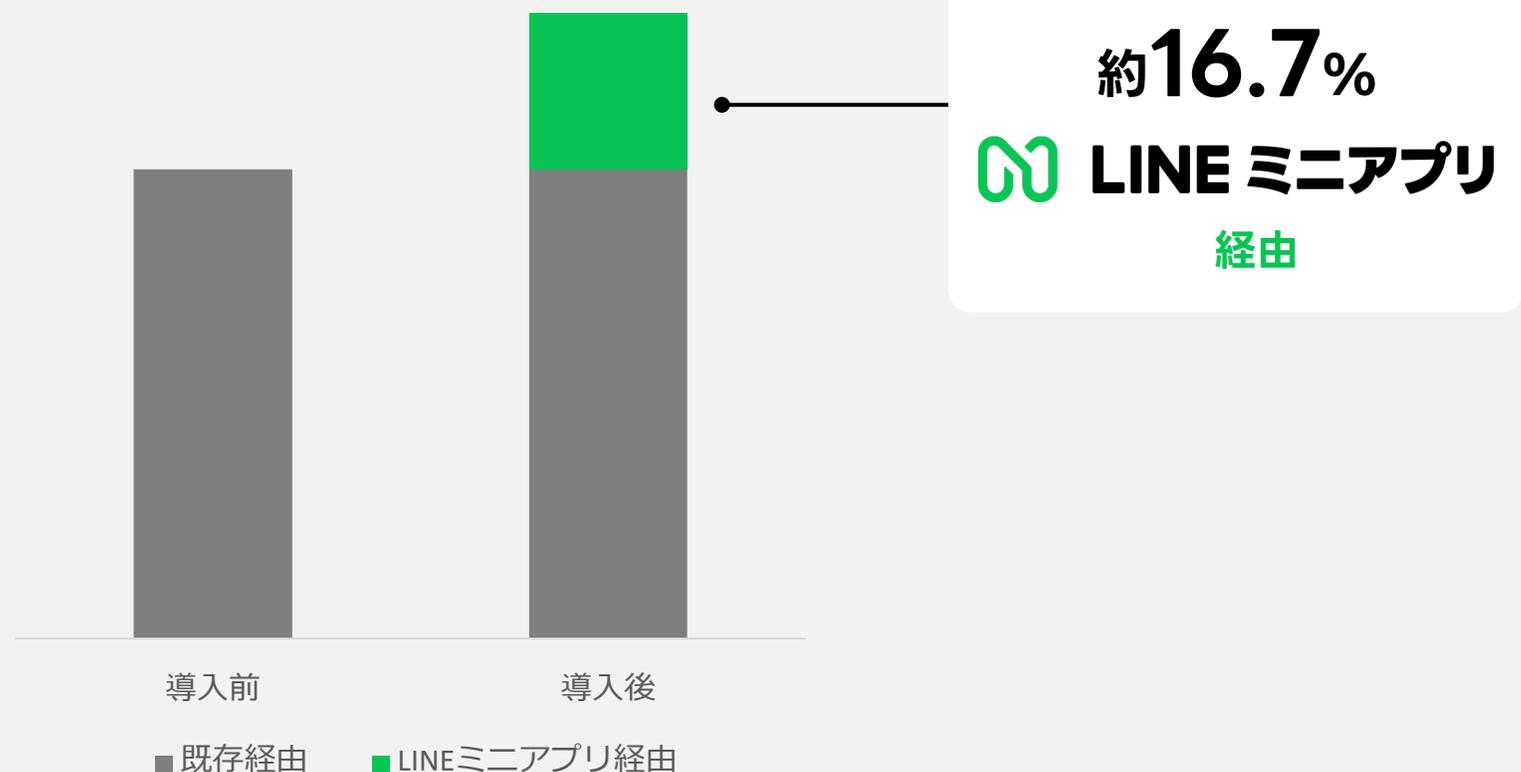
2024年6月導入



※LINEミニアプリ導入前後における、友だち数の月次成長率（6か月平均）を比較

新規会員数が**16.7%増**

- ① 会員化の“入口”が広がり、取りこぼしが減った
- ② 自社アプリのDL数は減らずに**LINEミニアプリ分が純増**



LINE ミニアプリ



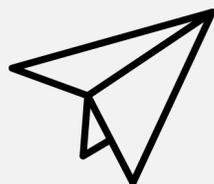
アプリのダウンロードや ログインが不要

- LINEさえあれば起動OK
- スマホのホーム画面などからスムーズに起動



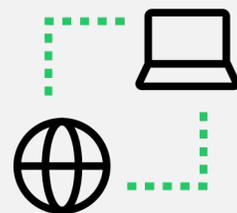
LINE連携で スムーズなサービス体験

- 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もラクに



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・注文・予約などパッケージ活用可

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

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

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

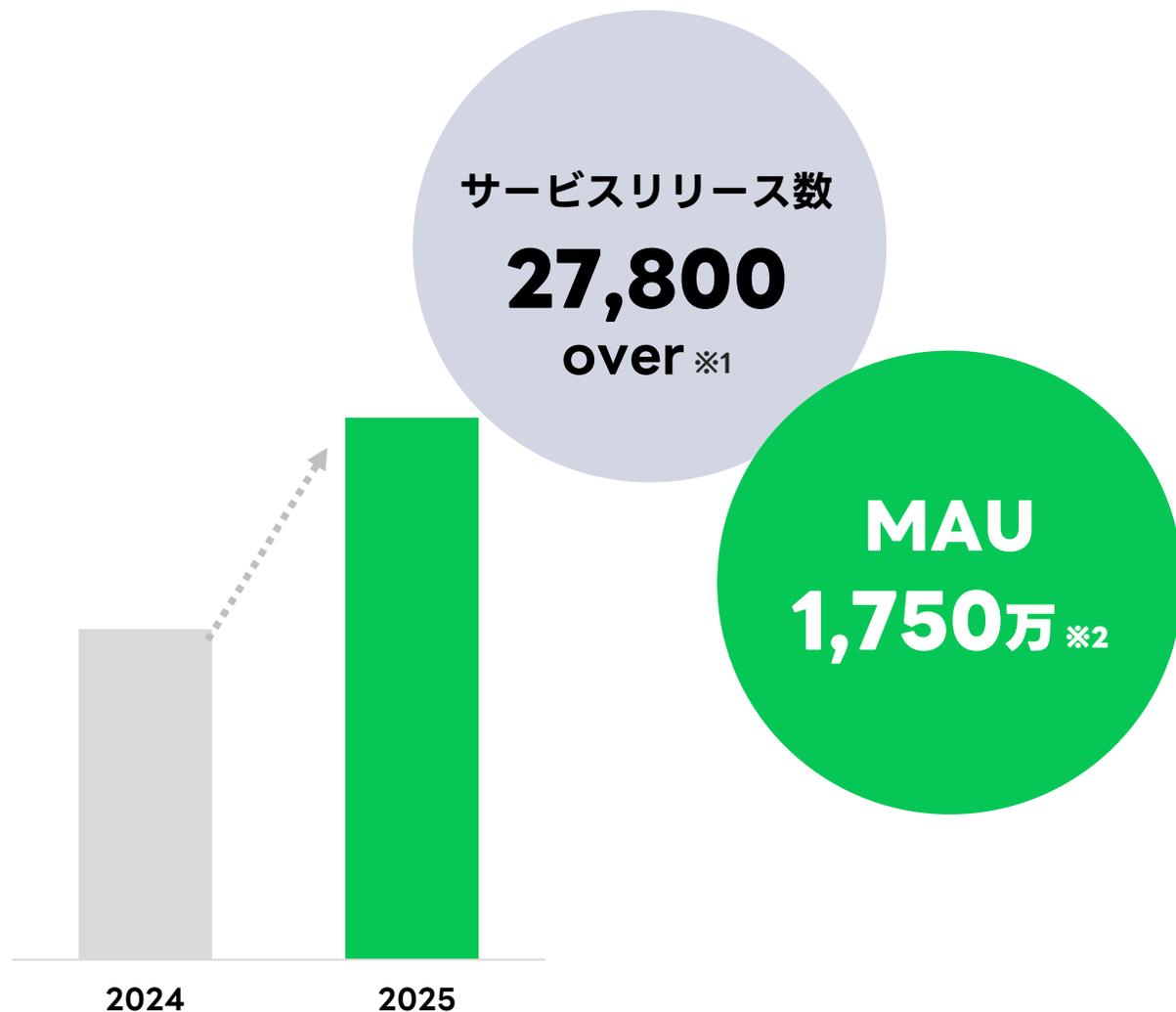
順番待ち (テーマパーク)
コンテンツ配信 (マンガ/動画等)
デジタルチケット
物販待機列/EC



LINE ミニアプリ

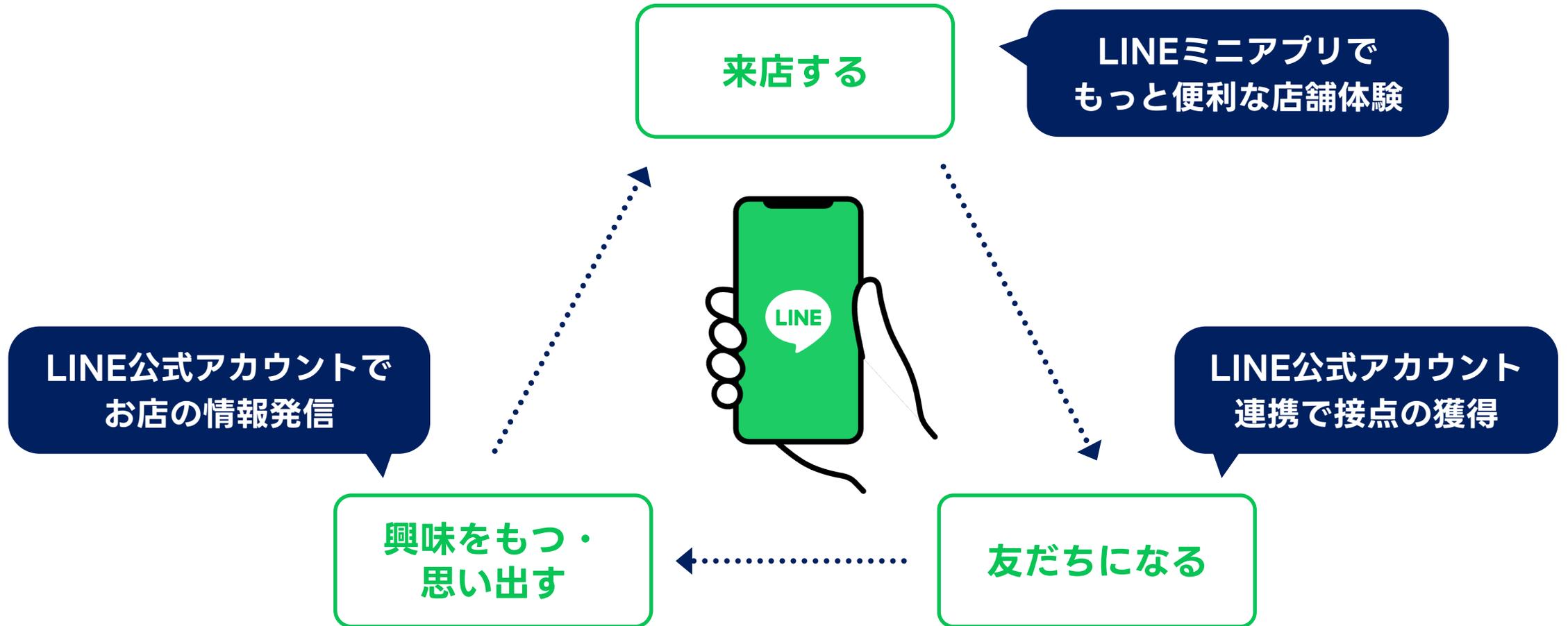


LINEミニアプリの利用状況



※1 LINEヤフー調べ：2025年11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：2025年11月時点 LINEミニアプリの月間利用者数

店舗での体験をよりよくしながら、 リピーター獲得の仕組みが自然とできる



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 株式会社紀伊国屋書店 ※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 株式会社コマダ ※17 株式会社申川田中 ※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ミニアプリを選んだ理由



ユーザー数の多いLINE上で
サービスを実装・提供できる



QRコードやLINE内の検索など
起動動線が多い



導入ハードルが低く
開発時間もコストも削減できる

Theme 3

ロイヤル層を育ててLTVを最大化するには

1

パーソナライズ配信

2

顧客ランク制度

3

ユーザーインタビューの実施

1

パーソナライズ配信

2

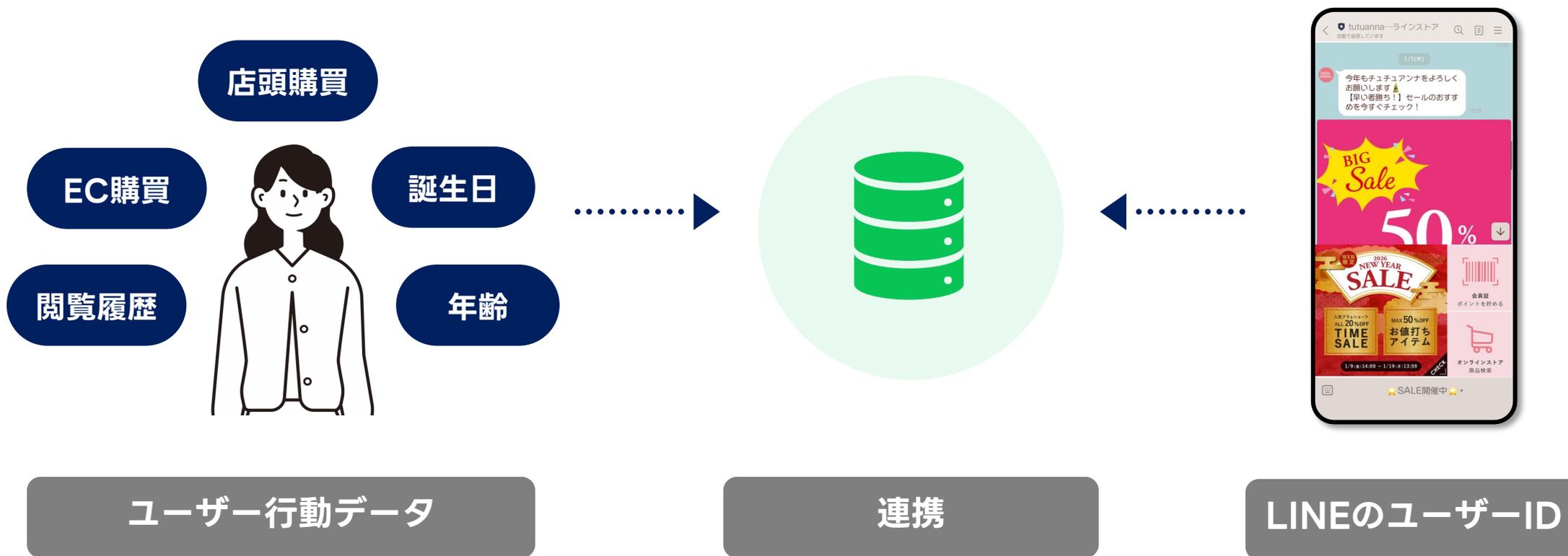
顧客ランク制度

3

ユーザーインタビューの実施

LINEのユーザーID連携によりパーソナライズ配信が可能に！

IDと顧客データが紐づいたことで、購買履歴・会員ステータスを活かした配信が可能に



お客様の欲しい情報を配信、売り上げにも寄与

パーソナライズ配信経由売上

自社アプリ通知

2.5% ※

チュチュアンナ
＼NEW/
春の“かわいい”を先取り
今週の新商品を今すぐチェック！



LINEメッセージ配信

25% ※



※2026年1月 株式会社
チュチュアンナ調べ

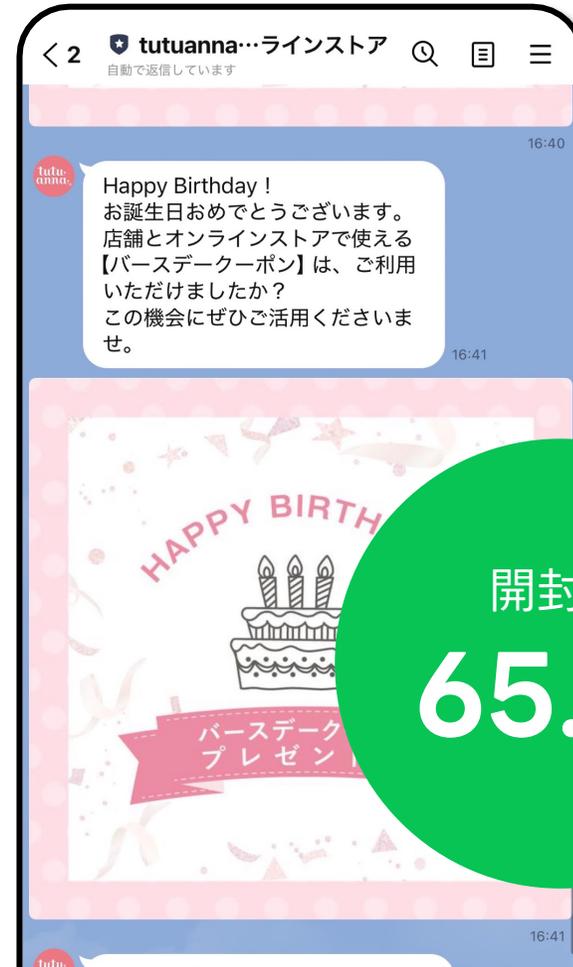
メールに比べLINEの開封率は1.3倍！

メール



開封率
50%

LINE

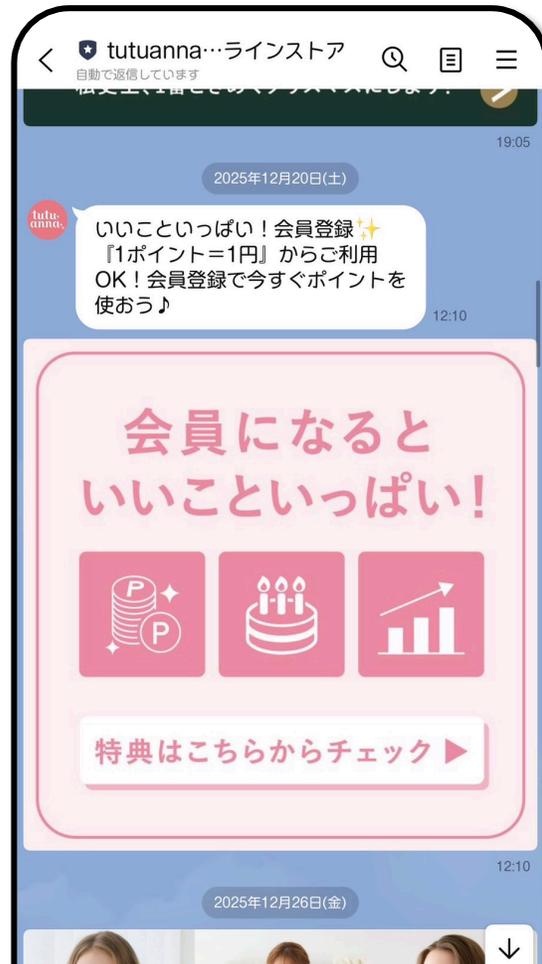


開封率
65.2%

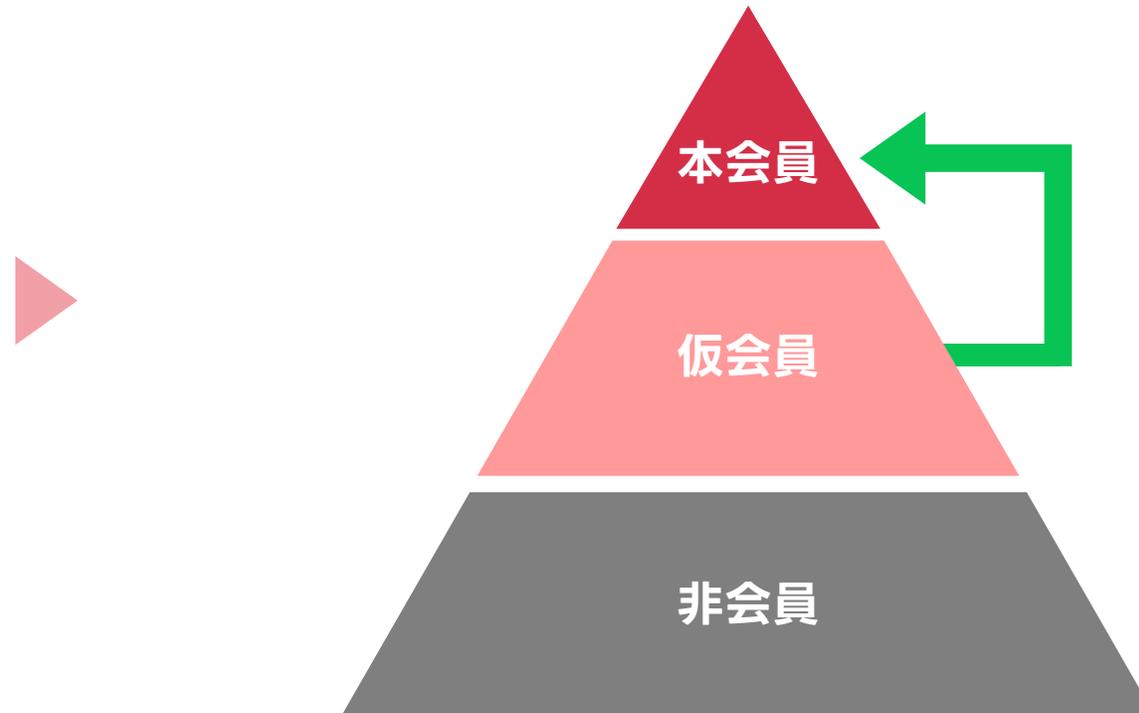
パーソナライズ配信事例

ID連携で仮会員を可視化し、本会員化につなげる配信が可能に

仮会員にのみ配信

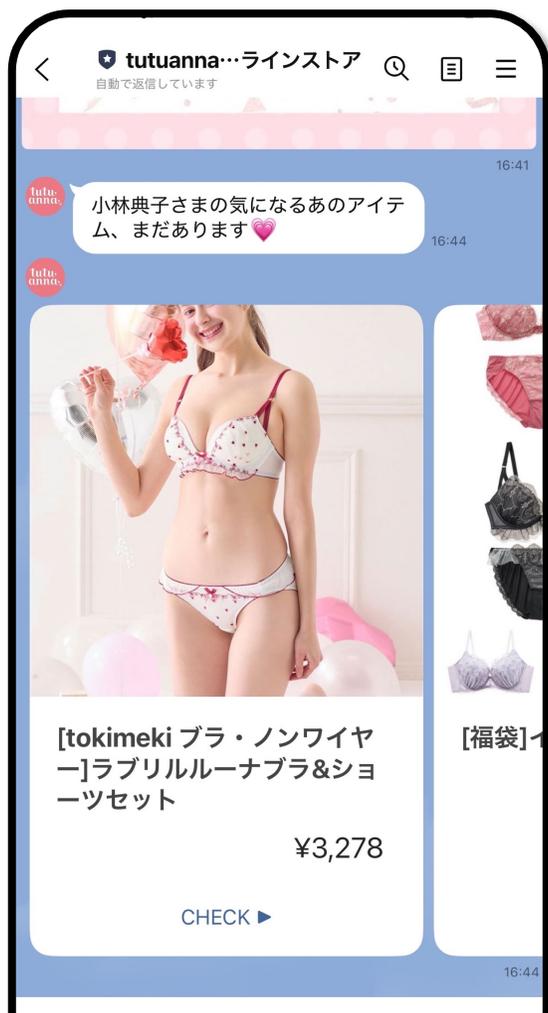


LINEミニアプリをきっかけとして仮会員登録したユーザーのうち約**20%**が**本会員化**



パーソナライズ配信事例

これまで把握できなかった「カート落ち」ユーザーにも、配信でアプローチ可能に



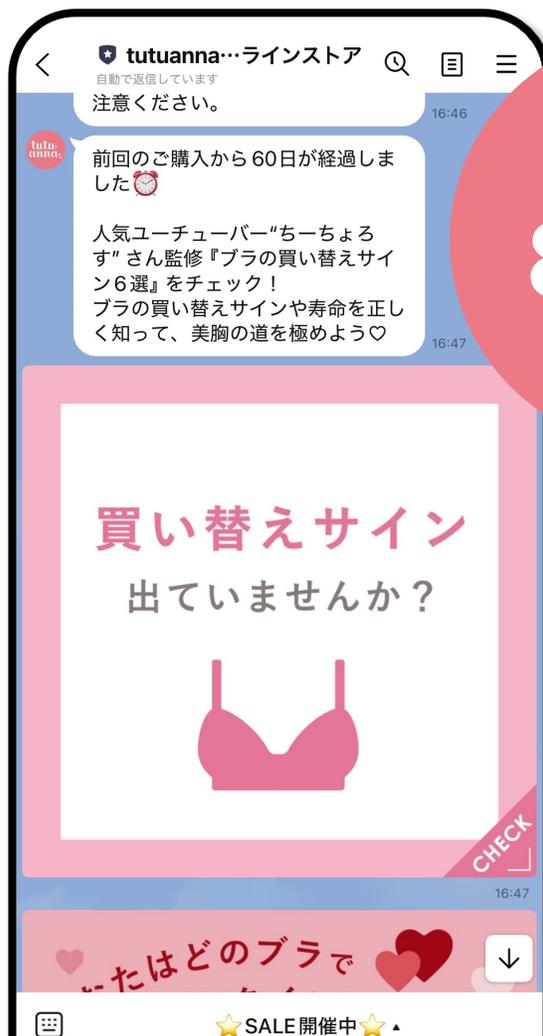
カート落ち配信実施後、
売上が4.6%増加！※

一度カートに商品を入れたが、
購入に至らなかった人に
再アプローチした結果、

 CVR 9.7% ※

パーソナライズ配信事例

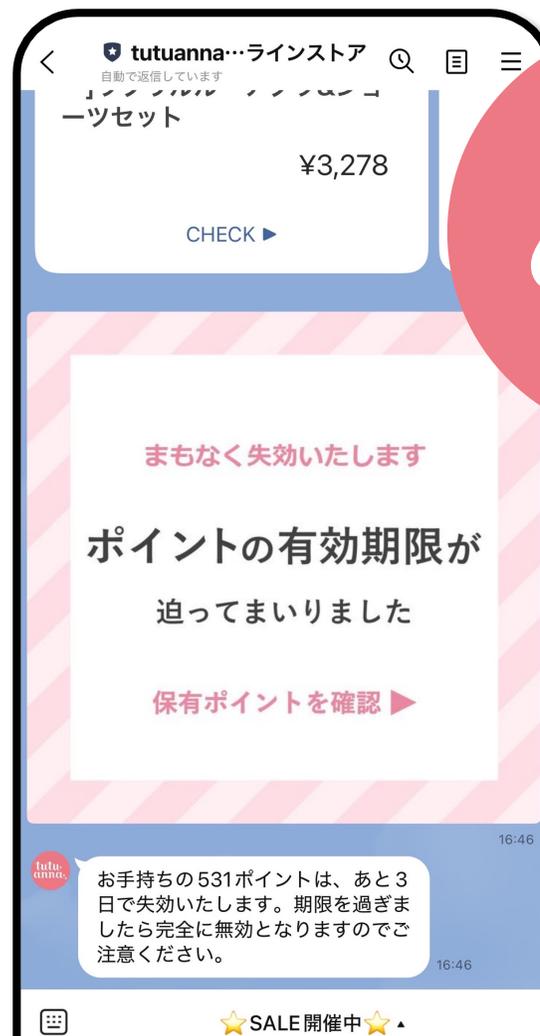
購入後60日後に配信



開封率
82.3%

クリック率
8.0%

有効期限告知
30日前/3日前に配信

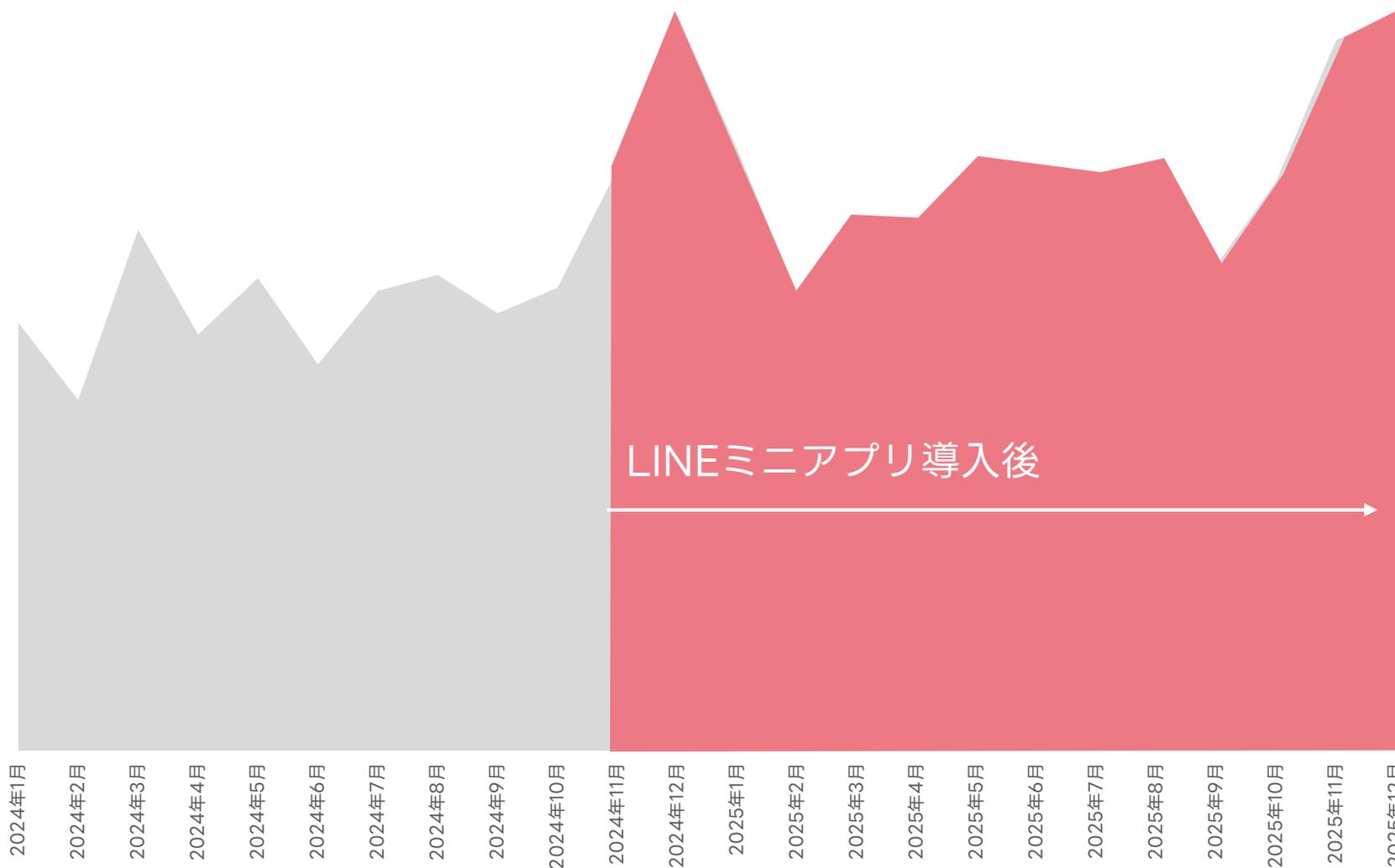


開封率
63.7%

クリック率
2.6%

ミニアプリ導入後、新規会員売り上げ120%を達成

新規会員売り上げ



1

パーソナライズ配信

2

顧客ランク制度

3

ユーザーインタビューの実施

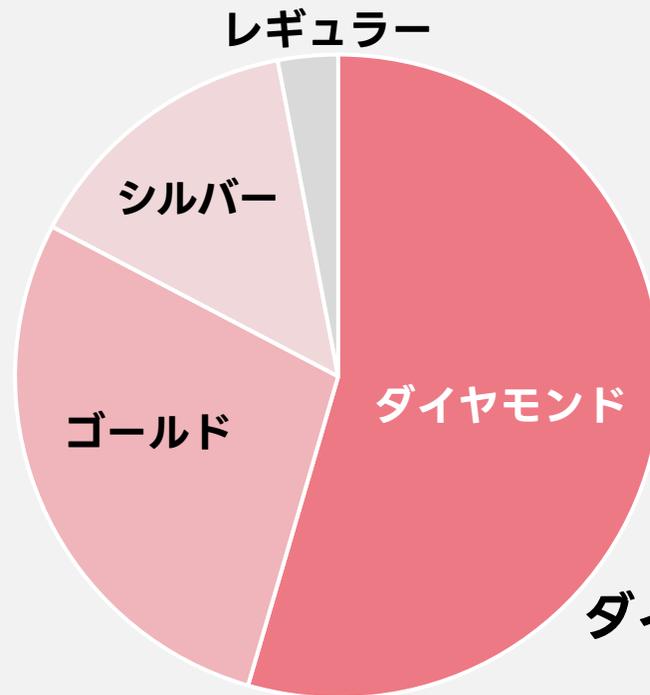
ランク制度によるマーケティング施策

ランク施策の狙い

LTV (年間購入金額)が高いダイヤモンド会員を増やす

ダイヤモンド会員限定施策

- ・ お披露目会イベントへ招待
- ・ ポイント還元率を高く設定
- ・ 新商品を抽選でプレゼント



半数以上が
ダイヤモンド会員売り上げ*

1

パーソナライズ配信

2

顧客ランク制度

3

ユーザーインタビューの実施

ユーザーインタビューの実施



メルマガでECクーポンを配布していたが、
実際は、メルマガ閲覧後に、店舗への来客もあることがわかった

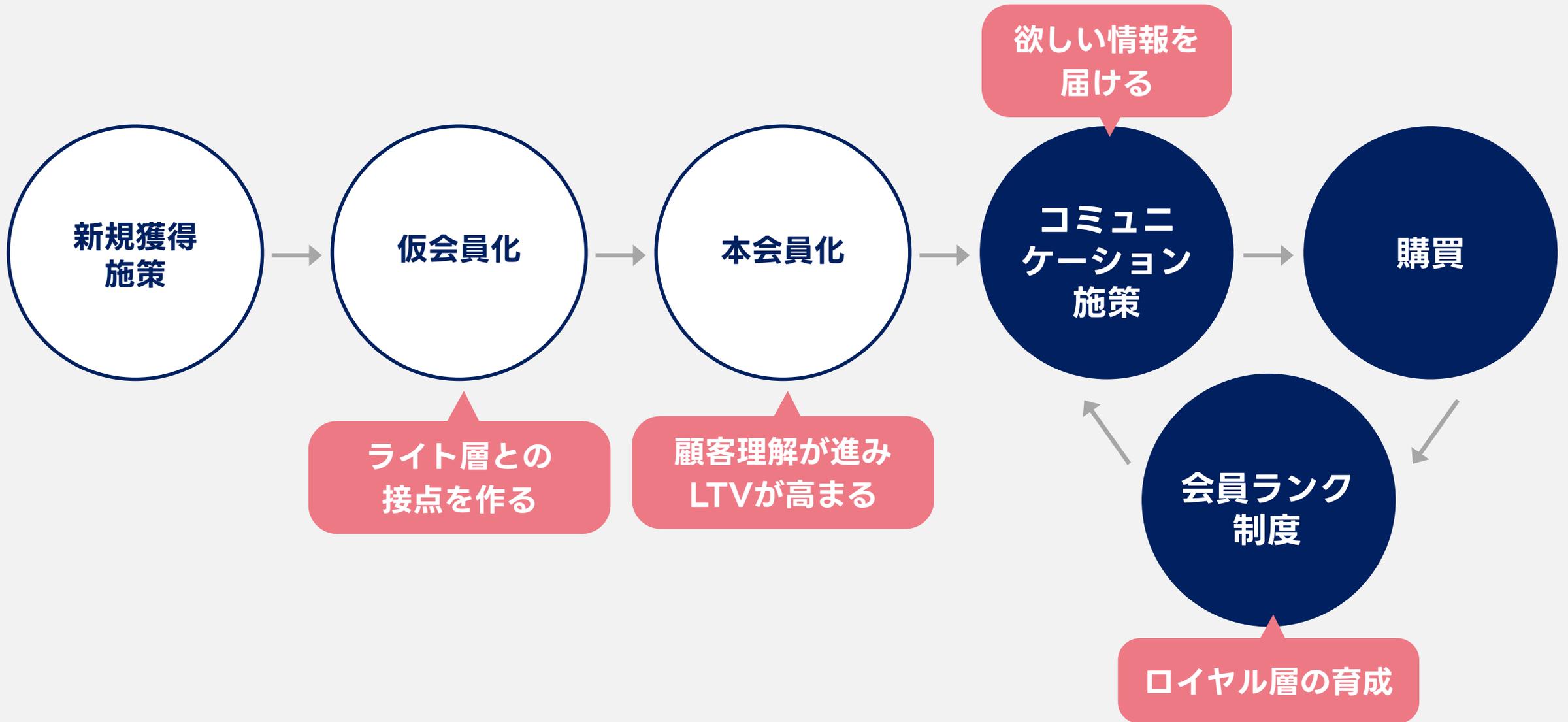


初回購入者へECでも店舗でも利用可能なクーポンを配布！

Theme 6

まとめ

LTVを高めるためのカスタマージャーニー



Theme 7

今後の展望

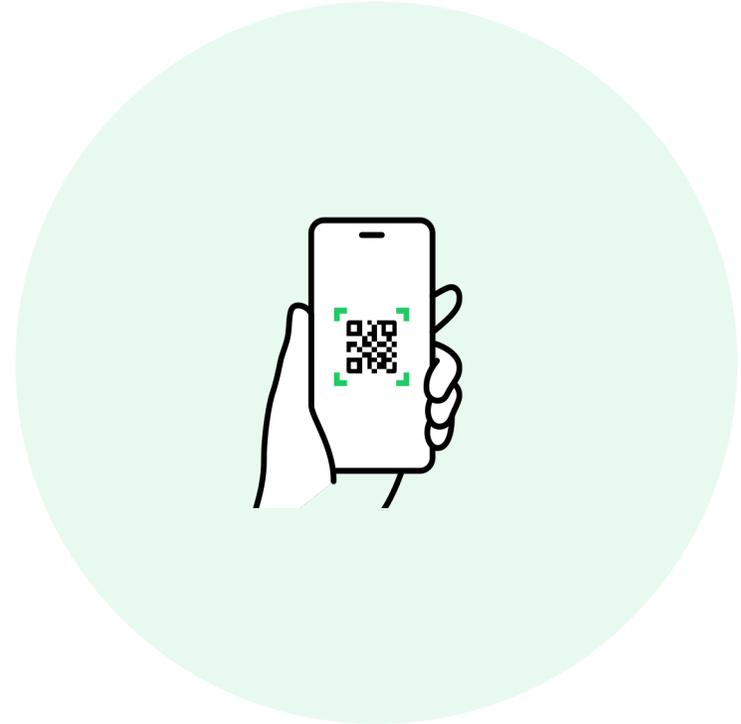
今後の展望

配信母数の拡大



パーソナライズ配信の比重UP

店舗のオペレーション改善



繁忙期は、まずLINEで接点をつくり、
本会員化は後からデジタルで促進する方針に

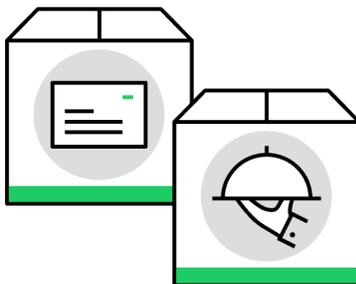
Theme 8

導入検討時のよくある質問

Q.LINEミニアプリの始め方は？

パッケージ

開発各社が提供する
SaaS・ASPなどを通して、
LINEミニアプリを導入

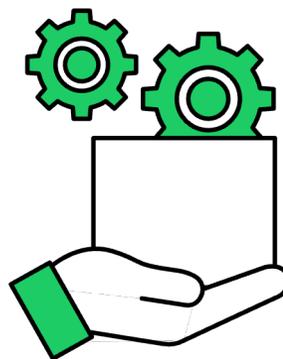


すぐ導入でき、低コストで利用可

カスタマイズには追加費用が必要

委託開発

貴社オリジナルの
LINEミニアプリを開発

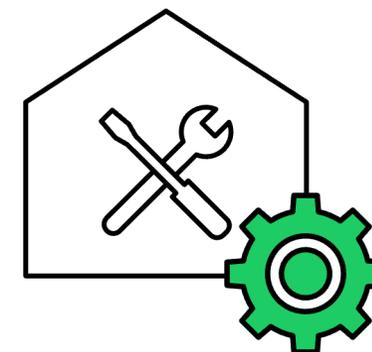


自社に最適な設計と柔軟な連携

費用と開発期間がかかる

自社開発

貴社内での開発



自社主導で柔軟に開発できる

開発リソースの確保が必要



パッケージ

料金	初期費用 + 月額費用 (5~30万円程度 + 5千円~5万円程度/月 ※)
メリット	パッケージ化されているためすぐに導入可能 初期費用 + 月額費用のみで安価に利用できる
デメリット	パッケージ化されている以外の機能は 追加開発が必要 (別料金)



デジタルマーケティング支援サービス

ecBeing のご紹介

事業コンサルティングやWEBプロモーション、そしてデザイン制作までトータルサポート。
厚い体制でお客様のパートナーとして“継続的”に支援。



コンサルティング マーケティング

市場調査
業界分析
KGI・KPI策定
戦略策定
事業コンサルティング

など



集客

メディア戦略・設計
SEO
リスティング広告
リマーケティング広告
アフィリエイト広告

など



サイト 構築 / 改善

サイト構築
コンテンツ企画
キャンペーン企画
ページ作成
画面設計、デザイン

など



分析 マーケティング

KPI設計
KPIレポート
アクセス分析
改善施策効果検証
イベント施策検証

など



CRM

CRMプランニング
メルマガ配信シナリオ設計
メルマガテンプレート作成
HTMLメルマガ作成代行
LINE公式アカウント

など

ホーム > サービス一覧 > LINEミニアプリ > 認定パッケージ

LINE ミニアプリ 認定パッケージ一覧



条件で探す

業種

- 飲食店
- 美容・サロン
- 小売店
- 医療機関・薬局
- その他

LINEヤフー社員に お気軽にご相談ください

「自社にあったパッケージを教えてください」
 「自社で実現したいことができるか相談したい」
 「他社の導入事例を聞いてみたい」

無料で相談する

飲食店向け

dinii

モバイルオーダーが生み出す
新しいおもてなし
モバイルオーダー+POSレジ

モバイルオーダー (店内) デジタル会員証

ダイニー

来店したお客様が卓上の QR コードを読み込んでいただき、自分のスマホからメニューが注文できる店内のモバイルオーダーサービスです。

初期費用 300,000円 月額 40,000円

株式会社dinii

詳細を見る

SalonAnswer

日常業務はもっとシンプルに
戦略はもっとオートマチックに

予約管理 カルナ 来店管理
顧客管理 分析 キャンペーン企画
リマインダー通知 予約一括管理

デジタル会員証 来店予約受付 ポイントカード
キャッシュレス決済

SalonAnswer | サロンアンサー

サロンアンサーは美容サロン専用クラウドPOSサービスです。予約管理、顧客管理、売上管理、各種分析機能などを備えており、iPad 1 ...

初期費用 160,000円 月額 16,600円

エクシードシステム株式会社

詳細を見る

常連
くみちゃん

データに基づいたシンプル集客で
常連様が来るお店に!

メッセージ ポイントカード
自動配信 スタンプカード

デジタル会員証 ポイントカード スタンプカード
その他

常連くみちゃん

LINEミニアプリに会員カードを表示しポイント会員システムを構築できます。
複雑な設定や現場オペレーションの追加は...

初期費用 50,000円 月額 8,800円

株式会社チューズモンスター

詳細を見る

飲食店向け

注文くん

店内・店外の両方に対応可能!
豊富な機能で多様な店舗にマッチ!!
常連獲得の自動化を実現する完全版モバイルオーダー

モバイルオーダー (店内) デジタル会員証

注文くん

限られた人数で最高のおもてなし・サービスを提供できるような環境を飲食店様にご提供します。オペレーションを考え抜いた上で様々な...

初期費用 90,000円 月額 12,000円

株式会社チューズモンスター

詳細を見る

Next Generation CRM
EDWARD

ポイントカードを
LINEに組み込み

CRM & POSレジ連携
& モバイルオーダー

デジタル会員証 ポイントカード スタンプカード

EDWARD | エドワード

ミニアプリに会員カードを表示しポイント会員システムを構築できます。クラウドPOSレジシステムに連携し個人情報とPOSデータを組み...

初期費用 30,000円 月額 5,500円

北海道デジタル・アンド・コンサルティング株式会社

詳細を見る

飲食店向け

Ziinie

魔法のように自動で
リピーター
集客

スタンプカード &
リピーター向け
メッセージ自動配信
LINE Frontliner監修

デジタル会員証 スタンプカード

Ziinie for Restaurant

LINE Frontliner監修の飲食店向けLINE運用ツールの決定版。
スタンプカードをLINEミニアプリで提供し、...

初期費用 0円 月額 30,000円

DOTZ株式会社

詳細を見る

Q.導入は大変？



店舗スタッフも**普段からLINEを触っていたので、**
細かなマニュアルや説明会などを実施せずとも、
すぐに使い始めることができた。

もともと、POSと連携し、会員データを管理していた会社に
LINEミニアプリの開発もしていただいたので、
スムーズに連携ができた。



Q:リリースまでのフローは？

セレクション

サービス企画

開設・開発

認証審査

リリース

開発会社がともに代行して対応
(パッケージ/委託開発)※

開発会社
選定



公開

審査通過後、
認証済ミニアプリ
として公開



自社開発時は、LINE Developersの
開発ドキュメントを確認し、サービス内容を検討

LINE Developers About ニュース プロダクト ドキュメント FAQ 用語集

LINE Developers
コンソールで
LINEミニアプリチャネルを
開設し開発を進める

審査用の書類を準備し、
LINEヤフー社に
認証審査を申請

※委託開発の場合、一部のステップを企業・店舗様にご対応いただく場合があります。詳しくは各開発会社にお問い合わせください。

📍 LINEヤフー 本社オフィス

新規会員の売上 120%を実現!

LINEでライト層とつながり
売上拡大に成功したチュチュアンナの
デジタル会員証の使い方

2月19日 木 13:30-15:30

