

国内のSNSアカウント数

国内SNSユーザー数No.1

2020年3月時点

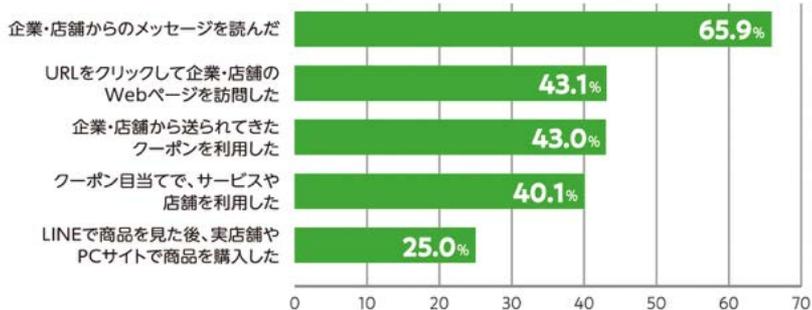
参考: <https://blog.somilco.jp/we-love-social>

国内月間アクティブユーザー	ユーザー層 ※推定値	特徴
8,300万人	全世代が利用幅広い	・メッセージとタイムラインの二つを持つ ・スタンプが豊富 ・トークや通話などモバイル中心
6,200万人	全世代が利用LINE同様幅広い	・動画メイン ・検索エンジンとしての役割 ・世界的にもユーザー数多い
4,500万人	20代が多い平均年齢は35歳	・リアルタイム性 ・拡散性の期待 ・ハッシュタグ
3,300万人	10代と20代で半数以上を占める	・写真メイン ・世界観の重要性 ・アクティブユーザーが多い・ハッシュタグフォロー可能
2,600万人	登録者数は20代と30代が多い	・多彩なコンテンツ ・フォーマルな場 ・ターゲットの精度高い
950万人	10代と20代で半数以上を占める	・動画メイン(15秒) ・ハッシュタグ ・豊富な動画編集機能 ・音楽性
530万人	20代と30代女性が多い	・写真/画像メイン ・コレクション性 ・画像のアイデア/デザインが豊富

LINEがダントツにアカウント数を保持している

LINEユーザーの行動

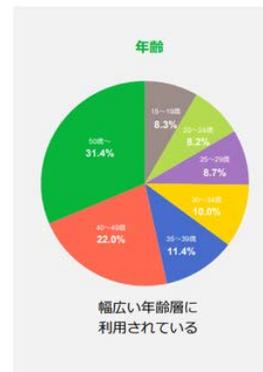
企業・店舗のアカウントと「友だち」になって、実施したこと



調査機関：マクロミル社・インターネット調査
(2019年1月実施 / 全国15~69歳のLINEユーザーを対象 n=2,060)

LINEユーザー属性

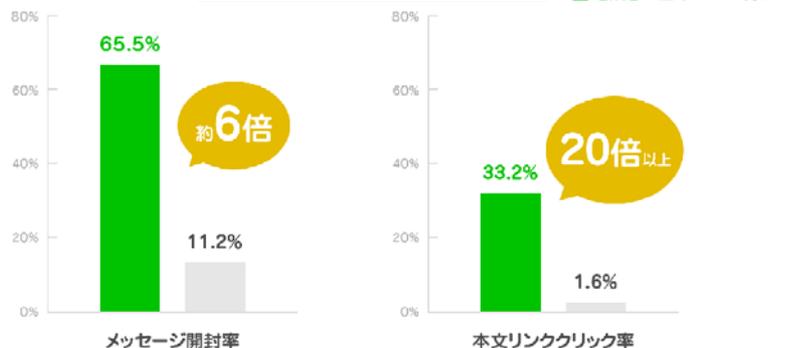
LINEのユーザー属性 (性別・年齢・職業)



調査機関：マクロミル・インターネット調査
(2020年1月実施/全国15~69歳のLINEユーザーを対象/サンプル数2,060)

男女、年齢、職業とものPRしやすい層が多い

LINEとメルマガ比較



クリック率は配信数との比率となります。
例) 100人に送信した場合65人が開封し、33人がリンクをクリックする計算

※資料はLINE@公式ブログ等で報告されているデータ・弊社独自の運用データにみられる数値です。
数値、効果をお約束するものではありません。

LINE@

<特徴>

ビジネス向けとなり、コミュニケーションの他にも不特定多数へのメッセージやクーポンなどを一斉送信できるプロモーションツール

<リッチメニューについて>

- ・クリック率が高い
- ・かなり目立ちやすい

<機能一覧>

・メッセージ
友だち登録をしてくれたお客様やファンに向けてメッセージを一斉送信することができます。

・自動返信
メッセージ機能の一つになりますが、自動応答やキーワード応答の他に、友だち追加時に自動であいさつすることができます。

・チャット(1:1トーク)
お問合せを頂いたり、友だち登録をして頂いているお客様やファンと気軽にコミュニケーションをすることができます。

・アカウントページ
アカウントの情報を掲載できる紹介ページになります。簡単にいうと、LINE内に専用のホームページを持つことができます。

プラグインを設定することで、店舗の営業時間や地図、商品・サービスの情報クーポン、タイムラインの最新情報など様々な情報を掲載できます。興味を持った方が訪れるページになるため、お客様の分かりやすいページにすることで購入率や来店率に直結させることが可能になります

・クーポン機能
作成したクーポンやクーポンの抽選券をアカウントページやタイムライン、メッセージなどで配布し、開封数や使用数を管理画面で管理することができます。

他にも、実店舗で友だち登録してくれた方の限定クーポンなどを設定することで、友だち登録を促すことも出来るほか、日時指定の限定クーポンを配信することで急なキャンセルに対しての穴埋めにも効果を発揮します。

・リサーチページ
アンケートなどを作成し、満足度や期待している商品やサービス内容、お客様やファンの属性を確認することができます。回答者限定のクーポンを設定することで、回答率を上げることも出来ます。商品開発や改善をお客様目線で進めたり、自社を知ってもらったキッカケは何かを知ることで、新規獲得に力を入れるべきポイントも分かるようになります

・LINEショップカード
LINE上でポイントカードの作成・発行ができます。

