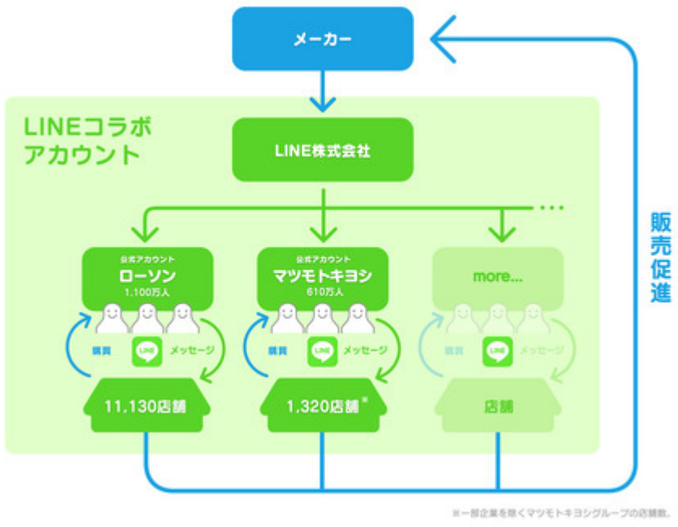
【LINE】LINE、新たなO2Oマーケティングの手法として「LINEコラボアカウント」提供開始

2013年11月07日

食品・飲料・日用品などあらゆる消費財を、ローソン・マツモトキヨシと共同で販売促進

LINE株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：森川 亮）は、同社が運営する無料通話･無料メールスマートフォンアプリLINE（ライン） http://line.naver.jp/ において、ローソン・マツモトキヨシの大手小売2社と協力し、主に食品・飲料・日用品などの消費財メーカー企業向けに「LINEコラボアカウント」の提供を開始いたしましたのでお知らせいたします。



LINEでは、2012年6月より、当該アカウントを「友だち追加」したユーザーに対して、メッセージやクーポンを直接配信することができる「LINE公式アカウント」を企業向けに提供しています。現在までに、国内では累計99の企業公式アカウントが開設されています。購読しているLINEユーザー数は、のべ2億人以上（2013年10月末現在）に到達し、そのうちの37.6%が実店舗へ足を運び、割引クーポンを利用したという調査結果（※）が出ているなど、実店舗への誘導効果が高い点について一定の評価を頂いております。
※マクロミル　インターネット調査（2013年7月実施）

これらの実績を受けて、新たなO2Oマーケティングの手法として、ローソン・マツモトキヨシの大手小売2社がLINE上で開設している「LINE公式アカウント」を活用し、主に食品・飲料・日用品などの消費財を販売促進する「LINEコラボアカウント」の提供を開始いたします。

消費財メーカー企業は、数百万人～一千万人以上の購読者を擁する、ローソン・マツモトキヨシのLINE公式アカウントから、自社商品の販売促進のためのクーポンや商品告知メッセージを配信することができます。自社で新たにLINE公式アカウントを開設したり、購読者を獲得したりするコストをかけずに、すぐに見込み客へリーチすることができます。

また、日本全国に店舗を持つローソン・マツモトキヨシは、自社のみのメッセージ配信に加え、消費財メーカー企業と協力して商品の販売促進を行うことで、より強力に顧客を自社店舗へ誘導するアプローチができ、店頭での売上増加に繋げる効果を期待できます。

本取り組みの第一弾として、12月上旬に、ローソンのLINE公式アカウントにおいて、サントリー食品インターナショナルがローソン限定で発売する新商品「ボスカフェ ホワイトラテ」「同 ダークプレッソ」（以下、「ボスカフェ」）の商品告知・クーポン配信を実施します。併せて、11月12日より、LINE公式アバターサービス「LINE PLAY」内で展開しているローソンの公式ルームに、「ボスカフェ」専用コーナーを設置し、同じ公式ルーム内にある「仮想Loppi」から、実店舗の「Loppi」で引き換え可能な割引クーポンを配布する初の取り組みを実施するなど、ローソンの顧客に対して集中的にプロモーションを行います。

LINEでは、O2Oマーケティングの可能性を追求し、今後も様々な企業とのコラボレーションを積極的に行っていく予定です。

■LINEコラボアカウント　参画企業
株式会社ローソン「ローソン公式アカウント」
(LINE ID：@lawson、友だち数：1,100万人、店舗数：11,130店舗）
コンビニエンスストア「ローソン」のキャラクター「あきこちゃん」がおすすめの新商品や、限定メニューのクーポン券などお得な情報を配信します。

株式会社マツモトキヨシ「マツモトキヨシ公式アカウント」
(LINE ID：@matsukiyo、友だち数：610万人、店舗数：約680店舗）
様々な薬や化粧品、生活用品などを扱うドラッグストア「マツモトキヨシ」のキャラクター「マツポリちゃん」が、お得なセール情報やクーポンを配信します。一部企業を除くマツモトキヨシグループ約1,320店舗にてご利用可能です。

■LINE PLAY展開イメージ



11月12日より、ローソンの公式ルームに、「ボスカフェ」専用コーナーを設置。

同じ公式ルーム内にある「仮想Loppi」から、実店舗の「Loppi」で引き換え可能な割引クーポンを配布予定。

消費財メーカー企業向け「LINEコラボアカウント」の導入にご関心がある企業様は以下までお問い合わせください。
https://partner.line.me/