プレスリリース 2022.12.13

オフラインとオンラインを横断したマイレージ型の販促プラットフォーム「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」を来春提供開始

LINE株式会社
ヤフー株式会社
PayPay株式会社

～ 国内最大規模のユーザー数を抱える3社の強みを最大限に生かしてLTV（顧客生涯価値）を最大化し、継続的かつ効果的な販促が実行可能に ～

～ 店舗でもECでも、飲料や日用品などさまざまな人気商品がいつでも買えば買うほどお得になる、ユーザーの買い物体験を向上 ～

Zホールディングス株式会社（以下、ZHD）のグループ企業であるLINE株式会社（以下、LINE）と、ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）、PayPay株式会社（以下、PayPay）は2023年春より、マイレージ型の販促プラットフォーム「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」を提供開始します。「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」は、オフラインである店舗（※1）と、オンラインであるEC（電子商取引）（※2）を横断した販促プラットフォームとして、メーカーなどのさまざまな企業が参加可能で、購買データを活用した継続的かつ効果的な販促を実現できます。

また、LINE、Yahoo! JAPAN、PayPayは「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」など、今後展開していく販促サービスの核となるリアルタイムでのPOS連携の実現に向け、メーカーや小売などの企業が参画する「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay販促コンソーシアム」を設立します。

「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」は、ZHDグループで将来予定しているID・データ連携（仮称）とは独立した形で開始しますが、ユーザーにさらなる便利でお得なサービスをお届けするため、連携についても検討していきます。実施にあたっては、必要に応じて本人の同意を取得するなど個人情報保護法を遵守し、プライバシー保護を最重視した安全な環境でデータを取り扱います。

国内の販促市場は広告市場をしのぐ規模でありながらも、ダイレクトメールやチラシなどのアナログが中心といわれています。そのため、企業はユーザーの購買行動などのデータが得られず、正確な効果測定も難しいため、継続的かつ最適な販促活動を実行しにくいという課題がありました。

そこで、月間利用者数約9,300万人（※3）のコミュニケーションアプリを提供するLINEと、ECなど約100の多様なサービスを提供し月間利用者数約5,500万人（※4）を抱えるYahoo! JAPAN、登録利用者数約5,300万人（※5）の決済およびポイントサービスを提供するPayPayは、異なる得意分野を持つ3社それぞれの強みを最大活用したマイレージ型の販促プラットフォーム「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」を提供することで、日本における販促のDX推進に挑みます。

ユーザーが「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」に参加するメーカーの対象商品を、オフラインでは対象店舗にてPayPayの決済で、オンラインでは「Yahoo!ショッピング」の対象ストアで購入すると、それぞれの商品の購入金額に応じてマイルが貯まります。ユーザーは自身の購入した商品の購買情報を「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」のサービス画面上で確認できるとともに、マイルを貯めることでPayPayポイントなどの特典が受けられます。
これにより、ユーザーはオフラインとオンラインの垣根を越えて、いつでも買えば買うほどお得に買い物ができます。

こうした仕組みにより「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」に参加するメーカーなどの企業は、ユーザーに対する継続的な購買促進が見込めます。加えて、ユーザーのオフラインとオンライン双方での購買や行動の傾向などをつかめるとともに、購買データを活用した継続的かつ効果的な販促が実行できるようになります。参加企業は、従来のスポット型キャンペーンと比較して販促コストを抑えられることに加え、LTV（顧客生涯価値）の最大化を実現し、ロイヤルカスタマー（※6）の増加も期待できます。

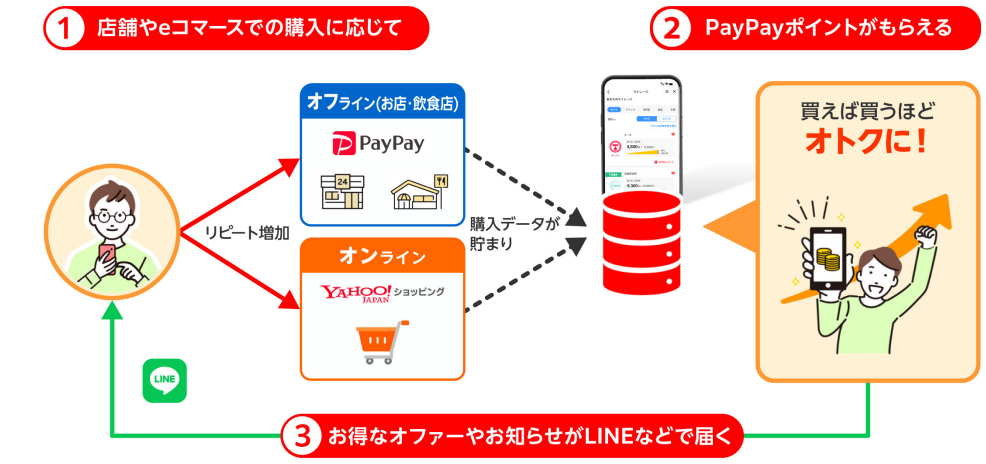
また、「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」では今後の展開として、企業によるユーザーへの直接的な販促を可能にすべく、各参加企業のLINE公式アカウントと連携する予定です。ユーザーはLINE公式アカウントから、自分の購買履歴に基づいた情報が届くため、さらにお得で便利な買い物体験ができるようになります。

なお、LINE、Yahoo! JAPAN、PayPayの3社は、メーカーや小売などの企業が参画する「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay販促コンソーシアム」を設立します。当コンソーシアムは、メーカー企業への CRM機能の提供と、「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」など今後展開していく販促サービスの核となるリアルタイムでのPOS連携の実現に向けて、3社と参

加企業間で協議するもので、「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」提供開始時には10社以上が参加予定です（※7）。LINE、Yahoo! JAPANおよびPayPayは、「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay販促コンソーシアム」を通じてメーカーや小売などの販促に貢献するとともに、ユーザーにとってより便利でお得な買い物体験の創出を目指します。

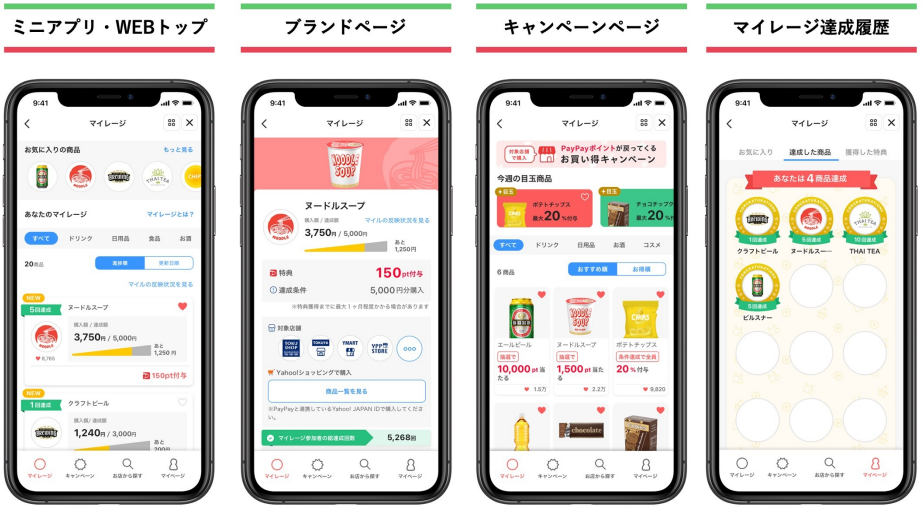
さらに、PayPayはこれまでPayPay加盟店向けに提供してきた販促サービス「PayPayクーポン」の新機能として「商品クーポン（仮）」を2023年5月以降に提供します。「商品クーポン（仮）」は、メーカー向けの販促サービスとなり、ユーザーがPayPayアプリ上で事前にクーポンを取得した上で、対象店舗にて特定の商品を購入するとPayPayポイントが付与されます。メーカーはPayPayアプリで「商品クーポン（仮）」を発行することで、その時期に注力して販売したい特定の商品をユーザーに訴求することができ、効果的な販促が可能となります。

国内最大規模のユーザーを抱え、日常のあらゆるシーンで活用されているサービスを提供するLINE、Yahoo! JAPAN、PayPayは、今後もZHDグループのシナジーと情報技術の力を最大活用し、日本における販促のDXを推進することで、企業の継続的かつ効果的な販促活動の実現を後押しします。そして日本中のユーザーに、これまでにない満足度の高い買い物体験を提供し、社会をより便利にしていきます。



※実施にあたっては、必要に応じて本人の同意を取得するなど個人情報保護法を遵守し、プライバシー保護を最重視した安全な環境でデータを取り扱います。

「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」のサービス概要



「LINE・Yahoo! JAPAN・PayPay マイレージ」のUI（イメージ）

※1：PayPayの決済が使える対象店舗のみ対応。
※2：当面は「Yahoo!ショッピング」のみ対応。すべての決済手段が利用可能。
※3：2022年9月時点
※4：月間ログインユーザーID数。2022年9月時点
※5：2022年12月現在
※6：企業やブランド、その商品などに対して愛着を持ち、継続的に購入や利用をするユーザーのこと。
※7：2022年12月13日現在