

公式LINE活用と弊社サービス概要

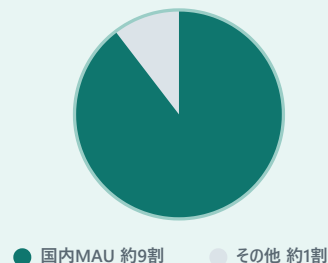
SP-LH01

多くの人が日常的に使うLINEを、事業者がお客様とつながる入口として整理します。

合同会社岸本商會
LINE活用共通説明

LINEは、広く使われている連絡手段

LINEヤフーの2026年1月発表によると、LINEの月間アクティブユーザーは日本国内で1億人とされています。
10歳未満と90歳以上を除いた国内人口1億1165万人と単純比較すると、約9割に相当します。



1億人

1か月の利用人口（国内MAU）

10歳未満・90歳以上を除く1億1165万人との単純比較。人口は総務省統計局2026年6月概算値。

世界の月間アクティブユーザー **1.8億人**
LINEヤフー 2026年1月発表

公式LINEは、事業者が使う業務用アカウント



店舗・サロン

予約、営業時間、キャンペーン、来店前後の連絡に使われます。



飲食・小売

メニュー、クーポン、再来店案内、注文や問い合わせの入口になります。



スクール・教室

体験申込、日程連絡、欠席連絡、保護者や受講者への案内に使えます。



士業・相談業

相談予約、事前ヒアリング、資料案内、継続フォローの窓口になります。



イベント・団体

参加案内、申込、リマインド、問い合わせ対応を一つの入口にできます。



小規模事業全般

個人LINEではなく、事業用の窓口としてお客様対応を分けられます。

通常のLINEと違い、費用と運用設計が必要

個人LINEとの違い

公式LINEは、友だち追加、配信、リッチメニュー、チャット、クーポンなどを事業用に使う窓口です。

配信費用

無料枠や有料プランがあり、配信通数やプランに応じてLINE公式アカウント側の費用が発生します。

運用設計

誰に何を配信するか、予約や問い合わせをどこへ集めるか、対応履歴をどう残すかを決める必要があります。

次の課題

友だちや問い合わせが増えると、公式LINEの標準機能だけでは整理しきれない業務が出てきます。

公式LINE活用と弊社サービス概要

SP-LH01

公式LINEだけでは管理しづらくなる部分を、CRM・配信管理ツールで補います。

合同会社岸本商會
LINE活用共通説明

公式LINEだけでは、人数が増えるほど整理が難しくなる

友だち数、問い合わせ、予約、申込、対応履歴が増えると、標準機能だけでは「誰に、何を、いつ案内し、どこまで対応したか」を追いにくなります。そこで公式LINEの裏側にCRM・配信管理の仕組みをつなぎます。

CRMは、公式LINEとは別に裏側で動く仕組み



LステップのようなCRMでできること



公式LINEとCRMは別物として考える

公式LINE お客様が友だち追加し、配信やチャットを受け取る入口です。事業者とお客様の接点を作ります。

CRM 友だち、回答、予約、購入、来店、対応履歴を整理し、必要な相手に必要な案内を出す裏側の仕組みです。

注意点

CRMを入れても売上保証や完全自動化になるわけではありません。現在の業務、友だち数、配信数、使いたい機能を確認して範囲を決めます。

公式LINE活用と弊社サービス概要

SP-LH01

Lステップ型の費用構造を基準に、LINE Harnessで固定費を抑える考え方を整理します。

合同会社岸本商會
LINE活用共通説明

Lステップは便利だが、費用は積み上がりやすい

Lステップは、ステップ配信、タグ管理、フォーム、顧客管理、分析などを扱える代表的な公式LINE向けCRMです。導入時の設計・構築費に始まり、月額ツール費、保守・改修費が非常に高額となるため、小規模事業では気軽にCRMを活用できないというのが現状です。

Lステップで発生する費用

月額ツール費

無料プランは試用寄りです。実用運用では月額5,000円以上を前提に見るのが現実的です。

設計・構築費

構築代行は内容により30万～100万円程度になることがあり、初期費用として大きくなりやすい部分です。

保守・改修費

保守は毎月5千円～、改修費は10万円～程度が相場になっており、気軽に導入できない一因になっています。

LINE公式アカウント費用

CRMとは別に、配信通数や公式プランに応じたLINE公式アカウント側の費用が発生します。

岸本商會は、公式LINE CRMを手軽に導入できる形にします

月額ツール費

LINE Harnessを手段として使い、CRM側の月額ツール費を基本0円で構成します。

設計・構築費

岸本商會の設計・構築費10万円を基本に、必要な導線へ絞って構築します。

保守・改修費

保守契約を必須にせず、追加改修や運用支援は必要になった範囲で確認します。

LINE公式アカウント費用

配信通数や公式プランに応じた費用は共通で発生します。

比べるべきは、CRM側に残る固定費

公式LINE費用は共通

配信通数や公式プランに応じたLINE公式アカウント側の費用は、どちらの構成でも別途必要です。差が出るのは、CRM側の月額ツール費と構築範囲です。

一般的なLステップ型

CRM側の月額費と初期構築費に加え、保守・改修が乗りやすい構成です。

月額ツール費

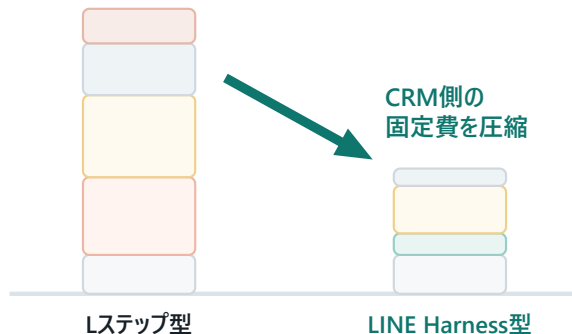
実用運用では毎月のCRM利用料が継続します。

設計・構築費

導線や設定が増えるほど初期費用が大きくなります。

保守・改修費

運用後の保守や追加改修も別途発生しやすい構成です。



LINE Harness型

LINE Harnessを手段に、必要なCRM機能へ絞って固定費を軽くします。

月額ツール費

LINE Harnessを使い、CRM側の月額ツール費を基本0円にします。

設計・構築費

10万円を基本に、必要な導線へ絞って構築します。

保守・改修費

保守契約を必須にせず、必要な範囲だけ確認します。

判断の軸

小規模事業では、最初から多機能な月額ツールを抱えるより、必要な導線だけをLINE Harnessで構築し、固定費を軽くする方が始めやすいと考えます。