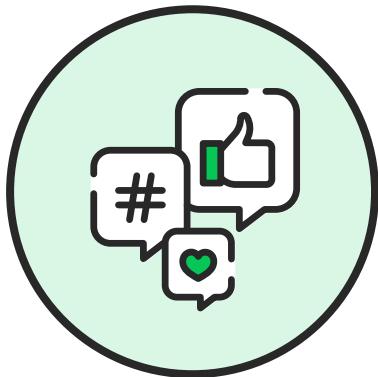




飲食店向け

＼ 売上UPにつながる ／

リピーター 集客ガイド



目次

01 飲食店の課題

飲食店が抱える経営課題	3
-------------	---

02 集客にはLINE公式アカウント

既存客へ向けた施策がカギ	4
再来店促進に効果的な理由	5
受け取った情報が来店につながる	6
なぜ行動を促しやすいのか	7

03 活用方法

LINE公式アカウントの運用イメージ	8
友だち追加や来店意欲を高める方法	9
再来店を促す方法	10
来店したお客様の声を聞く方法	11

04 集客をより強化する便利なサービス

LINEで予約とLINEミニアプリ	12
-------------------	----

05 作成方法とお役立ち情報

LINE公式アカウントの作成は無料	13
すでに多くの飲食店が活用中！	14

飲食店が抱える経営課題

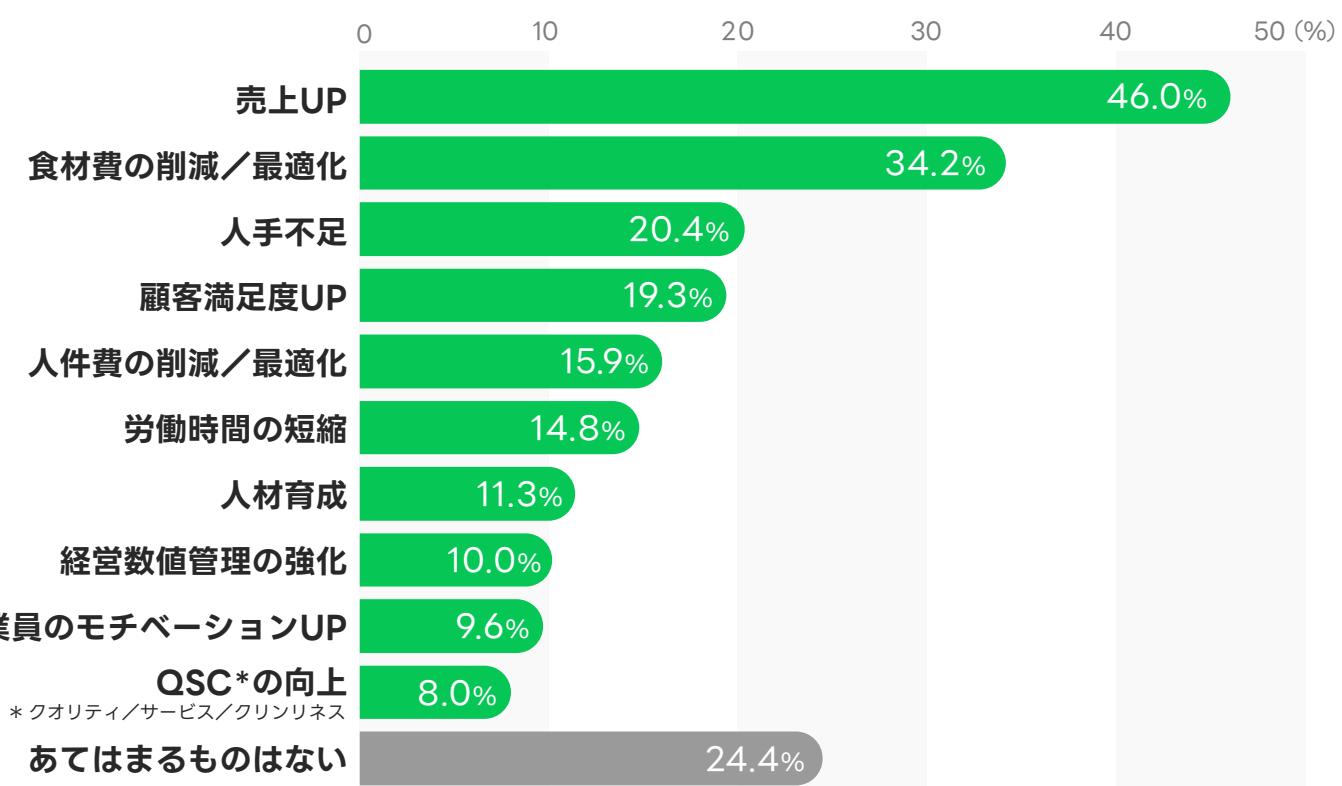
こんなお悩みを抱えていませんか？

- 売上を伸ばすために何をしたらいいか…
- もっと多くのお客様に来店してもらいたい…
- 人手不足で店舗運営の改善にまで手が回らない…



現在抱えている経営課題について教えてください。(複数回答)

※ 複数店舗経営の場合、代表的な店舗について聴取



引用・出典：『飲食店 DX 調査（2025年3月調査）』リクルート ホットペッパーGルメ外食総研調べ

店舗運営にかかるコストを削減しつつ、
顧客満足度を高めながら売上も伸ばしていきたい。

その解決の糸口が、実は「LINE公式アカウント」にあります。

既存客へ向けた施策がカギ



なぜ、LINE公式アカウントが解決の糸口になるの？

LINE公式アカウントは、
LINE上で企業・店舗が友だち追加してくれたユーザーに
情報を直接届けられるサービスです。

実は情報を届けるだけではなく、
既存客の**再来店促進**にとても効果的なサービスでもあります。

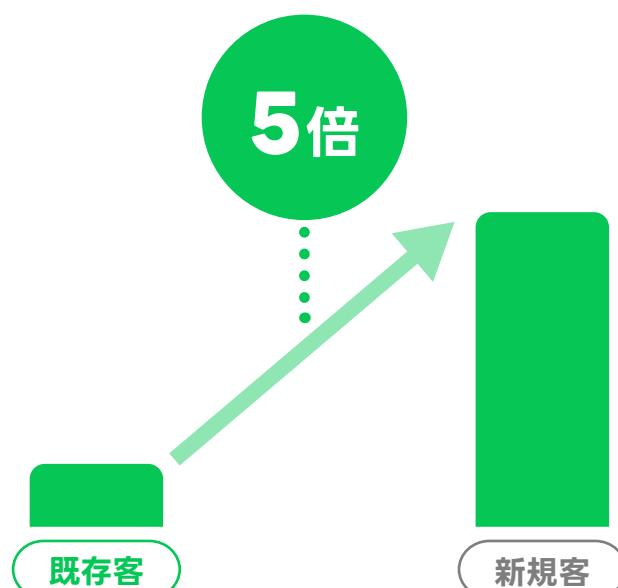
Note

集客数を増やすには、「新規客」と「既存客」の2軸でのアプローチが必要です。
どちらも重要ですが、限られたリソースの中で行うなら「既存客」へ向けた施策がおすすめ。

“新規客の獲得コストは、既存客の再来店より**5倍かかる**”

これは「1:5の法則」と呼ばれるマーケティング理論です。

1:5の法則



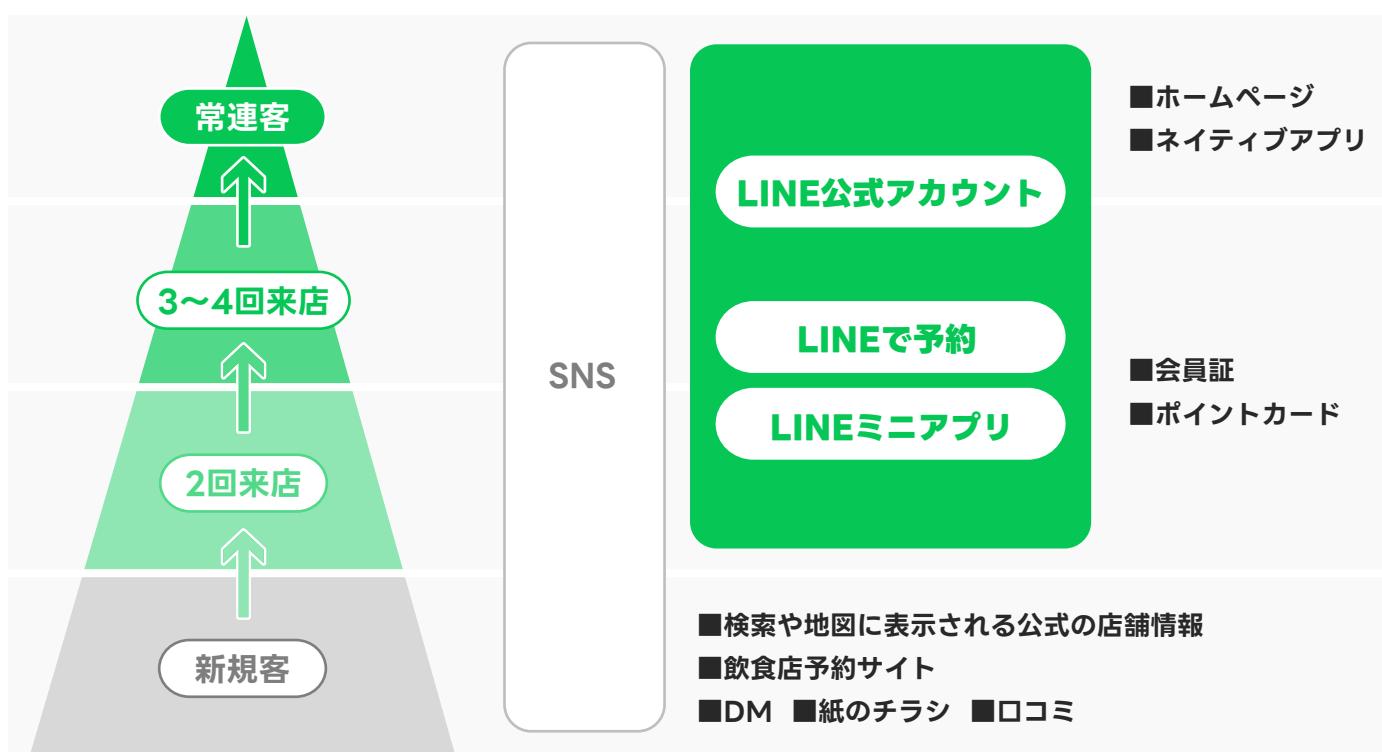
再来店促進に効果的な理由



なぜ、LINE公式アカウントは再来店促進に効果的なの？

まずは飲食店が実践できる集客手法の一例を、新規客向けと既存客向けに分けて紹介します。

飲食店における集客方法の一例



※ 飲食店でよく行われている一般的な施策を整理したもので、特定業種・店舗に必ず当てはまるものではありません。

LINE公式アカウントは来店意欲を高める多彩な機能を提供しており、
2回目以降の来店促進に強いという特長があります。

「**新規で来店したお客様との継続的な接点**」と位置づけ、
定期的にアプローチし、再来店のきっかけをつくりましょう。

受け取った情報が来店につながる

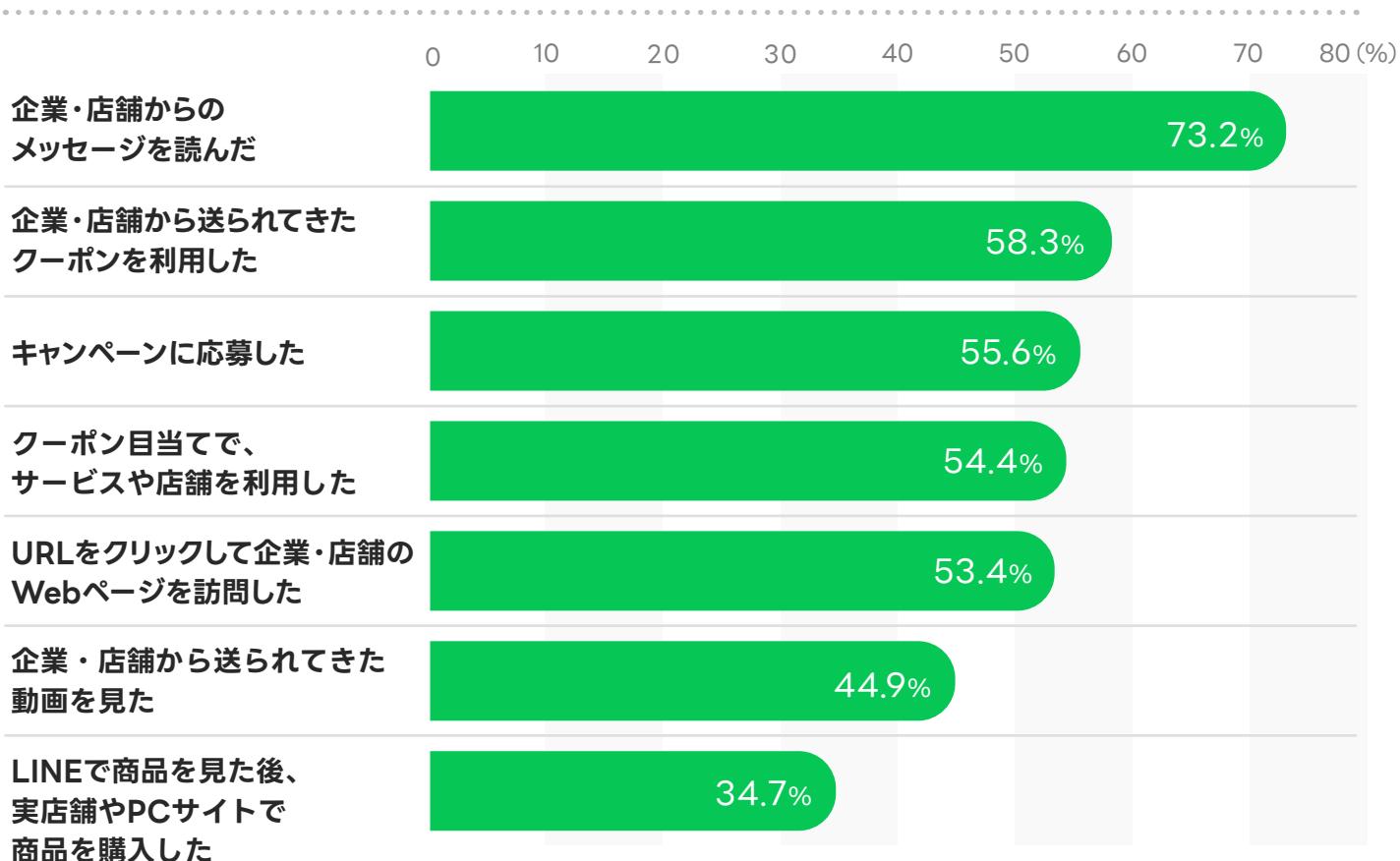


LINE公式アカウントは、本当に再来店につながりやすいの？

実際に、LINE公式アカウントを友だち追加したユーザーの
半数以上がメッセージを読んだり、クーポンを受け取り後に
サービスや店舗を利用しているという調査データがあります。



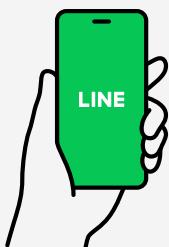
企業・店舗のLINE公式アカウントと「友だち」になって、
実施したこと



調査委託先：マクロミル・インターネット調査（2022年7月実施／全国15～69歳のLINEユーザーを対象／サンプル数2,060）

なぜ行動を促しやすいのか

日本人口の 約80%^{※1}以上がLINEを利用



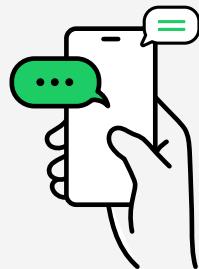
LINE利用者は9,900万人^{※2} に上り、幅広い年齢層が利用している

※1 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,900万人 ÷ 日本の総人口1億2,317万人【2025年（令和7年）9月1日現在 [概算値] 総務省統計局】

※2 LINEヤフー調べ 日本国内の有効アカウントで各月中にLINEを起動したユーザー数（2025年6月末時点）

約80%がその日のうちに開封

開封率が高いLINEだから、送ったメッセージを読んでもらえる^{※3}



※3 2021/7 携帯電話に関するアンケート（総サンプル数 n=2,060）LINE公式アカウントからメッセージを受け取って見るまでの体感値を集計。すぐ見るが約2割、3～6時間以内で見るが過半数、その日のうちに見ると回答した人は約8割。

よく行くお店の 情報源No.1^{※4}

よく行くお店のアカウントがあったら、友だち追加・フォローしたいサービスは？



情報源として選ばれているLINEだから
お客様がリピーターになりやすい

※4 LINEヤフー（旧LINE）調べ 調査方法：LINEリサーチ（2022年7月実施）

・ベース：直近3ヶ月以内に、飲食/美容・理容系店舗のいずれかのサービスのアカウントやページを使って、予約やチャット（DM）・店舗情報を調べるなど、具体的な行動を起こした人「よく行くお店のアカウントがあったら、友だち追加・フォローしたいサービス」として、57.8%が「LINE」と回答。

LINE公式アカウントの運用イメージ

LINE公式アカウントには、無料で使える多数の機能があります。再来店を促す際におすすめの機能と、運用イメージを紹介します。

初回来店



友だち追加・ ショップカード(ポイントカード)の案内

活用方法 01をチェック ➡ P9



パターン 1



クーポンやお得な情報を
メッセージで配信

活用方法 02をチェック ➡ P10



パターン 2



来店の御礼やアンケートを
メッセージで配信

活用方法 03をチェック ➡ P11



＼ LINE公式アカウントで完結 ／

再来店(常連化)



活用方法 01

友だち追加や来店意欲を高める方法

来店の特典を付与できる

無料のポイントカード「**ショップカード**」を活用しましょう。

友だち追加の案内にも有効です。

来店や購入に応じた特典を用意することで、来店意欲を高めることができます。

さらにLINE上で管理できるため、紛失による再発行の手間がかかりません。

実際の活用例



■ ショップカード

業種 レストラン

店名 都留カントリー倶楽部レストラン

【施策】

10ポイント獲得するとスイーツビュッフェが
一回無料となる特典を設定。

さらに中間ポイントでも得られる特典を
複数設定しました。



【効果】

来店時に利用するユーザーが多く、
リピーターの増加に寄与しています。

活用方法 02

再来店を促す方法

来店時に利用できるデジタルクーポンを
メッセージ機能で配信できます。

おすすめメニューやお得な情報と一緒に届けることで
ユーザーの来店を促しやすく、即時性に期待できます。

LINE上で管理できるため、紙のクーポンよりも作成・管理コストがかかりません。

実際の活用例



クーポン

業種 カフェ

店名 TAJIMA COFFEE

【施策】

毎週金曜日と土曜日に割引クーポンを発行。
商品の在庫量に応じたクーポンも不定期で
配信しています。



【効果】

クーポン配布時は売上が約30%増加するなど、
売上増加に貢献しました。

活用方法 03

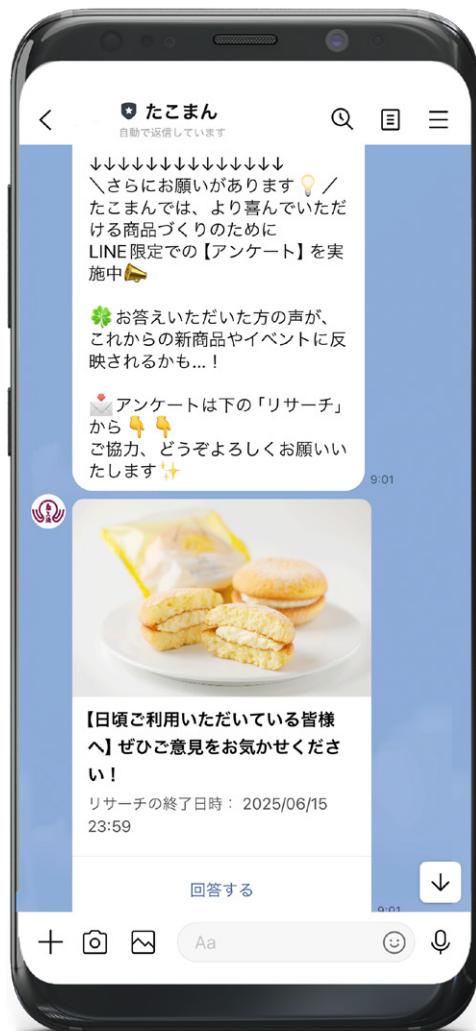
来店したお客様の声を聞く方法

お客様の生の声が聞けるアンケートも
メッセージ機能で配信できます。

実際のお客さんの声を聞き、顧客満足度を高めるための施策や
新規メニューの開発などに役立てることが可能です。

実際の活用例

リサーチ



業種 和菓子店
店名 たこまん

[施策]

リサーチ機能*でアンケートを実施。
メッセージ配信で回答依頼のリマインドを行い、
2週間で2,000を超える回答を取得しました。

* リサーチは Web 版管理画面のみ作成可能です。



[効果]

アンケートに自由記述の項目を設けるなどの
工夫を行い、得られた回答を商品企画や
イベント企画につなげています。

APPENDIX

LINEで予約とLINEミニアプリ

さらに集客効果を高めたい方に向け、おすすめのオプション機能とサービスを紹介します。



LINEで予約

LINE上で簡単に来店予約ができる飲食店限定のオプション機能です。
予約数も管理画面で把握できるほか、
LINE公式アカウント経由の予約手数料がかかりません*。

* 連携パートナーの契約プランにより異なる可能性があります。



LINEミニアプリ

順番待ちやテイクアウトオーダーなどの機能を、
LINE上で手軽に提供できるサービスです*。
売上増加とコスト削減の両立をサポートし、
お客様の利便性も高められます。

* 導入には、委託開発か自社開発、またはパッケージの利用が必要になります。



LINE公式アカウントの作成は無料

アカウント作成方法

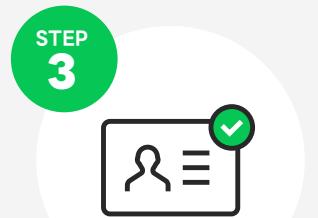
LINE公式アカウントは、パソコンやスマートフォンから無料で作成できます。



ビジネスIDの登録



必要項目の入力



管理画面にログイン



作成方法を見る



料金プラン

運用時の料金プランは3つあり、作成後の変更も可能。予算や繁忙期に合わせて柔軟に選択できます。

コミュニケーション プラン※2

まずは
試してみたい場合に。

月額固定費

¥0

無料メッセージ 200通

追加メッセージ 不可※3

★★★
おすすめ

ライト プラン

集客や販促目的で
メッセージ配信を
活用したい場合に。

月額固定費

¥5,000(税別)※1

無料メッセージ 5,000通

追加メッセージ 不可※3

スタンダード プラン

上限を気にせず
高頻度でメッセージ配信を
活用したい場合に。

月額固定費

¥15,000(税別)※1

無料メッセージ 30,000通

追加メッセージ ~¥3/通(税別)※3,4

※1 料金は月額換算です。 ※2 開設時はコミュニケーションプランに設定されています。ライトプラン、スタンダードプランを希望される場合は、開設後にプラン変更が必要です。 ※3 スタンダードプランのみ、従量課金制で追加メッセージを配信いただけます。コミュニケーションプラン・ライトプランでは追加メッセージの配信はできません。 ※4 スタンダードプランの追加メッセージの単価は配信数によって異なります。



料金プランを見る



すでに多くの飲食店が活用中！

多くの飲食店がLINE公式アカウントを活用し、再来店を促す取り組みを行っています。

売上を安定させたい。顧客満足度の高いお店を目指したい。
そうしたお悩みに「LINE公式アカウント」は最適なツールです。

まずはアカウントの作成から始めてみましょう。

LINE公式アカウントをもっと知りたい方へ

LINE公式アカウントの機能や作成方法、
料金プランなど詳しい情報を紹介しています。



運用効果や活用事例を知りたい方へ

飲食店の活用事例をはじめ、
実際の企業・店舗のLINE公式アカウントの
活用法を紹介しています。

