

新しい移動体験を、LINEで

LINE株式会社

マーケティングソリューションカンパニー

広告・法人事業本部

プラットフォーム事業開発室 ビジネスデザインチーム

2021.08.25

自己紹介



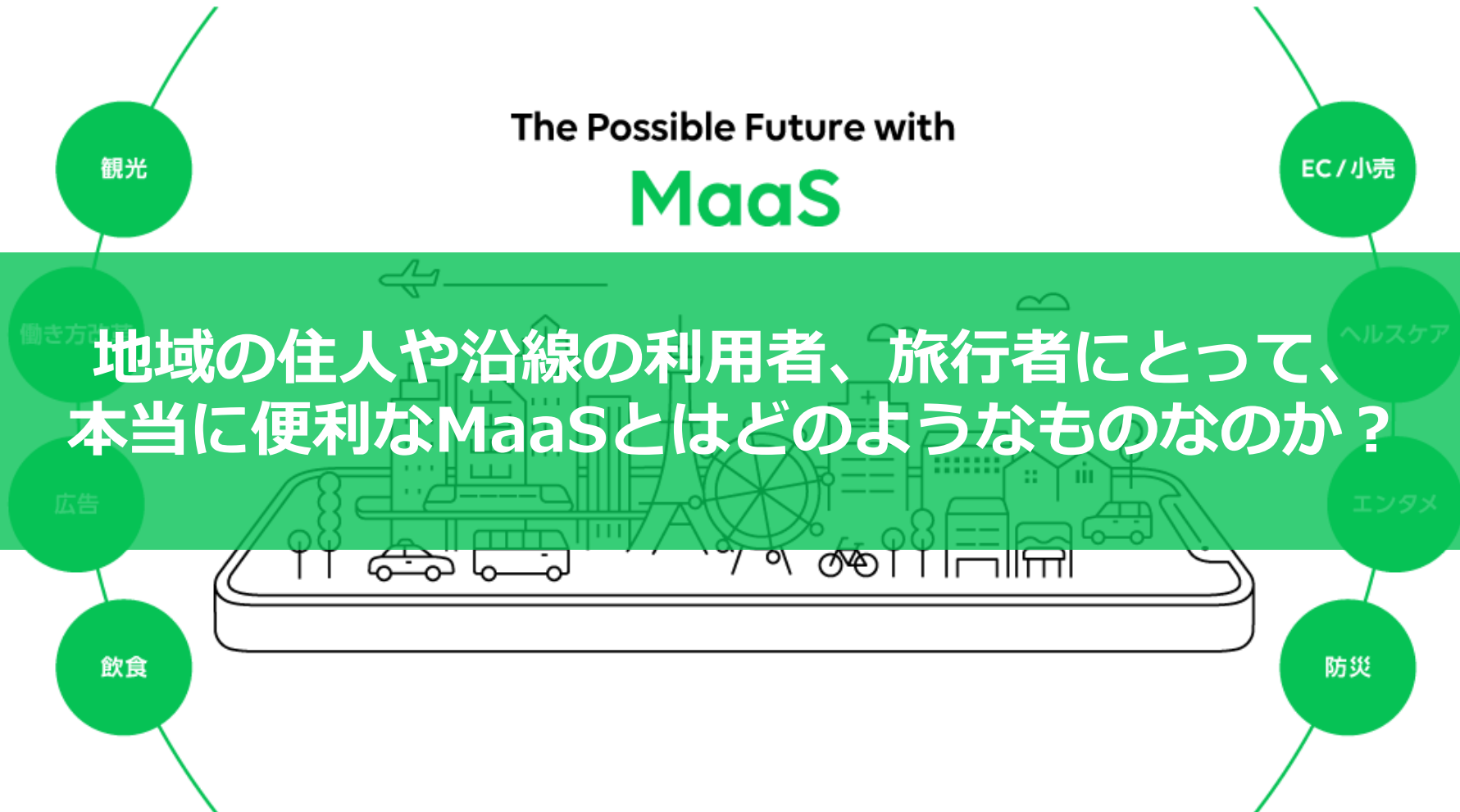
福田 真（ふくだ まこと）

2012年4月：トヨタファイナンス株式会社へ入社
キャッシュレス導入に関する法人営業
モビリティスーパーアプリの事業企画

2020年8月：LINE株式会社へ入社
LINEのAPIを活用した事業開発
Tokyuタスクフォースにて東急様のDX支援

2021年5月：「Microsoft Azure」のパートナーと
MaaSの共同プロジェクトを開始

はじめに



Contents

- 01 LINEの取り組み
- 02 ユーザー視点でとらえるMaaS
- 03 LINEを活用したMaaS事例
- 04 今後の展開

Contents

- 01 LINEの取り組み
- 02 ユーザー視点でとらえるMaaS
- 03 LINEを活用したMaaS事例
- 04 今後の展開

10年分のありがとう



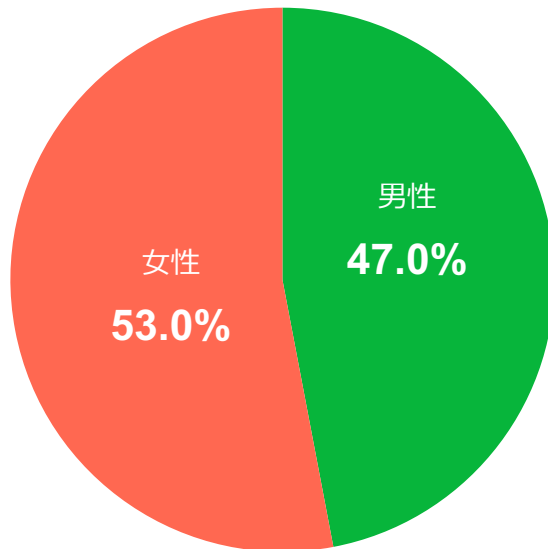
日本国内の「生活インフラ」として定着



※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2021年6月末時点
※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 8,900万人 ÷ 日本の総人口1億2541万人(令和3年4月1日現在(確定値) 総務省統計局)

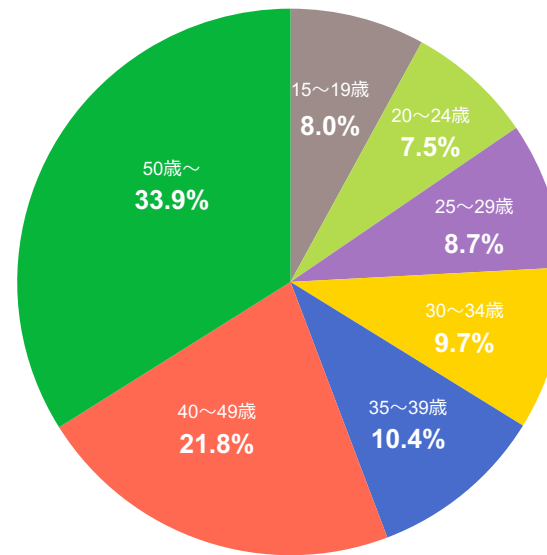
LINEのユーザー属性（性別・年齢・職業）

性別



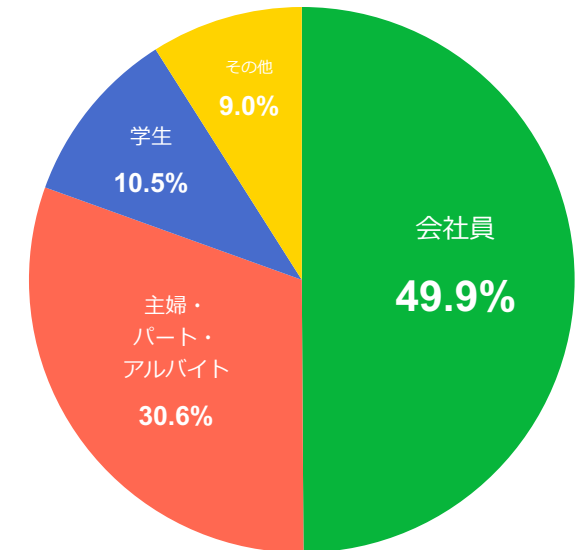
男女比は、やや女性が多い

年齢



幅広い年齢層に利用されている

職業

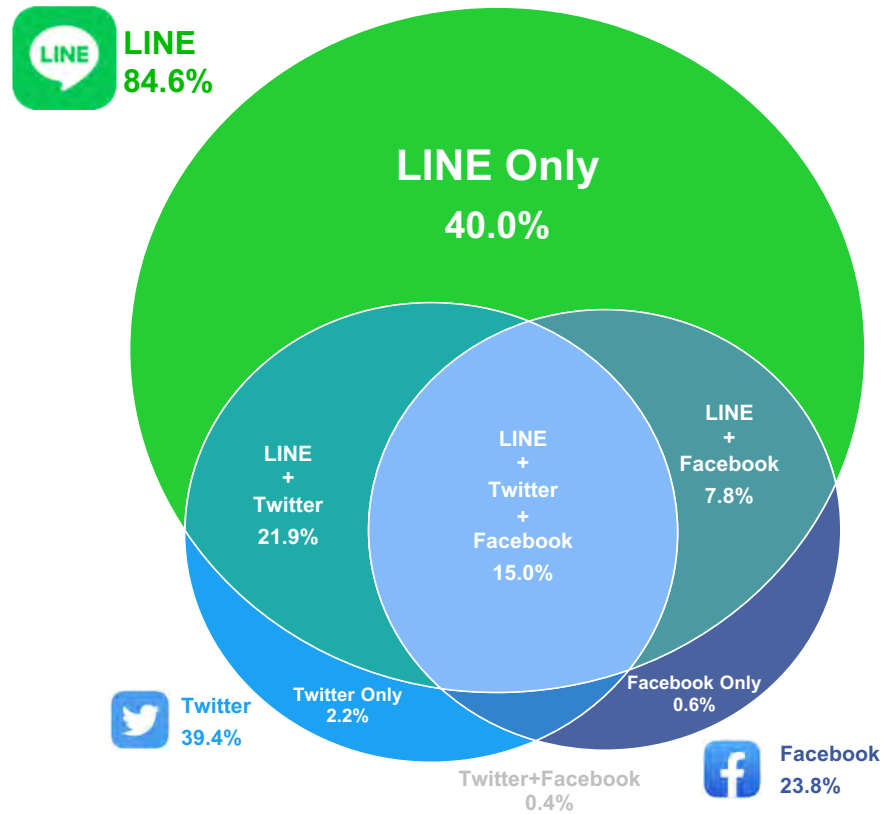


会社員が最も多く
ついで主婦や学生が多い

調査機関：マクロミル・インターネット調査
(2021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)

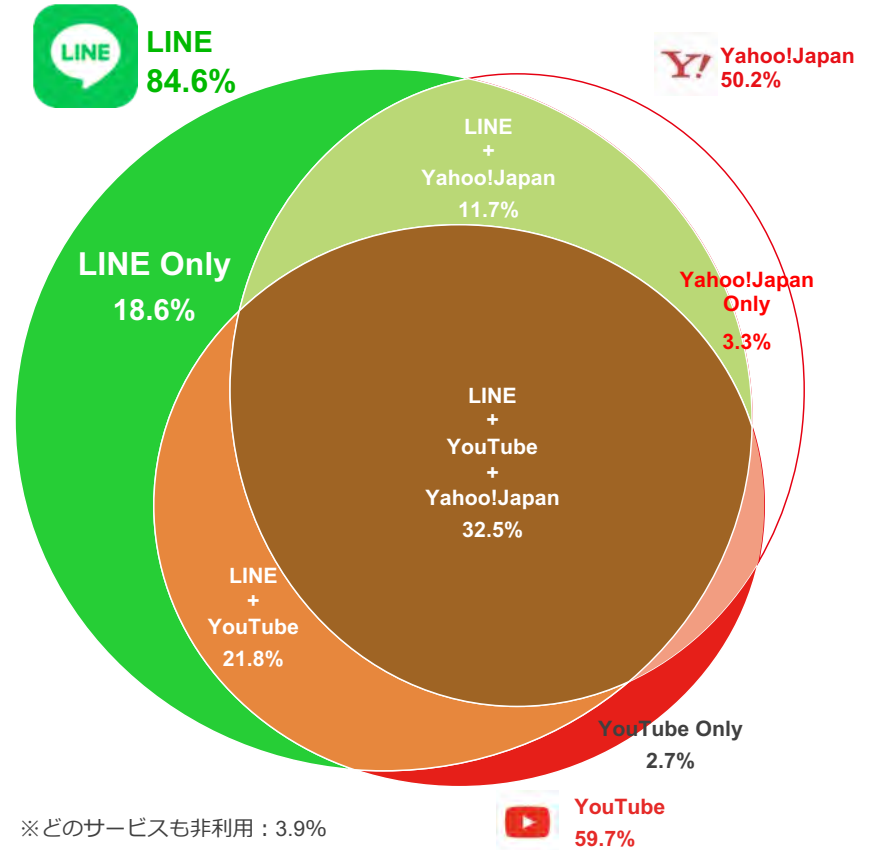
他サービスと比較したリーチ力

普段スマートフォンで利用しているSNS



※どのサービスも非利用：9.3%

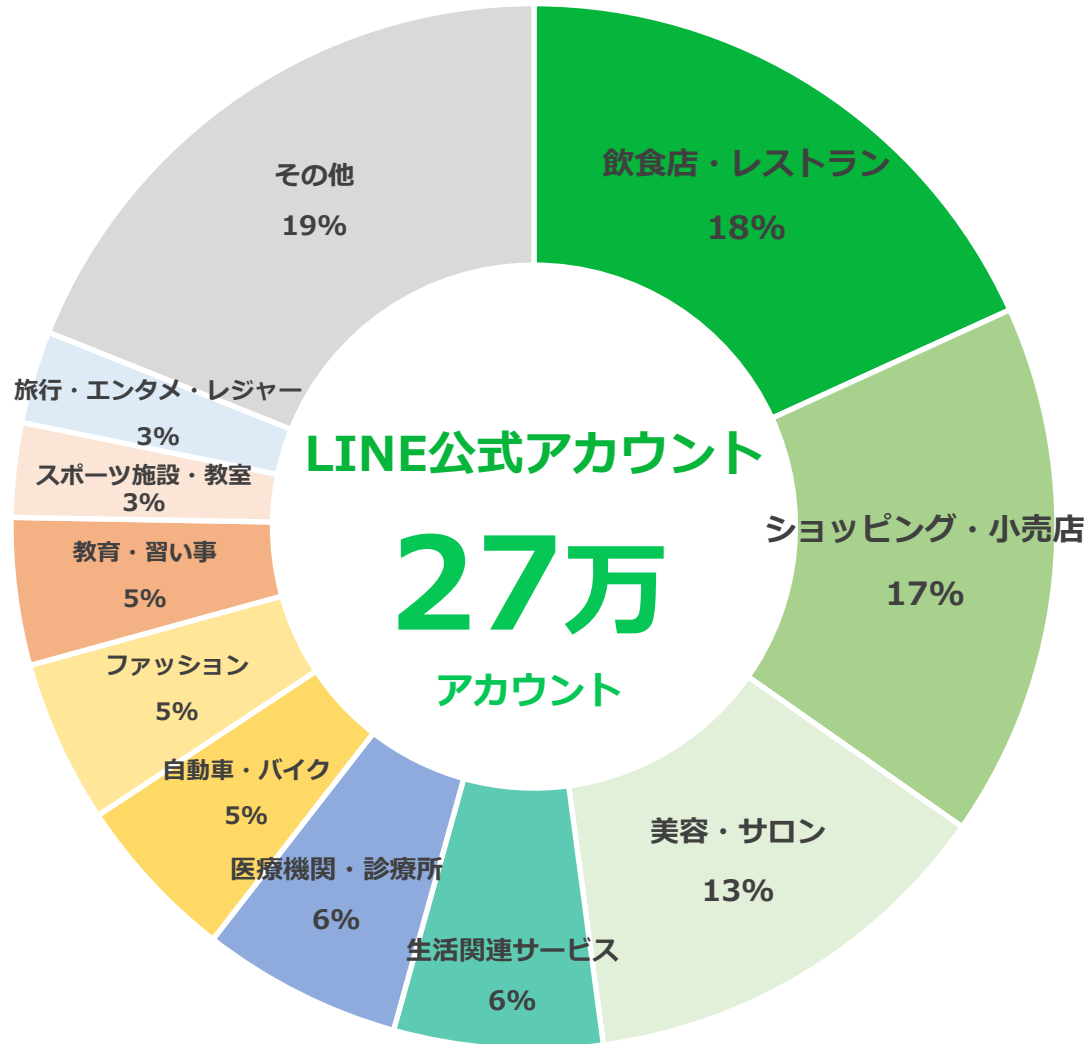
普段スマートフォンで利用しているサービス



※どのサービスも非利用：3.9%

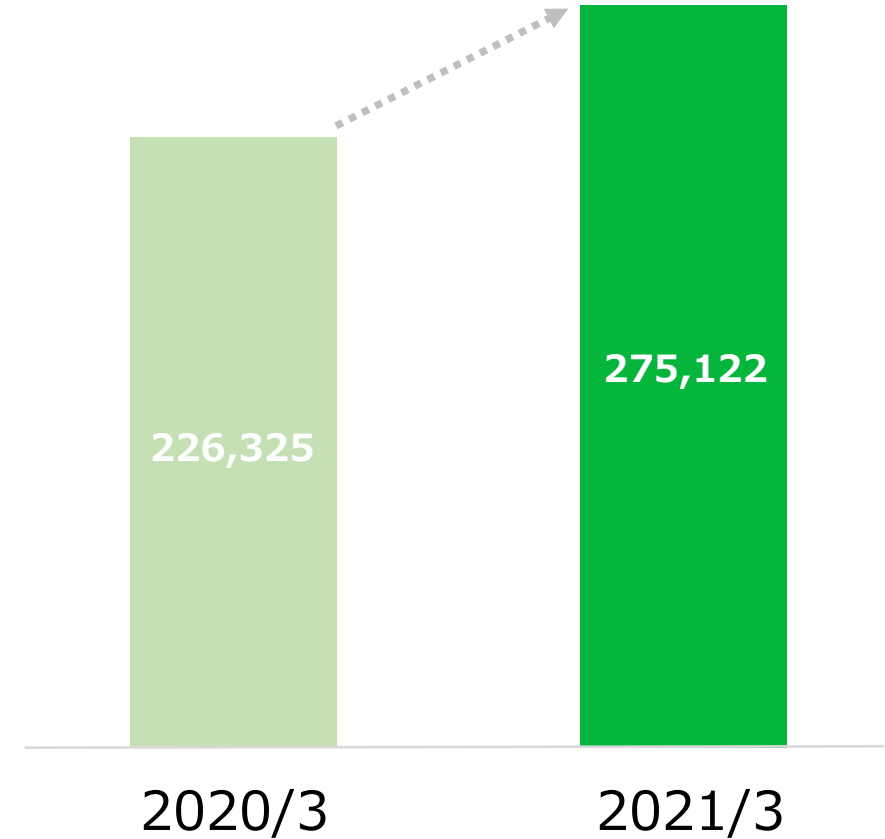
調査機関：マクロミル・インターネット調査
(2021年1月実施/全国15~69歳のスマートフォンユーザーを対象 サンプル数20,000)

LINE公式アカウントの活用が進む



アクティブアカウント数の推移

YoY 121%



※2021年3月時点 LINE社調べ ※アクティブアカウント：認証済みアカウントのうち、月に1度以上機能を利用しているアカウント数

LINEミニアプリ

LINEアプリ内で動作するウェブアプリケーションプラットフォーム
ネイティブアプリやWEBサイトなどよりもユーザーの利用ハードルを下げることで、“快適なサービス体験”を提供可能

01

LINEがあれば簡単登録&利用可能



簡易なサービス起動で ユーザー離脱防止

LINEアプリ内で利用できるため追加ダウンロード不要。
煩雑な会員登録や支払手段登録を数タップで実現。

02



LINE内外からクイックに リピート利用可能

LINEアプリ内のさまざまな導線からリピート利用。
店舗内や公式HP・SNSの導線からクイックに起動。

03



LINEのトークを利用して 友だち間の共有やユーザー通知も

LINEミニアプリでの予約・クーポン等の情報をLINEの
友だち同士でスムーズに共有。決済・予約リマインドな
どの重要なお知らせをLINEでユーザーに通知。

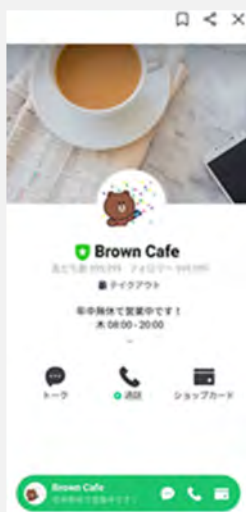
LINEのAPIを活用すると・・・

各企業様が保有する外部システムとの連携ができる状態

LINEユーザ



LINE公式アカウント



LINE Platform



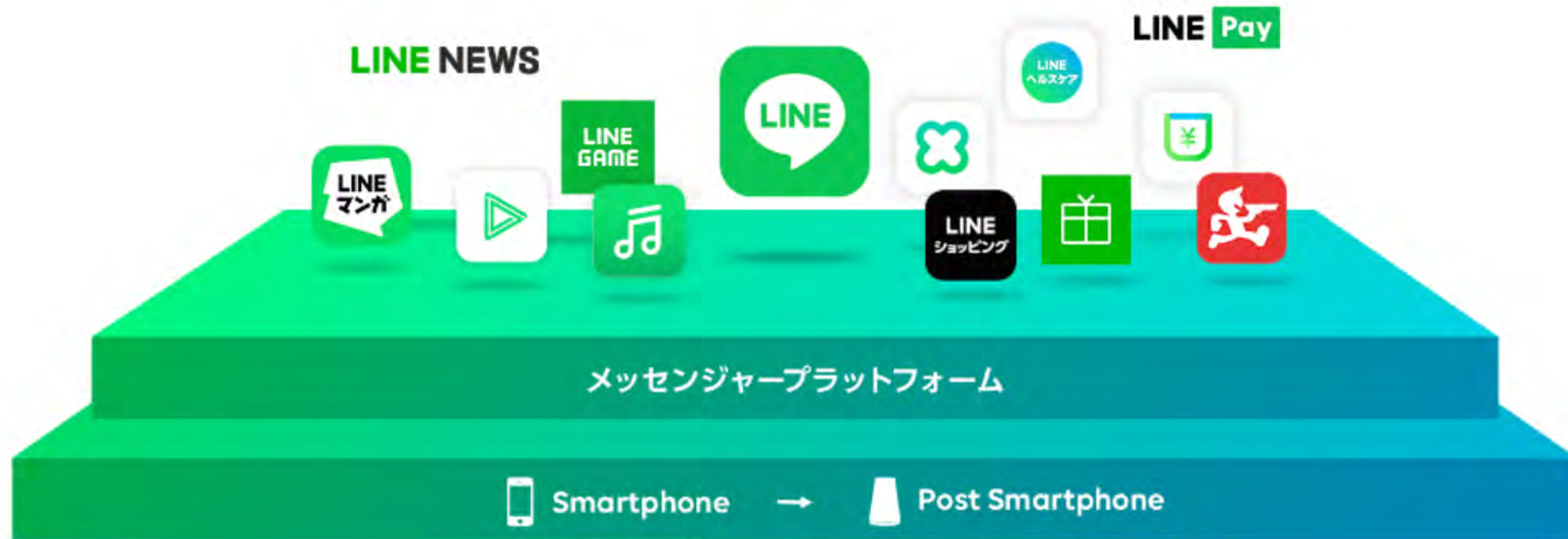
API

各企業様の
保有する外部システム



- ・顧客管理システム
- ・予約管理システム
- ・決済システム
- ・etc

LINEの成長戦略



Life on LINE



Contents

- 01 LINEの取り組み
- 02 ユーザー視点でとらえるMaaS
- 03 LINEを活用したMaaS事例
- 04 今後の展開

A diagram illustrating a smart city ecosystem. At the center is a smartphone. Surrounding it is a circular network of icons connected by a blue line. The icons include: a car, a taxi, a train, a bicycle, a bus, and an airplane. A Wi-Fi symbol is also present near the top of the circle. The background is a grayscale aerial view of a city with mountains in the distance.

なぜLINEがMaaSにチャレンジするのか？

東日本大震災 2011.3.11

- OUR MISSION -

CLOSING THE DISTANCE

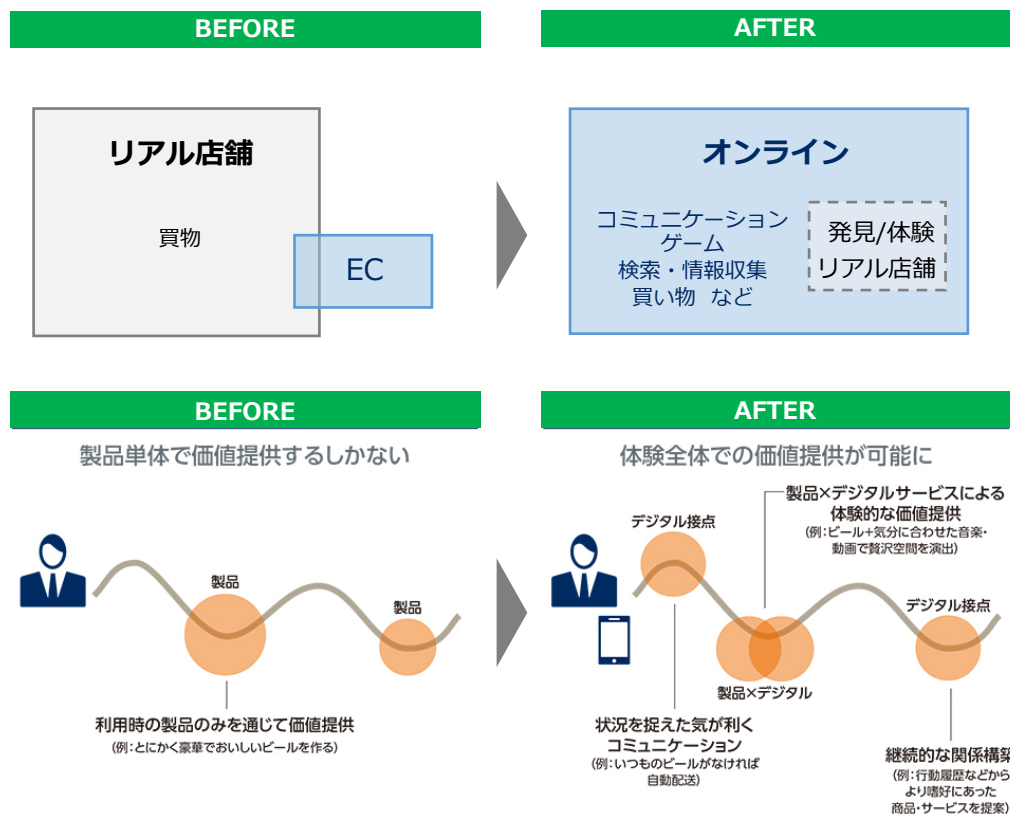
私たちのミッションは、世界中の人と人、人と情報・サービスとの距離を縮めることです。



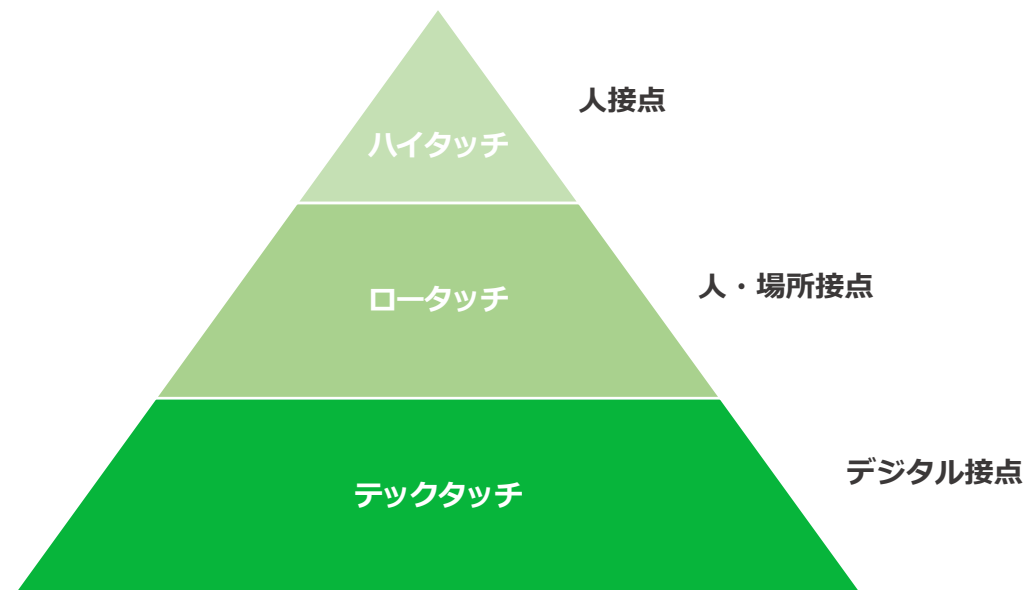
アフターコロナでデジタル化が進むお客様とのコミュニケーション

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、お客様とのコミュニケーション手段はこれまで以上にデジタル化が注目されるようになりました。

DX/OMOの取り組みが進む



アフターコロナのデジタル型接点構成



最も顧客接点が広く、時間と空間に制約をもたないデジタル領域における顧客接点に投資が進んでいます。テックタッチを如何に広げられるかがアフターコロナの重要戦略となりました。

※引用元：藤井保文 (2019) アフターデジタル オフラインのない時代に生き残る

Life on LINE

エンタメ

飲食 MaaSはオフライン領域のDX 医療

金融

行政
都市

日本の社会課題



観光客の減少



地域商業の
衰退

ヒト・モノの「移動」の在り方の再定義が必要



高齢者の
一人暮らし



移動ニーズの
多様化



交通インフラの
空白・衰退



地域コミュニティ
の衰退

日本版MaaSの推進



※●は令和元年度、令和2年度でともに採択された地域

いかにユーザーの日々の暮らしを支えるサービスにできるか



令和2年度 MaaS実証実験支援 (36事業)		令和元年度 MaaS実証実験支援 (19事業)
1. 北海道十勝地域	19. 静岡県伊豆半島	A. ひとし北海道エリア
2. 北海道洞爺湖町周辺	20. 静岡県浜松市	B. 福島県会津若松市
3. 北海道札幌地域	21. 愛知県春日井市	C. 茨城県日立市
4. 福島県会津地域	22. 三重県菰野町	D. 茨城県つくば市
5. 茨城県ひたちなか市	23. 滋賀県大津市	E. 群馬県前橋市
6. 茨城県土浦市	24. 京都府京丹後市	F. 神奈川県川崎市・箱根町
7. 栃木県宇都宮市	25. 京都府京都市	G. 静岡県伊豆エリア
8. 群馬県前橋市	26. 京都府舞鶴市	H. 静岡県静岡市
9. 埼玉県三芳町	27. 大阪府池田市	I. 三重県菰野町
10. 神奈川県横浜市内	28. 兵庫県神戸市	J. 三重県志摩地域
11. 神奈川県横浜須賀野町	29. 広島県福山市	K. 大津・比叡山
12. 神奈川県三浦半島	30. 広島県広島市	L. 京都府南山城村
13. 神奈川県川崎市	31. 香川県高松市	M. 京丹後地域
14. 神奈川県南足柄市	32. 愛媛県南予地域・松山市	N. 兵庫県神戸市
15. 富山県朝日町	33. 福岡県糸島市	O. 山陰エリア (島根・鳥取)
16. 石川県加賀市	34. 宮崎県宮崎市・日南市	P. 島根県大田市
17. 長野県茅野市	35. 沖縄県全域	Q. 広島県庄原市
18. 静岡県静岡市	36. 沖縄県宮古島市	R. 瀬戸内エリア
		S. 沖縄県八重山地域

MaaSの受容性

■ 調査結果サマリ

「MaaS」の認知度は2割程度にとどまる

MaaSという言葉の認知度は、「知っている」が6%、「聞いたことがある」が15%と認知している人は合わせて21%に留まり、8割程度は認知していない結果となった。

女性よりも男性の方が認知度が高いが3割には届かず、現状、一般用語としてMaaSは認識されていない。

【出典】株式会社イード 「イード、MaaS受容性調査2021（全国）を発表」
<https://www.iid.co.jp/news/press/2021/073001.html>

LINEミニアプリと過ごす 1 日



LINEが考えるUX



= ユーザー・エクスペリエンス

LINEが考えるUX



= ユニーク・エクスペリエンス

LINEが考えるUX



=

ユニバーサル・
エクスペリエンス

LINEのMaaSへのチャレンジ

特別で
難しい



身近で
簡単

地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス

地域住民や旅行者にとって「オーダーメイドな移動体験」

LINEのMaaSへのチャレンジ

移動の
効率化
(Deep MaaS)



ワクワク
する体験
(Beyond MaaS)

交通分野でのサービス深化や効率化、価値創出

- ✓ 鉄道・バス・タクシーの連携
- ✓ 快適性の向上、付加価値の創出
- ✓ 地域交通マネジメントの効率化
- ✓ コスト削減、経営効率化
- ✓ 交通の持続可能性、交通弱者対策など

異業種との連携、まちづくりや社会課題の解決

- ✓ 新規事業の創出
- ✓ クロスインダストリー
- ✓ 都市や生活のDX
- ✓ 市民参加型のスマートシティ、Society5.0

MaaS共同プロジェクトの開始



パーソル プロセス&テクノロジー

FIXER

MaaS Tech Japan

事業者様とともに、地域に根差したモビリティサービスを創出



Contents

- 01 LINEの取り組み
- 02 ユーザー視点でとらえるMaaS
- 03 LINEを活用したMaaS事例
- 04 今後の展開

【先行事例】

後ほど、日本マイクロソフト様からご紹介！

(ふるしきや様)

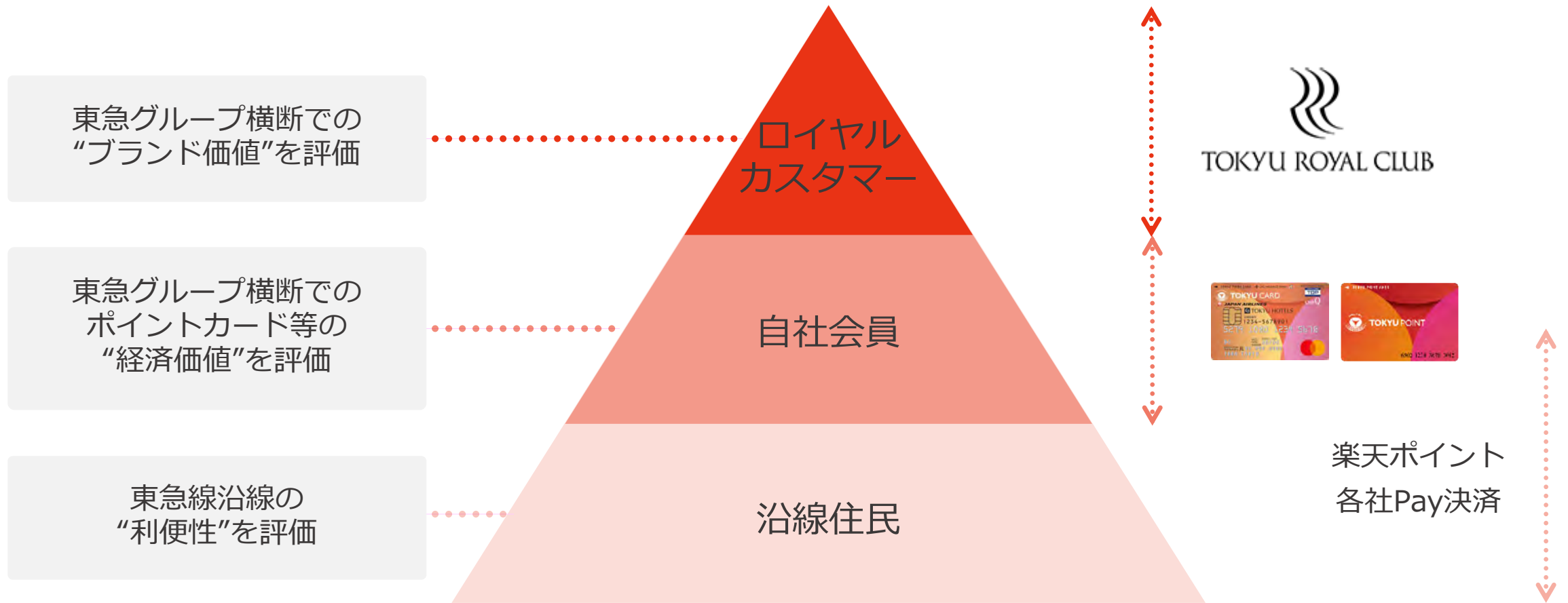
東急様のDX

東急株式会社



交通事業を基盤に、不動産、生活サービス、ホテル、リゾートなど、
人々の生活に密着したさまざまな事業を幅広く展開

東急グループのマーケティング戦略

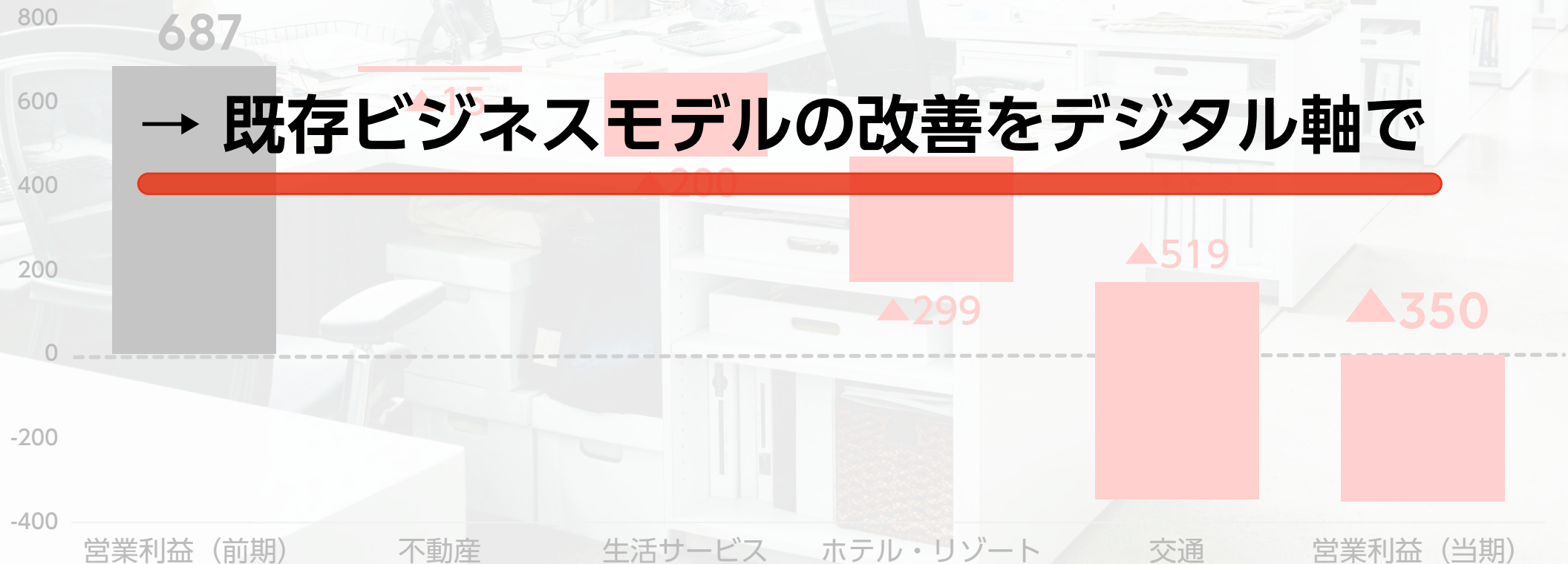


沿線にドミナント展開する多様な顧客接点を組み合わせることで
ロイヤリティを醸成し、沿線価値・生活価値（＝LTV）の向上をめざす

コロナ禍におけるビジネスへの影響

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う需要減少や外出自粛の影響等により
鉄道・ホテル事業を中心に減収減益

セグメント別営業利益（対前年）



東急様内でのデータ連携

“LINEユーザーID”を活用して、グループ各社のデータベースを連携



LINEを活用した東急のDX

既存サービスのデジタル化

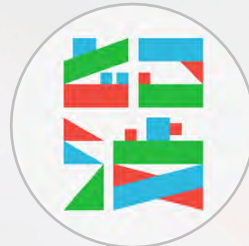


TuyTuyについては、後ほど東急様からご紹介！

新規のデジタルサービス



DENTO



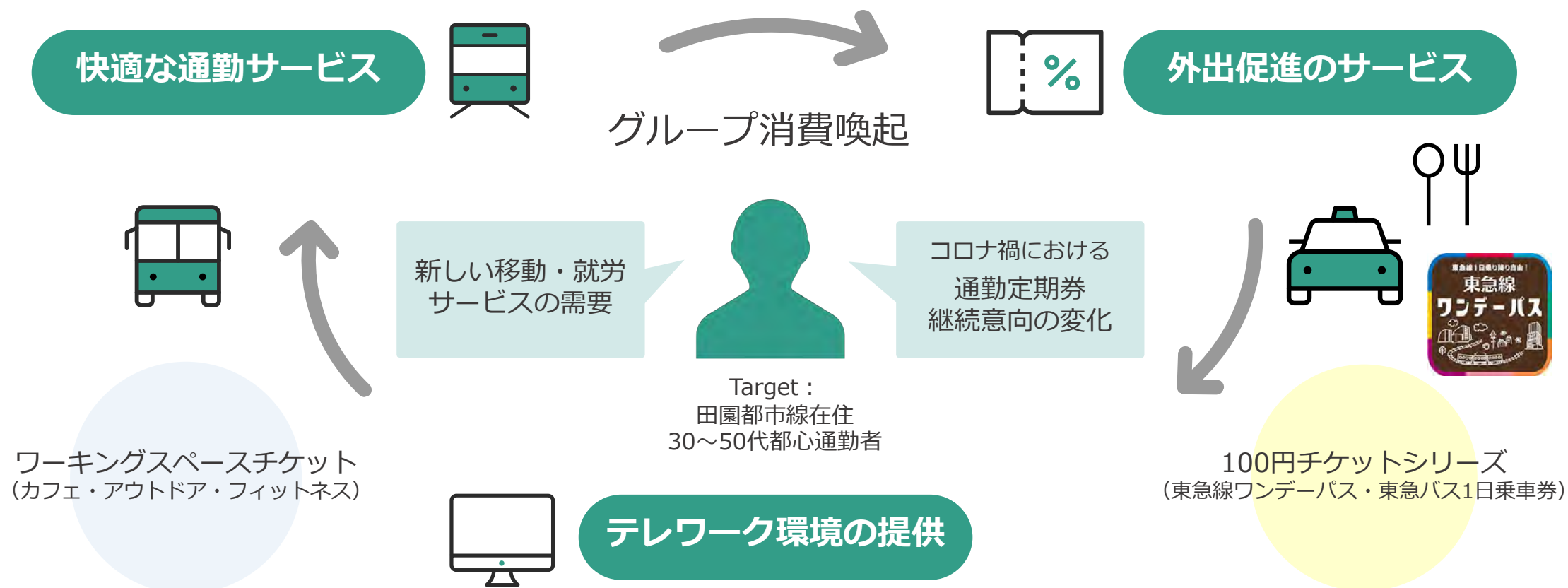
どこ澁



TuyTuy
(ツイツイ)

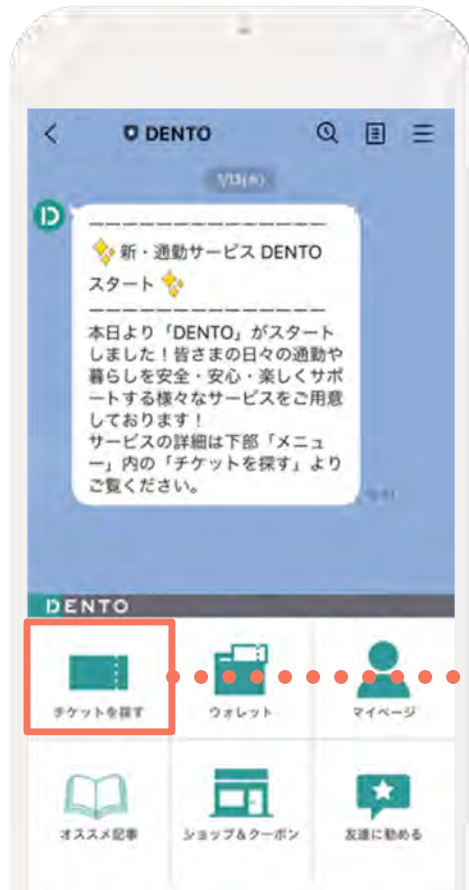
「DENTO」

定期券利用者を中心に、LINEを活用した通勤スマホサービスを実施



ネイティブアプリでのサービス展開ではなく、
すべての機能をLIFF（LINEのウェブアプリプラットフォーム）で実装

LINE公式アカウント



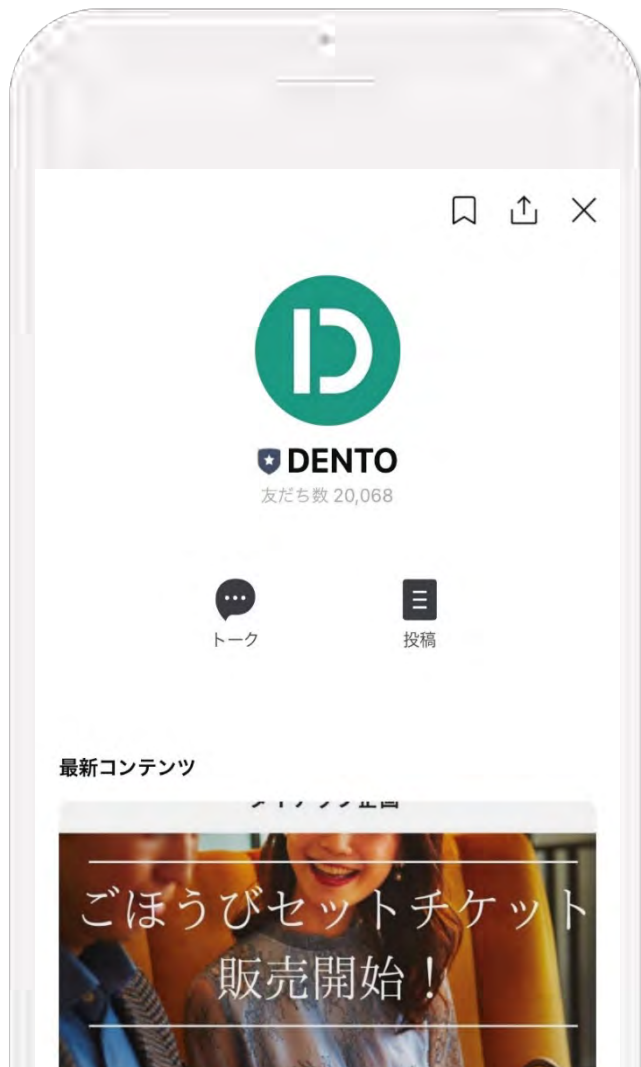
ユーザー認証



LIFF



利用実績



有効友だち数

約18,000人

チケット販売数

約23,000枚

クーポン利用数

約2,300枚

※2021年4月26日時点 東急株式会社調べ

実施結果

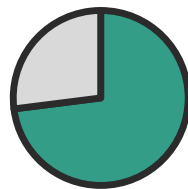
リピーター獲得

チケット購入者のうち半数が
リピーターとなった



定期保有率

全友だちの
定期保有率は73%
(計画では70%目標)



属性分析

想定ターゲット30～50代に加え
20代の購入者が多かった



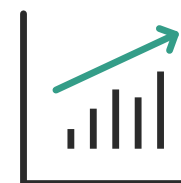
最適化配信

登録情報をもとに最適化した
商品レコメンドを配信



配信効果

催事情報をタイムリーに配信
利用率が向上した



東急グループのLINE活用展望

“LINEユーザーID”を軸にグループ各社に横断的にデジタルサービスを提供



mobby様のLINE活用 ～電動キックボード～

mobby様に取り組まれる社会課題



域内移動の
効率化



ラストワンマイル
問題の解決

シェアリング型 電動キックボード「mobby」

福岡市で実証実験中のシェアリング型電動キックボード「mobby」

LINE上で、免許証登録・利用操作・支払い・問合せ対応を実現 (免許証登録：TRUSTDOCK社 支払い：Stripe社)

乗るだけで、
毎日が、ワクワク。

LINEで
友だち追加してはしめる



LINEでの操作性満足度93%超



九州大学での実証実験アンケート

- ・新しくアプリをダウンロードする手間が省ける点：76.7%
- ・普段利用しているLINEをそのまま使える点：76.7%

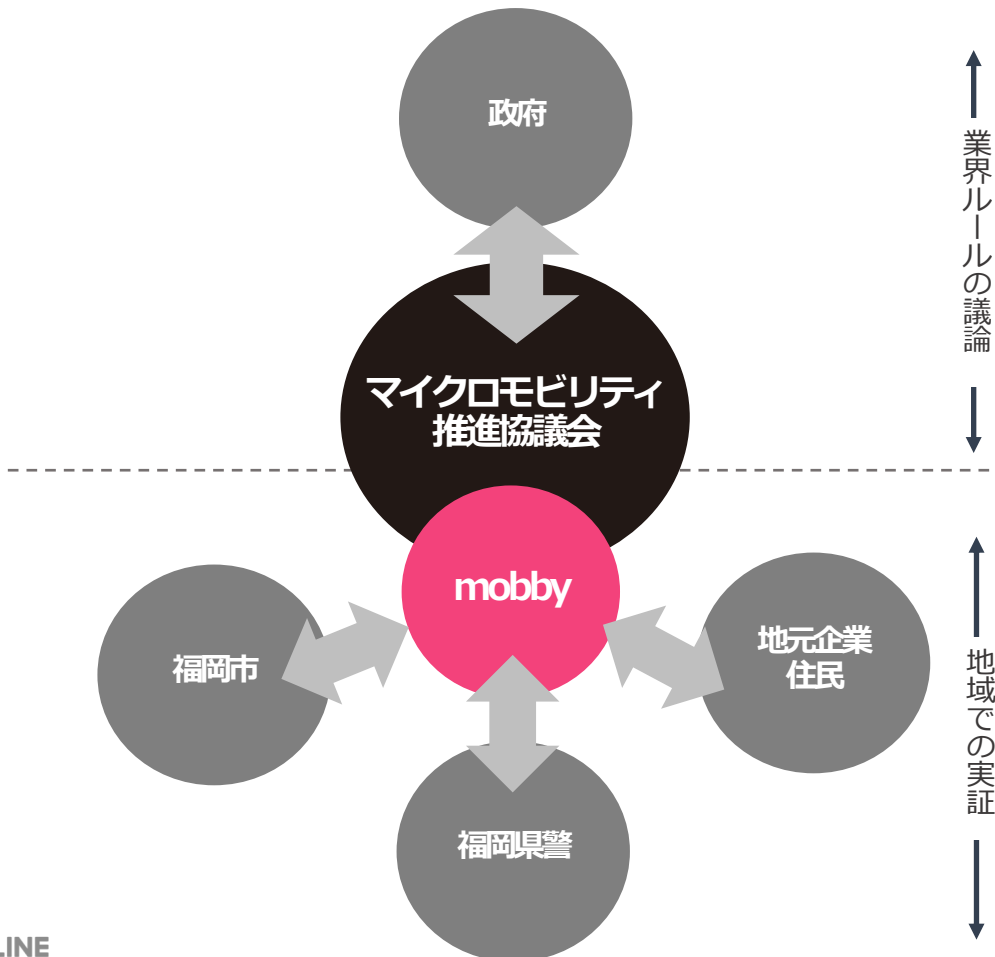
利用イメージ



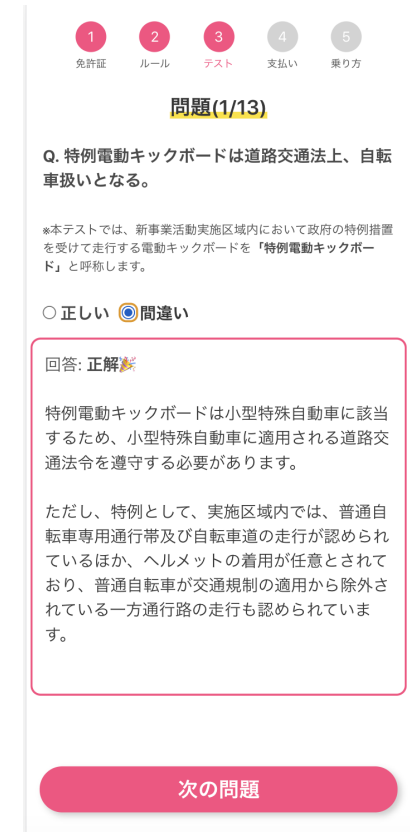
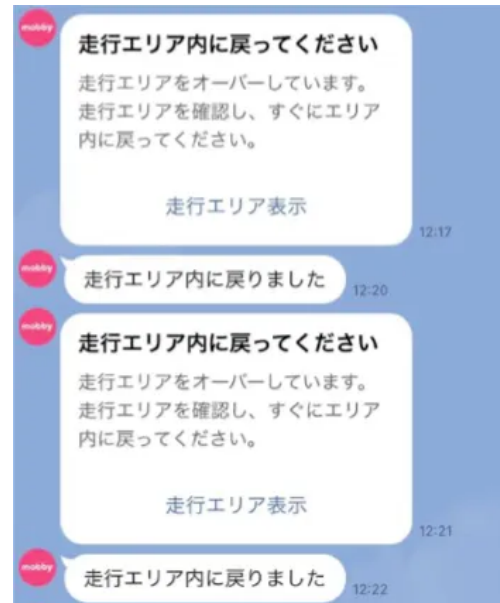
mobbyはLINEアプリで
借りる・返すことができます。

シェアリング型 電動キックボード「mobby」

早期に適切なルールを定めることで、安全と利便性のバランスをとりながら社会で共存できるようにしていく



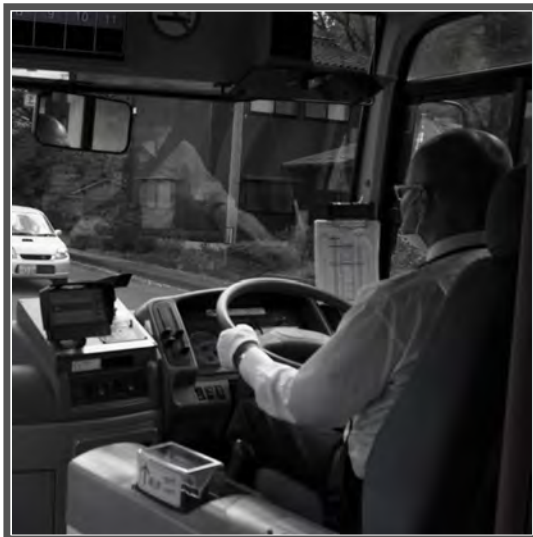
具体的対応の一例



BOLDLY様のLINE活用 ～自動運転バス～

BOLDLY様に取り組まれる社会課題

バス型自動運転で公共交通の課題解決に貢献



ドライバー不足

(バス会社の97%が実感)



廃止路線の増加



バス会社の7割が赤字

(2016年 補助金92億円)

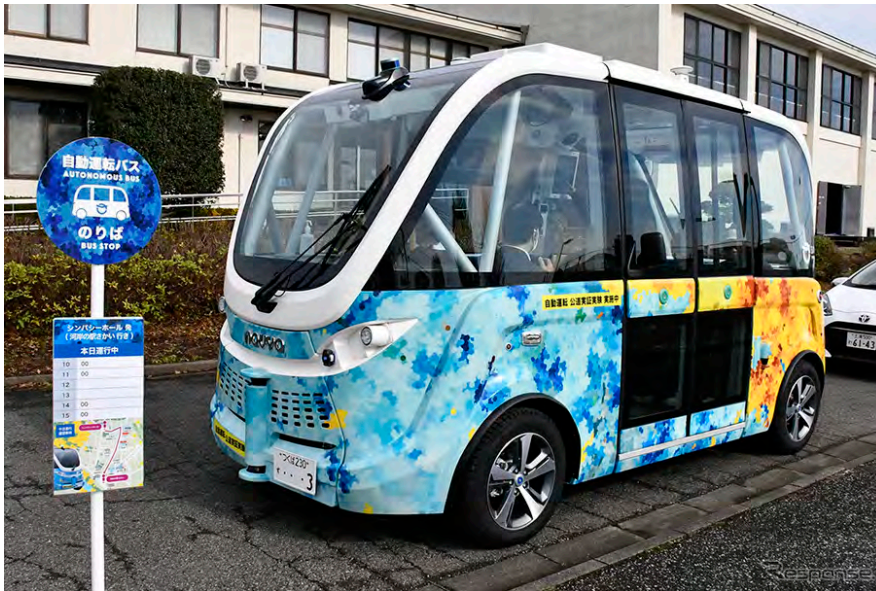


買い物弱者の増加

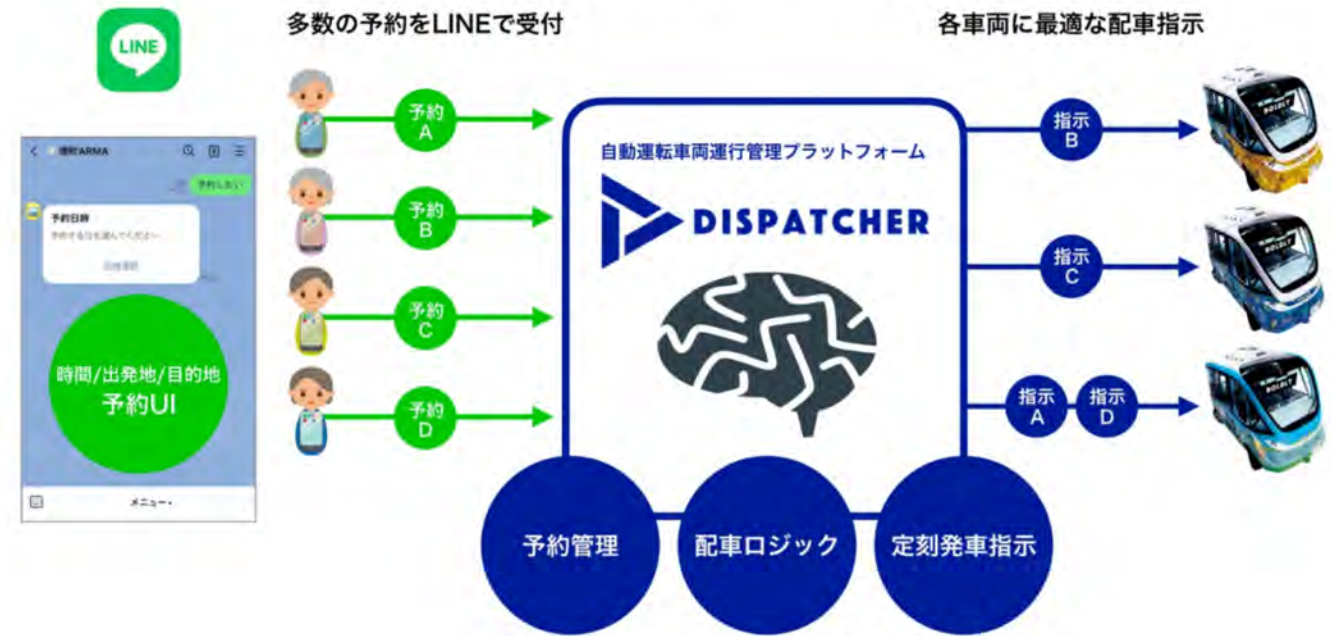
(2015年 対策予算1088億円)

BOLDLY様・茨城県境町様/自動運転バス

8か月間の安定運行を経て、自動運転バスの走行経路を従来の4倍の約20キロメートルに拡大
今夏にはLINEでの乗車予約に応じたオンデマンド運行を開始予定



日本初!! LINEで自動運転バスが呼べる町が誕生





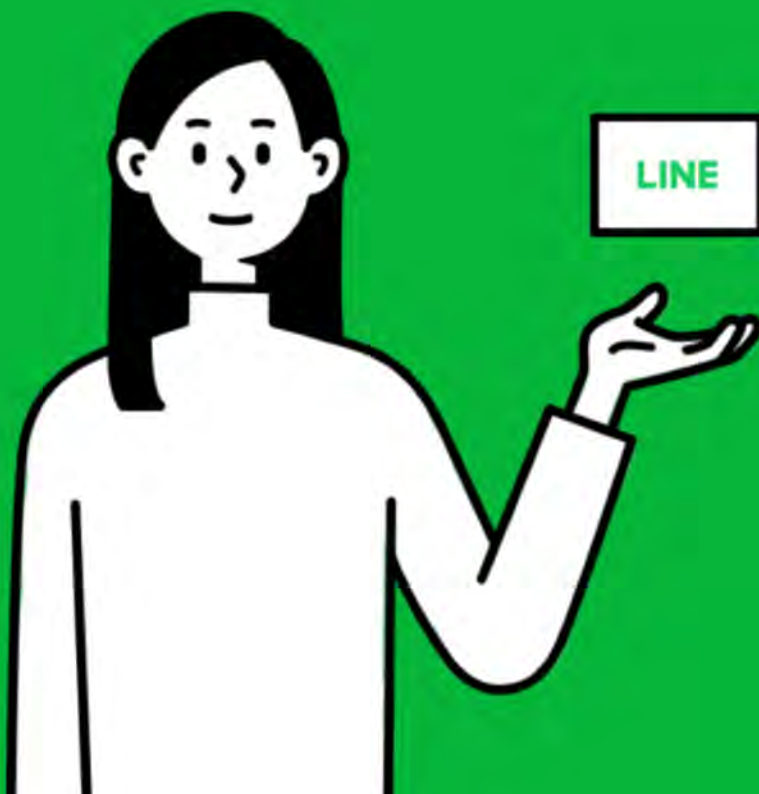
とはいえ…
私たちのまちで具体的な検討をどうやって進めれば…

LINE API Use Case

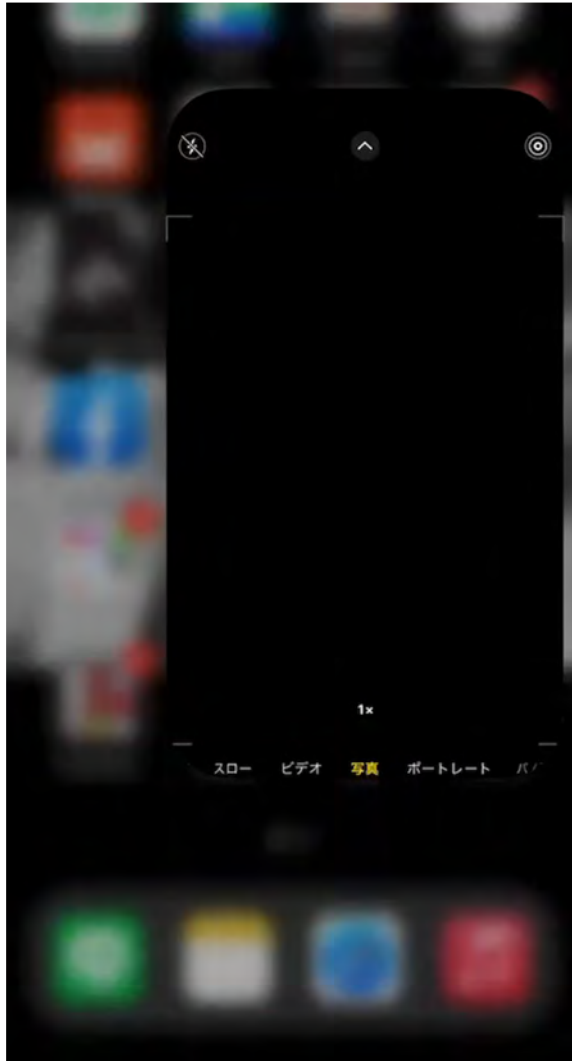
[USE CASE](#)[LINE API](#)[SITEMAP](#)

その課題にLINE API

ビジネスはもちろん、日常のさまざまな課題解決に
LINE APIが役立っています。



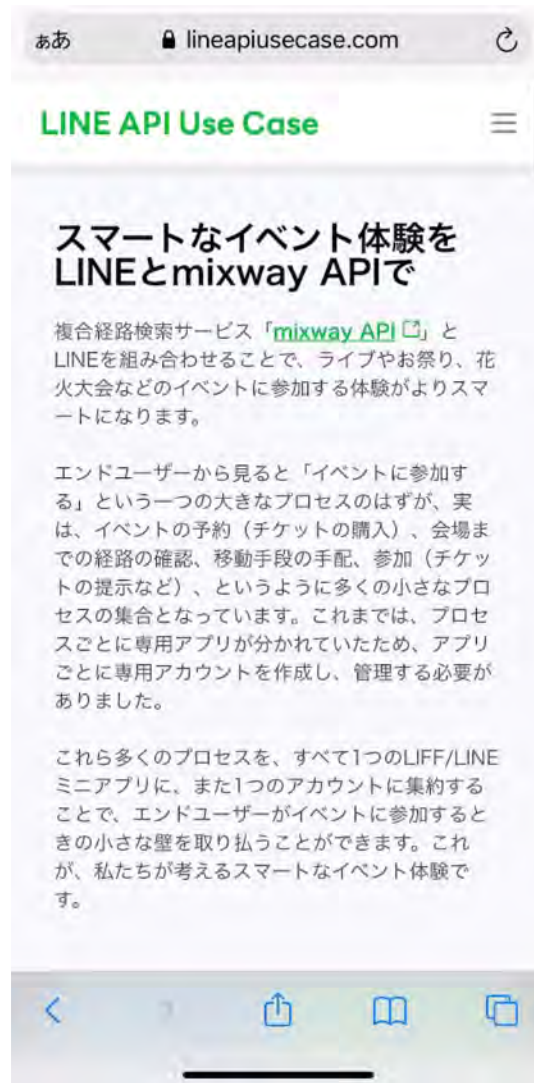
観光×MaaS UseCaseデモ



スマートなイベント体験をLINEとmixway APIで



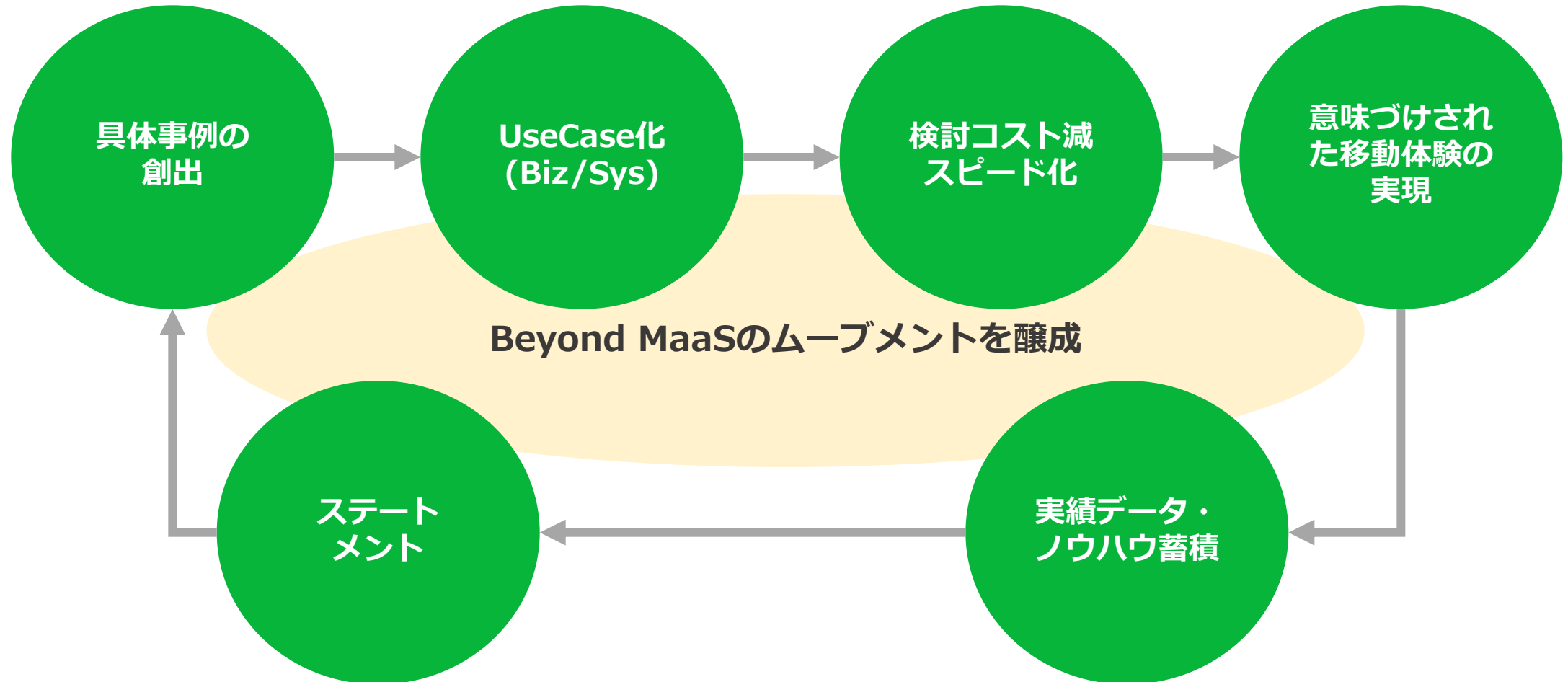
イベント×MaaS UseCaseデモ（ヴァル研究所様 共同開発）



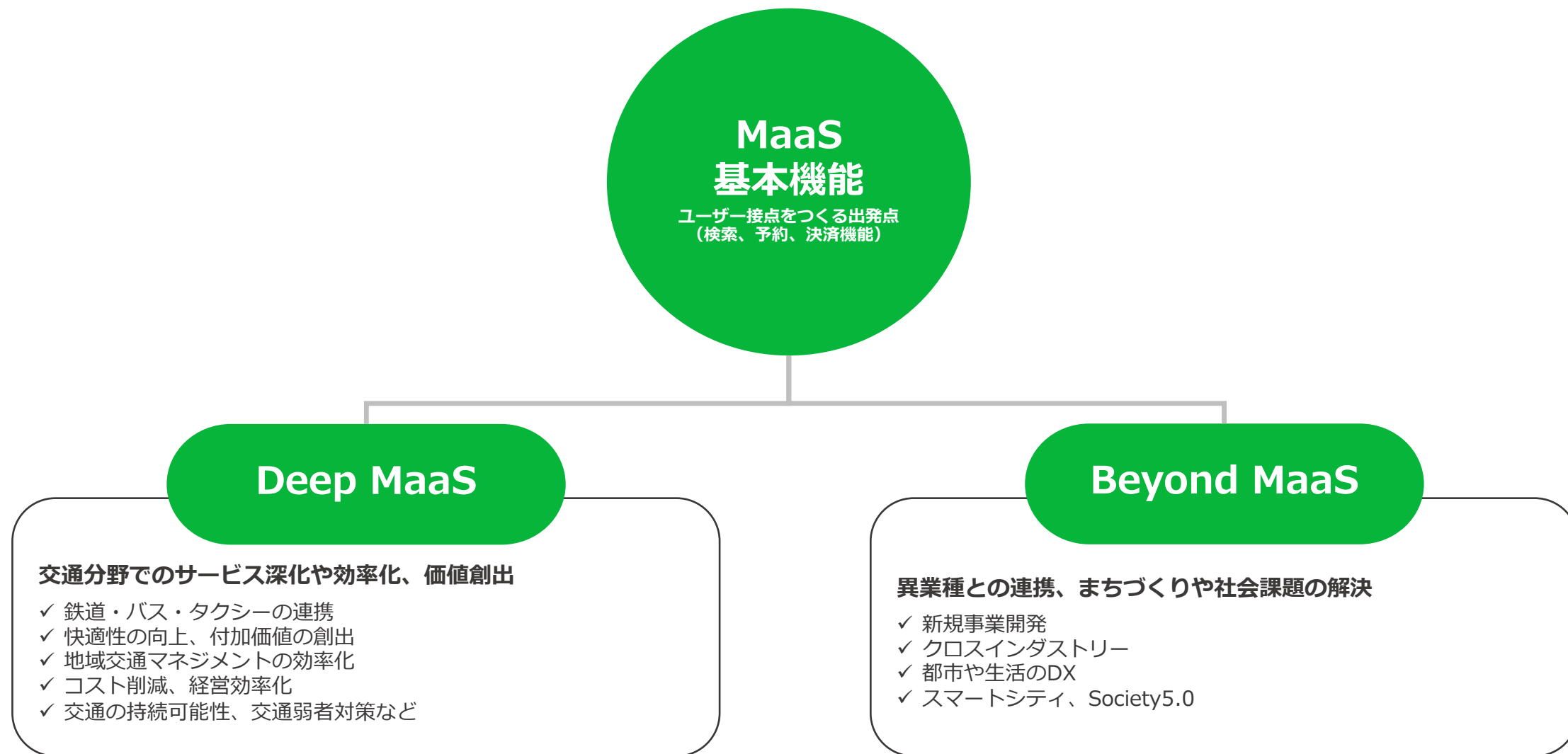
Contents

- 01 LINEの取り組み
- 02 ユーザー視点でとらえるMaaS
- 03 LINEを活用したMaaS事例
- 04 今後の展開

今後のロードマップ



義務的な移動を効率化し、ワクワクする移動体験を増やしていく



LINE API Use Caseサイト（新しい移動体験を、LINEで）

様々な事業者さまとの共同開発により、Beyond MaaSのユースケースを提示していく



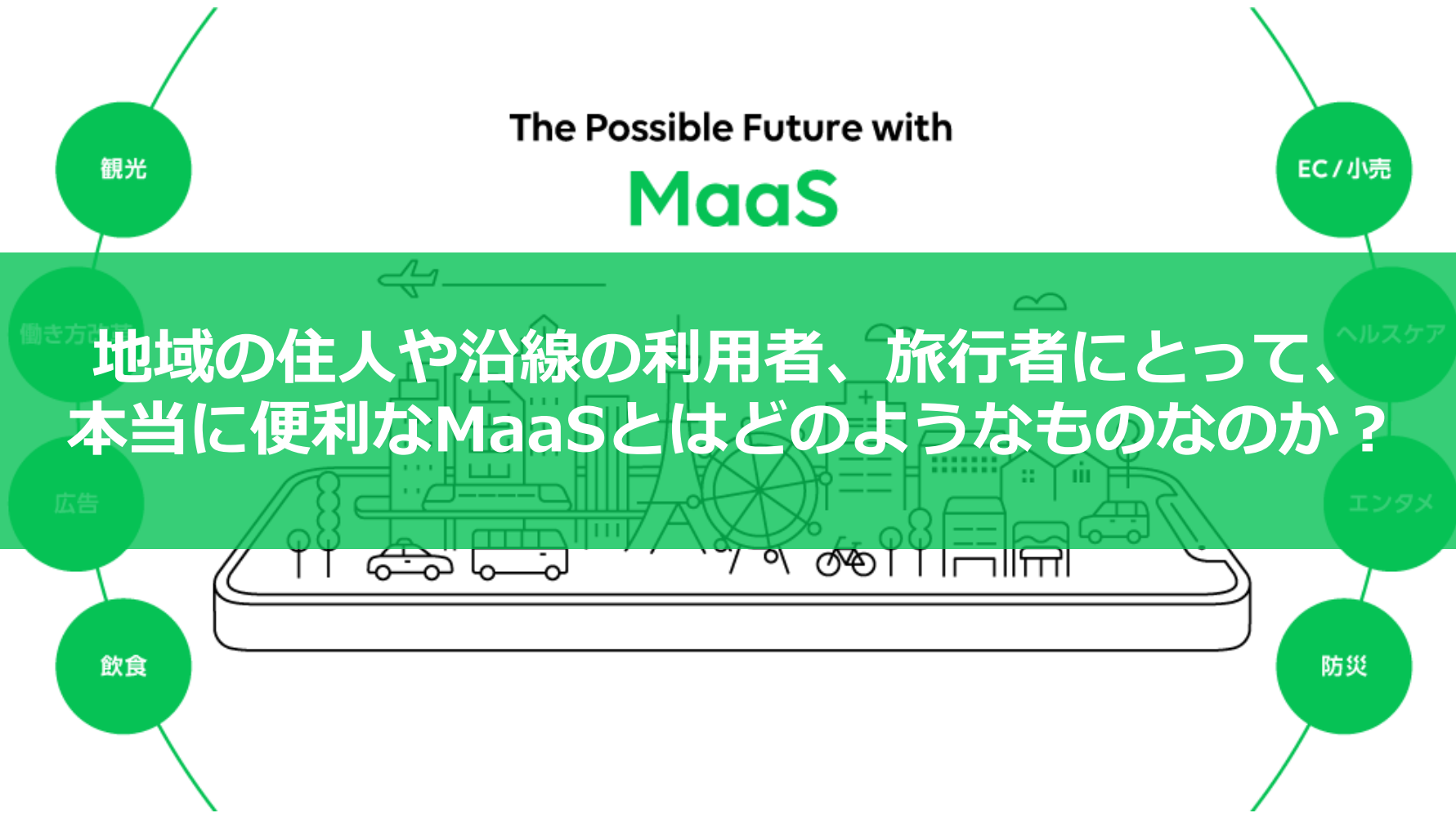
観光
イベント
×MaaS

小売
×MaaS

働き方改革
×MaaS

...

おわりに



まとめ（ユーザー視点でとらえるMaaS）

- ✓ **MaaSは、ユーザーにとって、日々の暮らしを支えるオーダーメイドな移動体験**
（LINEは、危機感とワクワク感を両立し、Beyond MaaSの世界に挑戦）
- ✓ **ユーザーにとって、いかに「フリクションレスな体験」であるかが肝要**
LINEの活用は、実証から実装フェーズへ突入する手段として現実解になり得る
（LINEは、皆様の身近なMaaSの実現を支援できるよう、様々な環境を整備していく）



CLOSING THE DISTANCE