

LINE紹介資料

2019年7月-9月期

LINE株式会社 マーケティングソリューションカンパニー

The LINE logo, consisting of the word "LINE" in a bold, green, sans-serif font.

LINEの紹介



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。

コミュニケーションアプリ「LINE」

LINEは、ユーザー同士であれば国内・海外、通信キャリアを問わず、無料で音声・ビデオ通話・チャットが楽しめるコミュニケーションアプリです。2011年6月にサービスを開始して以来、世界230以上の国と地域で利用されています。



基本機能



音声通話・ビデオ通話・チャット(トーク)

LINEユーザー同士であれば、1:1はもちろん、複数人のグループで、無料で音声・ビデオ通話、チャット(トーク)を利用することが可能です。トーク機能では、画像・動画・音声・位置情報・音楽などを送ることができるほか、「LINE Pay」によって送金することもできます。



スタンプ・絵文字

LINEのトーク機能で、人気のキャラクターを中心に多種多様なスタンプ、絵文字が利用できます。

また、2014年5月より開始した「LINE Creators Market」を通じ、ユーザーが自分で制作したスタンプを販売しています。



公式アカウント

好きなアーティストや有名人、企業やブランドの公式アカウントを友だち登録すると、最新情報やクーポンなどを受け取ることができます。



タイムライン

LINEアプリ上で自分の状況を共有したり友人の近況にコメントができます。



ニュースタブ

ニュースサービス「LINE NEWS」(日本)、「LINE TODAY」(タイ、台湾、インドネシア)によって配信されるニュースの閲覧が可能。「LINE」アプリ内でいつでも手軽にニュースにアクセスすることができます。



LINEウォレット

LINE送金や決済など「LINE Pay」サービスを利用することができるほか、スマート投資、ほけん、家計簿など、様々な金融サービスのゲートウェイとなります。

ユーザー数

MAU（月間アクティブユーザー）

2019年4月時点

主要4カ国（日本・台湾・タイ・インドネシア）

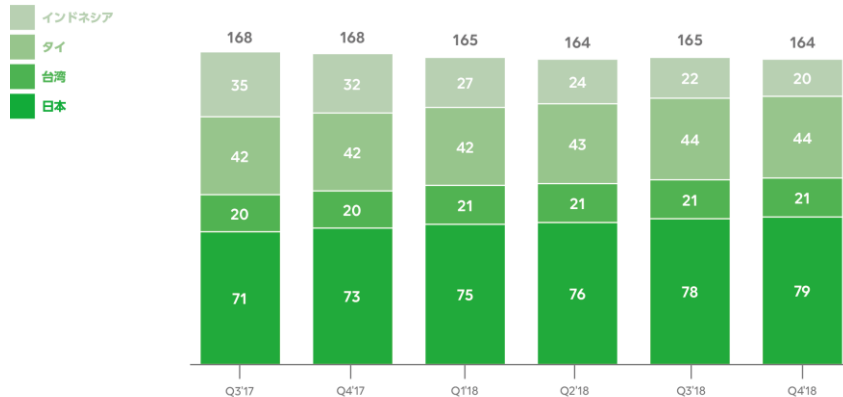
164,000,000

日本

80,000,000

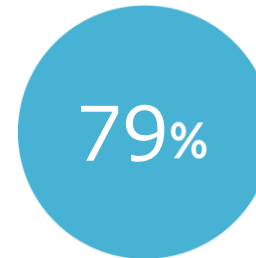
MAU推移

（百万人）

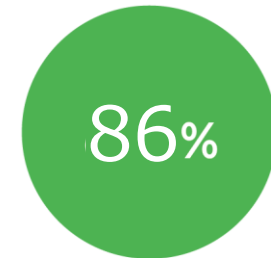


DAU(日間利用者数) / MAU(月間利用者数)比率

主要4カ国



日本



LINEの成長戦略

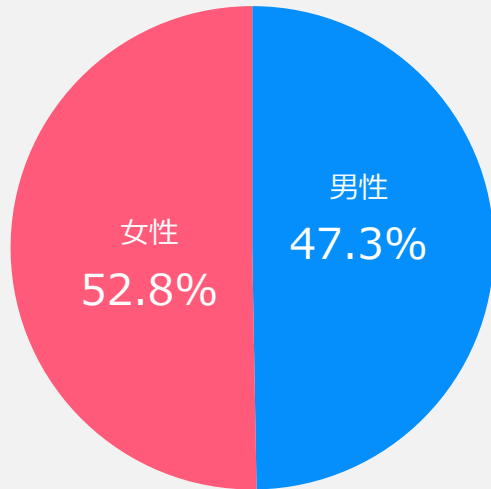
スマートポータルの実現

LINEでは、「LINE」を入り口としてオンライン・オフラインを問わず、必要とする人や情報・サービス、企業・ブランドとシームレスに繋がり、全てが完結する「スマートポータル」の実現を目指しています。そしてその中でも、「広告」をコア事業、「Fintech」や「コマース」、「AI」を戦略事業と位置付けています。



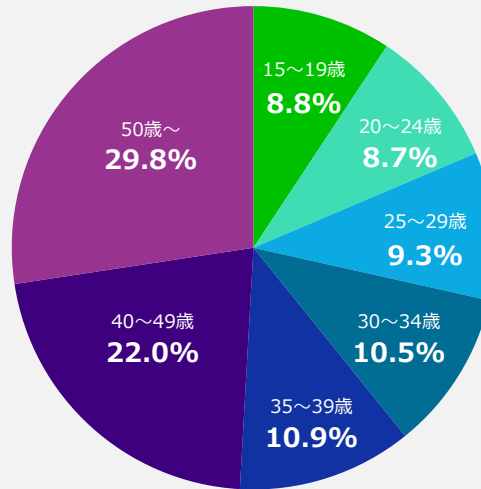
LINEのユーザー属性（性別・年齢・職業）

性別



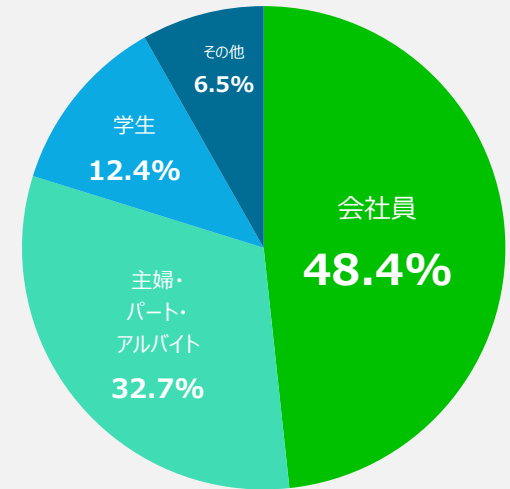
男女比は、やや女性が多い

年齢



幅広い年齢層に
利用されている

職業

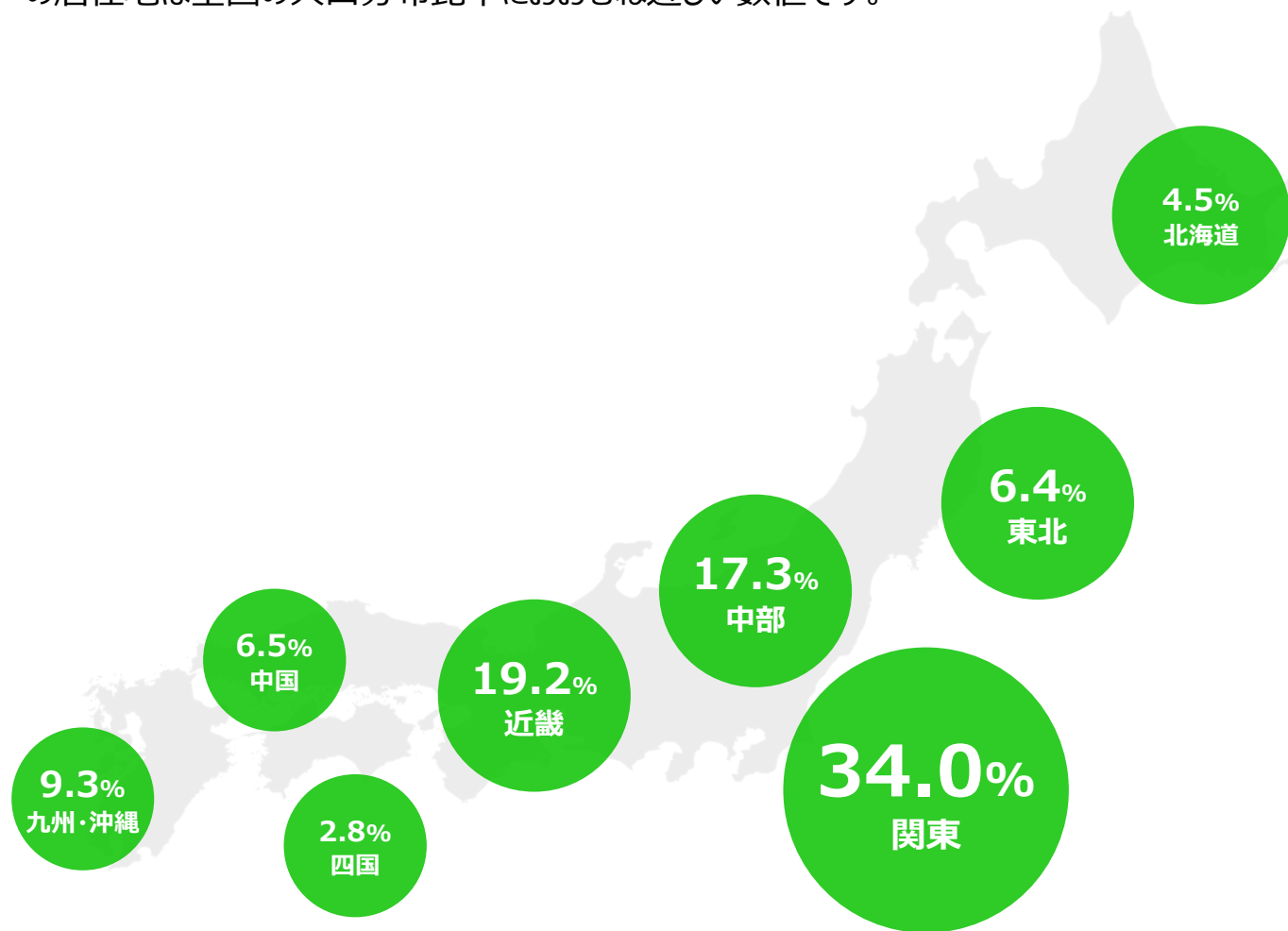


会社員がもっとも多く
ついで主婦や学生が多い

調査機関：マクロミル社・インターネット調査(2019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)

LINEのユーザー属性（居住地）

LINEユーザーの居住地は全国の人口分布比率におおむね近い数値です。



調査機関：マクロミル社・インターネット調査(2019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)

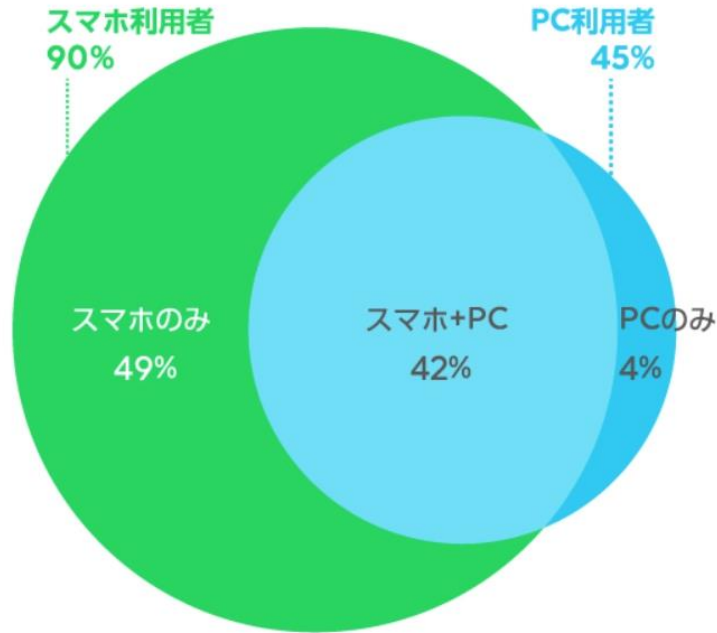
LINEのビジネス導入が進む背景

“スマートフォンのみ”で接触可能なユーザーが増えています

若年層を中心に、スマートフォンのみでインターネットに接触するユーザーが増えています。

アクティブなネット利用者の実態

(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、15～59歳)



出典：LINE調べ（訪問調査調査・2018年10月実施・n=815・15～59歳）

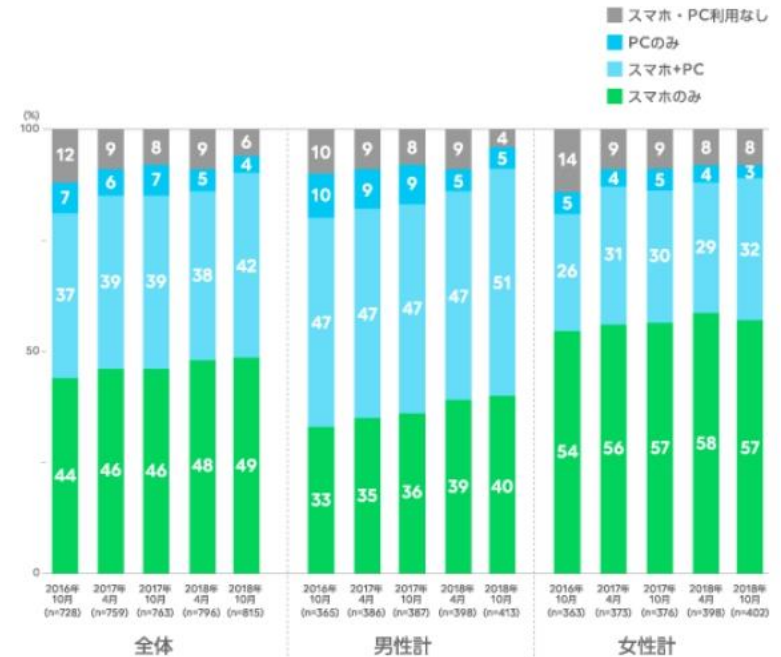
※小数第1位を四捨五入して表記

※スマホ・PCを非利用の人（ペン図の外の人）の内訳：

タブレットのみ利用 0.8%、ガラケーのみ利用 1%、タブレット+ガラケー併用 0.4%、いずれも利用していない 4%

アクティブなネット利用者の実態

(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、15～59歳)



出典：LINE調べ（訪問調査調査・2016年10月、2017年4月、2017年10月、2018年4月、2018年10月実施・15～59歳）

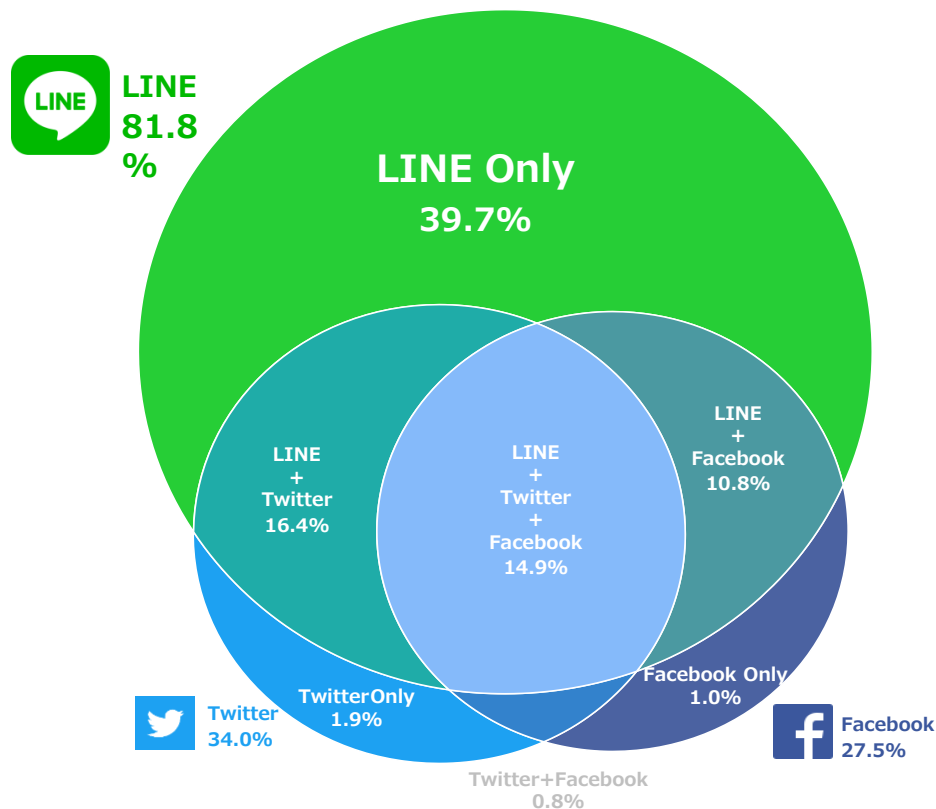
※小数第1位を四捨五入して表記

出典：【LINE】〈調査報告〉インターネットの利用環境 定点調査（2018年下期）
<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2018/2543>

LINEの強み：他サービスと比較したリーチ力

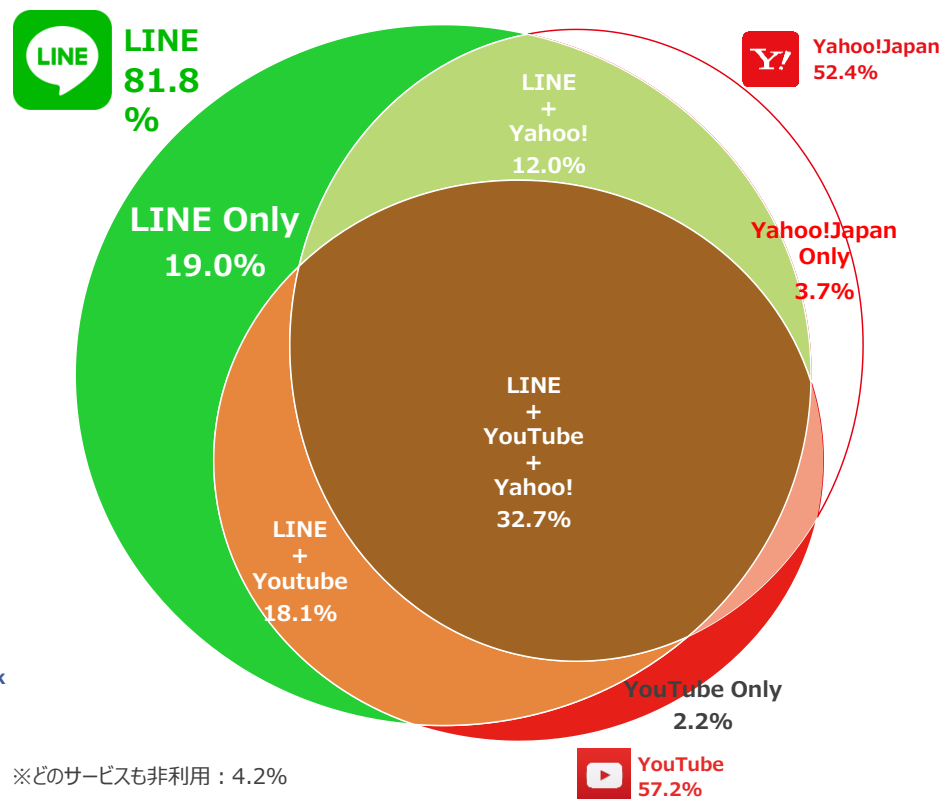
国内7,900万人以上のMAUを基盤にしているため、利用率が高だけでなく、LINEのみでリーチ可能なユーザーが多く存在しています。

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：10.5%

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：4.2%

調査機関：マクロミル社・インターネット調査
(2019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 Biz-Solutionsとは

LINE Biz-Solutionsとは

LINE Biz-Solutionsとは、LINE Account Connect、LINE Ads Platform、LINE Sales Promotionの3つの主要サービスで構成されるソリューションです。



LINE内で高いMAUを誇るタイムラインやLINE NEWSなどへの配信がワンストップで可能な、国内最大級の運用型広告プラットフォームです。



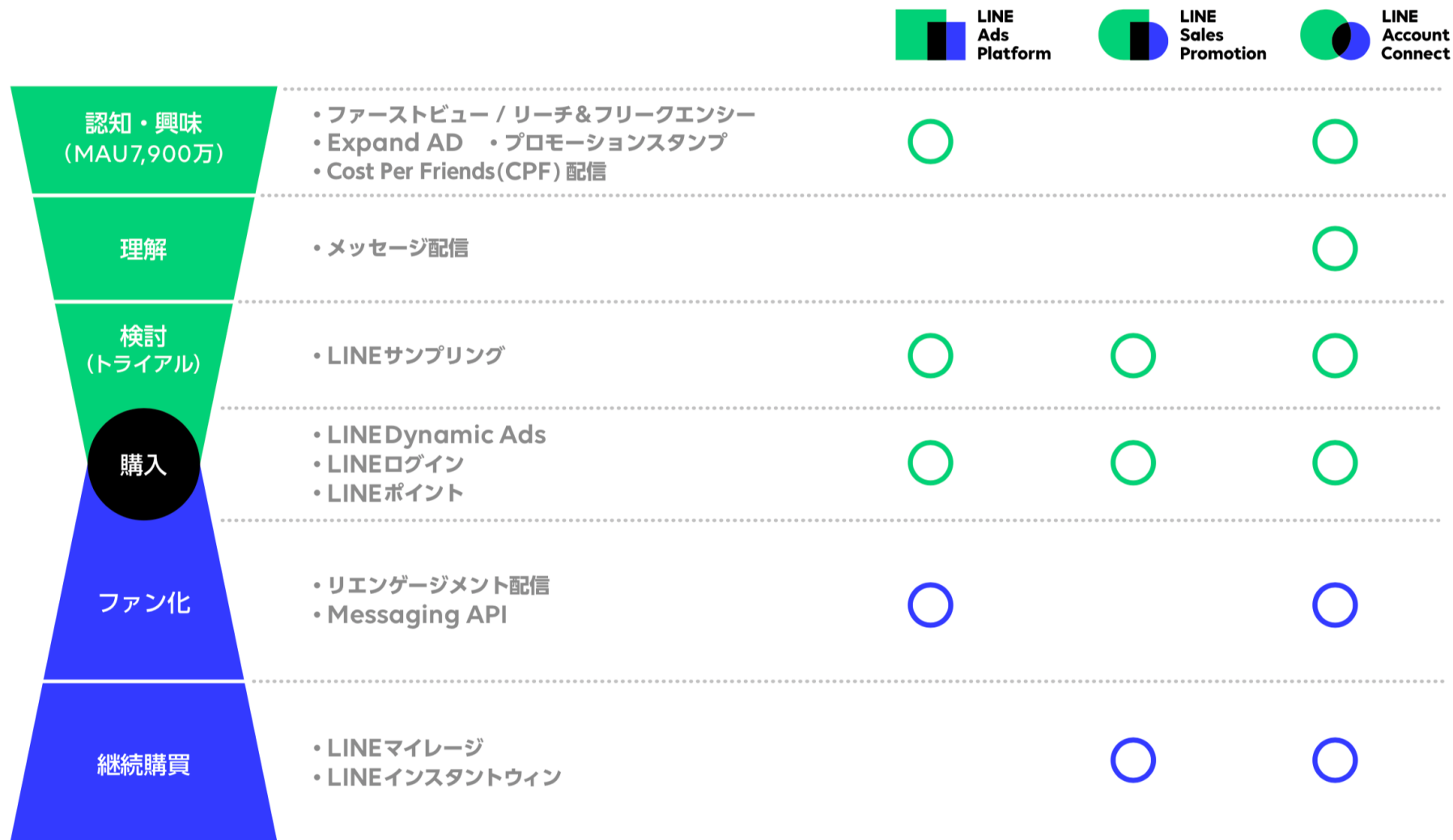
店頭オペレーションの軽減や店頭POPの削減、キャンペーン参加の促進、購買行動の把握といった店頭販促における課題を解決することを目的とした、店頭販促特化型のソリューションです。



「LINE公式アカウント」や「LINEプロモーションスタンプ」など、「LINE公式アカウント」を軸として展開するサービスカテゴリーの名称です。

LINE Biz-Solutionsとは

LINE Biz-Solutionsはフルファネルのマーケティングプラットフォームとしてサービスを展開しています。



LINE