

LINE株式会社御中



LINE Style

学校名： 明治大学 理工学部 情報科学科
氏名： 小林 悠
選択テーマ： アパレル

本日の予定



アパレル業界の課題①

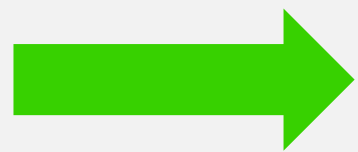
「ファストファッション」一人勝ち

「ファストファッション」が強すぎる件

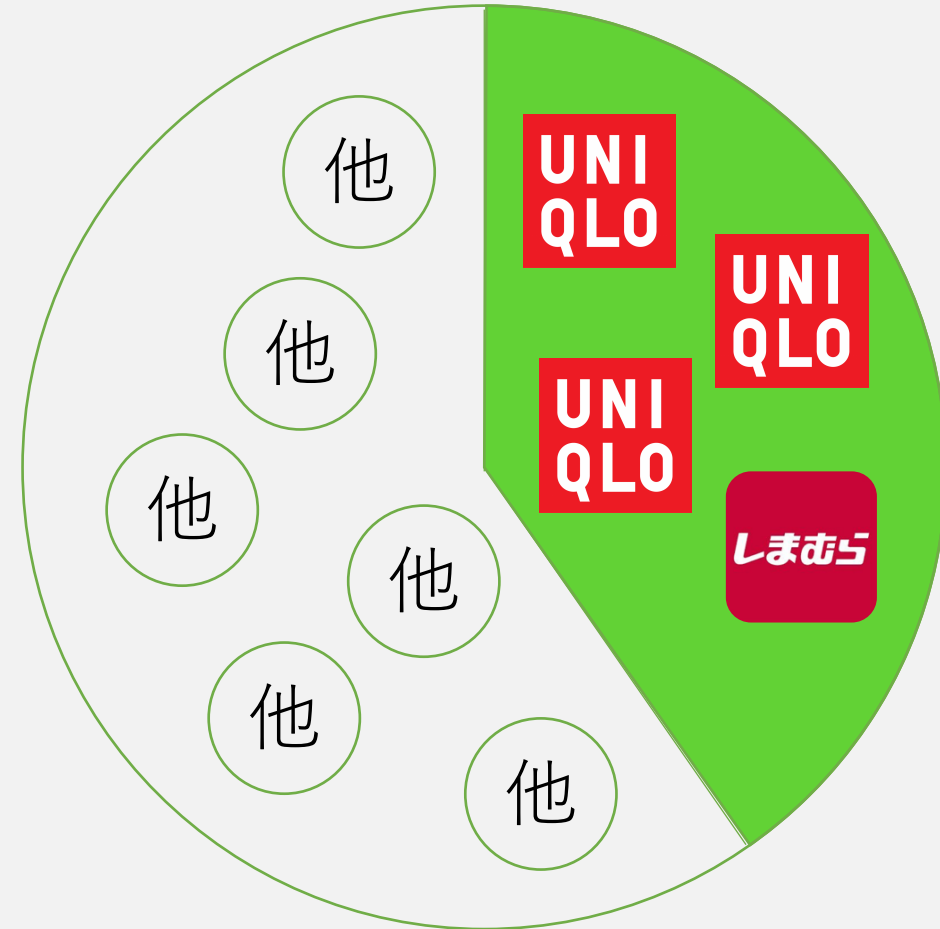
■市場規模 5兆3,750億

1位 ファーストリテイリング 1兆6,817億
2位 しまむら 5,460億

3位 ワールド 2,782億
4位 オンワードHD 2,635億
5位 青山商事 2,402億



「ファストファッション」
業界シェア 40%以上



アパレル業界の課題②

「消費者の成熟」

不況 ー> 賢くなった消費者

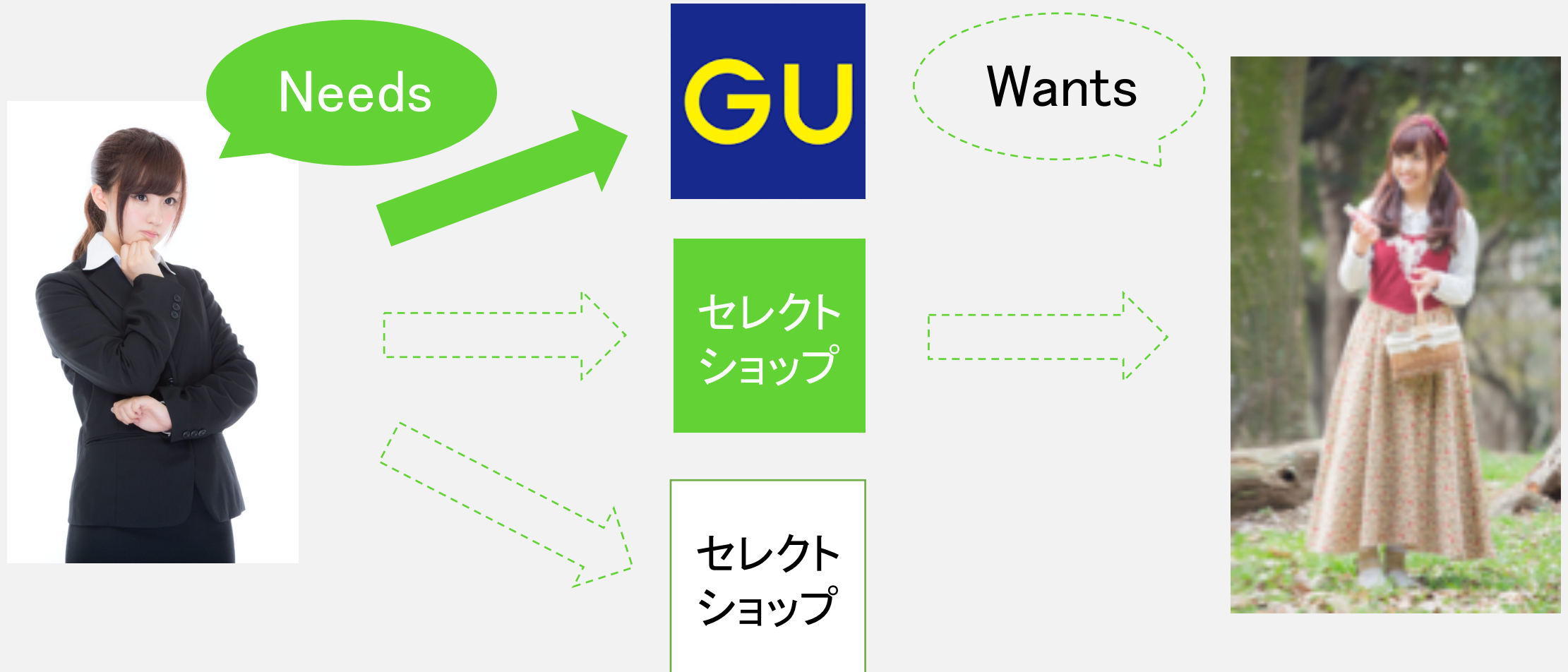


自分に必要なもの
しか買わない

ほとんどの店舗が
選択肢から除外

客と店舗のマッチングが重要

趣味・趣向は人それぞれ



LINEのMission

「CLOSING THE DISTANCE」



モチベーション

顧客と店舗の距離を縮めたい！

本日の予定



ターゲット①

認知されたい店舗



悩み： 認知されない，ハードルが高い

✓店舗側



もっと知って
ほしい

- 認知不足（店舗が少ない，接点が少ない）
- 印象が悪い
敷居が高い，世代が違う

だが，人手不足...

「安い」+「おしゃれ」< 上回る付加価値が必要

■そもそも人気の理由

安くて おしゃれ

- ・いろいろなファッションに挑戦できる
- ・着なかったとしても罪悪感がない

+ 単純に店舗数(接点)が多い

■ファストファッションの問題点

人とかぶるのが心配...

毎年似たようなラインナップ

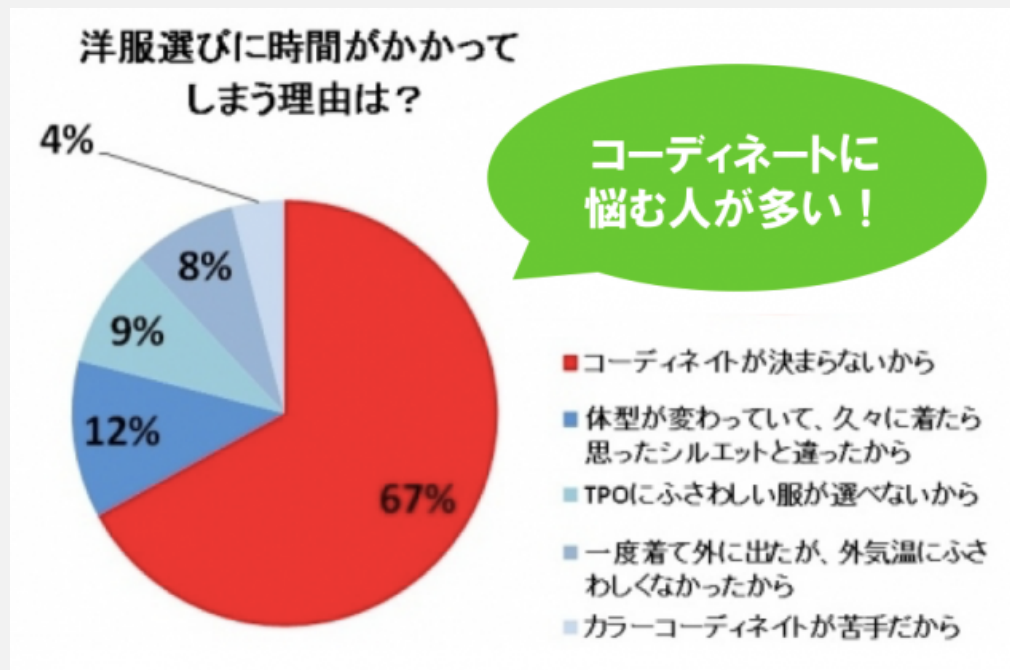


ターゲット②

おしゃれになりたい若者



「おしゃれ」に奪われる時間



<http://ascii.jp/eleme/000/001/250/1250009/>

女性の約3割「洋服選びに時間がかかって遅刻」

by (株)フェリシモ

女性は一生の287日分を「着る服選び」に費やす

by 英国の衣類メーカー大手のマタラン

もし「いつでも」「気軽に」プロのアドバイスがあれば

- リスク減

持っている服と相性のよい服選び

- TPO

慣れない場でも適切な着こなしを知ることができる！

- 被らない

コーデは店員の数だけ！

それを実現するのが
LINEスタイル



本日の予定



機能①

画像 × LINE = プロのアドバイス



画像を送るだけでプロのアドバイス



✓画像を送る

✓アパレル店員がおしゃれ度を採点してくれる

✓TLや他のSNSへ投稿(任意)
→承認欲求

機能②

Webルーミング促進

採点・アドバイス(Online) → 来店(Off-line)

- アドバイスを踏まえた服を推薦
Online or 来店
- 購入した服を店舗で受け取れる
送料無料, 割引やスタンプの特典
- 店舗で採点者に対応してもらえる

機能③

スタンプを集めて特典GET



おしゃれなスタンプも増えて、お得に買い物

■来店でテーマ・趣向に沿ったスタンプを配布 例) マイケルコース

<https://www.cosmopolitan.com/jp/beauty-fashion/fashion/news/a6949/michaelkors-mk-girl-line-stamp-171129-hns/>



■スタンプをコンプリートすると割引 理想は店内の好きな服10%OFF！など

本日の予定



与える価値

「認知」と「プロ目線のアドバイス」

「専門性活用」→「認知」＋「FFに対する優位性」

✓店舗側



もっと知って
ほしい

- 認知不足
←店舗が少ない
- 印象が悪い
敷居が高い？
世代が違う？



価値



認知獲得！
FFとの差別化！

- ✓ 接点を増やせる
- ✓ 専門性のアピール

※FF: ファストファッション

「プロ目線のアドバイス」→「時短」+「自信」

✓顧客側



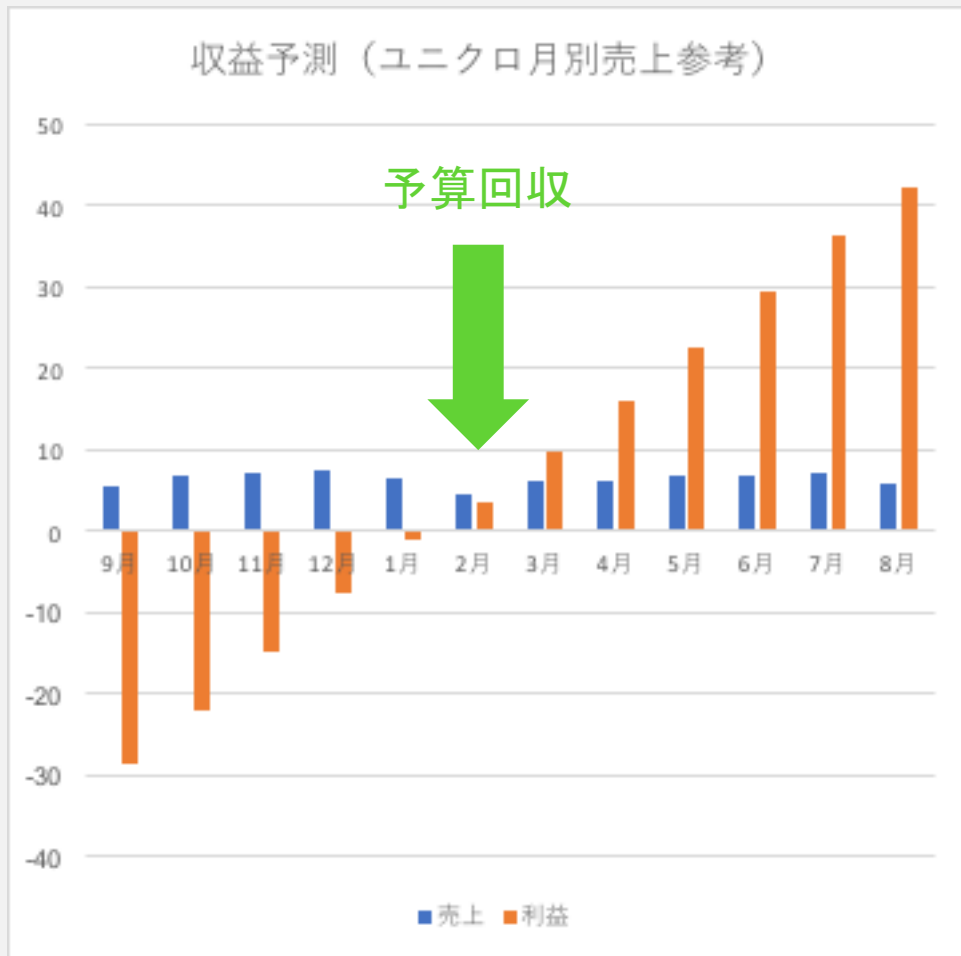
明日の
デート

- 着て行く服が決められない
- お店に行くのは面倒
- 店員と話すの苦手



価値

気軽にアドバイスを
受けられる！
おしゃれアピール！



※以降，一年間の運営を想定

76億－34億＝42億の利益

半年で予算回収を目標

本日の予定



集客

店舗側は営業，客側はSNS

広告戦略

✓ 自社サービス内の広告

LINEマンガなど

✓ LINE LIVE 配信者による広告

✓ Instagram ストーリー広告

100円(CPI) × 1000万人 = 10億円

✓ テスターによる Instagram 投稿

✓ キュレーションサイト広告(100万/月)

Googleトレンド
「ファッション」「コーデ」「服」



夏から事前の宣伝
9月から本格的に

本日の予定



収益

客側は無料，店舗から回収

収益

アドバイス(表示)回数ではなく, 売上から計算
→ 売上の5%

上位10企業を除く売上総額	1兆4513億円
ネット→店舗(Web ルーミング)	35%
そのうちの目標シェア率	30%

$$1兆4513億 \times 0.35 \times 0.3 \times 0.05 = 76億円$$

本日の予定



コスト

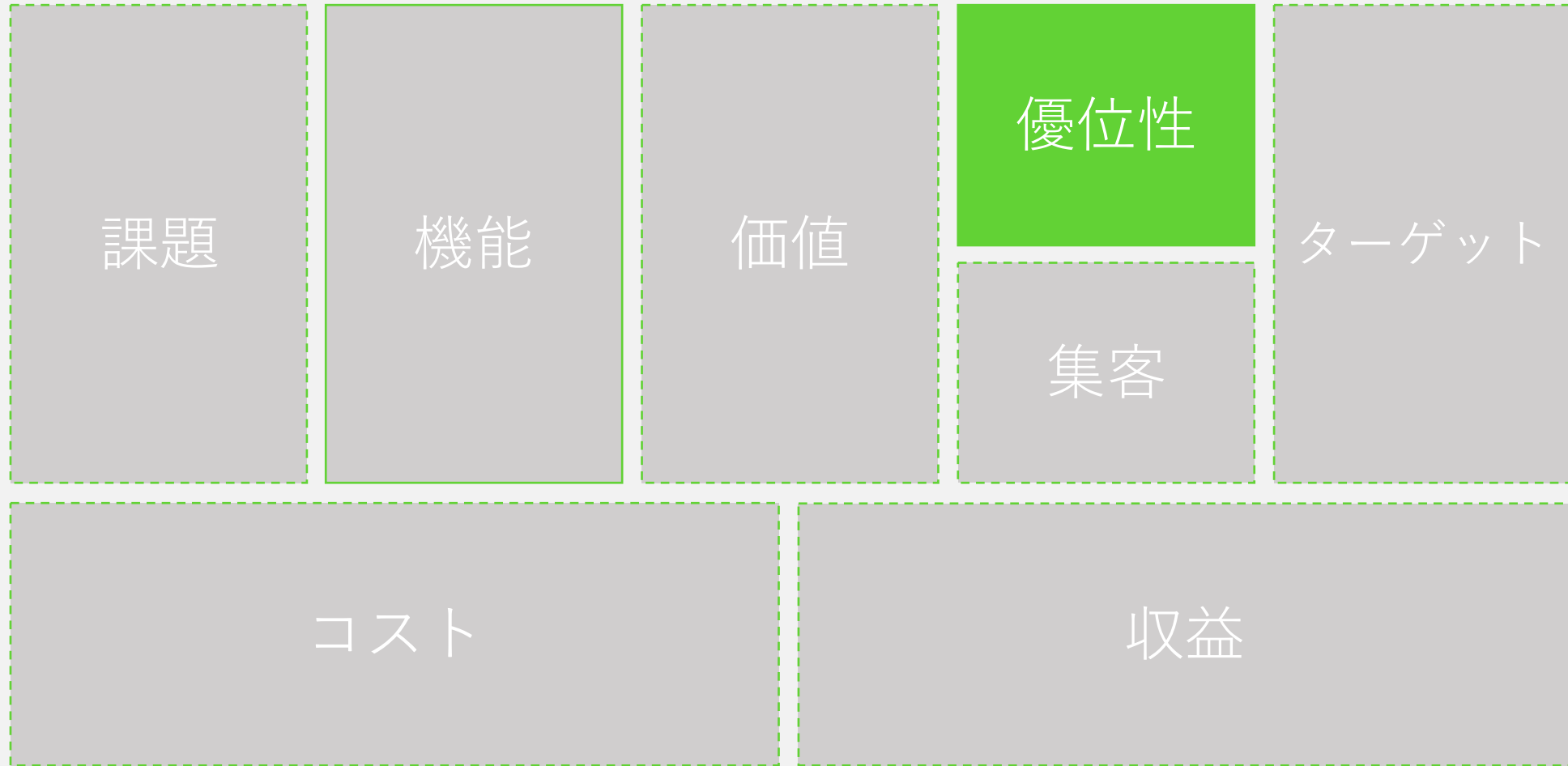
売上の半分以下に収める

費用

✓Initial + Running	$8000\text{万} + 1000\text{万} \times 12\text{ヶ月} = 2\text{億円}$
✓広告費	20億円
✓店舗側への営業	10億円
✓スタンプ制作費	$15\text{万}(40\text{種}) \times 100 = 1500\text{万円}$

概算：34億円

本日の予定



優位性

メディア間のフットワーク

LINEだからできる「スタンプ」、「LINE LIVE」等の展開

■スタンプによる展開（集めて特典）

■りんなアカウントとのコラボ

「りんなのファッションチェック！！」

■LINEマンガ オリジナル作品とのコラボ

■LINEアカウントに反映！

ランク情報，コーデと採点結果（任意）

■LINE LIVE 配信者による宣伝



このお店
おすすめだよ！

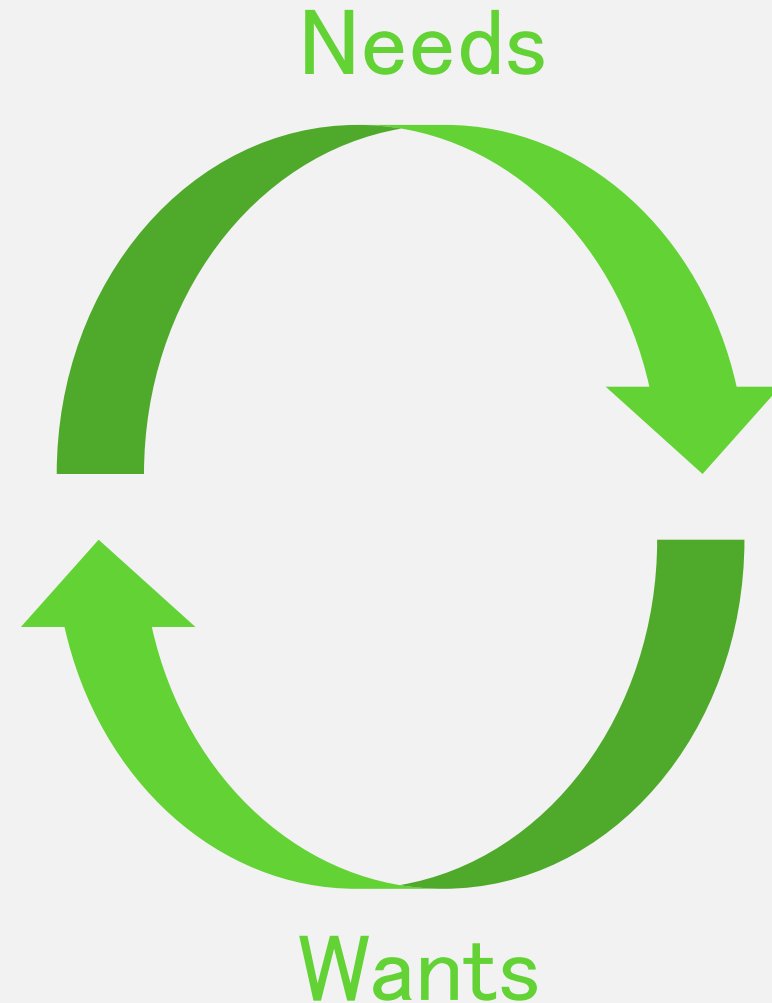
Image Up !!!

「圧倒的」優位性

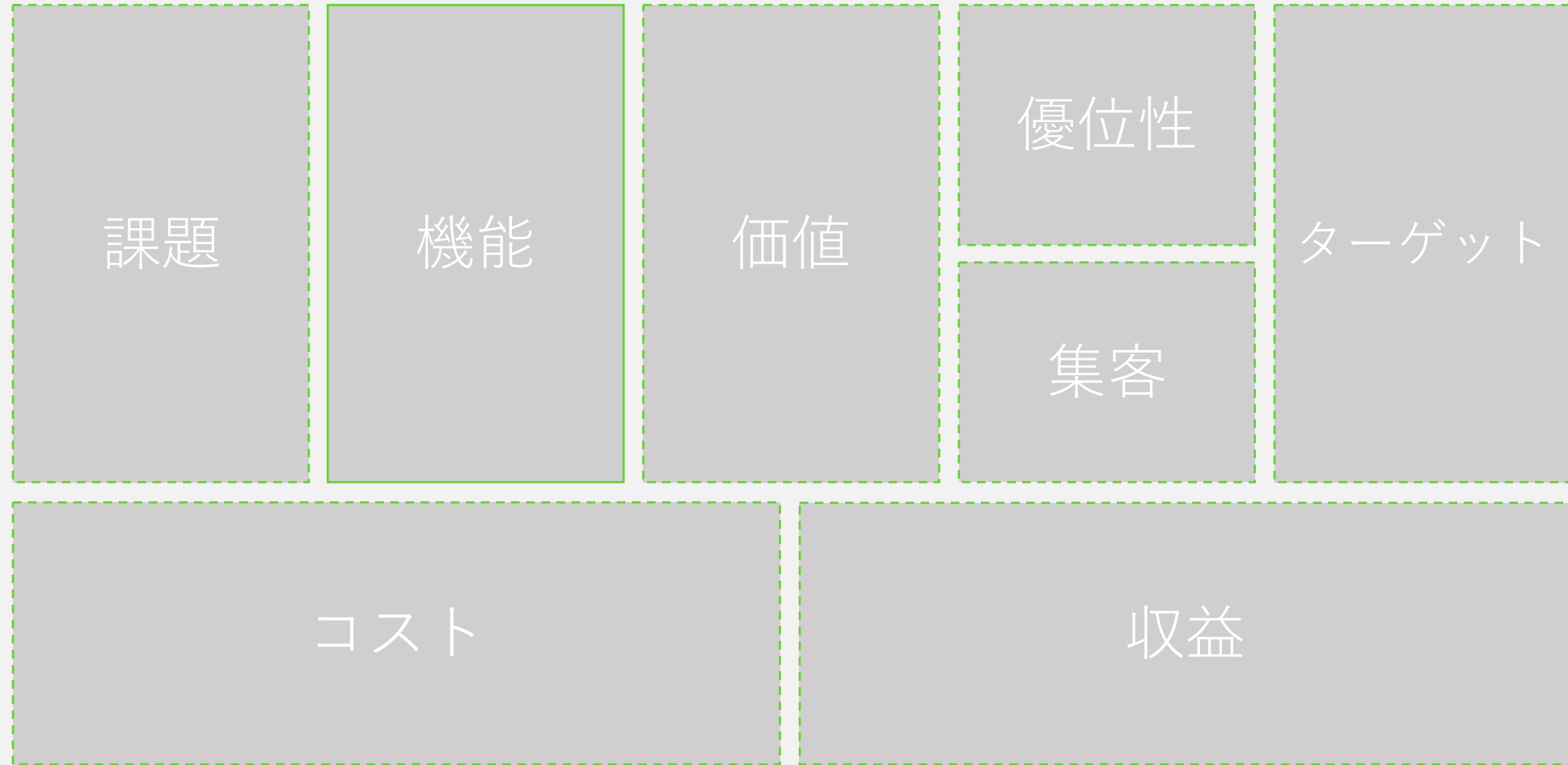
生活の延長線上にあるLINE

国内最多ユーザという「圧倒的」強み

ユーザ数 7500万人
×
「おしゃれ採点」
という注目トピック



本日の予定

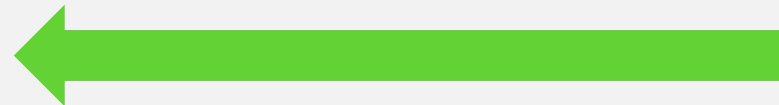
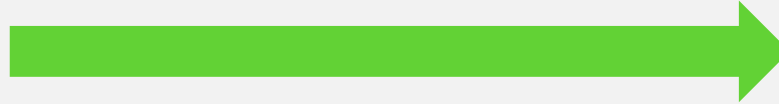


LINE Style=「客」と「店舗」とを近づけるサービス

おしゃれに
なりたい
若者



認知・優位性



おしゃれへの自信・時短



認知されたい
アパレル店

『誰かが着てこそ、その服に価値が生まれる』

マーク・ジェイコブス



で『誰か』にとっての『価値のある服』を
おしゃれでハッピーな1日を届けてみませんか