MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

業種別
LINE公式の
使い方の設計図

友だち集めから、最初のあいさつ、配信、予約、再来店まで。
飲食・整体・美容サロン・フィットネスの例で、お店に合う形を考えます。

業種別の例つき　**書き込める設計シート**

合同会社MIGIUDE（店舗ビジネス専門の集客支援）
光るのは、お店だけでいい。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

LINE公式は「流れ」で考える

先に、お客様がたどる5つの流れを決めておくと、迷わず設計できます。

1 友だち集め

お店で「友だちになる理由」を伝える場面をつくります。レジ横・席・施術後・Googleマップや公式サイトなど、お客様が手にスマホを持つ場所に案内を置きます。

2 最初のあいさつ

友だちになった直後に届く、いちばん読まれやすいメッセージです。お店の紹介、予約のしかた、これから届く内容を短く伝えます。

3 配信

届く回数が多すぎるとブロックされやすくなります。「お客様の役に立つ内容」を、無理なく続けられる頻度で送りましょう。

4 予約・来店

メッセージを読んだ人が、迷わず予約できる入口を用意します。リッチメニュー（トーク画面下のボタン）に、予約・メニュー・地図を並べます。

5 再来店

来店後のお礼と、次に来たくなるころの一言が基本です。売り込みよりも、お客様の状況に合わせた声かけを心がけます。

設計の前に決めておくこと

- LINEで何をしてもらいたいか（予約・問い合わせ・再来店のお知らせなど）
- 誰が、どのくらいの頻度で送るか（続けられる範囲で）
- 来店した人全員に配る特典は、景品表示法で上限があります（取引額1,000円未満なら200円まで、1,000円以上なら取引額の2割まで）。次回使える割引の形にすると分かりやすくなります。

料金プラン（無料で送れる通数など）は変更されることがあります。最新の料金は、LINE公式アカウントの公式サイトで確認してください。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

例① 飲食店・整体院の使い方

飲食店と整体・治療院の例です。自分のお店に近い部分を参考にしてください。

飲食店

席数が限られるお店は、予約の入口と空き状況の伝え方が大切です。

友だち登録のきっかけ

テーブルのQRコード、会計時の声かけ、メニューの端の案内。「予約の確認や空席のお知らせが届きます」と理由を添える。

あいさつメッセージ

お店の紹介、営業時間・定休日、予約方法（電話かネット）、これから届く内容（週替わりメニューなど）。

配信と頻度の目安

季節メニュー、貸切や団体の案内、空席情報など。月に2〜4回ほどを目安に、曜日を決めて送る。

リッチメニュー

上段に「予約する」「メニュー」、下段に「アクセス」「口コミを書く」「電話」の順で。「口コミを書く」ボタンは置いてよいが、口コミと引き換えの特典は付けない（Googleの規約・ステマ規制）。

再来店の声かけ

来店の翌日に「ご来店ありがとうございました」。季節の変わり目に新メニューをひと言で伝える。

整体・治療院

体の状態に関わる業種です。効果や「治る」「改善する」といった言い方は避け、通い方や案内を中心にします。鍼灸院・接骨院・整骨院など国家資格の施術所は、広告できる内容が法律で限られます。配信やメニューに載せる前に、所属団体や保健所の案内で確認しましょう。

友だち登録のきっかけ

受付や施術後に「次回の予約や営業日のお知らせをお送りします」と案内。問診票の内容（体の状態）はLINEの配信には使わない。

あいさつメッセージ

院の紹介、営業時間、予約のしかた、初めての方の流れ、持ち物。症状や効果には触れない。

配信と頻度の目安

営業日・臨時休業の連絡、予約の空き状況のお知らせ。月に1〜3回ほどを目安に。

リッチメニュー

上段に「予約する」「初めての方へ」、下段に「料金・メニュー」「アクセス」「よくある質問」の順で。

再来店の声かけ

来院のあとにお礼。前回から間があいた方へ「ご予約の空きがあります」と事実だけを伝える。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

例② 美容サロン・フィットネスの使い方

美容サロンとフィットネス・スタジオの例です。

美容サロン

予約の取り直しが多い業種です。次回の予約につなげる流れをつくります。

友だち登録のきっかけ	施術後のカウンセリング、レシート、店内ミラー横の案内。「次回予約の変更や空き枠のお知らせ」を理由にする。
あいさつメッセージ	サロンの紹介、スタッフ紹介、予約のしかた、キャンセルの決まり、これから届く内容。
配信と頻度の目安	空き枠の案内、季節のメニュー、お手入れの豆知識。月に2〜4回ほどを目安に、予約が空きやすい日の前に送る。
リッチメニュー	上段に「予約する」「メニュー・料金」、下段に「スタッフ紹介」「スタイル写真」「アクセス」の順で。
再来店の声かけ	来店のペースに合わせて、次に来たいころに「そろそろいかがですか」と一言。お客様ごとに文面を変えられるとなお良い。

フィットネス・スタジオ

入会前の体験と、続けてもらうための声かけが中心です。

友だち登録のきっかけ	体験の申込み時、見学の案内、受付のQRコード。「体験の日程や、レッスンの変更をお知らせします」と伝える。
あいさつメッセージ	施設の紹介、体験の流れ、持ち物、レッスンの予約方法、お問い合わせ先。
配信と頻度の目安	レッスンの変更、新しいクラス、イベントの案内。週に1回、または月に2〜4回ほどを目安に。
リッチメニュー	上段に「体験を申し込む」「レッスン予約」、下段に「スケジュール」「料金」「よくある質問」の順で。
再来店の声かけ	来館が間遠になった方へ「お変わりありませんか」と気づかいの一言。成果を約束する言い方はしない。

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

自分のお店の設計シート

印刷して、鉛筆で書き込んでください。ここに書けたら、設計はほぼ完成です。

お店の名前・業種	
友だちになってもらうきっかけ	（どこで・誰が・どんな一言で案内する？）
最初のあいさつに入れること	（お店の紹介／予約のしかた／これから届く内容）
配信する内容と頻度	（例：月◯回、◯曜日。何を送る？）
リッチメニューに並べるボタン	（上段／下段、それぞれ何を？）
再来店の声かけ	（来店後のお礼／次に来てほしいころの一言）
担当者と見直す日	（誰が配信する？ 月に1回見直す日は？）

MIGIUDE
合同会社MIGIUDE

始めたあとの見直しと、ご相談

最初から完璧にしなくて大丈夫です。小さく始めて、月に1回見直しましょう。

見直しのポイント

- あいさつメッセージは、友だちが読んで分かる内容か
- 配信が多すぎて、ブロックが増えていないか
- リッチメニューのボタンから、予約まで迷わず進めるか
- 医療・美容に関わる表現は、効果をうたっていないか
- お客様の名前や来店履歴を使って送り分けるときは、利用目的をプライバシーポリシーで公表しているか

書いてみて迷ったら、LINEでご相談ください

書いてみて迷ったら、QRから友だち追加し「資料を読みました」と送ってください。設計シートを一緒に見直します（無料）。

まずはGoogleマップ無料診断（LINE）

https://lin.ee/YXCsrIb

じっくり相談したい方は無料相談60分（予約ページ）

https://www.migiude-group.co.jp/go/booking/?utm_campaign=dl-line-design

ご契約は任意で、無理な勧誘はいたしません。

※LINE、LINE公式アカウントは、LINEヤフー株式会社の商標または登録商標です。
※Google、Googleマップは Google LLC の商標です。
※本資料は当社独自のもので、LINEヤフー株式会社が提供・承認するものではありません。
※本資料は考え方の例です。友だち数・来店数・売上などの成果を保証するものではありません。配信の頻度は目安で、アプリの画面・仕様・料金プランは変更されることがあります（2026年11月時点）。