

LINEで情報発信



▲毎週木曜に配信されるライン画面

ニューユニークス（東京都渋谷区）は、公式LINEアカウントの運用を約1年ぶりに再開した。今回、大幅に配信内容をリニューアル。まず、毎週木曜日の19時にリノベーションに関する読物「リノベのマナビ」をリンク付き画像で配信する。例えば、「ブルックリ

ンススタイルの特徴」や「バーカウンターの大人空間」などを挙げ、部屋やインテリアの特徴、事例を紹介する。ターゲット層は30代の一次取得者層だ。

画像も、タイトルと連動してクリックしたくなるものに。「主照明と補助照明の組合せ」というリッチメッセージでは、



SNS活用

ニューユニークス

（東京都渋谷区）

新卒社員が企画



榎原優生氏

レトロデザインライトの画像を選んだ。

以前は、事例のビフォーアフターの写真を1枚ずつ送っていたが、現在は日曜日に事例を送る。送るのは写真ではなく、事例ページにつながるリンク画像だ。

また、画面下にはリッチメニューを導入。トーク機能はいったん終了し、問い合わせページにすぐにリンクできるよう、操作性を上げた。画面デザインも、同社のコンセプトカラーである白と黒を基調にしている。

これらのリニューアルを行ったのは、今年入社したばかりの榎原優生氏。

「お客さんにおいて、今はラインが主流。ダイレクトに届くツールとして生かそうと思い、復活しました」（山下あいディレクター）

友達登録していますが、金曜日の夜に届くことが多く、埋もれて流すことがある。そこで木曜の19時なら、仕事が終わってくつろぐ時間で見てもらいやすくなると思い、設定しました」（榎原氏）

メルマガの開封率が低いことも、理由の1つ。「集客において、今はラインが主流。ダイレクトに届くツールとして生かそうと思い、復活しました」（山下あいディレクター）

リリース後、1カ月で30人ほどが新規登録。既存の友達も含めて1078人が登録している。1つのメッセージに対して、100人弱が反応し、メルマガの開封率0.2%と比較して大幅に読まれている。

「今後も機能を追加して、より満足してもらえるようにしたい。1年で500人以上増やせたらと考えています」（榎原氏）