

京王百貨店の化粧品専用 LINE ミニアプリ 「Keio BEAUTY」のオンライン接客機能を開発支援 LINE ミニアプリへの搭載は初

コロナ禍で需要増のオンライン接客を、**ダウンロード不要の LINE ミニアプリ**で実現
商品予約や店頭イベントの予約がオンライン上で完結する予約機能も実装

株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、株式会社京王百貨店（本社：東京都新宿区、取締役社長：駒田 一郎、以下「京王百貨店」）が提供する LINE ミニアプリ「Keio BEAUTY」の新機能・オンライン接客機能を開発支援したことを発表します。オンライン接客機能は、百貨店担当者や化粧品ブランドの美容部員の接客をチャットやビデオ電話で受けられるアプリ会員限定サービス^{※1}で、2022年6月23日より提供開始します。

※1) 化粧品売場専用 LINE 公式アカウント「Keio BEAUTY」の友だち追加と京王パスポートカード（京王グループ共通ポイントがたまるポイント機能付カード）の ID を連携すると利用可能なサービス

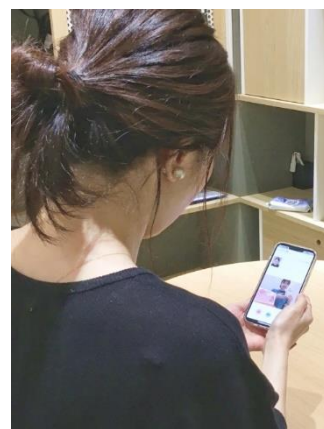
オンライン予約機能・オンライン接客機能搭載の背景

百貨店の化粧品売場で取り扱ういわゆる“デパコス”は、「店頭で美容部員のアドバイスを受けながら選ぶ」という購入方法が定番でしたが、「店頭で試すことが難しい」コロナ禍を機に、電話での接客やネットショッピングでの購入需要が高まり、今後も定着していくことが見込まれます。LINE ミニアプリ「Keio BEAUTY」ではこの需要に対応すべく、2022年4月に商品や店頭イベントの予約ができる「オンライン予約機能」を搭載。そしてこのたびさらに、チャット接客、ビデオ電話接客から選べる接客機能をアプリ会員限定サービスとして搭載します。なお、LINE ミニアプリへのオンライン接客機能の実装は本事例が初となります。

LINE ミニアプリ「Keio BEAUTY」と新機能の詳細

「Keio BEAUTY」は、京王パスポートカード会員向けに、デジタル会員証やアプリ会員限定サービスなどを提供し売場のファンづくりを行う LINE ミニアプリです。京王パスポートカードをお持ちのお客さまは、店頭などに設置された QR コードから LINE ミニアプリ登録画面にアクセスし、京王パスポートカード会員情報を入力することで、会員限定の特別優待や自分に合ったサービスが受けられるようになります。

初期開発には、会員証機能を持つ LINE ミニアプリ開発を低コスト・短納期で実現するアイリッジの「FANSHIP for ミニアプリ」が採用されており、LINE アカウントと京王パスポートカード会員情報の紐付け^{*}により、お客さまとの One to One コミュニケーションを実現し、販売活動や顧客サービスの DX を支援します。



<ビデオ電話接客イメージ>

*LINE アカウントと紐づいたユーザーデータの取得には利用者の許諾が必須となります

■新機能① オンライン予約機能（Keio BEAUTY：4月1日～、京王百貨店 新宿店：6月2日～サービス開始）

一部限定・新商品の予約や、アプリ会員を対象としたメイク・スキンケアなどの特別な店頭イベントの予約がオンライン上で完結。そのほか、お客さまの購買動向に合わせた商品・イベントに関するセグメント配信も可能になります。

なお、予約機能は、イベントの募集開始から 30 分で定員 200 名の枠が埋まるなど早速活用が進んでおり、6 月からは京王百貨店新宿店全館の情報を扱う LINE ミニアプリ「京王百貨店 新宿店」にも新たに搭載されています。



Keio BEAUTY
予約対象商品・イベント一覧



京王百貨店 新宿店
予約対象商品・イベント一覧



京王百貨店 新宿店
予約詳細

■新機能② オンライン接客機能（6月23日～サービス開始）

メッセージのほか画像の共有も可能な「チャット接客」、より詳細なメイクアドバイスやお悩み相談が可能な「ビデオ電話接客」に対応しており、オンライン接客でご案内した商品の決済 URL をチャットで受け取って、そのまま購入することもできます。ネットショッピング上に取り扱いのないブランドや店頭商品も購入可能です。



使い方ガイド



カテゴリ選択



チャット接客イメージ



ビデオ電話接客イメージ

今後の展望

アイリッジでは、LINE ミニアプリ「Keio BEAUTY」に加え、「京王百貨店 新宿店」の開発も担当しています。また、これらを含む実績が評価され、2022年5月にはLINE 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）が提供する各種法人向けサービスの販売・開発のパートナーを認定する「LINE Biz Partner Program」の「Technology Partner」において、「LINE ミニアプリ」部門の初回パートナーにも認定されました。

今後も、アプリの拡張開発や活用提案、マーケティング支援を通じて、京王百貨店のファンづくりを支援していくとともに、OMO^{※2} 施策や DX 支援における LINE ミニアプリの新たな活用シーンを開拓してまいります。

※2) Online Merges with Offline の略で、アプリ（オンライン）と店舗（オフライン）の区別をせずあらゆるユーザー体験をデータ化し、そのデータを活用して最適なユーザー体験等を提供する取り組みのこと

LINE ミニアプリ「Keio BEAUTY」について

提供開始日	2021年3月29日
新機能リリース日	2022年6月23日
対象売場	京王百貨店新宿店1・2階化粧品売場、聖蹟桜ヶ丘店化粧品売場
主な提供機能	デジタル会員証発行、アプリ会員限定のアップポイント優待、サンプルクーポンの発行、新商品発売情報や特集ページの閲覧、オンライン予約機能、オンライン接客機能（New）など
LINE ミニアプリ登録画面 URL	https://liff.line.me/1655698551-JQbL77eB
LINE 公式アカウント名	@keio_beauty



LINE ミニアプリとは

LINE ミニアプリは、「LINE」アプリ上で企業の自社サービスを提供可能にするウェブアプリケーションです。「アプリの追加ダウンロードや煩雑な会員登録不要」等の特長で“快適なサービス体験”をユーザーに提供でき、企業は LINE アカウントに紐づいたユーザーデータを取得*し、自社のサービスの改善や「LINE 公式アカウント」「LINE 広告」等を通じたマーケティング施策に活用いただけます。

*：LINE アカウントと紐づいたユーザーデータの取得には利用者の許諾が必須となります

※詳細はこちら：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-mini-app/>

FANSHIP for ミニアプリとは

アイリッジの「FANSHIP for ミニアプリ」とは、アイリッジが提供するファン育成プラットフォーム「FANSHIP」の機能を活用した LINE ミニアプリ開発プラットフォームです。会員証機能やクーポン機能を持つ LINE ミニアプリを短期間かつ安価に開発可能で、店頭顧客への手軽なオンラインタッチポイントを持ちたい企業向けに展開しています。

<https://fanship.jp/miniapp/>

FANSHIP（ファンシップ）とは

「FANSHIP」は、顧客を優良顧客へと育成し売上・利益を最大化するファン育成プラットフォームです。顧客のオンライン行動履歴やオフライン行動履歴、CRMデータを取得・分析して結び付きの強さ（ファンレベル）ごとにセグメンテーションし、自社アプリや LINE などの外部プラットフォームを通じたコミュニケーションが行えます。リテール業界や、メガバンクをはじめとする金融業界、MaaS 関連企業を中心にさまざまな業界の 300 アプリ以上に導入されています。

<https://www.fanship.jp/>

株式会社アイリッジ

株式会社アイリッジは、「Tech Tomorrow：テクノロジーを活用して、わたしたちがつくった新しいサービスで、昨日よりも便利な生活を創る。」という理念のもと、スマートフォンアプリを活用した企業の OMO（Online Merges with Offline）支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、VUI（音声インターフェース）、業務支援等、幅広い領域で DX を支援しています。OMO 支援ではアプリの企画・開発における業界トップクラスの実績に加え、アプリマーケティングにも強みを持ち、データに基づく施策でユーザーを優良顧客へと育成するファン育成プラットフォーム「FANSHIP」を通じて、購買促進や CX 改善の支援を行っています。

<https://iridge.jp/>

※記載されている各社の会社名、サービス名、製品名等は、各社の登録商標または商標です。