

注目企業② 株式会社まぐクリック

「まぐまぐ」を使ったメール広告の本格プレーヤー 新しいタイプのインターネットポータル構築を目指す

メール広告が注目される理由

富士通総合研究所が1999年9月に実施した「インターネットショッピング調査」によると、ショッピング経験者の中でメールマガジンでショップを見つけた人が20.6%に対し、バナー広告と答えた人はわずか1.8%に留まった。また、ショップオーナーの52.1%が今後のプロモーションにメール広告を選択している。

この理由としては、メール広告はバナー広告に比べて表現力が乏しい分、上記の数字を見てもわかるように、確実に興味のあるユーザーだけがサイトに行くことにある。また、メール広告は登録者に配信するという性格上、ターゲットマーケティングに適している。たとえば、「世田谷区在住の30代男性で、最近外車の情報を収集している層」という具合に、理論上One to Oneマーケティングが実現できる。

さらに、日本は欧米に比べ携帯電話からのユーザーが圧倒的に多く、メールが生活に密着したコミュニケーションツールとして確立されている。このような環境もメール広告の価値を高めている大きな要因といえよう。

まぐまぐ専門の広告会社登場

「まぐまぐ」は1997年1月のサイト開設以来、メールマガジンポータルのデファクトスタンダードとして、多くのインターネットユーザーに支持されてきた。

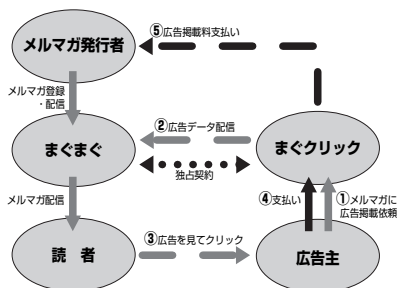


図1 まぐクリックのビジネスモデル

2000年4月1日現在の登録メールマガジン総数1万3137誌、月間の発行総数は1億5381万部にのぼり、現在も毎月1000万部以上のペースで伸び続けている（読者数については資料2-5-11参照のこと）。

一方、株式会社まぐクリックは1999年9月8日に設立され、同12月にまぐまぐで配信されるメールマガジンに広告を挿入するサービスを開始した。以来、業績は順調に推移し、月間の広告配信数は2億1511万件に達している（2000年3月月間）。現在展開している広告商品は以下の通りである（資料2-5-12）。

まぐクリックでは、これらに加えさらにセグメントを強化した商品群をリリースする準備をしている。また、まぐまぐを利用していないメールマガジンや、携帯電話向けメールにも広告挿入ができるようにシステム開発を進めている。

まぐクリックの将来

そう遠くない将来、幼児以外のすべての人がインターネットの直接的な利用者になるのは確実である。

また、ほとんどの有力なウェブサイトがメールマガジンを発行することになることも確実であろう。なぜなら、サイトにとって、メールマガジンは会報誌やDM、折り込みチラシや電車の中吊りの要素を兼ね備えた媒体として最も有効だからだ。

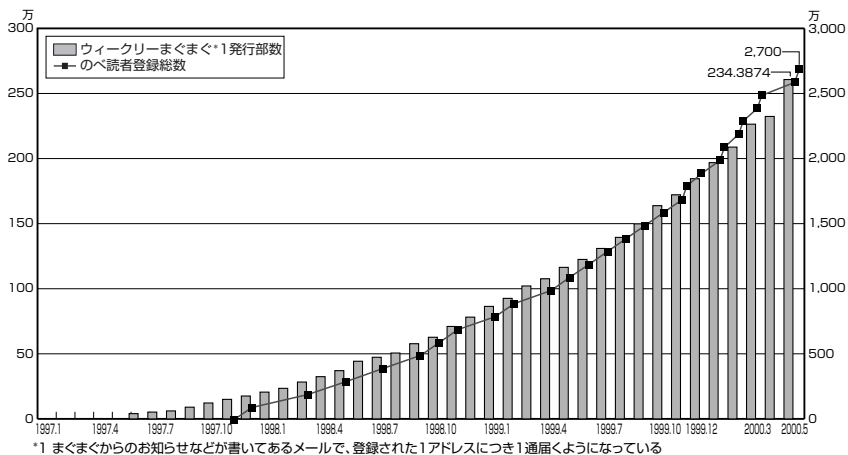
そうなればメールマガジンそのものがサイトへの誘導（ポータル）になる。まぐクリックは主としてメールマガジンというツールを駆使して、新しいタイプのインターネットポータルを作ろうとしている。

（西山裕之 株式会社まぐクリック代表取締役社長）

企業データ

1. URL : <http://www.magclick.co.jp>
2. 設立 : 1999年9月
3. 資本金 : 4億3500万円
4. 従業員数 : 11名

資料2-5-11 ウィークリーまぐまぐ発行部数とのべ読者登録総数の推移



資料2-5-12 まぐクリックの提供する5つの広告商品

商品名	特性	価格帯
ウィークリーまぐまぐヘッダー	230万部発行の最大規模メルマガ	0.9円/1通
ウィークリーまぐまぐ広告伝言板	15行の記事風広告	0.45円/1通
ヘッダーローテーション	ブロードリーチ型	0.9~1.5円/1通
カテゴリーボンバー	マガジンカテゴリーセグメント型	2~6円/1通
クリックチャージ	クリック保証型	110~140円/1クリック



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp