

メールマガジン②

有料マガジンは専門情報に特化して生き残り オプトインメールや携帯向けなど新たな動き始まる

最近のメールマガジンを巡る動きとしては主に以下のものがあった。

無料メールマガジンと広告

メールマガジン無料配信サービスから発行される個人の無料メールマガジンにも広告が載るようになった。「まぐクリック」や「サイバーエージェント」などが導入しているクリック保証型の広告サービスである（P.132～133参照）。しかし個人で運営する無料メールマガジンは媒体として大小さまざまなものがあるため、大きな収益を上げるのは大変そうだ。

一方、広告がメールとなるオプトインメールという新しい広告形態も出てきた。オプトインメールはDM（ダイレクトメール）の一種で、ユーザーが好みのカテゴリを選んで登録すると、それに一致した情報が送られてくるもの。多くのジャンルから選べたり、エンターテインメント性や双方向性を持たせたりと、メールマガジンに近い性質のものもある（資料2-4-10）。

有料メールマガジンの行方

有料メールマガジンの無料化や、ウェ

ブ誘導型、つまりタイトルと見出しだけ載せた無料メールマガジンの発行といった動きが目立つ。ソフトバンクはかつて有料の「PC WEEK WIRE」などを発行していたが、現在では無料の「ZDNet Wire」に統合された。有料で発行されていた日経新聞の「Mail Cyber」も1999年に終了した。

しかし、インプレスや毎日新聞、日経BPなどでは、依然有料メールマガジンを発行しているし、既存大手出版社以外でも、マーケティング関連の「JNEWS」^{Jump01}や、アウトバンの「週刊新語情報」^{Jump02}、バガボンド^{Jump03}の各種メールマガジンなどが有料で発行されている。

このほかには市場リサーチ会社が定期的に調査結果をメールで提供するニュースレター的サービスなど、目的のはっきりした、専門性と必要性の高いものが有料サービスとして残っていきと思われる。

企業向け発行サービス登場

昔からメールマガジンは企業の宣伝や顧客サービスとして発行されていた。店舗やオンラインショップからの新製品情報のお知らせや顧客のアフターサポートとしての情報提供、企業のPR誌などである。

最近こうした企業メールマガジン専門のメールマガジン発行サービスが出てきた。これらは面倒な読者管理などを有料でアウトソーシングサービスとして提供してくれる（資料2-4-11）。

また、楽天市場^{Jump04}などのオンラインショッピングモールでは、テナント向けに顧客へのメールマガジンの配送サービスを用意しているところもある。

携帯/PHSとメールマガジン

1999年は、iモードが登場し、それを含む携帯/PHSからのインターネット利用が爆発的に伸びた年でもある。それにとまって、携帯/PHS向けのメールマガジンも一気に増えた。

表示や容量などの点では不利だが、ワンポイントのデータを即時に送信したり、友達感覚の一言メッセージを配送したりなど、携帯/PHS向けのメールマガジンの可能性は広そうだ。

ポータルサイトとの融合

ポータルサイトの競争の中で、サービスの1つとしてメールマガジンの「入り口」を提供するところが出てきた。「goo」は「目的検索」の一環としてまぐまぐのメールマガジン検索を提供している^{Jump05}。リクルートの「ISIZE」でも、「ISIZE MAGA」^{Jump06}として同様のサービスを提供。So-netでは、まぐまぐの新着情報を元にした「新着メルマガレビュー」^{Jump07}を提供している。

（高橋正和 INTERNET Watch編集部）

資料2-4-10 日本の主なオプトインメールサービス

| 名称 | URL | 運営会社 |
|-----------|------------------------------------------|--------------|
| iMi ネット | http://www.imi.ne.jp | 富士通 |
| Info@Mail | http://www.infomail.ne.jp | ガーラ |
| Mailin | http://www.mailin.ne.jp | サイバーエージェント |
| Vmail | http://www.vmail.ne.jp | ネットエイジ |
| お知らせメール | http://www.mailnews.com | メールニュース |
| ナビプラス | http://www.nttnavi.co.jp/navi/navi_f.htm | NTTナビスベース |
| ポイントメール | http://www.pointmail.co.jp | 第一通信 |
| 貯め～る | http://www.ta-mail.ne.jp | アクシーズ・ネットワーク |

出所 高橋正和が作成

資料2-4-11 主な企業向け有料配信サービス

| 名称 | URL | 運営会社 |
|----------------------|------------------------------|--------|
| Pubzine アウトソーシングサービス | http://www.pubzine.com/corp/ | ソニー |
| アウトババン | http://www.tricorn.net | トライコーン |

出所 高橋正和が作成

^{Jump01} <http://www.jnews.com>

^{Jump02} <http://www.mmjp.or.jp/autobahn/shingo/>

^{Jump03} <http://www.vagabond.co.jp>

^{Jump04} <http://www.rakuten.co.jp>

^{Jump05} <http://channel.goo.ne.jp/tool/mag2/>

^{Jump06} <http://www.isize.com/maga/>

^{Jump07} <http://www.so-net.ne.jp/lucky/contents/mailmaga.html/>



[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