

ウェブが「見に来てもらう」プル型のメディアであるのに対し、メールによるアプローチは「配達する」プッシュ型であるといえる。クリエイティブ面での制限はあるものの、ウェブに比べて発信能力が高く、またワン・トゥー・ワンの対応もとりやすいので、よりパーソナルなコミュニケーションが可能である。2000年においては、以前から定着していた「メール広告」に、急成長した「オプトインメール」、さらにCRMにおけるEメールの活用まで、マーケティング活動全般におけるEメールの利用範囲が急激に広がった感がある。

メール広告

メール広告は、低コストで利用できるインターネット広告として、バナー広告とともに広く定着している。

メール広告の最も一般的な形態が「5行広告」と呼ばれるもので、メールマガジンの中に挿入される5行程度のテキストが広告スペースとして利用される。5行広告はテキストのみで構成しなければならないという視覚的な制限があるが、より多くのクリックを誘発するために、アスキーアート（絵文字）を使ったさまざまな工夫がなされている。また、広告スペースに関しても、5行にとどまらず、数十行におよぶ記事型のものも活用されている。

さらに、メールアカウントやメーリングリストのシステムを無料で提供するかわりに、利用されるメールの末尾に広告を挿入するなど、個人向けASPサービスの中にメール広告を取り入れる手法も登場している。

オプトインメール

メール広告において訴求対象者を決め

る場合には、従来の広告手法と同じく媒体コンセプト・読者特性によって行われる。また情報量は広告スペースの大きさに限定されている。

これに対し、より綿密なターゲティングに基づき、より多くの情報を配信したいというニーズに応える形で生まれたのがオプトインメールである。オプトインとは「同意に基づいて」という意味である。Eメールによるダイレクトメールを行う場合、配信対象者から事前に「メール配信を行ってよい」という許諾（パーミッション）を必ず得なければならない。この考えに基づいたダイレクトEメールはすべてオプトインだが、一般的に「オプトインメール」と言えば、専用のデータベースと配信システムを持つ専門業者による、消費者へのEメール情報提供サービスを指す。つまりEメールによるダイレクトメール発送代行サービスである。

オプトインメールの運営会社は、あらかじめ複数のテーマを設定する。たとえばマンションを購入したいと考えている人は、メールアドレスやさまざまなパーソナルデータとともに「住宅」というテーマを選択して登録する。住宅関連企業はテーマ「住宅」に関心のある消費者に対して広告メールを送るように（配信数を指定した上で）配信をオーダーする。こうして企業からの情報がEメールの形で消費者に送られる。

もともと興味がある分野の情報が送られてくるのだから、通常のメール広告に比べても反応率が高いのが特徴である。また5行広告と違い、メールの文面すべてを自社の情報提供のために利用することができる。メール広告に比べてHTMLメールの利用も盛んだ。

日本での代表的なサービス事例としては富士通が運営する「imiネット」やアルトビジョンの「Vmail」、エルゴ・ブレインズ

の「DEメール」などがあり、ほかにも数多くのオプトインメール専門会社がサービスを提供している。最近このオプトインメール市場への新規参入が相次ぎ、競争も激化している。

いかに開封させるかが今後の課題

上記の「メール広告」「オプトインメール」は、いわば他社のデータベースに依存したメールによる情報配信であるが、今後ますます盛んになるのは、自社の顧客データベースに基づく、CRMツールとしてのEメール配信だろう。

さらにiモードに代表される携帯電話端末に対するメール配信も急激に増えつつある。特に店頭で使用できるクーポンの送付など、クリック&モルタル的な活用は今後ますます広がるだろう。

また、メールウイルスや配信事故などのリスクを回避し、設備投資を抑えるために、メール配信やデータベース管理を専門に扱うアウトソーシング業者も現れ、一部では盛んに利用されている。

ただ当然のことながら、このようにマーケティングにおけるEメール活用が一般化すればするほど、企業から受け取る1人あたりのメールの量は増加し、1通のEメールが発揮する効力の相対的な低下は免れ得ない。

新聞と雑誌とダイレクトメールで溢れかえったメールボックスから、いかにして、自社のメールを開封させ、読んでもらうか。消費者のメールボックスを舞台とした企業間競争は、今後さらに激化していくことが予測される。

(四家正紀 株式会社インプレスコミュニケーションズ)

Jump01 www.imi.ne.jp
www.vmail.ne.jp
www.demail.ne.jp/ad/



[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