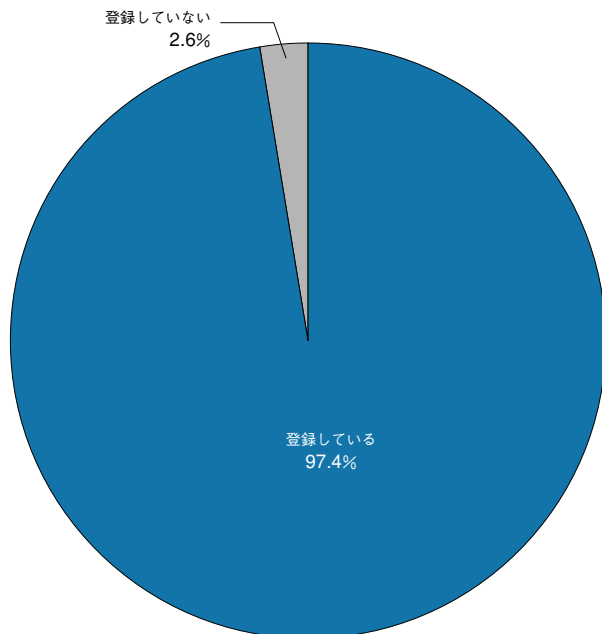


メールマガジン

メールメディアの登録率は97.4%

資料2-6-18 メールメディアの受信登録有無 N=3,350

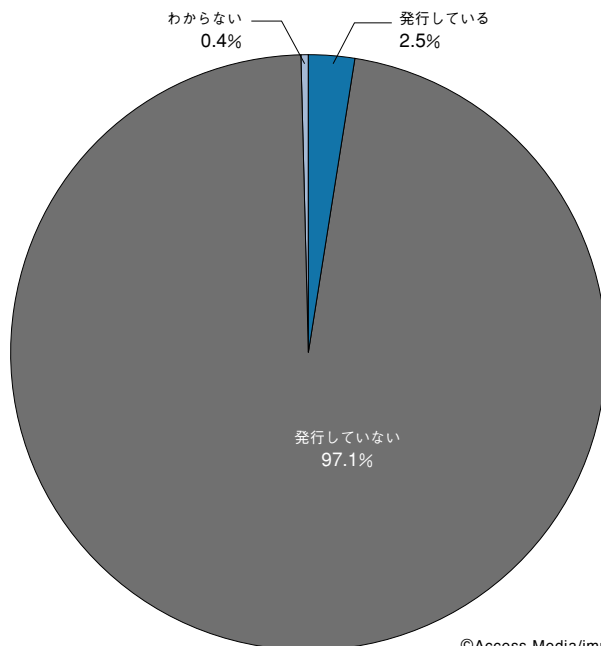


©Access Media/impress,2004

メールマガジン、情報メール、広告メールといったメールメディアの登録率は、97.4%であった。今回の調査対象者は、メールマガジン、情報メールを登録している回答者にアンケートを行っているため、高い登録率であるのは当然の結果であることに留意されたい。

個人のメールマガジンの発行率はわずか2.5%

資料2-6-19 自分のメールマガジンの発行有無 N=3,350



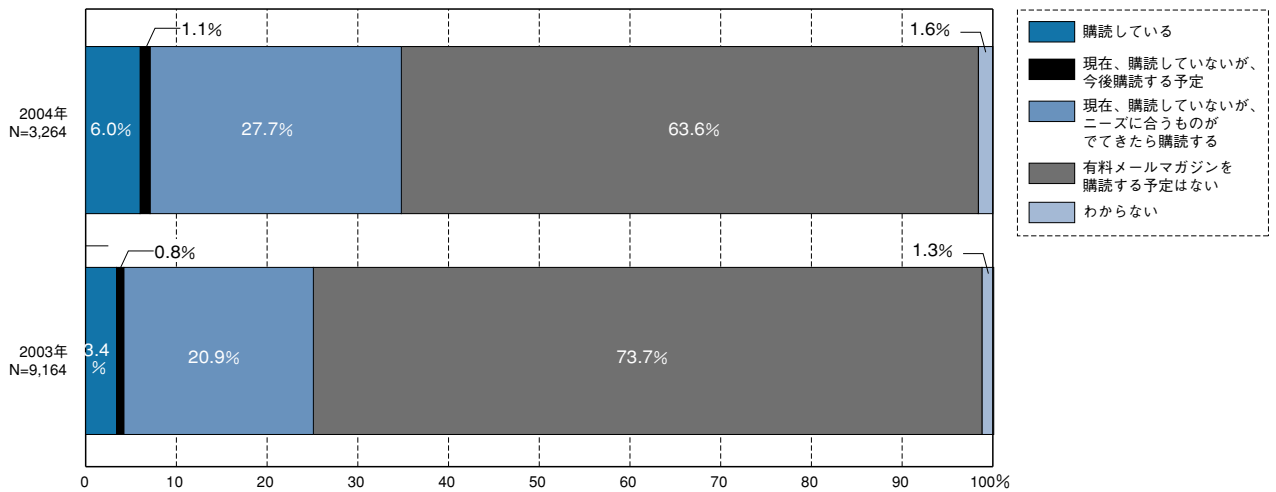
©Access Media/impress,2004

自分でメールマガジンを発行している率は2.5%と、一部の利用者にも受け入れられている個人情報発信方法である。年代別では10代、20代の若年層がメールマガジンを発行している率が高い。

メールマガジン

有料メールマガジンの登録は6%、ニーズの合致が重要

資料2-6-20 有料メールマガジンの購読有無 (2003年-2004年)

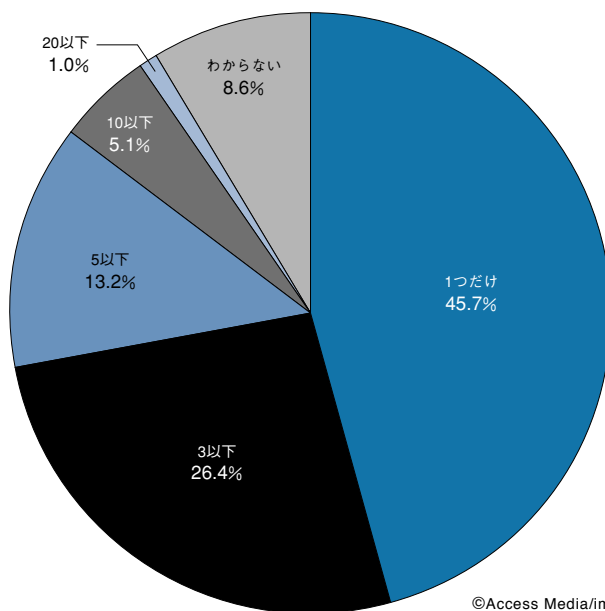


©Access Media/impress,2004

2004年は、メールメディアに登録している3,264サンプルに対して聞いているため、全員を対象としている2003年の結果と比較すると若干高くなっているが、メールマガジンの登録率自体はほぼ全員であることから、さほど影響は受けていないと思われる。有料メールマガジンへ登録させるためには利用者のニーズに合致したものが重要である。

有料メールマガジンは複数登録が増加傾向に

資料2-6-21 有料メールマガジンの購読数 N = 197



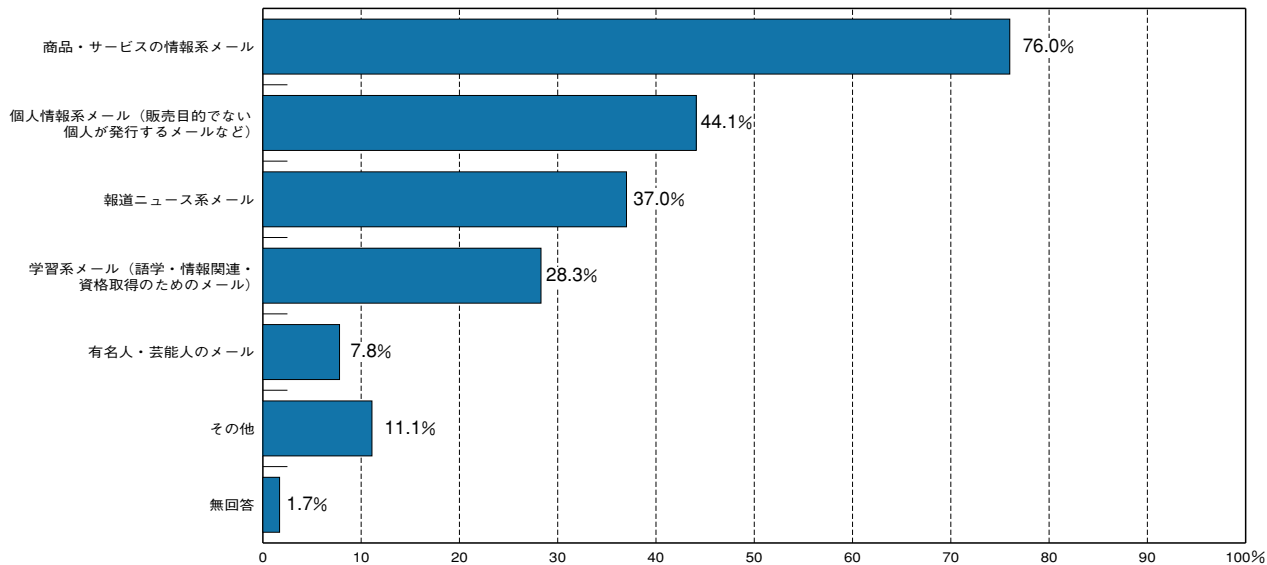
©Access Media/impress,2004

有料メールマガジン購読者197サンプルに対して購読数を聞いた結果、「1つだけ」が45.7%で最も多く、「3以下」が26.4%と続く。昨年の65.1%と比較すると「1つだけ」(45.7%)の比率が減少し、複数購読率にシフトされる傾向が見られる。自分のニーズに合うメールマガジンを選択できる利用者が徐々に増加している傾向が伺える。

メールマガジン

76%が購入につながる情報系メールに登録

資料2-6-22 受信登録しているメールマガジンのジャンル N=3,264

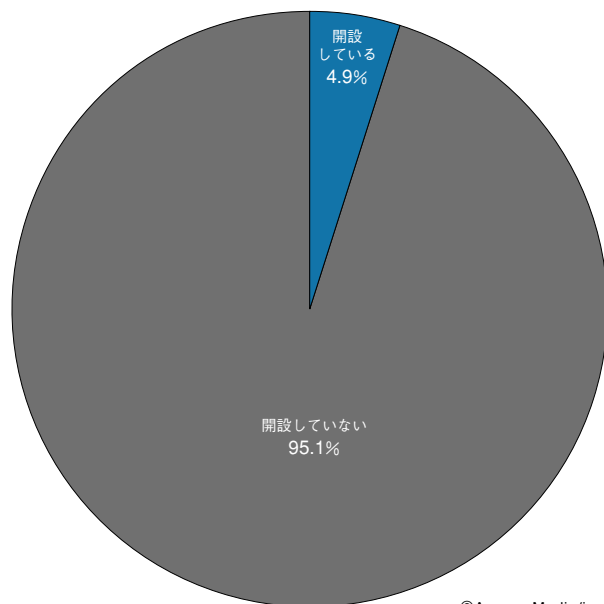


©Access Media/impress,2004

メールマガジンを登録している3,264サンプルに対してその登録ジャンルを聞いた結果、「商品・サービスの情報系メール」（76.0%）が最も多い。利用者は、ニュースや学習メールよりも、購入につながる商品・サービスの情報メールを登録していることがわかる。一方、配信側も受信者のメール受信数の多さなどからわかるように、販促、広告ツールとしてメールマガジンを大いに利用していることが推測できる。

メールリスト開設は4.9%、仕組みの不理解が足かせか

資料2-6-23 メールリストの開設有無 N=3,350



©Access Media/impress,2004

自らメールリストを開設し、管理しているインターネットユーザーは、4.9%と少数である。現在メールリストには無料、有料と多彩な方法でのサービス提供が見られる。メールリストの開設率が低いことから、自分で情報発信することに消極的であり、多数のメールに対応する余裕がない、またメールリストの仕組みを理解していないことなどが推測される。



[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