

いま最新の話題を熱く検証!

プロダクト&サービス

Hot Assets

3

収益アップにつなげよう! 機能満載のメール配信ASPサービス

text : 西田徹

Eメールマーケティング研究所 所長
(<http://www.emm-i.com>)
主な著書:『Eメールマーケティングで
売上を100倍伸ばす方法』(日経BP
社)『ここまで来た!モバイルマーケ
ティング進化論』(日経BP企画)

インターネットを利用したメール配信で収益アップをめざす企業が増えている。たとえばショッピングサイトでは、どんなにすばらしいウェブを作っても、メールを出さないと売れない。楽天の店長たちは、これを「ウェブ:メール=2:8の鉄則」と呼んでいる。「店舗運営の労力の8割をメールに当てる」という意味である。また、メールとリアルとの連動も盛んだ。具体的にはメールでクーポンを送り、来店を促進したりする。また高コストが悩みだった郵便ダイレクトメール(DM)は、次々に電子メールによるDMに置き換わってきている。

メールを本格的に活用するには、当然、その配信の仕組みが必要だ。今回は特に、メール配信ASPの4サービスを徹底比較してみた。



機動力のあるメール配信ASPを活用したい



高機能で 月額数万円

メール配信システムは基本的に次の3つに分類できる。

1つ目はPCにインストールして使用するアプリケーションソフト。費用の目安は1万円程度。1000件ぐらいまでの同報配信が可能だが、本質的にはOutlook Expressなどのメールソフトと変わらないものだ。

2つ目はASP。サーバーに設置されたアプリケーションをインターネット経由で利用するもので、大規模かつ高機能なメール配信システムをウェブインターフェイスを通して部分借りすることになる。費用の目安は初期費用数万円~10万円、月額費用は数万円である。

3つ目は自社サーバーへの導入ソフト。

機能的には前述のASPと同等だが、完全に自社が保有する形態である。数百万円のコストが必要となる。

今回は、月に数万円から数十万円の費用で利用できるメール配信ASPについて取り上げてみた。

それでは、ASPの得意とするところはどこだろう? メール配信ASPを使うと1000件、1万件ばかりか、通常、1時間当たり10万件程度は配信できるのだ。



One To Oneの メール配信にはぴったり

ASPを使う目的は大量配信だけではない。読者の属性情報に応じて、1人1人にぴったりの内容を自動生成することが可能だ(One To One コンテンツ機能)。読者の氏名をメールの冒頭に差し込むだけに

とどまらず、「性別」「年齢」「居住地」「購買履歴」などに応じて、メール本文の段落をブロックごとに差し替えることもできる。

「過去にワインを購入した顧客にはワインのエッセーを」「日本酒を購入した顧客には日本酒のエッセーを」といったように活用できるのだ。

また、個人ごとに異なるタイミングでメールを送ることも重要な要素だ(One To One タイミング機能)。

たとえば、保険のセールで既存客にメールでの囲い込みを行う際、「ご契約から1か月が経ちました。いかがお過ごしですか。」といったメールを送ることがある。この場合、メール配信データベースの「契約日」を参照し、「7月10日に契約した顧客には8月10日に」「8月18日に契約した顧客には9月18日に」自動でメールを送信できる。

今月の製品一覧(メール配信ASP)

サービス名	AltoBase SPOT	Wing Mailer	
会社名	株式会社アルトビジョン	有限会社エクストラジャパン	
URL	http://www.altovision.co.jp/	http://www.wingmailer.com/	
料金体系	初期費用 月額 (60000アドレスまで掲載)	なし 基本料金2万円 + 1通1円(基本料金は配信があった月のみ)、 解約による基本料金の返金なし	10,000円。開通設定料のみ ~ 10000アドレス: 6,500円/~ 20000アドレス: 13,000円/ ~ 30000アドレス: 19,500円/~ 40000アドレス: 26,000円/ ~ 50000アドレス: 32,500円
	最低契約期間 月額計算方法	3か月 配信したメール合計数に応じて課金。基本料金あり。電話料金 と似た体系	2か月 サーバーに置く顧客データ数(メールアドレス数)に応じて課 金。1日2回までの配信制限
データベース(DB)構築機能	DB項目数	配信するメールに差し込むフィールドを99まで設定可	8項目...メールアドレス + 7つの自由項目(名前 + 会社名 + 都 道府県 + 都市 + 電話番号 + FAX番号 + 性別など)
	登録画面作成機能	x DB機能、登録画面機能はAltoBase ASPにて提供	専用のフォームタグを用意。契約者側のホームページに簡単 に設置可能
メール配信機能	配信速度	450通 ~ 50万通/時間まで指定可	1万件/10分
	エラーメール処理	1通ごとの配信ステータスコードを記録(配信ログ)。管理画面か らのダウンロードが可能	過去3回の配信にさかのぼったエラーメール管理(エラーメールの抽 出、ダウンロード、削除)
	One To One コンテンツ	差し込め 差し替え	(設定した自由項目の内容を差し込み可能) (1か所のみ)
	絞り込み配信	x (AltoBase ASPでは)	(設定した自由項目の文字列で絞り込み可能)
	One To One タイミング	静的タイミング 動的タイミング	x x
読者インターフェイス機能	HTMLメール対応	x	x
	SSL	x (AltoBase ASPでは)	x
	ダブルオプトイン	x	x
	ワンクリック・オプトアウト	x	x
	個人情報変更	x (AltoBase ASPでは)	x
アンケート機能	画面遷移	x	x
	マイページ	x	x
	回答に応じた次回送信	x	x
トラッキング機能(回答分析)	クリックカウント	x	擬似的に可。URLがクリックされた回数を把握(個人ごとの クリック行動は把握不可)。5URLまで
	クリックカウント結果と連動した 絞り込み配信	クリックログデータを再度アップロードすることにより対応可能 (AltoBase ASPでは x)	x
	HTMLメール開封カウント	x	x
	レポート作成機能	x	x
アップロード・ダウンロード機能 セキュリティ	速度	1000万アドレス/分(100Mbps回線時)	非公開
	プロトコル	SSL(HTTPS)	HTTP経由
	ファイアウォール	(外部機関による監査を定期的実施)	
	IDS(侵入検知システム) 運用面(プライバシーマーク、トラストeなど)	x プライバシーマーク取得申請中	x

* AltoBase | ASPはスポット型でないサービス

サービス名	アウトバーン	スパイラル	
会社名	トライコム株式会社	株式会社パイブピッツ	
URL	http://www.tricom.net/	http://www.pi-pe.co.jp/	
料金体系	初期費用 月額 (60000アドレスまで掲載)	100,000円。開通設定料 + 運用コンサルテーション、導入サポート、導入後サポート ~ 10000アドレス: 50,000円/~ 20000アドレス: 100,000円/ ~ 40000アドレス: 150,000円/~ 60000アドレス: 200,000円	100,000円。開通設定料 + 導入サポート、初期DB設計 ~ 5000アドレス: 25,000円/~ 30000アドレス: 125,000円/ ~ 10000アドレス: 50,000円/~ 40000アドレス: 150,000円/ ~ 15000アドレス: 75,000円/~ 50000アドレス: 175,000円/ ~ 20000アドレス: 100,000円/~ 60000アドレス: 200,000円
	最低契約期間 月額計算方法	6か月 システムに登録された顧客データ数(メールアドレス数)に応じて 課金。配信回数無制限	3か月 DBに格納する顧客データ数に応じて課金。配信件数無制 限
データベース(DB)構築機能	DB項目数	標準項目...9項目(メールアドレス、姓名(漢字・かな)、電話番号、 郵便番号、性別、生年月日、未既婚、都道府県など)	最大150項目。デフォルトで10までDBテーブル利用可能。す べての項目についてデータ型を自由に設定可能
	登録画面作成機能	データベースの設定項目と連動した画面が自動的に生成	テンプレート画面自動出力機能。HTMLは完全に自由に 編集可能。スタイルシート、JavaScript使用可能
メール配信機能	配信速度	約30万通以上/時間	約12万通/時間(配信待ち行列最小化モード)
	エラーメール処理	システムで把握してデータベースを自動更新。エラー数に基 づいた自動削除も可能	エラーの種類、回数情報をDBに自動反映。非配信対象 とするエラー回数は任意に設定可能
	One To One コンテンツ	無制限 無制限	無制限 20か所まで
	絞り込み配信	DB項目すべてにおいて可能	DB項目すべてにおいて可能(長文テキストを格納する型は除く)
	One To One タイミング	静的タイミング 動的タイミング	One To Oneコンテンツとの組み合わせ可 One To Oneコンテンツとの組み合わせ可
読者インターフェイス機能	HTMLメール対応	x	x
	SSL	標準装備	標準装備
	ダブルオプトイン	x	x
	ワンクリック・オプトアウト	x	x
	個人情報変更	x	x
アンケート機能	画面遷移	x	条件分岐可能
	マイページ	x	x
	回答に応じた次回送信	x	動的タイミングへの連動も可
トラッキング機能(回答分析)	クリックカウント	x	x
	クリックカウント結果と連動した 絞り込み配信	x	動的タイミングへの連動も可
	HTMLメール開封カウント	x	x
	レポート作成機能	x	x
アップロード・ダウンロード機能 セキュリティ	速度	10万アドレス/10分程度(8Mbps回線時)	3 ~ 5万アドレス/分(128kbps回線時)
	プロトコル	HTTP経由(SSL対応)	HTTPS経由圧縮転送または独自暗号化プロトコルによる圧縮転送
	ファイアウォール	x	x
	IDS(侵入検知システム) 運用面(プライバシーマーク、トラストeなど)	x プライバシーマーク取得	x プライバシーマーク取得

【用語解説】 差し込み: メール本文に氏名など差し込むこと。 差し替え: メール本文の一段落ごと、読者の属性によって差し替えること。 静的タイミング: 誕生日などの変化しないタイミングを基点としたメールを自動配信すること。 動的タイミング: 契約日、資料請求日、最終来店日などの動的なタイミングを基点として、それをフォローするメールを自動配信すること。 ダブルオプトイン: メールマガジンの申し込み登録を避けるため、読者本人に確認メールが一度行
き、そこでの登録URLをクリックしてはじめて登録が完了する仕組み。 ワンクリック・オプトアウト: メール内に記述された購読解除URLをクリックするだけで、解除できる仕組み。 URLは個人ごとにユニークなIDが挿入されることによ
って可能。 画面遷移: 一連のアンケート回答の際、その回答内容に応じて異なるアンケート画面へと分岐する方法。 マイページ: メールに記載されたマイページへのURLをクリックすると読者個人用のページに飛ぶ仕組み。



クリックカウントで読者の嗜好を分析

ウェブにログ解析があるように、メール配信でも同様なことができる。具体的には、メールの本文に記述されたURLにユニークなIDを挿入し、読者ごとのクリックの有無を測定するもので、「クリックカウント」と呼ばれる機能である。

通常のURLでは、読者の反応総数はわかっても誰が反応して誰が反応しなかったのかまではわからない。「クリックカウント」を導入すると、個人ごとの反応の有無が判明し、メールの読者が何に興味を持っているのか正確な数を把握できる。たとえば、ワインと日本酒のコンテンツで構成された酒店からのメールを何回か送った後、ログ解析を行う。すると、次のように分類できるようになる。ワインコンテンツを主にクリックする「ワイン好き読者」、日本酒コンテンツを主にクリックする「日本酒好き読者」、両方を頻繁にクリックする「アルコール好き読者」、そしてクリックが極端に少ない「幽霊読者」である。この分類をしておけば、ワインの増刊号を「ワイン好き読者」と「アルコール好き読者」にだけ送るといったことが可能になるのだ。



メール配信ASPを徹底比較!



4サービスの徹底比較

メール配信ASPは数十社がサービスを提供していて選択に迷うところであるが、今回は月額数万円の投資で、5000件のメールマガジン(以下、メルマガ)を送ることを想定し、特徴的な4つのサービスを選択した。

定番中の定番のアウトバーン、プロ仕様のスパイラル、スポット利用に適したAltoBase|SPOT、ローコストながら一定の付加機能も備えたWing Mailerだ。



基本的な3ステップを徹底チェック

メール配信ASPの機能は極めて多岐にわたるので、

- ① 読者登録
- ② コンテンツ作成
- ③ 配信・分析

の3つのステップについて徹底比較してみた(図参照)。

メルマガを配信するには、まず読者の登録が必要である。

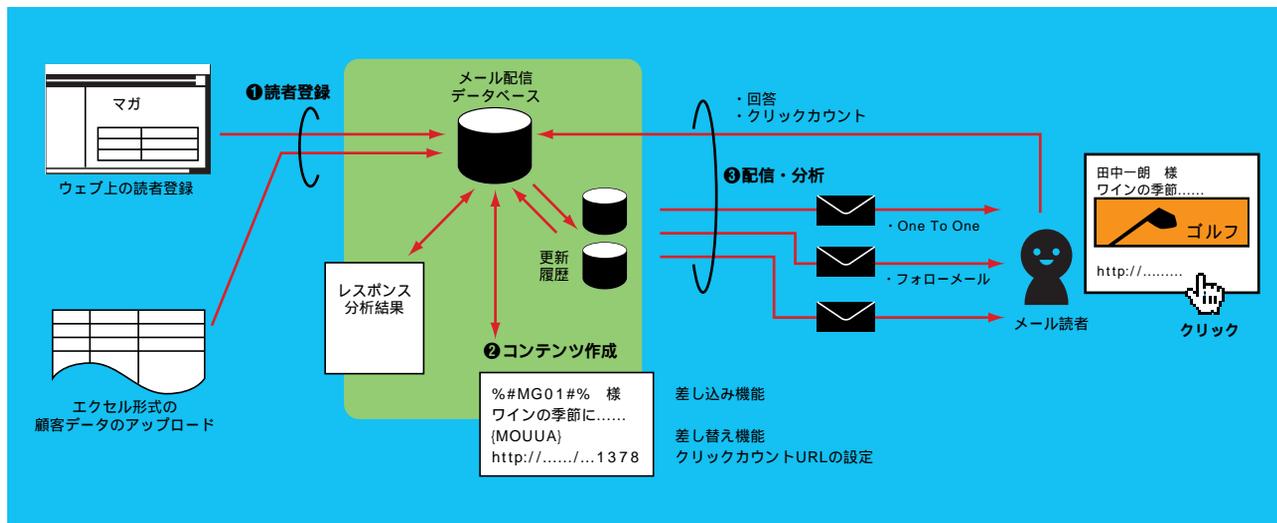
1つはウェブ上で読者が登録画面を使って登録する方法である。またもう1つの方法として、エクセルなどの顧客データをアップロードして登録できる。これらの2方法を試してみた。

コンテンツ作成については、テキスト形式の文章に、「田中一郎様」といった名前の差し込みや男女別にコンテンツの内容を段落ごとに差し替えるを行った。さらに、メールから誘導するURLをクリックカウントを設定して、読者ごとの反応履歴の取得を試みた。

配信については、配信する際にミスを防ぐ仕組みを確認してみた。これは意外と重要なことなのである。メールの場合はいったん配信ボタンを押してしまえば、誤記のあったメールが全員に送られてしまうというリスクがあるからだ。

さらに、配信の結果得られる各種データを分析する機能についても確認してみた。これは、今後の活用のためのノウハウ蓄積として必要なステップなのだ。

メール配信サービスの大きなステップ



Rating ポイント

1

読者登録

「登録画面」が自動的にできる アウトバーン

アウトバーンではウェブ上で読者を登録するというのが基本的発想だ。もちろん、これはデータベースを設計していることと同義でもある。1つのデータベースに対しては3種類まで異なる登録画面「公開シート」を作成できるようになっている。登録項目は、一般的に使われるメールアドレス、姓名(漢字)、姓名(かな)、性別、電話番号、郵便番号、生年月日、都道府県、未既婚などがデフォルトで用意されている。設定が終了すると、自動的に登録画面ができてあがる仕組みである。

データファイルをアップロードする場合は、エクセル形式ではなくTSV(タブ区切り)に変更しておく必要がある。アップロード画面に「メールアドレス」「姓(漢字)」「名(漢字)」「性別」といった具合にデータベースの構造を確認する表示が出るのが嬉しい。また、アップロードを実施する直前に、この順番にデータが並んでいるかどうかを確認する「最

初の10行と項目順を確認」というボタンも便利だ。

「データベース設計」の スパイラル

スパイラルの場合はデータベースを設定するという設計思想で、性別、都道府県といったフィールドをまず作成する。そしてそれらのうち何を選び、どのような順番にするかの作業を「データベースの新規作成」で行う。データベースは10個まで発行可能。スパイラルは基本的にプロ仕様なので、データベースの知識のない人には、この作業中に意味不明な文言が画面に並び、心理的抵抗を覚えるかもしれない。しかし、1個目のデータベース作成に関しては設計サポートが得られ、その料金は初期費用に含まれている。

登録フォームに関しては、リモート登録が基本だ。サービスを利用するユーザーのサーバー内に登録ページを作成し、そこへの登録情報がリモートでスパイラルのデータベースに格納されるというもの。登録ページのURLが自社のも

のでないと困る場合、登録ページの体裁に細かいルールがある場合に最適な機能だ。

データのアップロードはミスをなくすため慎重に設計されている。まず、タブ区切りファイルの1行目はスパイラルが発行したID付きのものを使用する。また、データをサーバーにアップロードする段階と、さらにそれをデータベースにインポートする段階は分かれていて、各段階での検査が行える。

登録画面設計に見る 各サービスの性格

AltoBase | SPOTは、あくまで不定期なスポット利用が目的なので、登録画面作成機能はないが、インポートするデータベースのフィールド数と形式を設定する必要があり、これがデータベース設計に相当する。CSV(カンマ区切り)もしくはTSV形式のファイルがアップロード可能である。

アップロードだけでなく、携帯3キャリアとPCのアドレスの4種類のアドレスに分かれて格納される機能が特徴的だ。

一方、Wing Mailerには、データベースという概念は表面上はない。後々、精緻なデータベースマーケティングを行うには不十分だが、そうでない場合はかえってこのスタイルが使いやすい。単に読者登録画面を作成すればよいのだ。

「指定タグの確認」というメニューで表示されている一連の 패턴のタグから、必要なものをコピー&ペーストして加工し、登録画面を作成する。ただし、この作業にはHTMLの基礎知識が必要になる。データのアップロードは、CSV形式のデータに対応している。



公開シートに項目を設定すると、自動的に「登録画面」が出てくる。「会員管理」を開くとこの登録画面の設定項目の詳細がわかる。

意外に操作が簡単！ スパイラル

スパイラルは本来プロ仕様だが、コンテンツ作成についての操作は「EXPRESS2」というメニューを使えば簡単にできる。コンテンツのセットアップから配信オペレーションまでの一連の手順をメルマガ配信スタンドに近い感覚で実行できる。

いよいよコンテンツ作成。まずメールヘッダー情報を設定した後(①)、ユーザー定義から差し込み記号を選択して、メール文面設定の画面にコピー&ペーストする(②)。スパイラルでは「%val:usr:name%」(氏名)や「%val:user:gendar%」(性別)などとなっている。「%val:usr:name% 様」とすれば実際には「田中一郎 様」などと表記されて配信される。

また、クリックカウントURLを設定するには、あらかじめURLを設定する必要がある。設定するとクリックカウントの差し込み記号一覧がメニューに表示される。そこから、対象となる記号を文中に差し込んでいく。たとえばワインのURLであ

れば「%url/http:cnt:wine%」だ(③、④)。ただし、「EXPRESS2」では男女別などの段落差し替えはサポートされてなく、「組み換えメッセージ」と呼ばれるメニューで行う。

差し込み・差し替え機能は問題なし

アウトバーンでは「差し込み記号一覧」という別画面を表示できる。また、性別などに応じて文章中に段落差し替えを行うには、まずは「コンテンツパーツ管理」というメニューで男性用と女性用の段落をあらかじめ作成しておく。コンテンツパーツを作成しておく、前述の「差し込み記号一覧」にコンテンツパーツの記号も表示されるようになる。「##\$CNT:1:##」という記号を差し込めば、それが性別に応じた段落となって配信された。クリックカウントについては「クリックカウント」メニューで設定する。

低価格のWing Mailerはどうだろう？段落差し替えは、「条件分岐による差し込み」というメニューで設定し(⑤)、メール配信画面に{MULTI}という記号を挿入

Rating ポイント 2 コンテンツ作成

すればよい(⑥)。ただし、文中の1か所にしか設定できない。Wing Mailerには厳密な意味でのクリックカウントの機能はないが、それぞれのURLの参照数をカウントすることはできる。これは「クリックリサーチ」というメニューで設定する。

スポット型のAltoBase | SPOTは、機能を絞り込んでいるため操作性は高い。それぞれのメニューでは操作すべきステップがあらかじめ画面上部に表示され、今自分がどこまでの操作が終了しているのが確認できる。差し込み記号のコピー&ペーストの部分は他の配信システムと同様である。段落の差し替えはできないが、スポット型でないAltoBase | ASPでは可能だ。特筆すべきはクリックカウント設定の容易さだ。メール本文中のURLが自動的に識別され、その横にチェックボックスが表示される。これにチェックするとクリックカウントを「取る」設定ができるのだ。

1

2

3

4

それぞれに該当する差し込み記号を埋め込んだコンテンツは③だが、実際に送付されるメールは④のようになる。

マニュアル不要の AltoBase | SPOT

もともとシンプルな設計なのでミスが起きにくいと思われるが、さらに工夫も見られる。メールの件名などの設定内容を入力するフィールドには、横に「例：11月号：キャンペーンのお知らせ」といった具合に例が示され、勘違いが防げる(7)。また、各種設定が終わってテスト配信を行わないかぎり、「本配信の予約」ボタンが表示されないようになっているので、慣れていないオペレーターがマニュアルなしで操作してもミス避けられるように設計されている。

配信速度を1時間あたり450通から50万通まで段階的に選択できるようになっており、受け側のサーバーへの過負荷による配信エラーを回避できるようになっているのが特徴的だ(8)。

分析ログに関しては、レポート形式ではなく「生ログ」の形でダウンロードされる。アクセスなどのデータベースソフトを使える人なら、かえてこちらのほう

が都合がよいとも言える(9)。

ミス撲滅のアウトバーン、分析重視のスパイラル

アウトバーンはテストメールが2度配信される。メール本文をアップロードする「文面管理」を終了した時点で1回、そして「配信管理」で配信予約をした時点でもう1回である。また、オペレーターの権限を細かく設定して「メール本文をセットする人」「配信ボタンをクリックする人」などの役割を分担して強制的にダブルチェックがかかるようにもできる。また、分析した結果を次回のメール配信に生かす機能もある。

スパイラルは分析を重視している。配信後、対象期間などの条件を指定するだけでクリックレポートが即座に作成さ

Rating ポイント 3

配信・分析

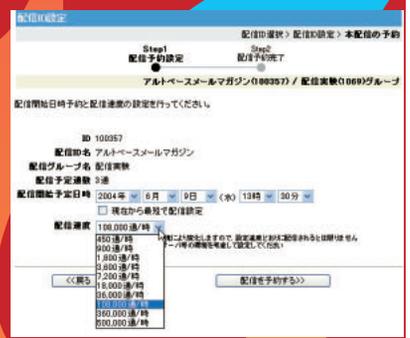
れる。また、HTMLメールの場合は開封ログのレポートも作成可能。また、個人ごとのメールへの反応履歴に応じて次号以降のメール配信を行う際、精緻に条件設定ができる。ただ、この際の手操作は直感的にわかりにくい。やはりプロ向きシステムと言えるだろう。

シンプルさと低価格が売り物のWing Mailerは、配信機能自体に特化している。ミス削減の工夫は特筆すべきものはない。分析ログと言えるものはあまりないが、前述したとおり、メールに記述したURLのクリック数は「クリックリサーチ」画面で表示できる。

7



8



5



6

段階差し替えは、「条件分岐による差し込み」メニューで設定。「項目4」が「男」ならという条件を決め、ボックス内に条件に対応する段落を記述する。

9



配信内容の確認(7)や配信速度選択(8)など、ステップごとに確認しながら着実に進めていく。

他にもいろいろ……

多種多様なメール配信ASP

メール配信ASPは他にもいろいろある。機能を絞り込んで低価格を売りにしているものから、高機能を追求しているものまでさまざま。また機能とひと口に言っても配信スピードが優れたもの、レポート機能機能が充実しているものなど多彩である。

分類	サービス名	会社名	URL	コメント
ハイエンド 標準的	DARTmail	ダブルクリック	http://www.doubleclick.ne.jp/	米国最大手のDARTmailの日本版
	PEOM	インデックスデジタル	http://www.mailstyle.com/	豊富なレポート機能が定評。操作性の高さと分析レポートに優れている
	PostBlitz	テイルバック	http://www.postblitz.net/	100万通/時という超高速配信
	Forecast	コムリンク	http://www.forcast.jp/	サイバーエージェントのメール配信ノウハウを凝縮
ローエンド	mail@EZ	テクノクロス	http://ezm.jp/	初期費用なし。1万アドレスまで月額1万円
	BRAVO! ECONOMY	フューチャースピリッツ	http://www.future-spirits.co.jp/economy/	6000アドレスまで月額3,500円という低価格
	める配くん	デライトフル	http://www.mhai.jp/	3000アドレスまで初期5,250円、月額2,079円
	CombzMail	コンビーズ	http://www.combzmil.jp/	初期費用1万円月額2,300円(トータル5万通まで)

番外編

PCソフトでも機能はASP並み エイジアの「WEB CAS PC版」

今年になって、まったく新しいカテゴリーの製品が現れた。それは、PCソフトでありながらもASPと同等の機能を備えたものだ。PCの高性能化とインターネットのブロードバンド化により、今や個人のPCでさえある種のサーバーとしての条件を満たしていることに着目したユニークな製品だ。今のところ製品として先行している「WEB CAS PC版」を試してみた。

機能と価格のグッドバランス

機能的には一般的なASPと比較して遜色ない。読者登録画面の機能がなかったことを除くと、ASPサービスでできることを網羅している。

最大の売りは価格面だ。1万件弱の

読者を想定した場合、高機能ASPであれば、初期費用10万円、月額5万円がかかる。WEB CAS PC版なら費用は購入時の約20万円だけなので、2か月で元がとれる計算となる。ちなみに、これは15万件までの配信が可能。

エクセルデータとの相性が

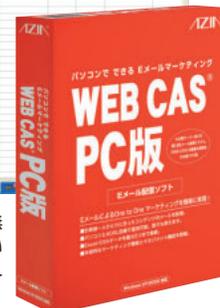
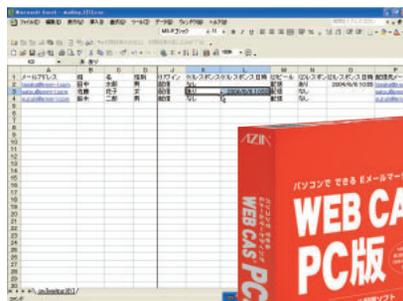
一般的に快適に利用できる操作性だが、PCをサーバー的に利用するという発想上、インストール時に1つだけハードルがある。それは、固定IPアドレスがない環境の場合、プロバイダーが提供する「ダイナミックDNSサービス」を利用する必要があることだ。この辺のネットワークに関する知識がない場合はインストールに手間取るだろう。

しかし、いったんインストールしてしまえばその後の操作は快適だ。特にエクセルとの相性がよい。指定されたフォルダーにメールアドレスなどの入った顧客データをエクセル形式で入れるだけで、それを自動的に認識する。顧客データベースを設計するという面倒なことを考える必要がない。

分析面でも同様にエクセルとの相性がよい。たとえば、読者1人1人のクリックカウントの履歴を取る際にも、クリックの有無が顧客データファイルの空いた列に自動的に挿入され、エクセルファイルとしてダウンロードできる。ちなみに添付ファイルを送ることができるのも、メール配信ASPにない設計思想である。

表 WEB CASの主な特徴

製品名	WEB CAS PC版	
会社名	エイジア	
URL	http://www.azia.jp	
料金体系	初期費用	207,900円
	月額費用	なし
読者登録	データアップロード	
	登録画面	×
配信機能	配信速度	最大1万通/時間
	配信数	15万件(3万件×5DB)
	オペレーターの権限設定	(最大5名)
	One To Oneコンテンツ	差し込み
		差し替え
	HTMLメール対応	
分析機能	フォローアップメール	
	分析レポートPDF出力	
	クリックカウントレポート	



読者1人1人のクリックの有無が、顧客データファイルの空いた列に自動的に挿入される、ユニークな設計。

「利用目的」は何か？ 最大の効果を狙おう

サービス選択の際には、次の3つの視点で考えるとよい。

1つ目は「メール配信でやりたいことが今固まっているのか」である。将来新しいニーズが発生しても対応できるように

システムをあらかじめ選んでおきたい場合は、最大公約数的な機能を用意しているアウトバーンがよいだろう。

2つ目は「コンテンツの配信自体が目的か、購買まで誘導するマーケティングが

目的か」である。前者なら機能を絞ったローコストなWing Mailerがよいし、後者をとことん突き詰めるならスパイラルにたどり着く。

3つ目は「配信の頻度」。月に何度も配信するなら固定料金の通常のASPがよいが、数か月に一度しか配信しないなら、スポット型のAltoBase | SPOTがおすすめだ。

AltoBase SPOT http://www.altovision.co.jp/ アルトビジョン	
機能性	スポット型という性質上、データベース関連の機能が極端に少ない。エクセル、アクセスなどのリテラシーが必要になる。一方、クリックカウントやオプトアウトなどの基本機能は他と遜色がない。また、モバイル関連には他にみられない先進的機能がある。配信速度を選べる機能もユニーク。
操作性	機能を絞り込んでいるため、操作性が極めて高い。メニューが一画面に表示され、それを順番に「つぶしてゆく」ことで最終的に配信ボタンが押せるようになる設計も使いやすい。一般的なITリテラシーのある人なら、マニュアルを参照しなくても操作画面を直感的に使える。
自動車に例えると	「レンタカー」常に保有せず、必要な時に利用し、その分だけの対価を支払う合理性を追求。
こんなユーザーにおすすめ	数か月ごとのキャンペーンなどで不定期にスポット配信を行うユーザー
おすすめ度	価格：🔥🔥🔥🔥🔥
	機能：🔥🔥🔥🔥🔥
	操作性：🔥🔥🔥🔥🔥

Wing Mailer http://www.wingmailer.com/ エクストラジャパン	
機能性	基礎的なメール配信機能をもっているで、コンテンツ配信自体が目的であれば満足がいく。一方、マーケティング目的には不十分。付加機能もいろいろあるが、数の制限があったり、他のASPには標準的なもの(たとえばフォローメールなど)がない。
操作性	機能を絞り込んでいるため、結果として操作性は高い。すべての機能が1画面に集約されているのも「これで全部」と安心できる。ただし、登録画面作成にHTMLの知識が必要な部分は初心者には使いづらい。また、複雑な操作をわかりやすく利用できるようにする工夫については改良の余地を感じる。
自動車に例えると	「軽自動車」ローコストで基本性能を満たしている。免許取り立ての初心者に向くし、上級者にとっても通勤や買い物程度ならこれで十分。
こんなユーザーにおすすめ	予算が限られている中でも、氏名差し込みなど基礎的な付加機能を利用したいユーザー
おすすめ度	価格：🔥🔥🔥🔥🔥
	機能：🔥🔥🔥🔥🔥
	操作性：🔥🔥🔥🔥🔥

アウトバーン http://www.tricorn.net/ トライコーン	
機能性	通常のメール配信で使用する機能は網羅。以前は特殊機能であった、HTMLメール開封カウント、件名への名前差し込みなどの機能も豊富に揃えている。ただし複雑に設計された顧客育成プランをメール+ウェブで実現するには不十分。
操作性	特殊な機能をあえて持たない設計であるため、操作性は全体的に高い。ただし、データベース設計に相当する「公開シート作成」の部分は操作が難しい。ただしこれは、アウトバーンが未熟なのではなく、そもそもデータベースを設計するということ自体の難易度の高さに起因するものである。
自動車に例えると	「セダン」性能と価格のバランスのとれた定番。十分な走行性能を持つと同時に居住性などのトータルバランスにも配慮されている。
こんなユーザーにおすすめ	メール配信に関する詳細がまだ固まっていない段階で、「まず間違いのないもの」を選びたいユーザー
おすすめ度	価格：🔥🔥🔥🔥🔥
	機能：🔥🔥🔥🔥🔥
	操作性：🔥🔥🔥🔥🔥

スパイラル http://www.pi-pe.co.jp/ パイブドピツ	
機能性	メール配信システムに想定される、ありとあらゆる機能が実装されていると言っても過言ではない。また、メールとシームレスに連動するOne To Oneのウェブページ「マイエリア」は、単なるアンケートページの域を超え、いわゆるマイページが実現可能。
操作性	機能の高さと裏腹であるが、未経験者には画面だけを見ての直感的操作は困難。ただし、6種類の手順概要冊子が用意されており、これを参照しながら操作する部分は意外と簡単でもある。データベース設定以外の操作を簡便に行う「EXPRESS2」というメニューが用意されており、この部分は容易な操作が可能。
自動車に例えると	「レーシングカー」とことんまで走りを極めたプロ仕様車。すばらしい車だが、シロウトが乗りこなすのは困難。
こんなユーザーにおすすめ	極めて精緻に構成されたマーケティングプランをメールを中心に実施したいユーザー
おすすめ度	価格：🔥🔥🔥🔥🔥
	機能：🔥🔥🔥🔥🔥
	操作性：🔥🔥🔥🔥🔥



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp