

企業が配信するメルマガ、読みたいと思うコンテンツは？読まない内容は？ 会社経営者・役員・会社員に聞いた「メルマガに関するアンケート」

ネットリサーチ会社の株式会社マーシュ(東京都世田谷区駒沢、代表:町田正一)は、全国在住の20代～50代男女で、会社員(正・契約・派遣含む)および会社経営者・役員の方を対象に、メールマガジン(以下、メルマガ)についてインターネット調査を実施しました。 実査期間:2012年4月20日～4月24日

調査結果サマリー

Q1. 現在所有しているメールアドレスの種類(複数選択)

所有しているメールアドレスは、一人あたり平均4種類

Q2. 所有しているが使用していないメールアドレスの種類(複数選択)

約4割の人が、ほとんど使っていない、または1ヶ月以上メールをチェックしていないアドレスを持っている。

Q3. 仕事・ビジネスに関するメルマガの受信有無(単一回答)

仕事・ビジネスに関するメルマガを受信している人は全体の54.0%(経営者・役員では76.2%)。

以下、仕事やビジネスに関連するメルマガを受信している人のみ

Q4. .仕事やビジネスに関連するメルマガについて、受信の“きっかけ”別開封状況(それぞれ単一回答)

自分で登録した仕事・ビジネスに関する「無料」メルマガがある人は97.1%(「有料」メルマガは13.3%)。

半数(50.4%)の人が、名刺交換やセミナー受講などをきっかけにしたメルマガを受信している。

Q5. 企業が配信するメルマガのコンテンツとして「読みたい」「読んでみよう」と思うもの(複数選択)

「その企業の新商品(サービス)、キャンペーンなどの最新情報」が過半数で最も多かった(56.4%)。

Q6. メルマガをきっかけとした企業への問い合わせ経験有無(単一回答)

メルマガをきっかけに企業に問い合わせをした経験がある人は、約2割(18.1%)。

Q7. 企業からのメルマガを開封しない・読まない時の理由(複数選択)

上位3つは「読むのが面倒くさいから」(42.4%)、「件名を見ても興味が湧かないから」(41.3%)、

「読む時間がないから」(37.7%)。

【調査結果詳細はこちら】 http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201204_2mailmagazine.html

【調査概要】

調査名:メルマガに関するアンケート

対象者:全国在住の20代～50代男女で、
会社員または会社経営者・役員の方

サンプル数:1,956s

サンプル構成:

会社経営者・役員...8.4%(164s)

正社員(役職あり)...11.6%(227s)

正社員(一般社員)...65.8%(1,288s)

契約社員...7.5%(146s)

派遣社員...6.7%(131s)

調査期間:2012年4月20日～4月24日

調査方法:インターネット調査

調査機関:株式会社マーシュ

*アンケートモニターサイト「D STYLE WEB」

(<http://www.dstyleweb.com/>)の登録会員を対象に実施

