

2016 年 11 月 10 日

報道関係者各位

エクスペリアンジャパン株式会社

エクスペリアンジャパン

HTML メールの受信環境をまとめた調査レポートを発行

～60.5%のユーザーはメールを 10 秒以上読んでいることを実証～

エクスペリアンジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：有田道生、以下エクスペリアンジャパン）は、「BtoC 市場におけるメールマガジン受信デバイスの利用実態レポート～2016 年版 エクスペリアンジャパン開封エンゲージメント調査～」を本日発表しました。本レポートには、メール配信 ASP サービス「MailPublisher」のオプションサービスである「開封エンゲージメント」を利用し、国内の BtoC 市場においてメールマーケティングを実施している企業によって配信された HTML メールの受信デバイス利用実態がまとめられています。

「BtoC 市場におけるメールマガジン受信デバイスの利用実態レポート」の
全文は <https://www.experian.co.jp/form/cd372.html> よりダウンロードが可能です。

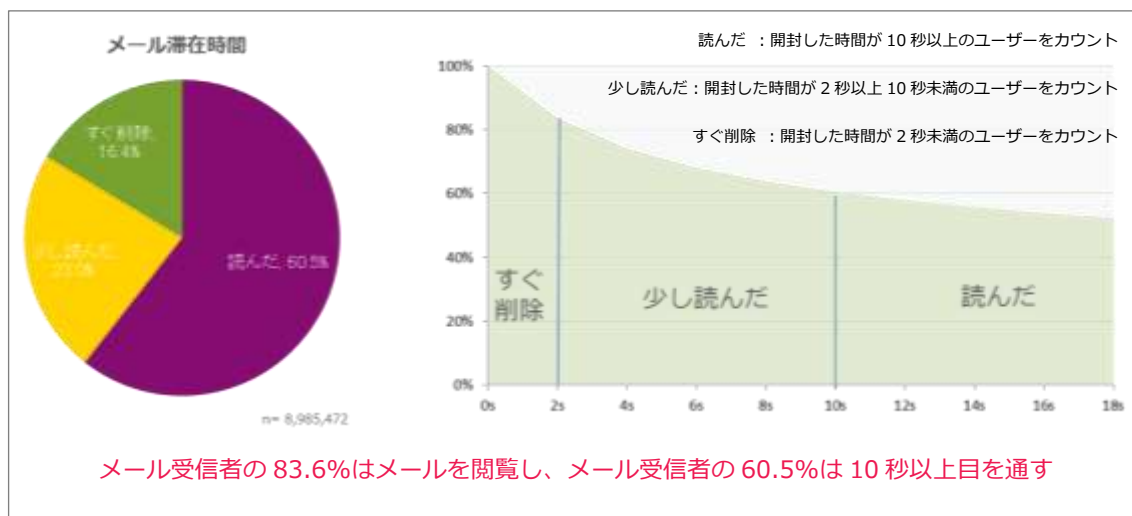
開封エンゲージメントとは？

HTML メールを開封したユーザーの「閲覧環境」と「滞在時間」を分析し、メール閲覧傾向のレポートを提供するサービスです。

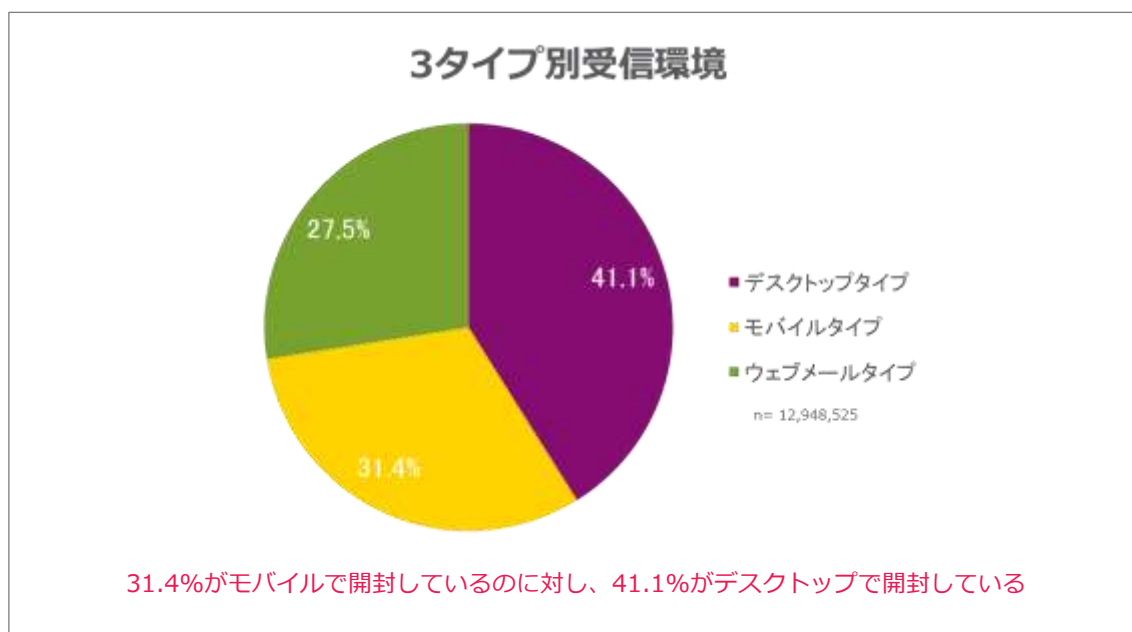
メールマーケティングの一般的な効果指標は、開封率、クリック率、コンバージョン率で、マーケターはこれらの指標を基にコンテンツの最適化を行います。しかし、モバイル端末の普及や、高速データ通信 LTE の普及により、メール受信環境は多様化する一方です。そうなる一般的な指標に加え「コンテンツがどのデバイスでどれくらい読まれたか」を可視化し、受信環境に合わせたコンテンツの最適化を行うことが重要になります。

この開封エンゲージメントを活用すれば、「デバイス」と「メール滞在時間」を可視化することができます。

レポートが示唆する今後のメールマーケティングの方向性とは？



これらの結果が示唆することは、メールを待ち望む消費者は依然として存在するという事です。昨今、様々なチャネルが登場する中でメールというチャネルは軽視されがちです。しかし、コンテンツがリッチにできる点や、都合の良いタイミングで閲覧できる点など、他のチャネルにはない特性を活かしたコミュニケーション設計をすれば、ユーザーはそれを待ち望んでくれるのです。



この場合コンテンツを全てスマートフォン対応にした場合、41.1%のユーザーを失う可能性を秘めています。つまり一概にスマホファーストが正しいとは言い切れないのです。

もちろん業種によってはこれらが逆転する場合がありますが、大切なのは自社で抱えるユーザーがどのデバイスで閲覧しているかを把握することです。その結果、スマートフォンでの閲覧が大多数であれば、タップやフリックといった指操作を意識したコンテンツ、デスクトップが多ければ、クリックやスクロー

ルを意識したコンテンツを作成すればよいのです。もちろんどちらも多ければレスポンスデザインを検討する必要も出てきます。

このようにメールを待ち望んでいるユーザーを離さないためにもデバイス判定に基づいたコンテンツの最適化は今後ますます重要になってくるでしょう。

エクスペリアンジャパンでは、メールマーケティングの新たな効果指標として、このようにメール受信者のデバイス利用実態やメール閲覧状況を明らかにすることで、より効果的なメールマーケティングコミュニケーションの実現とメールの価値向上を今後ともサポートしてまいります。

【調査概要】

調査方法：「開封エンゲージメント」で取得したログを集計して統計化

調査期間：2015 年 10 月 1 日～2016 年 9 月 30 日

集計データ数：開封総数 12,948,525 件 うち、メール滞在時間取得対象データ数：8,985,472 件

調査対象：統計信頼性のあるレポートで、かつ BtoC 市場での実績データをもとに抽出

調査機関：エクスペリアンジャパン株式会社

■「BtoC 市場におけるメールマガジン受信デバイスの利用実態レポート」のダウンロードはこちら

<https://www.experian.co.jp/form/cd372.html>

■開封エンゲージメントについて

<http://www.experian.co.jp/ems/opene.html>

●エクスペリアンジャパン株式会社について

1999 年 12 月設立。世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業であるエクスペリアングループとしての強みと、日本国内での累計 5,300 社以上の取引実績を生かし、マーケティングサービス、海外企業調査サービス、意思決定分析サービスを軸に事業を展開。マーケティングオートメーションやメールマーケティングソリューション、企業信用調査報告書、金融機関向けの与信戦略管理や不正対策ソリューションを提供しています。

詳細については、<http://www.experian.co.jp> をご覧ください。

●エクスペリアンについて

エクスペリアンは、世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業です。信用リスク管理、不正防止、マーケティングのターゲット絞り込みや意思決定の自動化などのサービスを提供しています。また、企業だけでなく個人に対しても、信用情報管理や ID 盗難防止などのサポートを行っています。2014 年から 3 年連続でアメリカ『Forbes（フォーブス）』誌の「世界で最も革新的な企業（World's Most Innovative Companies）」の一社に選ばれています。

アイルランドのダブリンに本社を置き、イギリスのノッティンガム、米国カリフォルニア州コスタメサとブラジルのサンパウロに事業本部を構え、37 か国で 17,000 人以上の従業員を擁し、ビジネスを展開しています。Experian plc はロンドン証券取引所に上場し（EXPN）、FTSE 100 インデックスにも選ばれています。2016 年 3 月期の年間売上高は 46 億ドルにのびりました。

詳細については、<http://www.experianplc.com>、または動画'[Inside Experian](#)'（英語）をご覧ください。

<本件に関するお問い合わせ>

エクスペリアンジャパン株式会社 マーケティング部

電話番号：03-5786-2653（部門直通） E-mail：pr@jp.experian.com（広報窓口）

「Experian」とそのロゴ、「Mosaic」は、エクスペリアンとその関連会社の、EU・米国・日本・各国における登録商標、または商標です。その他、記載されている会社名および製品・サービス名などは、各社の商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。