

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 4 月 8 日
株式会社 IMJ モバイル
東京都品川区西五反田 2-28-5
代表取締役社長 廣田 武仁

携帯電話のメールマガジンに関するユーザビリティ調査 メルマガ・サイトの内容だけでなく、レイアウト・配信頻度の設計が重要

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都品川区 代表取締役社長：廣田 武仁）のグループ会社である株式会社 IMJ モバイル（本社：東京都品川区 代表取締役社長：廣田 武仁）のモバイルユーザビリティ研究所は、「携帯電話のメールマガジンに関するユーザビリティ調査」を実施いたしました。調査期間は 2009 年 3 月 19 日～3 月 20 日、有効回答数は 312 名から得られました。

【調査結果概要】

モバイルのコミュニケーションツールとして欠かせなくなったデコメール・デコレーションメール（以下、デコメ）がメールマガジン（以下、メルマガ）においても利用されるケースが増えました。そこで、今回はデコメで送られるメルマガに関する実態調査と、メルマガのレイアウトがユーザーに及ぼす影響に関して調査を行いました。

調査結果によると、メルマガがきっかけでサイトを訪問した経験は 85%を超え、サイトへの導線としてメルマガが有効な手段である一方、内容や配信頻度が適切でないで登録解除してしまうユーザーも多くいることがわかりました。さらに、迷惑メール対策やセキュリティに対するユーザーの意識の高まりから、登録時に取得する個人情報への配慮がユーザーに求められていると言えそうです。

また、メルマガの受信実態について調べてみると、約 7 割の人がデコメを利用したメルマガを受信していました。デコメを利用したメルマガは、テキストのみのメルマガに比べ、印象に残る、理解しやすいなど、好感を持たれていることがわかりました。さらに比較調査の結果、EC サイトではテキストのみのメルマガと比べて、商品画像を掲載したデコメによるメルマガがユーザーに支持される結果となりました。メルマガにデコメを採用することで、サイトへの誘導率を高める一定の効果があることが窺えます。

ユーザーが希望する内容やレイアウト、配信頻度を設計することが、メルマガを利用したビジネスにとって重要であることが推察できます。

【調査結果のトピック】

デコメ利用のメルマガ受信が多いサイトは EC、ブランド、コスメ

約 7 割がメルマガでデコメを受信

デコメで送られるメルマガはテキストのみより「印象に残る」83%、「理解しやすい」74%

メルマガがきっかけの「サイト訪問」86%、「コンテンツ利用」59%

半数のユーザーが配信頻度や広告掲載の多さが理由でメルマガ解約

メルマガ購読者の 6 割以上が迷惑メール対策を実施

入力情報が多いとメルマガの登録を断念 登録における個人情報管理に関しても意識が高い

EC サイトにおいては、商品写真のあるデコメで送られるメルマガが圧倒的な支持

印象に残るメルマガは、ブランドイメージ意識した雰囲気重視のデザイン

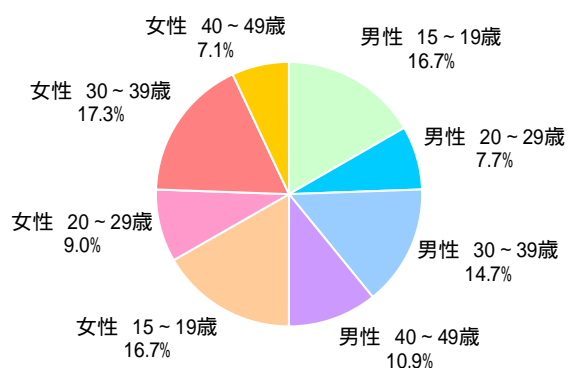
サイト風デザインは「好感が持てる」「印象に残る」「サイトに行きたくなる」

【調査結果詳細】

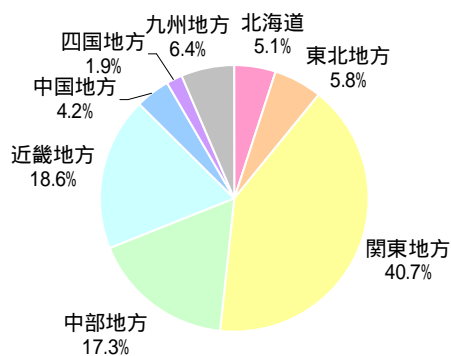
調査概要

- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～34歳の3G端末を保有し、モバイルでメルマガを受信している男女
調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 312 サンプル
- ・調査日時 : 2009年3月19日～3月20日

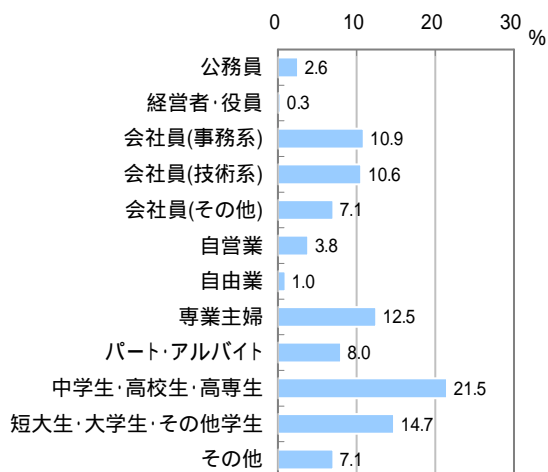
性年代 (n=312)



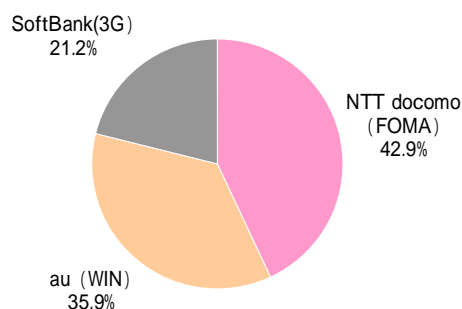
居住地域 (n=312)



職業 (n=312)



保有キャリア (n=312)



メルマガ登録経験が多いサイトはニュース、飲食系、EC サイト デコメ利用のメルマガ受信が多いサイトはEC、ブランド、コスメ

配信元サイトジャンルごとにメルマガの登録状況を尋ねたところ、メルマガ登録経験は「EC サイト」(67%)が最も多く、次いで「飲食系サイト」(67%)、「ニュースサイト」(59%)となりました。

また、サイトジャンルごとに受信しているメルマガの形式を尋ねたところ、全てのジャンルにおいて、「テキストのみ」が、「デコメ利用」を大きく上回りました。デコメ利用のメルマガが多く受信されているサイトは、「コスメブランドサイト」、「EC サイト」、「ブランドサイト」で、4割を超える結果となりました。

図 モバイルメルマガ登録経験（単一回答）

【n=312】

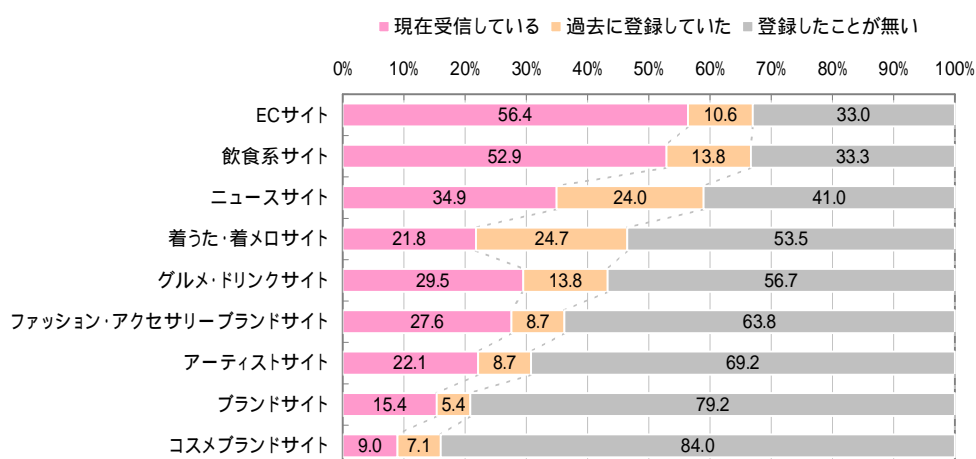
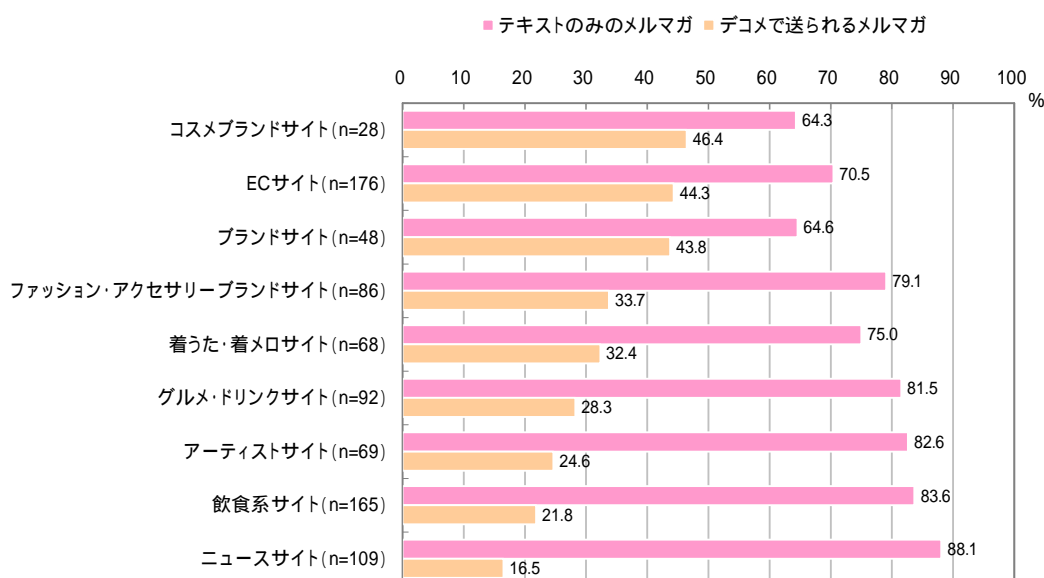


図 受信しているメルマガの形式（複数回答）

【それぞれメルマガ受信者】



約7割がメルマガでデコメを受信

デコメの受信状況を尋ねたところ、「友人知人から」(78%)が最も多く、次いで「メルマガによって送られるデコメ」(71%)となりました。

その受信頻度「週1回以上」は、「友人知人から」は53%、「メルマガによって送られるデコメ」は76%という結果になりました。

図 デコメ受信状況 「受信している」を算出(単一回答)

【n=312】

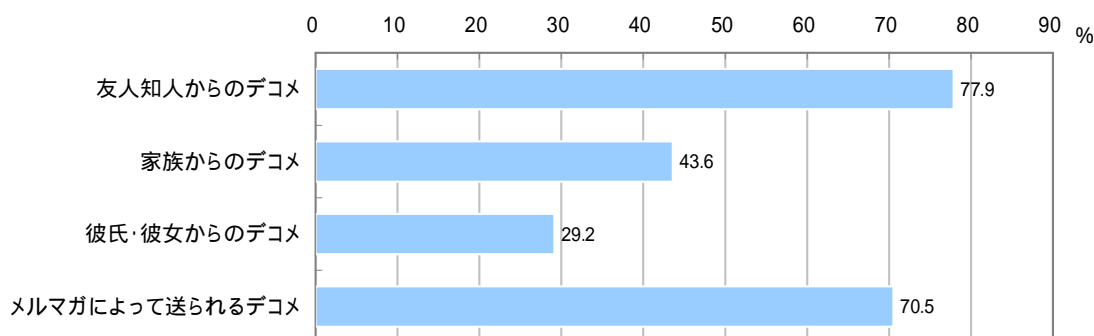
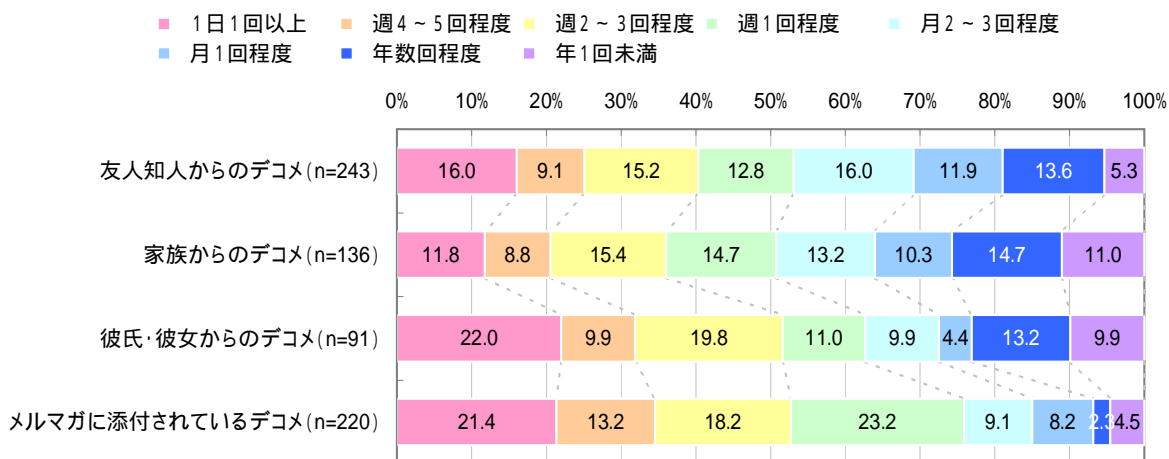


図 デコメ受信頻度(単一回答)

【それぞれ受信者】



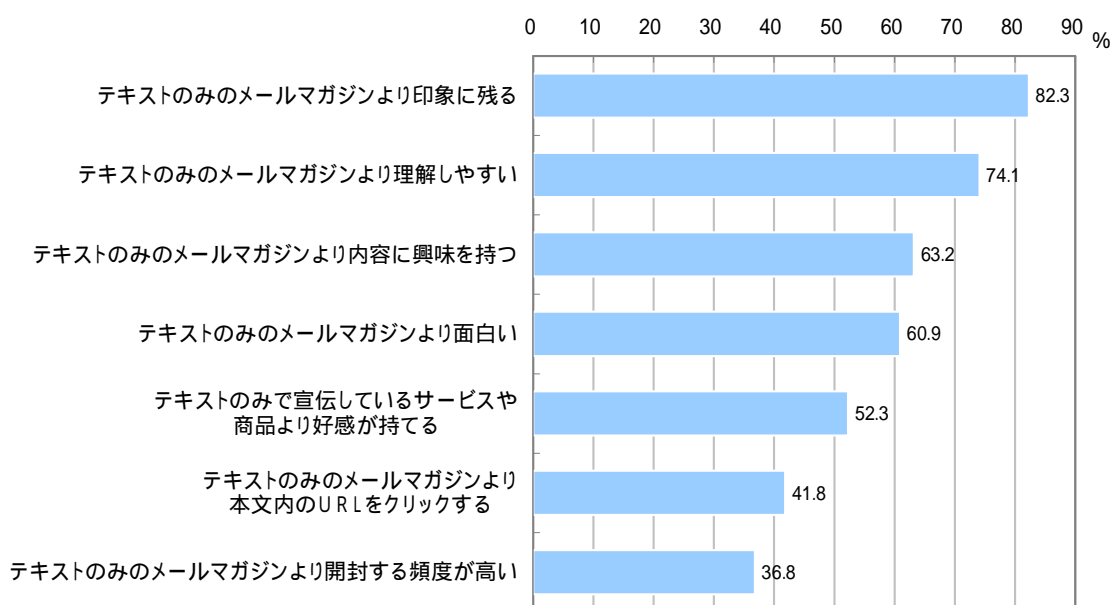
デコメで送られるメルマガはテキストのみのメルマガより 「印象に残る」83%、「理解しやすい」74%

デコメで送られるメルマガを受け取った際に感じる事を、テキストのみのメルマガと比較して解答してもらったところ、「印象に残る」(82%)が最も多く、次いで「理解しやすい」(74%)、「内容に興味を持つ」(63%)となりました。

デコメで送られるメルマガに対し好印象を持っていることから、デコメで送られるメルマガの需要が増えていくことが推察されます。

図 デコメ付メルマガ受信時の意識・感情（複数回答）

【n=220 デコメメルマガ受信者】

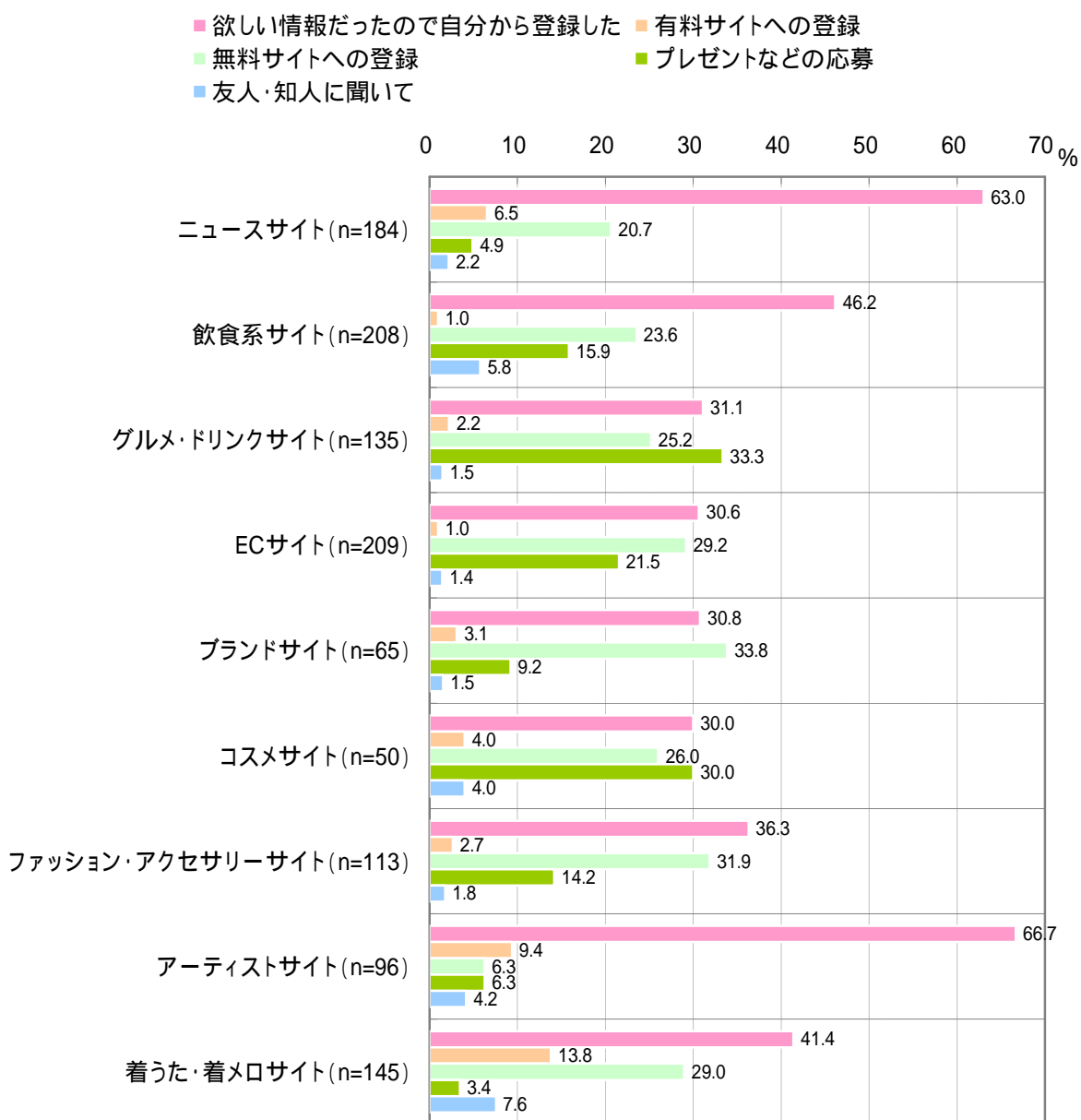


約3割がプレゼント応募をきっかけに、 グルメ・ドリンク、ブランドサイトのメルマガ登録

受信しているメルマガのジャンルごとに登録のきっかけを尋ねたところ、「欲しい情報だったので自分から登録した」との回答は「アーティストサイト」(67%)が最も多く、次いで「ニュースサイト」(63%)、「飲食系サイト」(46%)となりました。また、「プレゼントへの応募」が多かったサイトは、「グルメ・ドリンクサイト」(33%)、「ブランドサイト」(34%)でした。

図 メルマガ登録のきっかけ(複数回答)

【それぞれメルマガ登録経験者】

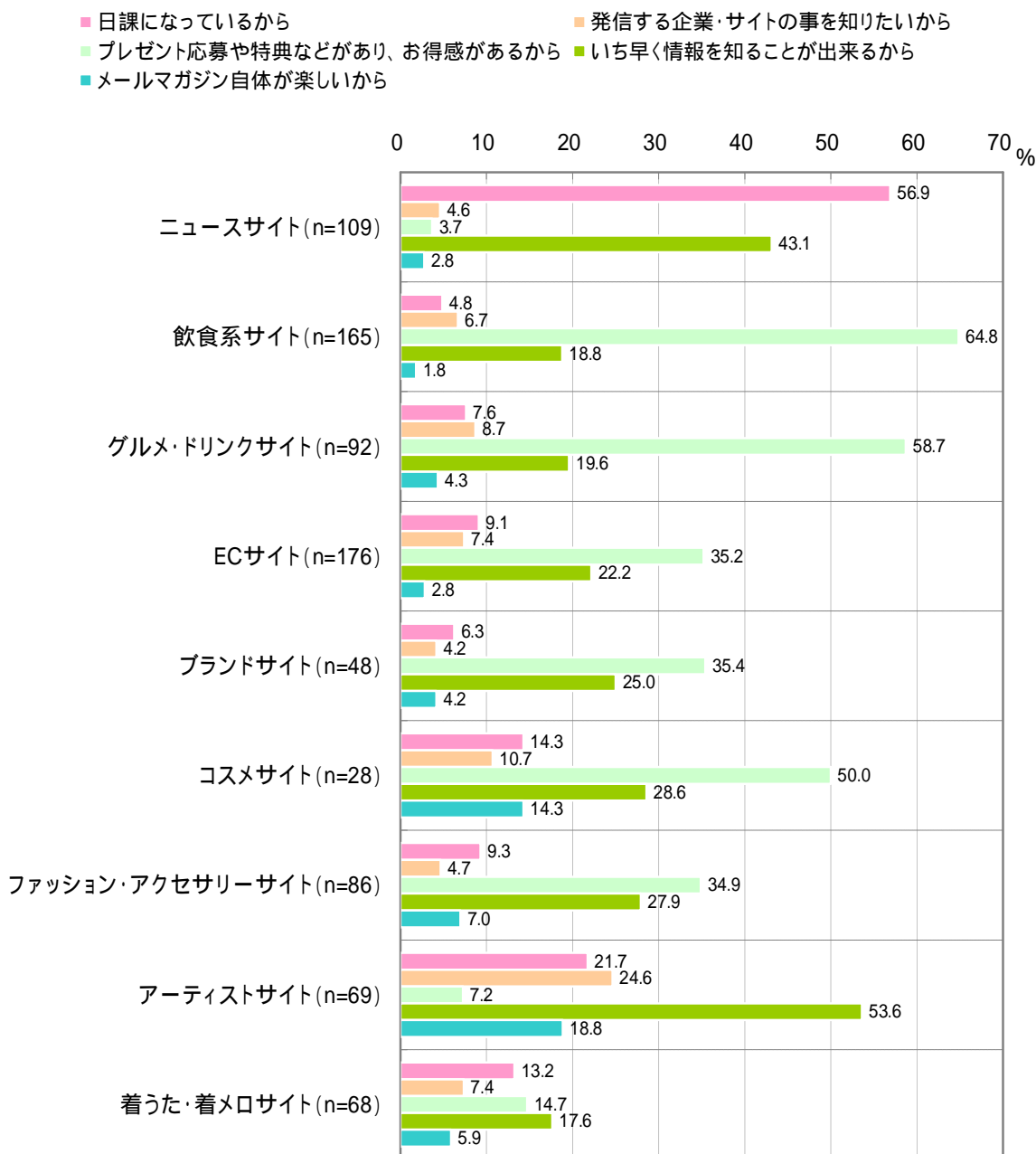


サイトジャンルによって異なるメルマガ受信理由 ニュース系は「日課」、飲食・ドリンク系は「特典」、 アーティスト系は「いち早い情報取得」が半数を超え最多

受信しているメルマガの受信理由を尋ねたところ、ニュースサイトでは「日課になっているから」(57%)、飲食系、グルメ・ドリンクサイトでは「プレゼント応募や特典などお得感があるから」(それぞれ65%、59%)、アーティストサイトでは「いち早く情報を知ることが出来る」(54%)が半数を超える結果となりました。

図 メルマガ受信理由（複数回答）

【 それぞれメルマガ受信者】



メルマガがきっかけの「サイト訪問」86%、「コンテンツ利用」59%

メルマガに対する経験・意識を尋ねたところ、メルマガがきっかけでのサイト訪問経験者は86%、コンテンツの利用経験者は59%でした。また、4割以上のユーザーがメルマガの形式（デコメかテキストか）や配信曜日、時間などを選びたいと希望していました。

一方、メルマガの解約経験は9割を超える結果となりました。配信頻度が高いことでサイトの信頼性が落ちると回答したユーザーは38%、配信頻度の高さが理由で解約したユーザーは67%となりました。

図 メルマガに関する経験・意識（複数回答）

【n=312】

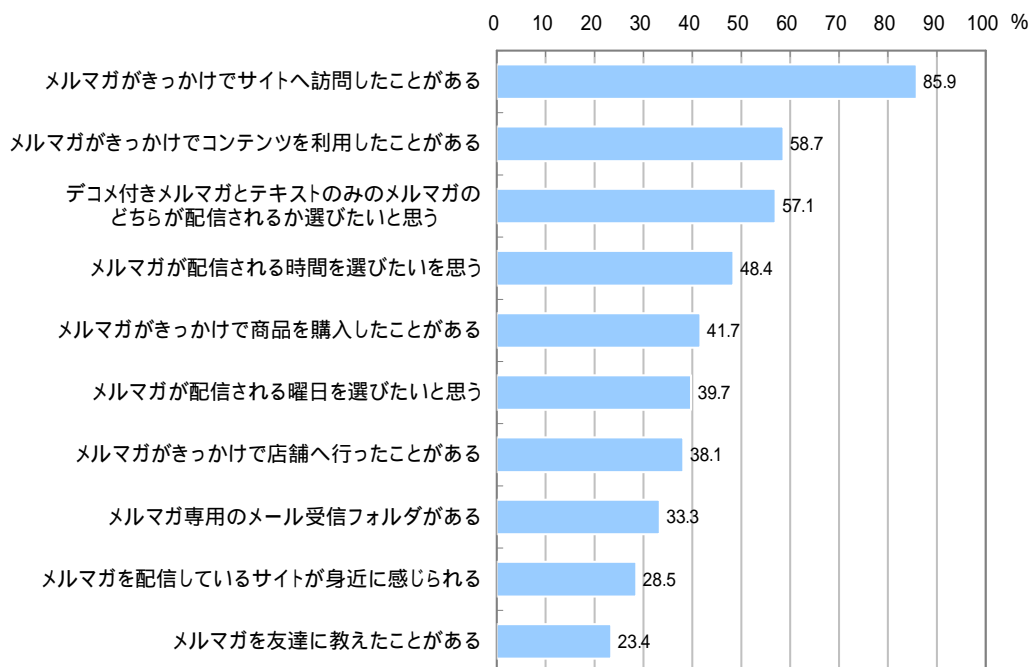
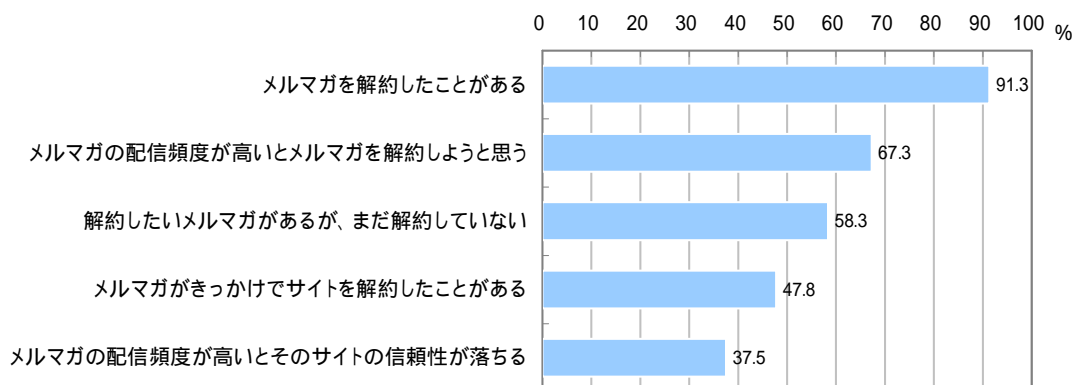


図 メルマガの解約経験とリスク（複数回答）

【n=312】



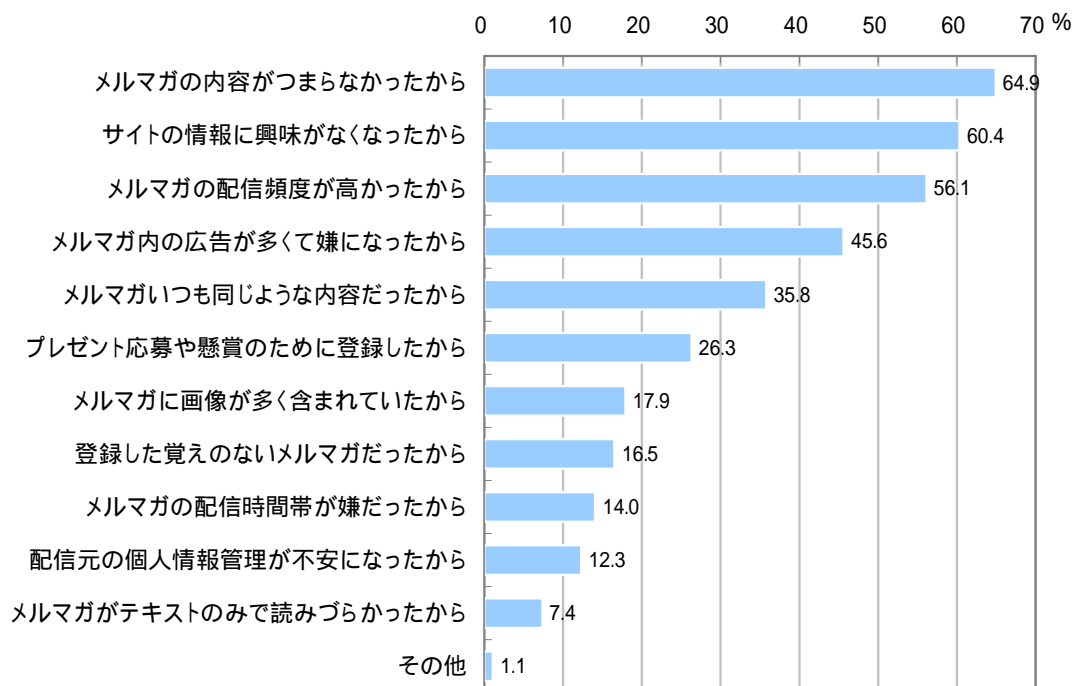
半数のユーザーが配信頻度や広告掲載の多さが理由でメルマガ解約

メルマガを解約したことのある人にその理由を尋ねたところ、「メルマガの内容がつまらなかったから」(65%)が最も多く、次いで「サイトの情報に興味なくなったから」(60%)、「配信頻度が高かったから」(56%)となりました。

また、約半数のユーザーが配信頻度や広告掲載の多さが解約の理由であると回答していることから、メルマガやサイトの内容だけでなく、配信頻度や広告掲載についても留意することがメルマガの解約を防ぐことにつながると推察されます。

図 メルマガ解約理由（複数回答）

【n=285 メルマガ解約経験者】



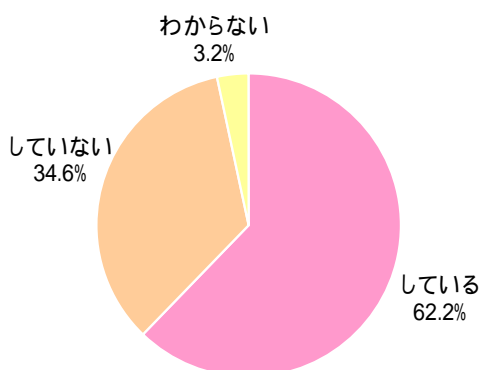
メルマガ購読者の6割以上が迷惑メール対策を実施

プライベートで主に利用している携帯電話でメール受信拒否や、指定受信など迷惑メール対策をしているか尋ねたところ、6割以上が「対策している」という結果となりました。

各キャリアが迷惑メールの対策を講じている昨今において、ユーザー自身も受信するドメインやメールアドレスの設定を行っており、メルマガを配信にあたってはメルマガ配信元を明確にすること、簡単にドメイン設定やアドレス設定を行えるよう誘導することが大切なポイントであると推察されます。

図 迷惑メール対策（単一回答）

【n=312】



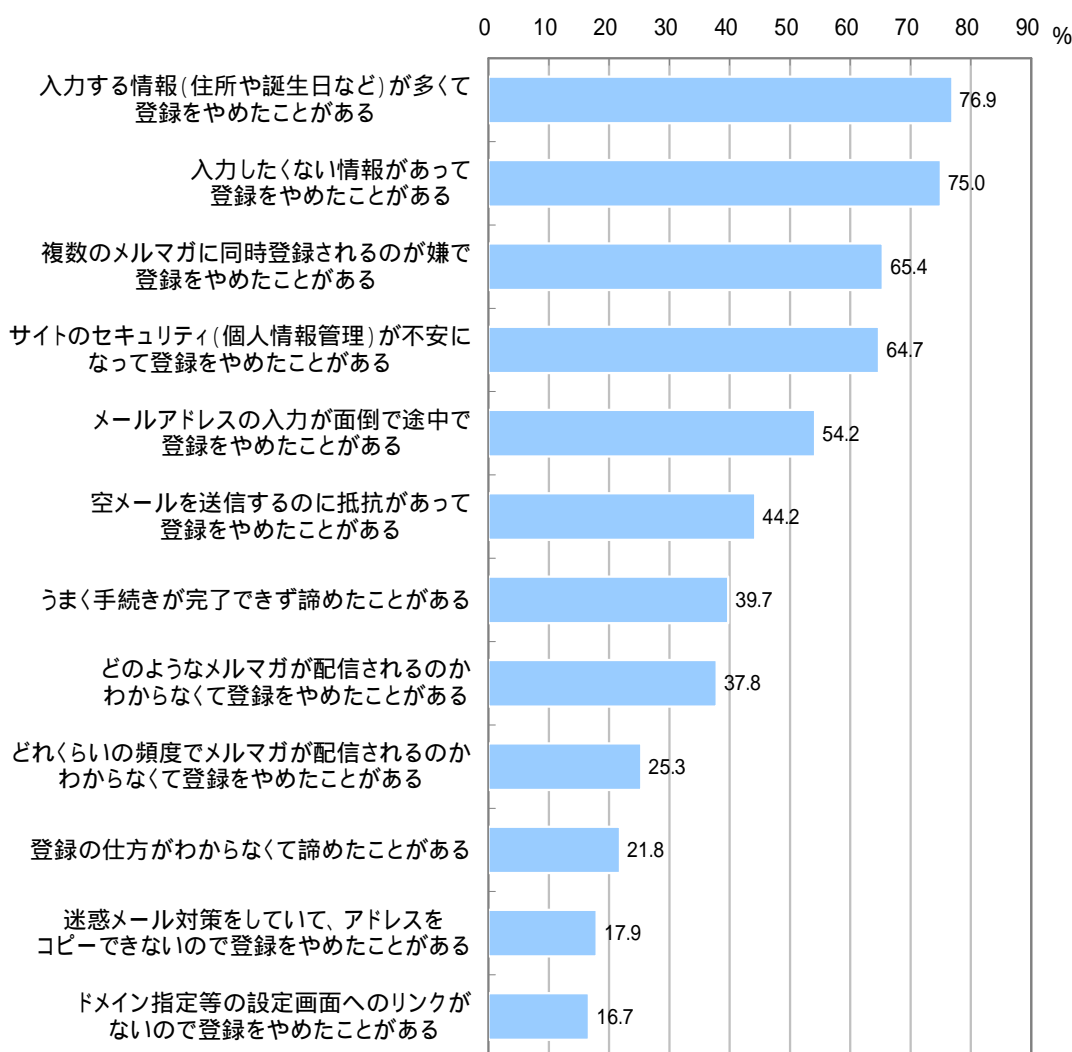
入力情報が多いとメルマガの登録を断念 登録における個人情報管理に関しても意識が高い

メルマガ登録を断念した理由を尋ねたところ、「入力する情報が多いから」(77%)が最も多く、次いで「入力したくない情報があるから」(75%)となりました。「メールアドレスの入力が面倒だから」との回答が54%となっていることから、メルマガの登録においては、ユーザーが簡単に登録できる流れが大切であり、メールアドレス以外の情報入力が少ないほど、登録への障壁が低くなることが窺えます。

また、65%の人が「複数のメルマガに同時登録されること」で登録を断念していることから、ユーザーが欲しいメルマガだけをスムーズに取得できるような誘導遷移が登録断念を減らす効果があると推察されます。

図 メルマガ登録の断念経験（複数回答）

【n=312】



EC サイトにおけるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによる比較

EC サイトにおけるデコメで送られるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによるユーザーの印象を調査するため、以下の3パターンのメルマガA、B、Cを比較しました。

メルマガ A	メルマガ B	メルマガ C
<p>受信メール 2009/3/18 9:00 From: sample@****.co.jp Sub: メルマガ配信 vol.159</p> <p>IMJの「イマショップ」☆新製品情報&予約で25%OFF♪</p>	<p>受信メール 2009/3/18 9:00 From: sample@****.co.jp Sub: メルマガ配信 vol.159</p> <p>IMJの「イマショップ」☆新製品情報&予約で25%OFF♪</p>	<p>受信メール 2009/3/18 9:00 From: sample@****.co.jp Sub: メルマガ配信 vol.159</p> <p>IMJの「イマショップ」☆新製品情報&予約で25%OFF♪</p>
<p>SALE【新製品もお得!】 ◆新製品情報◆</p> <p>◆花粉の季節の強い味方!!◆</p> <p>【エアースフレイ/fo】 【原因は全てマイナスイオンが撃退♪加湿もできる1台2役の空気清浄機】</p> <p>◆自分の体は自分で作る!!◆</p>	<p>新製品もお得!! 予約で ALL25%OFF♪</p> <p>限定クーポンをGET!! テレビ&ブルーレイ 20時まで限定★20%OFF SALE</p>	<p>SALE【新製品もお得!】 ♪予約でALL25%OFF!!</p> <p>▼▼新製品情報▼▼</p> <p>◆花粉の季節の強い味方!! 【原因は全てマイナスイオンが撃退♪加湿もできる1台2役の空気清浄機】</p> <p>【エアースフレイ/fo】 http://imjshop.com/newre.php?itm/e1/?no=46682603&sp=0330&ak=100</p>
<p>◆体組成計付き体重計MTB 体脂肪だけじゃない! 乗るだけで身体の重心位置や骨密度や筋肉量も同時に測れる</p> <p>◆焼き立てパンで目覚めよう!!◆</p> <p>▼ホームベーカリー・こなごな 全粒粉100%や天然酵母のパンなど20種類のパンがおうちで焼けて、もちつき機能も搭載</p>	<p>◆花粉の季節の強い味方!! ★エアースフレイ/fo 【原因は全てマイナスイオンが撃退♪加湿もできる1台2役の空気清浄機】</p> <p>◆自分の体は自分で作る!! 【体組成計付き体重計MTB】 体脂肪だけじゃない! 乗るだけで身体の重心位置や骨密度や筋肉量も同時に測れる</p> <p>◆焼き立てパンで目覚めよう!! ▼ホームベーカリー・こなごな 全粒粉100%や天然酵母のパンなど20種類のパンがおうちで焼けて、もちつき機能も搭載</p>	<p>◆自分の体は自分で作る!! 体脂肪だけじゃない! 乗るだけで身体の重心位置や骨密度や筋肉量も同時に測れる</p> <p>【体組成計付き体重計MTB】 http://imjshop.com/newre.php?itm/e1/?no=46968208&sp=0330&ak=101</p> <p>◆焼き立てパンで目覚めよう!! 全粒粉100%や天然酵母のパンなど20種類のパンがおうちで焼けて、もちつき機能も搭載</p> <p>【ホームベーカリー・こなごな】 http://imjshop.com/newre.php?itm/e1/?no=46800015&sp=0330&ak=102</p>
<p>◆限定おススメ品◆</p> <p>■一人暮らしだって鍋したい♪ 【電磁グリル鍋・おひとりさま】これ1台で鍋物も焼肉も蒸し料理まで!</p> <p>■エコはキッチンから!! 【家庭用生ゴミ処理機・リサイクルるん】炊飯器と変わらない大きさで場所を取らない省スペース設計</p>	<p>◆限定おススメ品◆</p> <p>■一人暮らしだって鍋したい♪ 【電磁グリル鍋・おひとりさま】 ■エコはキッチンから!! 【家庭用生ゴミ処理機・リサイクルるん】 ■長い移動もDVDがあればOK 【US-800ポータブルDVDプレイヤー】</p>	<p>▼▼限定おススメ品▼▼</p> <p>■一人暮らしだって鍋したい♪ これ1台で鍋ものや蒸し料理に加えて、焼肉や蒸し料理などいろんなメニューが楽しめる</p> <p>【電磁グリル鍋・おひとりさま】 http://imjshop.com/prsale.php?itm/e1/?no=60088224&sp=0330&ak=110</p> <p>■夏になる前に、エコしましょ!! 生ゴミを有機肥料にリサイクル、炊飯器と変わらない大きさで場所を取らない省スペース設計</p> <p>【家庭用生ゴミ処理機・リサイクルるん】 http://imjshop.com/prsale.php?itm/e1/?no=934117301&sp=0618&ak=111</p>
<p>■長い移動もDVDがあればOK 【US-800ポータブルDVDプレイヤー】IMJshopのオリジナルカラーで限定販売約6時間の長時間再生</p> <p>◆限定クーポンをGET!!◆</p> <p>▼テレビ&ブルーレイをプライスダウン!! 20時まで限定★20%OFF SALE</p> <p>配信変更&停止はコチラ http://imjshop.com/</p> <p>(c)IMJ mobile shop</p>	<p>配信変更&停止はコチラ http://imjshop.com/</p> <p>(c)IMJ mobile shop</p>	<p>■長い移動もDVDがあればOK IMJshopのオリジナルカラーで限定販売約6時間の長時間再生&音楽データやデジカム画像も見られる</p> <p>【US-800ポータブルDVDプレイヤー】 http://imjshop.com/prsale.php?itm/e1/?no=636270611&sp=0307&ak=112</p> <p>—限定クーポンはこちら!!—</p> <p>▼テレビ&ブルーレイをプライスダウン!!20時まで限定★20%OFF SALE http://imjshop.com/campn.php?co/e19tr4&sp=64sp1psm&sp=0307&ak=112</p>
<p>配信変更&停止はコチラ http://imjshop.com/</p> <p>(c)IMJ mobile shop</p>	<p>配信変更&停止はコチラ http://imjshop.com/</p> <p>(c)IMJ mobile shop</p>	<p>配信停止はコチラ http://imjshop.com/</p> <p>IMJ mobile shop</p>

EC サイトにおいては、商品写真のあるデコメで送られるメルマガが圧倒的な支持

商品をサムネイルで表示したメルマガ A、訴えたい事柄を上部に画像で集約したメルマガ B、テキストのみのメルマガ C を比較調査した結果、メルマガ A が 43%、メルマガ B が 40% の支持を得ました。

各項目別では、「印象に残る」以外のほとんどの項目において、メルマガ A がメルマガ B を上回りました。「無駄がない」、「負担を感じない」の項目に関してはメルマガ C が他のメルマガに比べ高い結果となりました。EC サイトのメルマガでは、デコメを利用し、商品画像を見せることが効果的であると推察されます。

図 メルマガ A,B,C の項目別イメージ比較（複数回答）

【n=312】

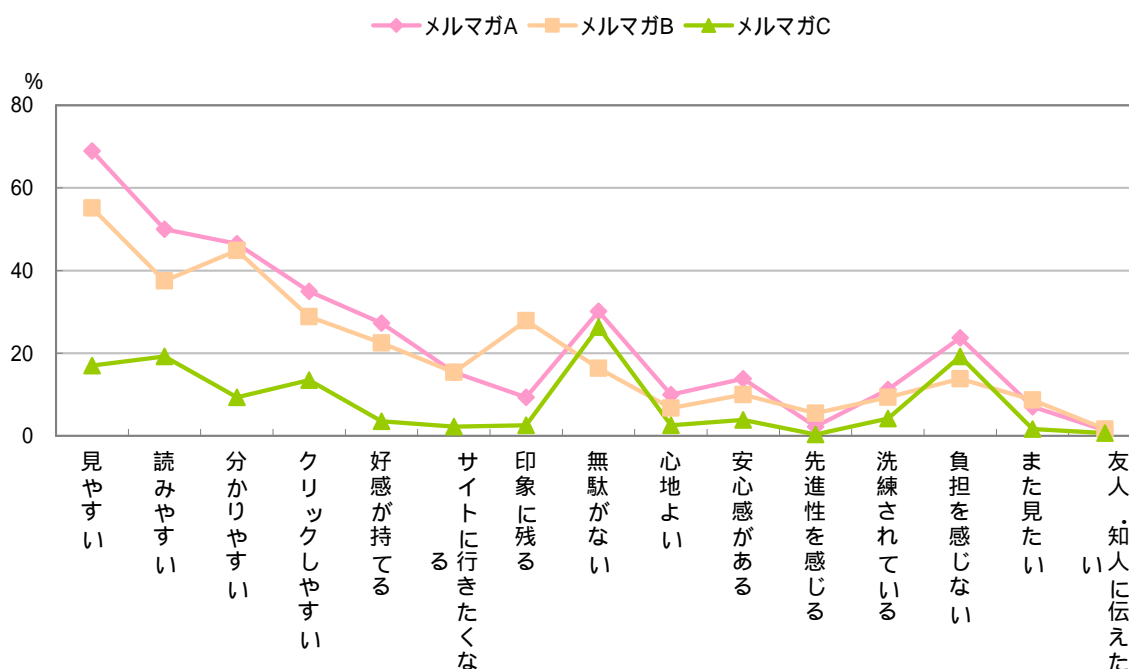
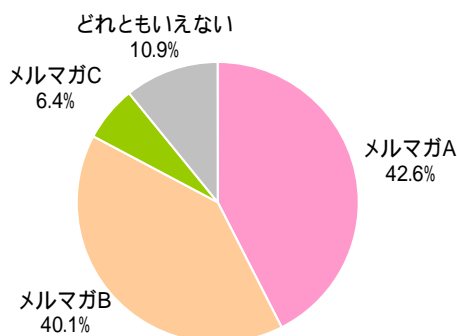


図 メルマガ A,B,C のうち好ましいと思うメルマガ（単一回答）

【n=312】



ブランド系サイトにおけるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによる比較

ブランド系サイトにおけるデコメで送られるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによるユーザーの印象を調査するため、以下の2パターンのメルマガD、Eを比較しました。

メルマガD



メルマガE



印象に残るメルマガは、 ブランドイメージ意識した雰囲気重視のデザイン

製品画像を個々には掲載せず、ブランドのイメージ・雰囲気を重視したメルマガ D、製品情報を1つずつ掲載したメルマガ E を比較調査した結果、メルマガ E が 55% の支持を得ました。

各項目別では「見やすい」「読みやすい」「わかりやすい」「クリックしやすい」という項目においてメルマガ E がメルマガ D を大きく上回る結果となりました。その一方で「印象に残る」「洗練されている」というブランディングのキーワードとなる項目においてはメルマガ D がメルマガ E を上回る結果となりました。

ブランド系サイトのメルマガにおいては、サイトの目的によって製品画像の掲載有無を選別し配信していくことが効果的だと推察されます。

図 メルマガ D,E の項目別イメージ比較（複数回答）

【n=312】

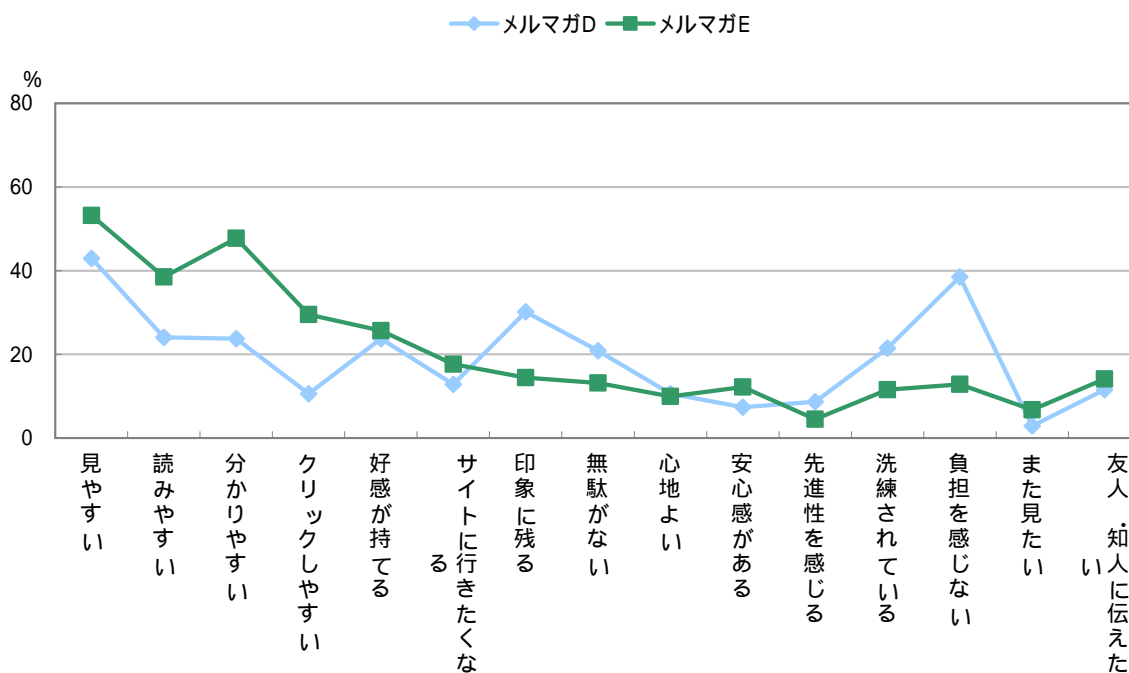
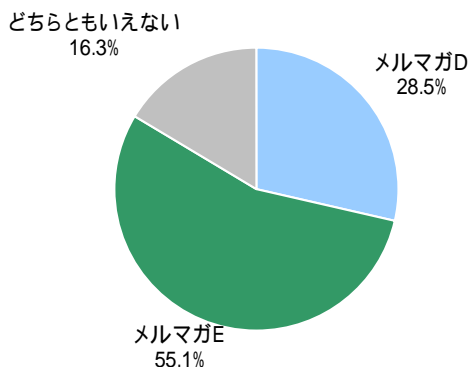


図 メルマガ D,E のうち好ましいと思うメルマガ（単一回答）

【n=312】



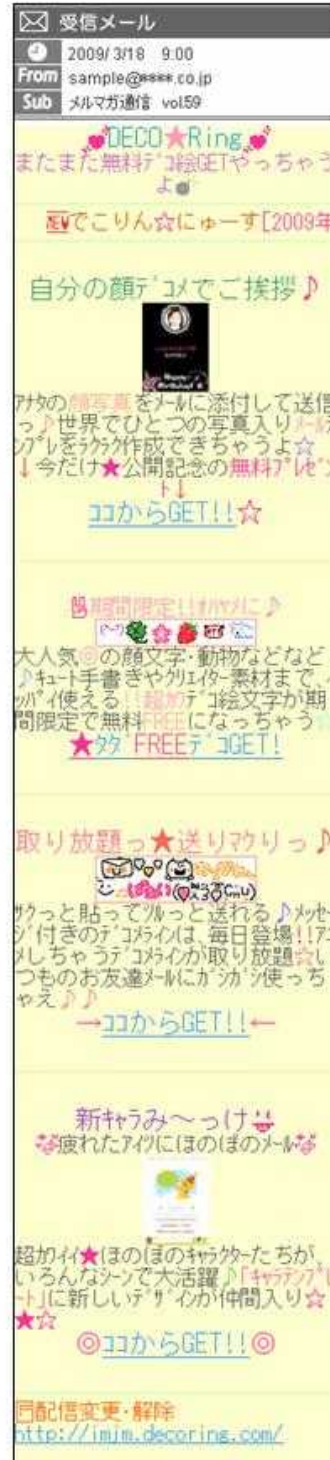
コンテンツダウンロードサイトにおけるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによる比較

コンテンツダウンロードサイトにおけるデコメで送られるメルマガのデザイン・レイアウトの違いによるユーザーの印象を調査するため、以下の2パターンのメルマガ F、G を比較しました。

メルマガ F



メルマガ G



サイト風デザインは「好感が持てる」「印象に残る」「サイトに行きたくなる」

上部にヘッダー画像がある画像を大きめに扱ったメルマガ F、画像は小さめで個々のコンテンツを画像と文章で説明したメルマガ G を比較調査した結果、メルマガ F が 38%、メルマガ G が 31%と僅差ではありますがメルマガ F が支持を得ました。

各項目においてほとんど差のない結果となっていますが、「好感が持てる」、「印象に残る」、「サイトに行きたくなる」という項目においてメルマガ F がメルマガ G を上回りました。大きな画像を利用したメルマガの方が、好感が高く、印象に残り、サイトへの訪問意向も高い結果となりました。

図 メルマガ F,G の項目別イメージ比較（複数回答）

【n=312】

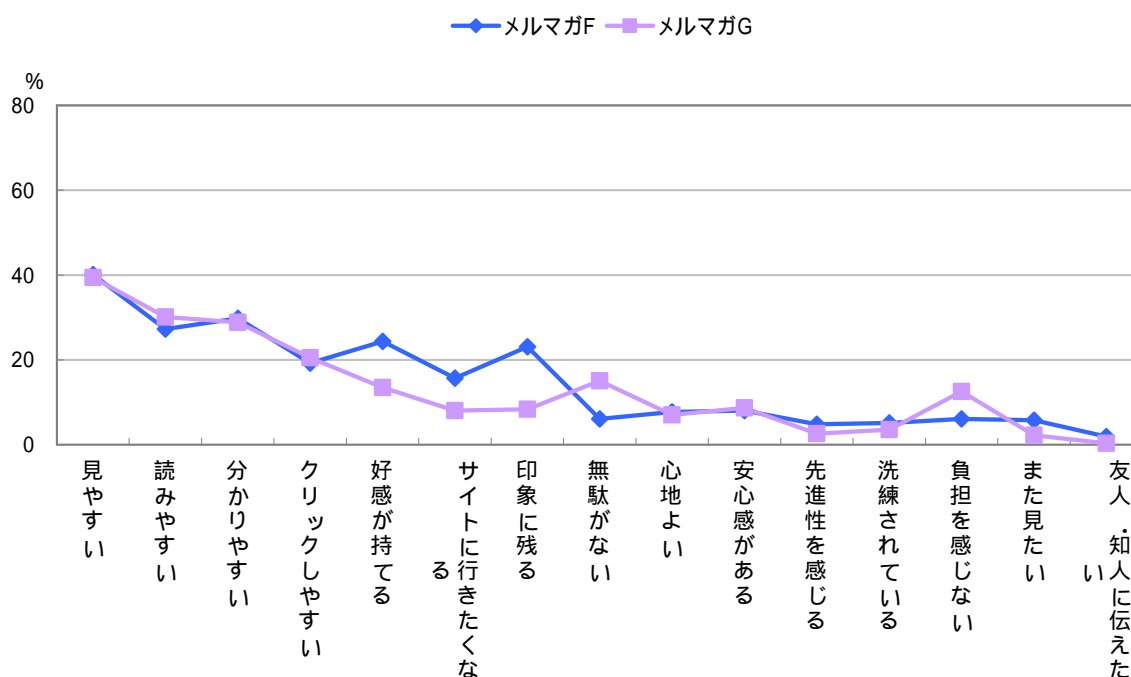
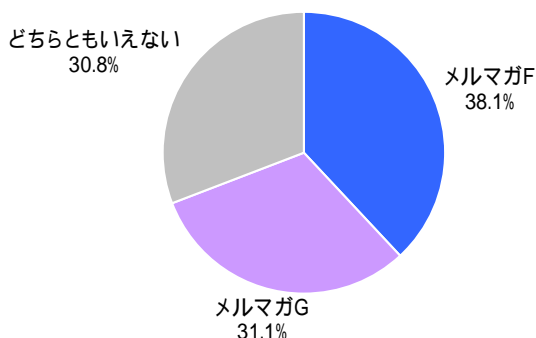


図 メルマガ F,G のうち好ましいと思うメルマガ（単一回答）

【n=312】



**デコメで送られるメルマガに対して、
「インパクトがある」「読みたくなる」と好意的な意見がある一方、
「読みにくい」「パケ代がかかる」「自動で保存される」との不満も**

【デコメで送られるメルマガに対する意見】(自由回答)

デコメで送られるメルマガへのポジティブな意見	性別	年齢
メールなのにホームページのようにカラフルな色使いで、とても見やすいと思う。	男性	16
かわいいデコメで見ていると飽きない。	男性	20
見やすく利用しているときは上手い使い方だと思って自分も利用する。	男性	22
インパクトがあってよいと思う	男性	24
とても可愛らしいと感じます。デザインもよくてカラフルですばらしいです。私もいつか自分のメルマガを作るときにはこんな感じで作りたいなというも参考にしています	男性	25
見て楽しめるし、内容が普通のメルマガ以上に印象に残るのでいいと思う。	男性	25
テキストのメルマガよりも見たくなる。	男性	29
ただの文字の羅列よりも表現が伝わりやすい	男性	37
普通のメールよりも開くときにドキドキする。	男性	42
普通のメールよりかわいいし、来ても見たいと思う。	女性	16
かわいいし、華やかだしいいと思う。	女性	18
派手で目につきやすいし、読むのもおもしろい。	女性	20
文字だけだとそっけないが、デコメにするとよりその時の感情がより一層表せられる。	女性	26
可愛い。自分もあんな風に使いたい。	女性	26
かわいい 個性がある	女性	29
見易くて楽しいし、もらうと嬉しいのでいいと思います。	女性	32
カラフルで見やすかったり、印象に残ったり、より親しみを感じたり、いまや私にとってなくてはならないものです。	女性	35
楽しくていいと思う。伝える内容によっては、より相手に伝わりやすいと思う。	女性	47

デコメで送られるメルマガへのネガティブな意見	性別	年齢
あまり装飾が多すぎると見難くなってしまふので難しい代物だなと思います。	男性	18
見栄えがよくなると思うが、デコメが付いているからと言って特に利用しようとは思わない。	男性	18
とにかく重いだけ。パケット定額制では通信速度が遅く、おもしろい	男性	20
パケット通信費が増えるのであまり嬉しくないかな	男性	34
受信するたびにデコメが残り、メモリが減るのであまりすきではない	男性	48
どうでもいいサイトからのデコメはパケ代がかかるだけなので、普通のメールでよいのに と思う。あとムダに華やかなデコメは趣味が悪いなと思う	女性	22
文字ばかりよりは、デコメの方が見やすく良いが、パケ放にしてないと通信料がかかるので困ると思う。	女性	28
内容が分かりにくい。私的な、メールのやり取りならいいが、宣伝にはむかない気がする。	女性	29
無料サイトは、内容が似ていて混同しやすいし、30代なのであまり周囲が使用していないので必要性を感じません。また無料サイトに登録すると、メール数が増えるので忙しいと感じます。	女性	32

【株式会社 IMJ モバイル 会社概要】

株式会社 IMJ モバイルは、携帯に関する調査・診断・企画・開発・制作・運用に関する豊富なノウハウにより、携帯の BtoB 及び、BtoC サイトを提供しており、国内最大級の実績とリソースを保有するモバイルインテグレーターです。

現在では、コマース事業、サイト調査・診断事業、QR コード、フェリカ、IC タグ関連の技術開発及びソリューションの提供を多くの企業様に提供しており、企業様を対象とした携帯サイトの公式化支援事業にも力を入れております。

社名	株式会社 IMJ モバイル
本社	東京都品川区西五反田 2-28-5 第 2 オークラビル
URL	http://www.imjmobile.co.jp/
設立	2000 年 7 月 18 日
資本金	3 億 963 万 7500 円 (2008 年 12 月現在)
従業員数	350 名、グループ従業員数 564 名(2008 年 12 月現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯公式サイト企画・運営事業 ・携帯メディア、広告事業 ・携帯サイト構築・運営代行業業 ・携帯ソリューション事業、等

< 本件に関するお問合せ先 >

株式会社 IMJ モバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>

調査に関するお問合せ

市場調査室

担当：森・嶋田

TEL：03-5759-0188 E-mail：jk@imjmobile.co.jp

報道関係者のお問合せ先

広報 IR グループ

担当：森竹

TEL：03-5759-0177 E-mail：press@imjmobile.co.jp