

---

「ケータイによる集客 UP !の方法」

---

「携帯メールを活用した集客ノウハウ」

## 【1章】 ケータイメールが届かない! (キャリアブロックについて)

### 迷惑メール対策による受信ブロックの開始

2001年、(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモとグループ8社は迷惑メール対策における“大量な宛先不明メールの受信ブロック”について、総務省から契約約款の変更が認可されたことを受けて、大量な宛先不明メールの受信ブロックを開始しました。

宛先が不明なものを大量に含むメールをiモードセンターで受信しなくなるため、迷惑メールがユーザーに届きにくくなるという目的で開始されました。

同年、KDDI、沖縄セルラーとツーカーグループも同様に、“迷惑メール”の受信ブロックを含む対策強化を開始。

ソフトバンク (vodafone) も宛先不明の大量 E メールを送信した場合に一定期間 Eメールの受信を規制する「宛先不明大量メールのブロック」機能を導入などの対策を実施し、携帯キャリアによる受信ブロック、いわゆるキャリアブロックと呼ばれる受信制限の強化が開始されました。

## 【1章】 ケータイメールが届かない！（キャリアブロックについて）

## 各キャリアの迷惑メール防止対策



NTTドコモは、「大量な宛先不明メールの受信ブロック」「迷惑メール防止機能の追加」「迷惑メール送信業者への法的措置」などの対策が実施されています。「大量な宛先不明メールの受信ブロック」は、大量に発生した宛先不明メールについてiモードセンターで受信をブロックするものです。

「迷惑メール防止機能の追加」には、「ドメイン指定受信機能の提供」というインターネットからの受信メールに対して、すでに提供済みのメールアドレス指定受信にドメイン指定受信機能を追加(メールアドレス指定受信とドメイン指定受信合わせて最大10カ所選定可能)するものがあり、2002年1月から提供が開始されました。また、現在では「選択受信機能の提供」は、心当たりのない送信者名または件名からのメールは開封しないで削除することができるサービスを実施しています。「迷惑メール送信業者への法的措置」は、迷惑メール送信業者に対して迷惑メール送信停止の処分を申請する対策などがあります。

EZwebメールサーバは、世界中の多数のメールサーバからのメールを受信しており、常に設備の負荷は変動しており、一部のサーバから送信されるメール毎に保証するような閾値を設定することができません。しかしながら、禁止事項を充分考慮して頂いた設備の負荷を与えない一般的な送信方法であれば問題なくメール送信が可能と考えている。

EZwebで受信できないものは、弊社サーバの仕様で明らかにメールを受け取ることができないものです。一方、EZwebあてにメール送信する際の禁止行為は、弊社サーバの負荷を高め、サービスの安定運用に支障を与える可能性のある送信行為の例です。従ってサービス品質を低下もしくはその危険性が生じた場合には一時的に受信を拒否する場合がありますと公表しています。

ソフトバンクでは、携帯電話から大量に送信される迷惑メールへの対策として「メール送信件数の制限」を実施しています。2003年12月より第2世代携帯電話（以下、2G）のロングメールおよびスパムメール、2004年3月より3GのVGSメール、同年11月より2Gのスカイメール、2005年2月より第3世代携帯電話（以下、3G）のMMS、2005年5月より3GのSMSにおいて、送信規制を実施。サービスによって内容は異なりますが、24時間規制や20日間規制などの配信時間規制を実施しています。

## 【1章】 ケータイメールが届かない! (キャリアブロックについて)

### POINT!

受信ブロックは、各キャリアが迷惑メールを防止する為に実施した**受信サーバーの受信制御**。



携帯電話へのメール配信において、各キャリアの受信ブロックにより**「メールが届かない」「遅延する」**などの問題がある。



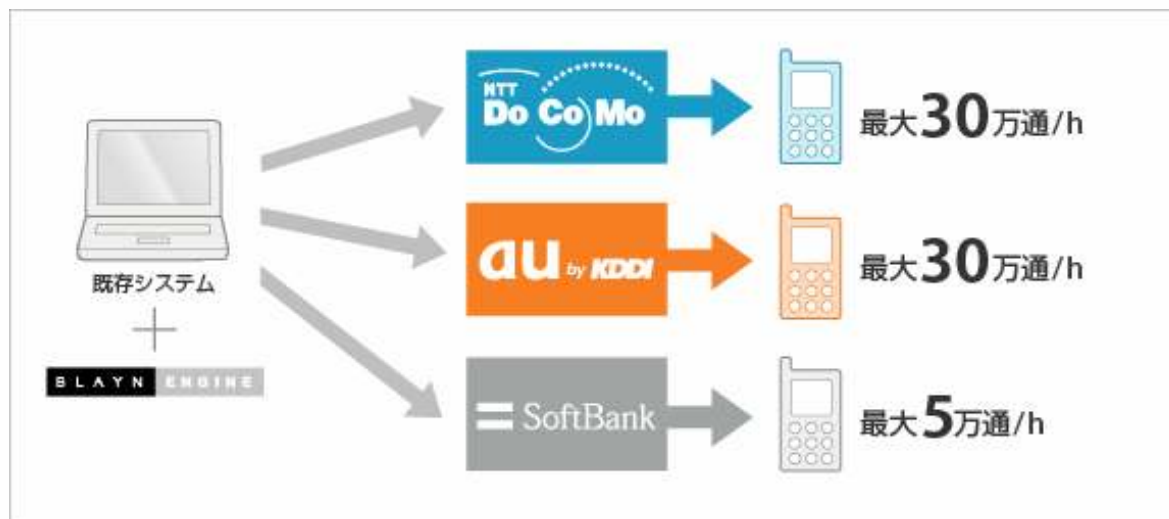
結果、携帯向けのメールマーケティングに支障が生じる。顧客アドレスの精度が悪いとクリーンなアドレスにまで影響を及ぼし、**配信遅延に巻き込まれる**可能性がある。



**アドレス精度を高める**必要がある。  
大量メール配信時に、受信ブロックを受けないように配信方法を調整する必要となる。

## 【2章】 高速かつ確実にメールを届けるブレインエンジン

### 3キャリア対応のメール配信エンジン



サーバー1台あたり、1時間に30万通程の送信を可能とする  
メール配信エンジン

ブレインエンジンの設計は高速メール配信を可能とするが、それ以上に配信の確実性を重要視した設計としている。

NTTdocomo, au, SoftBankの3キャリアに対応。

ブレインエンジンを利用することにより、携帯電話へのメールを高速で確実に配信することが可能となります。  
しかし、優れた配信エンジンを利用しても、不正な(存在しない)アドレスにメールが届くことはありません。  
ブレインエンジンは、アドレス精度が高い(存在するアドレス)に対して、大量なメールでも高速に配信することが可能となり、受信ブロックを受けにくくする効果があります。



【2章】 高速かつ確実にメールを届けるブレインエンジン

ブレインエンジンの処理フロー

STEP

1

パソコンや携帯電話から  
メールを送信



STEP

2

接続許可IPから  
ブレインエンジンに接続



3

ブレインエンジンを通して  
各キャリアへメールを配送



受信サーバ

STEP

4

3キャリア (DoCoMo、 au、 SoftBank) の  
携帯電話で確実にメールを受信します



## 【2章】 高速かつ確実にメールを届けるブレインエンジン

### メール配信からケータイサイト閲覧までの流れ

1.ターゲットに向けてメール配信

3.読者がメールを受信

5.ケイティで作成したケータイサイトを閲覧

2.ブレインエンジンを受信サーバーへ

4.空メールでユーザー登録



### 【3章】 「空メール」 を利用した新規集客

## 空メール登録で新規ユーザーを獲得

メールマガジンを読者に登録してもらうには、まず、登録をしてもらうのが大前提となる。その為には、いかに簡単に登録できるかが重要視される。

「空メール」はアドレスを直接添付することで、ユーザーが登録用の送信先メールアドレスを入力したり、本文の入力の手間が省ける利点があり、ユーザビリティが高い。

集客時に利用する方法としてはもっとも簡単に登録まで誘導ができる方法と言える。

### 空メールで簡単登録



## 【4章】 メールマーケティングの具体例

メールマーケティングは読者の登録後、自社利益につなげることが大前提である為、ユーザーに見てもらえる内容にすることが必要不可欠となる。内容に満足できないメールマガジンは、解除されてしまったり、スパムメールと同様の扱いを受けてしまうこともある。

### ※収益を上げることが目的とした一例

- クーポン → ショップのクーポン券、割引券などの料金的な顧客誘導
- 地図 → お店を探す手間を省く
- キャンペーン → 期間限定など、日程や時間によるお得情報による誘導
- ポイント制 → メール配信時、クリックURL時にポイントを付加し、買い物などで利用できるようにする。
- お友達紹介 → 友達紹介などによる特典をつける。口コミで顧客増加などの狙い。

### ※メールを購読させることが目的とした一例

- 占い情報 → 女性や若者向けに配信
- ニュース → ビジネス、スポーツ、芸能など、ニュースをターゲット別に配信。
- お天気情報 → 配信時間帯を統一して翌日の天気を配信など。

## 【4章】 メールマーケティングの具体例

### 【配信時手順】

目的を持たないメールマガジンは購読者の興味を引くことはありません。発行の手順として下記のようなことを決めておくのも良いでしょう。

- (1) なにを実現する、どのような目的のメールマガジンか
- (2) なにをコンセプトに記事を書くか
- (3) 担当者を決める
- (4) 配信の対象を誰にするのか(ターゲット選定)
- (5) いつ配信するのか(時間選定)
- (6) 配信の頻度はどうするか(配信周期)

### 【読者心理分析】

読者がどのような目的で購読するのか考えることが必要不可欠です。読者としての行動の一例を挙げます。

読者がメルマガを購読するときの基本として(タイトル),(紹介文),(サンプル),(バックナンバー),(特典)などで決められることが多いようです。

- (1) どんな内容でも、何でも読んでしまう。
- (2) 信頼できる人や、友人に薦められたら登録する。
- (3) 人気や認知度があるメールマガジンを読む。
- (4) タイトルだけで判断する、または説明文で判断する。
- (5) サンプルページか過去のナンバーを見てから決める。(6) 無料レポートなどがついていたら登録する。

## 【4章】 メールマーケティングの具体例

### ▼具体事例

ユーザーが開封しやすい時間帯は、お昼休み、夕方と、午後8時～9時前後。テレビの健康番組が放映された直後に、それに関連する件名のメールを送ったり、「号外」「限定」「バーゲン」と書くと開封率が高まる。

さらに、開封後の購入を増やす方法の一つに「その場であおる」という方法がある。メールに「締め切りまで時間がない」「残りが少ない」「つい先ほどテレビで放送された」といったキーワードで文字通り「あおって」いくことで、開封率や、URLのクリック率を高める。

文面を特定のキャラクターが書いているという設定にすると、メールを最後まで読んでくれ、下の方のURLのクリック率が上がるという傾向もある。例えば、モバゲータウンのメールマガジンは常に「マキ」というキャラクターが書き、GREEのメルマガは「リーナ」が書いている。

## 【5章】 NG集と注意事項

メールマーケティングは読者に購読してもらい、売りに結びつけることで初めてビジネスが成り立つ。つまり、読まれないメールは意味がなく、ターゲットのニーズを考えない内容では、迷惑メールと認識されてしまう。

### ■メールマガジンの注意点

メールは文字として記録に残ります。誤字があったり、あいまいな言い回しなどは、読者の方の解釈の仕方によってイメージを害すものになりかねません。

メルマガは「メディア」ですので、管理者側の意識にも注意が必要です。

1. 発行者の影響力を自覚する
2. 配信する情報を選別する

また、解除方法があいまいになっているメールマガジンは信頼性を失います。

【例1】各地展開している安価なチェーン店などのメニューの案内。

お客様は安く飲みたいという目的がある為、場所を選ぶ必要もなく、メニュー自体に特に興味関心がない。また、クーポンなどを配布していたとしても店舗が限定されている場合、近くに同じ店があるのに、わざわざその指定の店舗まで足を運ぶとなると不便に感じる。

【例2】入れたい情報を詰め込みすぎるメールマガジン。

メールマガジンは継続することが大切で、1回の配信に情報量を多くしても、全てを記事を読まれないことがある。特に定期的に配信しているコラム的なものでない限り、読者が必要としている情報以外の記事の割合が大きいと、「不要なメール」という判断をされかねない。

【例3】不用意なキーワードは避けるべき

「儲かる」などの直接的かつ金銭的な儲けを連想させるキーワードを利用したメールはスパムと認識されやすいので、極力避けるべき。「クーポン」や「キャンペーン」的な言い回しで、誘導するのが確度が高い。

ご清聴ありがとうございました。

---

## お問い合わせ先

ブレイン株式会社  
〒150-0043  
東京都渋谷区道玄坂1-20-2 石橋ビル2F  
TEL 03-5428-5936  
FAX 03-5428-5937  
E-mail [info@blayn.co.jp](mailto:info@blayn.co.jp)