

# 日本のメールマガジン 購読状況調査 2023年度版

Newsletter Survey 2023

株式会社ベンチマークジャパン



## 本調査の目的

当社ユーザーにメール配信を効果的に行っていただくため、インターネットユーザーのメルマガ購読状況について調査を行った。

## 内 容

仕事用・プライベート用それぞれのメールアドレスにおける、メルマガの購読数や閲覧時間、開封の判断や購読・停止のきっかけなど、メール配信者にとって業務上役立つと考えられる内容について調査を行った。

## 手法・調査期間

インターネット調査、2023年8月18日～8月26日

## 対 象 者

仕事用メールアドレスと、プライベート用メールアドレスの比較の為、会社員、公務員、自営業を含めた経営者・役員、20代～60代を対象とし、回答者の年齢分布は国勢調査の人口比率に対応させた。

## 有効回答数

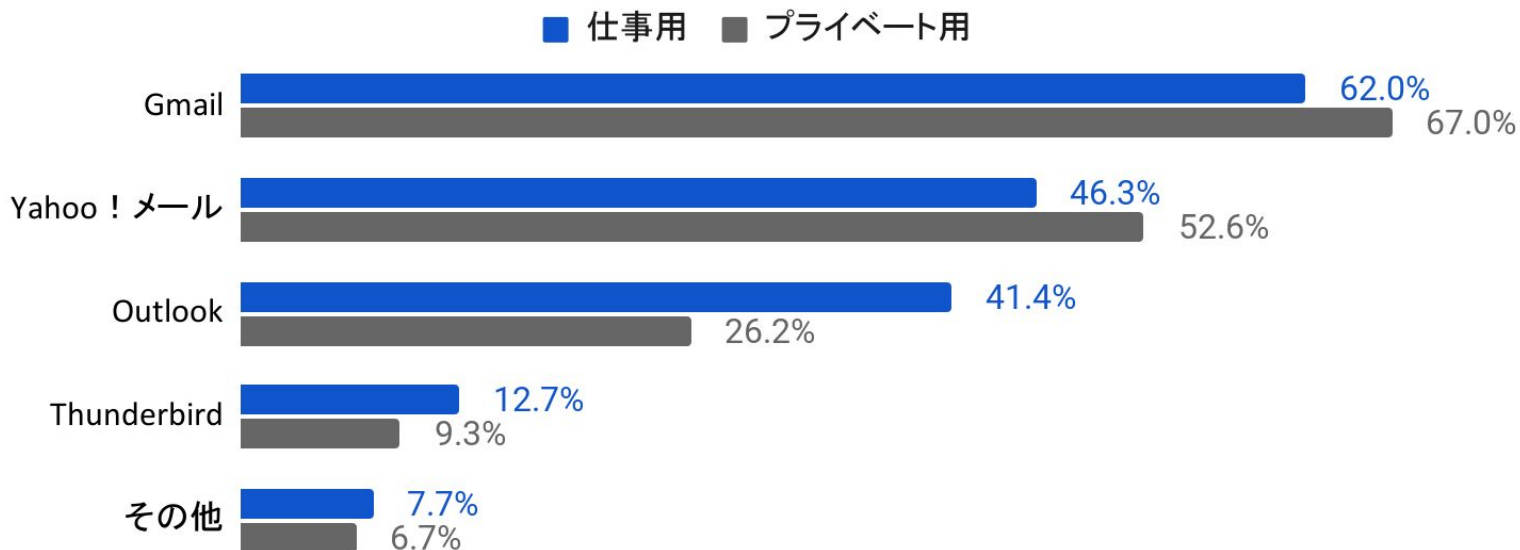
763

## 調 査 者

株式会社ベンチマークジャパン 山本百合子 山本美智

## メールサービス(メールソフト)の利用状況

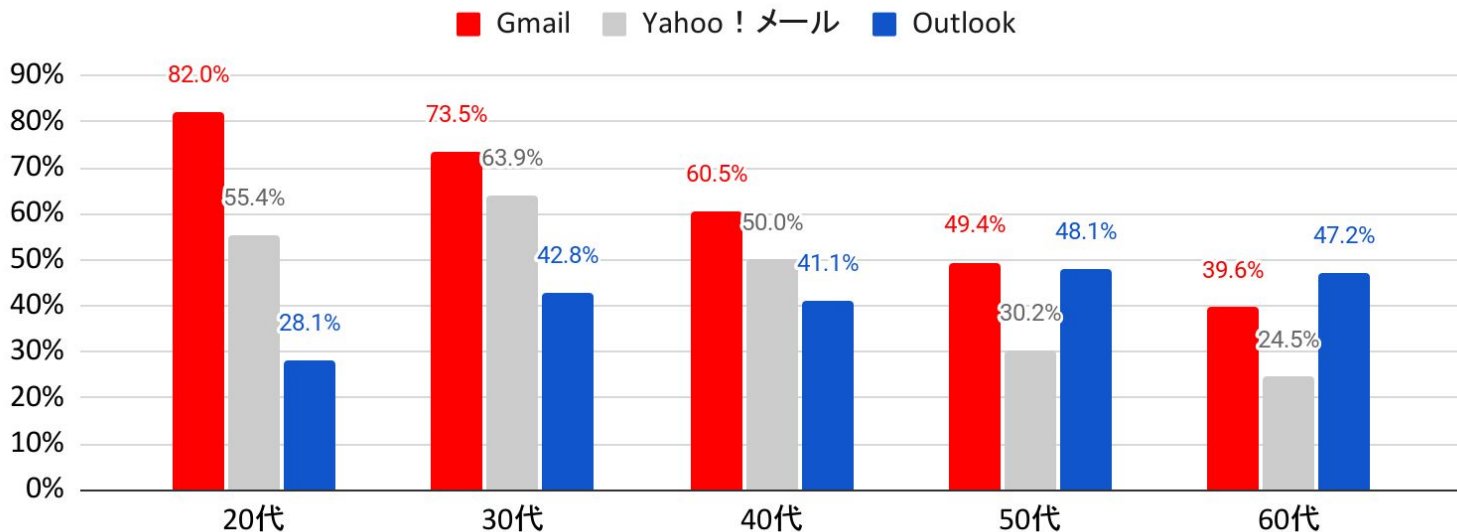
Q. どのメールサービスを使ってメルマガを読んでいますか？ \*複数選択可



### POINT

- 仕事用・プライベート用のメールアドレス共にGmailが1位、Yahoo!メールが2位、Outlookが3位
- 「その他」には、Becky!やShuriken、自社独自のメールソフト、OCNやniftyなどISPのサービス、モバイルのアプリなど

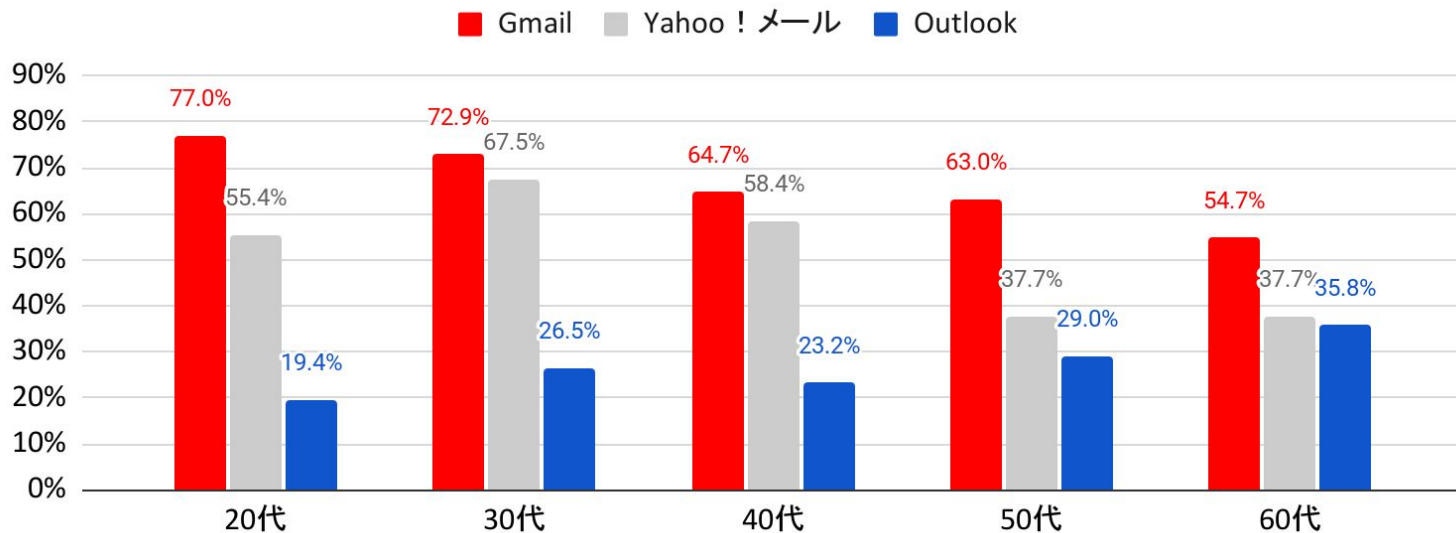
Q. 仕事用に使っているメールアドレスについて質問です。  
どのメールサービスを使ってメルマガを読んでいますか？ \*複数選択可



## POINT

- 年代によって、利用しているサービスの順位にばらつきがあった
- Gmailは若年層ほど利用率が高く、年代が上がるごとに低くなっている
- Outlookは年代が高い方が利用率が高い傾向にあり、60代では利用サービスとして1位となった

Q. プライベート用に使っているメールアドレスについて質問です。  
どのメールサービスを使ってメルマガを読んでいますか？ \*複数選択可



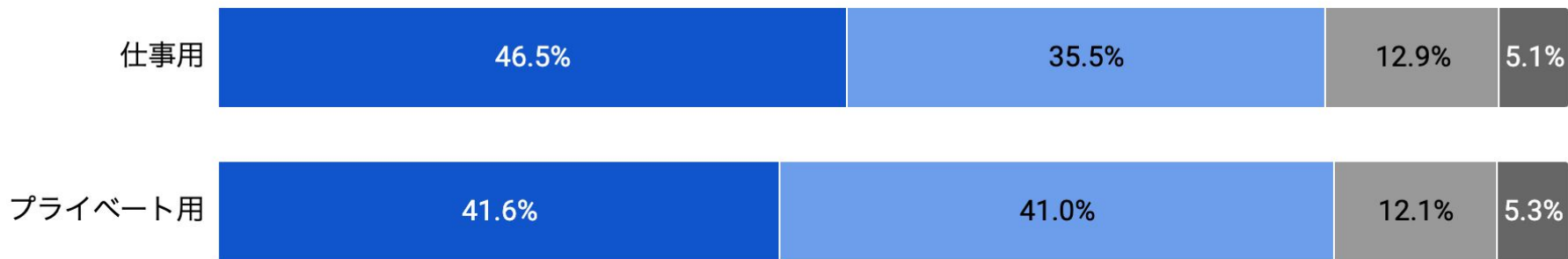
## POINT

- すべての年代において1位はGmail、2位はYahoo!メール、3位はOutlookとなった
- Gmailは若年層ほど利用率が高く、年代が上がるごとに低くなっている

## Gmailの「メイン」以外のタブの閲覧状況

Q. Gmailを利用している方へ メインタブだけでなく「プロモーション」や「新着」など他のタブも開いていますか？

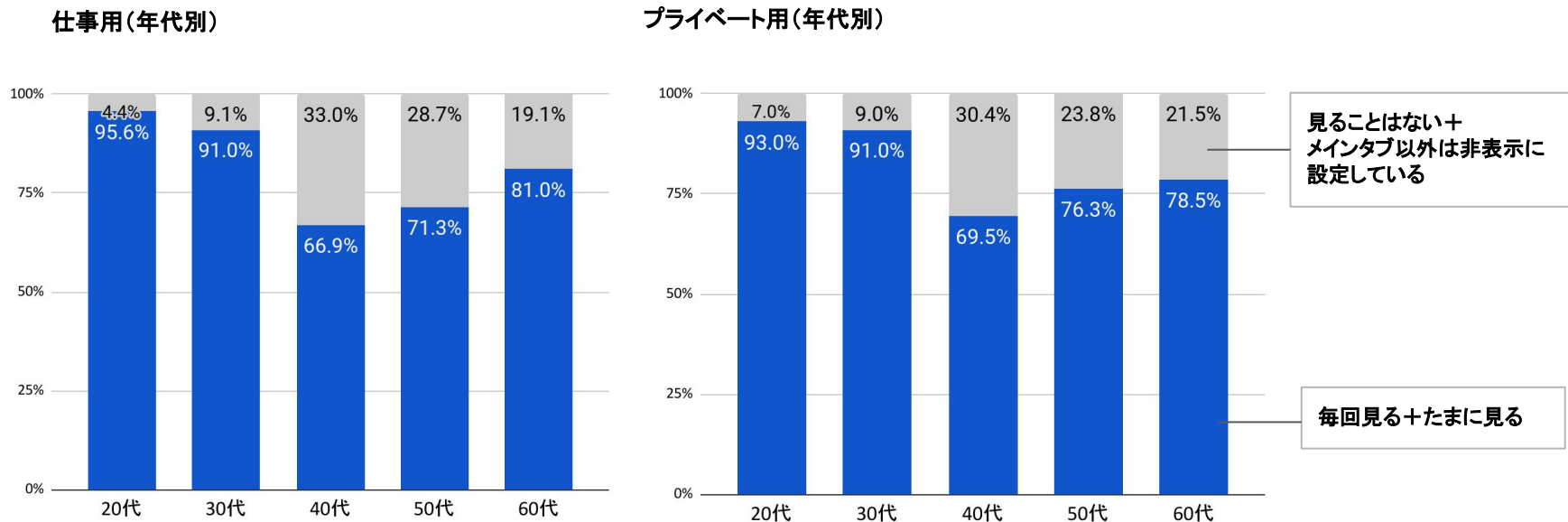
■ 毎回見る ■ たまに見る ■ 見ることはない ■ メインタブ以外は非表示に設定している



### POINT

- 仕事用・プライベート用共に、約8割がプロモーションや新着タブなどを閲覧している
- 一方、メインタブ以外を非表示にしている人は仕事用が5.1%、プライベート用が5.3%となった

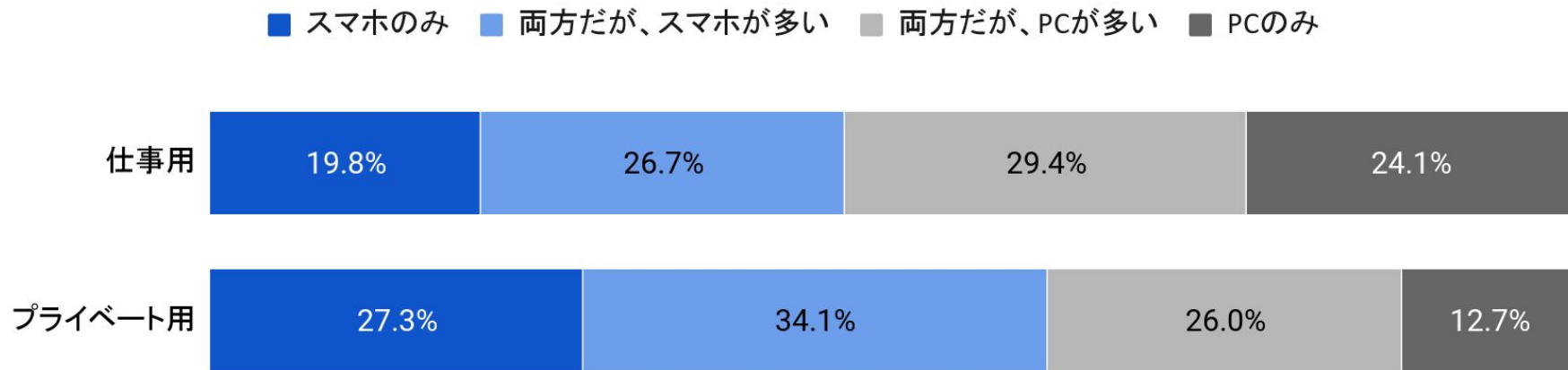
## Q. Gmailを利用している方へ メインタブだけでなく「プロモーション」や「新着」など他のタブも開いていますか？



### POINT

- 仕事用・プライベート用ともに若年層の閲覧率は高く、20～30代は9割以上が「毎回見る」または「たまに見る」と回答

### Q. スマホとPC、どちらでメルマガを読みますか？



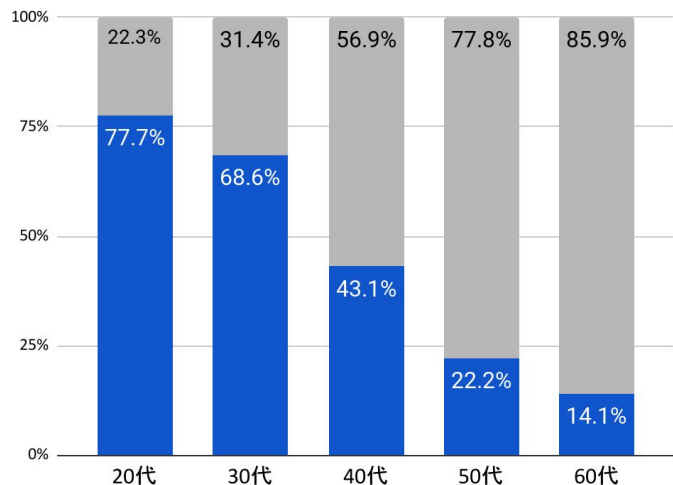
#### POINT

- 仕事用・プライベート用問わず、両方のデバイスで読む人が半数以上を占めている
- スマホでのみ閲覧するという人は、仕事用よりもプライベート用の方が7.5ポイント多い

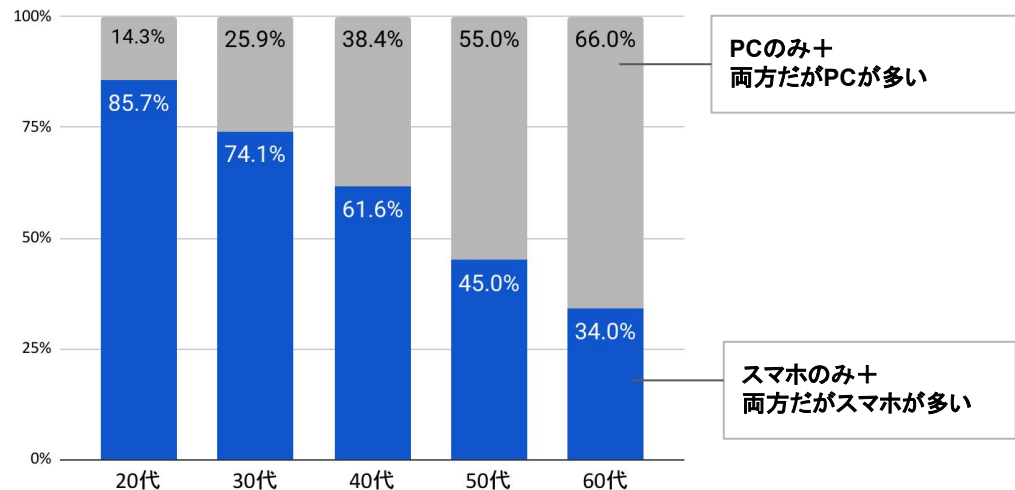


## Q. スマホとPC、どちらでメルマガを読みますか？

### 仕事用(年代別)



### プライベート用(年代別)



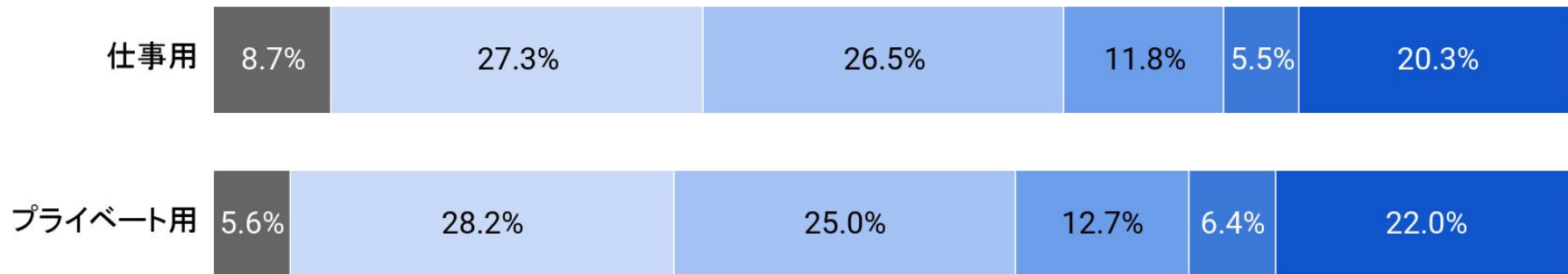
## POINT

- 若年層はスマホで読む比率が高く、年齢層が上がるほどPCで読む比率が高くなる
- すべての年代において、仕事用よりもプライベート用の方が、スマホで閲覧する割合が高い

# 1日あたりのメルマガ平均受信数

Q. 1日に平均何通のメルマガを受信していますか？

■ 1通未満 ■ 1～5通 ■ 6～10通 ■ 11～15通 ■ 16～20通 ■ 21通以上



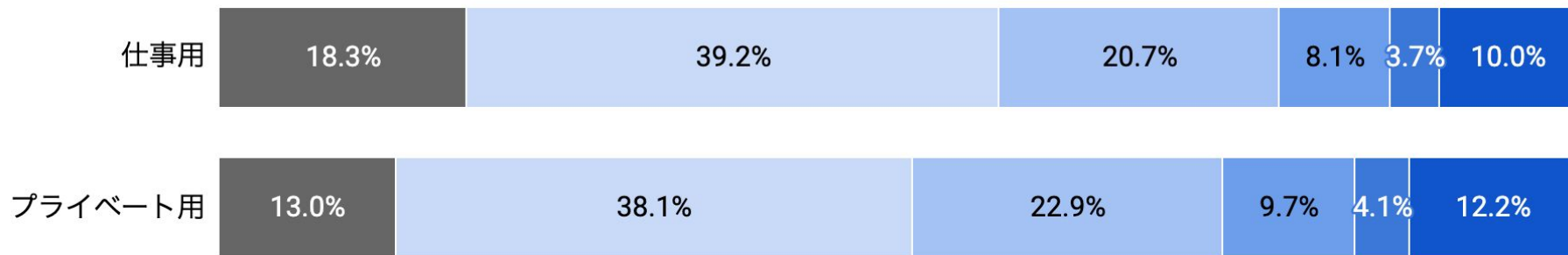
## POINT

- 仕事用・プライベート用ともに「1～5通」と回答した人が最も多く、2位は「6～10通」、3位は「21通以上」

# 1日あたりのメルマガ平均閲覧数

Q. そのうち、平均何通のメルマガを開いて読んでいますか？

■ 1通未満 ■ 1～5通 ■ 6～10通 ■ 11～15通 ■ 16～20通 ■ 21通以上



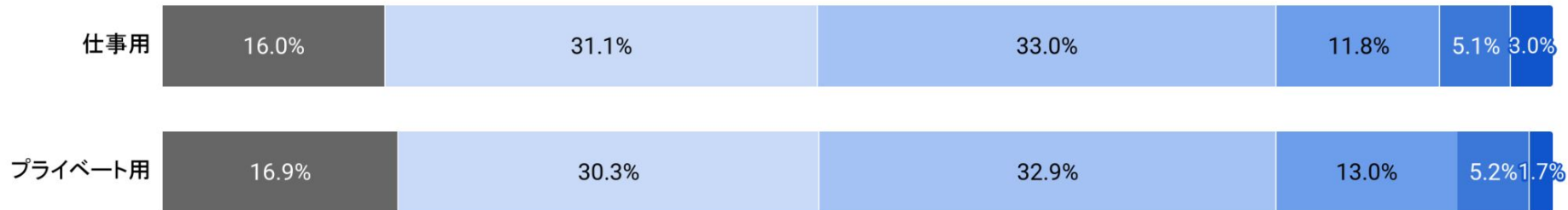
## POINT

- 仕事用・プライベート用共に、平均1通～5通の閲覧が最も多い
- 11通以上読む人は、仕事用で全体の22%程度、プライベート用で26%いる
- 21通以上読む人の割合は仕事用で10.0%、プライベート用で12.2%となった

# 1通あたりのメルマガ購読時間

Q. 開封したメルマガは1通あたり平均どのくらい時間をかけて読んでいますか？

■ 10秒未満 ■ 30秒未満 ■ 1分未満 ■ 3分未満 ■ 3分以上 ■ 全く開封しない



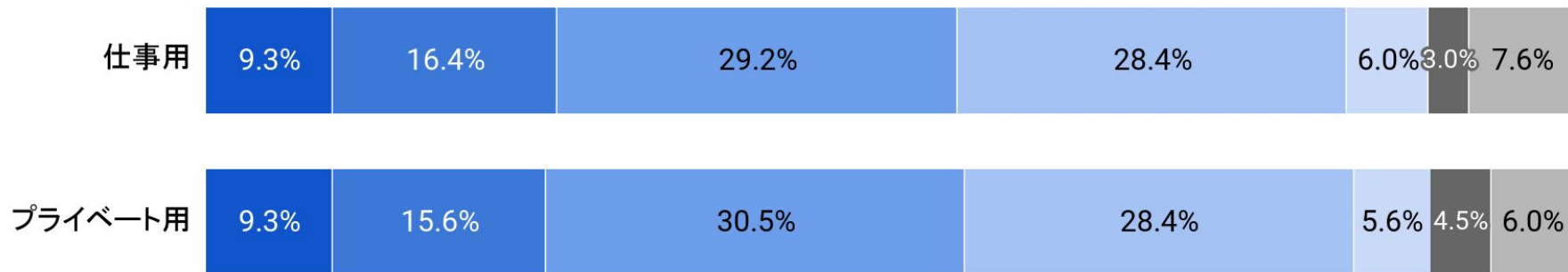
## POINT

- 仕事用・プライベート用共に1位は「30秒以上1分未満」、続いて2位は「10秒以上30秒未満」。
- 全体の約8割が1通あたり1分未満で読んでおり、約5割が1通あたり30秒未満で読んでいる。

# メルマガの理想的な配信頻度

Q. 購読しているメルマガの配信頻度は平均どのくらいが理想ですか？

■ 毎日 ■ 週に4～6通 ■ 週に2～3通 ■ 週に1通 ■ 月に2～3通 ■ 月に1通 ■ もっと少ないのが理想



## POINT

- 仕事用・プライベート用共に、1位が「週に2～3通」、2位が「週に1通」となった

## メルマガを購読する時間帯

Q. メルマガを読むのはどの時間帯が多いですか？最も多い時間帯をお選びください。

■ ～9時台 ■ 10時～11時台 ■ 12時～15時台 ■ 16時～18時台 ■ 19時～20時台 ■ 21時～23時台 ■ 24時以降

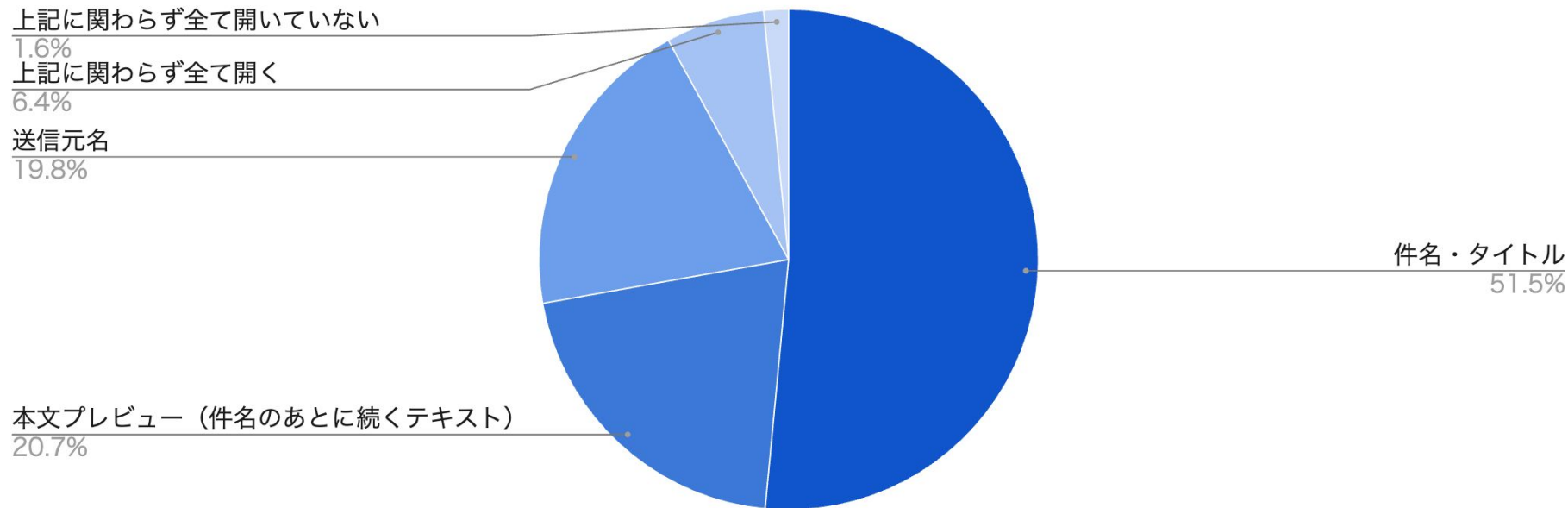


### POINT

- 仕事用アドレスの1位は「12時～15時台」で25.8%、2位は「～9時台」で23.8%、3位は「10時～11時台」で16.9%
- プライベート用アドレスの1位は「21時～23時台」で24.3%、2位は「19時～20時台」で20.9%、3位は「12時～15時台」で19.1%

# メルマガの開封に影響する要素

## Q. メルマガを開く、開かないの判断に最も影響するところはどこですか？

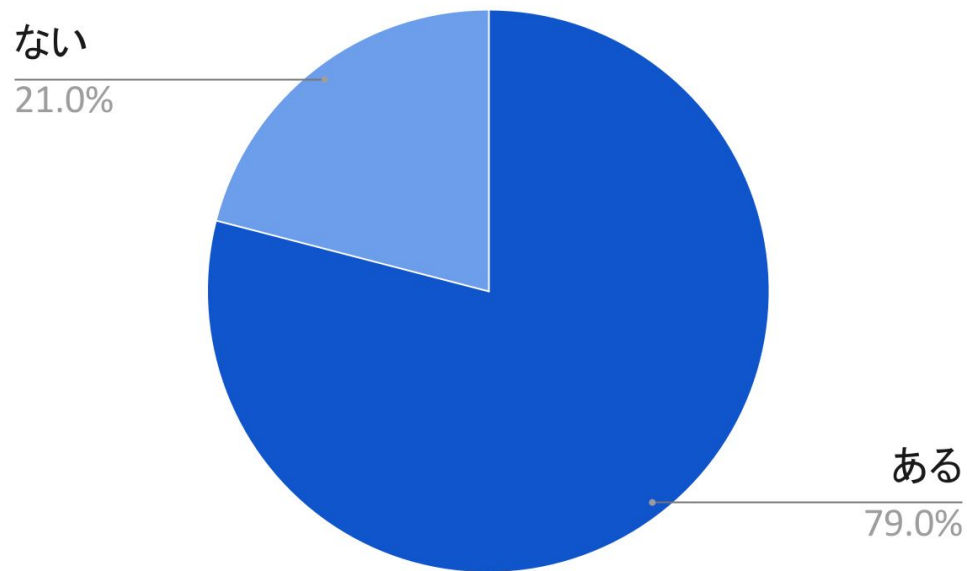


### POINT

- 1位は「件名」で51.5%、2位は「本文プレビュー」で20.7%、3位は「送信元名」で19.8%
- 4位は「上記に関わらず全て開く」で6.4%、5位は「上記に関わらず全て開いていない」で1.6%

## 自らメルマガに申し込んだことがあるか

Q. Webページなどにあるメルマガ登録フォームから、自ら購読を申し込んだことはありますか？

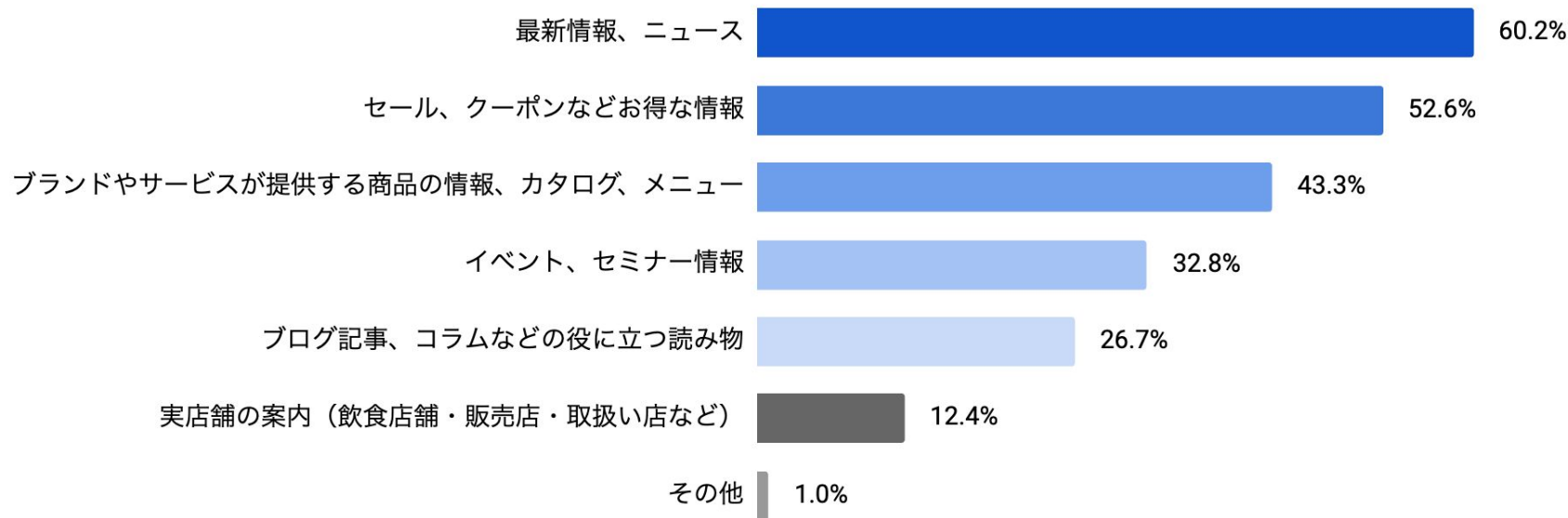


### POINT

- 79%の人が、自ら「メルマガ登録フォーム」で購読を開始している



### Q. 特にどんなコンテンツを期待して登録しましたか？ \*複数選択可

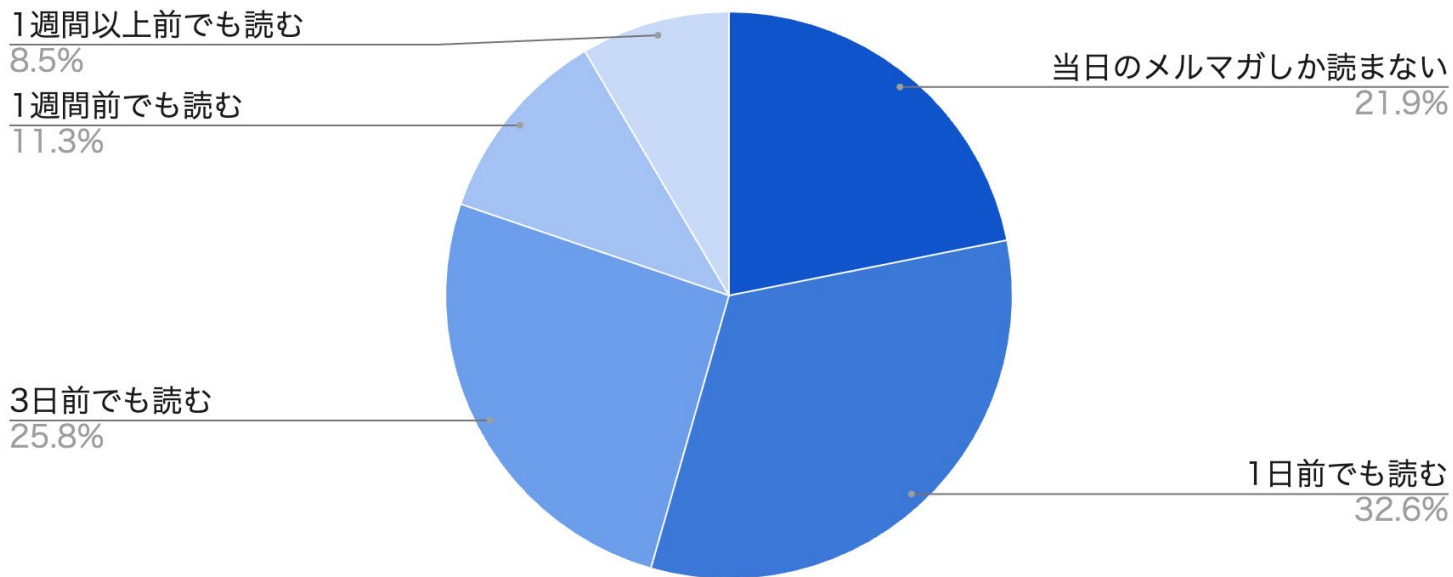


#### POINT

- 1位は「最新情報、ニュース」で60.2%、2位は「セール、クーポンなどお得な情報」で52.6%、3位は「ブランドやサービスが提供する商品の情報、カタログ、メニュー」で43.3%となった

# メルマガは受信後にどのくらいさかのぼるか

Q. 受信したメルマガはどれくらいさかのぼって読むことが多いですか？

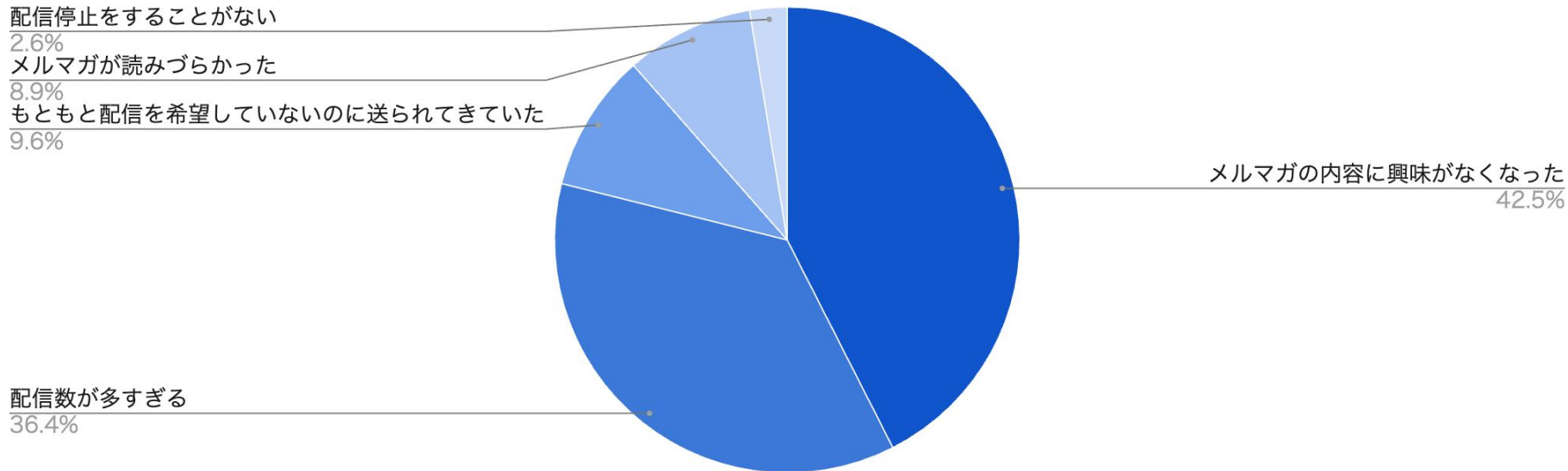


## POINT

- 1位は「1日前でも読む」で32.6%、2位は「3日前でも読む」で25.8%、3位は「当日のメルマガしか読まない」で21.9%
- 一方、「1週間以上前でも読む」を選択した人も8.5%いた

## メルマガ購読停止理由

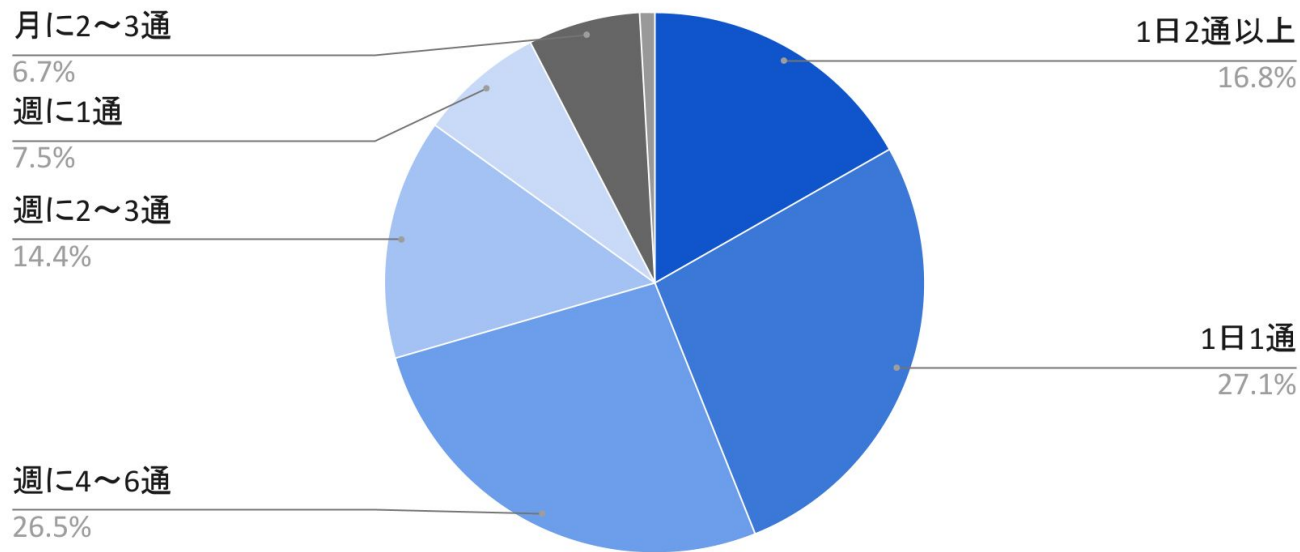
Q. メルマガの購読を停止(解除)する時はどんな理由が多いですか？最も多い理由をお選びください。



### POINT

- 「メルマガの内容に興味がなくなった」と「配信数が多すぎる」の2つの理由が全体の8割近くを占める

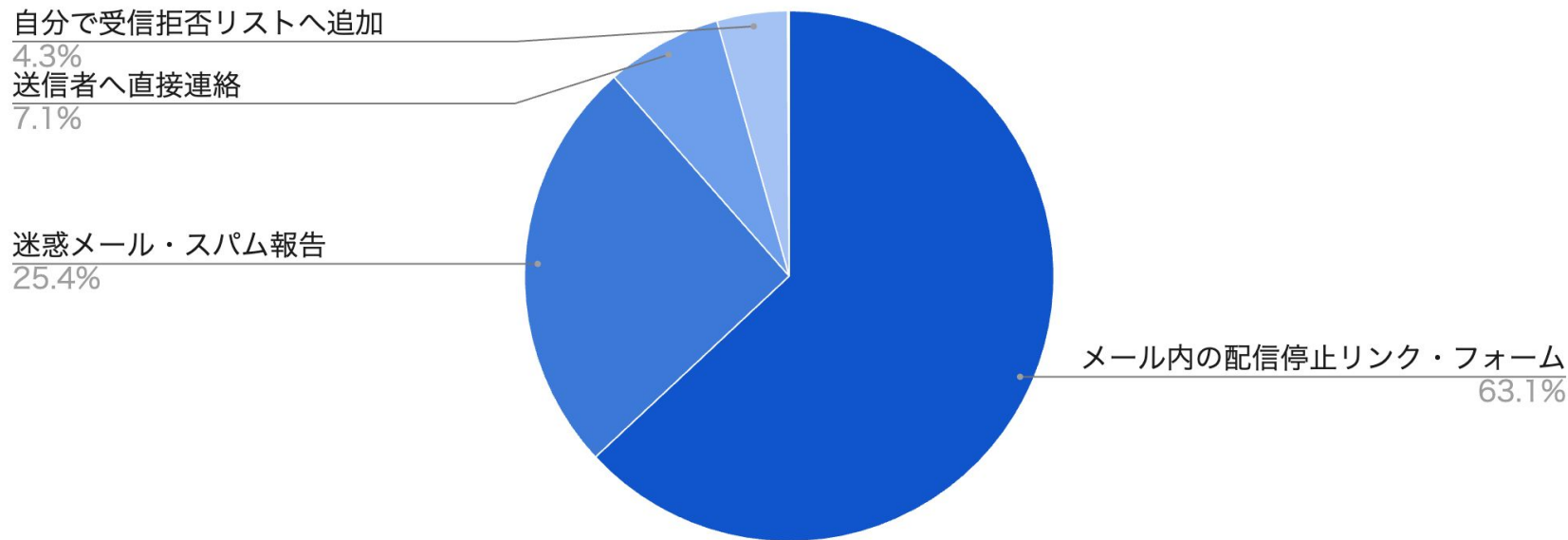
## Q. 配信停止をしたメルマガは平均どのくらいの配信頻度でしたか？



### POINT

- 1位は「1日1通以上」で27.1%、2位は「週に4~6通」で26.5%、3位は「1日2通以上」で16.8%
- 「その他」(0.9%)には「いろいろ」などの回答があった

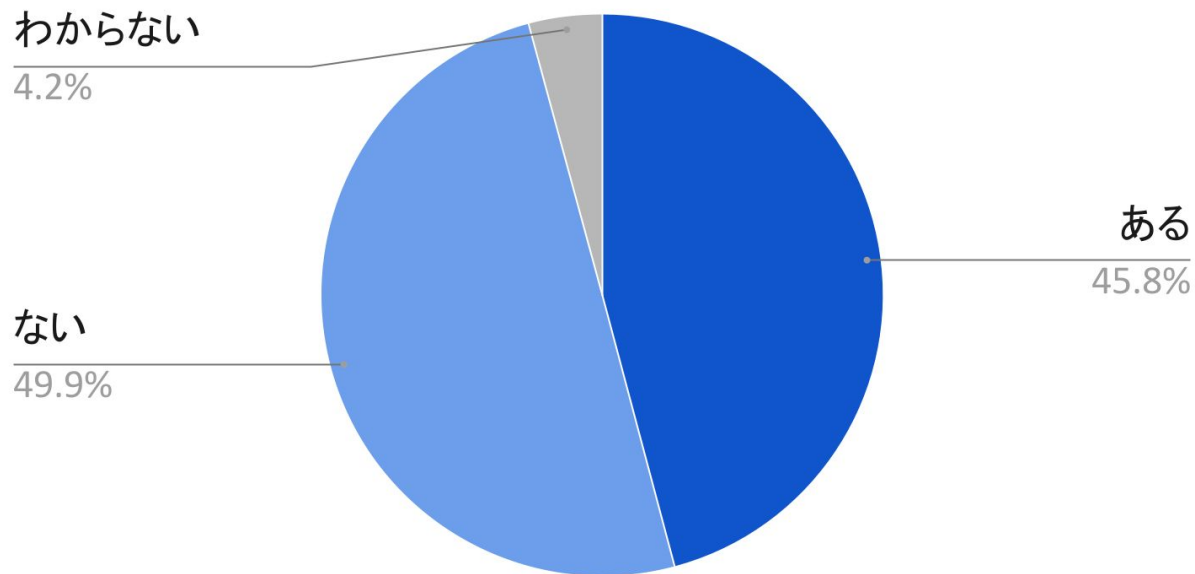
Q. どのような方法でメルマガの購読を停止(解除)することが多いですか？最も多い方法を選択してください。



### POINT

- 1位が「メール内の配信停止リンク・フォーム」で63.1%、2位は「迷惑メール・スパム報告」で25.4%、3位は「送信者へ直接連絡」で7.1%だった
- 続いて4位は「自分で受信拒否リストへ追加」で4.3%、5位は「その他」で0.1%だった

### Q. ダークモード(ナイトモード)でメルマガを読むことはありますか？

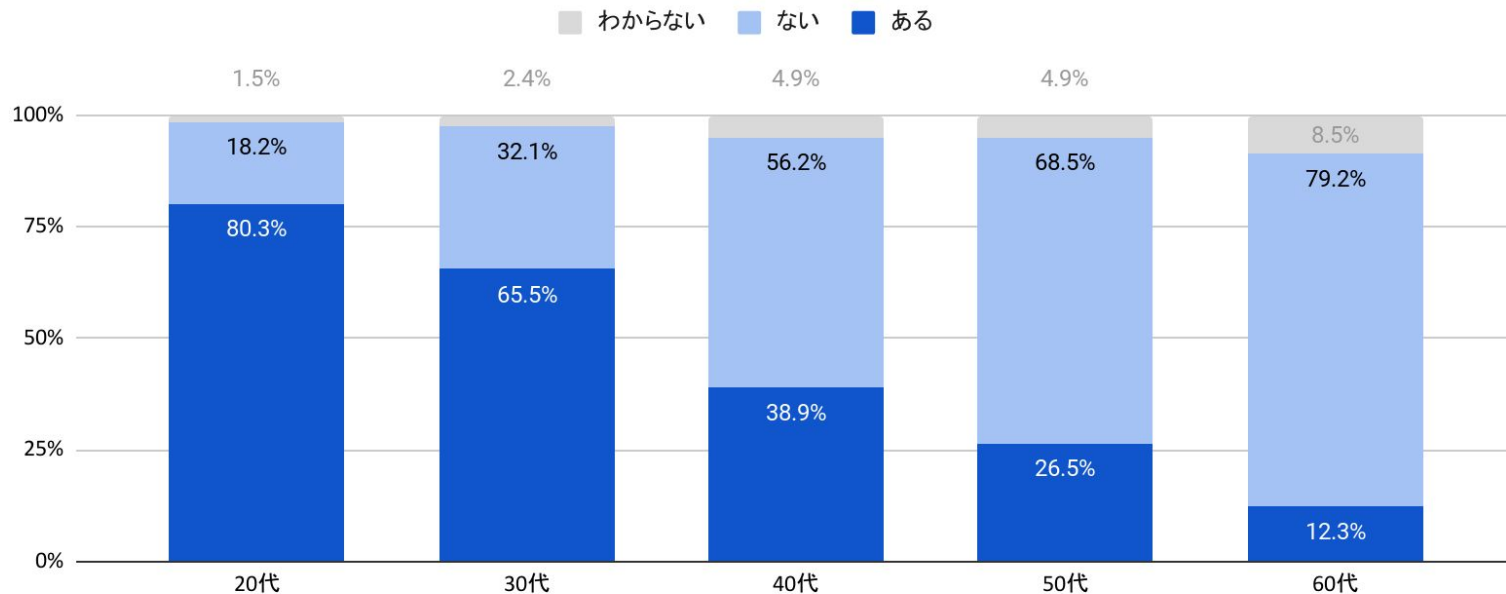


#### POINT

- 45.8%の人がダークモード(ナイトモード)でメルマガを読むことがあると答えた

## ダークモード(ナイトモード)の利用状況【年代別】

### Q. ダークモード(ナイトモード)でメルマガを読むことはありますか？



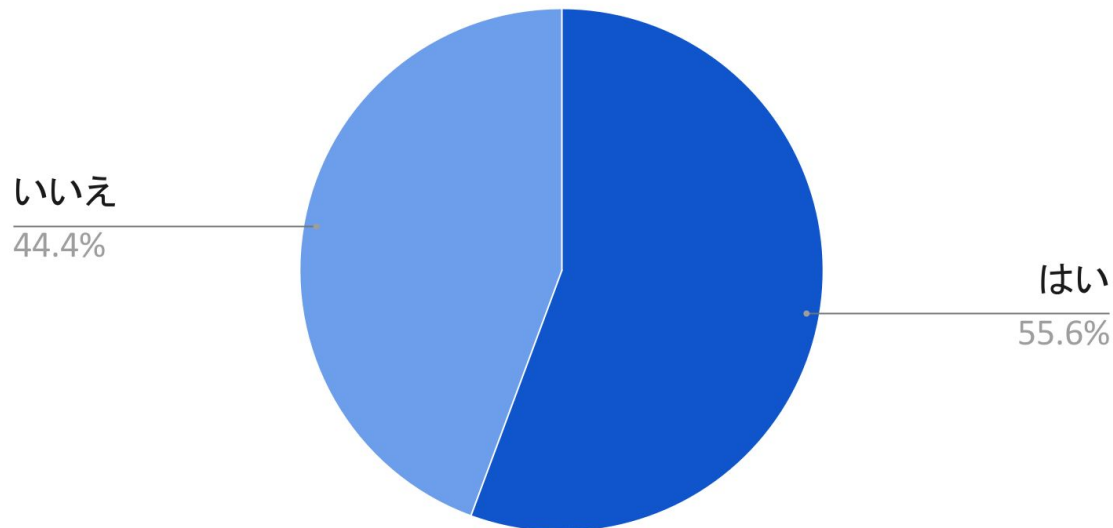
#### POINT

- 若年層ほどダークモードを使ってメルマガを読むことが多い
- 年代による差が大きく出ており、20代では8割以上が「ある」60代では8割近くが「ない」と回答した

## キャリアメールの利用状況

Q. プライベート用に使っているメールアドレスについて質問です。

携帯キャリアのメールアドレスを、メルマガ受信用に使うことはありますか？ (@ezweb.ne.jp、@docomo.ne.jp、@softbank.ne.jpなど)



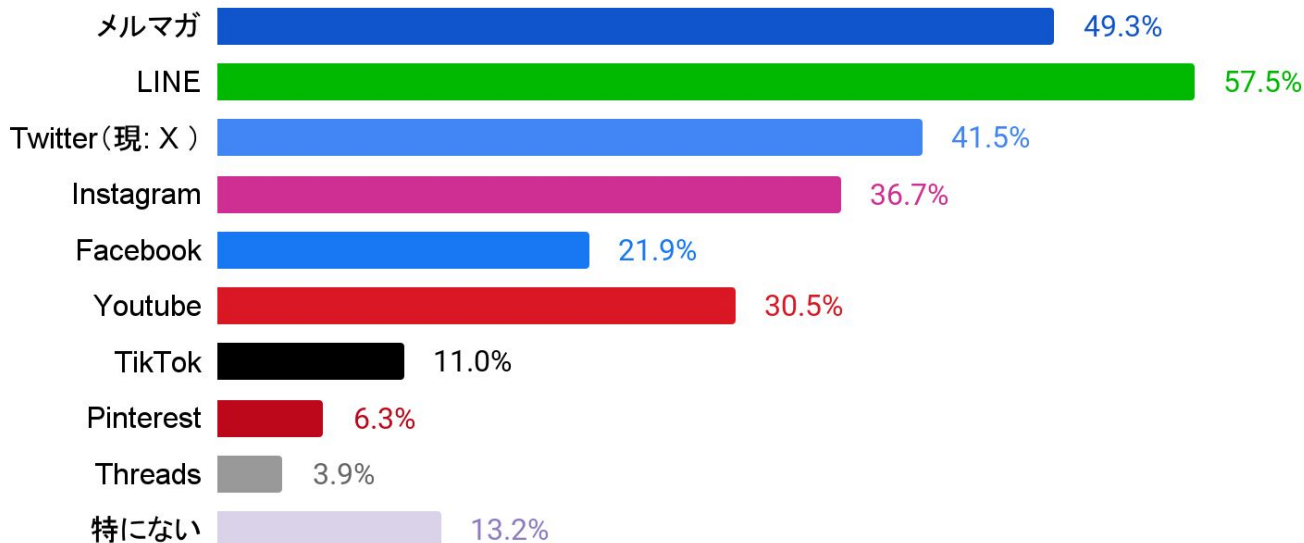
### POINT

- キャリアメールをメルマガ受信用に使うことがあると答えたのは55.6%だった



## メルマガ、LINE、SNSなどで会社やお店に関する情報を見るか

Q. 以下のメディアで会社やお店に関する情報を見ることはありますか？ \*複数選択可

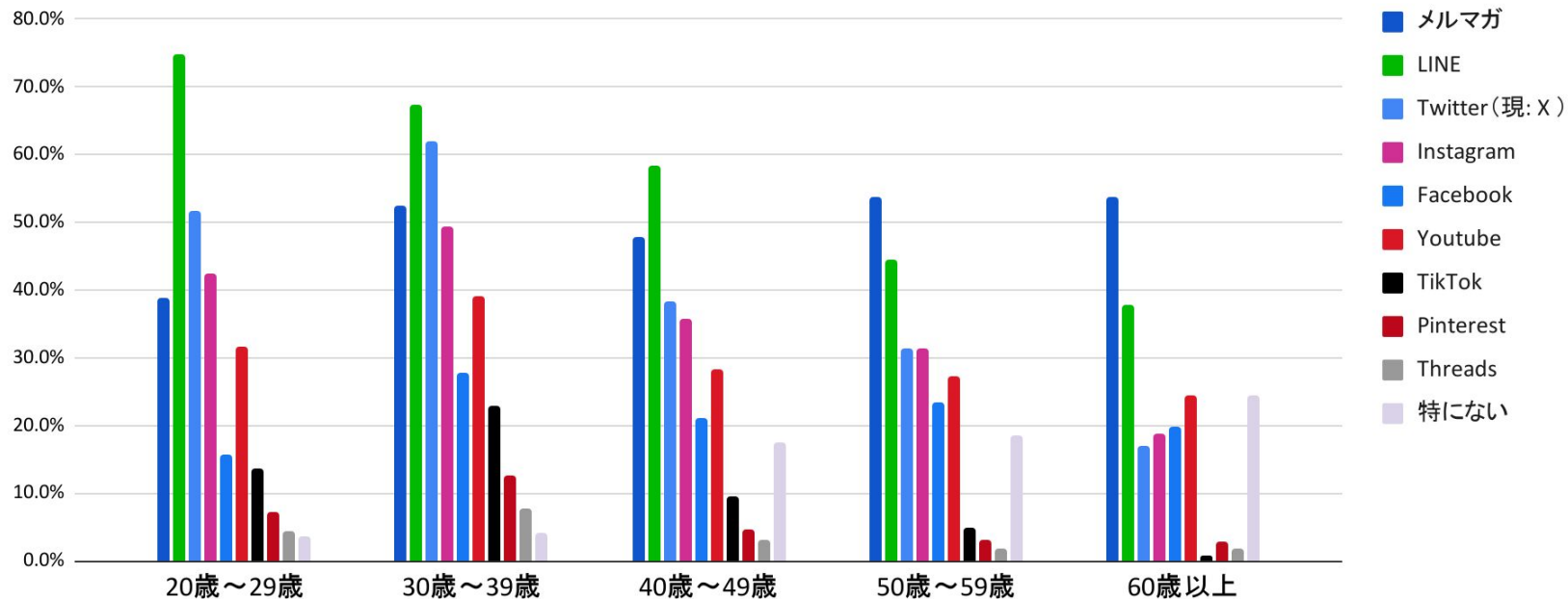


### POINT

- 1位はLINEで57.7%、2位はメルマガで49.3%、3位はTwitterで41.5%だった
- 続いて4位はInstagramで36.7%、5位はYoutubeで30.5%となった

# メルマガ、LINE、SNSなどで会社やお店に関する情報を見るか【年代別】

Q. 以下のメディアで会社やお店に関する情報を見ることはありますか？ \*複数選択可

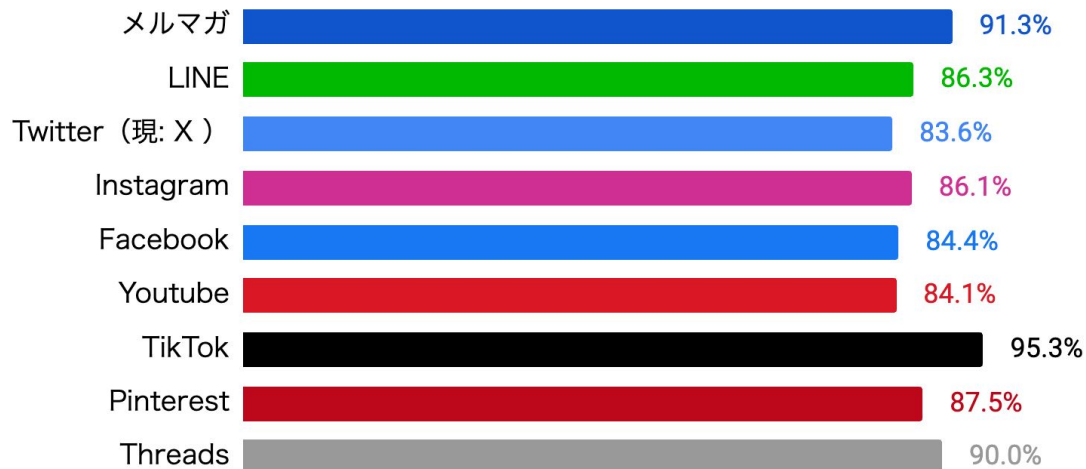


## POINT

- メルマガで会社やお店に関する情報を見ている人は各年代の約4～5割いる
- 若い年代ほどLINEの回答率が高く、20代では7割以上がLINEで会社やお店に関する情報を見ている
- メルマガとLINEを除いたメディアでは、30代の回答率が最も高い

Q.「会社やお店に関する情報を見ることもある」と回答したメディアについて、実際に商品やサービスを購入したり、お店や施設・イベントの予約をするきっかけとなることはありますか？

	よくある	たまにある	全くない
メルマガ	29.3%	62.0%	8.8%
LINE	38.0%	48.3%	13.7%
Twitter	36.9%	46.7%	16.4%
Instagram	36.1%	50.0%	13.9%
Facebook	31.7%	52.7%	15.6%
Youtube	32.6%	51.5%	15.9%
TikTok	56.0%	39.3%	4.8%
Pinterest	66.7%	20.8%	12.5%
Threads	63.3%	26.7%	10.0%

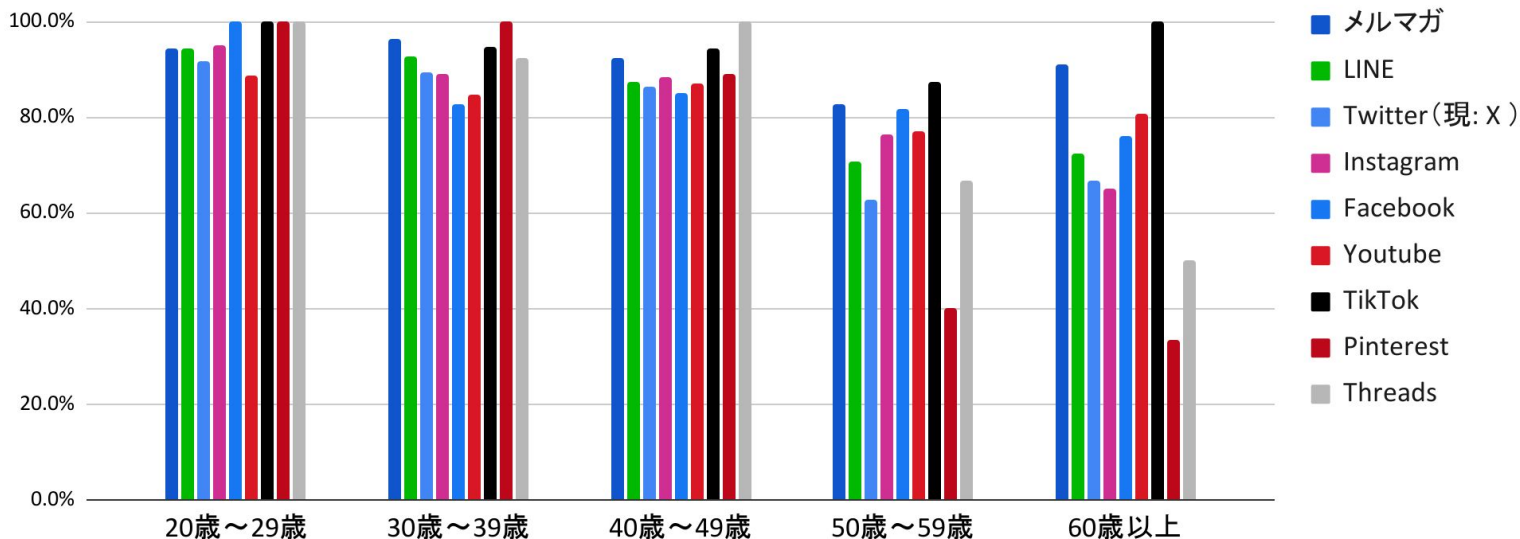


## POINT

- メルマガ、LINE、SNSで会社やお店に関する情報を見る人のうち、購入・予約のきっかけになる人が約8割～9割おり、いずれのメディアも「全くない」と回答した人の割合が最も小さい

Q.「会社やお店に関する情報を見ることもある」と回答したメディアについて、実際に商品やサービスを購入したり、お店や施設・イベントの予約をするきっかけとなることはありますか？

\*「よくある」または「たまにある」と回答した人の年代別結果



## POINT

- 20代～40代においては、各メディア共に「会社やお店に関する情報を見ることもある」人の大半が購入・予約することがある
- どの年代においても、メルマガで「会社やお店に関する情報を見ることもある」人の80%以上が購入・予約することがある



BENCHMARK

株式会社ベンチマークジャパン

東京都千代田区霞が関 1-4-1 日土地ビル2F



※調査データの無断転載は禁じます。