
「メルマガ」に関するアンケート

インターネット時代の「暮らし」を応援する
.m.press
月刊「アイ・エム・プレス」

 **NetMile** リサーチ

メルマガに関するアンケート

調査手法: インターネットリサーチ ((株) ネットマイル調べ)

 NetMile リサーチ <http://research.netmile.co.jp/>

地域: 全国

対象者: 10代 ~ 60代の男女

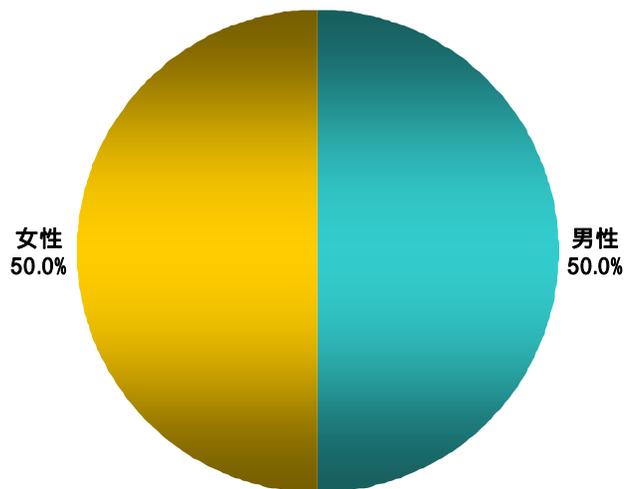
対象条件: なし

サンプル数: 500

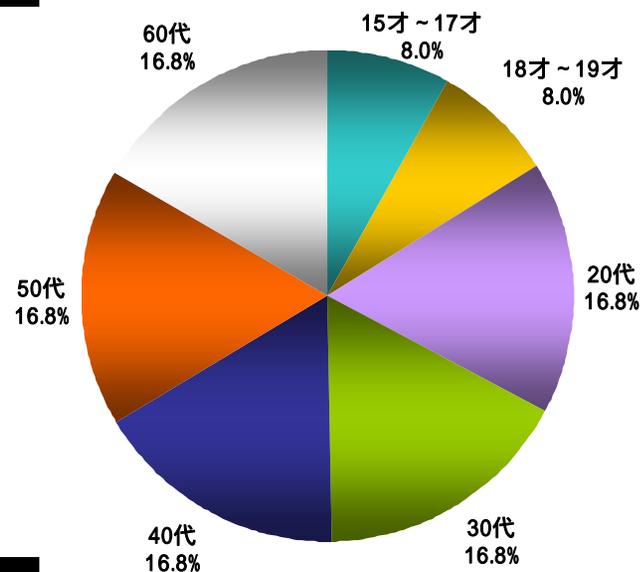
実施期間: 2010年4月19日(月) ~ 4月20日(火)

対象者プロフィール

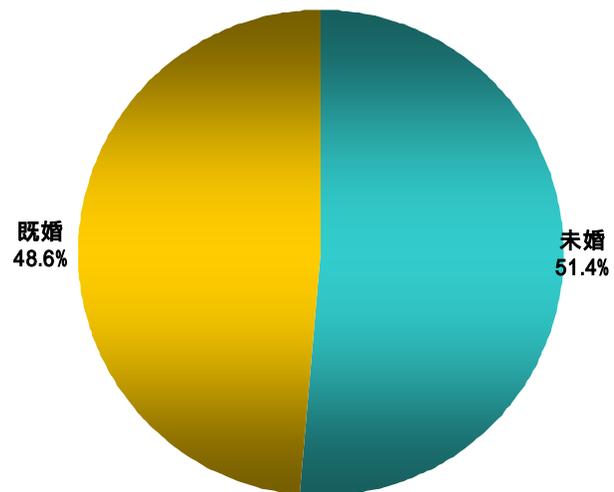
性別(SA)



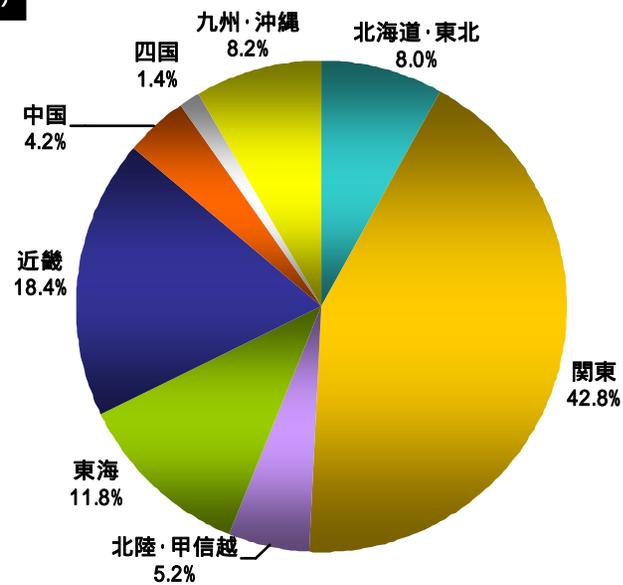
年代(SA)



婚姻(SA)



居住地域(SA)



【500人に聞く】メルマガに関するアンケート

調査手法: インターネットリサーチ((株)ネットマイル調べ)

地域: 全国

対象者: 10代~60代の男女

対象条件: なし

サンプル数: 500

実施期間: 2010年4月19日(月)~4月20日(火)

Q2	あなたがメルマガに登録しようと思った動機は？ マルチ	全体	
		N	%
1	テーマに興味があったから	302	60.4
2	発信元企業のファンだったから	67	13.4
3	発信元企業の商品・サービスを購入したことがあったから	216	43.2
4	金銭的にお得な情報が掲載されていると思ったから	182	36.4
5	メルマガは欲しくないが、サービスを受ける条件だったので仕方なく	212	42.4
6	その他	10	2.0
	全体	500	100.0

Q7	メルマガの中でよく目にする部分はどこですか？ マルチ	全体	
		N	%
1	タイトル	360	72.0
2	目次	104	20.8
3	最初に見える範囲(冒頭部)	147	29.4
4	興味のある記事	234	46.8
5	あとがき・編集後記	13	2.6
6	クーポン・割引などのキャンペーン情報	248	49.6
7	新製品にかかわる情報	92	18.4
8	広告	10	2.0
9	その他	3	0.6
10	自分に読む時間があるかどうかで毎回変わる	33	6.6
	全体	500	100.0

Q8	必ず開封して最後まで読むメルマガのジャンルは？ マルチ	全体	
		N	%
1	ショッピング	160	32.0
2	旅行・レジャー	124	24.8
3	グルメ	110	22.0
4	ファッション・ブランド	48	9.6
5	美容・化粧品	44	8.8
6	パソコン・IT	91	18.2
7	家電	71	14.2
8	金融・マネー	80	16.0
9	映画・テレビ	76	15.2
10	ニュース	98	19.6
11	ビジネス	35	7.0
12	その他	38	7.6
13	必ず最後まで読むメルマガはない	86	17.2
	全体	500	100.0

Q9	メルマガを読んで購入したことがある商品・サービスは？ マルチ	全体	
		N	%
1	ショッピング	171	34.2
2	旅行・レジャー	76	15.2
3	グルメ	94	18.8
4	ファッション・ブランド	50	10.0
5	美容・化粧品	61	12.2
6	パソコン・IT	55	11.0
7	家電	47	9.4
8	金融・マネー	33	6.6
9	映画・テレビ	22	4.4
10	ニュース	9	1.8
11	ビジネス	8	1.6
12	その他	11	2.2
13	購入したことがない	184	36.8
	全体	500	100.0

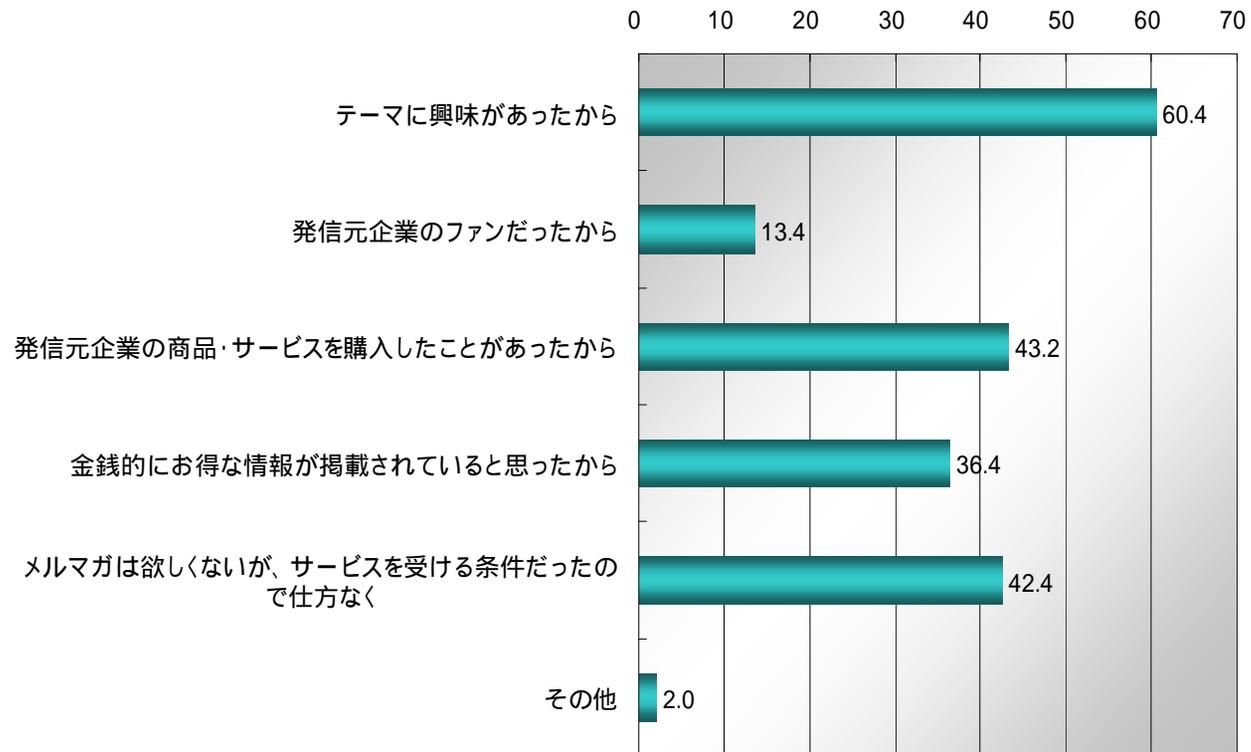
Q10	メルマガでの写真・画像の提供方法で望ましいのは？ シングル	全体	
		N	%
1	メルマガ内に直接張る(HTMLメール)	247	49.4
2	該当するWebサイトへのリンクを張る	123	24.6
3	写真・画像は必要ない	130	26.0
4	その他	0	0.0
	全体	500	100.0

16.7種類 / 人

5,000種類が1人あったため、合計で10引き上げ

Q2 .メルマガ登録の動機(MA)

Q2	あなたがメルマガに登録しようと思った動機は？ マルチ	全体	
		N	%
1	テーマに興味があったから	302	60.4
2	発信元企業のファンだったから	67	13.4
3	発信元企業の商品・サービスを購入したことがあったから	216	43.2
4	金銭的にお得な情報が掲載されていると思ったから	182	36.4
5	メルマガは欲しくないが、サービスを受ける条件だったので仕方なく	212	42.4



147.7通 / 人

3,000通が3人、5,000通が1人あったため、合計で28引き上げ

Q4 . パソコンで受信し必ず開封して最後まで読むメルマガの本数(SA)

33.7通 / 人

Q5 . 1週間にケータイで受信するメルマガの通数(SA)

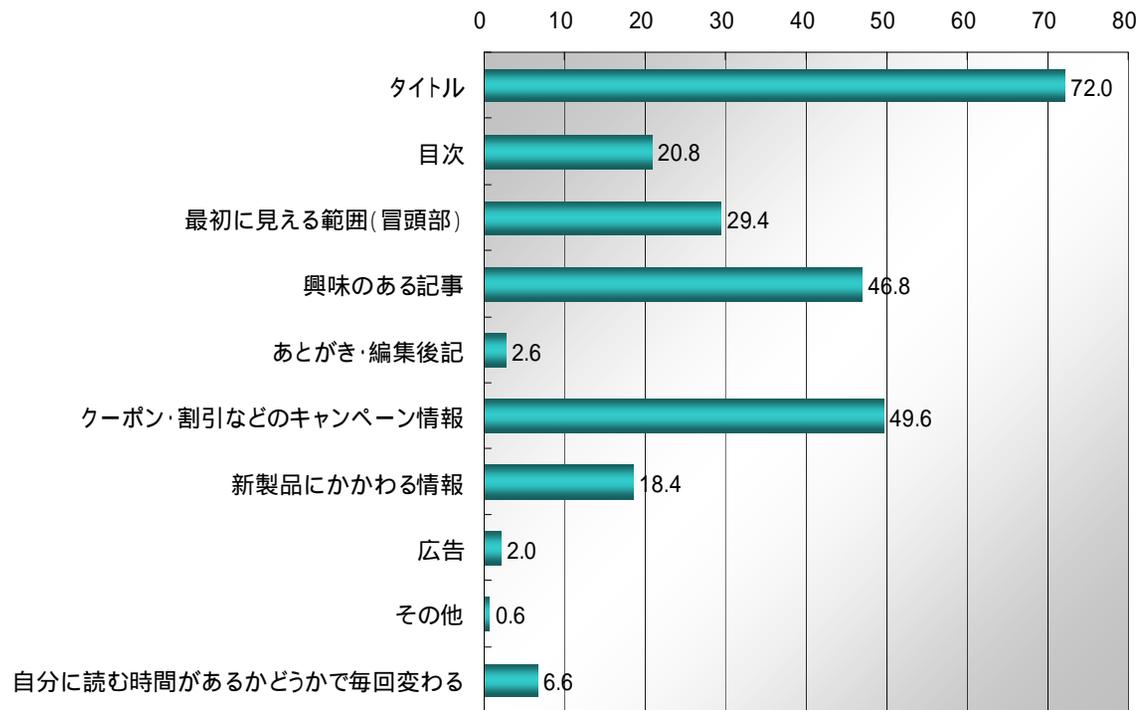
39.2通 / 人

Q6 . ケータイで受信し必ず開封して最後まで読むメルマガの本数(SA)

7.8通 / 人

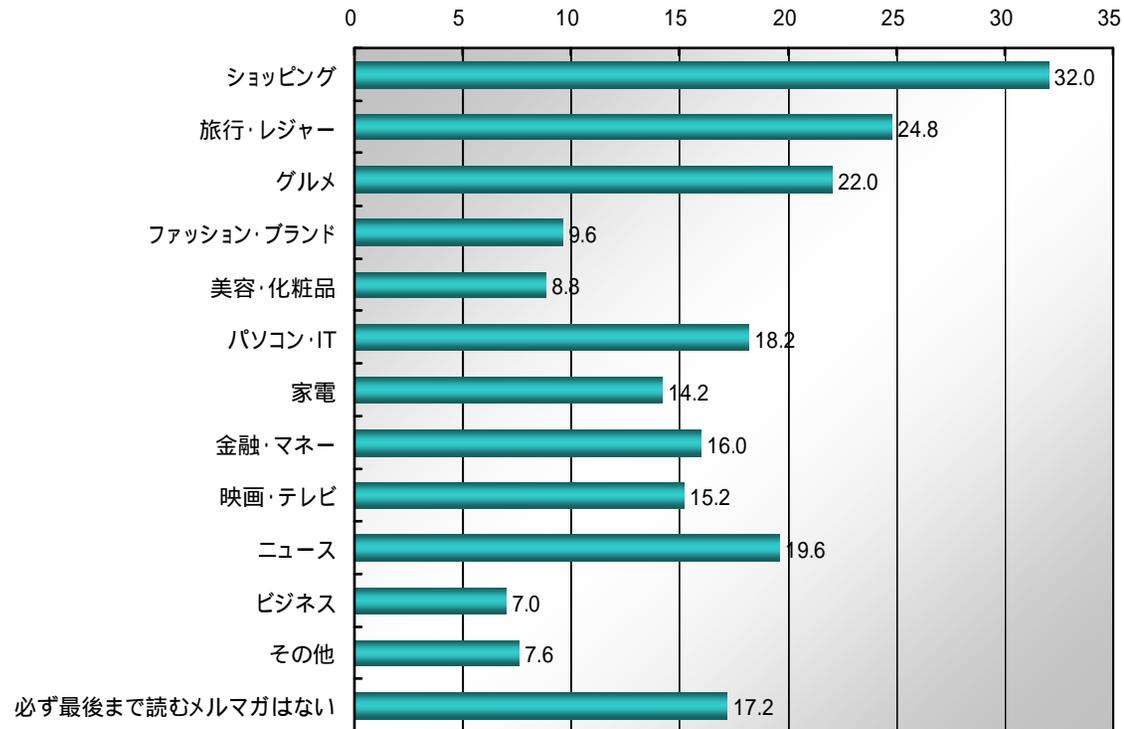
Q7. メルマガの中でよく目にする部分(MA)

Q7	メルマガの中でよく目にする部分はどこですか？ マルチ	全体	
		N	%
1	タイトル	360	72.0
2	目次	104	20.8
3	最初に見える範囲(冒頭部)	147	29.4
4	興味のある記事	234	46.8
5	あとがき・編集後記	13	2.6
6	クーポン・割引などのキャンペーン情報	248	49.6
7	新製品にかかわる情報	92	18.4
8	広告	10	2.0
9	その他	3	0.6
10	自分に読む時間があるかどうかで毎回変わる	33	6.6
	全体	500	100.0



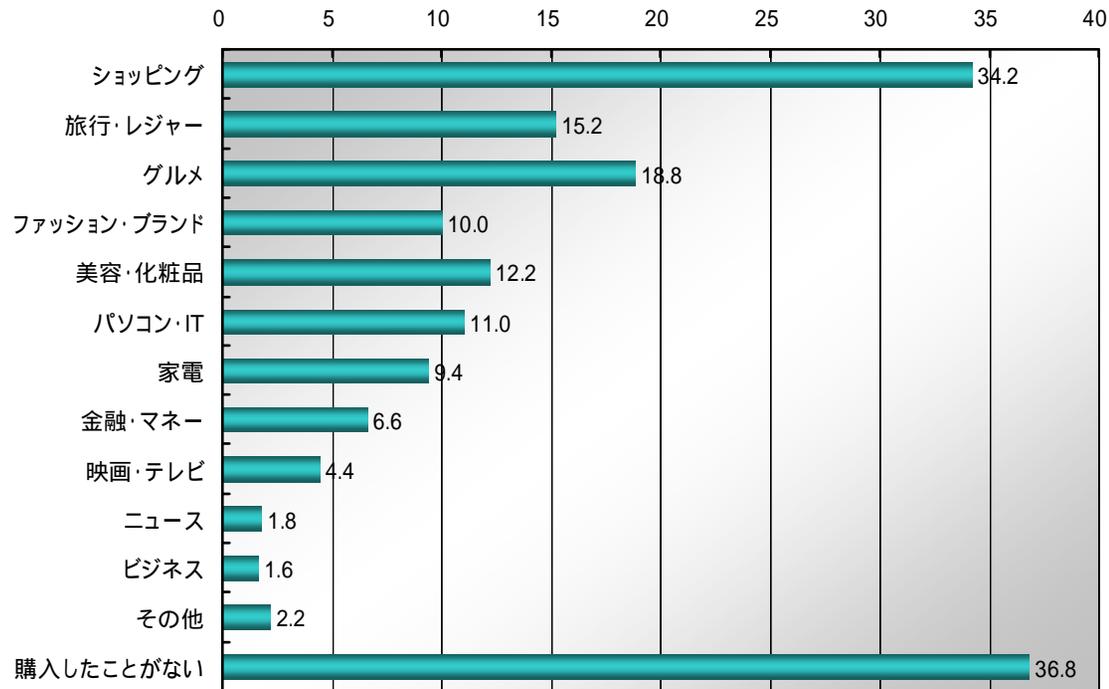
Q8 . 必ず開封して最後まで読むメルマガのジャンル(MA)

Q8	必ず開封して最後まで読むメルマガのジャンルは？ マルチ	全体	
		N	%
1	ショッピング	160	32.0
2	旅行・レジャー	124	24.8
3	グルメ	110	22.0
4	ファッション・ブランド	48	9.6
5	美容・化粧品	44	8.8
6	パソコン・IT	91	18.2
7	家電	71	14.2
8	金融・マネー	80	16.0
9	映画・テレビ	76	15.2
10	ニュース	98	19.6
11	ビジネス	35	7.0
12	その他	38	7.6
13	必ず最後まで読むメルマガはない	86	17.2
	全体	500	100.0



Q9 .メルマガを読んで購入したことがある商品・サービス (MA)

Q9	メルマガを読んで購入したことがある商品・サービスは？ マルチ	全体	
		N	%
1	ショッピング	171	34.2
2	旅行・レジャー	76	15.2
3	グルメ	94	18.8
4	ファッション・ブランド	50	10.0
5	美容・化粧品	61	12.2
6	パソコン・IT	55	11.0
7	家電	47	9.4
8	金融・マネー	33	6.6
9	映画・テレビ	22	4.4
10	ニュース	9	1.8
11	ビジネス	8	1.6
12	その他	11	2.2
13	購入したことがない	184	36.8
	全体	500	100.0



Q10.メルマガにおける望ましい写真・画像の提供方法 (SA)

Q10	メルマガでの写真・画像の提供方法で望ましいのは？ シングル	全体	
		N	%
1	メルマガ内に直接張る (HTMLメール)	247	49.4
2	該当するWebサイトへのリンクを張る	123	24.6
3	写真・画像は必要ない	130	26.0
4	その他	0	0.0
	全体	500	100.0

