

# メールマーケティングの基礎知識 到達率向上セミナー



## 株式会社ラクス

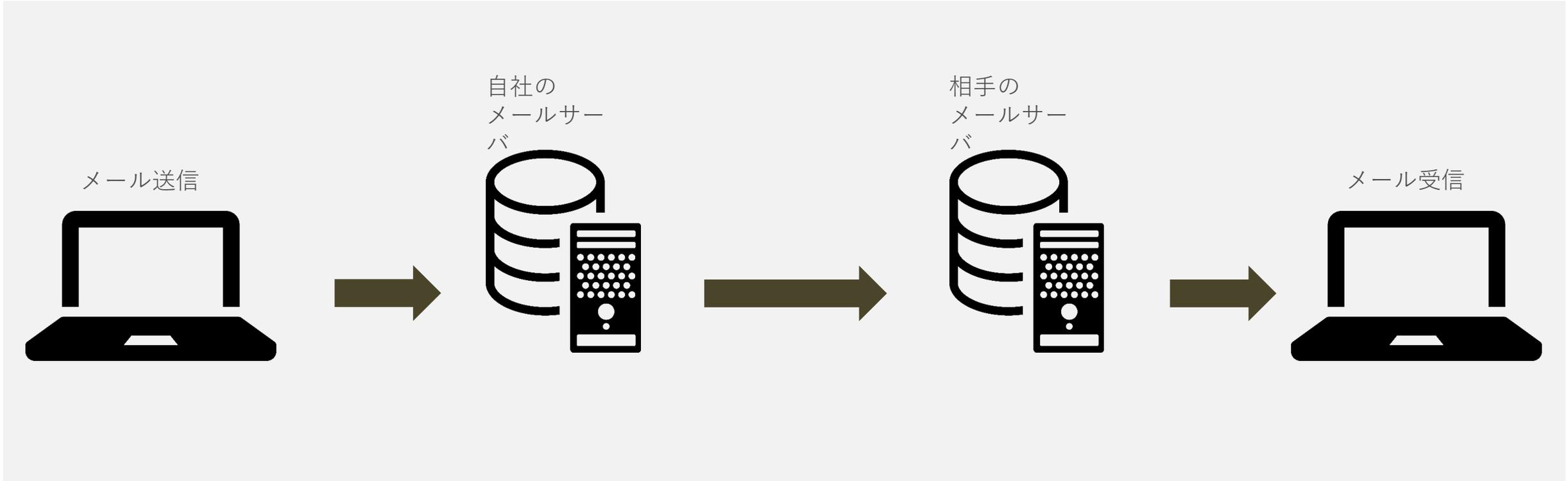
配配メール事業部 カスタマーサクセス  
メールマーケティングコンサルタント  
名嶋樹了

# AGENDE

1. メール配信の仕組み
2. メールが届かない理由
3. 迷惑メール的な特徴とその対策
4. まとめ

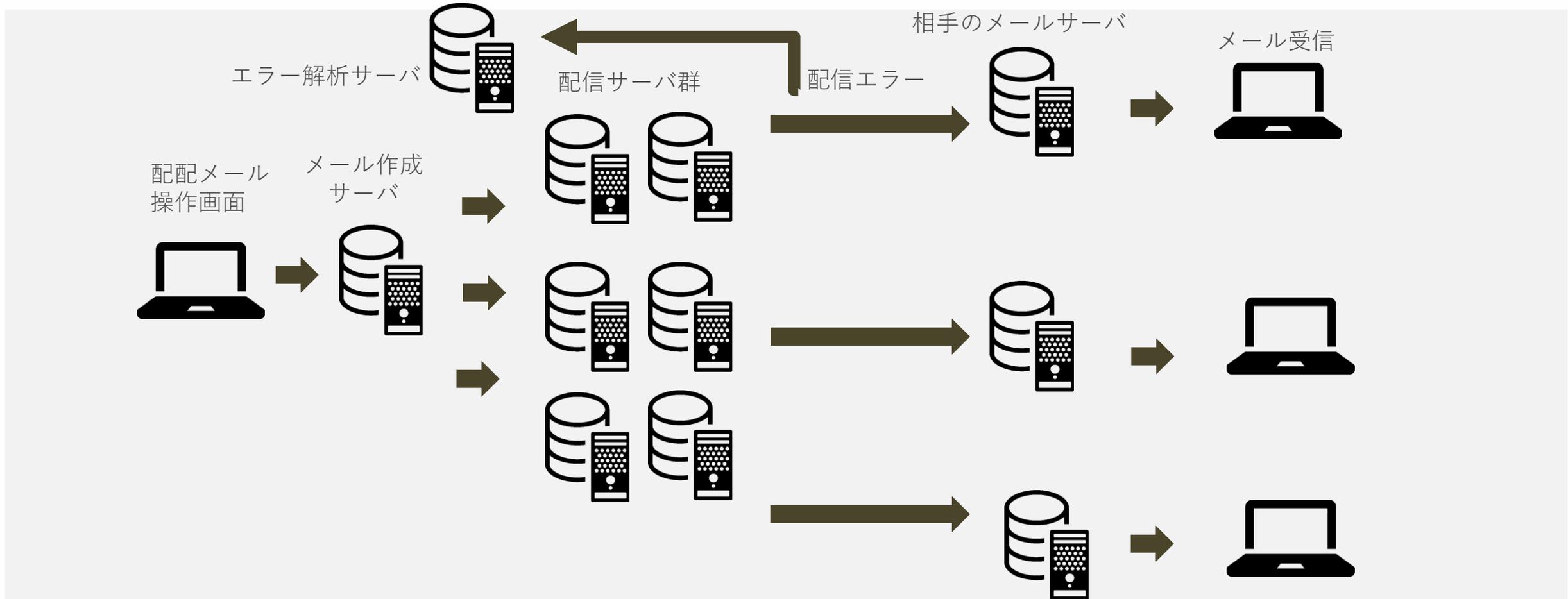
# 1. メール配信の仕組み

# メール配信の仕組み



メーカーから送信したメールはまず自身のメールサーバ（送信サーバ）へと受け渡され、届け先メールサーバ（受信サーバ）へと送付され、相手側のメールソフトに受信されます

# 配配メールの仕組み



配配メールでは多くのメール配信を行えるように配信サーバ群を用意し、不達理由を知るためのエラー解析専用のサーバを有しています

# エラー解析の仕組み

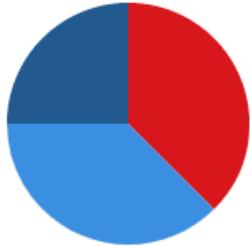
ホーム グループ配信 スポット配信 ステップメール 顧客データベース クーポン **配信履歴** レポート 各種設定

配信日時 : 2021/10/28 16:40 ~ 2021/10/28 16:41 (予約日時 2021/10/28 16:36)

配信数 : 5,721 通 (配信成功 : 5,714 / 配信エラー : 8 / エラーアドレス : 0)  この配信リストを利用して再作成  
[エラーレポートを非表示にする](#)

配信エラー : 8 (配信エラー率 : 0.14%)

エラー種別	エラー理由	数	割合
永続的なエラー	宛先が存在しない (@の前後が間違い)	3	37.50%
一時的なエラー	受信拒否 (迷惑メール設定など)	3	37.50%
	送信先メールボックスの容量不足	2	25.00%



メール受信

永続的なエラー	<ul style="list-style-type: none"><li>宛先が存在しない (@の前後が間違い)</li><li>宛先が存在しない (@の前後が間違い)</li><li>原因不明の永続的なエラー</li></ul>
一時的なエラー	<ul style="list-style-type: none"><li>送信先メールボックスの容量不足</li><li>メールサイズ超過による受信拒否</li><li>受信拒否 (迷惑メール設定など)</li><li>送信先メールサーバへの接続失敗</li><li>原因不明の一時的エラー</li></ul>
原因不明のエラー	<ul style="list-style-type: none"><li>原因を特定できないエラー</li></ul>

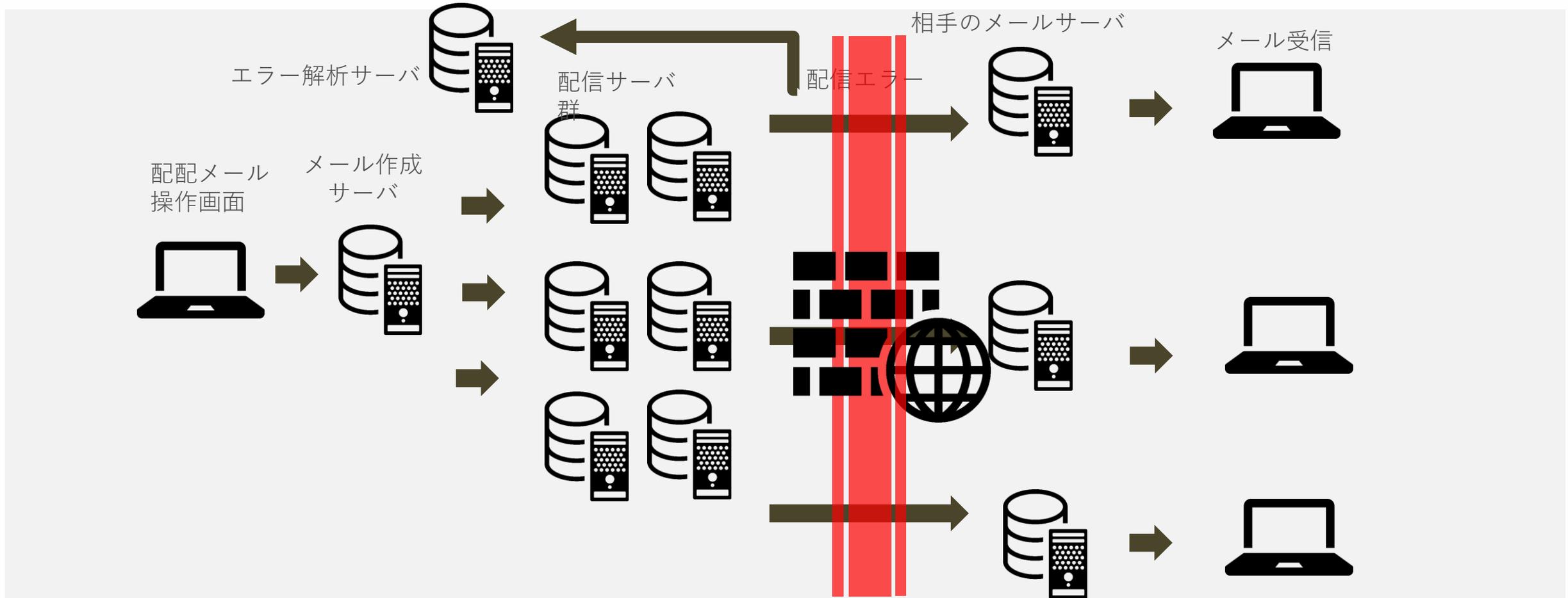
配配メール > 配信履歴 > メール閲覧画面からエラー理由詳細を確認できます

配配メールではバウンスメールを元に、エラー理由を解析します。

※「永続的なエラー」=ハードバウンスは送れる見込みがほぼありません

複数回エラーになったアドレスを自動的に除外する仕組みも実装しています

# 配信メールの仕組み



メールが届かない場合

問題となるのは配信サーバから受信サーバの間

## 2.メールが届かない理由

# メールが届かない理由

---

配信エラーとなる理由は大きくふたつ

1. そもそも存在しない
2. 受信拒否されている

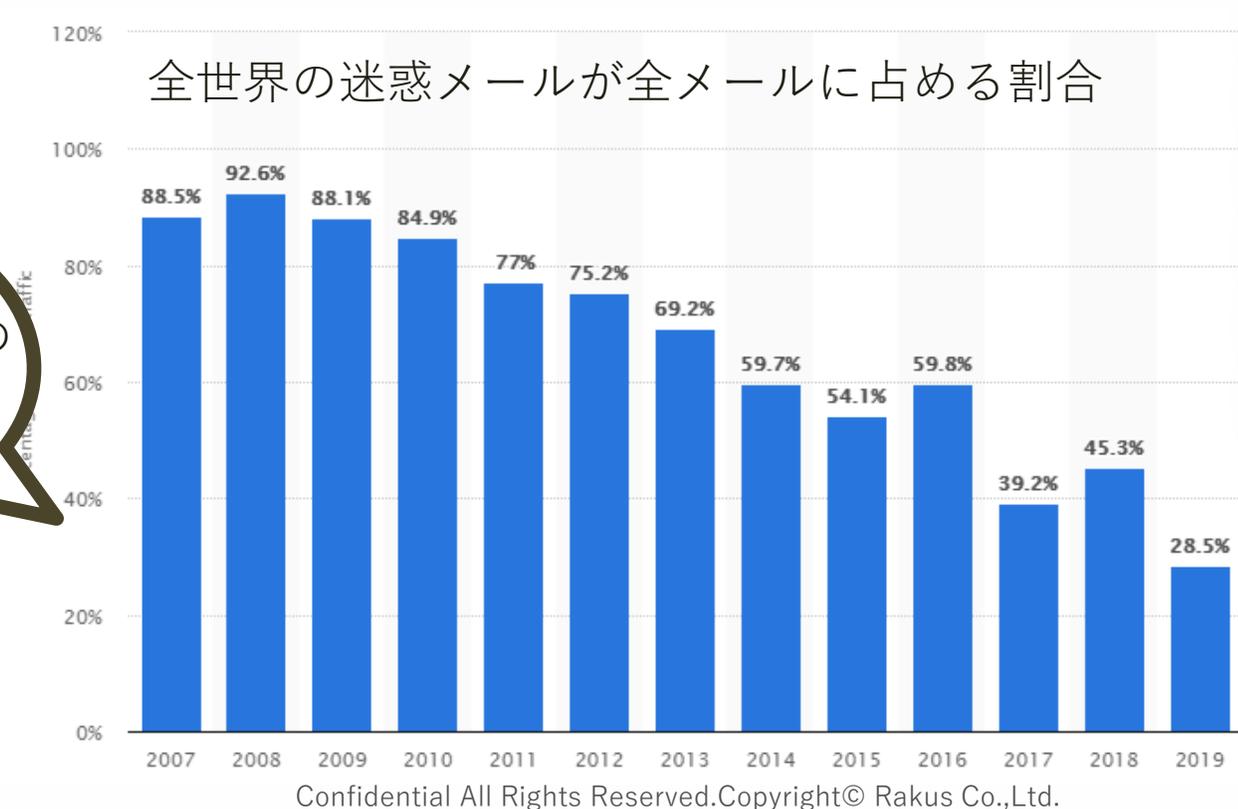
1.は届かなくて当然  
問題となるのは 2.受信拒否されている



## なぜ存在しているメールアドレスに届かないのか？

日本国内で1日当たりの迷惑メールの受信件数は**約7億5千万通（2019年3月時点）**。これはすべての電子メールのうち、約44%。（参照：[迷惑メール白書2019](#)）

2010年の[世界調査](#)では、全メールの97%がスパムと判明。近年減少傾向にはあるが、依然として大量のスパムメールが配信され続けている



データ上、メールのほとんどはスパム！

出典：statista : Global spam volume as percentage of total e-mail traffic

## メールフィルタリング対策の普及

大量のスパムメール配信を排除するため、**スパムフィルター**という該当メールの排除するメールフィルタリングが実施されている

これらは読者ではなく、インターネットサービスプロバイダ（サーバ側）が実施している

フィルタリングにひっかかると…

- ・受信ボックス内の迷惑メールフォルダに隔離される

or

- ・受信ボックスに届く前に破棄される

破棄されてしまうと  
メールアドレスがあってもメールは届かない



## どういふうにスパムメールと判定しているのか

受信側は大量のメールを受け取るため、1通1通をチェックしているわけではない  
そのため、**迷惑メール的な特徴のチェック**を行っている



つまり、迷惑メールかどうかは無関係に  
**迷惑メール的な特徴を一部でも持っている**とフィルタリングに抵触し、弾かれる

迷惑メールの増加



メールフィルタリングの普及と強化



メール未達

受信者保護のためのフィルタリングが起因となり、  
メールアドレスが正しくても届かなくなる状況が生まれている

# 3.迷惑メールの特徴とその対策

# 迷惑メールとされる5つの要因

- コンテンツチェック
- なりすましメール
- 高エラー配信
- 大量配信
- ブラックリスト



## コンテンツチェックとは？

もっとも初期から行われる迷惑メール判定方法  
メールの件名・内容をチェックして、迷惑メールではないかを区分けする

## 公序良俗に反すると思われる単語

いわゆる

- ・ **アダルト系の単語**
- ・ **暴力的な単語、犯罪に関わる単語**
- ・ **投資、ギャンブル、お金儲け系の単語**

などが含まれていると高確率で迷惑メールと判定されます。

それ以外にも

**「無料」「稼げます」「いまだけ」**

など一般用語でも、「多くのスパムメールが使っている単語」が入っていると迷惑メールとして判定されやすくなります。





## メール内の画像サイズが極端に大きい

---

過去、テキスト配信が迷惑メール配信の主流でしたが、テキストフィルタリングを避けるため**メッセージを画像化**して送信する手法が増えました。

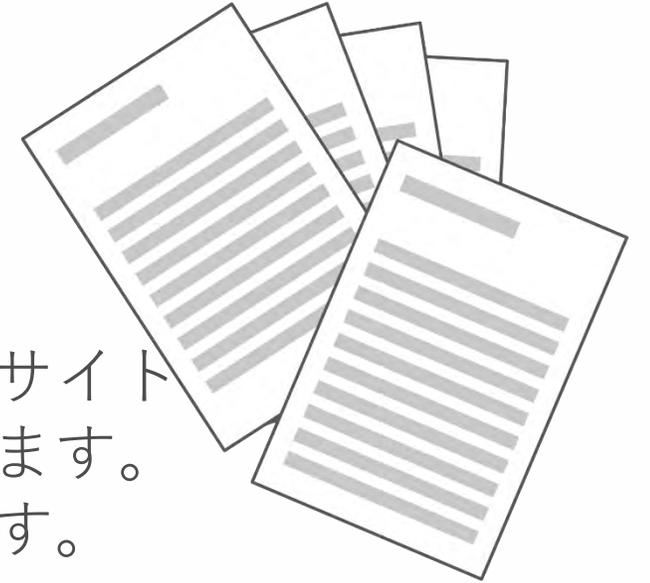


そのため、**テキスト量に比べて画像の比率が極端に高い場合は、迷惑メールと見なされる可能性があります。**

画像の方が訴求しやすく、ブランディングにも向いていますが、伝えたいことはテキストでも記載しましょう。

### ●本文内のURL

**セキュリティレベルの低いサイト**や、危険な広告だらけのサイトへのリンクを記載すると迷惑メールと見なされやすくなります。また、過剰にURLを載せるのも迷惑メールの特徴の一つです。



### ●ファイル添付

ファイル添付はウィルスメールに多用されるため、誤判定確率が高い。特にexeファイルは高確率で迷惑メールと見なされます。

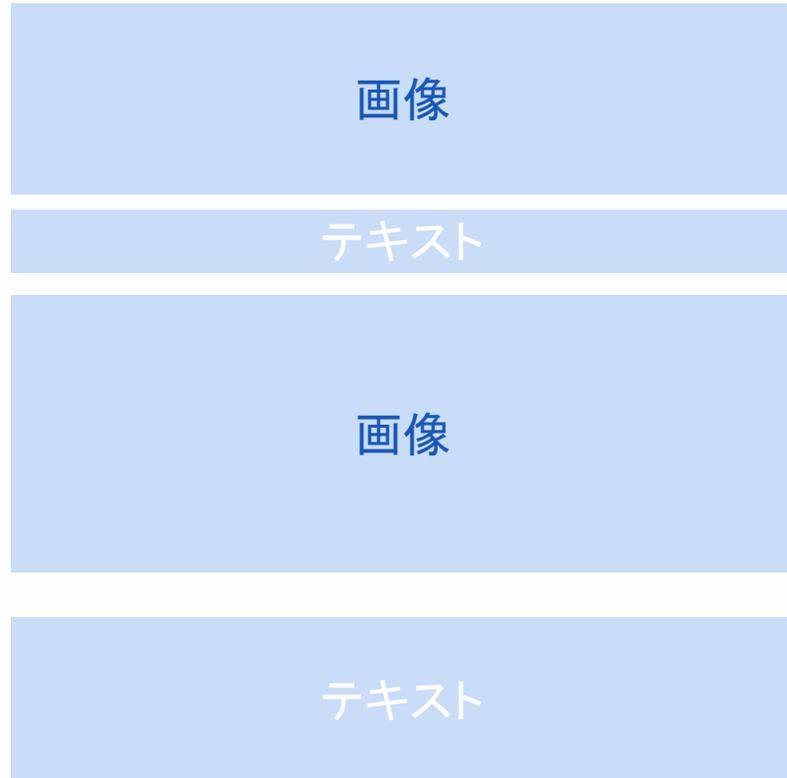
# コンテンツチェックを回避するための注意点

- 使う単語に注意
- 同じ単語を何回も繰り返し使わない
- 過剰な装飾（飾り罫など）をしない
- テキストと画像のバランスを取る
- URLを大量に載せない
- http（非暗号化）のURLは載せない

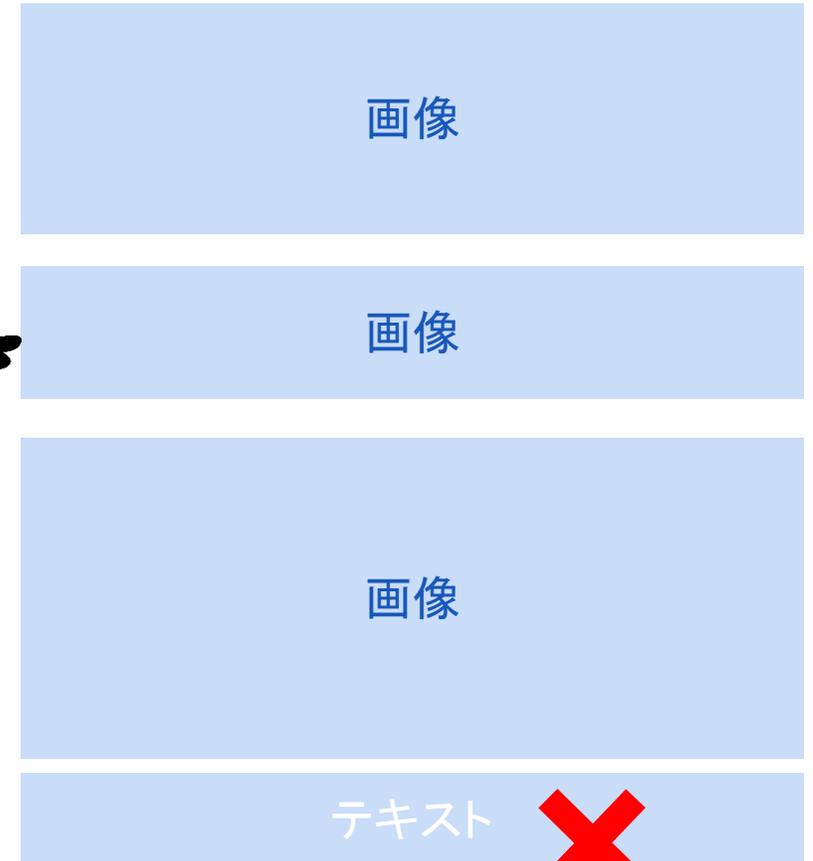


# コンテンツチェックを回避するための注意点

- テキストと画像のバランスを取る



画像だけではなく適宜テキストも添える



コンテンツのほとんどが画像  
文章を画像化（キャプチャ）して  
添付する…など

## なりすましメール

---

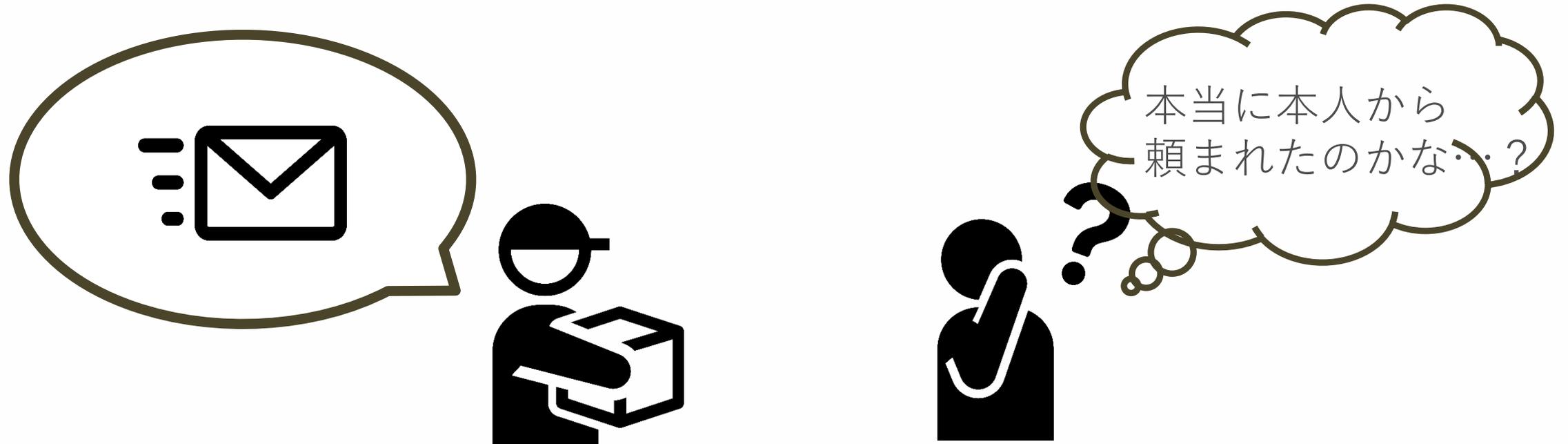
電子メールでは差出人（Fromアドレス）を簡単に書き換えることができます  
迷惑メールはこれを利用し、差出人名を詐称しています。

これを **なりすましメール** と呼びます。



## なりすましメール

配配メールなどの一斉配信システムは差出人書き換えを利用して、メールを配信します。そのため、**送信元ドメイン認証** を設定しないと詐称メールと見分けが付きません。



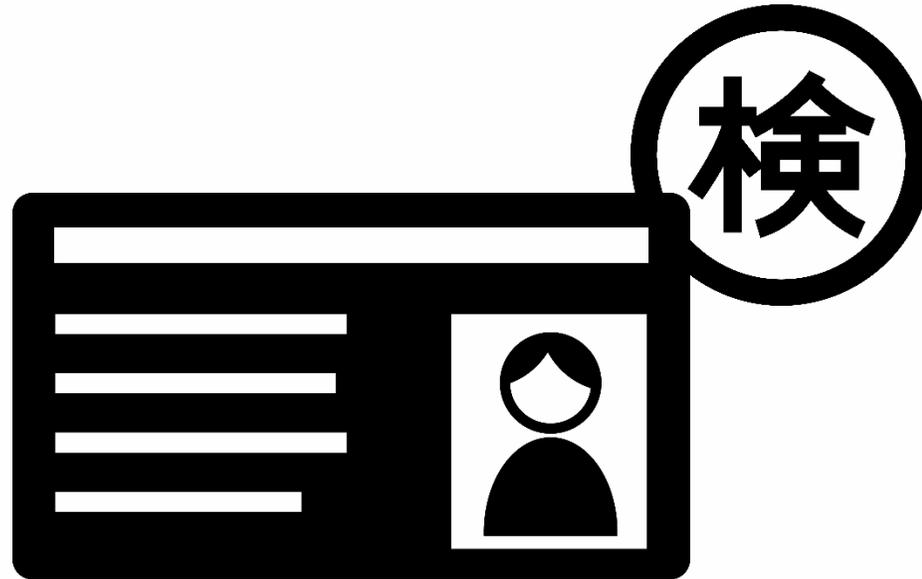
# なりすましメール

---

代表的な なりすましメール対策

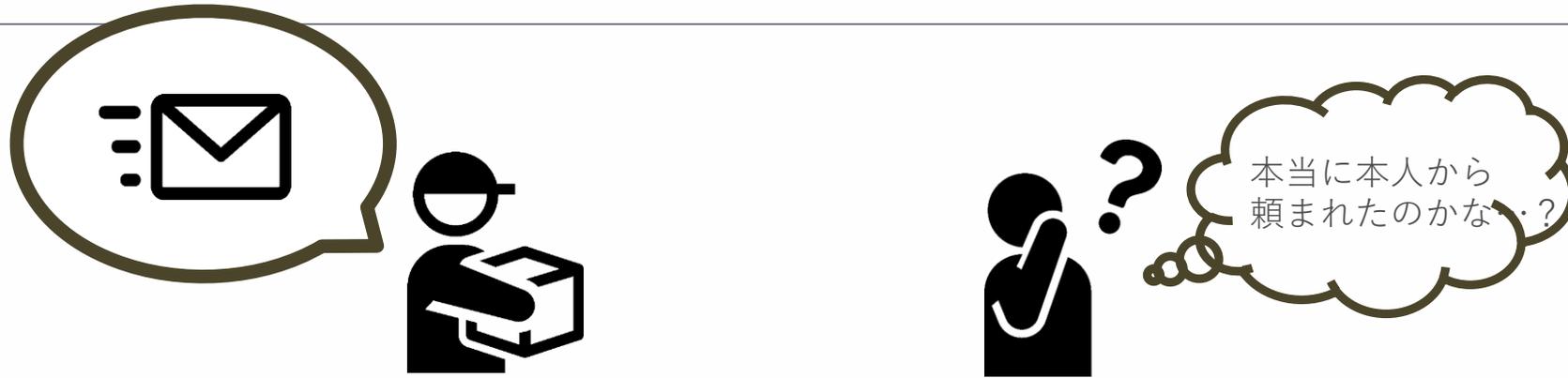
SPFレコード

DKIM 作成者署名の設定 は多くのメーカーで設定送信を推奨されています。



ドメイン認証は信頼できる配信元かを  
判断する重要な身分証明

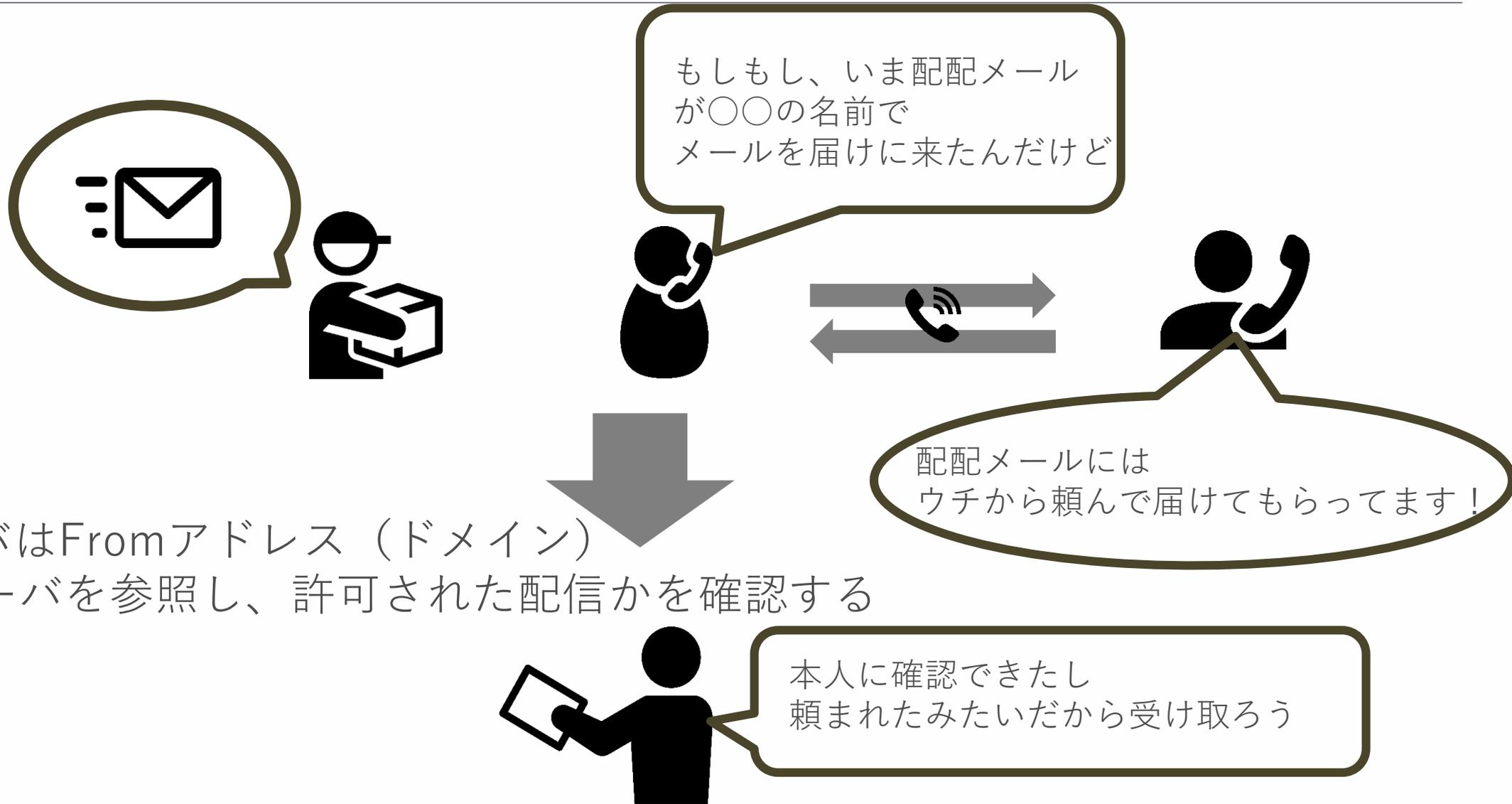
# なりすましメール



差出人と配達人が異なると怪しまれる



# なりすましメール



受信サーバはFromアドレス（ドメイン）のDNSサーバを参照し、許可された配信かを確認する

# なりすましメール



配配メールのサポートサイト内にて[設定方法](#)をご案内しています。

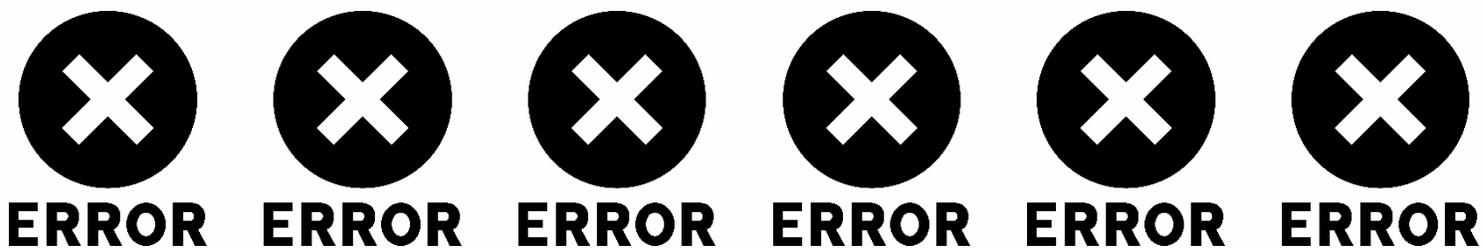
SPFレコード/DKIM署名 それぞれの設定方法の他、  
各サーバへの記述例や設定有無の確認方法等も紹介しております。

# SPF・DKIMは 現在のメール配信では必須



## 高エラー配信

迷惑メール業者は、大量にかき集めたアドレスを精査せずに配信しています。  
そのため、迷惑メール配信は大量のエラーを発生させます。



つまり、受信側では **迷惑メール≒高エラー** と捉えられます。  
宛先不明や間違いアドレスなどが多く含まれる配信は迷惑メール送信とみなされ、  
一律にブロックされます。  
**この時、本来届くはずのメールも含めてブロックされてしまいます。**

## エラーアドレスの管理

---



配配メールでは、エラー回数フラグにより、エラーアドレスの管理を行います。  
**一定回数エラーが発生したアドレスを宛先から自動的に除外します。**  
また10%を超える配信エラーが発生した場合は、アラートメールを通知します。

1 配信あたりのエラー率を下げることで受信ブロックを防ぎます。

## 単一IPからの大量配信



迷惑メールの特徴は**大量配信**です。  
無秩序に収集したリストに精査せず一斉に配信します。

メールの配信場所は、IPアドレスにより把握されます。  
そのため、1か所（1つのIP）から大量に配信されると、迷惑メール配信と見なされ、  
ブロックされます。

また**迷惑メール配信は再配信（Retry）を行わない**特徴があるため、  
受信側は一旦ブロックして様子を見る場合があります。

## 分散配信とブロック回避



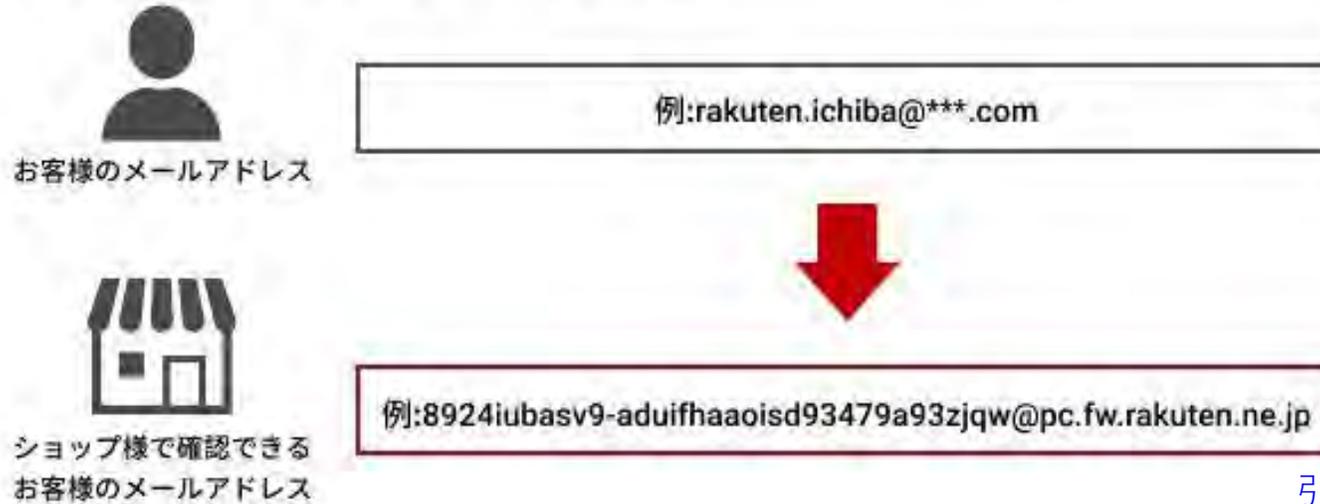
配配メールでは**複数IPアドレスによる分散配信**の仕組みを実装し、受信ブロックを回避します。

また単一IPからの配信量もエンジニアがコントロールし、ブロック回避に努めます。

万が一ブロックが生じた際も他のIPに配信を迂回させたり、**再送配信を実施し、受け渡しを試みます。**

# 要注意：マスクアドレスへの配信

## ■お客様のメールアドレス暗号化のイメージ図



[引用：楽天あんしんメルアドサービス](#)

## マスクアドレスとは

ECサイトなどでショップとエンドユーザーのメールアドレスを暗号化＝マスク化したものを指します。

これにより、エンドユーザーは自分のアドレスをショップに開示せずに購入等を行えます。

# 要注意：マスクアドレスへの配信



例：Amazonマスクアドレス,au PAYマーケットアドレスなど

マスクアドレスは、一般的なメールアドレスと異なります。送信元として利用できるサーバに指定があったり、専用のメールサーバを通さなければメール送信ができなかったりと制限があります。

またユーザー様と各ショップとの個別やり取り用途のみを想定しています。そのため、大量配信を行うと、サーバに配信を拒否されます

# ブラックリストの影響

---

## ブラックリストとは

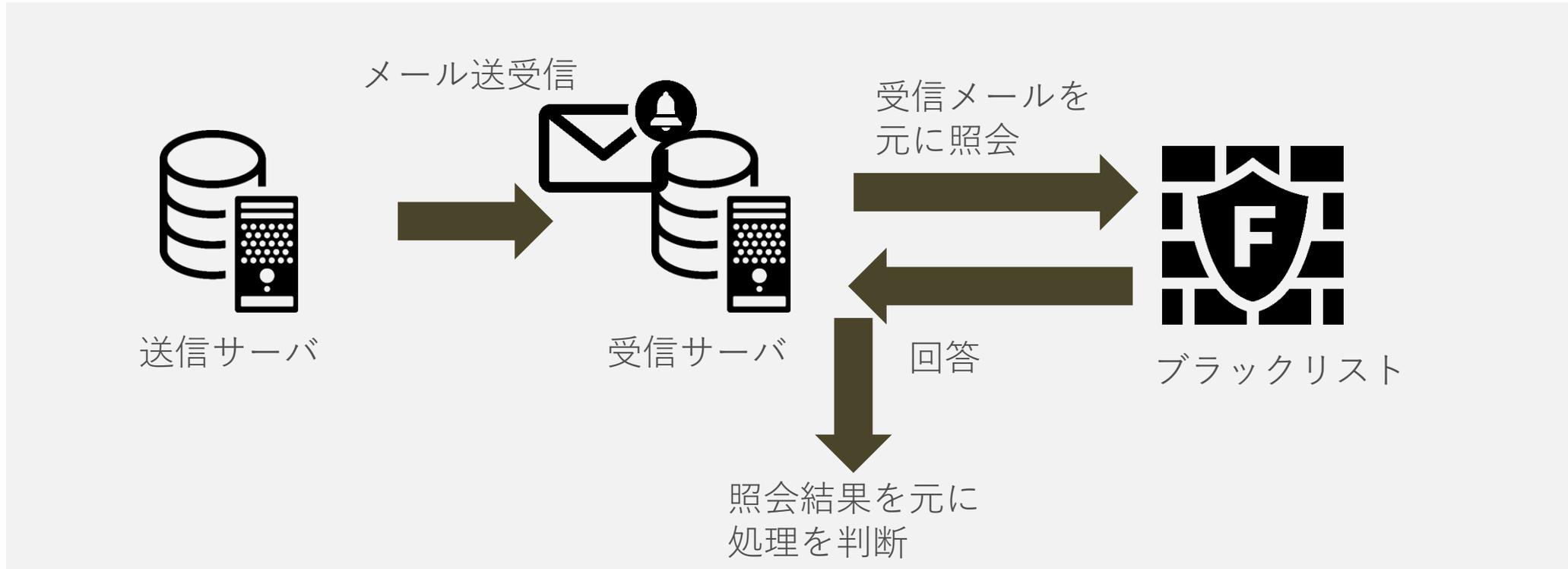
不正なメールを送信しているIPアドレスやドメインの一覧のことを指します。ブラックリストはセキュリティ団体などの第三者団体によって管理され、世界中に複数存在します。



## ブラックリストの影響

ブラックリストは受信サーバにより利用されます。

受信サーバは受信したメールの送信元IP情報をブラックリストの掲載情報を照会し、照会結果を元に、受信サーバはメールをどう処理するかを決定します。



## ブラックリストの影響

---

ブラックリスト登録されると  
受信サーバにてメールの受信を拒否する可能性があります。



## ブラックリストの影響

単にエラー情報を返す以外にも送信者には**正常応答を返した上で、迷惑メールフォルダに振り分けたりメールを破棄したりする場合があります。**  
(受信側がどんな振る舞いをするかは、送信側ではわかりません)



また、ブラックリスト管理団体は多数あり、**サーバによって参照しているブラックリストは異なります。**

したがって、ある宛先には正常に届くが、別の宛先にはメールが届かないというケースもありえます。

## ブラックリストの影響

---

受信サーバ側がブラックリストを参照して、受信拒否する場合、配信側（読者自身含む）が行える回避策はありません。



ブラックリスト登録は団体が違反と見なすアドレスへの配信や通報の蓄積により、登録されます。

## 避けてほしい配信アドレス

迷惑メール送信者を識別するためにブラックリスト管理団体は使われていないメールアドレスやドメインを所有し、そこに送られてくるメールを迷惑メール送信元とする判断に利用しています。

これを **トラップアドレス** と呼びます。



# トラップアドレスの種類

---

## プリスティン・トラップ (Pristine Trap)

使用していないメールアドレスまたはドメインをインターネットに掲載し、ネット上から無秩序にメールを収集する者や、そういった者からのリスト購入者を特定します。

## リサイクル・トラップ (Recycled Spam Trap)

過去に使われていたドメインやメールアドレスをスパム・トラップ用に再利用し、迷惑メール送信者かどうかを判断します。

※会社に在籍していない従業員のアドレスやロールアドレスなど

## 入力間違いトラップ (Typos Trap)

大手メーラのドメインのタイプミスなどもスパム・トラップとして使用されます。

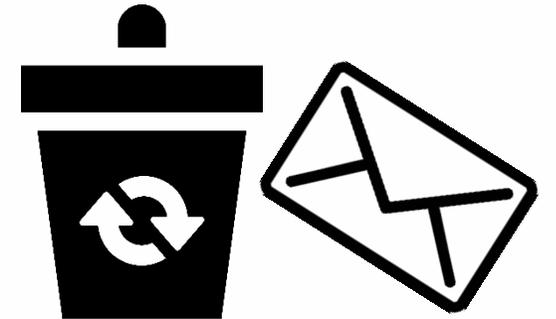
※正：gmail.com 誤：gmai.com、 正：icloud.com 誤：iclud.com など

## リストのクリーニングにご協力ください

---

特に注意してほしいものが、  
**リサイクル・トラップ (Recycled Spam Trap)**  
です。

正当に入手したアドレスでも時間経過により無効となり、  
トラップアドレスになっている可能性があります。



一般的に休眠状態が3ヵ月続いているメールアドレスはメールプロバイダー等で無効と見なされるため、開封クリック等反応のないアドレスは削除や除外などを検討ください。

# リストのクリーニングにご協力ください

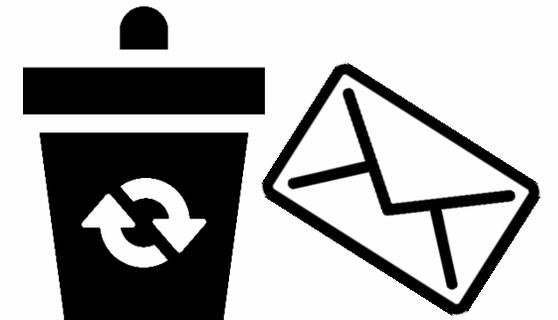
---

## クリーニング頻度目安

週1-2回、配信を実施している場合は月1程度  
長くとも3か月に1回

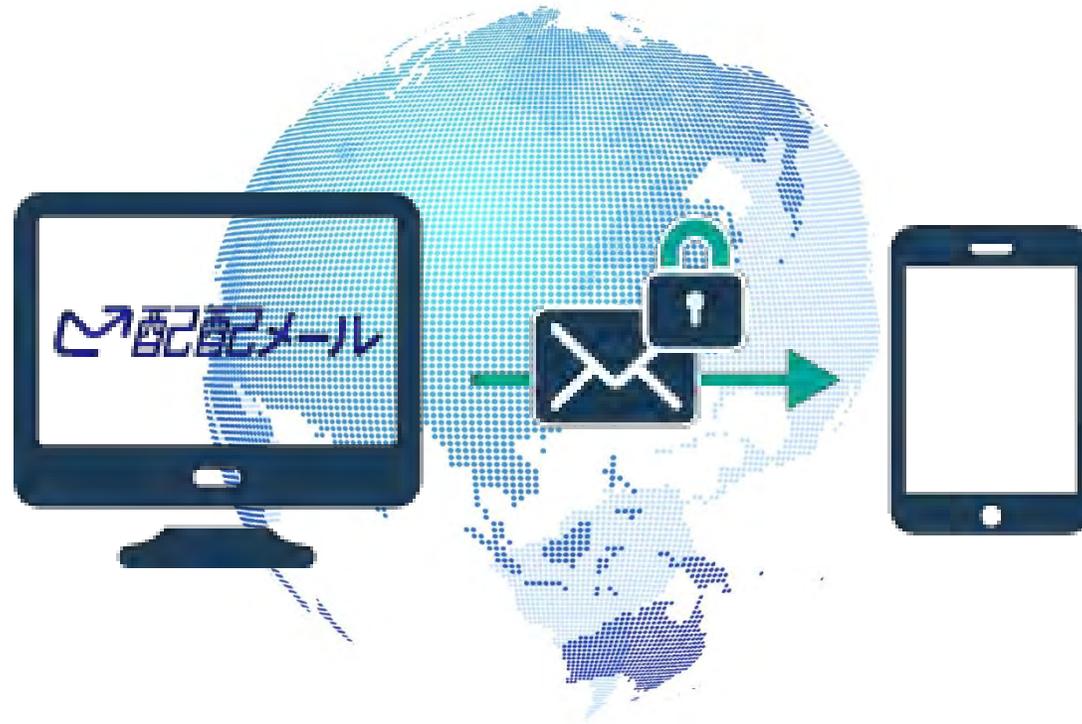
## 間違いやすいスペルミス例

正：gmail.com 誤：gmai.com  
正：yahoo.com 誤：yahaba.com  
正：outlook.com 誤：outlooc.com  
正：icloud.com 誤：iclud.com  
など



## さいごに

配配メールでは、日々、メールを届けるためにサービスを提供しております  
メールを正しく届けるために、設定やご協力をお願いします



# サポートサービスをご活用ください！

## 電話お問い合わせ



平日 9:30～17:00

※ 年末年始・土日祝日を除く

050-5490-8066

## メールお問い合わせ



24時間受付

※ 返信は営業時間内の対応となります

## チャットお問い合わせ



24時間受付

※ 返信は営業時間内の対応となります

## サポートサイト



マニュアル・FAQ・各種情報

各種セミナー・ユーザ会（次回2022年2月予定）

個別相談会

# 配配サポートが主催するセミナー

配配メールではよくある課題に合わせて様々なセミナーをご用意しております。

名称	レベル	こんな方にオススメ	コンテンツ内容
個別相談会	全レベル	セミナーのような大人数ではなく、個別に相談をしたい方	運用相談、効果測定確認、効果改善、メール添削等、30分/社の枠の中で自由にご相談頂けます。
ユーザ会	全レベル	メールマーケティングの最新情報や配配メールユーザの他社事例を聞きたい方	メールマーケティングの最新情報、弊社の成功事例、配配メールユーザ登壇者による事例共有等、普段なかなか聞けないようなコンテンツが盛りだくさんです。 ※コンテンツ内容は開催ごとに異なりますので開催前に詳細をご確認ください。
スタートアップセミナー	初級	これから配配メールをご利用される方、ご担当者変更等で配配メールをイチから学びたい方	配配メールの初期設定、管理画面の基本操作等を学びます。
メルマケ初級セミナー	初級	メールマーケティングをこれから始める方	一般的なメールマーケティングに関する基礎知識を学びます。 (KPIの考え方、効果的なメール配信の基本ルール・コンテンツ等)
効果測定+PDCAセミナー	中級	これから本格的に効果測定をしていきたい方、開封率、クリック率にお悩みの方	一般的に効果測定で見るポイント、配配メール管理画面上での配信結果確認方法、原因ごとの改善方法を学びます。
到達率向上セミナー	中級	メール配信後の到達率にお悩みの方	到達率が低い原因とされる外的要因・内的要因、改善方法について学びます。
メルマケ中級セミナー	中級	メールマーケティングの基礎的なことはご存知で、現在のメール配信効果をさらに上げていきたい方	メール構成の見直し方、改善事例、メール添削等、メールマーケティング中級の内容が学びます。
活用の幅を広げようセミナー	上級	メールマーケティングである程度の効果が出ておりさらに活用の幅を広げていきたい方	現在の配信から利用用途を広げて活用するための配信対象別利用拡大事例のご紹介等、さらなる効果拡大を狙うための手法について学びます。