

初めてでも失敗しない!

# メール配信システムの 選び方ガイドブック



メール配信システムと一口にいっても色々。

たくさんある選択肢の中から  
ちゃんとあなたにマッチするものを  
見つけるのは大変ですよ。

そこで本ガイドブックでは……

メール配信システムって何ができるの？

なにを基準に選べばいいのかわからない……

そもそもメール配信システムって本当に必要なの？

もしかしてGmailやYahoo! で十分なのでは？

といったメール配信システム選びにまつわる  
悩み・疑問にお応えしていきます！

最後まで読めばきっとシステム選びがスムーズになるので、  
ぜひ参考にしていってください。

# ガイドブック目次

1. メール配信システムとは
2. メール配信システムは何を基準に選べばいい？
3. メール配信システムはここで差がつく！
4. メール配信システムの選び方 まとめ

# ① メール配信システムとは

---

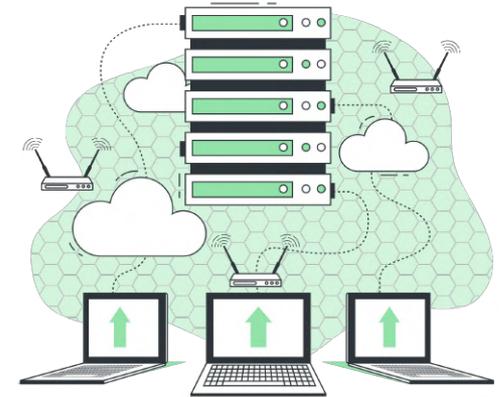
顧客にメール配信している組織は  
ほぼすべて導入している  
一斉送信に必須のツール！

# ① メール配信システムとは

## メール配信システムとは……

メールの配信スケジュールを自動化したり、効果測定・改善を行えたりするシステムのことです。

日々あなたの受信ボックスに届いている「メルマガ、サービスのお知らせ」といったメールはほぼメール配信システムによって送信されています。



### メール配信システムの呼ばれ方

メール配信システムは、「メルマガスタンド」や「メール配信ツール」と呼ばれることもあります。検索エンジンで調べる時は、それらのようなワードも使うと網羅性がより高まるでしょう。

# ① メール配信システムとは

## メールソフト（Gmailなど）とメール配信システムの違い

	メールソフト	メール配信システム
BCC設定	必要	必要なし
配信予約	ソフトによってはできない。また、実際に届く時間が設定した時間から大きくズれることもしばしばある。	可能。到達する時間も正確
ターゲット配信	不可	ABテストやターゲット配信といった、より <b>多くのCV獲得が狙える配信も可能</b>
効果測定	不可	開封率やクリック率といった指標が <b>自動で計測</b> される
購読者リストの管理	エクセルなど別のソフトで管理する必要がある	絞り込みや情報の編集がシステム上で <b>手軽に行える</b>
メール装飾	太字や赤字といった、シンプルな装飾しかできない	<b>PCが苦手な人でも</b> 、画像やボタンを入れたリッチなメールが作れる
迷惑メール・到達率対策	不可	可能
用途	メルマガの受信や、社内・取引先との連携に使うもの。 <b>顧客に対して大量送信するようなシチュエーションには向かない</b>	<b>大量の顧客に対して良質なメールを送信</b> し、マーケティング成果の最大化を図るためのもの

## ② メール配信システムは 何を基準に選べばいい？

---

1. やりたいことが実現できるか
2. 運用しやすいか
3. 信頼できるか
4. 迷惑メール・到達率対策は十分か

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

### ②-1. やりたいことが実現できるか

メール配信システムを導入するなら、最低でも「やりたいことができる」ものを選ぶようにしましょう。なるべくコストを抑えたいからといって、安易に無料や格安のシステムで済ませないようにしてください。

でないと、

- 一日に1000通しか送れない
- 配信予約ができない
- 決まった時間に届かない

といった、一斉配信において**致命傷になりかねない問題**が起こります。

「慣れるまでは無料でも」と思うかもしれませんが、チャンスを逃してからでは遅いのです。システムを導入するなら、最初から自分の目的にマッチしたものを選ぶようにしましょう。

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

やりたいことができるシステムを選ぶには  
これらを社内で把握しておきましょう！

### ① どんなメールを

デザインはこだわるのか、シンプルでいいのかなど

### ② どのくらい

リスト数はどのくらいか、想定される配信頻度はどれくらいかなど

### ③ どうやって送りたいか

一斉に送りたいだけか、ターゲット配信・ABテスト・ステップ配信  
までしたいのかなど

システムやプランを決める前に、これらの情報は社内でしっかり確認しておきましょう。特に「**送りたいときにメールが送れない**」ということは、メール配信で最も危惧される失敗です。一斉配信の失敗は配信数の上限によって引き起こされることが多いため、「どのくらい送るか」という部分は入念にチェックしてください。

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

### やりたいことは、実はあまり気にしなくても大丈夫？

ネットの比較サイトで上位にランクインされている有料メール配信システムは、どれも機能が豊富です。そのため、機能について**あまり神経質になる必要はありません**。やりたいことがざっくり固まったら、直接問い合わせてしまえばそれで十分です。



ただし、「どのくらい送るか」という点はプラン選定に関わります。なぜなら、配信数によって料金プランを分けている業者がほとんどなためです。

プラン間の金額差が大きいシステムも少なくないため、やはり**最低限「どのくらい送るか」だけは事前に確認**しましょう。

なお、こちらの記事ではシステムの機能を詳細に比較しています。機能を重要視している場合は、ぜひ参考にしてみてください。

[20社比較！メール配信システムのおすすめを一挙にご紹介！▶](#)

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

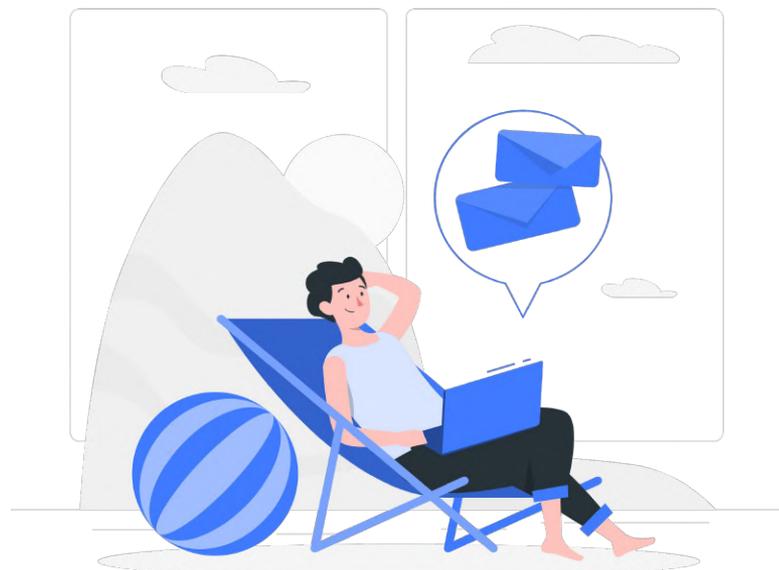
### ②-2. 運用しやすいか

メール配信システム選びの**最重要ポイント**は、ズバリ「**運用のしやすさ**」です。  
たとえ高機能なシステムでも、

- 難しくて限られた人しか使えない
- 使いこなすまで時間がかかる

といったことでは結果的に費用対効果が悪くなってしまう。

せっかくシステムを導入するなら、**PCに詳しくない人であっても直感的に使えるようなもの**を選びましょう。



## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

具体的には……

1

すぐに使える

即日使える / Web完結で  
導入できる / マニュアル  
がわかりやすいなど

2

誰でも使える

使い方が簡単 / 専門知  
識が必要ない / UIが見  
やすいなど

3

助けてくれる

緊急時に電話対応して  
くれる / マニュアルが  
充実している など

こんなメール配信システムを選びましょう！

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

### ②-3. 信頼できるか

メール配信システムの信頼性を判断するには、

- **実績がどれくらいあるか**  
市場シェアはどのくらいか、導入事例は確認できるかなど
- **サポート体制が充実しているか**  
チャットやメールなのか、電話対応も可能なのかなど



以上の2点を中心的に見ていきましょう。

実績が . . .

**少ない…**

実際どんなシステムなのか使ってみるまでわからず、リスクが高い

**多い！**

導入事例やユーザーボイスが確認できるため、安心感を持って導入できる

サポート体制が . . .

**足りない…**

サポートのレスポンスが遅かったり、マニュアルがわかりづらかったりなど

**充実している！**

マニュアルだけでなく、上手く使いこなすための資料提供も充実。電話対応で緊急時も安心感がある

## ② メール配信システムは何を基準に選べばいい？

### ②-4. 迷惑メール・到達率対策は十分か

迷惑メールと到達率対策は、ともにメール配信において**非常に重要な施策**です。

- 迷惑メールとは

迷惑メールボックスに届いてしまうメールのこと。配信者のセキュリティ対策やリスト管理である程度防げる

- 到達率とは

実行されたメール配信のうち、実際に購読者へ届いたメール配信のこと。購読者リストの中にエラーリストが多かったり、インターネットサービスプロバイダーからの評価が低かったりすると到達率は下がってしまう

メール配信システムの中には、迷惑メール・到達率対策を自動で行ってくれるものもあります。**数千件を超える規模のリストを持っている場合は、特にこの点を重要視してシステムを選びましょう。**

# ③ メール配信システムは ここで差がつく！

---

1. 使いやすさ
2. 料金
3. 機能
4. サポート体制
5. 導入実績

# ③ メール配信システムはここで差がつく！

## ③-1. 使いやすさ

メール配信システムの評価に最も影響を与えるのは「使いやすさ」です。

せっかくお金を払って導入しても、使いにくければ真価を発揮できません。たとえるなら「**PC初心者**」でも**使いこなせるレベルが理想的**です。

セキュリティ対策（DKIM・SPFなど）やHTML、サーバーといったメール配信の専門知識がなくとも使えるような、**使う人を選ばないメール配信システム**を導入しましょう。

### 使いやすさの見比べ方

- **導入事例をチェックする**  
公式サイトに導入事例が掲載されている場合は、ユーザーボイスに使いやすさについて言及されているものがないかを見てみましょう。
- **無料体験に申し込む**  
最も手っ取り早い方法です。一つだけでは比べにくいいため、できれば複数のシステムを試みましょう。
- **レビューサイトを見してみる**  
あまり確実なやり方とはいえませんが、複数システムの情報を多く集められるという点で有効でしょう。

# ③ メール配信システムはここで差がつく！

## ③-2. 料金

メール配信システム導入にあたって気になるのが、やはり料金でしょう。良いシステムを安く導入できれば、それに越したことはありませんよね。

料金は公式サイトを見ればかんたんに比較できます。しかし、**実は重要な機能がオプションになっていたり、プランの中に電話サポートが含まれていなかったり**することもあります。サッと見ただけで判断しないように気をつけましょう。

### 料金の見比べ方

- **リスト数に対して柔軟に価格を決められるか**  
大抵のメール配信システムは配信数によって料金変動します。そのため、持っているリストの規模や増加傾向に合わせて柔軟にプランを決められるシステムを選ぶようにしましょう。
- **オプション内容**  
サービスによっては、重要な機能やサポートがオプションになっていることがあります。メインのプランだけでなく、そういった細かな部分も見逃さないよう注意してください。

## ③ メール配信システムはここで差がつく！

### ③-3. 機能

料金と並んで気になるのが「機能」です。機能は細かな部分を比べるとキリがありませんが、以下のような要素をしっかりと比較しておけば大方問題ないでしょう。

#### 機能の見比べ方

- **API連携**  
API連携ができれば**既存の顧客データ**がシステムで活用できたり、効果測定の結果を自社のシステムで活かしやすくなります。
- **HTMLメール**  
**どんなテンプレートがあるかや、編集は簡単か**などを無料体験で見ておくとよいでしょう。
- **ターゲット配信**  
**ターゲット配信は非常に高い効果が見込める施策**です。ターゲット配信ができないシステムはあまり存在しませんが、念の為にしておくといいいでしょう。
- **迷惑メール・到達率対策**  
**エラーリストの自動排除やセキュリティ対策が簡単にできるシステムが望ましい**でしょう。

## ③ メール配信システムはここで差がつく！

### ③-4. サポート体制

サポート体制の充実度は、導入後の快適性に深く関わってきます。また、メール配信システムの信頼にも影響あります。

そのため、**システムを長く使っていくつもりがあるなら、サポート体制は特に重要視するべき**でしょう。



#### サポート体制の見比べ方

- **メール・チャットのレスポンスの速さ**  
メール・チャットは最も基本的なサポートです。即日対応してくれるのが最も理想的でしょう。
- **電話対応はあるか**  
「キャンペーン開始のメールが送れない！」といった緊急のトラブルも、電話サポートがあれば安心です。
- **アフターフォローの内容**  
システムによっては、導入後の利用提案や説明会などといったアフターフォローを実施していることもあります。

## ③ メール配信システムはここで差がつく！

### ③-5. 導入実績

**導入実績はメール配信システムの信頼度を図るのに役立つ要素**です。どのシステムも「〇〇No.1」や「導入数××社」など一見すごい数字が書いてあって比較するのが難しいかもしれませんが、いくつか基準を把握しておけば楽勝です。



#### 導入実績の見比べ方

- **導入数**  
導入数が1,000社を超えていれば、ある程度信頼できると考えて良いでしょう。1万を超えていれば、かなり人気のシステムといえます。
- **市場シェア**  
「市場シェアが高い=人気が高い」ということです。売上の高さはあくまで金額の高さであり、システムのシェアを示す数字ではないことに注意してください。
- **導入事例**  
導入事例を見比べることは、そのシステムにどのような特長があるかや、どのような課題に有効なのかを判断するのに役立ちます。

# ④ メール配信システムの 選び方まとめ

---

# メール配信システム選びは 「使いやすさ」が最重要！

メール配信システム選びは「使いやすさ」が一番重要です。誰にとっても使いやすいシステムであるほど、**より高い費用対効果**が見込めます。

もしメール配信システムを初めて使うなら、**導入事例や口コミ or ユーザーレビュー**を参考にしてください。導入事例やユーザーボイスを通して、どんな状況や課題解決が得意なのかや、シェアはどのくらいなのかを見比べつつシステムを選定していきましょう。



# メール配信システムを 初めて導入するなら……

---

使いやすい・多機能・低価格な  
『blastmail』がおすすめ！

## 使いやすさで選ばれて顧客シェアNo.1 『blastmail』のご案内

『blastmail（ブラストメール）』は

- 使いやすさ
- 多機能
- 低価格

が特長のメール配信システムです。2020年で9年連続 顧客導入数シェアNo.1を獲得しました。

**無料お試し**が可能なので、ぜひ操作感やメルマガ配信のイメージを掴んでください。



[ブラストメールの詳細はこちら ▶](#)

[ブラストメール無料お試しはこちら ▶](#)

## 9年連続顧客導入数シェア No.1のメール配信サービス

「ブラストメール」は**はじめての人でも**  
**“かんたんに”メール配信できる**ことを追  
求して開発したサービスです。

マニュアルを読まなくても**直感的に理解**  
**できるサービス**づくりに取り組み続けて  
います。多くの機能を取り込んでいくの  
ではなく、**メール配信業務で本当に使わ**  
**れている機能だけを厳選**し、それらの使  
いやすさを追求することで、誰でもかん  
たんにメール配信できることを目指して  
います。

ブラストメールなら、もう配信業務のス  
トレスを感じることはありません。



**No.1**

新規契約顧客数

**1,685**社

(2018年度)



**No.1**

新規契約顧客数

**7,450**社

(2019年度)



**No.1**

新規契約顧客数

**106.2%**

(2019年度)

# メール配信を、もっとかんたんに

## メルマガ配信に必要な機能はすべて揃っています。

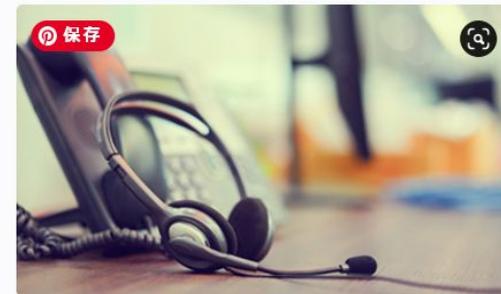
「高速配信」かつ  
「高い到達率」。



安心と万全の  
迷惑メール対策。



充実した  
専任サポート。



HTMLエディタ

テンプレート

マルチパート配信

ターゲット配信

添付ファイル

バックナンバー

レスポンス対応

差込みコード

配信予約

TEST  
テスト送信

登録・解除フォーム

空メール登録

QRコード

ワンクリック解除

開封率・クリック率

# 12,000社を超える豊富な導入実績



# ブラストメールの導入事例



**ONKYO** *Pioneer*

## 課題

企業側から自発的にアクションをとれていなかったため、顧客とのリレーションシップを築きロイヤルティアップを目指したい。

## 解決策

ブラストメールを導入して、高い開封率（約50%）で製品情報を届けられている。操作がシンプルかつ安価なので導入しやすい。



**東急ベル** *Tokyo Bell*  
ホーム・ロジスティクスサービス

## 課題

HTMLメールを送りたかったが、技術的な専門知識を持っている人しか作成することができなかったため配信効率が悪かった。

## 解決策

ブラストメールを使うと、誰でもかたんにHTMLメールを送れるようになり、メール配信業務にかかる時間が短くなった。



**TENPos**  
Dr.テンポス

## 課題

メールを数回に分けて送らなければいけないという手間があり「もっと効率よくメルマガ配信を行いたい！」と考えていた。

## 解決策

ブラストメールなら、グループ設定が管理画面上で簡単にでき、異なる内容のメールをすぐに送ることができた。

## 7日間の無料トライアルをご利用頂けます

一斉周知や販売促進として活用できるメール配信サービスの機能をお試ししてみませんか？

ブラストメールならおしゃれな**HTMLメール作成**や**効果測定が驚くほどカンタン**に。

「メルマガ配信を考えているけど、自分に使いこなせるか不安」という方も弊社サポート担当が丁寧にレクチャー致しますので、お気軽にお試しください。



7日間の無料トライアルを試してみる▶



## お問い合わせ先

TEL: 03-6675-9281 (土日祝を除く10:00-17:00)

Mail: [support@blastmail.jp](mailto:support@blastmail.jp)

## 無料トライアルをご利用頂けます

一斉周知や販売促進として活用できるメール配信サービスの機能をお試ししてみませんか？

ブラストメールならおしゃれな**HTMLメール作成**や**効果測定が驚くほどカンタン**に。

「メルマガ配信を考えているけど、自分に使いこなせるか不安」という方も弊社サポート担当が丁寧にレクチャー致しますので、お気軽にお試しください。



7日間の無料トライアルを試してみる▶