



メールマーケティングの未来

List-Unsubscribeを用いて実現する

ワンクリックでの登録解除の実装と、顧客エンゲージメントの実現

2024年3月

Messaging Business Division / HENNGE株式会社



目次

- ✦ Eメールマーケティングの現状と重要性
- ✦ Gmailが提示する新ガイドラインの紹介と対応の必要性
- ✦ List-Unsubscribeの実装とRFC規格への準拠 専門家に任せるべき理由
- ✦ Customers Mail Cloudについて
- ✦ HENNGEについて
- ✦ まとめ

本資料に記載されている会社名、製品名などには必ずしも商標表示（®、TM）を付記していません。

本資料に記載の会社名および製品名・ロゴマークは各社の商号、商標または登録商標です。

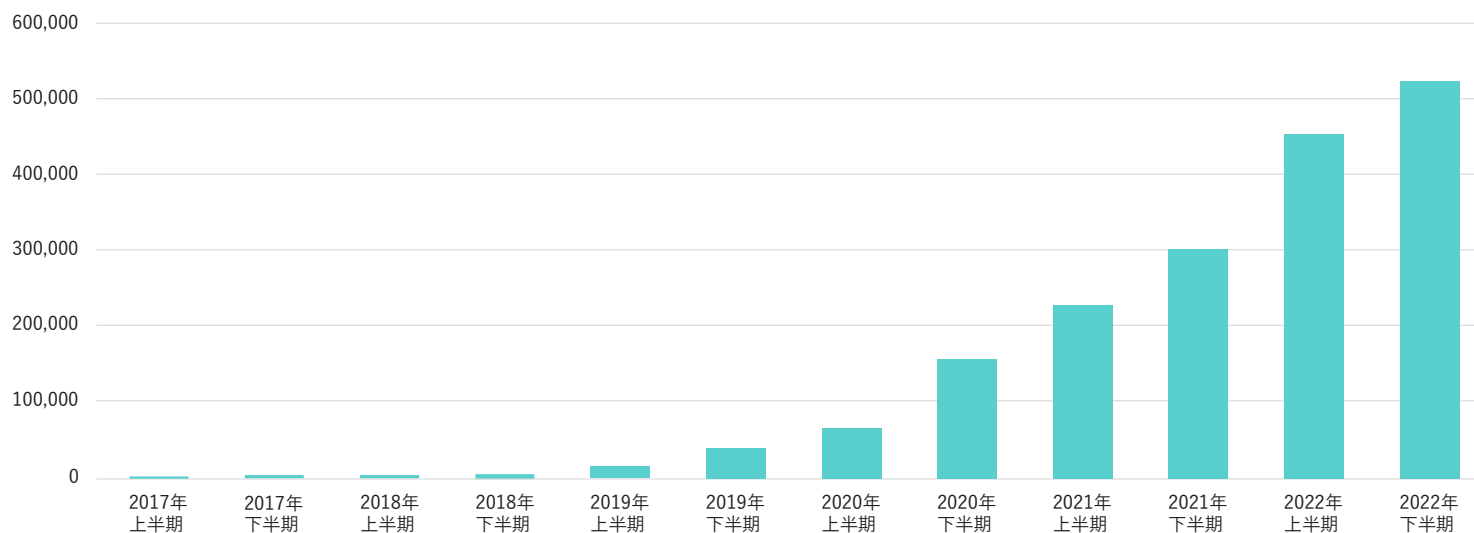


Eメールマーケティングの現状と重要性

Eメールマーケティングの現状と重要性

Eメールマーケティングは、デジタル時代における企業と顧客との直接的なコミュニケーション手段として不可欠です。高いROIを実現し、個々の顧客ニーズに合わせたパーソナライズされたメッセージングにより、顧客エンゲージメントとブランド忠誠心を高めます。

しかし、スパムメールの増加や受信者のプライバシーへの懸念、なりすましメールの増加が課題として挙げられています。これらの懸念に対応し、効果的なEメールマーケティング戦略を維持するためには、最新の技術とガイドラインへの適応が必要です。



フィッシング情報の届け出件数について、2022年は前年と比較して著しく増加した。ECサイト大手、クレジットカード会社などのなりすまし送信が多く報告されている。

List-Unsubscribe

List-Unsubscribeの導入背景

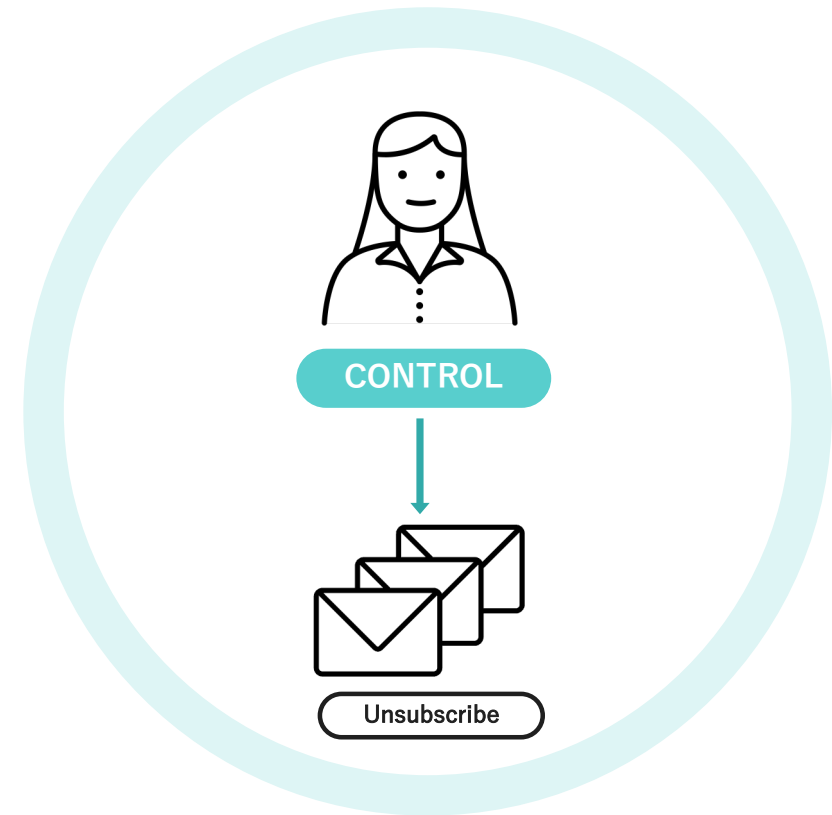
- ✦ メール受信者の体験の向上
- ✦ スпамメールへの対策

受信者が不要なメールから容易に退会できるようにすることで、メールコミュニケーションの質を高め、受信トレイの整理を支援します。

List-Unsubscribeの導入目的

- ✦ Eメールマーケティングの透明性を高め、受信者との信頼関係を築くこと。

この機能により、企業は受信者との信頼関係を構築し、顧客満足度を向上させることができます。



マーケティングメールとトランザクションメールの違い

両者の主な違いは、送信の目的とトリガーにあります。マーケティングメールは、顧客エンゲージメントを高めるための一般的な情報共有に焦点を当てているのに対し、トランザクションメールは、ユーザーの特定のアクションに基づく具体的な情報を提供することを目的としています。

	マーケティングメール	トランザクションメール
目的	ブランドの認知度向上、新商品の紹介、プロモーションやセール情報の共有など、マーケティング目的で送信されます。	ユーザーの特定のアクション（購入、アカウント登録、パスワードリセットなど）に応じて自動的に送信されます。
内容	製品やサービスに関する情報、特別オファー、ニュースレターなどが含まれます。	注文確認、配送通知、アカウント関連の通知など、特定のトランザクションに関連する情報が含まれます。
受信者	オプトインした顧客や潜在顧客リストに対して一括で送信されます。 頻度:キャンペーンやプロモーションに応じて変動します。	特定のアクションを行った個々のユーザーに対して個別に送信されます。 頻度:ユーザーのアクションに基づいて、必要に応じて送信されます。

Eメールマーケティングの成功におけるList-Unsubscribeの役割

EメールマーケティングにおけるList-Unsubscribeの重要性

Point 1 受信者のコントロール強化

List-Unsubscribeは受信者にメール受信のコントロールを与え、受け取りたくないメールから簡単にオプトアウトできる選択肢を提供します。これは、ユーザーエクスペリエンスを向上させ、ブランドに対する肯定的な印象を維持するのに役立ちます。

Point 2 スпам報告の減少

直接的な退会オプションが提供されることで、不満を持つユーザーがメールをスパムとして報告する可能性が低くなります。これにより、送信者の評価が保護され、将来的なメール配信の成功率が高まります。

Point 3 エンゲージメントの向上

関心のない受信者がメーリングリストから自発的に退会することで、残りのリストはより関心が高く、エンゲージメントが期待できる受信者で構成されることとなります。これにより、開封率やクリック率などの重要なメトリクスが向上します。

Point 4 法規制への準拠

多くの国や地域では、消費者保護の観点からEメールマーケティングに関する厳格な法規制が設けられています。List-Unsubscribeは、これらの法的要件に対応し、企業が規制違反のリスクを避けるのに役立ちます。

List-Unsubscribeは、Eメールマーケティングの戦略においてユーザーの選択権を尊重し、同時にマーケティングの効果を最大化するための重要なツールです。



Gmailが提示する新ガイドラインの 紹介と対応の必要性

Google社が提示する新ガイドラインの紹介

Google社のGmailは、世界的に利用されるメールサービスの1つであり、スパム防止とユーザーエクスペリエンスの向上に注力しています。その一環として、新しい送信者ガイドラインが導入されました。これらのガイドラインは以下の3つの主要なポイントに焦点を当てています。

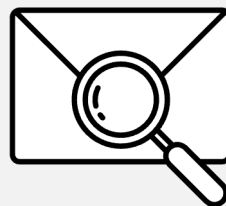
新ガイドラインの主要なポイント

認証プロセスの強化



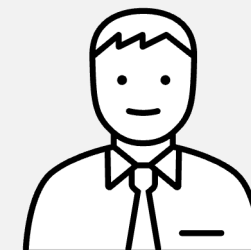
SPF、DKIM、DMARCなどの認証技術を使用して、送信者の身元を確認し、フィッシングやスプーフィング攻撃を防止します。

透明性の向上



送信者は自身のアイデンティティとメールの目的を明確にする必要があります、法的に必要な情報や連絡先情報を提供することが求められます。

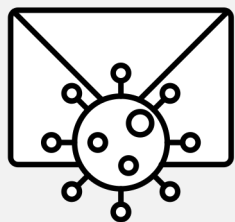
ユーザーの選択権の尊重



List-Unsubscribeなどのオプションを提供し、ユーザーがメールリストから簡単に退会できるようにします。

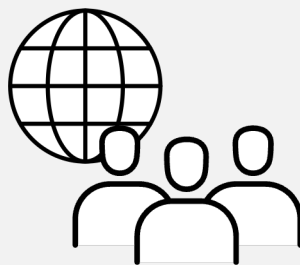
Googleが提示する新ガイドライン対応の必要性

配信能力の確保



Gmailの新ガイドラインに適合しない場合、メールがスパムとして分類されるリスクが高まり、重要な通知やキャンペーンが受信者の受信トレイに届かなくなる可能性があります。

受信者の信頼の維持



Gmailユーザーは世界中に広がっており、彼らの信頼を失うことはブランドにとって大きな損失です。適切な対応を行うことで、ユーザー信頼の維持とブランドイメージの保護が可能になります。

法的リスクの軽減



Gmailのガイドラインは、多くの国の法律や規制と整合しています。適切な対応を怠ると、法的な問題に直面する可能性があります。

対応をしないと貴社の重要な通知メール・キャンペーンメールがお客様に届かなくなるリスクが高まります。

RFC8058とは

RFC 8058は、「Signaling One-Click Functionality for List Email Headers」というタイトルの文書で、Eメールのリストからユーザーが1クリックで退会できるメカニズムに関する技術仕様を定義しています。このRFCは、2017年1月にインターネットエンジニアリングタスクフォース（IETF）によって公開されました。

RFC8058の主な目的

Eメール受信者が不要なメーリングリストから簡単かつ迅速に退会できるようにすることで、ユーザーエクスペリエンスを向上させることです。これは、Eメールのヘッダーに特別なList-Unsubscribeフィールドを含めることで実現されます。このフィールドには、ユーザーがクリックすることで退会手続きが完了するURLが指定されています。

RFC8058の効果

RFC 8058によって定義されたメカニズムは、Eメールマーケティングを行う企業や組織にとって、受信者の満足度を高めると同時に、スパムとしての報告を減らす効果的な手段となります。また、Eメール配信者は、受信者が興味を持たないコンテンツから容易に退会できることを保証することで、Eメールキャンペーンの質を向上させることができます。

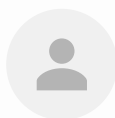


Unsubscribe

RFC8058におけるList-Unsubscribeの定義について

Google社は、Gmailの利用者が受信メールの配信登録を簡単に解除できる方法として、RFC8058で定義されるワンクリックの購読解除の機能をメール配信者に要求しています。

購読解除



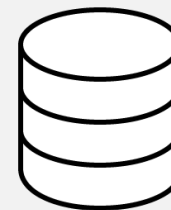
<info@gmail.com>

宛先 tarou@example.co.jp [メーリングリストの登録解除](#)

上記の要求には List-Unsubscribeを配信メールのメールヘッダーを追加することで対応します。
List-Unsubscribeが含まれたメールをGmailで受信すると、メール受信者は閲覧時に「メーリングリストの登録解除」というリンクを確認することができ、ここからワンクリックでメールの購読解除が可能となります。



除外処理



メール受信者がこのリンクをクリックして購読解除を行うと、List-Unsubscribeで指定したHTTPS URIへ購読解除の情報のPOSTリクエストが届きます。この情報をもとに、メール配信者はメール配信リストから当該受信者の除外を行います。なお、この除外処理については、POSTリクエストを受信したシステム側で別途実装することが必要となります。



List-Unsubscribeの実装とRFC規格への準拠 専門家に任せるべき理由

List-Unsubscribeの実装

List-Unsubscribe機能の実装は、Eメールマーケティングの効果を高め、受信者の信頼を維持する上で不可欠です。しかし、この機能の正確な実装と、RFC 2369およびRFC 8058などの関連するRFC規格への準拠は、技術的な知識と専門的な経験を必要とします。

実装方法

メールヘッダーの追加



EメールのヘッダーにList-Unsubscribeフィールドを追加し、そこにmailtoリンク（例:mailto:unsubscribe@example.com）またはウェブページのURL（例:http://example.com/unsubscribe）を指定します。

自動退会の処理



- ・配信元メールサーバー（Mail toの場合）
- ・URL指定のリクエスト受付処理サーバー



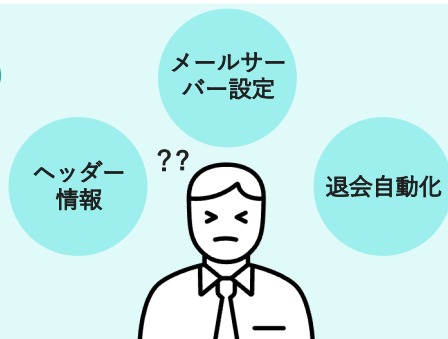
配信リストの管理DB

mailtoリンクを使用する場合、退会リクエストを処理するためのシステムが必要です。URLを提供する場合は、ユーザーが簡単に退会できるウェブページを用意する必要があります。

専門家に任せるべき理由① 技術的複雑性

List-Unsubscribe機能の実装と、RFC 2369およびRFC 8058などの関連するRFC規格への準拠は、Eメールマーケティング戦略の成功において極めて重要です。これらの機能と規格は、受信者がメーリングリストから簡単に退会できるようにすることで、より良いユーザーエクスペリエンスを提供し、スパム報告の数を減らし、送信者の評判を保護することを目的としています。しかし、これらを正確に実装することは、以下の理由から専門的な知識と技術的な経験を必要とします。

RFC準拠の実装



RFC 2369とRFC 8058は、List-Unsubscribeヘッダーの使用方法に関する具体的な指示を提供します。これらの規格に準拠するには、メールサーバーの設定、ヘッダー情報の正確な構成、そして退会プロセスの自動化など、複数の技術的要素を適切に理解し、実装する必要があります。

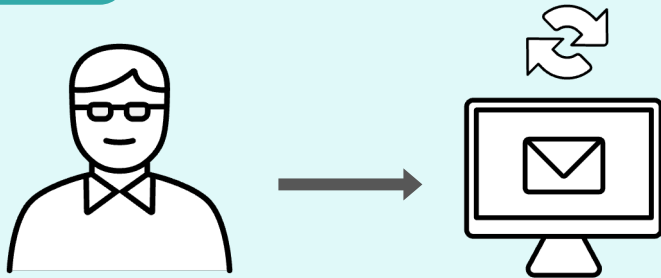
メール認証技術



DKIM (DomainKeys Identified Mail) などのメール認証技術との統合は、メールが信頼できる送信者から送られたものとして受信サーバーに認識されることを保証します。これらの技術の適切な設定は、RFC規格への準拠と密接に関連しています。

専門家に任せるべき理由② 専門知識の必要性

最新の規格への適応



専門家

Eメール技術と関連規格は定期的に更新されます。専門家はこれらの変更に着実に注意を払い、クライアントのEメールシステムを最新のベストプラクティスに沿って更新することができます。

問題診断と解決

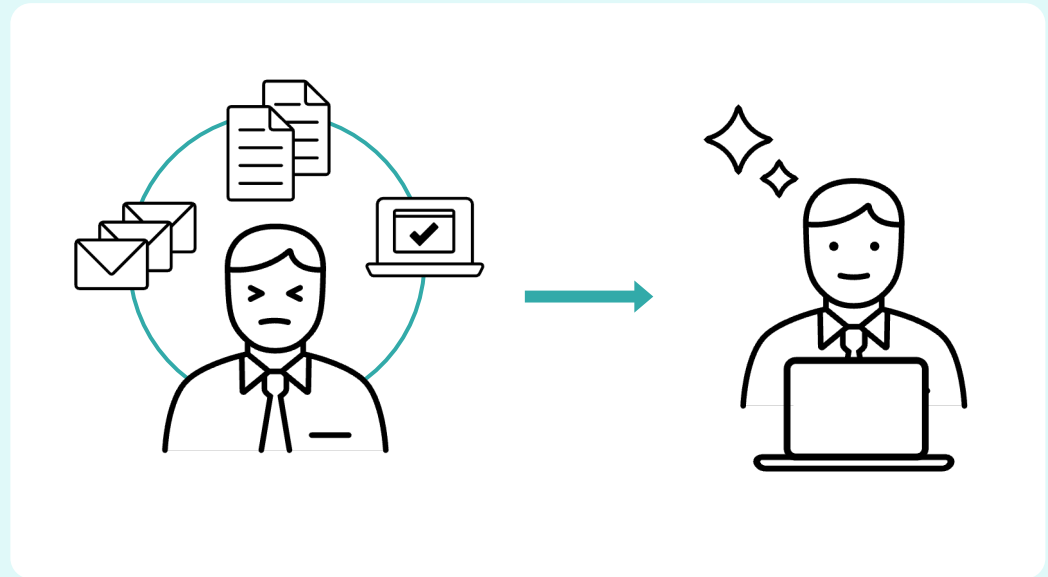


実装中や運用後に発生する可能性のある技術的な問題を迅速に特定し、解決するには、深い専門知識が必要です。プロフェッショナルなサービスプロバイダーは、これらの課題に効果的に対処するためのリソースと経験を持っています。

専門家に任せるべき理由③ リソースと時間の節約

社内リソースの限界

多くの企業では、内部にEメールシステムの専門家がいないか、他のプロジェクトにリソースが割り当てられています。専門家に実装を委託することで、企業は他の重要な業務に集中することができます。



Point

前述した①・②・③の理由から、
List-Unsubscribe機能の正確な実装とRFC規格への準拠はEメールシステムの専門家に任せるべきです。
これにより、企業は技術的な複雑さを回避し、Eメールマーケティング戦略の成功を確実にすることができます。



Customers Mail Cloudについて

Customers Mail Cloudなら複雑なList-Unsubscribeの対応が可能

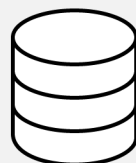
List-Unsubscribe(ワンクリック購読解除)の対応につきまして、Customers Mail Cloudでは以下の機能およびAPIを実装しております。

1

Unsubscribe

Customers Mail Cloudから配信されるメールに対して、List-Unsubscribeヘッダーを追加する機能

2



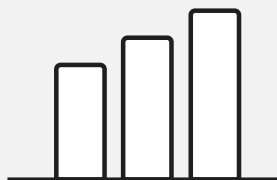
購読解除リンクをクリックしたメール受信者をリスト化して保持する機能

3



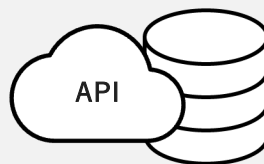
購読解除されたアドレスにメール送信を抑止する機能

4



配信レポートのエラーログおよびエラーグラフでの、「購読解除」で送信されなかったメールの集計機能

5



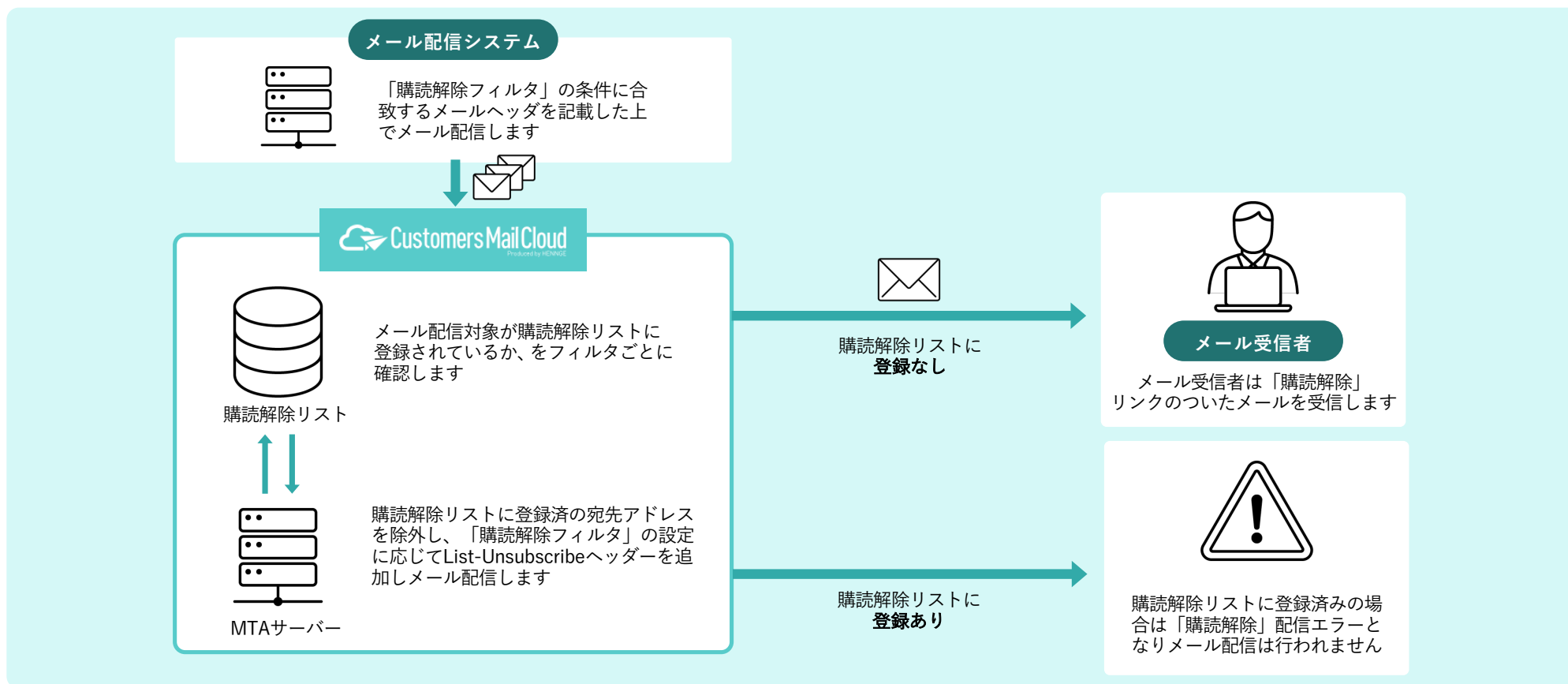
購読解除リンクをクリックしたメール受信者のリストを取得するためのAPI

6

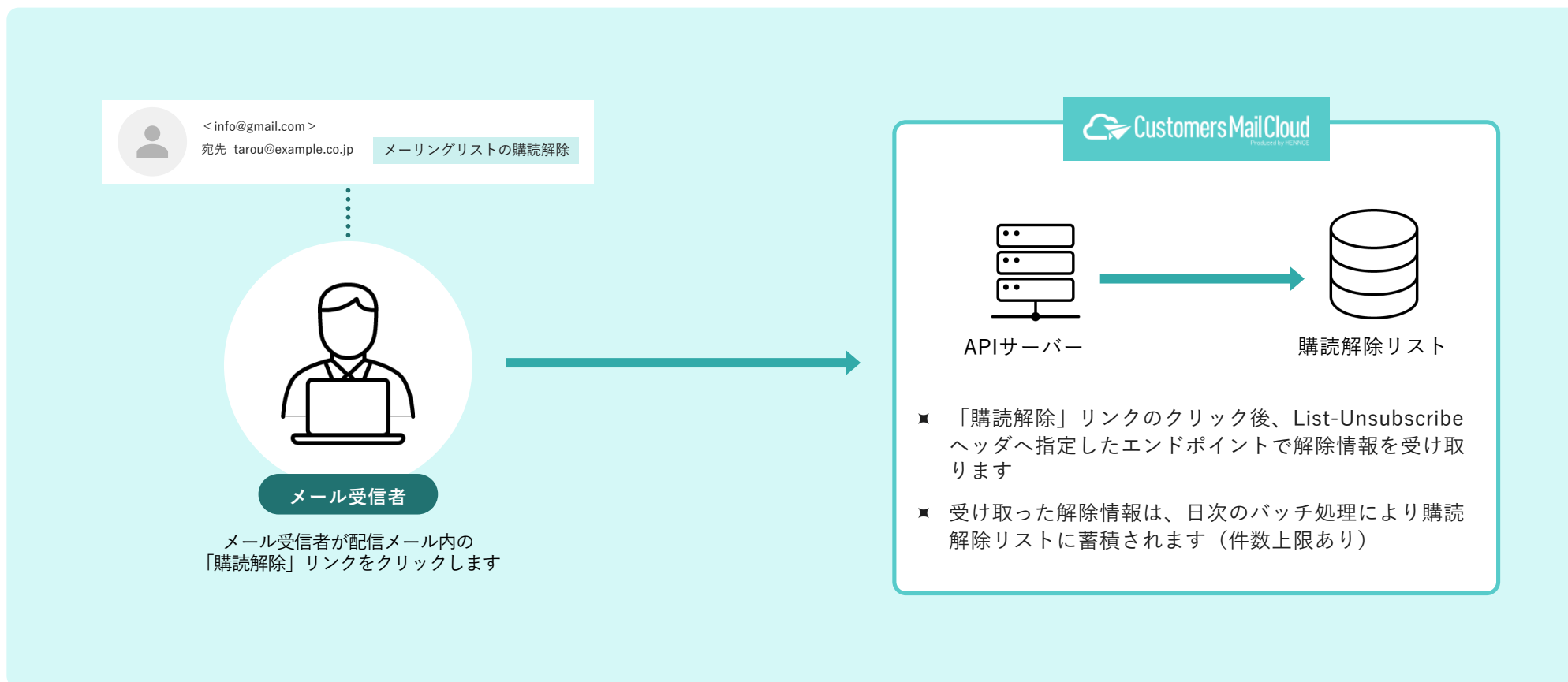


購読解除リンクをクリックしたメール受信者が購読を再開できるよう、「購読解除リスト」上の登録を解除するためのAPI

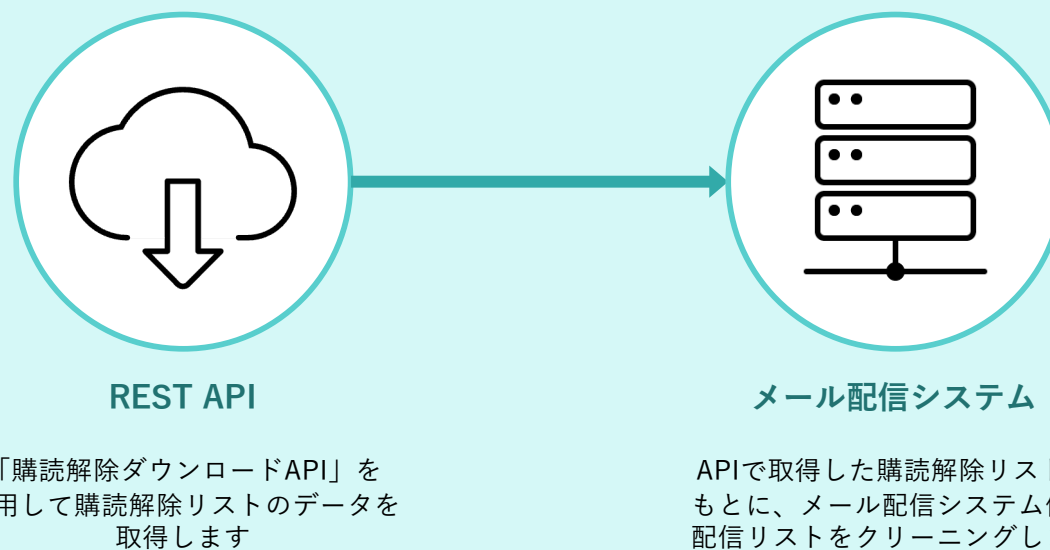
①List-Unsubscribeヘッダーを追加してのメール配信



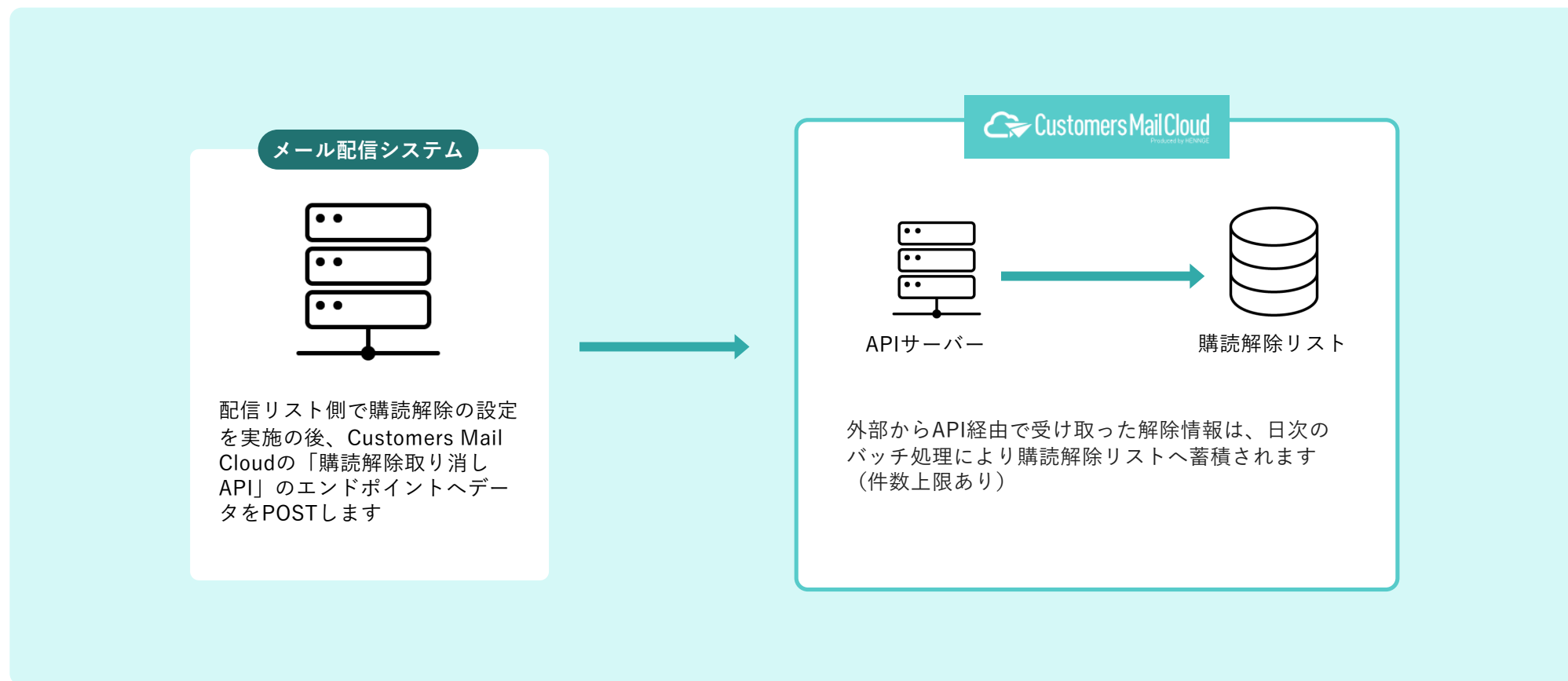
②メール受信者が購読解除リンクをクリックした際の挙動



③配信リストのクリーニングの運用イメージ



④購読解除リストの登録ユーザーをリストから除外（購読再開）する



「成功への道: 今後のEメールマーケティング戦略」

List-Unsubscribeの実装とGmailの新ガイドラインへの適応により、Eメールマーケティングは新たな段階に入りました。これらの変更を適切に取り入れることで、企業は受信者の信頼を維持し、メール配信の成功率を高めることができます。

▶ 次のステップ

専門家
(Customers Mail
Cloud)との協力



List-Unsubscribe機能とRFC規格への準拠は複雑です。成功を確実にするためには、この分野の専門家と協力することが重要です。

技術的準備



最新のメール認証技術を取り入れ、システムを常に最新の状態に保ちましょう。

ユーザーエクスペリエンスの向上



受信者が簡単に退会できるようにすることで、メールコミュニケーションの質を高め、長期的な顧客関係を築きましょう。

法規制への遵守



世界中の様々な法規制に対応するため、List-Unsubscribe機能を効果的に実装しましょう。



HENNGEについて

HENNGEが提供する価値



20年以上に渡り、政府・金融機関やエンタープライズ企業のメール送信基盤整備を手掛けてきた、M3AAWGのメンバーでもあるメールのプロフェッショナル集団。S/MIME、SPF/DKIM、DMARCと多数の導入支援実績。



フィッシング対策協議会の正会員企業として、関係する政府機関とも連携して、DMARCの普及促進に積極的に関わっています。



国内導入実績No.1のHENNGE One（アクセス制限・シングルサインオン・メールセキュリティ）などのプロダクトを提供。トータルで企業をサポートします。

HENNGE one



まとめ

まとめ

List-Unsubscribeは、ユーザーのメール体験を向上させ、メールマーケティングの効果を最大化します。Gmailの新ガイドラインに対応し、受信者の信頼と満足度を高めます。

実装の課題

- 技術的な複雑さと専門知識が必要。
- 法規制の遵守とプライバシー保護が欠かせない。

HENNGEのソリューション

- 簡易化された導入プロセスと完全な法規制遵守。
- 顧客エンゲージメントの向上とスパム報告の減少。



なぜHENNGEか？

- 専門的なサポートとカスタマイズ可能なソリューション。
- 信頼性の高いセキュリティとプライバシー保護。

List-Unsubscribeの実装は、現代のメールマーケティング戦略において不可欠です。
HENNGEは、その課題を解決し、ビジネスの成長をサポートします

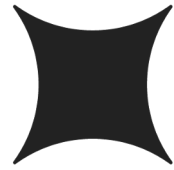
ご相談はこちらから

難しくて手間のかかるList-Unsubscribeの導入や、
メール送信基盤の構築に関しては、
専門家によるサポートをぜひご検討ください！



List-Unsubscribe導入に関するご相談はこちら

cmc-sales@hennge.com



HENNGE