

コロナ禍で若年層を中心に DM を受け入れる意識が向上 1年前に比べ「開封割合が増えた」との認識も

デジタルハイブリッドのトッパン・フォームズ株式会社（以下トッパンフォームズ）は、生活者の意識とダイレクトメール（以下 DM）を取り巻く実態や時系列変化から見えるトレンドの定点的な把握を目的に、2019年に続き、生活者の DM に関わる行動についての自主調査を行いました。

今回の調査結果から、DM の開封割合は 2019 年に比べ増加したと認識している若年層が多いことや、コロナ禍における DM の活用に対して肯定的な意見が否定的な回答を大きく上回り、DM を受け入れる意識が向上しているということが分かりました。

【調査結果の概要】

1. 2020 年の DM の受け取り数の平均（DM を全く受け取らない人を除く）は 2016 年以降最も高い。特に男女とも 20 代がより多く受け取っている。
2. 1 年前と比べ DM の開封割合が「増加した」とする回答が「減少した」とする回答を大きく上回る。特に 20 代は 35%以上が「増加した」と認識。
3. コロナ禍における DM の活用に対して肯定的な意見は、否定的な回答の 2 倍以上。

この調査結果からは、コロナ禍で在宅時間が増え、人と人が対面することへの意識が変化した中、企業の非対面アプローチ方法である DM に、従来よりも生活者の目が向くようになったと読み取れます。

また、紙の通知物である DM は、生活者にとって受け取った実感を持ちやすいということや、目立つので届いたことに気付きやすいということ、差出人が一目で分かり安心感を感じやすいということが示されています。これらを考え合わせると、まさに今「DM が生活者に届けられる価値が再注目されるべき」と言えるのではないのでしょうか。

トッパンフォームズでは、今回の調査結果を踏まえて、引き続き適切な情報伝達のあり方にフォーカスしたコミュニケーション手法の研究を続け、CX（カスタマーエクスペリエンス：顧客体験）向上を実現する新たな価値の創出・提供を目指していきます。

■調査結果の詳細レポートについては、こちらよりダウンロードいただけます。

URL：https://labolis.toppan-f.co.jp/knowledge_dl/

【調査手法】

調査手法	Web アンケート方式
調査対象者とサンプル数	全国にお住まいの20歳以上の男女で、届いたDMをおよそ3割以上開封する方・メールマガジンに登録している方 2000 サンプル (20～70代以上男女)
調査実施時期	2020年10月30日(金)～11月2日(月)

※ 本ニュースリリースでは、調査結果の数値を小数点第1位まで記載しております。

※ 本調査でのDMの定義は以下の通りとしております。

「ダイレクトメール（DM）とは、企業やお店から送られてくる商品・サービス案内が記載されたハガキや封書による通知物を指します。電子メールによるメールマガジンなどは含みません。」

※ 本調査はDMの平均受け取り通数や開封・閲覧状況、開封したくなるキーワード、形状、開封後の行動など、生活者がDMを「実際に受け取ってから」にフォーカスしています。

【DMライブラリについて】

生活者モニターの自宅に送付されたダイレクトメールを収集したアーカイブ機能です。

生活者を顧客として捉えるお客様に対して、ダイレクトコミュニケーションによる課題解決をご提案するリソースとして活用いただけます。

■詳しくはこちらをご覧ください。

URL：<https://solutions.toppan-f.co.jp/solution/24083/>

以上

※ 「デジタルハイブリッド」、「DMライブラリ」は、トッパン・フォームズ株式会社の登録商標です。

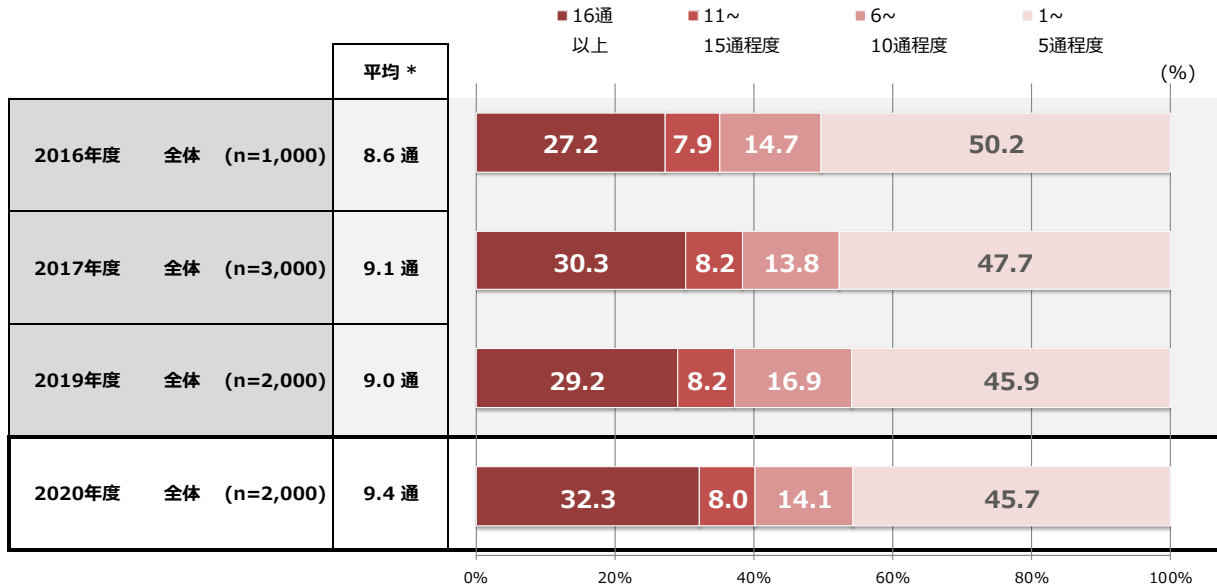
本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

トッパン・フォームズ株式会社 総務本部広報部 TEL:03-6253-5730

別紙 1：調査結果（一部抜粋）

1. 2020 年の DM の受け取り通数の平均（DM を全く受け取らない人を除く）は 2016 年以降最も高い。特に男女とも 20 代がより多く受け取っている。

（表 1）あなたは、1 週間に平均で何通くらいの DM（ダイレクトメール）を受け取っていますか。

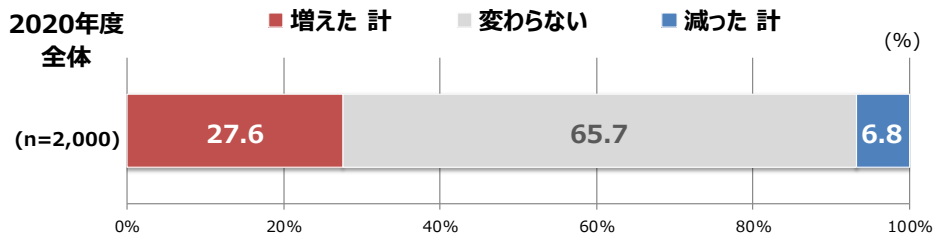


※2018 年は調査非実施。

調査では、そもそも DM を受け取っている生活者の割合も 2020 年は例年並みに見られます。DM は、生活者へのアプローチ方法として重要性を維持し続けていると言えます。

2. 1 年前と比べ DM の開封割合が「増加した」とする回答が「減少した」とする回答を大きく上回る。特に 20 代は 35%以上が「増加した」と認識。

（表 2）ご自身の手で、届いた DM（ダイレクトメール）を見たり開封する割合は、おおよそどの程度ですか。

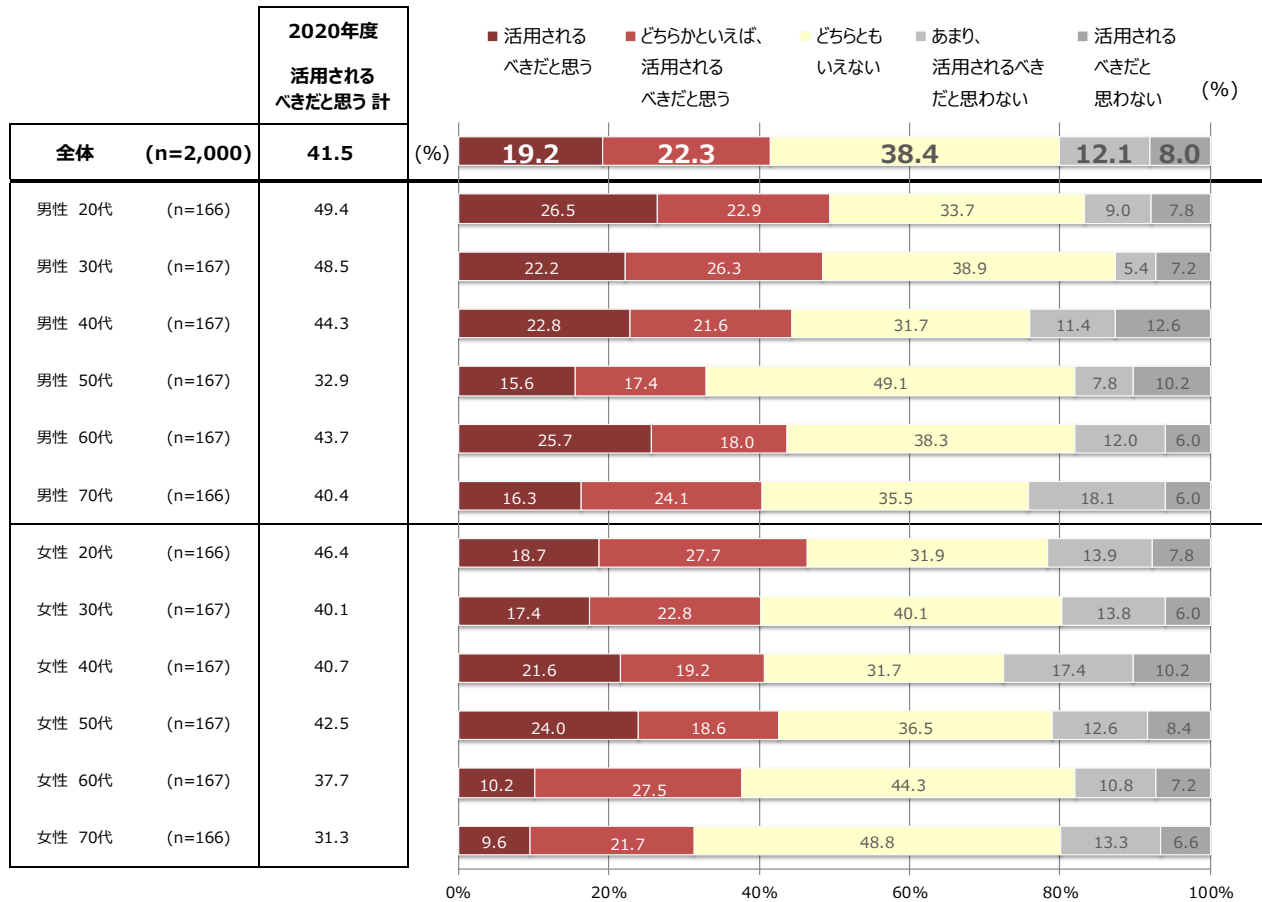


「生活者が DM を開封する」行動に限って言えば、2019 年から 2020 年にかけての新型コロナウイルス感染症の影響による社会の変化が追い風になっていると考えられます。

別紙 3：調査結果（一部抜粋）

3. コロナ禍における DM の活用に肯定的な意見は、否定的な回答の 2 倍以上。

(表 3) 今後のコロナウイルス関連の社会動向を予想頂いた際に、「企業等から情報を伝える方法」として、以下の方法（DM）は、どの程度活用されるべきだと思いますか。



非対面で情報が届く DM には、人を介して届くという不安が勝るケースよりも、「コロナ禍で活用されるべき」と生活者がポジティブに感じるケースのほうが多いようです。