

# メルマガジンフォーラム2000 レポート

メルマガと通称されるメール新聞やメールマガジンも、新聞や雑誌、放送と同様のメディアとして成熟してきた。いまや定番となったメールマガジンのスタイルを「INTERNET Watch」創刊を通して「発明」した山下憲治氏が7月7日に急逝した。その死を悼み、急ぎメルマガ界の著名人が一堂に会した「メルマガジンフォーラム2000」が7月21日に銀座・リクルートホールで開かれた。「今日までのメールマガジン、そしてこれから」をテーマとして、メルマガの将来について故人を偲びつつも熱く議論がなされた。



レポート：千葉英寿  
Photo: Takioka Kentaro

## 日本独自のメディアとなった メールマガジン

前半は山下氏の上司として「INTERNET Watch」をとともに立ち上げた井芹昌信氏（現：株式会社インプレス取締役副社長）が演壇に立った。「INTERNET Watch」は当初、月刊のインターネットマガジンでは追いきれない情報を提供するため、96年に創刊された。同氏は「週刊誌も検討したが、月刊誌と同時にというのは社会的に難しかった。それではどうするかというときに『だったら電子メールでやれば』と山下君が話したことが発端だった」と語った。「記事にはURLを併記してネタ元を明かし、署名入りとした。これは有料にこだわっていたから。価格はインターネットマガジン誌上で告知して集めた1万8千人ほどの読者に聞き、『400円くらいなら』という声を参考に300円に設定した。いま考えればテストマーケティングだった。DMを送る了解を得たのはまさにパーミッションマーケティング。これは山下君が仕掛けたものだった。このようなことがその後のメールマガジンに影響を及ぼしたのだと思う」と、創刊時のエピソードを語った。

そして現状について「Yahoo!で『メールマガジン』をキーワードに検索すると、日本では645サイト出てくるが、米国版では87サイト」という数字を挙げ、メルマガは日本の新しい文字ベースのコミュニケーションメディア

として確立されたことを示した。「これだけメルマガ作りが広まったのはメディアとしてのトータルコストが非常に低いからではないか。メルマガにはウェブや紙の出版には無い、いろいろな可能性がある」と締めくくった。

## メールマガジンはビジネスが 表現の手段か

後半のパネルディスカッションでは、本フォーラムの発起人でビデオジャーナリストの神

田敏晶氏が進行役となり、メールマガジン界の著名人がメルマガの今後を語り合った。“まぐまぐ”でメールマガジンの発行流通システムを確立させた深水英一郎氏（現：ライティングスペース）はメルマガ乱発の現状について「一時期は1万誌ぐらい購読したが、今は5誌ぐらい。（みなさんも）減らしたほうがいいと思う。“melma!”のように面白いものだけを集める配信サイトも出てきた」と、読者にも取捨選択の必要性があることを示唆した。

1995年12月1日号  
(プレ創刊号)

----- 広 告 -----  
年賀状作りの強力な助っ人登場！ 全国書店で発売中  
『年賀状CD-ROM for Windows 1996』（インプレス発行）  
---A5変型判 カラー128頁 CD-ROM付き 定価1,800円---  
----- internet Watch -----  
Pre No.0001 1995-12-01

プレ創刊のごあいさつ

「インターネットウォッチ」のプレ創刊体験購読にご  
います。  
インターネットの世界がいま 急激な勢いで成長して  
○赤坂プリンスのバーにインターネットコーナー登場  
○見た目でも検索できる。500種の植物が掲載された「ハイパー植物図鑑」

1995年12月27日号

★PR  
...もう読みましたか？特集「1996年のインターネットはこうなる！」...  
インターネットマガジン 2月号も 好評発売中！ 定価1180円  
新シリーズ：転換する業界（1）「クレジットカード」  
新連載：ホームページで情報発信 第1回HTMLの初歩  
イェローページ：酒場  
CD-ROM+ポケットブック「全国インターネットカフェマップ」付き ★PR

メールマガジンに挿入される広告の黄金パターンともいえる5行広告。「全角38字×5行」というフォーマットは山下氏の考案で、「INTERNET Watch」の創刊準備期に試行錯誤を重ねて作り上げられた。テスト配信中の号から切り出してみると、目につきやすく最適な情報量を詰め込める分量を求めて、3行広告や6行広告も試験的に作られていたことがわかる。

2000年7月29日号（現在）

----- ☆PR ☆ ----- Information from impress -----

INTERNET Watch が、『iモード』でも読める !!!

「キーワード・メール」「クイズdeニュース」など、便利で楽しい機能がいっぱい！  
★アクセス簡単★ iモード公式メニュー → ニュース/情報 → impress Watch

----- ☆PR ☆ -----

## 山下憲治氏へのお別れのメッセージ

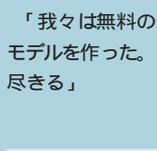


「みなさんが山下君を偲んでくださり、その仕事が受け継がれるのは、彼も喜んでと思う。我々はその受け継ぎ、昇華させたい」  
井芹昌信氏 (株式会社インプレス取締役副社長)

「彼がメール広告を作った。メール広告を売る側として、名に恥じないようにしたい」  
才式祐久氏 (メールニュース代表取締役)



「会うとなぜかいつも立ち話。15分も20分も話したことを思い出す」  
高橋理人氏 (リクルートISIZE編集長)



「我々は無料のモデルを作ったが、山下氏は有料のモデルを作った。先人はそれだけ偉大だった、それに尽きる」  
中野潔氏 (早稲田大学客員教授)



「クリエイターとして大変共感していた」  
小橋昭彦氏 (『今日の雑学』発行人)

今回のフォーラムの最後に、当日のパネラー1人1人から山下氏へのお別れのコメントが寄せられた。

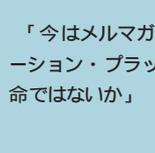


「“まぐまぐ”立ち上げやプレスネットワークについて意見をもらい、いろいろと教えてもらった。インターネット草創期が終わったと感じている」  
深水英一郎氏 (ライティングスペース)

「議論好きだった。(彼と議論するのは)大変だけど、自分の考えをまとめてくれる。新しいことをやるときの相談相手がなくなったのは寂しい」  
高橋正和氏 (『INTERNET Watch』編集チーフ)



「熱血漢なだけに激しくぶつかる人もいた。お別れの会でその人が男泣きに泣いていた。メディアを出しつつコミュニティでも積極的に発言したインターネット時代の編集長の模範。お疲れさまでした」  
橋本大也氏 (アクセス向上委員会)



「今はメルマガの土台ができたばかり。コミュニケーション・プラットフォームとしていくのが我々の使命ではないか」  
村上直氏 (サイバーエージェント取締役)



「たった一度お会いしただけだったが、初めて会うのに昔から知っているかのように感じた。ネットで知り合えたことは大切にしていきたい」  
神田敏晶氏 (Kanda News Network)

これに呼応するように小橋昭彦氏 (『今日の雑学』発行人) は、「ビジネスを想定して出してくるメルマガが増えた。広告ばかりでつまらなくなった」と、マーケティングツールとして発行されるメルマガが溢れる状況に懸念を示した。

広告が増えたという点について、インターネット広告を扱うメールニュース社の代表取締役、才式祐久氏は「急増の境目は99年の夏。月に40万円だった売り上げが70万円にまでになった」と紹介している。

“ASCII24”前編集長の中野潔氏 (現：早稲田大学客員教授) は、新しいユーザーの傾向について(「早大の」)大学院生には発行者はいない。メルマガを発行する経営者が大学院生という逆のケースはある。ビジネスに興味があっても、自己表現のタイプが少ない」と分析しており、「メルマガは趣味の延長でビジネスにする気はない」と言う小橋氏とは違い、メルマガを『表現の場』とすることには興味は薄いようだ。

メルマガが表現の場としての魅力が薄くなっているのだとすれば寂しいが、その表現の可能性はまだ深い。「たかがメール、されどメール。プリミティブなところが一番の魅力がある」という井芹氏の言葉が印象的であった。

## インタビュー

「メールマガジンフォーラム 2000」を企画した発起人でもある神田敏晶氏に開催のいきさつなどをうかがった。

今回の開催に至った経緯は?

山下さんが出演された前回のメールマガジンフォーラムから2年が経ち、どこかのタイミングで開催せねばと思っていました。それが突然の訃報に接し、山下さんへのお別れの場を設けられればという想いが一致して今回の開催となったのです。

山下さんと神田さんの関係はどういうものだったのですか?

僕自身、「INTERNET Watch」の一読者であり、メルマガの発行人、編集者、ライター、組織と個人のはざま人、MLでのお仲間...など、山下さんとはいろいろな面で共通項がありました。実際に仕事を一緒にしたわけではありませんが、いつも「山下ウォッチ」をさせていただいていた。

神田さんとメルマガとの出会いは?そして、メルマガの将来について、どう考えていますか?

メルマガ歴はおそらく最古参だと思います。“まぐまぐ”への登録は深水さんに次いで4番目でした。それまでは名刺交換をしてきた人を中心にニュースレター形式で一方通行のMLで送っていたものを“まぐまぐ”で引き継



前回(98年)のメールマガジンフォーラムで熱く語る山下さん(右)

いだ形で始めたものです。今も毎週3誌の連載を持っています。

メルマガには山下さんの切り開いたビジネスとしてのあり方以外に「表現の場」としての存在意義も感じてます。“about.com”のような個人サイトのリーダーを中心としたコミュニティは、ビジネスとしての可能性を持っており、広告を中心としたメディアではない方向でも開花しそうな予感がしています。



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)