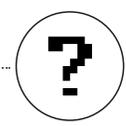


Frequently Asked Question



いまさら聞けない



いまだから聞きたい

このコーナーでは読者の皆さんのインターネットに関する疑問や質問にお答えします。「?」と感じたことはどのようなことでも構いませんので、下記のメールアドレスまでご質問ください。なお、ご質問へのメールでの回答はできませんのでご了承ください。
ご質問はこちらまで
im-faq@impress.co.jp

- 1 CDNって何?
- 2 有効な配信メールの形式は?

今月のポイント



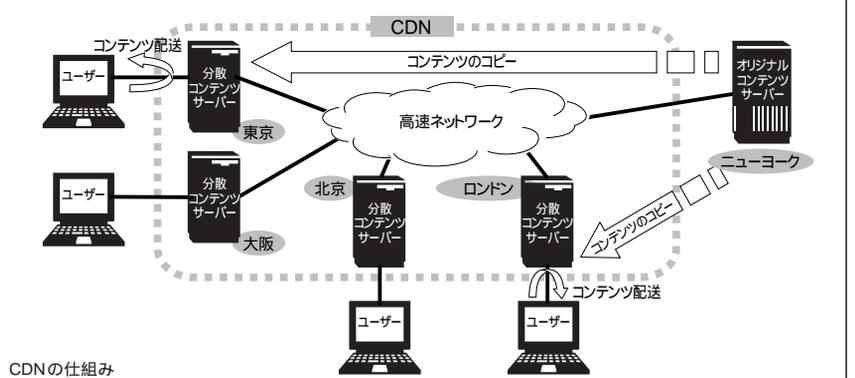
アカマイのCDN障害のニュースがありました。CDNとはどのような仕組みなのですか？
教えてください。(埼玉県 伊藤さん)



CDNとはコンテンツ配信・配送ネットワーク (Content Distribution/Delivery Network) のことで、当初はウェブコンテンツの高速アクセスのために編み出された技術です。その背景には、ネットビジネスでウェブコンテンツのレスポンスが遅いとユーザーがそのサイトを去る確率が急激に増大してビジネスチャンスを失う、という経験的な事実があったからです。遅いと感じさせる時間は、最近では2秒以上が一般的になっています。そのためCDNでは、コンテンツ情報を、ユーザーに近い場所のサーバーに分散して配置し、要求があった場合には、そこからコンテンツを配送することで、たとえばオリジナルのコンテンツがアメリカやヨーロッパにあったとしても、迅速にアクセスできるようにしています (図参照)。このような分散配置された配信・配送サーバーは、CDNのもっとも特徴的な構成要素となっています。「どこにサーバーを配備するか」「どのサーバーにユーザーがアクセスすればレ

スponsが速いか」の制御は、CDNを構築するうえでの課題の1つとなっています。
CDNサービス業者としては、米国アカマイは先駆的な存在です。1万4000を超える世界中に設置されたサーバーと、それらを接続する高速ネットワークによって、コンテンツ配信サービスを提供しています。
最近では各国のプロードバンド化が進んでいることで、ウェブコンテンツだけでなく、

映像コンテンツをオンデマンドやライブで配信・配送するなど、CDNの適用領域は拡大しています。今後CDNには、レスポンスの高さばかりではなく、(1)多数ユーザーに対して映像を同時かつリアルタイムに配信・配送できること、(2)映像コンテンツの著作権保護、(3)高品質な映像配信、などの要件が重要となってきています。
(シーティシー・エスピー 長谷川聡)



CDNの仕組み

分散サーバーを置いてレスポンス時間を短縮
大容量映像コンテンツへのCDNの適用も拡大



Q

電子メール配信をビジネスで活用したいと考えていますが、HTML形式とテキスト形式のメールとではどちらの形式を使ったほうがより効果的ですか？ 教えてください。(京都府 池田さん)

A

「HTML形式とテキスト形式のどちらを使うべきか」という答えは簡単に出すことができません。ビジネスの内容やメールを配信する目的にもよるからです。

不特定多数への情報発信であれば「メールマガジン」や「チラシメール」となるでしょう。また、単純に1人1人の顧客に個別に「情報」を発信するのであれば通常の電子メールのような形態となるでしょう。

後者のように、営業先や名刺交換をしたような人に対してメールを送る場合にはテキスト形式のほうが無難です。

一方、メールマガジンやチラシメールのように不特定多数に送る場合は、一概にどちらの形式がいいとは言えません。テキスト形式、HTML形式それぞれにメリットやデメリットがあるからです(表参照)。それぞれの利便性を考慮したうえで、自分のビジネスに合っていると思う形式を選択するのがよいでしょう。

HTML形式を利用するメリットとしては、文字の色やサイズを自由に換えられる、画像の掲載ができるなど、通常のホームページと同様にメリハリの効いた表現ができます。そのため、画像を用いると説得力が増すような、たとえば食品や貴金属類などの商材を扱っている場合には、HTML形式のほうが反応が高いと言われています。実際にこの表現力の豊かさから利用者も増えています。またメールの開封率の測定が簡単にできることも魅力の1つです。

しかし、次のようなデメリットもあります。

【デザイン性発揮で読後のアクション効果大のHTML形式 小容量のメールで気軽に受け入れられるテキスト形式】

まず、受信者がHTML形式のメールを受信できないメーラーを使っている可能性があります。このため、いきなりメールを送るような場合は情報を届けられない可能性もあるのです。また、HTML形式で送るのであれば最低限パーミッション(許可)を取ってから送らなくてはなりません。

次に、現在の日本のADSL、FTTH、CATVなどの高速回線の普及状況は、インターネット加入世帯数の約50%であることを考えると、環境的に利用しにくい人がいることも忘れてはいけません。環境が整っていない場合は表示に時間がかかり、閲覧自体がストレスとなってしまいます。

さらに、HTMLメールからのウイルス感染の問題もあります。そのため受信自体を拒否している人もいるのが実情です。

さて、『電子メールマーケティング2003』(富士通総研)によると、プロモーションメールの受信の際に「テキストメール」での配信を希望する人が64.4%、「HTMLメール」の配信を希望する人が35.6%となっ

ており、テキストメールを好む人のほうが多いという結果が出ています。このデータから見てもまだHTMLメールに対しては抵抗感があるようです。

ただし読後の行動を比べてみると、「ホームページへの訪問」「キャンペーンへの応募」「商品やサービスを購入する」というようなアクションを起こす確率は、HTMLメールのほうがやや高いとの結果も出ています。

米国のメールマガジンはすでにHTML形式が主流になっています。これにはEメールマーケティングの成熟度、そしてインターネットの環境と習熟度の差があります。

日本では、ブロードバンド環境が今以上に整い、受け手の不安感が減り、そして企業のマーケティングノウハウがよりレベルアップすれば、HTML形式での配信がますます増えてくるようになり、米国と同様な状況になっていくと予想されます。

(メルマガ専門コンサルタント 平野友朗
URL <http://www.sc-p.jp>)

HTML形式とテキスト形式の主な比較

項目	HTML形式	テキスト形式
文字の大きさ	自由に変更可	一定の大きさのまま
文字色	自在に付けられる	付けられない
文字レイアウト	可能	不可(改行のみ) アスキーアートで見せる
画像の挿入	可能	不可
メールの容量(同じ内容)	大(テキスト形式の約3倍)	小
メール送信時間	長い	短い
適した配信目的	画像で訴える場合	大量の文字を読ませたい場合
適した商材	画像で訴えられる商品。 食品、貴金属類など有形の商品	視覚で訴えにくい商品。 説得型の商品・ビジネス商材



[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