

リスク管理と成果を両立する メール配信の 組織的マネジメント



Contents

- 01	はじめに	2
- 02	なぜメール配信のマネジメントが必要なのか	4
	メール配信の落とし穴	
	体系的管理の不足がもたらすリスク	
	組織としてのリスク対策とマネジメントの重要性	
	具体的なメール配信マネジメントのポイント	
- 03	Sansanで実現するメール配信マネジメント	10
	Sansanの「メール一括配信」でできること	
	1. メール配信の運用ルールの整備・標準化	
	2. 効率的な配信管理	
	3. 戦略的なターゲティング	
	活用事例	
- 04	まとめ	19



01



はじめに

はじめに

メール配信を、「組織として」マネジメントできているでしょうか。

営業・マーケティング活動において、メールは重要な手段のひとつです。

しかし、現場では個人の判断に依存するケースもあり、誤送信や情報漏洩のリスクが生じることがあります。特に新入社員や若手メンバーが関与する際はその懸念が高まり、企業の信頼にも影響を及ぼしかねません。

さらに、施策の効果測定が十分でないと、どのアプローチが成果につながるのか判断が難しくなります。組織的に安全かつ効果的なメール配信を実現するための仕組みが、今こそ求められているのです。

本資料では、リスク管理と成果創出を両立しつつ、効率的なメール配信を実現するポイントを具体的に解説します。

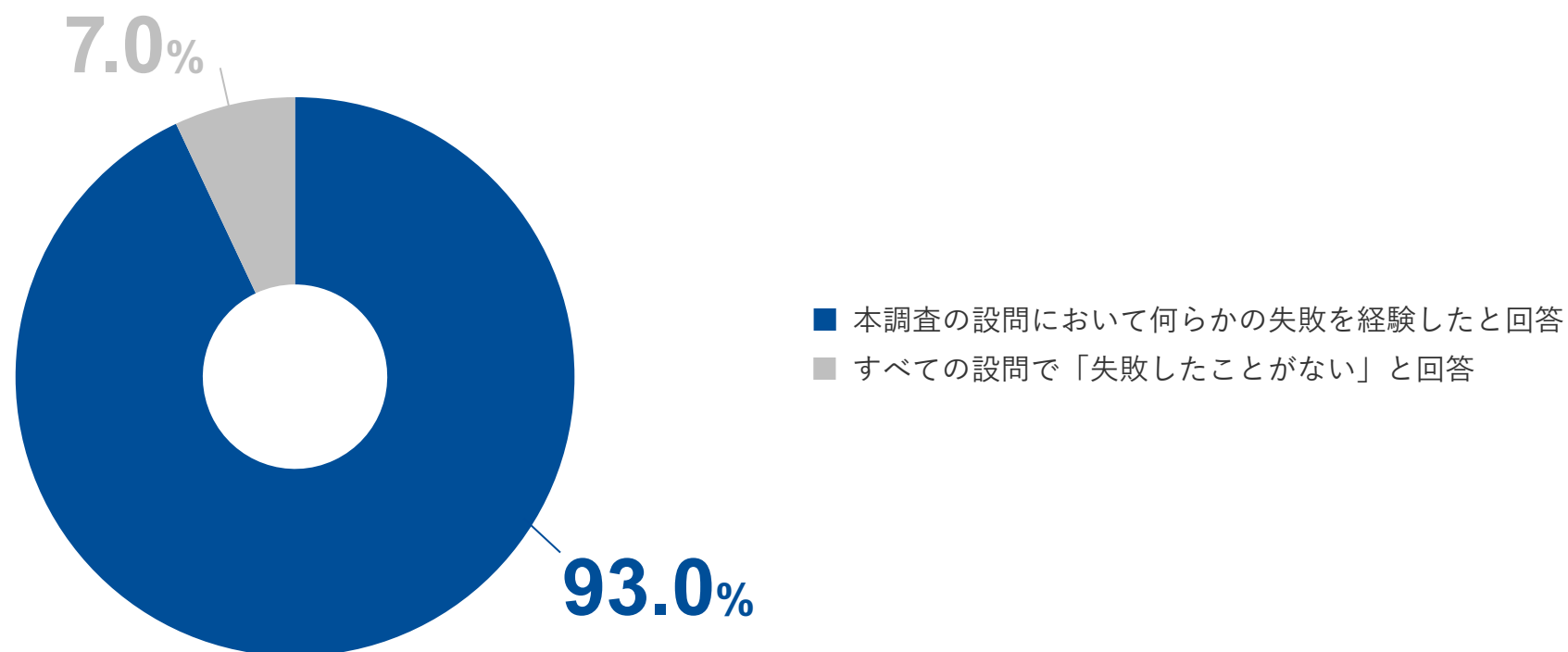


02

なぜメール配信の マネジメントが必要なのか

メール配信の落とし穴 (1/2)

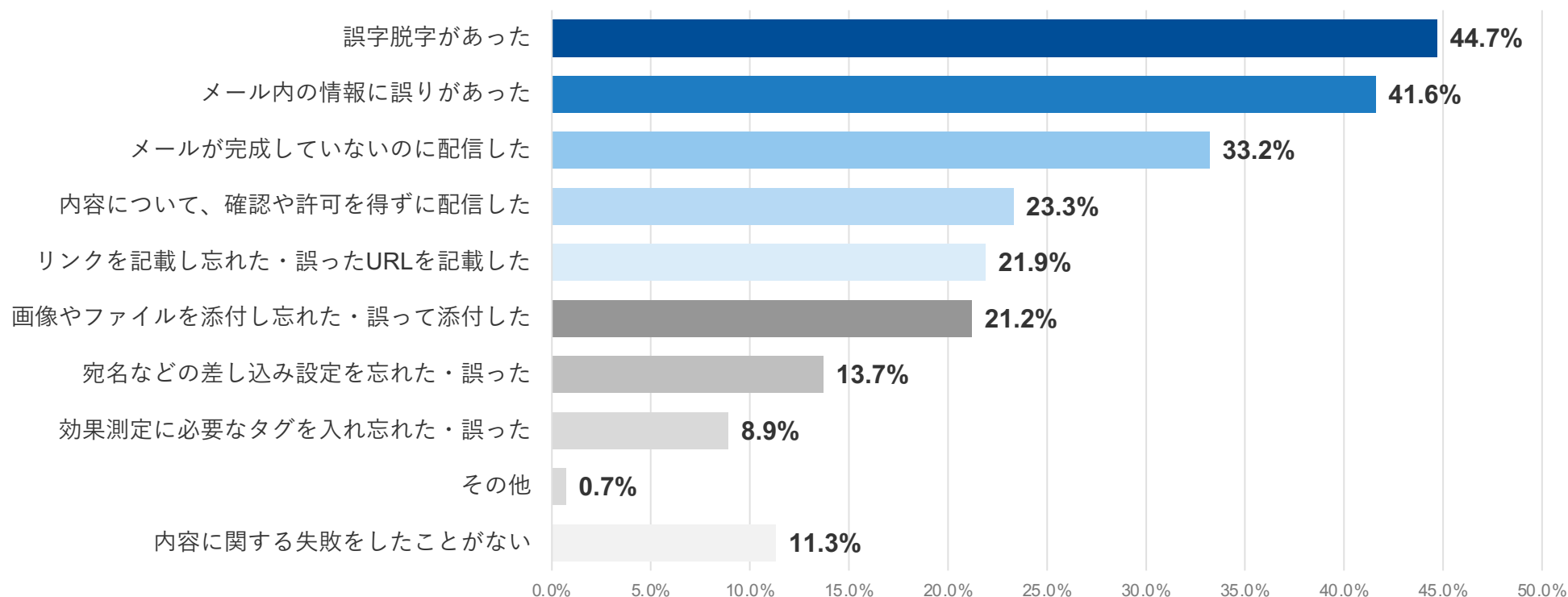
会社員、公務員、自営業、経営者など20代～60代を対象にした調査によると、
「メールマガジンの配信業務で、何らかの失敗を経験したことがある」と回答した人は93%にも上ることが分かりました。



出典：株式会社ベンチマークジャパン「メルマガ配信業務における失敗談調査 2023年度版」
<https://www.benchmarkemail.com/jp/blog/newsletter-operations-mistakes-survey-2023/>

メール配信の落とし穴 (2/2)

その中で「メールの内容に関して、ご自身が経験したことがあるものをすべてお選びください」という設問では、以下のような回答がありました。ご自身の組織でも、類似のケースがあったという方もいらっしゃるのではないのでしょうか。



出典：株式会社ベンチマークジャパン「メルマガ配信業務における失敗談調査 2023年度版」
<https://www.benchmarkemail.com/jp/blog/newsletter-operations-mistakes-survey-2023/>

体系的管理の不足がもたらすリスク

多くの企業では、メール配信が体系的に管理されていない現状があります。
これにより、以下のようなリスクの発生につながります。



顧客の信頼を損なう危険性

- 信頼低下による機会損失
- 法規制違反によるペナルティ



マーケティング効果の低下

- 効果があったメール施策の再現性がとれない
- 配信頻度や内容の最適化ができない

組織としてのリスク対策とマネジメントの重要性

これらの課題に対処するためには、組織的なアプローチによる体系的な管理が不可欠です。フローを整備し、知見を共有することで、以下のメリットが期待できます。

組織としてリスク対策とマネジメントを行うメリット

ヒューマンエラーの防止による業務品質の向上

担当者間の業務品質のばらつき軽減

新入社員や若手メンバーの早期戦力化

組織全体の生産性向上と成果の最大化

具体的なメール配信マネジメントのポイント

メール配信運用ルールおよび 承認フローの策定



- 宛先のダブルチェック必須化などの具体的な誤送信防止策の徹底
- 送信前の承認フローの構築による、誤送信やコンプライアンス違反の防止

ナレッジ活用



- 配信カテゴリごとのテンプレート整備による作成の効率化、および内容の統一性の担保

KPI設定と効果測定



- 開封率、クリック率などの具体的なKPIの設定

次のページからは、上記ポイントの実現に役立つ
Sansanの活用法について解説します。

03

Sansanで実現する メール配信マネジメント

Sansanの「メール一括配信」でできること

名刺やメールといった顧客接点情報を集約して作り上げた、Sansanのデータベース。

これらの正確な情報を基にし、氏名や送付先アドレスの誤りといったミスを大きく低減した上で、メールマガジンやセミナー集客などのメール配信業務をSansan内で完結させることができます。

Sansanの「[メール一括配信](#)」を活用して、組織全体のメール配信業務に関わるリスク低減と効率化につなげましょう。

sansan 企業 名刺 同僚 コンタクト 案件 データ活用

メール配信：新規作成

Sansan に登録した名刺に対して、メールの一括配信を行うことができます。

1. メール種別の選択 2. 配信内容の入力

メール種別の選択

☐   **メールマガジン**
固定のメールアドレスから、送信対象に一斉メールが送信されます。

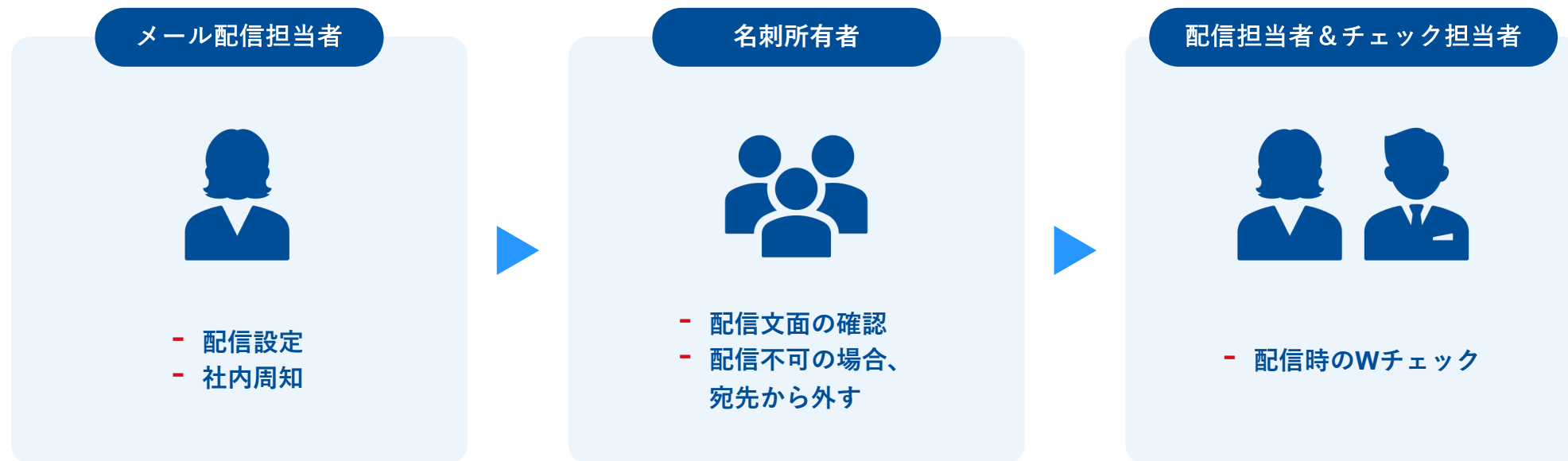
☒   **One to One**
名刺の所有者のメールアドレスから、送信対象に一斉メールが送信されます。個人のメールアドレスから送られるメールなので、高い配信率・返信率が期待できます。

☐   **個人利用**
あなたのメールアドレスから、送信対象に一斉メールが送信されます。

1. メール配信の運用ルールの整備・標準化 (1/2)

1 配信時のチェック体制構築

安全な配信のためには、名刺所有者やチェック担当者と連携してミスをなくす体制を組む必要があります。役割分担をし、互いにチェックし合うことで、宛先違いや誤配信などの配信リスクを最小限に抑えられます。



Sansanの「メール一括配信」を使えば、フローに沿って操作を行うだけで上記に則った運用が実現できます。
メール配信前に最終承認者による承認を必須とする設定も可能です。

1. メール配信の運用ルールの整備・標準化 (2/2)

2 配信チェックリストの整備

配信時のチェック観点を明確にすることで、
チェック粒度のばらつきや属人化を防止しましょう。

Sansanでメール配信を行う場合のチェックリストのサ
ンプルをご用意しました。貴社運用に沿って、カスタム
してご利用ください。

ダウンロードは[こちら](#)から

メール配信チェックリスト



メール配信設定の際には、以下を確認しながら進めましょう。

配信前

1

2

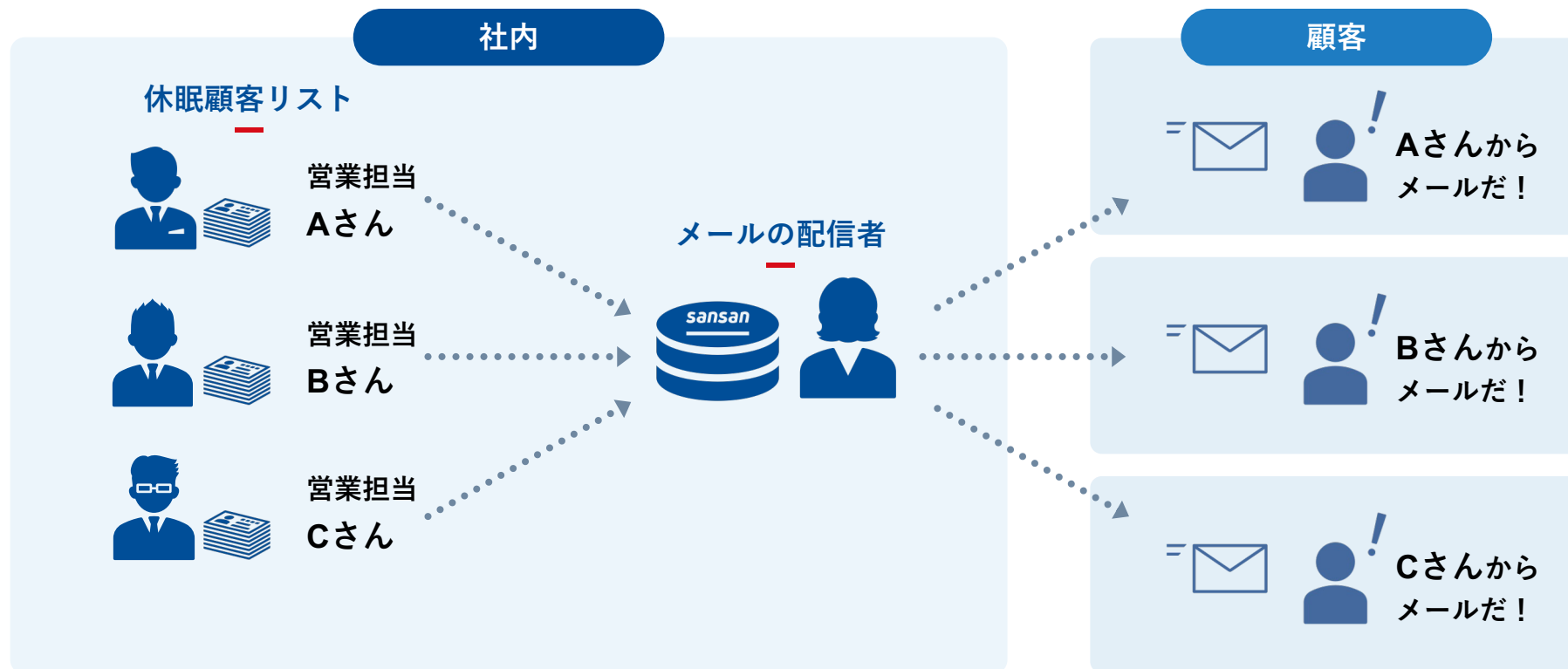
3

- ☐ **メール配信の種別は決定していますか？**
- ☐ **配信予定の名刺にタグ付けは完了していますか？**
例：20250303_新サービス紹介メール配信用
- ☐ **タグ付けした名刺の中に、データ化未完了のものはありますか？**
- ☐ **氏名の差込みの後に「様」は入力されていますか？**
例：((#氏名#))様
- ☐ **文面や件名に誤りはありませんか？**
[2.配信内容の確認]にて[テストメールを送信]から確認しましょう。
テスト配信の際は差込みは反映されないので注意しましょう。
- ☐ **宛先名、送付先アドレスに間違いはありませんか？**
[3.宛先の指定]の[宛先の最終確認]のステップで確認しましょう。
[表示する宛先]の[入力不可文字あり]に対象がある場合には、配信対象から外すか、
元データを修正しましょう。
- ☐ **差出人名は適切なものとなっていますか？**
One to One / 個人利用では、ユーザ名がそのまま差出人名となります。
「退職者」など適切ではないものになっていないか確認しましょう。
- ☐ **署名は正しく入力されていますか？**
[3.宛先の指定]の[宛先の最終確認]のステップで確認し、
署名が設定されていない人には設定方法を案内しましょう。
※署名の設定方法は[こちら](#)をご参照ください。

2. 効率的な配信管理 (1/3)

1 個別メール同様の体裁での配信

Sansanには、名刺の所有者を差出人名として配信できる「One to Oneメール」という機能があります。
メール配信担当者は1人でも各担当者からメールが送られたように見せることができ、高い返信率や開封率が見込めます。



2. 効率的な配信管理 (2/3)

2 配信の効果測定

メール配信施策においては、効果測定と蓄積に基づきPDCAサイクルを回すことが重要です。
Sansanでは、メール配信後に以下状況を確認することができます。

宛先総数	到達数／率	開封数／率	リンククリック数／率
不達数	未開封数	未クリック数	

配信ステータスの確認方法は[こちら](#)

※APIを利用した、MAツールとの連携も可能です。

API連携の手順は[こちら](#)

2. 効率的な配信管理 (3/3)

3 メールテンプレートの活用による品質担保

配信カテゴリごとのテンプレートを整備することで、作成の効率化だけでなく、デザイン・文面のばらつきの防止に役立ちます。

Sansanではメールの件名と本文をテンプレートとして保存できるので、メールの品質担保が実現できます。効果の高かった配信の文面やデザインをテンプレート化しておけば、他の配信でも簡単に活用することが可能です。

テンプレートの作成方法は[こちら](#)

The screenshot shows the Sansan email template editor. At the top, there is a dropdown menu set to '《営業用》 同業事例のご紹介' and a '適用' button. Below this is a link 'テンプレートの編集・新規作成'. The main section is divided into '件名' (Subject) and '本文' (Body). The '件名' field contains the text 'ご無沙汰しております。〇〇株式会社((#差出人の氏名#))です。' with a '+ 差し込み文字' button to its right. A note below states '※ 件名は80文字まで入力可能です。'. The '本文' section has a large text area containing a template with placeholders like '((#宛先の会社名#))', '((#宛先の氏名 (姓)#))((#宛先の氏名 (名)#))様', and '〇〇株式会社((#差出人の氏名#))です。'. It also includes a '+ 差し込み文字' button. At the bottom, there is a small text area with a preview of the email content and a note: '※ 差し込み文字の「配信停止リンク」を利用した際の画面は [こちら](#) からご確認ください。(管理者が会社ロゴを設定している場合、配信停止リンクページに会社ロゴを表示できます)'.

3. 戦略的なターゲティング

！ タグによるセグメント管理

Sansanでは「タグ」を使用して名刺をグルーピングできます。
 メール配信の際はこのタグを配信リストとして活用するため、特定の条件に合致する名刺情報を抽出し、ターゲットの属性を加味した戦略的なメール配信が可能となります。
 一度タグを付けておけば、次回以降の配信でも再利用できるため、効率化と送付漏れ防止にも役立ちます。

- タグ付けの例

- イベント別（例：〇〇展示会、〇〇セミナー）
- プロダクト・商材別（例：〇〇プロジェクト、製品〇〇導入）
- 業種別（例：製造業、情報処理サービス業）

タグの活用メリットは[こちら](#)

※タグは全社で共有が可能です。

複数タグを組み合わせることで配信先に設定することもできます。

The screenshot shows the 'メール配信：新規作成' (Email Distribution: New Creation) interface. It features a progress bar with three steps: 1. メール種別を選択 (Selected), 2. 配信内容の入力 (Selected), and 3. 宛先の指定 (Current step). Under step 3, there are sub-steps: 3-1. 宛先の選択 (Current), 3-2. 同僚へ宛先確認, and 3-3. 宛先の最終確認.

The '宛先の選択' (Select Recipient) section includes a search bar and a list of tags. The 'タグ' (Tag) tab is selected, showing a list of tags. A dropdown menu is open, displaying '20250214_〇〇株式会社_ウェビナー参加者' as the selected tag. Below the tag list, there are checkboxes for exclusion criteria: '配信拒否リスト' (checked), 'ブラックリスト' (checked), 'データ入力中の名刺' (checked), '利用開始前または停止中のユーザが所有している名刺' (checked), and '退職済み設定の名刺' (checked).

At the bottom, there are buttons for '前へ戻る' (Previous) and '次へ進む' (Next). A small note at the very bottom states: '※ 操作を中断しても途中のステップから再開できます' (You can resume from the middle step even if you interrupt the operation).

活用事例：城東テクノ株式会社

Joto

ユニークな建材で
長持ち住まいをささえます。

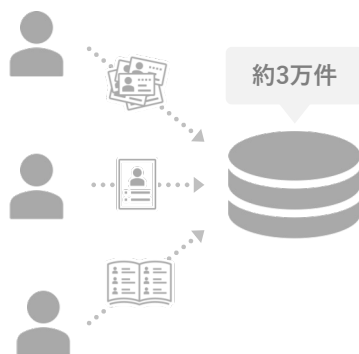
城東テクノ株式会社

- 事業内容
住宅建材の開発・製造・販売
- 従業員数
398人（2023年3月31日時点）

マーケティング活動を強化するために、全社の名刺をデータベース化。
人物単位の顧客リストを活用し、メールマガジンの定期配信が可能になった。

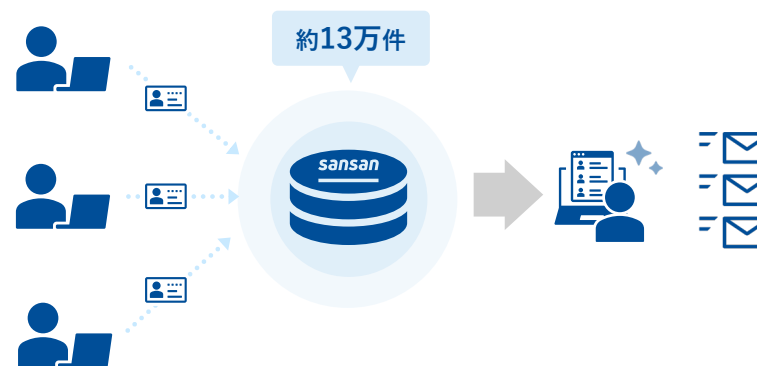
BEFORE

- ・ 約3万件の顧客情報が手作業でシステムに登録されていたものの、入力項目が担当者によって異なり活用しづらい状態
- ・ メールアドレスは全体の数パーセントしか登録されておらず、顧客情報としての精度が低かった



AFTER

- ・ 全社の名刺情報をSansanに集約し、約13万件の顧客データベースを構築
- ・ 精度の高い人物単位の顧客リストを作成し、メールマガジンの定期配信を開始
- ・ 購読者数が4万人を超える、建設業界随一の情報発信メディアに成長



04



まとめ

まとめ

- メール配信のリスクを低減し、成果を最大化するためには、以下観点での組織的なマネジメントが不可欠です。
 - 誤送信などのヒューマンエラーを防ぐ仕組み作り
 - 組織的な運用で属人化を防止し品質を担保
- Sansanを活用したメール配信マネジメントにより、以下の効果を実現できます。
 - 誤送信リスクの大幅な低減による企業価値の保護
 - 効率的な配信管理による運用コスト削減と品質担保
 - 戦略的なターゲティングによる配信効果の最大化

これらの取り組みを通じて、組織全体で安全かつ効果的なメール配信体制を確立し、持続的な成長を実現しましょう。

メール配信のコツや効果測定のポイントはセミナーで



\ Sansanのデータを営業に活かす /

すぐに活かせる メール配信のコツ

安全な運用方法から参考値まで、40分で網羅的にご紹介

無料 オンラインセミナー

- **概要** メール配信をこれから始める方でもメール施策の「押さえておくべきコツ」が習得できるよう、一括配信のメリットから安全な運用方法、開封率・クリック率などの参考値まで網羅的にご紹介していますので、ぜひご視聴ください。

- **開催日時** 常時公開
- **所要時間** 40分

お申し込みURL

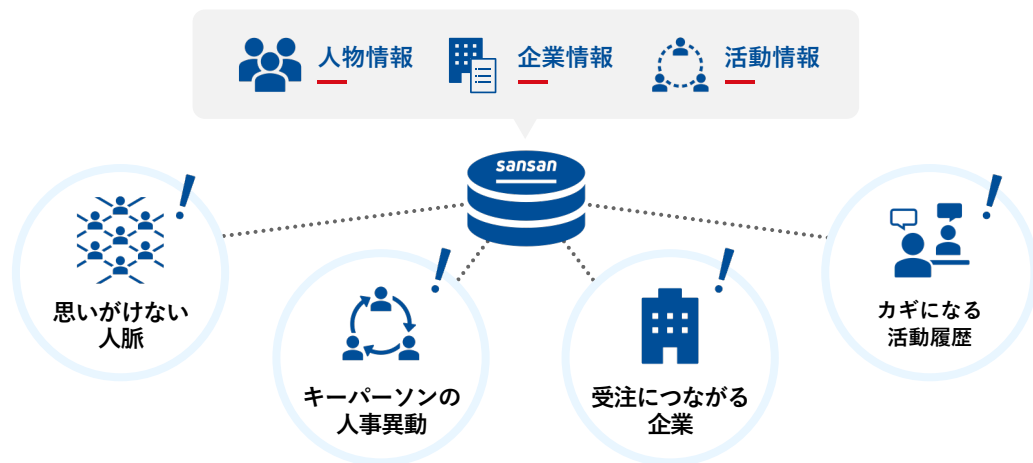
https://sin.sansan.com/seminar/seminar_ms1/

※入力フォームからお申し込みください

Sansanの活用で生産性の高い働き方を実現

ビジネス機会の最大化による売上拡大

人物や企業、活動に関する情報を、全社で共有できるデータベースを構築。ビジネス機会に気付くことで、営業のチャンスをさらに広げることができます。



生産性の向上によるコスト削減

日常的な業務をITサービスで効率化し、無駄な時間を削減していくことは重要な課題。紙の名刺を扱う煩わしさは無駄な時間の代表であり、全社の業務効率を大きく下げています。



お問い合わせ・関連記事

営業DXサービス「Sansan」

Sansanにログインする

<https://ap.sansan.com/>

サポートセンターにお問い合わせをする

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja>

関連する記事・ヘルプサイト

機能ガイド | メール一括配信

<https://sin.sansan.com/function/bulkmail/>

必ずチェック！メール配信の注意点

https://sin.sansan.com/best_practice/always-check-notes-on-mail-delivery/

メール集客の基本と成功のコツ。Sansanのおすすめ機能も紹介

https://sin.sansan.com/best_practice/tips-for-success-in-email/

過去人脈をフル活用。受注率を上げるリスト作成とメール配信のコツ

https://sin.sansan.com/best_practice/list-creation-and-email-distribution/

ヘルプサイト | メール一括配信を行う

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja/articles/206508257>

sansan
