

Gmail のメール送信者ガイドライン改訂から 1 年経過
【Gmail ガイドラインへの対応および DMARC の導入・運用実態調査】
ガイドラインに全て対応できているのはわずか 32.5%
～約 8 割の企業において、メールの不達・遅延が増加している可能性～

メールの確実な到達を支援するサービス「ベアメール」を展開する株式会社リンク（本社：東京都港区、代表取締役社長：岡田 元治）は、メールマガジンや一斉配信、システムからの通知メールを配信する全国の事業者の会社員を対象に、「Gmail ガイドラインの対応および DMARC の導入・運用実態調査」を実施しました。

「メールを確実に届ける」ことを支援するベアメールとは



ベアメールは「メールを確実に届ける」ことを支援するサービスとして、メールの高速配信・到達率の改善を実現する「メールリレーサービス」と、迷惑メールになる可能性や原因を診断する「迷惑メールスコアリング」を提供しています。お客さまの環境や状況に応じて 2 つのサービスを組み合わせることで、メール配信に関する運用の手間を削減し、到達率の改善を実現します。

■ 調査の背景

2024年2月に Gmail の「メール送信者のガイドライン」が適用されてから、1年が経ちました。Gmail 宛のメール配信に対する規制は段階的に強化され、現在ではガイドラインに準拠していないメールは拒否されるようになっていきます。

そこで、メールを確実に届けることを支援するサービス「ベアメール」は、メールマガジンや一斉配信、システムからの通知メールなどを配信する全国の事業者の担当者を対象に、「Gmail ガイドラインの対応および DMARC の導入・運用実態調査」を実施しました。企業のガイドラインへの対応状況やメール配信に対する影響に加えて、ガイドラインをきっかけに一気に導入率が高まった DMARC についても、導入後の運用状況や企業が直面している課題を調査しています。

以下が調査結果です。是非ご活用ください。

■ 調査概要

調査方法	: インターネット調査
調査主体	: 株式会社リンク
調査期間	: 2024年12月25日(水) - 2024年12月27日(金)
調査対象	: メールマガジンや一斉配信、システムからの通知メールを配信する 全国の事業者のメール配信に関わる担当者
調査対象地域	: 全国
回答数	: 1,000

※本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「株式会社リンク調べ」という表記をお願いいたします。

■ 調査結果のハイライト

① : Google の「メール送信者のガイドライン」への対応状況と影響

- Google のメール送信者のガイドラインに「全て対応できている」と答えたのはわずか 32.5%。
- メール配信状況については、全体の 28.6%が「届かない・遅延が問題になっている」、46.6%が「問題にはなっていないが、不達や遅延が増加している可能性がある」と回答。
合わせて約 8 割の企業が、メールの不達や遅延の増加を感じている様子。
- ガイドラインについて「対応を進めているが未完了」と回答した企業において、未完了の項目は「正引き・逆引き DNS レコードの設定」が 52.5%でトップ。

② : DMARC の導入状況と、導入した理由・導入していない理由

- 全体の約 8 割が「DMARC を導入している」と回答し、導入率は大幅にアップ。
- DMARC を導入した理由のトップは「Gmail ガイドラインへの対応のため」。
- DMARC を導入していない理由のトップは「導入したいが、技術的に対応が難しいため」。

③ : DMARC の運用状況について、ポリシー強化に向けた意識と課題

- DMARC レポートの分析状況については、38.9%が「DMARC 分析ツールは導入したが、活用できていない」と回答。
- DMARC のポリシー強化の状況については、26.3%が「ポリシー強化済み (quarantine/reject)」、61.8%が「ポリシー強化に向けて対応中」と回答。
合わせて約 9 割の企業がポリシー強化に取り組んでいることがわかった。
- DMARC のポリシー強化の課題について、約半数が「DMARC レポートを可視化後、何をすれば良いかわからない」と回答し、改善方法に悩んでいることがうかがえる。

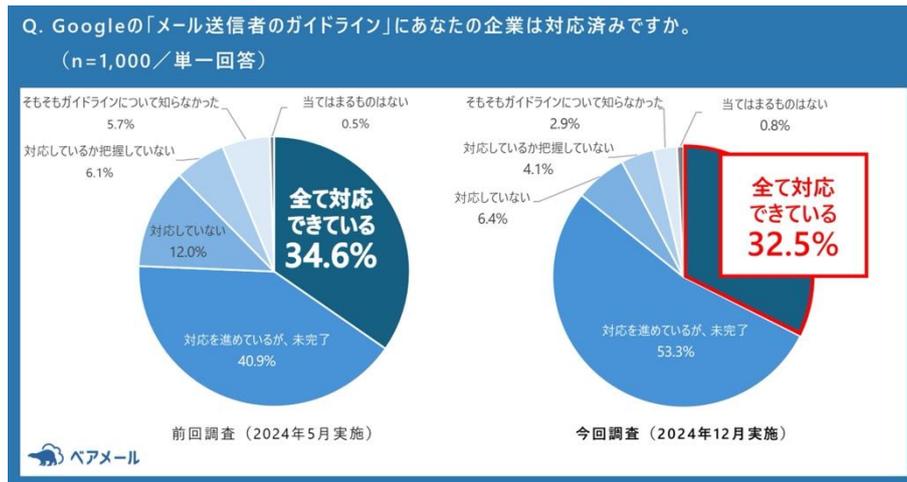
■ 調査結果の詳細

① : Google の「メール送信者のガイドライン」への対応状況と影響

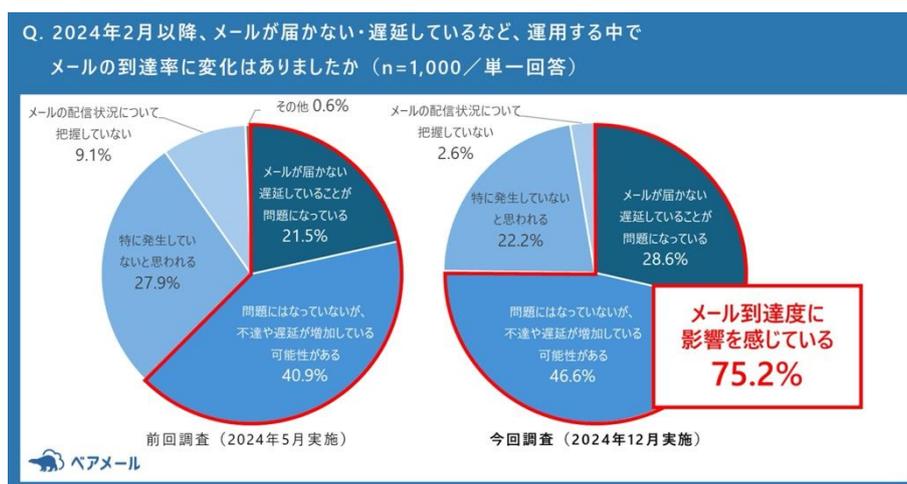
Google のメール送信者のガイドライン改訂から 1 年が経過したが、ガイドラインに「全て対応できている」と回答したのは 32.5%に留まりました。全て対応できている企業は前回調査 (2024 年 6 月に実施) 時点からあまり変わっておらず、対応が滞ってしまっている企業が多いことがうかがえます。

また、ガイドラインが適用された2024年2月以降、自社のメール配信において不達や遅延など配信状況に変化があったか聞いたところ、28.6%が「届かない・遅延が問題になっている」、46.6%が「問題にはなっていないが、不達や遅延が増加している可能性がある」と回答し、全体の4分の3が影響を感じていることが分かりました。前回調査時には、何らかの影響を感じている企業は6割程だったため、不達・遅延が以前よりも増えている可能性が考えられます。

ガイドライン対応の未完了になっている項目のトップは、前回調査時と変わらず「正引き・逆引きDNSレコードの設定」でした。

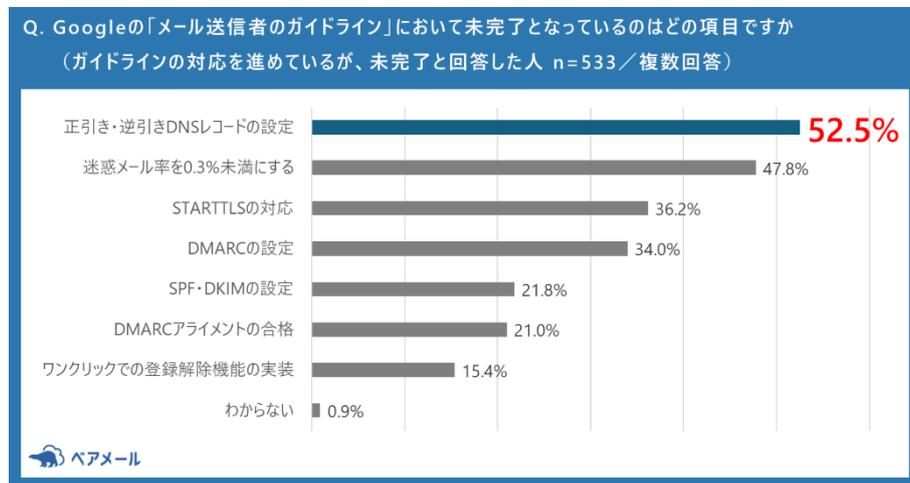


Googleの「メール送信者のガイドライン」への対応状況について質問したところ、「全て対応できている」という回答は32.5%に留まり、2024年6月に実施した同様の調査時の34.6%から大きく変わらない状況でした。前回調査時と比較して、「対応を進めているが、未完了」が53.3%と増加し、未対応（対応していない・そもそもガイドラインについて知らなかった）の割合が減っていることから、対応を進めているものの完了までには至っていない企業が増えていることが分かります。



2024年2月以降、メールが届かない・遅延しているなど、メールの配信状況に変化があったか聞いたところ、28.6%が「届かない・遅延が問題になっている」、46.6%が「問題にはなっていないが、不

達や遅延が増加している可能性がある」と回答し、合わせて75%以上の企業においてメール配信に影響を感じていることが分かりました。前回調査時は、何らかの影響を感じている企業は合わせて約6割であったため、半年前よりもメールの不達・遅延が全体的に増えている可能性がうかがえます。

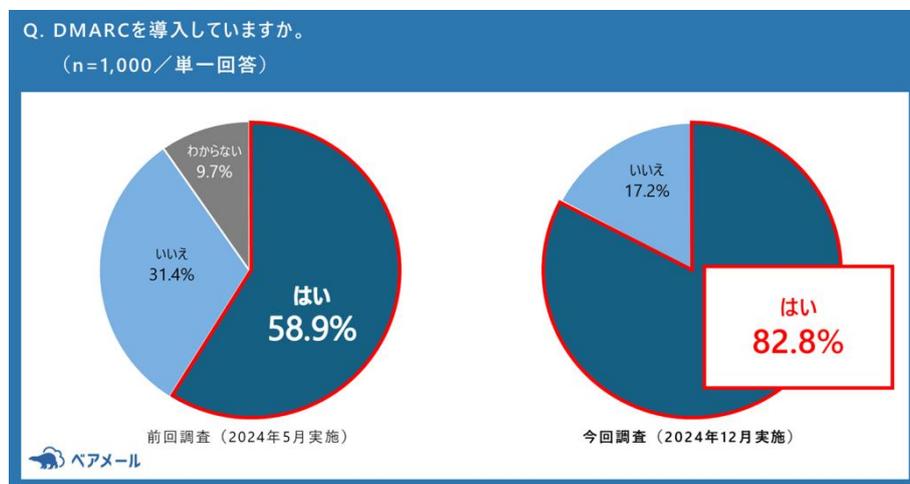


ガイドライン対応の未完了項目について確認したところ、「正引き・逆引き DNS レコードの設定」が前回調査と変わらずトップとなりました。続いて「迷惑メール率を0.3%未満にする」が47.8%で、2番目に多くなっています。前回調査で2番目に多かった「STARTTLSの対応」については、42.5%から36.2%とやや改善傾向が見られました。

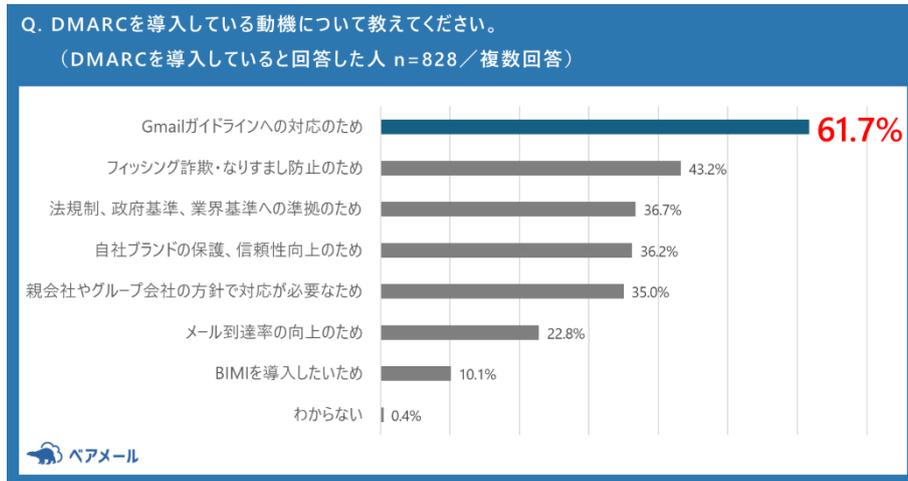
② : DMARC の導入状況と、導入した理由・導入していない理由

Google のメール送信者のガイドラインにおいて、1日5,000通以上 Gmail 宛に配信する送信者は対応が必須とされたことで、注目度が急上昇した DMARC。DMARC の導入状況について質問したところ、80%以上が「DMARC を導入している」と回答しました。前回調査と比較しても大幅に増加しており、DMARC の普及が進んでいることが明らかになりました。

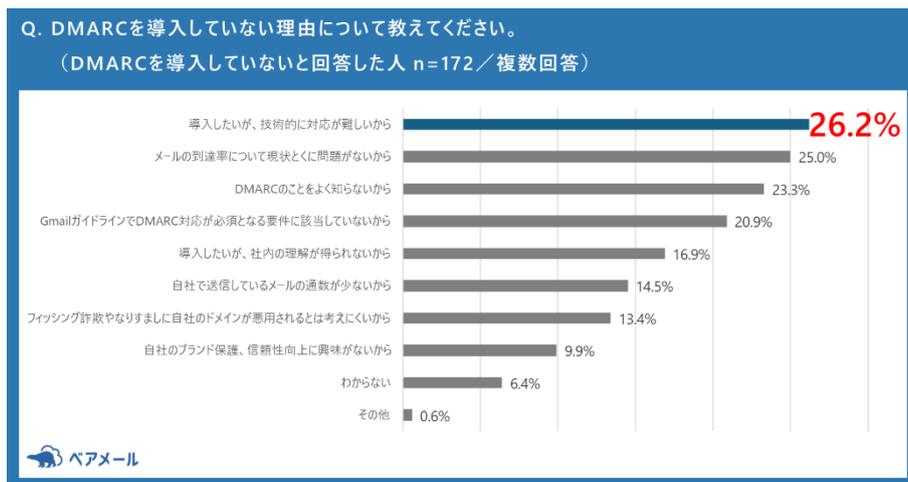
DMARC を導入した動機のトップは「Gmail ガイドラインへの対応のため」、DMARC を導入していない理由のトップは「導入したいが、技術的に対応が難しいから」でした。



調査対象者全体の80%以上がDMARCを導入していると回答し、前回調査時の58.9%から大幅にアップしています。DMARCが短期間で急速に普及していることが分かります。



DMARCを導入した動機としては、「Gmailガイドラインへの対応のため」が61.7%で最も多い結果となりました。やはりGmailガイドラインの影響が大きかったことがうかがえます。



反対に、まだDMARCを導入していない企業に対応していない理由を聞いたところ、最も多かったのは「導入したいが、技術的に対応が難しいから」という回答でした。「メールの到達率について現状とくに問題がないから」「GmailガイドラインでDMARC対応が必須となる要件に該当していないから」など、必要性を感じていないために対応していない企業も多く見られるほか、「DMARCのことをよく知らないから」という回答も上位に上がっています。

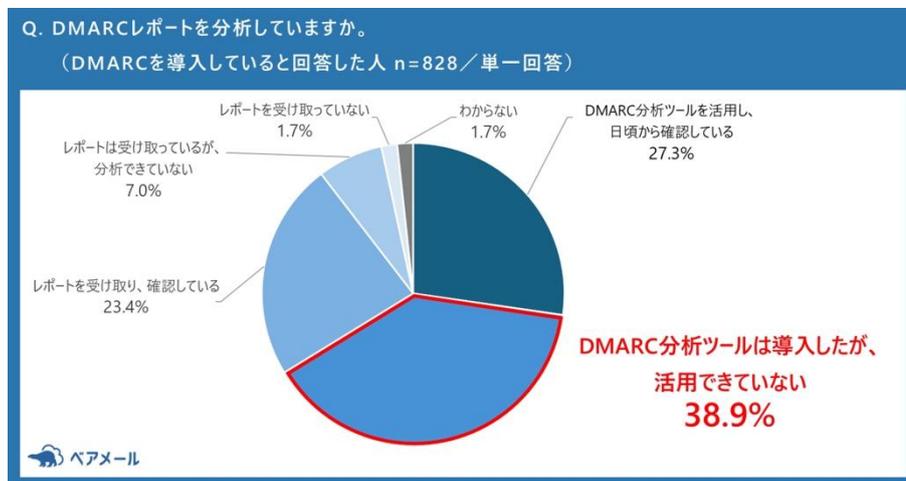
③：DMARCのポリシー強化や課題について

DMARCの導入後、レポートの分析を行なっているか聞いたところ、「DMARC分析ツールは導入したが、活用できていない」回答者が38.9%と最も多く、導入したもののその後の活用ができていない状況が明らかになりました。

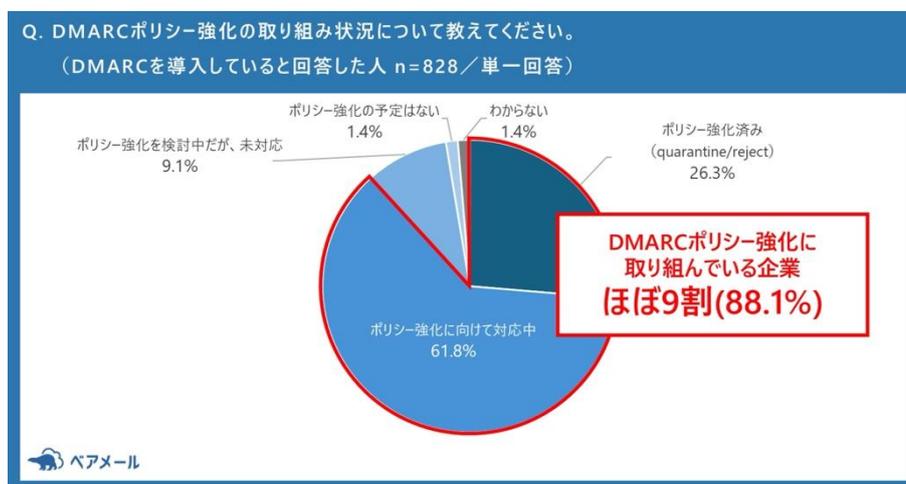
DMARCのポリシー強化の状況については、26.3%が「ポリシー強化済み (quarantine/reject)」、61.8%

が「ポリシー強化に向けて対応中」と回答し、約9割(88.1%)の企業がポリシー強化に取り組んでいることが分かります。

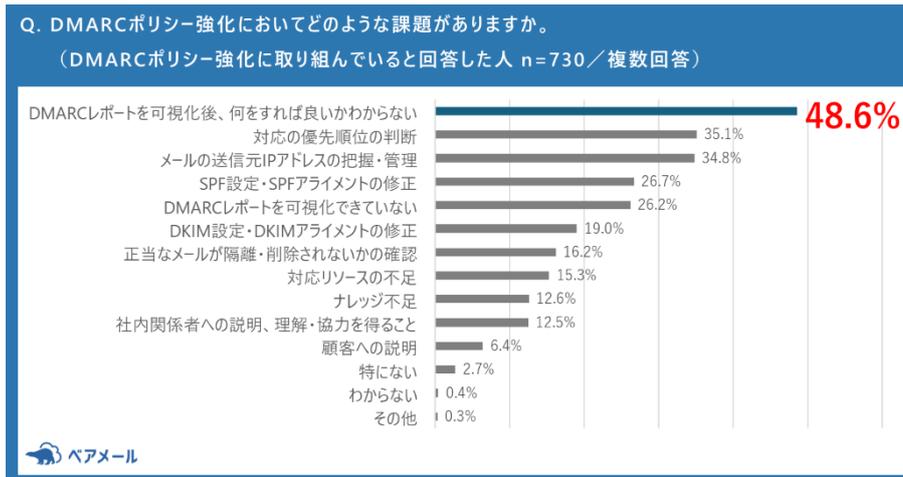
また、DMARCのポリシー強化の課題については、約半数(48.6%)が「DMARCレポートを可視化後、何をすれば良いかわからない」と回答し、各企業が改善方法に悩んでいることがうかがえます。



DMARCレポートの活用状況については「DMARC分析ツールは導入したが、活用できていない」が38.9%と、前回調査時とあまり割合も変わらず、最も高い状況でした。「DMARC分析ツールを活用し、日頃から確認している」と回答した人は27.3%に留まり、前回調査時の32.3%からやや減となっています。



DMARCを導入している回答者に対し、DMARCのポリシー強化の取り組み状況について聞いたところ、26.3%が「ポリシー強化済み (quarantine/reject)」と回答しました。61.8%が「ポリシー強化に向けて対応中」と9.2%が「ポリシー強化を検討中だが、未対応」と回答し、DMARCを導入している企業のほとんどがDMARCポリシーの強化に向けて取り組んでいることがわかりました。



DMARC のポリシー強化の課題については、約半数が「DMARC レポートを可視化後、何をすれば良いかわからない」と回答し、他に差をつけてトップとなりました。DMARC レポートの分析ツールの導入が進んできている一方で、その後の具体的な活用に困難を抱えている企業が多い状況が浮き彫りになりました。

■株式会社リンクの見解：調査結果から見えた「企業のメール送信環境の課題」

株式会社リンク ベアメール サービス責任者 菱沼 憲司

Gmail の送信者ガイドラインが強化されてから 1 年が経ちましたが、ガイドラインに「全て対応できている」と回答した人は 32.5%と、依然として低い状況が明らかになりました。ガイドライン未対応による影響は、ガイドライン強化以降ほぼ 4 分の 3 の人がメールの不達・遅延の増加を感じているという結果にも表れています。ガイドラインへの対応を済ませなければ、メールの不達や遅延は今後より顕在化すると考えられます。

送信者ガイドラインへの対応が進まない要因として、前回調査時には「メール送信環境を把握できていないこと」「メール配信における責任範囲の曖昧さ」の 2 つを挙げました。それに加えて「自分たちの対応状況を正確に確認できていないこと」も大きな課題と考えられます。Google の Postmaster tools を使用しても、どの環境が何に対応できていて、何に対応できていないのか正確に把握することはできないため、状況把握が困難であることは否めません。状況の停滞を解消するためには、より具体的なデータを収集し、全体像を明確にする取り組みが必要です。

そのため、一見遠回りに見えても、まずは自社の送信環境の全体を把握するために DMARC の導入・分析を進めるのも良い手であるといえます。そして責任の所在を曖昧にしないために、洗い出した環境ごとに対応事項を明確化し、担当者を割り当てるのが重要です。対応範囲を事前に整理することで、メールサーバや DNS 設定を担当する関係者に明確な指示を出せるため、協力依頼が円滑になるとともに、対応精度の向上も期待できます。もしそれでも進捗が見られないようであれば、ガイドライン対応の責任者が主体となり、設定方法まで具体的に指示しなが

ら1つ1つ課題を解決していく必要があります。

一方で、DMARCの導入率は8割を超え、ポリシー強化についても検討・対応中である企業が増えていることは素晴らしいことだと思います。しかし多くの企業が、DMARC分析ツールの導入後、可視化された大量データの扱いとポリシー強化の進め方について課題を持っていることが調査結果からうかがえました。

分析ツールによりDMARCレポートを可視化することで、自社ドメインを使ったメールが「どの環境」から「どの程度の量」送信されており、「SPF・DKIM・DMARC認証がどのように判定されているか」を把握することができます。どこから手をつけていいかわからない場合は、まずはサンプルにDMARC認証のNGが多い送信元IPアドレスを見つけることからスタートするのが良いと思います。そしてIPアドレスから問題のある送信環境を突き止めて、SPF・DKIM・DMARCの認証改善を行うという一連の対応を粛々と進めていきましょう。

メール受信時のセキュリティポリシー強化は、Gmailに限らず他キャリアでも積極的に進められています。現に昨年10月にはdocomo社が、受信メールのDMARC認証結果に応じて注意喚起を表示する取り組みを開始しています。このように、メールに対するセキュリティチェックは今後も強化されることが予想されます。長期的なメール配信の安定性を確保するためにも、企業はガイドラインへの準拠とDMARCポリシーの強化にできるだけ早く取り組むべきといえます。

株式会社リンクについて

株式会社リンクは、業界最大級の稼働台数を持つ専用ホスティング「at+link」、クラウド型ホスティング「リンク・ベアメタルクラウド」を軸として、8年連続シェア第1位のクラウド型コールセンターシステム「BIZTEL」、セキュリティプラットフォームサービス「PCI DSS Ready Cloud」など、さまざまなサブスクリプション型サービスを提供しています。農系事業にも取り組んでおり、2011年10月からは岩手県岩泉町にある自然放牧酪農場「なかほら牧場」を運営しています。

事業の詳細は、<https://www.link.co.jp/> をご覧ください。

★リンクが運営するメディアサイト

「最適なサービスで一步先行く組織へ」ビジネスに伴走する課題解決メディア『LINK Watch!』
<https://watch.link.co.jp/>