

各位

エンバーポイント株式会社

## 【マーケター必見！調査レポート】2025年度版「1,000人に聞いた！ 変化するユーザー行動にどう対応するか」を公開 | エンバーポイント株式会社

エンバーポイント株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：五十嵐 真人、以下エンバーポイント）は、現代の消費者コミュニケーションにおけるチャネル利用実態を明らかにする「マルチチャネル調査レポート 2025年度版 1,000人に聞いた！変化するユーザー行動にどう対応するか～メール・LINE・アプリ・SMSの役割とチャネル戦略の再構築～」を公開したことを本日発表いたしました。

本調査レポートは、豊富なグラフと考察を盛り込んだ全56ページとなっており、無料でダウンロードいただけます。ご希望の方は以下URLをご確認ください。

<https://emberpoint.com/blog/whitepaper/250603-001.html>

メール、アプリ、LINE、SMS…ユーザーとのコミュニケーションチャネルは増え続け、企業は「どのチャネルで、どう伝えればユーザーに届くのか」という複雑な問いに直面しています。

新型コロナ禍を経て加速したデジタルシフトは、もはや単なる一過性の変化ではなく、私たちの日常に深く根ざし、企業とユーザーを繋ぐデジタル接点の重要性は一層高まっています。

しかし、これほど多くのチャネルが存在する中で、ユーザーは一体、いつ、どのような目的で、それぞれのチャネルを使い分けているのでしょうか？

エンバーポイントは、企業のマルチチャネル活用への貢献を目的に、メール、LINE、アプリ、SMS、各種SNSなど、各チャネルとの接触頻度やチャネル別の利用状況変化などの調査を全国の10代から70代の男女に実施しました。本書はその結果をまとめた最新のレポートとなります。

## 調査結果の一部をご紹介

- 企業や店舗からの情報収集では、メールが依然として主要、若年層ではLINEが優勢

### 企業や店舗からの情報収集に普段利用しているチャンネル



#### 全体では、依然メールが首位

企業や店舗から送られてくる情報の取得、閲覧をする際に利用しているチャンネル（複数選択）上位3つ



#### 年代別でもメールが主流

企業や店舗から送られてくる情報の取得、閲覧をする際に利用しているチャンネル（複数選択）上位3つ・年代別

	20代以下	30~40代	50代以上
メール	56.3%	75.3%	88.0%
LINE	65.4%	73.6%	63.4%
アプリ	49.7%	48.6%	43.4%

依然としてメールが全年代において最重要チャンネルといえるが、メールを利用しない層も考慮したチャンネルの組合せ・使い分けの検討も必要

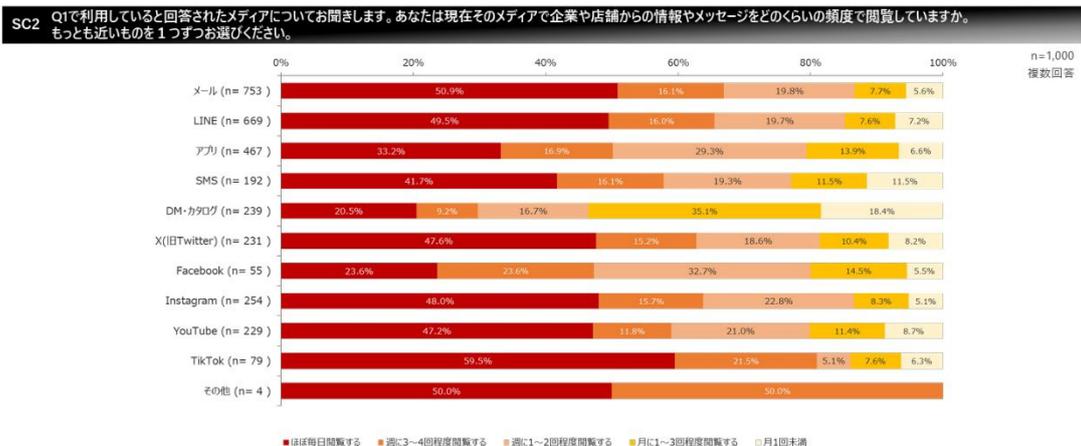
企業や店舗からの情報収集チャンネルとして、全体では依然として「メール」（75.3%）が最も利用されています。次いで「LINE」、「アプリ」と続きます。年代別に見ると、20代以下では「LINE」が「メール」を上回り、コミュニケーションの手段の組み合わせ・使い分けが今後も大きな鍵となりそうです。

- メッセージの閲覧頻度はチャンネル別に異なる

#### チャンネル別のメッセージ閲覧頻度



- 「DM・カタログ」以外のチャンネルで、週1回以上の閲覧があるユーザーが大半を占めた。
- TikTokなど、個人的嗜好で利用するなかで偶発的に企業や店舗のコンテンツに接触するケースもあると推察。



「ほぼ毎日閲覧する」チャンネルとしては、「TikTok」（59.5%）、「メール」、「LINE」が上位を占めました。メッセージを確認する時間帯は、全チャンネル共通で「19~21 時台」が最も多く、次いで「10~12 時台」「16~18 時台」となっています。

### ●プッシュチャネル別詳細インサイト

メール：開封の決め手は「件名」（43.3%）。閲覧時間は「30秒未満」が35.2%と最も多く、短時間で  
の訴求が重要です。閲覧デバイスはスマートフォンが7割を超えています。

LINE：日常的なツールであるため、企業・店舗からのメッセージも「その日のうちにチェックする」ユ  
ーザーが40.2%と高い割合を占めます。主な活用方法は「セール・キャンペーンの情報収集」です。

アプリ：プッシュ通知からの起動に加え、「店舗でクーポン・会員証提示が必要になったとき」  
(44.5%)や、「LINEが届いたとき（LINE内のリンクから）」など、他チャネルからの誘導も重要な  
起動きっかけとなっています。

SMS：「認証情報の通知」（59.2%）など事務的用途に加え、「商品やサービスの紹介、プロモーショ  
ン系通知」も42.2%が受信経験ありと回答し、キャンペーンやイベント用途での受容性も高まりつつあ  
ります。



マルチチャネル調査レポート2025年度版

1000人に聞いた！変化するユーザー行動にどう対応するか  
～メール・LINE・アプリ・SMSの役割とチャネル戦略の再構築～

 EmberPoint  
エンバーポイント株式会社

今回の2025年度調査では、依然としてメールが重要な役割を担いつつも、LINEやアプリといったチ  
ヤネルが特定の顧客層や用途において存在感を増していることが明らかになりました。

企業は、各チャネルの特性とユーザーの期待を深く理解し、それらを組み合わせた最適なコミュニケー  
ション戦略を設計することが、顧客エンゲージメントを高める上で不可欠です。本レポートが、皆様のマ  
ーケティング活動の一助となれば幸いです。

本調査レポートは無料でダウンロードいただけます。ご希望の方は以下URLをご確認ください。

<https://emberpoint.com/blog/whitepaper/250603-001.html>

## 【調査概要】

【マルチチャネル調査レポート 2025 年度版】

1,000 人に聞いた！変化するユーザー行動にどう対応するか

～メール・LINE・アプリ・SMS の役割とチャネル戦略の再構築～

対象媒体：メール,アプリ,LINE,SMS,各種 SNS,DM

調査対象：10 代～70 代の男女（1,000 名）

調査手法：インターネット調査

調査主体：エンバーポイント株式会社

エンバーポイント株式会社は、お客様とユーザー様が「絆」で結ばれ、「絆」から生まれる価値や体験によって、日常に多くの幸せや喜びがあふれる世界の実現を目指し支援を行っております。これまで業界を牽引してきたメール配信システムの提供および運用支援を中心としながら、特定的手段に限定せず、「つながり」をつくり、深めることでより強い結びつきである「絆」へ発展させるべく総合的に支援する企業として、更なる進化を遂げて参ります。

### ■本件に関するお問い合わせ

エンバーポイントホールディングス株式会社 マーケティング部

電話番号: 03-6868-8980 Eメール: [pr@emberpoint.com](mailto:pr@emberpoint.com) (広報窓口)

### ■会社概要:

会社名： エンバーポイント株式会社（英文名： EmberPoint Co., Ltd.）

本社： 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1 丁目 7-1 有楽町電気ビル北館 20 階

代表： 五十嵐 真人

資本金： 1 億円

設立： 1999 年 12 月

URL： <https://emberpoint.com/>

### ■事業概要：

国内メールマーケティングの黎明期より 20 年以上に渡り、数多くの企業へメール配信サービス「Mail Publisher」を提供しています。現在は月間 83 億通を超えるメール配信を支え、16 年連続国内メール配信市場でトップシェアを維持しています。また、コンサルティングや運用代行サービス、コンテンツの制作など、システムの提供にとどまらず総合的にメールマーケティングの支援を行っています。さらに近年ではマーケティングオートメーションを始め、アプリや SMS 配信のサービスを提供開始するなど、統合メッセージングプラットフォームとして機能強化を図っており、企業における顧客接点のラストワンマイルを総合的に支援するため、提供するソリューションの範囲を拡大しています。詳細については、

<https://emberpoint.com/company.html> をご覧ください。

「エンバーポイント」とそのロゴ、記載されている製品・サービス名などは、エンバーポイントの商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。