

— docomo Ad Network で配信可能な国内最大級メール型広告 —

# メッセージS

年度末配信増量キャンペーンのご案内

2026/02/05

# 年度末配信増量キャンペーンのご案内

## 年度末配信増量キャンペーンのご案内

国内最大級のキャリアメール広告『メッセージS』にて、インプレッション最大**20%**増量キャンペーンを実施中！

### キャンペーン概要

- 商品概要：消化金額に対してインプレッション20%の増量配信が可能

※増量金額には上限がございます。

- 対象商品：docomo Ad Network メール広告(メッセージS)

- 課金種別：CPM課金/CPC課金

- 実施期間：2026年2月～2026年3月

- 対象案件：

- ① 新規広告主様

↳過去にdocomo Ad Networkメール広告へのご出稿実績がない案件

- ② 3か月以上ご利用のない広告主様

↳キャンペーン適用前3か月間にdocomo Ad Networkメール広告への出稿実績がない案件

※案件のキャンペーン適用可否に関しては、別途審査がございます。

※増量の適用可否には、最低消化金額の条件がございます。

本キャンペーンを適用すると...

＼同じご予算でImpが**20%増**／  
おトクに配信が可能



20%UP

通常のImp量

キャンペーン適用時のImp量



メッセージSとは

### 登録者は2,780万人、日本最大級のスマートフォン向けメール型広告

メッセージの配信に同意したユーザーに対し、専用の受信フォルダに配信されるため通常の受信メールと差別化したアプローチが可能です。

## メッセージS 登録者数

# 2,780万人

※2025年7月時点。データ提供元「NTTドコモ」



## 『メッセージS<sup>®</sup>』の特徴

- 1 大規模かつ多種多様なドコモデータより、**取得難易度が高いオンオフ行動データ**を利活用できる
- 2 中高年層比率・有職者率が高く、一般的なスマートフォンユーザーと比べて**経済的余裕があるユーザー**が多い
- 3 ドコモ広告経由でしか配信できないため、**大手PFでは訴求できない新規顧客へのリーチ・獲得**が期待できる

### 1億超の多種多様な“ドコモデータ”で詳細なターゲティングが可能

他プラットフォームのデータでは取得が難しい位置情報や決済情報、アプリログを活用したターゲティングにより高精度なユーザーリーチを実現します。

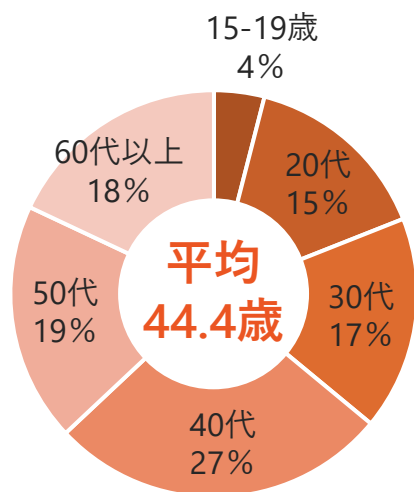


※2025年9月末時点の dポイントクラブ会員

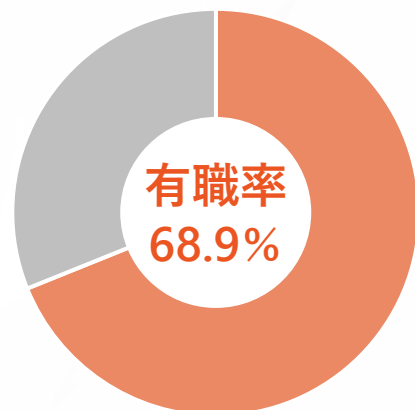
### 中高年層比率・有職者率が高く、一般的なSP利用ユーザーと比べて経済的余裕があるユーザーが多い傾向

以上の特徴より、クレジットカード/保険/ハイクラス転職/不動産売買/健康食品/コスメ(アンチエイジング)などの商材との親和性が高いです。

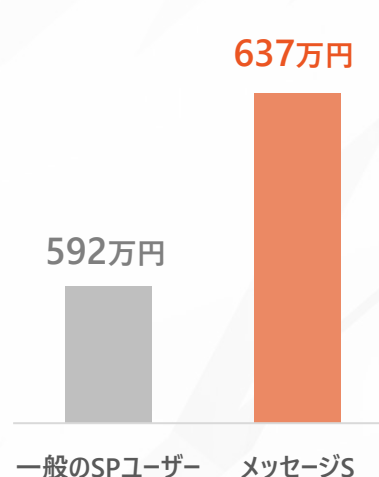
#### 年代



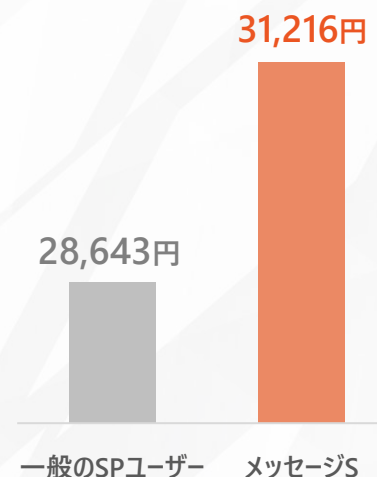
#### 有職者率



#### 平均世帯年収



#### 自由に使えるお金 (月平均)



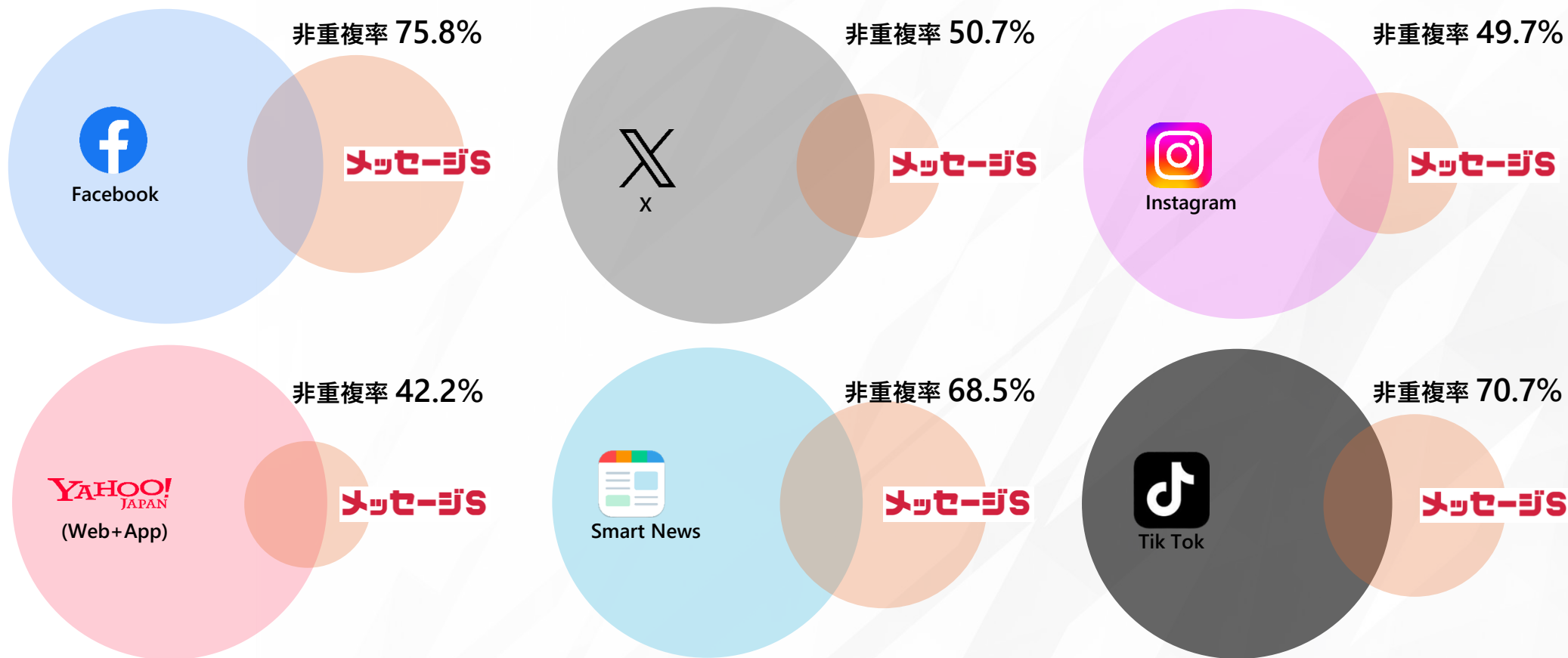
#### 有料ネットサービス 利用状況





### 独自配信面のため、大手プラットフォームでは配信できない新規顧客へのリーチ・獲得が期待できる

メッセージSは他メディアからではアプローチできない独自メディアのため非重複率も比較的に高く、新規ユーザー層への訴求が可能です。



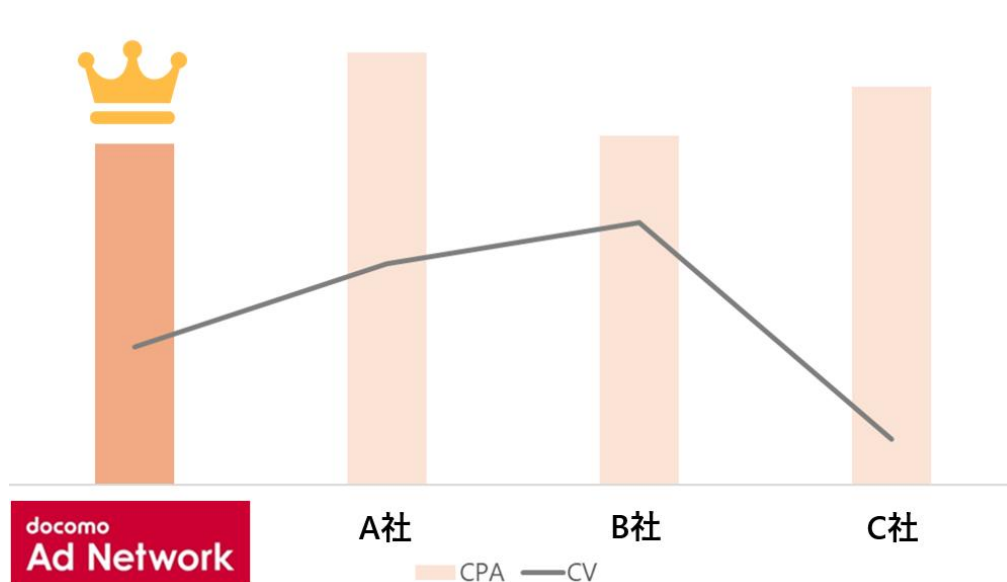


# Appendix

## 他プラットフォーム実績比較

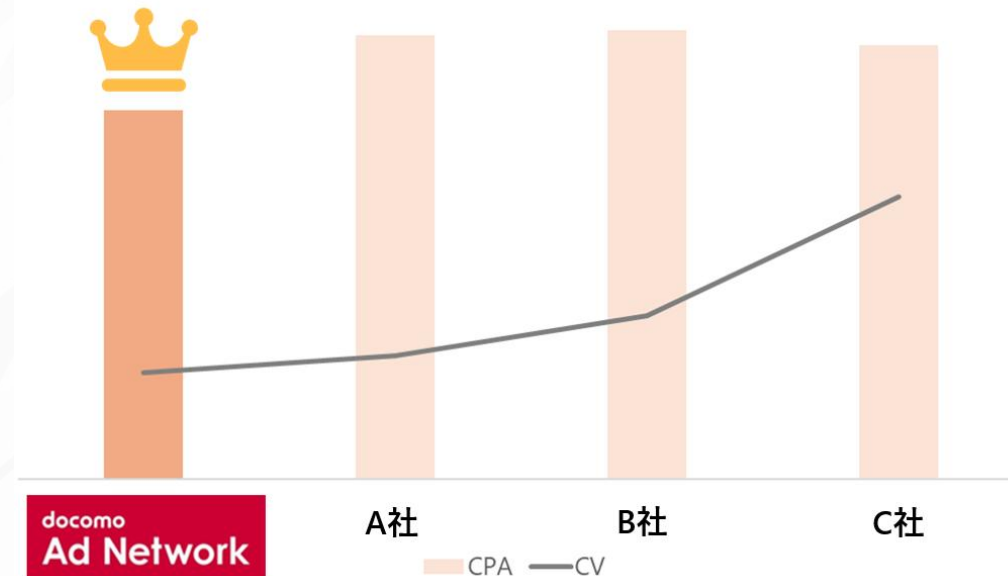
大手プラットフォームと比較しても遜色ない実績が出ており、安心してご利用いただけます。

### 飲料



- ・広告費用：300万円/月
- ・配信期間：1年以上
- ・集計期間：6カ月
- ・成果地点：購入完了

### 健康食品



- ・広告費用：300万円/月
- ・配信期間：2年以上
- ・集計期間：6カ月
- ・成果地点：購入完了

# メッセージSについて

メール送付課金ではなく『メール開封後のURLクリック課金』のため高いCVRが期待できる専売メディアです。  
独自掲載面×CPC課金により、新規顧客の効率的な獲得を図ります。



広告面	メッセージS (MAIL)
課金方式	CPC / CPM
最低入札単価	CPC：20円～ CPM：700円～ (ネット)
掲載期間	任意期間
クリエイティブ フォーマット	2フォーマット (シングル / カスタム)
ターゲティング	・ノンターゲティング ・デモグラフィックターゲティング ・アフィニティカテゴリ ・リターゲティング※1 ・カスタムセグメント

※1 リターゲティングの課金形態はCPC課金のみとなります。  
※メール広告は設定変更の反映に2日かかります。詳細は  
管理画面マニュアルをご参照ください。

メール広告の入稿規定は、下記2種類のクリエイティブフォーマットから選択可能となります。

### シングルフォーマット



画像1つのシンプルな  
フォーマット

1つの商材に特化した  
訴求が可能な  
フォーマットです。

※詳しくはセールシート参照

### カスタムフォーマット



自由度の高い  
フォーマット

複数の画像やテキストを組み  
合わせて  
カスタマイズした  
表現が可能な  
フォーマットです

※詳しくはセールシート参照

シングルフォーマットの場合：シンプルな訴求でclick遷移を狙いやすい

### シングルフォーマット



画像1つのシンプルな  
フォーマット

1つの商材に特化した  
訴求が可能な  
フォーマットです。

※詳しくはセールシート参照



画像

テキスト  
リンク

本文

ボタン

カスタムフォーマットの場合：LPのように情報量の多い表現によって、商品理解を醸成することでCV確度を高めやすい

### カスタムフォーマット

#### 自由度の高い フォーマット

複数の画像やテキストを組み  
合わせて  
カスタマイズした  
表現が可能な  
フォーマットです

※詳しくはセールシート参照

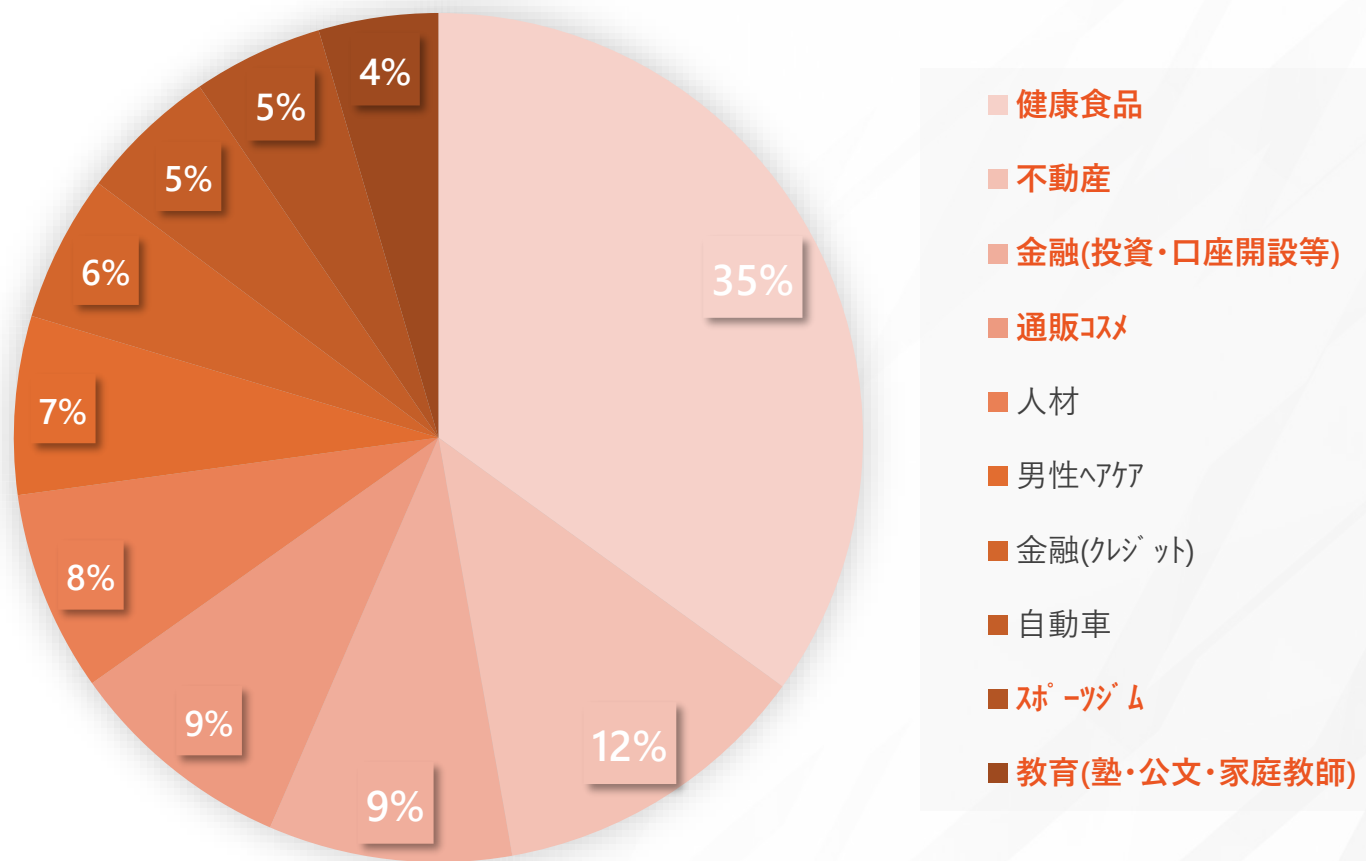


画像①

テキスト

画像②

上位10業種 売上比率 (2024年5月~2025年4月)



Summary

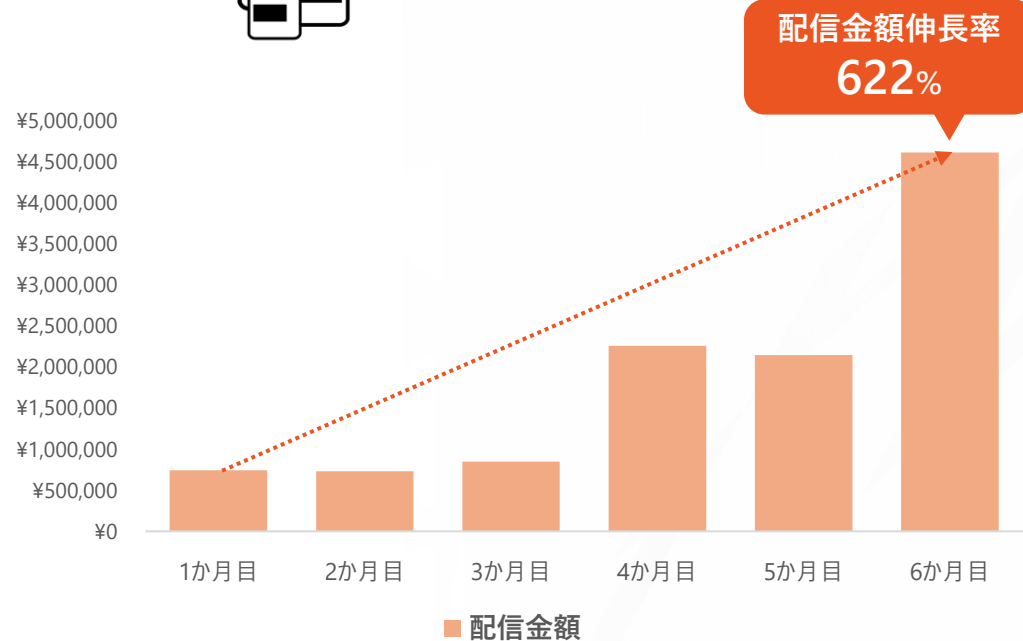
健康食品、不動産、金融などの業種が上位となっており「経済的余裕がある中高年層が多い」といったドコモユーザーとの特徴からも業種への親和性があることがわかる。

また、スポーツジム、教育(塾・家庭教師)といった、店舗での事業展開がメインの業種も含まれており、入会促進・集客にあたって、キャリアドコモならではの正確な契約者情報を活用した「居住地ターゲティング」が使える点が強みになっていると言える。





## 健康食品

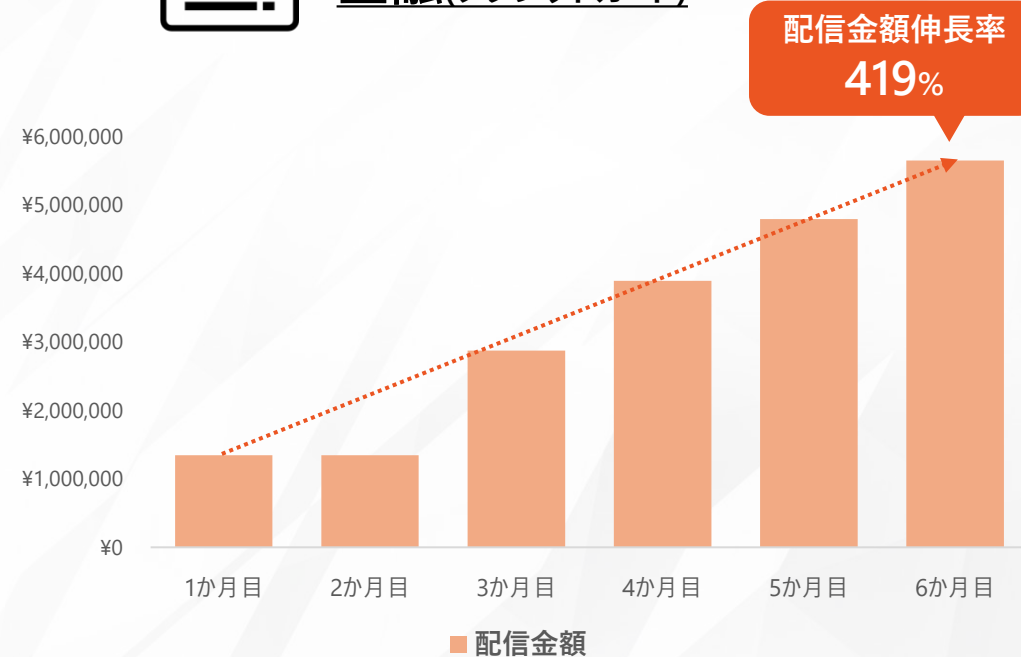


### Summary

アンケートデータやdカードの決済データを活用し、ECで健康食品を購入しているユーザーを捉えることで配信効率が向上。その後も、CPAが目標範囲内で進行していたため配信拡大を叶え、最終的に**配信金額は622%**まで伸長している。



## 金融(クレジットカード)



### Summary

年収や興味関心のアンケートデータを掛け合わせたセグメントの中で成功パターンを発見。さらにCVしたユーザーの拡張配信を行い、配信効率が向上したことで、CPAは目標範囲内で配信拡大を叶え、最終的に**配信金額は419%**まで伸長している。