ポスティングで集客UP!

ポスティングって何？

セグメントポスティングのご案内

対象エリア:仙台市・多賀城市・名取市・富谷市

朝日折込株式会社

◆ポスティングの特徴

ポスティングとは、各家庭や事業所の郵便受けに、直接チラシなどを投函することです。
作成から投函まで自社のみで行うことが可能であり、配布対象を絞り込むことも容易なため、よく利用される広告媒体です。
手軽な宣伝手法だと思われがちなポスティングですが、その特性を理解しなければ十分な効果は得られません。
ポスティングの持つイメージや特性を理解することが、効果を最大限に発揮するために必要な第一歩です。

【 ポスティングのメリットとして挙げられるのは、以下の6点です。】

☆認知率が高い。（目に触れる、視認性が高い）

☆配布物の自由度が高い。（チラシ以外も配布できる）

☆限定的なアプローチが可能で、商圏を知る事ができる。

☆細かい配布設定で、無駄のない配布ができ、トータルコスト削減が可能。

☆新聞未読者層にもＰＲできる。

☆継続的なアプローチができる。

◆ポスティングと新聞折込の比較

●ポスティングの＋

・細かな配布エリア設定で、無駄のない配布が可。

・新聞未読層にもPRできる。

・配布物の自由度が高い（チラシ以外も配布可）

●ポスティングの－

・クレームが生じる場合がある。

・１日あたりの配布部数が限られている。

・配布状況が確認しにくい。

・天候影響されやすい。

●新聞折込の＋

・信用性・即効性があり、保存性に優れている。

・主婦層・ファミリー層・高齢者層へのリーチが高い。

・予算に応じて、配布エリアや部数を選べる。

●新聞折込－

・新聞購読世帯のみに限定される。

・販売店エリアが広く、商圏設定に無駄が生じる。

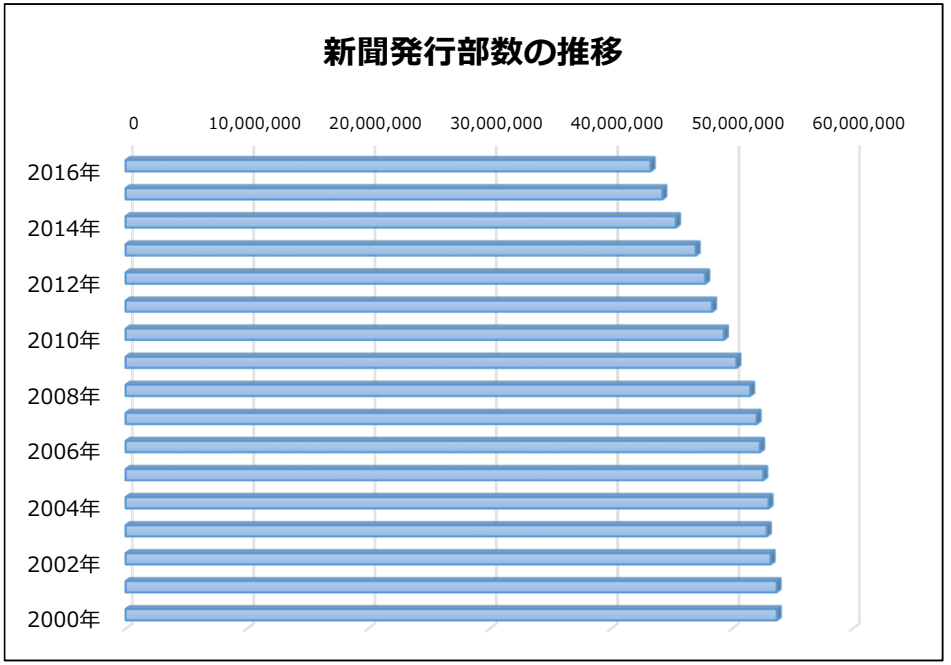
・購読率低下により、チラシの接触頻度が低い。

・チラシ以外は、対応できない。

◆新聞発行部数推移

年	合計	種類別		発行形態別			世帯数	1世帯当たり部数
		一般紙	スポーツ紙	セット部数	朝刊単独部数	夕刊単独部数		
2016年	43,276,147	39,821,106	3,455,041	10,413,426	31,889,399	973,322	55,811,969	0.78
2015年	44,246,688	40,691,869	3,554,819	10,874,446	32,365,532	1,006,710	55,364,197	0.80
2014年	45,362,672	41,687,125	3,675,547	11,356,360	32,979,682	1,026,630	54,952,108	0.83
2013年	46,999,468	43,126,352	3,873,116	12,396,510	33,552,159	1,050,799	54,594,744	0.86
2012年	47,777,913	43,723,161	4,054,752	12,876,612	33,827,147	1,074,154	54,171,475	0.88
2011年	48,345,304	44,091,335	4,253,969	13,235,658	33,975,622	1,134,024	53,549,522	0.90
2010年	49,321,840	44,906,720	4,415,120	13,877,495	34,259,015	1,185,330	53,362,801	0.92
2009年	50,352,831	45,659,885	4,692,946	14,727,162	34,399,779	1,225,890	52,877,802	0.95
2008年	51,491,409	46,563,681	4,927,728	15,715,332	34,403,818	1,372,259	52,324,877	0.98
2007年	52,028,671	46,963,136	5,065,535	16,408,728	34,174,558	1,445,385	51,713,048	1.01
2006年	52,310,478	47,056,527	5,253,951	16,789,314	34,047,660	1,473,504	51,102,005	1.02
2005年	52,568,032	47,189,832	5,378,200	17,111,533	33,927,821	1,528,678	50,382,081	1.04
2004年	53,021,564	47,469,987	5,551,577	17,341,993	34,066,442	1,613,129	49,837,731	1.06
2003年	52,874,959	47,282,645	5,592,314	17,464,928	33,781,260	1,628,771	49,260,791	1.07
2002年	53,198,444	47,390,027	5,808,417	17,616,627	33,900,896	1,680,921	48,637,789	1.09
2001年	53,680,753	47,559,052	6,121,701	18,013,395	33,862,600	1,804,758	48,015,251	1.12
2000年	53,708,831	47,401,669	6,307,162	18,187,498	33,702,727	1,818,606	47,419,905	1.13

(単位＝部）各年10月、新聞協会経営業務部調べ



新聞の購読率、注目度は
年々減少傾向にあります。

朝日折込株式会社

◆新聞・ニュースサービス利用率と新聞折込チラシ閲覧状況

新聞、ニュースサービスの利用率

利用率の観点からテキストでニュースを得る手段がインターネットにどの程度移行しているかについて調査した結果を記す。「紙の新聞」「新聞社の有料ニュースサイト」「新聞社の無料ニュースサイト」「ポータルサイトによるニュース配信（Yahoo!ニュース、Googke ニュース等）」「ソーシャルメディアを運営する企業が提供するニュース配信サービス（LiNE NEWS 等）「キュレーションサービス（SmartNews、グノシー等）」「いずれの方法でも読んでいない」の７類型及び例を示し、利用しているサービス及び最も利用しているサービスの回答結果をまとめたものが、
表５－２－１並びに図５－２－１及び表５－２－２である。

表 5-2-1 平成 28 年利用しているテキスト系ニュースサービス（全年代・年代別・男女別あり）

	紙の新聞	新聞社の有料ニュースサイト	新聞社の無料ニュースサイト	ポータルサイトによるニュース配信	ソーシャルメディアによるニュース配信	キュレーションサービス	いずれの方法でも読んでいない
全年代(N=1500)	56.3%	2.8%	8.5%	60.4%	32.5%	8.9%	8.9%
10代(N=140)	25.7%	2.9%	5.0%	43.6%	42.1%	7.9%	24.3%
20代(N=217)	28.6%	3.7%	10.6%	71.0%	59.0%	18.4%	7.8%
30代(N=267)	43.4%	1.9%	7.1%	77.5%	47.2%	10.9%	6.4%
40代(N=313)	56.2%	2.9%	9.3%	74.1%	36.1%	8.0%	5.1%
50代(N=260)	77.3%	5.0%	13.5%	53.8%	18.5%	8.1%	5.8%
60代(N=303)	83.5%	1.0%	5.0%	37.0%	4.3%	2.6%	11.2%
男性(N=756)	59.1%	4.0%	9.9%	63.5%	25.1%	10.6%	9.3%
女性(N=744)	53.4%	1.6%	7.1%	57.3%	39.9%	7.3%	8.5%

（参考）平成 27 年利用しているテキスト系ニュースサービス（全年代・年代別・男女別あり）

	紙の新聞	新聞社の有料ニュースサイト	新聞社の無料ニュースサイト	ポータルサイトによるニュース配信	ソーシャルメディアによるニュース配信	キュレーションサービス	いずれの方法でも読んでいない
全年代(N=1500)	61.5%	3.2%	9.9%	59.1%	14.2%	8.1%	10.9%
10代(N=139)	32.4%	2.9%	7.2%	46.8%	24.5%	7.2%	25.9%
20代(N=219)	37.0%	5.0%	10.5%	70.8%	26.5%	14.6%	12.8%
30代(N=275)	41.5%	2.9%	11.3%	74.5%	17.1%	10.9%	11.6%
40代(N=310)	68.4%	3.5%	8.4%	73.5%	14.2%	9.4%	7.7%
50代(N=257)	80.9%	3.9%	13.2%	55.3%	8.9%	4.7%	5.8%
60代(N=300)	87.3%	1.3%	8.3%	30.7%	2.3%	2.7%	9.3%
男性(N=756)	63.9%	4.9%	13.4%	63.9%	11.0%	9.5%	9.9%
女性(N=744)	59.0%	1.5%	6.5%	54.3%	17.5%	6.6%	11.8%

平成28年情報通信メディアの利用時間と行動に関する調査　報告書
平成29年7月　総務省情報通信政策研究所

新聞購読者は、折込チラシも閲覧

■新聞定期購読者の大半は、年代に関わらず折込チラシを目を通している。
新聞の定期購読率は高齢層ほど高いため、折込チラシの閲覧率も高齢層ほど高くなる。
新聞購読者に絞ると、30代では７割、40代以上では８割前後が折込チラシを読んでおり、新聞を購読していれば閲覧はセットになっていると思われる。

<新聞の折込チラシの閲覧状況>

※「㈱リサーチ・アンド・ディベロップメント」実施調査データ

チラシについては高い注目度が続いており、新聞読者減少傾向が続いている今、ポスティングはチラシ販促の効果的な手法です。

朝日折込株式会社

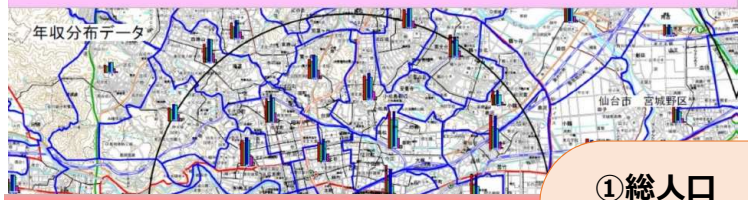
◆弊社のデータ活用ポスティング

豊富な各種データを利用し
広告主様に合ったプランを
ご提案いたします。

データには自信があります。

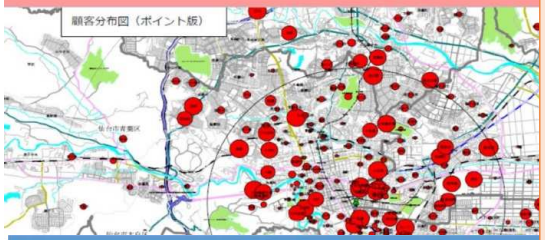
この後、広告主様のタイプ別に
事例をご紹介させていただきます。

年収分析



年齢別分析

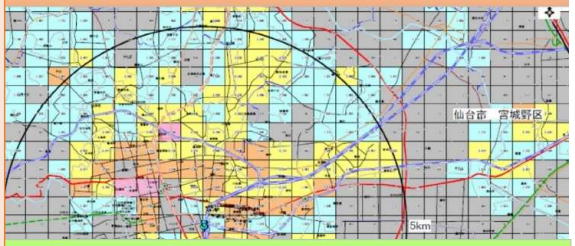
顧客分析



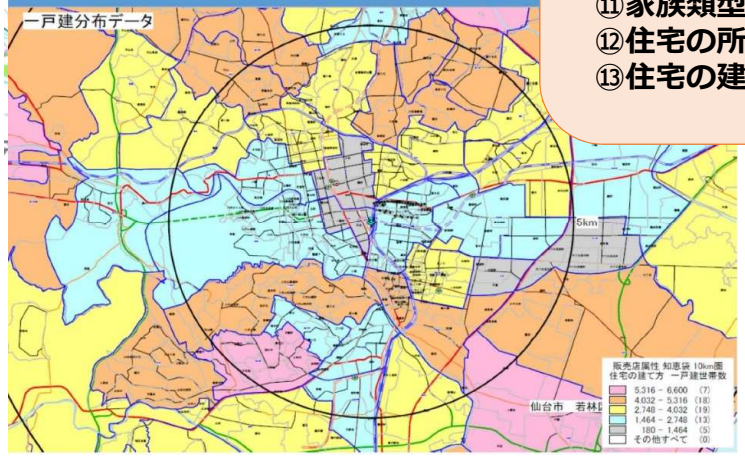
- ①総人口
- ②年齢別人口
- ③国籍
- ④労働力状態
- ⑤従業上の地位
- ⑥産業分類
- ⑦教育
- ⑧居住期間
- ⑨世帯の種類
- ⑩世帯人員
- ⑪家族類型
- ⑫住宅の所有
- ⑬住宅の建て方

他

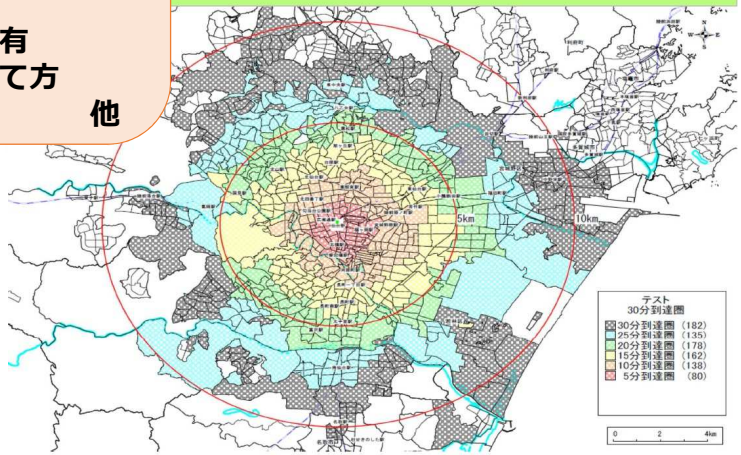
メッシュ分布



住宅形態分析



時間距離到達分析



朝日折込株式会社

データ配布事例①

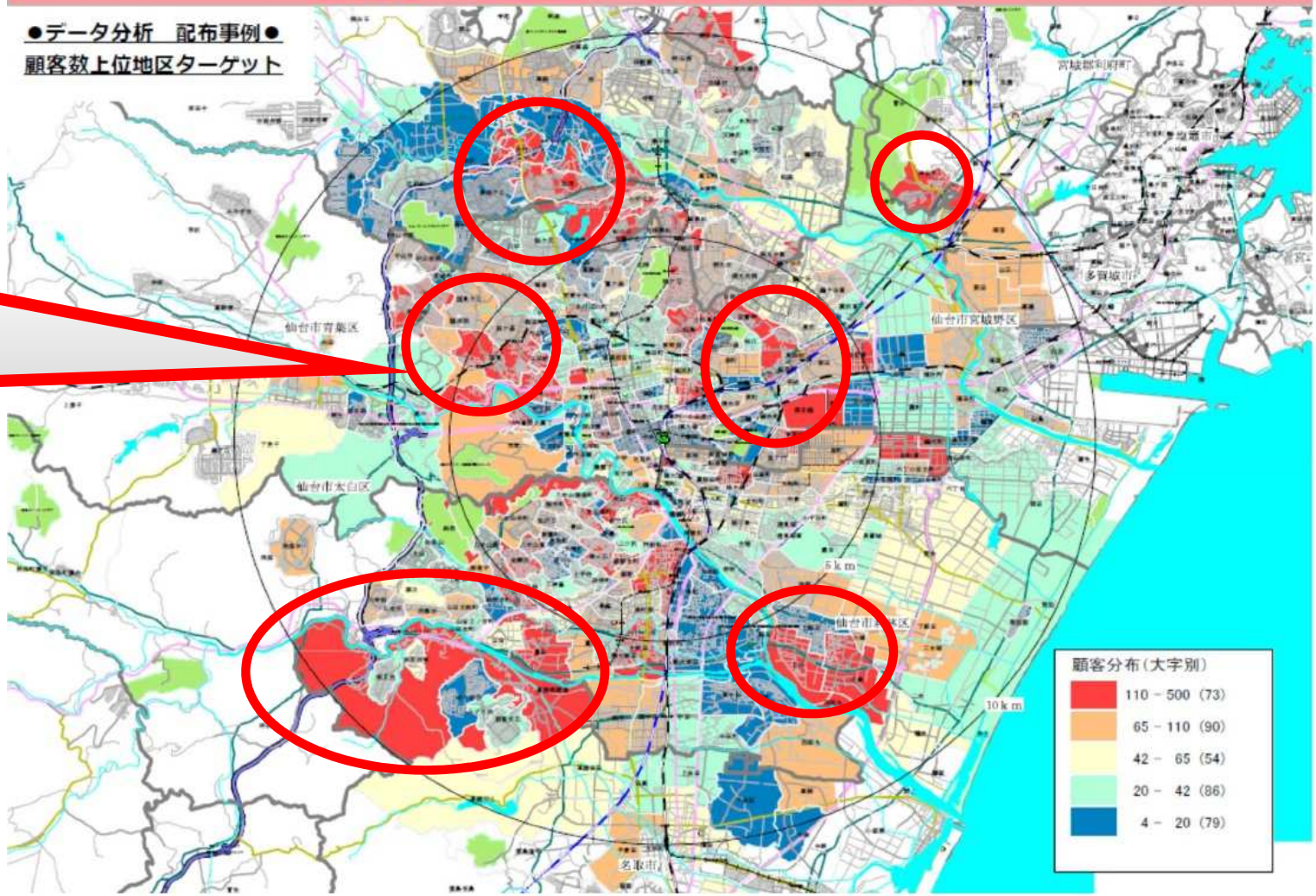
※百貨店様

顧客データを利用し，
丁目単位に集計・分析。

顧客比率が高い地区を
ピックアップし、
ポスティングを実施。

これが
顧客データね。
かなり
細かいわね！

顧客データ分析　（顧客数上位地区）

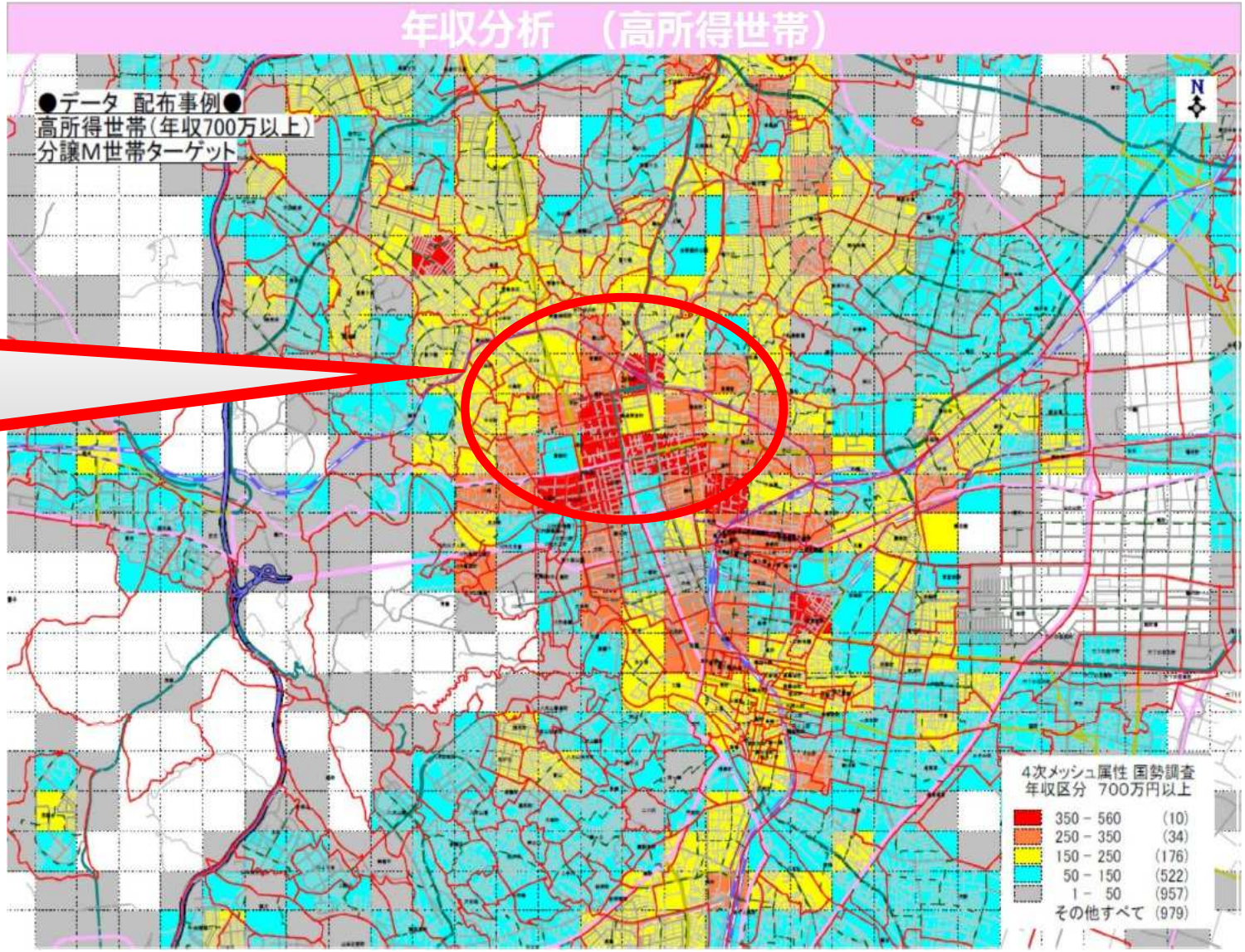


朝日折込株式会社

データ配布事例②

※カーディーラー・ホテル様

国勢調査データから
高所得世帯
（年収700万円以上）
地区をピックアップし
対象地区の
分譲マンションへ
ポスティングを実施。

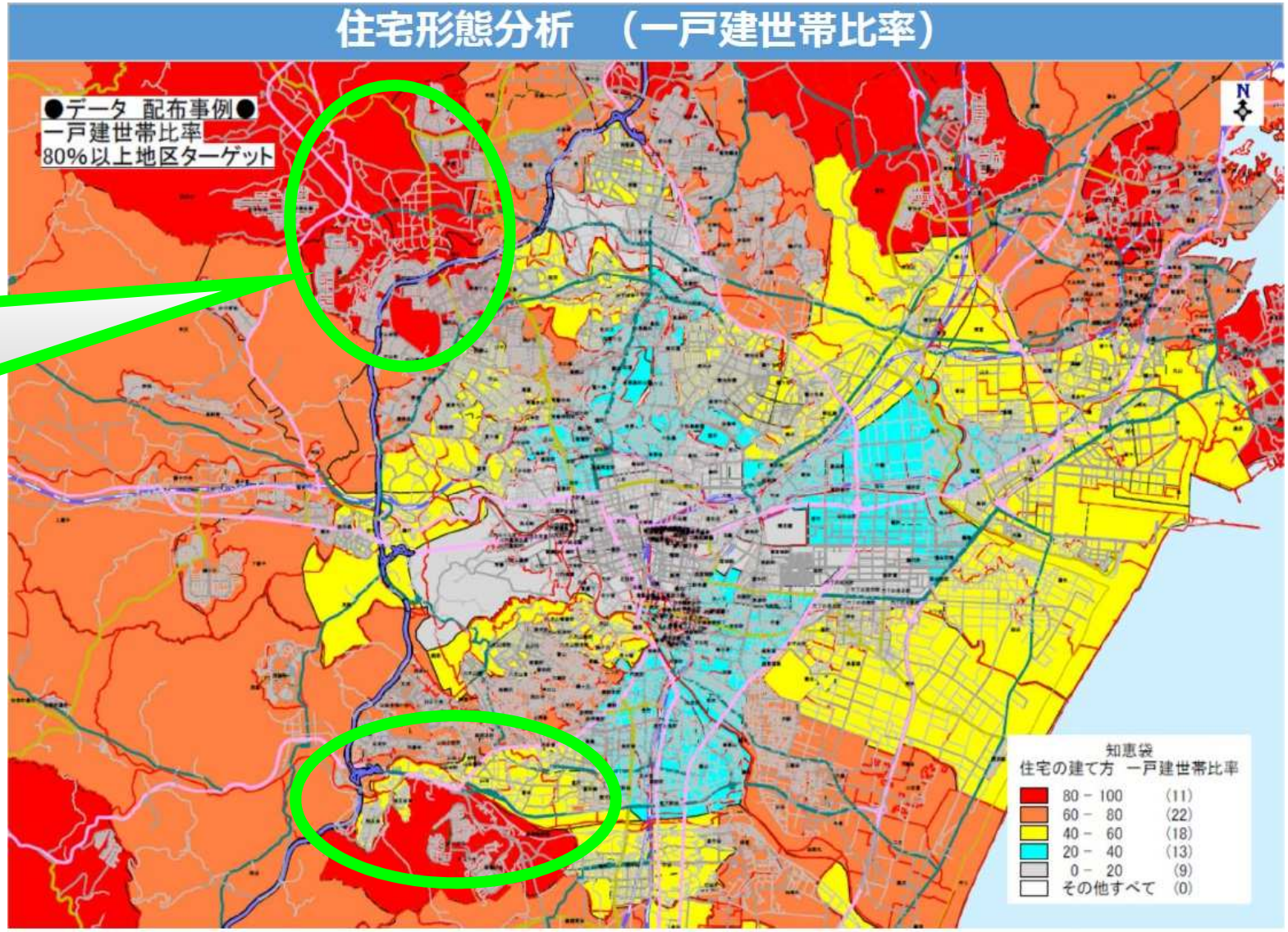


朝日折込株式会社

データ配布事例③

※リフォーム会社様

国勢調査データから
一戸建世帯比率80%
以上の地区を
ピックアップし
ポスティングを実施。

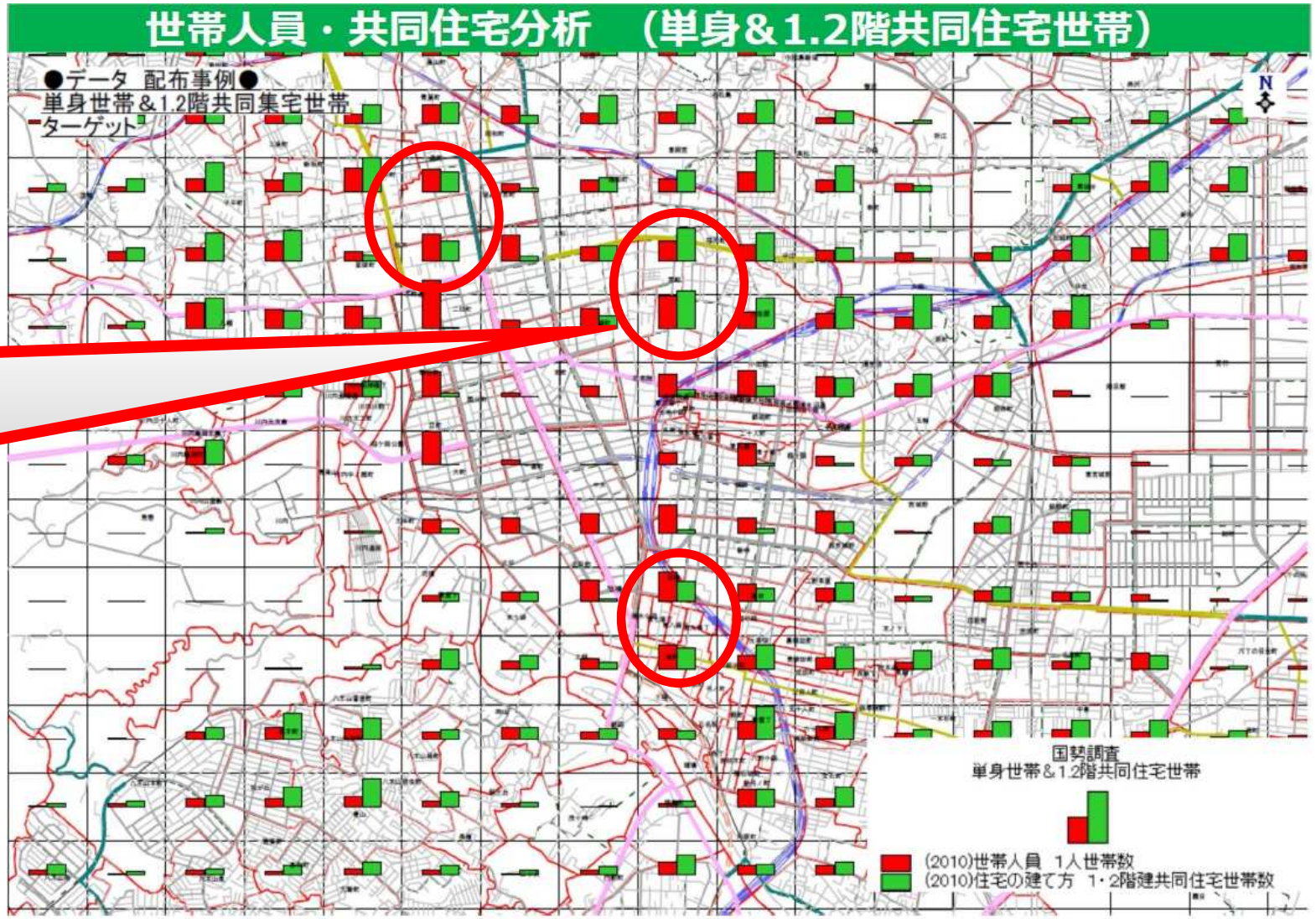


朝日折込株式会社

データ配布事例④

※ケータリング・美容室様

国勢調査データから
単身世帯と1.2階建共同住宅
世帯を両方の世帯数が多い
地区をピックアップし
集合住宅選別で
ポスティングを実施。



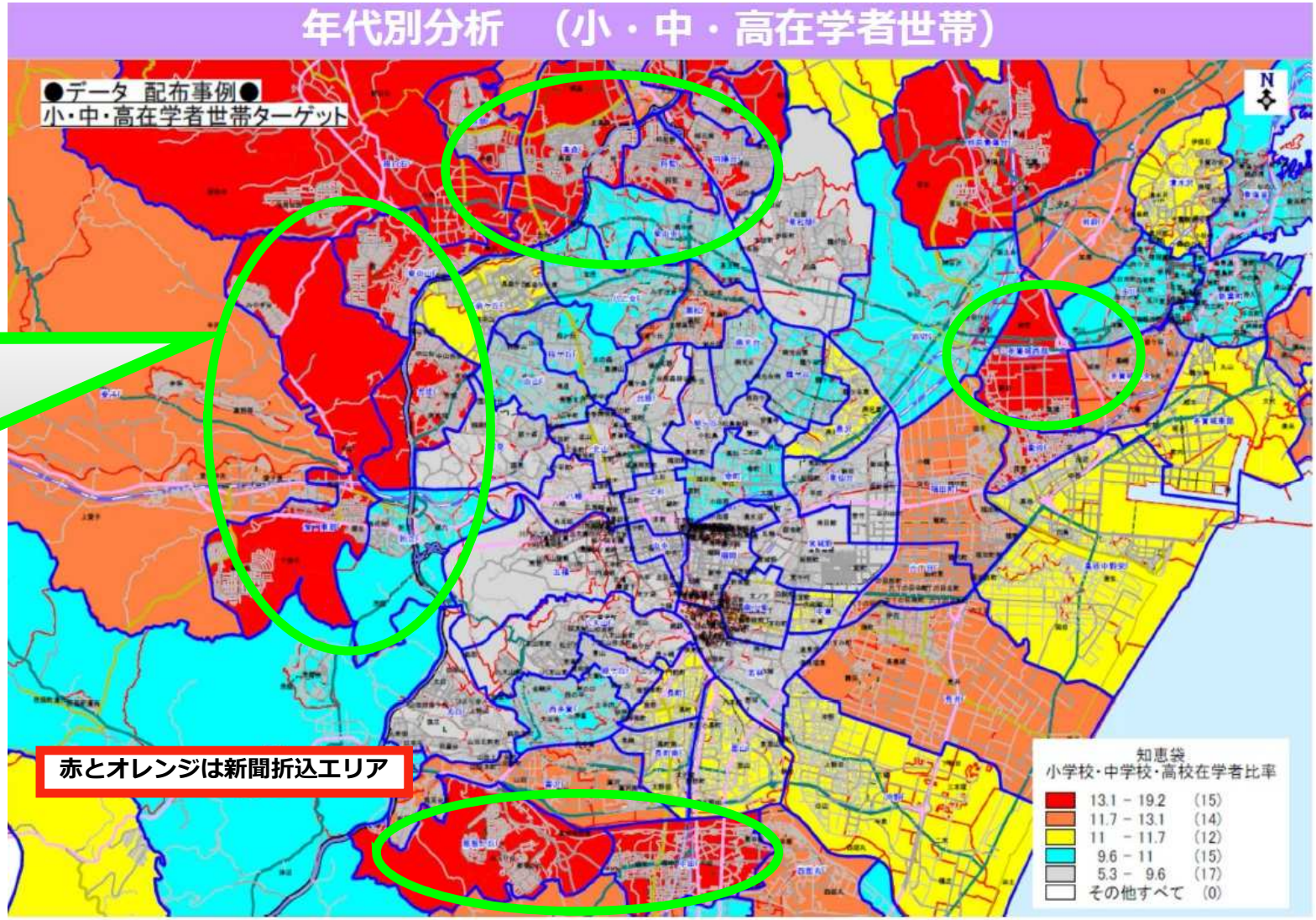
朝日折込株式会社

データ配布事例⑤

※学習塾

国勢調査データから
小・中・高へ在学者
世帯比率の高い地区を
ピックアップ11.7%以上に
新聞折込を実施。

併用して配布強化の為、
比率の高い赤エリアに
ポスティングを実施。



朝日折込株式会社

ポスティング対象地区と世帯数

仙台市青葉区・宮城野区・若林区・太白区・泉区・
富谷市・名取市・多賀城市※一部エリアを除く

弊社のポスティングは、
細かなエリア設定で、
無駄のない配布が可能です。
チラシ以外の配布、
折込との併用など
様々なご要望に
お応えしてまいります。

地区	2017/8/1現在		配布可能部数					
			フリー配布		選別配布			
	人口	全世帯数	世帯数	世帯 カバー率	一戸建 世帯数	集合住宅 世帯数	分譲M 世帯数	社宅 世帯数
青葉区	292,288	149,946	124,483	83.0%	41,397	65,788	17,298	1,930
宮城野区	189,818	91,961	75,835	82.5%	19,982	48,359	7,494	1,043
若林区	134,684	64,941	52,349	80.6%	14,600	31,813	5,936	699
太白区	227,633	103,854	89,372	86.1%	35,783	43,524	10,065	864
泉区	215,043	93,930	74,858	79.7%	42,046	27,378	5,434	282
富谷市	52,556	18,872	13,141	69.6%	11,081	2,060	0	0
名取市	78,246	30,187	19,780	65.5%	11,539	7,421	820	0
多賀城市	62,520	26,625	22,166	83.3%	10,034	11,439	693	665
計	1,252,788	580,316	471,984	81.3%	186,462	237,782	47,740	5,483

上記区別からさらに町丁目事にセグメントが可能です。
詳細はお問い合わせください。

朝日折込株式会社