

オフライン施策として注目されるポスティング チラシは記憶に残りやすいメディア

アドワールド



新聞の発行部数の減少に伴って折込チラシの世帯カバー率が減少する今、ポスティングが注目を集めている。会社設立から20年以上ポスティングを手掛けるアドワールド 代表取締役の佐々木実氏が、ポスティングのメリットや効果を紹介した。



アドワールド 代表取締役の佐々木実氏。

新聞の折込チラシと比較すると、新聞は各メディアの販売店が管轄するエリア単位での配布になるが、ポスティングは町丁目単位で、狙ったエリアへの配布ができることがメリットのひとつとして挙げられる。配布世帯のカバー率も、新聞折込では世帯購読率に依存するが、ポスティングであれば8割をカバーする。戸建て限定、集合住宅限定、事業所限定などのセグメント配布や、同業種を同梱で配布しないよう制限することも可能になる。さらに、ポスティングであればチラシが単体でポストに投函されることから、佐々木氏は「家に入る前にポストからチラシを手にし、玄関を通過して家に上がるまでの間に、チラシの内容を目に留めてもらえるチャンスがある」と強みを語った。

続いて佐々木氏は、昨年2月に「アドバタイム

ズ」に掲載された早稲田大学教授 恩蔵直人氏の記事も紹介。紙メディアは、電子メディアと比較して内容が記憶に留まりやすく、理解度も高いことが実験から証明されていると話した。

中には預かったチラシを配り切れずに廃棄してしまう悪質な業者も存在するというポスティング業界。「当社は預かったチラシはすべて配布することを大前提としている」と話し、ポスティングを実施する際には業者の見極めが重要であることを呼び掛けた。

お問い合わせ／株式会社アドワールド
〒542-0066 大阪府大阪市中央区瓦屋町3-7-3
TEL：06-7739-7026
E-MAIL：ad-honbu@adworld-24.com
(担当：松木彰子)
URL：https://adworld.co.jp/