

ディスクリプション

ポスティングは、宣伝手段として有効です。この記事では、その理由を裏付けるポスティングの効果を詳しく解説します。ポスティングが向いているケースや確実に集客効果を出すコツもお教えするので、ぜひ集客にお役立てください。

ポスティングの効果とは？得られる5つの効果と集客を最大化するコツ



「ポスティングって効果はあるのだろうか？あまり効果はないのでは？」

捨てられがちなチラシをポスティングしても、果たして効果があるのかは疑問が残りますよね。

実際のところ、ポスティングは集客効果が高いです。各業界も、次のような効果を得られるため、ポスティングというアナログな方法でも宣伝手段として利用しているのです。

反響率0.3%でも高い売上効果を得られる	チラシ1万枚に対して30人の反響がある (たとえばエステなら、1人1万円として30万円の売上を見込める)
ターゲットを絞って効率良く宣伝できる	ターゲットを絞ってエリアの「町」「丁」まで細かく選んだり、「戸建てのみ」などのセグメントをしたりしてチラシを配布できる
単純接触効果でジワジワ客を増やせる	チラシを読む人の「また同じチラシが入っていた。いったい何だろう？」という思いが繰り返されると、ある日「利用してみようかな？」という気持ちに変わりやすい

新聞を読まない層にも知ってもらえる	チラシはどの家庭にも配布できる
コスト削減につながる	ポスティングは、チラシさえあれば印刷代のみのコストだけで行える

この記事では、上記のポスティング効果について詳しく解説します。

さらに、自社・自店舗でポスティングをやるべきかを判断いただき、確実に効果を得ていただくため、次の内容についても説明します。

- ・ポスティングと、新聞折込・DM(ダイレクトメール)の効果との比較
- ・「効果ない！」とならないためのポスティングのコツ

ポスティングの効果を知り、自社・自店舗の宣伝手段として使えるかの判断材料になれば、幸いです。

1. ポスティングをすることで得られる5つの効果



冒頭でも説明した通り、商材をポスティングで宣伝することは有効です。

なぜ有効といえるのか、ここではポスティングで得られる5つの効果を説明しましょう。

1-1. 反響率0.3%でも高い売上効果を得られる

ポスティングの反響率は0.3%というのが一般的です(反響率はニーズがある母数(人数)の大きさによって異なります)。

平均でたった0.3%の反響率なのに、ポスティングをする店や会社は後を絶たないのは、なぜでしょう。

それは、反響率0.3%とはいっても、**意外にバカにできない売上効果があるからです**。「反響率0.3%」というのは、「チラシ1万枚に対して30人の反響がある」ことを意味します。

もし美容室なら1人8,000円として24万円、エステなら1人1万円として30万円の売上を得られる計算になります。

また、自社・自店舗でポスティングを行う場合、かかるコストはチラシの印刷費のみです。チラシの印刷は、A4サイズ1万枚であれば1.5~3万円程度でできてしまいます。

このため、反響率0.3%でも圧倒的な黒字が得られるわけです。

0.3%よりもっと反響率を上げたり、客単価を上げたりすることができれば、さらに売上増を見込めます。

しかも、そのお客さんがリピーターになって何度も足を運んでくれることになれば、売上効果は計り知れません。

「1人のお客に対して1万~数万円の広告費がかかる」ということもザラなWEB広告や雑誌広告と比較すると、ポスティングは割のいい宣伝手段といえるのです。

1-2. ターゲットを絞って効率良く宣伝できる

ポスティングは、**ムダな費用をかけずに効率良く行える宣伝方法です**。

なぜならターゲットを絞ってエリアの「町」「丁」まで細かく選んだり、「戸建てのみ」などのセグメントをしたりして、チラシを配布できるからです。

例えば、高級エステなら「富裕層の奥様が多そうな住宅街」を、学習塾なら「若いファミリー層が多いエリア」を選んで行えばいいのです。

WEBや雑誌、新聞の折込広告は、広範囲にバラまくため広告費が高つく上、本当に見て欲しい人の目に触れるか分かりません。

地元の人や特定の人に向けたい場合は、ポスティングの方が効率良く宣伝できます。

1-3. 単純接触効果でジワジワ客を増やせる

ポスティングを繰り返し行っていると、**次第にお客が増えていく効果を期待できます**。

人は接触を繰り返していると、次第に親しみを覚えて好意的になっていく傾向があるからです。

これは「サブリミナル効果・単純接触効果」といって、広告業界では常套手段のひとつです。

自宅のポストに入れられたチラシは、例えすぐ捨ててしまおうとしても直接目に触れる機会が確実にあります。

「また同じチラシが入っていた。いったい何だろう？」という思いが繰り返されると、ある日「行ってみようかな？」という気持ちに変わってきやすいのです。

これは、テレビCMと同じような効果といえます。反響の高いテレビCMと同じような効果を得やすいのが、ポスティングの魅力なのです。

1-4. 新聞を読まない層にも知ってもらえる

チラシをポスティングすれば、**新聞を読まない層にも商材を知ってもらえます。**

新聞折込の場合は、新聞を読んでいる人にしか届きませんが、チラシはどの家庭にも配布できるからです。

新聞を購読しているのは、年齢が高い層が多い傾向にあります。このため、たとえば若年層向けの商材のチラシを新聞折込にした場合は、ターゲットに届きにくいです。

チラシのポスティングであれば、新聞を読まない若年層にも届きやすくなります。

1-5. コスト削減につながる

ポスティングはチラシさえあれば気軽に行えるできるため、**コストをかけずに宣伝活動を行えます。**

ここで、チラシのポスティングと新聞折込チラシ、DM(ダイレクトメール)にかかるコストを見てみましょう。

販促ツール	コスト相場
ポスティング	チラシ1枚5～9円程度 ※首都エリアの場合 ※チラシのサイズ、ポスティングエリア・枚数・方法・期間などによって変わる
新聞折込チラシ	チラシ1枚3～5円程度 ※首都圏エリアの場合 ※チラシのサイズ、ポスティングエリア・枚数・方法・期間などによって変わる
DM(ダイレクトメール)	・はがきサイズ1通約55円～ ※1万通あたりのコスト ・封筒1通約65円～ ※1万通あたりのコスト ※DMのサイズや発送枚数などで変わる

※どの販促ツールも、別途作成料金がかかります。

特にDM(ダイレクトメール)と比べてみると、ポスティングはかなり安価で販促できることをお分かりいただけるでしょう。

ポスティングをすれば販促のコストを削減でき、ポスティングしたチラシで反響を得れば売り上げ増も期待できます。

2. 新聞折込・DM(ダイレクトメール)との効果の違いを徹底比較



1. [ポスティングをすることで得られる5つの効果](#)の「1-5. コスト削減につながる」で、チラシのポスティングは新聞折込やDM(ダイレクトメール)と比べると、コストがかからないことを説明しました。

実はコスト以外にも、得られる効果は異なります。

ここで、新聞折込とDM(ダイレクトメール)のメリット・デメリットを説明しましょう。

2-1. 新聞折込のメリット・デメリット

ポスティングとよく比較されるのが、新聞折込です。

短期間に広範囲に届けられ、単価が安いのが特徴です。

【新聞折込のメリット】

広範囲に大量に配布できる	新聞購読者に向けて、一度に広い範囲で配布できます。 ポスティングは1日2,000枚程度が限界で、大部数の場合は数日を要します。
ポスティングより1枚の費用が安い	一般的にポスティングより安い費用で作れます。 エリアにもよりますが、新聞折り込みの相場は1枚3円程度、ポスティングは5円程度です。
信用があり、イメージが良い	新聞と一緒に届くので、チラシのイメージも良く、信用がつけます。

【新聞折込のデメリット】

新聞を購読している人にしか届かない	当然ながら新聞を購読している層にしか届きません。 現在の新聞購読者は40代以上がメインで、20代や30代は4、5人に1人しか読んでいません。
-------------------	---

冊子や試供品はつけられない	チラシしか折込できず、ポスティングのように冊子や試供品はつけられません。
他のチラシも同時に大量に入る	新聞のチラシは同時にたくさん入ります。中にはライバルも含まれます。 また、まとめて束で捨てられる恐れもあります。

2-2. DM(ダイレクトメール)のメリット・デメリット

ポスティングと同じく、ターゲットを絞って単独でポストに入れられるのがDM(ダイレクトメール)です。

費用はかかりますが、情報量を多く届けられるので業種によっては有効です。

【DMのメリット】

情報量が多い	封書であれば手紙のように複数枚に渡る情報やカタログを届けられます。
読まれる率が高い	宛名をつけて届けるので「なんだろう?」と一度は見られる率が高いです。 自分宛のDMの開封率は7割以上にもなります。(参考:日本)
ピンポイントに届けられる	新聞と一緒に届くので、チラシのイメージも良く、信用がつきます。 ポスティングと同じように、ターゲットを絞って届けられるのでムダ打ちを少なくできます。

【DMのデメリット】

費用が高い	チラシに比べて、費用が10倍ほど高くなります。 数にもよりますが、送料の相場はハガキや封書で1通50~90円くらい、カタログなら300円前後です。
冊子や試供品はつけられない住所や宛名が必要	送り先の宛名や住所が必要です。
時間がかかる	郵送なので時間がかかります。 また、封筒の場合はセッティングにも時間がかかります。

3. ポスティングは「コストをかけず手軽にターゲットへ届けたいとき」におすすめ！



新聞折込とDM(ダイレクトメール)のメリット・デメリットを比較していえることは、ポスティングチラシは「コストをかけずに、手軽にターゲットへ届けたいときにおすすめ」ということです。

	1枚あたりの費用	期間	1回の配布量	ターゲティング	見られる確率	イメージの良さ
新聞折込	◎ 1枚3~5円	△ 1週間以上かかる	◎ 広範囲に大量にまける	× できない	△ ライバルも多く、まとめて捨てられることも	◎ 新聞のイメージで信用がつく
DM	× 1通50~90円	× 印刷+郵送期間	◎ 狭くも広くもできる	◎ できる	◎ 7割以上が見る	◎ お金がかかっている分良く見える
ポスティング	◎~△ 自分でやれば無料、業者なら2~8円	◎ 自分で好きにできる、業者なら2日~1週間	△ 1日2,000枚が限度	◎ 町丁単位まで可能	○ ポストに入るので一瞬でも見る	△ 安く見られる

新聞折込やDM(ダイレクトメール)は、次のようなケースにおすすめです。

- ・新聞折込 → ファミリーや高齢者対象で、一度に広範囲にまきたいとき
- ・DM(ダイレクトメール) → 予算があって、高額商品で、ターゲットを絞って確実にまきたいとき

その他、以下のケースに当てはまる場合もポスティングが向いています。

- ・オープンして間もないので、自社や自店舗の知名度をアップしたい
- ・商圈を広げたい、もっと顧客層を拡大したい
- ・お店でイベントを行うので集客したい
- ・アルバイト・パートなどお店の近所の人を採用したい
- ・新聞の折込チラシで反響が出なかったなので、ポスティングを試したい

ポスティングをおすすめするケースについて詳しくは、「ポスティングならではの6つメリットとデメリット4つを徹底解説！」の[「4. ポスティングを利用すべき5つのケース」](#)で詳しく解説しているので、ご覧ください。

4. 「効果ない！」とならないためのポスティングのコツ6つ



ポスティングの効果を最大限に高めるためには、作業の前の「戦略」が大切です。

ポスティングで高い結果を出したいなら、一般の仕事と同じように

<PLAN> 市場を意識しながらポスティングの目的を決め、そこに向かう戦略を練り、
<DO> 実行して、
<CHECK> 効果測定を行い、
<ACTION> 改善して次回に活かす

という一連のPDCAサイクルを回すことは欠かせません。

このPDCAサイクルを踏まえた上で、さらにポスティング特有の以下の6コツを押さえてポスティングすると効果的です。

1. 自社・自店舗の業種がポスティングに向いているか見極める
2. 目的を持って、戦略的に行う
3. 第1次商圈に繰り返し行う
4. 業種に合わせて効果的な曜日にポスティングを行う
5. ポスティングの効果を測定する
6. 優秀なポスティング業者を利用する

ひとつずつ、説明しましょう。

4-1. 自社・自店舗の業種がポスティングに向いているか見極める

ポスティングには、実は向いている業種・向いていない業種があります。

このため、ポスティングをする前に、自社・自店舗の業種がポスティングに向いているかを見極めることが大切です。

ポスティングに向いているのは、「生活や暮らしに関わる商材を展開する業種」や「地域密着型の商材を展開する業種」です。

このような業種であれば、**ポスティングで集客や販売効果を期待できます。**

ポスティングに向いている業種については、コラム掲載の[「ポスティングに向いている業種8選と向いていない3つの業種を紹介」](#)で詳しく説明していますので、確認してみてください。

4-2. 目的を持って、戦略的に行う

今回のポスティングの目的をはっきりさせ、そのためにはどんなチラシを作り、どこにいつ、何枚ポスティングすればいいのか等を明確に考えていきましょう。

チラシは、漠然と浅く広くまいても効果は上がりません。

「新規オープン」なのか「古くからある店」なのか、「高級店」なのか「庶民的な店」なのかではアプローチが違います。

目的を決め、狙ったターゲットの心に刺さるようなチラシを作り、ターゲットが住んでいそうなエリアを選定してポスティングを行っていきましょう。

4-3. 第1次商圈に繰り返し行う

ポスティングは第1次商圈＝徒歩圏内のエリアに2度・3度と行い、地元の人に覚えてもらうのが王道です。

国内大手の経営コンサルティング会社の調べによると、店舗の場合、「第1次商圈で全売上の85～95%を締める」という結果が出ています。

つまり、店舗の場合は、15分以内の徒歩圏内のお客様が売上の大部分を支えているのです。

広い範囲に1回まいて数%のわずかな新規開拓を狙うよりも、地元で繰り返しポスティングを行って着実にお客を増やす方が商売の効率が良くなります。

4-4. 業種に合わせて効果的な曜日にポスティングを行う

ポスティングは、**業種ごとに、何曜日に行うかによって得られる効果は異なります。**

自社・自店舗の業種でポスティングの効果をえられる曜日に、チラシを配布するようにしましょう。

業種に合ったポスティングをすることで、チラシを読んでくれて、行動を促してくれる可能性が高まります。

自社・自店舗の業種ではどの曜日にポスティングすると良いかは、コラム掲載の「ポスティングに効果的な曜日！データを元に業種別の最適な曜日を解説」の[2.【業種別】ポスティングに効果的な曜日傾向](#)で詳しく説明しています。

ポスティングを実行する前に、一読することをオススメします。

4-5. ポスティングの効果を測定する

業種に合ったポスティングの曜日にチラシを配布するだけで満足するのは好ましくありません。

効果的な曜日に配布したからといって、必ず反響をえられるわけではないからです。

ポスティングの効果を実感するためには、業種に合ったポスティングやここまで説明したポスティングコツの他に、

ポスティングの効果を測定することが大切です。

「ポスティングの効果を測定する」というのは、具体的には反響率を算出することを意味します。

反響率とは、「ポスティングしたチラシを受け取った人のうち、何らかのアクションを起こした人の割合」です。

【反響率の計算式】 $\frac{\text{反響数}}{\text{チラシの配布数}} \times 100$

例：チラシを1万内配って3件の反響があった場合
 $3 \div 10,000 \times 100 = 0.03 \rightarrow$ 反響率は0.03%

ポスティングの反響率の目安は0.3%のため、この反響率を平均値として配ったチラシが効果的だったかどうかを判断すると良いです。

この反響率の平均値を上回っていれば効果ありと判断できます。

反対に下回っていたら、反響率を上げるために、ポスティングの仕方やチラシの内容などを改善していく必要があります。

ポスティングしたチラシの効果測定は、次の流れを踏みます。

1. チラシに効果測定ができるようなしかけを取り入れる
2. エリアとターゲットを絞る
3. チラシを配布する
4. 効果測定を実施する
5. 効果測定の結果を次回のポスティングに活かす

ポスティングしたチラシの反応数を測定するには、次の6つの方法があります。

1. 予約時や接客時に来店動機を確認する
2. 来店時やweb上でアンケートを実施する
3. チラシにクーポンをつける
4. チラシ専用の電話番号を開設する
5. チラシ専用のランディングページを作る

ポスティングの効果測定方法については、コラム掲載の[「すぐに実践できるポスティングの効果測定の方法を分かりやすく解説！」](#)で詳しく解説しています。

反響率を上げてポスティングの効果を得るためにも、参考にしてみてください。

4-6. 優秀なポスティング業者を利用する

ポスティング業者を利用するのも有効です。

ポスティング業者を使う最大のメリットは「手間がかからない」ことです。

さらに優秀な業者に頼めば、「自社・自店舗でやるより高い効果を得る」ことも期待できます。

なぜなら優秀な業者なら地域を熟知していて、目的にあったエリアの選定し、確実に素早くポスティングしてくれるからです。

中には効果的なチラシ作りやポスティングの実行から効果測定や分析までワンストップで行ってくれるところもありますし、冊子やパンフレット・グッズを全国に配布してくれる業者もあります。

反響率も良く、売上150%増という結果を出す業者もいます。

ニーズと予算に合わせて良い業者を選べば、手間もかからず、結果的に自社・自店舗でやるよりおトクになる可能性が高いのです。

【優秀なポスティング業者を使うメリット】

エリアに詳しい	これまでのポスティング経験やデータの蓄積があるり、目的に合わせたセグメントが可能。
マーケティングの知識がある	マーケティングに基づく戦略を立てられる。 目的に合わせ、どのようなチラシをいつ、どこにまけばいいか、反省点を次にどう活かせばいいかアドバイスをくれることも。
スタッフの育成や管理体制がしっかりしている	迅速かつ確実にポスティングを行う。 中にはGPS機能でリアルタイムに配布状況を確認している業者もある。
クレーム対応の体制が整っている	クレームが入ったときのマニュアルが確立されていて、適切な対応をする。「こういう点に注意すればクレームにならない」ということも熟知。
完了報告の内容が充実している	いつ、どこに、何枚配布したのかの報告はもちろん、「チラシNGの家はどこか」「あのマンションは空き部屋が増えている」等の細かい情報をもらうことが可能。

なお、DEALでは、このような強みがあります。

- ・プロのスタッフによる全戸配達（軽自動車使用）
- ・チラシ1枚からリコール製品の案内まで、あらゆる配布物を全世帯のポストへ確実に投函
- ・配達スタッフは全員GPS携帯を持ち確実なエビデンス報告を実施
- ・公共サービスの配達禁止マンションへの交渉
- ・カスタムオーダーに応じたポスティング対応
- ・迅速なクレーム対応

「こんなエリアにもポスティングできるのだろうか？」という場所にも配達いたしますので、ぜひ[お問い合わせ](#)ください。

まとめ

ポスティングは、集客効果の高い宣伝方法です。その理由としては、以下のような効果を得られるからです。

1. 反響率0.3%でも高い売上効果を得られる
2. ターゲットを絞って効率良く宣伝できる
3. 単純接触効果でジワジワ客を増やせる
4. 新聞を読まない層にも知ってもらえる

5. コスト削減につながる

また、ポスティングは、新聞折込やDM(ダイレクトメール)と比べると気軽に宣伝できるため、手軽にターゲットへ届けたいときにおすすめです。

ポスティングの効果を得るためには、次の6つのコツを意識するのがオススメです。

1. 自社・自店舗の業種がポスティングに向いているか見極める
2. 目的を持って、戦略的に行う
3. 第1次商圈に繰り返し行う
4. 業種に合わせて効果的な曜日にポスティングを行う
5. ポスティングの効果を測定する
6. 優秀なポスティング業者を利用する

チラシのポスティングは地道な宣伝活動ですが、売り上げ増のためにもコツコツ行っていきましょう。