

MEDIA GUIDE

郵便局広告のご案内



ごあいさつ

日本郵便の事業の一つである郵便局広告。

郵便局は、全国に広がる13支社を中心に、

約20,000局という国内最大級のコンタクトポイントを展開しています。

全国展開はもちろん、戦略エリアだけにピンポイントでアプローチを行う場合にも、高い効果を発揮するメディアです。

郵便局でのポスターやチラシの掲出をはじめ、窓口での郵便局社員からの手渡しによるサンプリング、企業PRやプロモーションのためのイベントスペースのご提供など、みなさまの要望に合わせた広告メニューをご用意しています。

今回、郵便局をどういったお客さまがご利用いただいているかをご覧いただけるよう、全国100カ所の郵便局で来局者アンケートを実施しました。

郵便局をご利用になるお客さまの性別、年齢など基本的なデータから、ライフスタイル、趣向など、さまざまなデータを掲載しております。

ぜひ、宣伝・販売促進の検討にご活用ください。

全国に広がる郵便局広告

全国47都道府県での展開から
地域を限定した展開まで、
ご要望に合わせてご活用いただけます！

全国郵便局数
13支社 + **約20,000局**

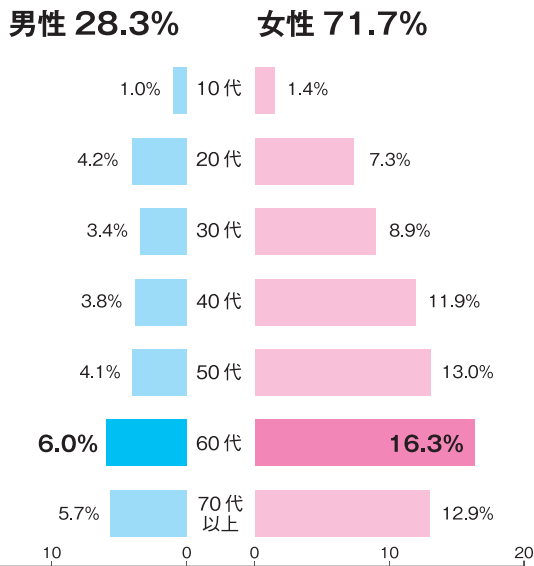


郵便局広告の特長

郵便局広告4つの強み

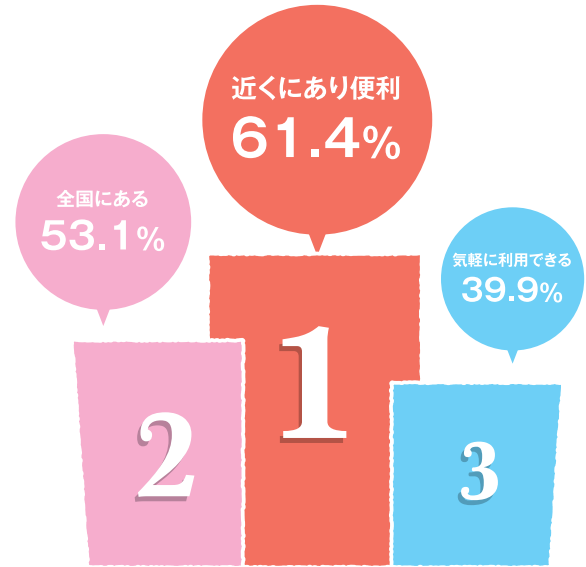
幅広い層へのリーチ

女性40代以上を中心に
男性、女性ともに幅広い世代が来局



地域に密着

郵便局のイメージNo.1は
「近くにあり便利」



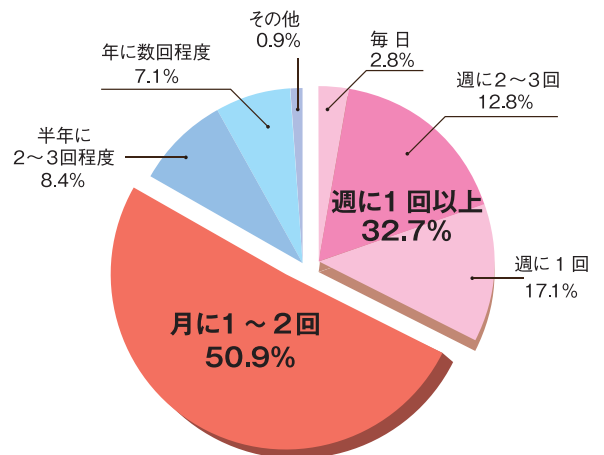
※複数回答可

全国くまなく展開が可能

47都道府県13支社で
約**20,000**局

高い来局頻度

来局者の約30%が週に1回以上
約半数が月に1~2回の頻度で来局



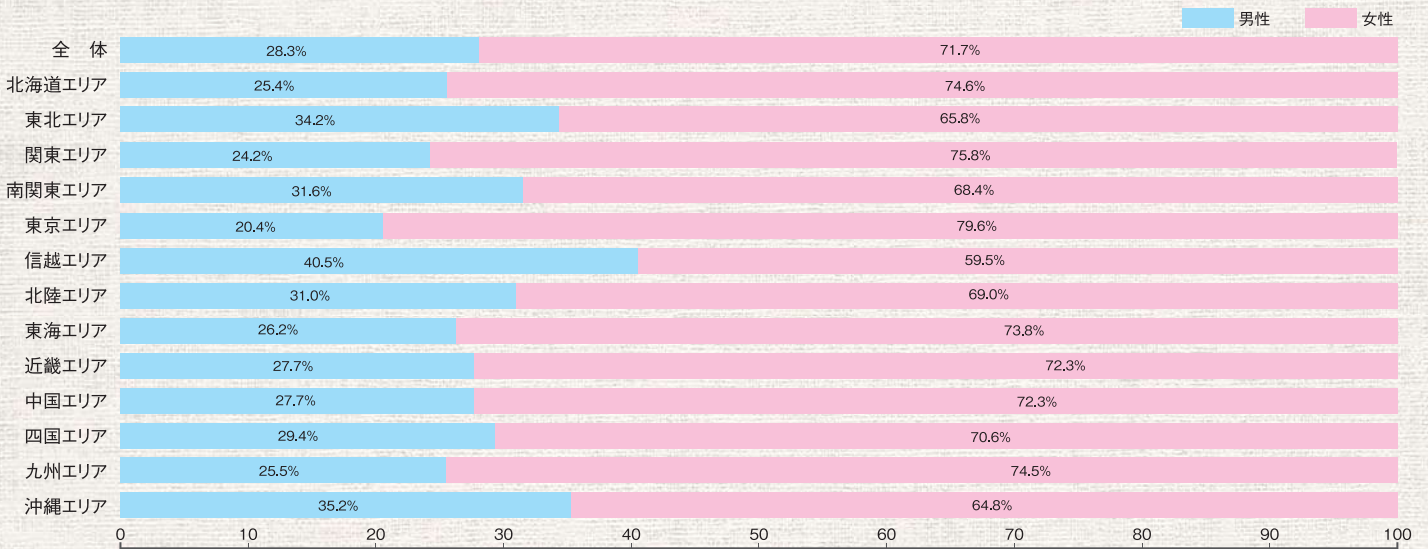
来局者の特徴 エリア比較 ①

郵便局にいらっしゃるお客さまには、地域により特色があります。地域に密着した郵便局ならではの、エリアに合わせたプロモーション展開をご検討ください。

来局者の性別

郵便局へいらっしゃるお客さまの約70%が女性です。

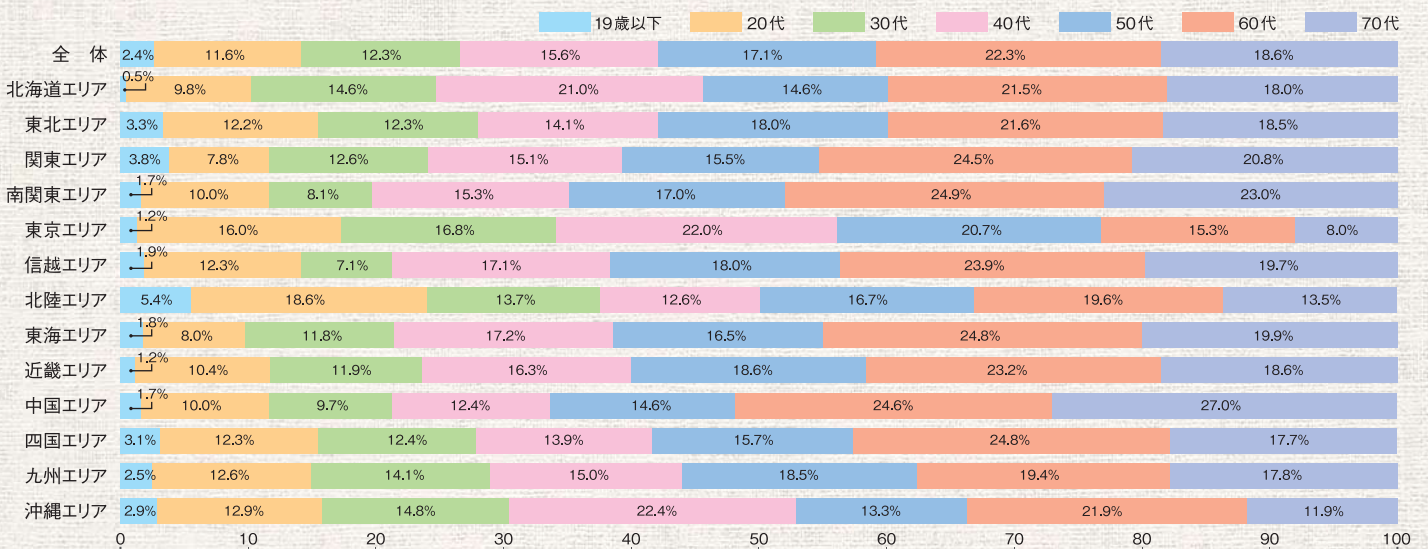
しかしながら「信越エリア」では男性のお客さまの割合が、全体と比較すると10%ほど高くなります。



❗ 女性のお客さまはもちろん、男性のお客さまをターゲットとしたサンプリングなどの展開も、ぜひご検討ください。

来局者の年代構成

60代以上のお客さまが多く来局されています。特に「東北エリア」「関東エリア」「南関東エリア」「信越エリア」「東海エリア」「近畿エリア」「中国エリア」「四国エリア」では40%を超えています。



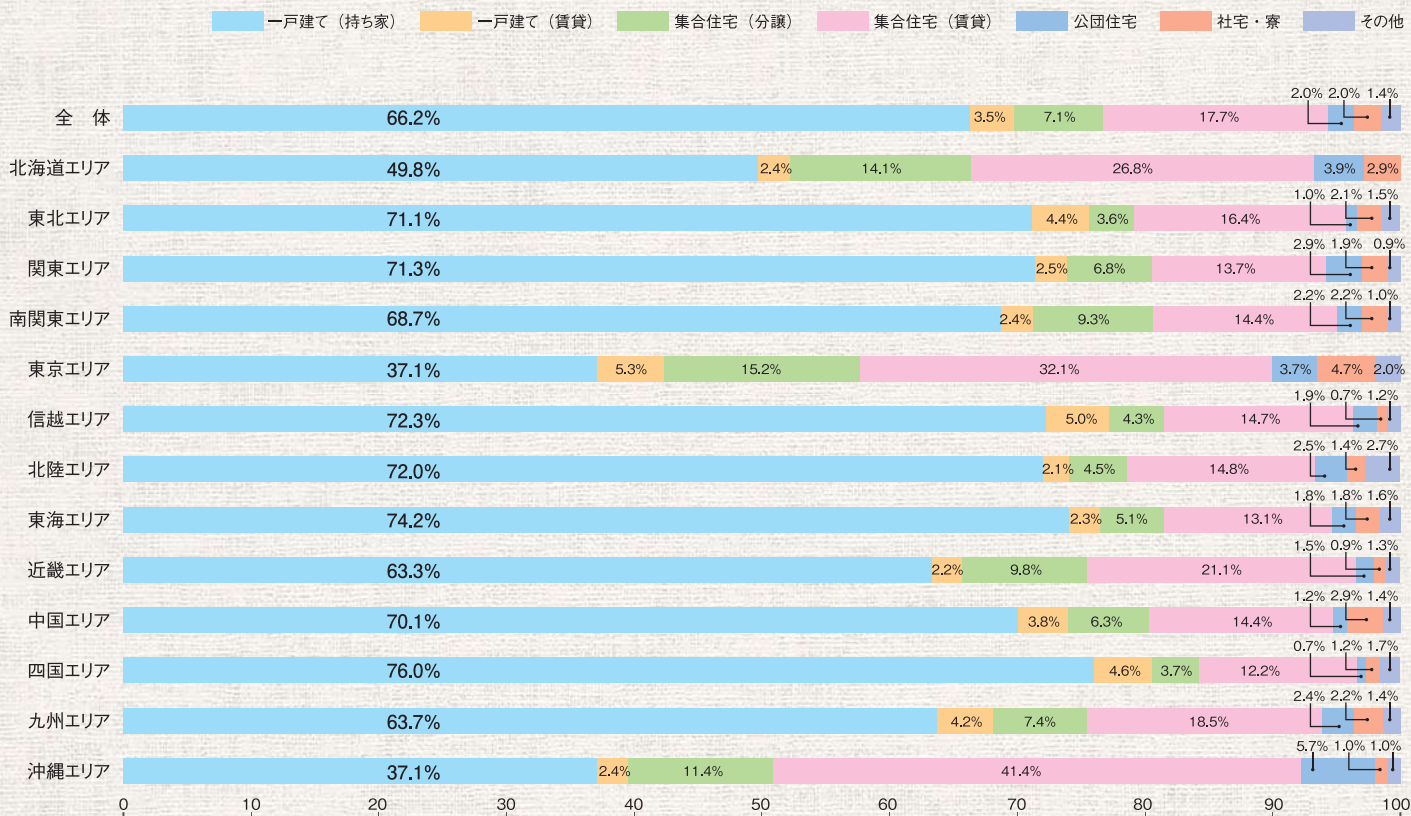
❗ 郵便局は全国的に、シニア層に強いコンタクトポイントです。医療・製薬関連企業やシニア向け施設のプロモーションにご活用ください。

来局者の特徴

エリア比較 ②

来局者の住居形態

全体では、一戸建て（持ち家）が66.2%を占めます。しかしながら「北海道エリア」「東京エリア」「沖縄エリア」では集合住宅（分譲、賃貸）の割合、特に「沖縄エリア」では集合住宅（賃貸）の割合が高くなっています。



! 住居形態においても地域による特徴があります。不動産のプロモーションのみならず、家のサイズや暮らしぶりを活かした商品やサービスのプロモーションにも、郵便局をご活用ください。

DATA BOOK

データブック ～来局者の特性～

2015年 3月来局者調査 調査概要

- ◆調査地域: 全国47都道府県
- ◆調査局: 100局
- ◆調査方法: 郵便局での対面聞き取り調査
- ◆回収件数: 10,527件(男性: 2,978人、女性: 7,549人)
- ◆調査期間: 2015年3月3日(火)～3月20日(金)



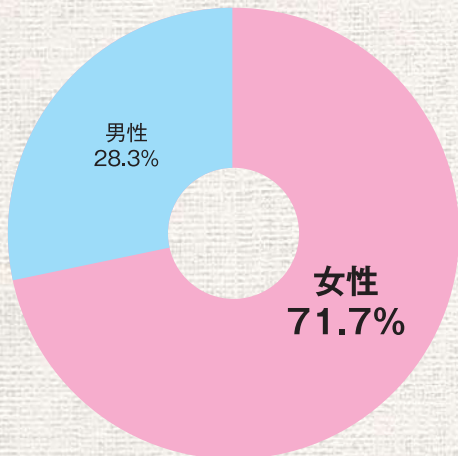
来局者の特性 ①

来局者の70%以上が女性です。

幅広い年齢層が来局していますが、特にシニア層が多く来局しています。

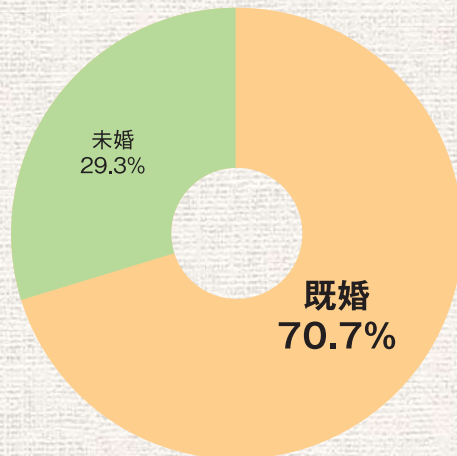
男女比

来局者の71.7%が女性。



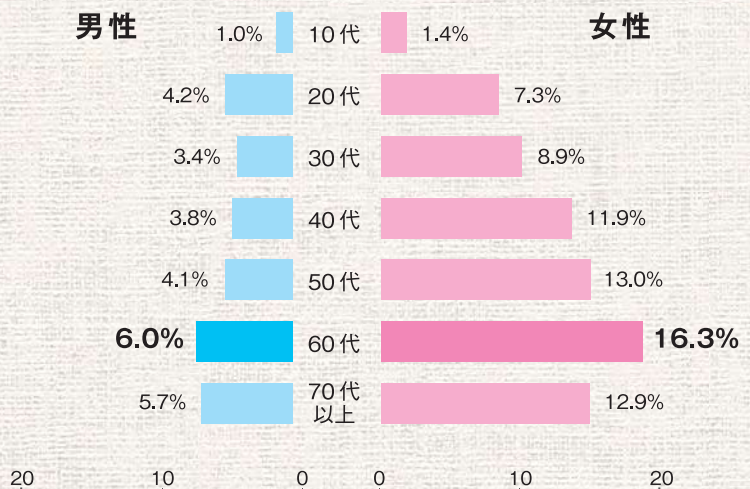
既婚・未婚

来局者の70.7%が既婚者。



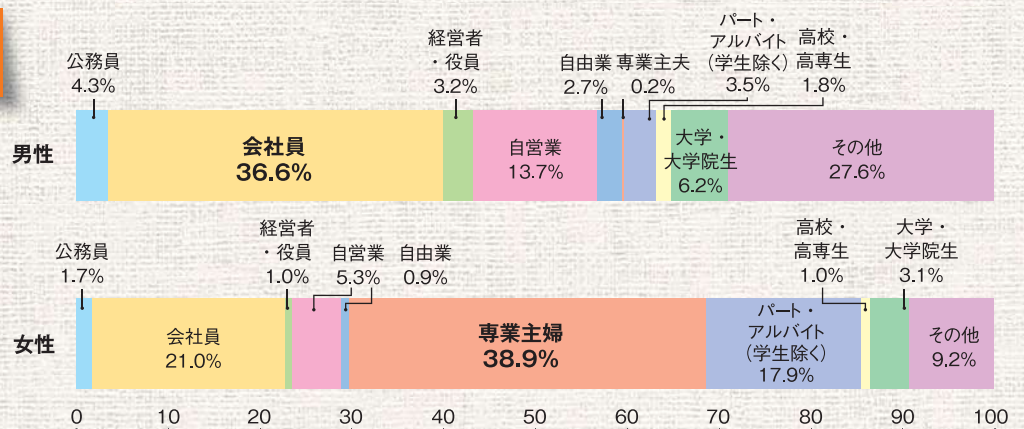
性別×年代構成

男性・女性ともに60代が最も多く
男性は70代以上が次いで多い。
女性は50代が次いで多い。



性別×職業

男性は「会社員」が36.6%、
女性は「専業主婦」が
38.9%で最も多い。

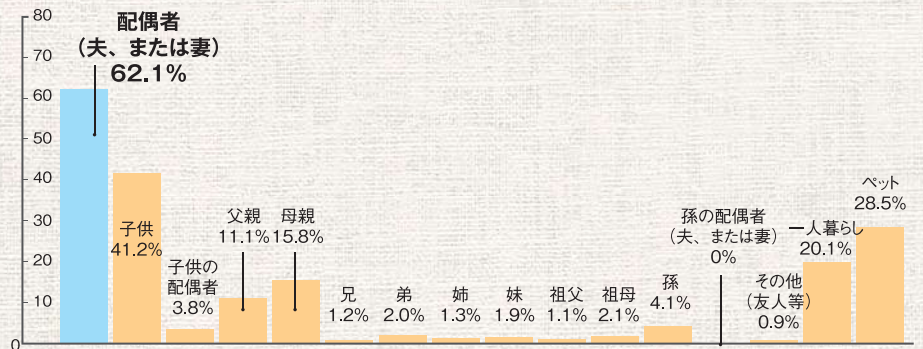


来局者の特性 ②

来局者は「配偶者」「子供」と同居するご家庭が多く、
一戸建てにお住まいの方が多いです。

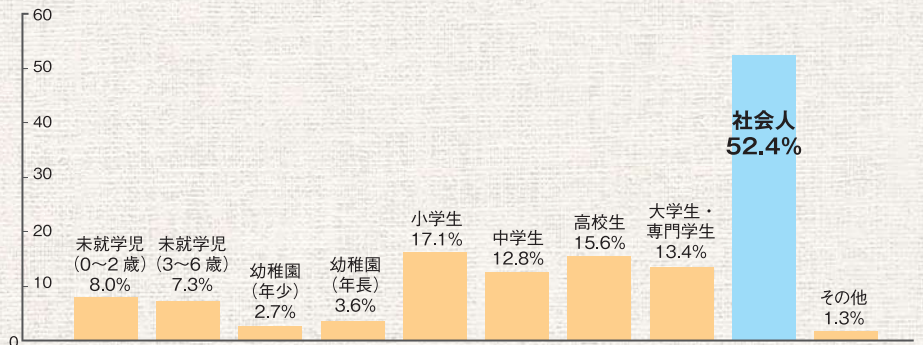
同居家族 (複数回答)

「配偶者」が62.1%と最も高く
次いで「子供」が41.2%。



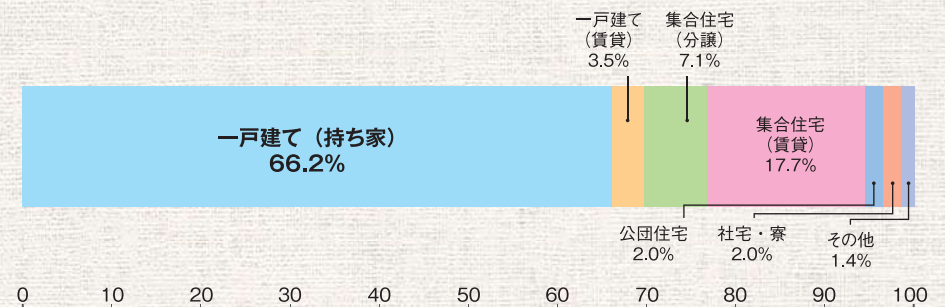
子供の就学・就労状況 (複数回答)

来局者のお子さまは、
「社会人」が52.4%と最も多く、
次いで「小学生」が17.1%、
「高校生」が15.6%。



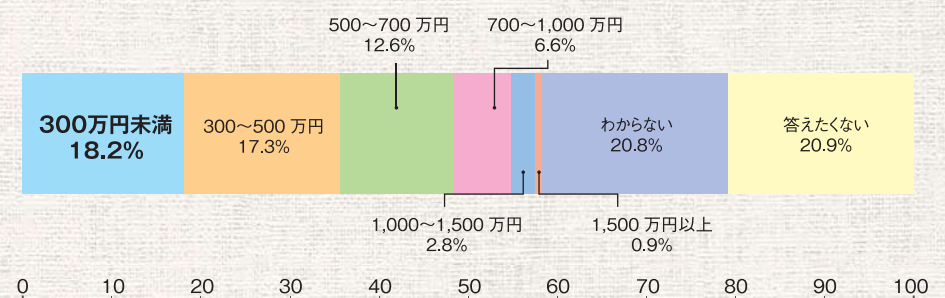
住居形態

「一戸建て(持ち家)」の割合が
66.2%と最も高い。



世帯年収

「300万円未満」が18.2%。
「300~700万円」が29.9%。



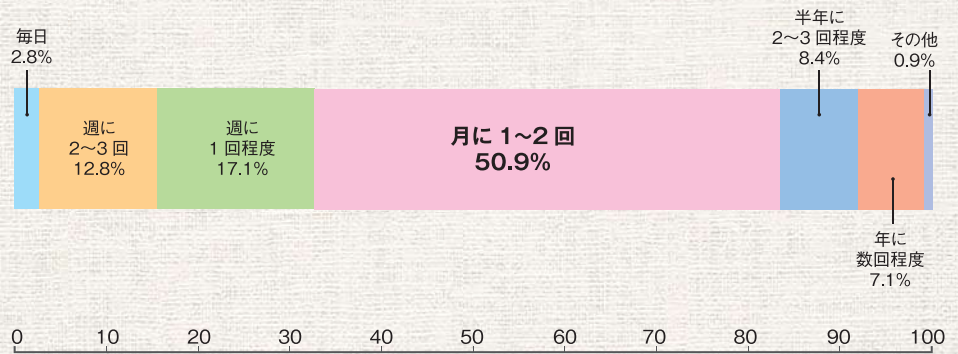
※小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合があります。

郵便局利用状況 ①

来局者の約83%が月に1~2回以上の頻度で来局しています。
郵便局までは「車」「徒歩」「自転車」で訪れています。

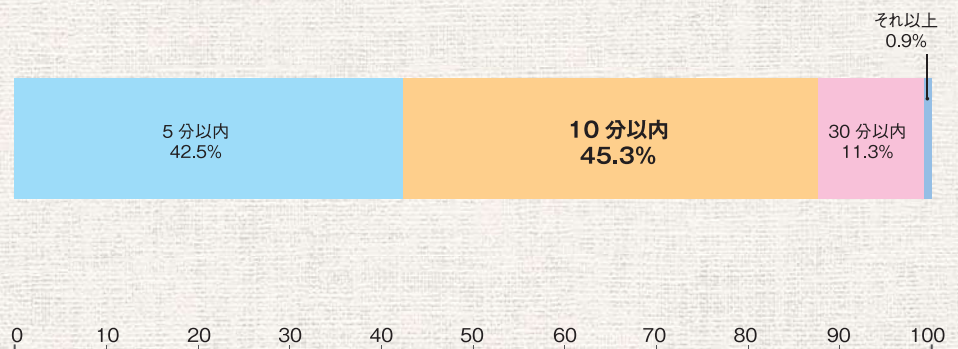
来局頻度

週に1回以上が32.7%、
「月に1~2回」が50.9%。



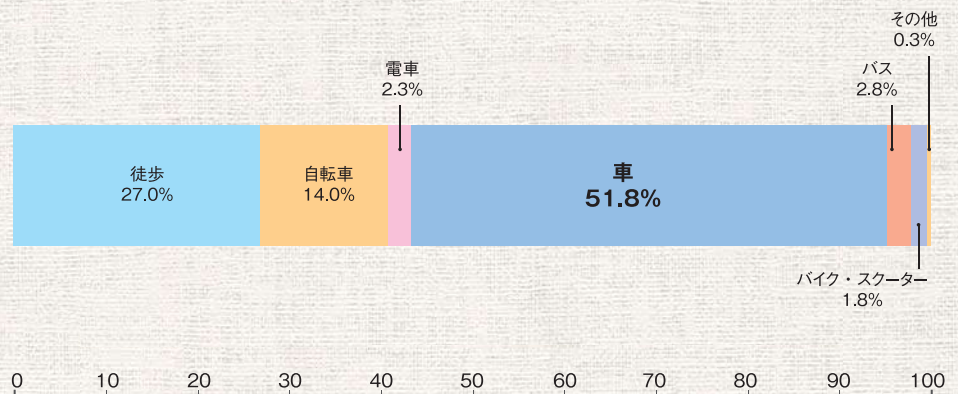
滞在時間

来局者の57.5%が
1回の来局で5分以上滞在。



郵便局へのアクセス手段

「車」での来局が51.8%、
「徒歩」「自転車」での来局は
合わせて41.0%。

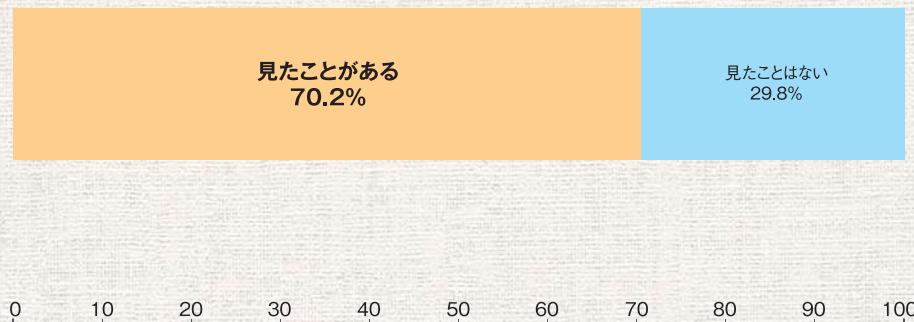


郵便局利用状況 ②

約70%の来局者は、郵便局内にあるポスターやチラシ・パンフレットを
ご覧になっており、そのうち、約65%の方にチラシ・パンフレットを
お持ち帰りになった経験があります。

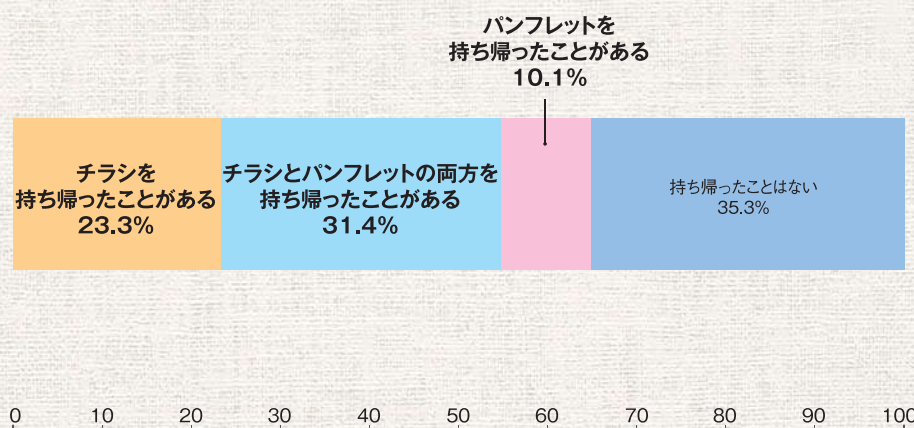
郵便局内ポスター ／チラシ・ パンフレット認知

郵便局内にあるポスターや
チラシ・パンフレットを
「見たことがある」方は70.2%。



郵便局内 チラシ・パンフレット 持ち帰り経験

郵便局内にあるチラシ・
パンフレット認知者のうち、
64.8%の方がチラシや
パンフレットを持ち帰った
経験がある。

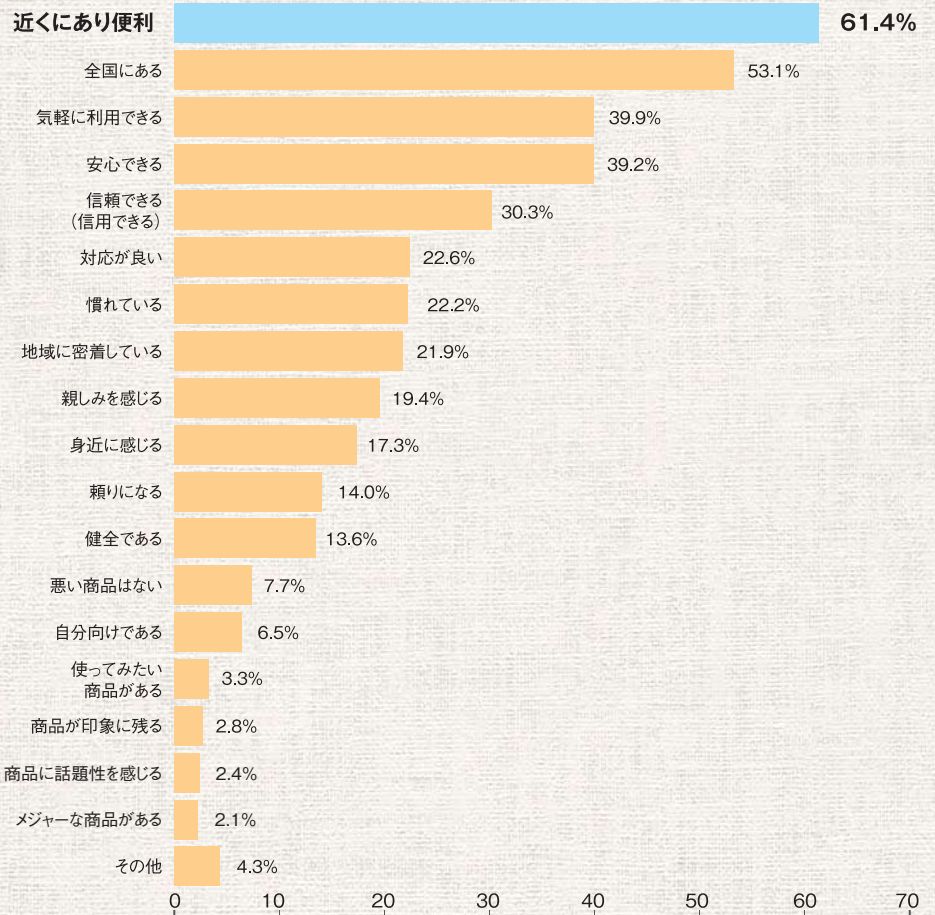


郵便局のイメージ

来局者は、郵便局や郵便局で取り扱う商品に対し、「近くにあり便利」「全国にある」「気軽に利用できる」「安心できる」といったポジティブなイメージを持っています。

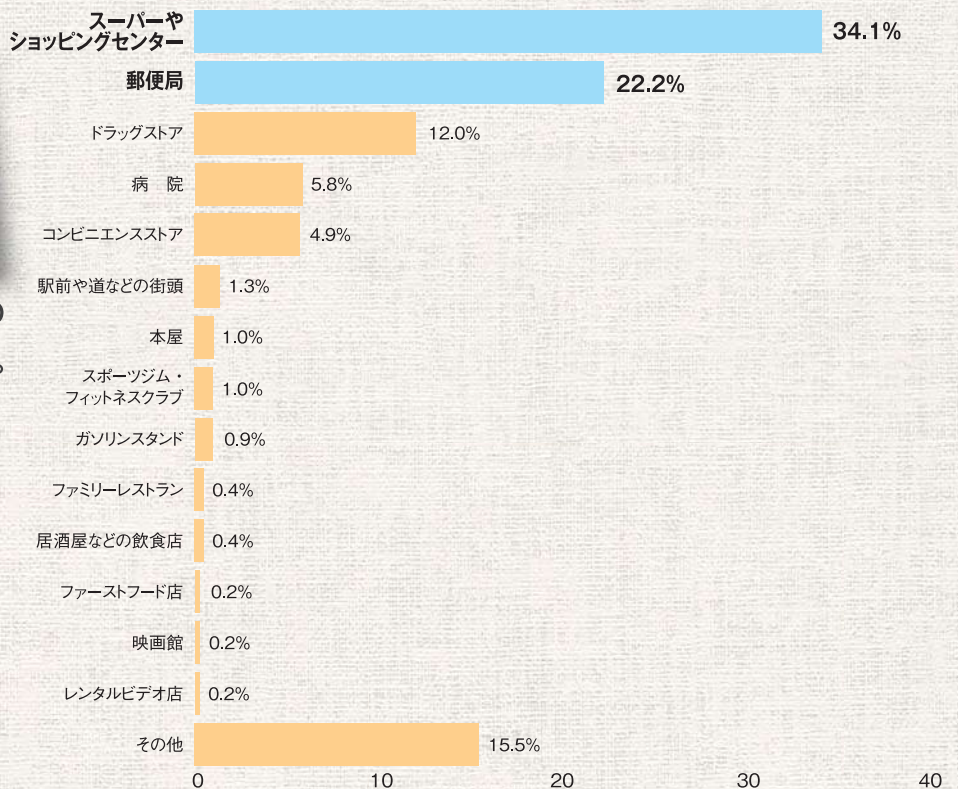
郵便局や郵便局が取り扱う商品のイメージ (複数回答)

「近くにあり便利」が61.4%と最も高く、次いで「全国にある」が53.1%、「気軽に利用できる」が39.9%、「安心できる」が39.2%。



安心できるサンプリングの受け取り場所 (複数回答)

「スーパーやショッピングセンター」の34.1%に次いで、郵便局は22.2%。

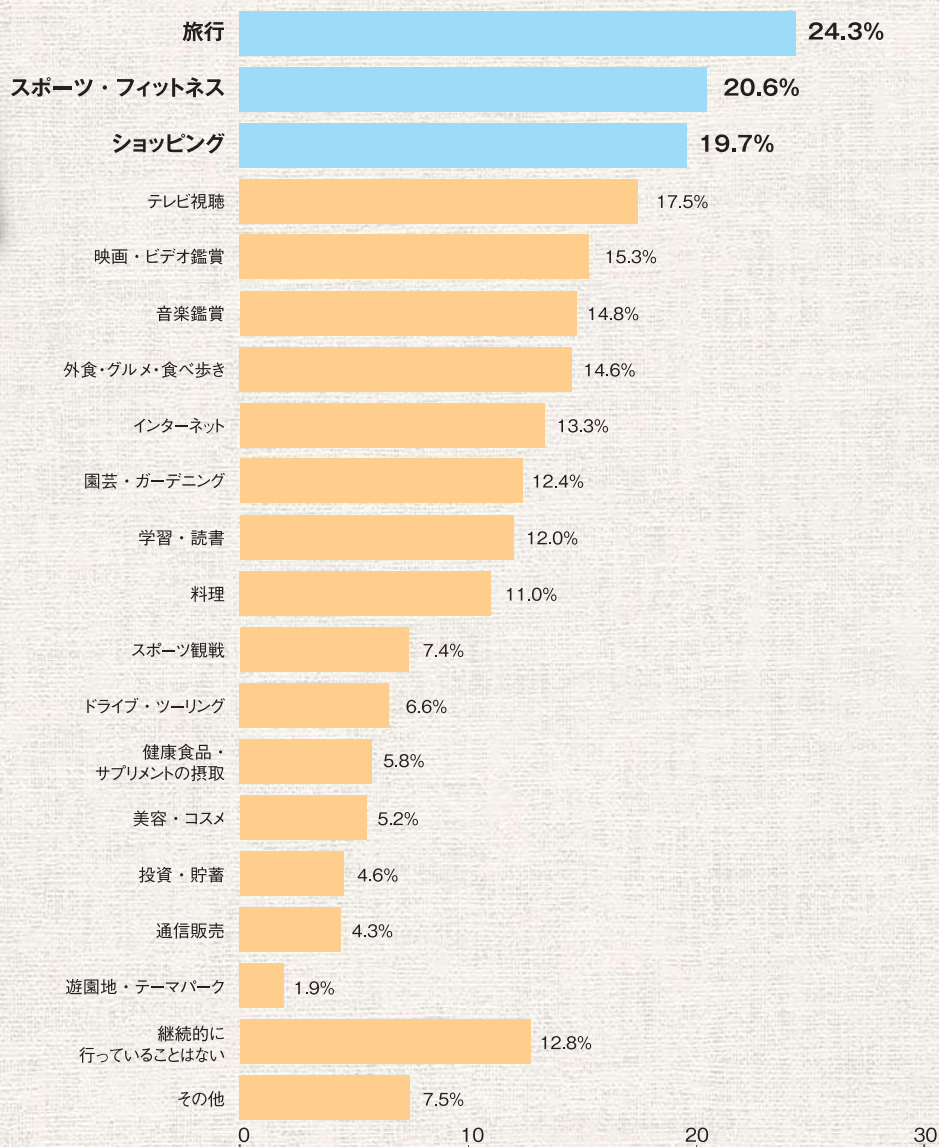


来局者のライフスタイル ①

来局者は、「旅行」「スポーツ・フィットネス」「ショッピング」など、幅広い趣味を持っており、「安心・安全性を意識する」「安くて経済的なものを買う」といった価値観の方が多く見られます。

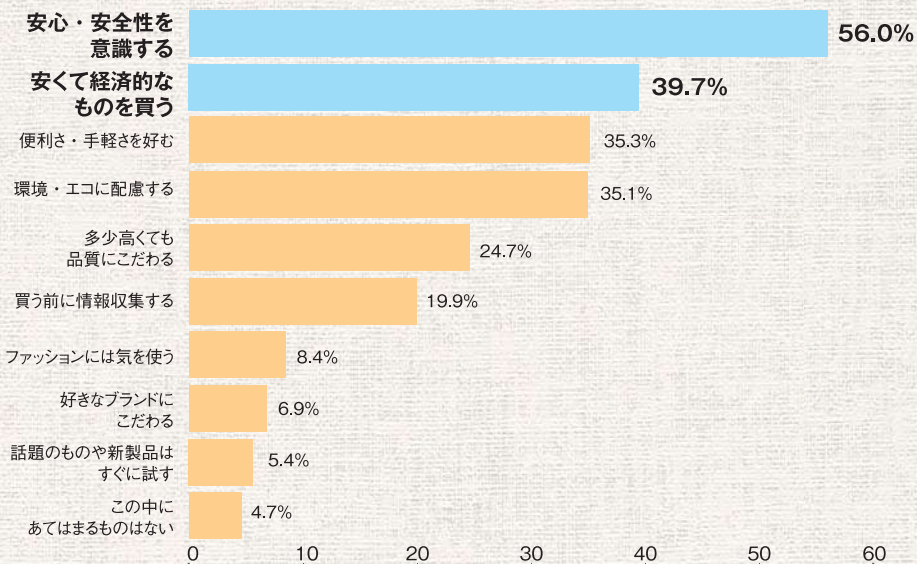
趣味／継続 していること (複数回答)

「旅行」「スポーツ・フィットネス」
がいずれも20%以上。
次いで「ショッピング」が19.7%。



価値観 (複数回答)

生活をする中で大切にしている
考えでは「安心・安全性を意識する」
が56.0%で最も高く、
次いで「安くて経済的なものを買う」
が39.7%。

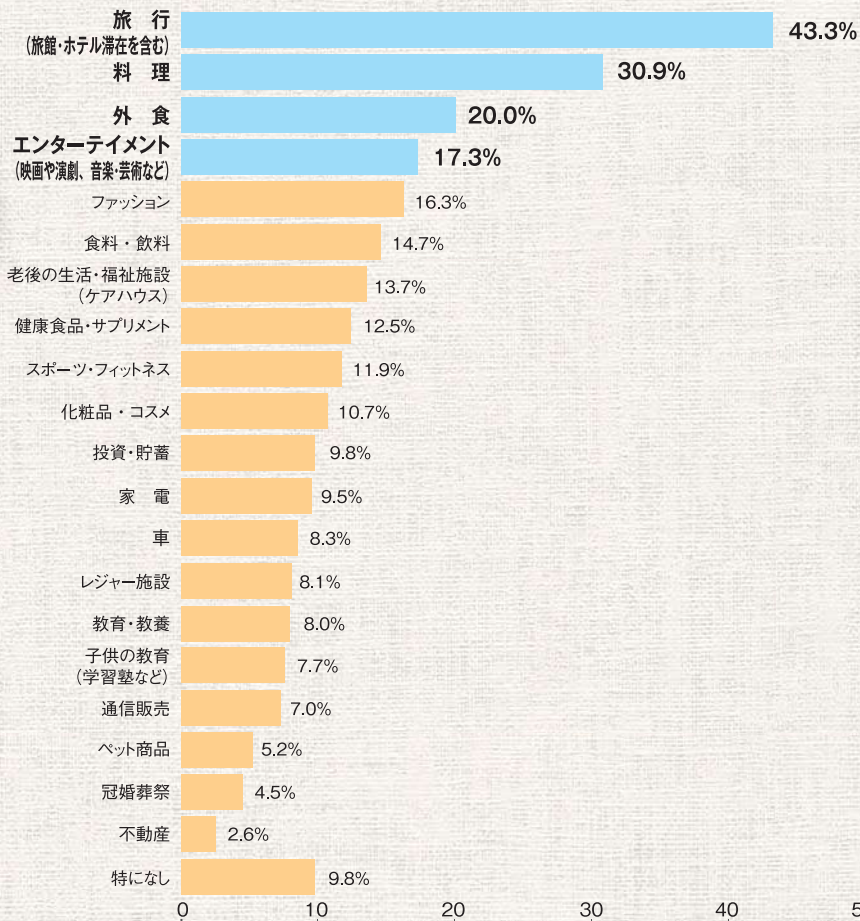


来局者のライフスタイル ②

来局者は、「旅館やホテル滞在を含む旅行」「料理」「外食」「映画や演劇、音楽・芸術などのエンターテイメント」に高い関心を持たれています。また「スーパーやショッピングセンター」「コンビニエンスストア」などによく訪れています。

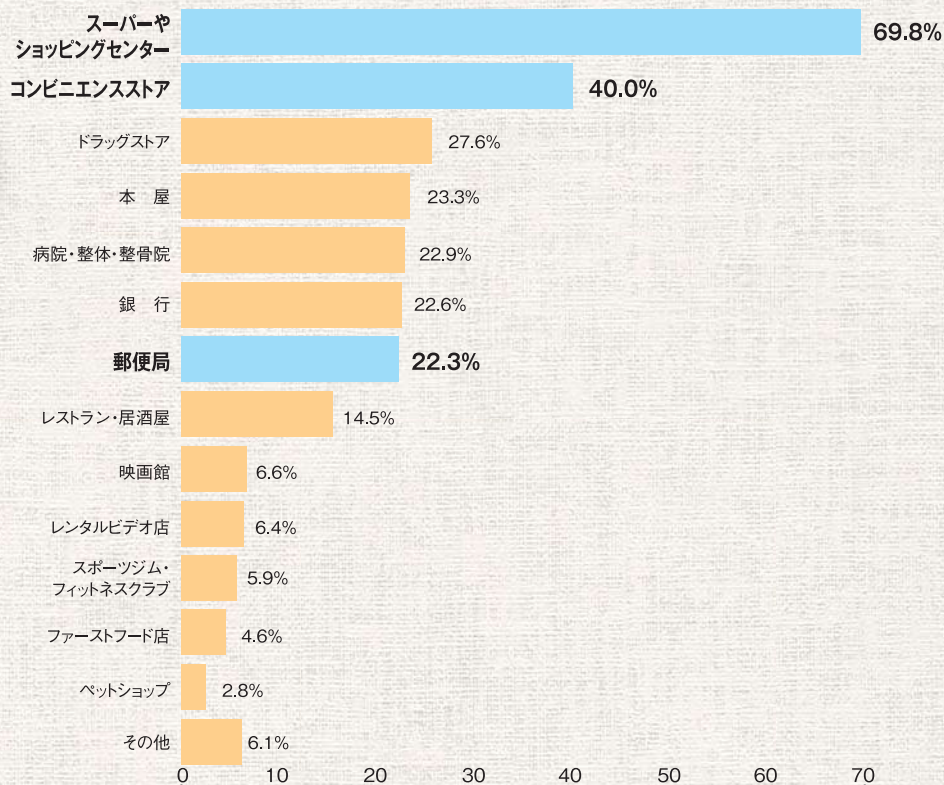
興味・関心を持っているものごと (複数回答)

「旅行(旅館・ホテル滞在を含む)」が43.3%と最も高く、次いで「料理」が30.9%、「外食」が20.0%。



普段よく訪れる場所 (複数回答)

「スーパーやショッピングセンター」が69.8%で突出して高く、次いで「コンビニエンスストア」が40.0%。「郵便局」は「書店」や「銀行」と同程度の22.3%。

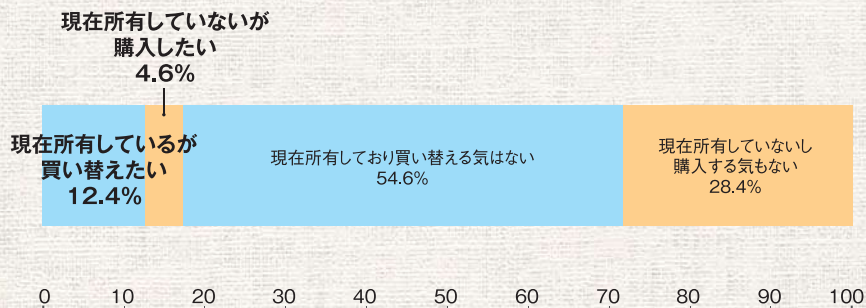


来局者のライフスタイル ③

来局者の17%が車の買い替え・購入を考えており、12.7%がお住まいの住み替えを検討されています。自宅でペットを飼っている方は28.5%で、その多くは「犬」「猫」を飼っています。

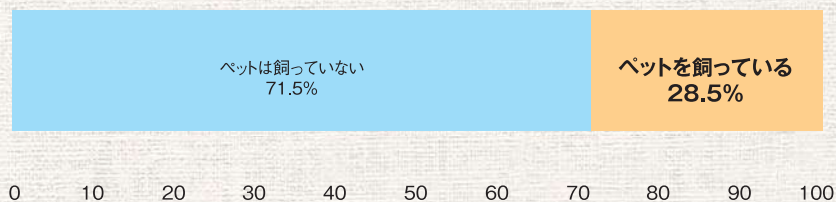
車の所有

「現在所有しているが買い替えたい」
「現在所有していないが購入したい」を
合わせた車の買い替え・購入意向者は
17.0%。



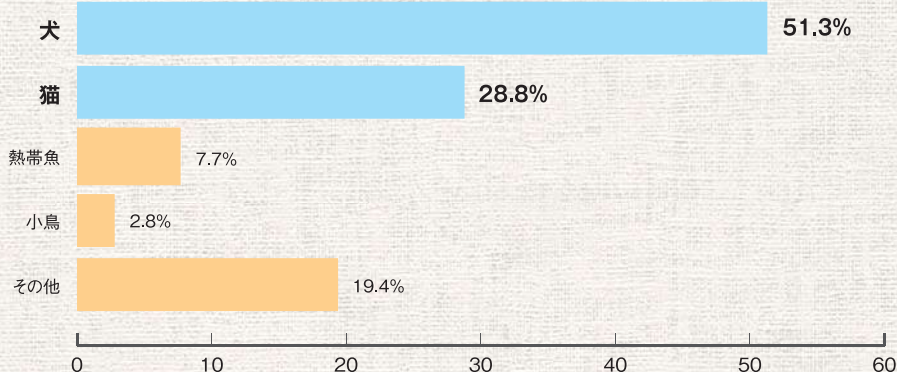
ペットの飼育率

「ペットを飼っている」
来局者の割合は28.5%。



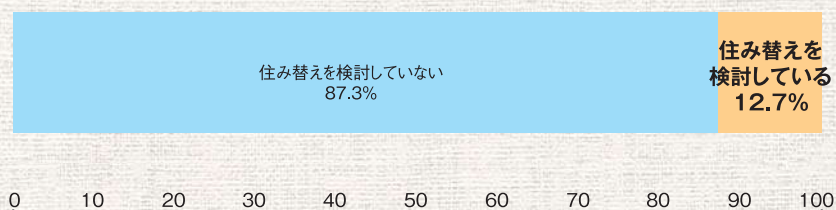
ペットの種類(複数回答)

ペットを飼っている来局者の
51.3%が「犬」、28.8%が「猫」
を飼っている。



住み替えの検討

来局者の12.7%が
「住み替えを検討」。



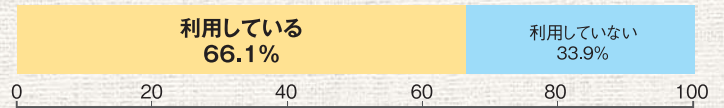
来局者のライフスタイル ④

来局者の約66.1%が通信販売を普段から利用しています。
「ファッション(服、靴、バッグ、時計など)」や「食品」などを購入しています。

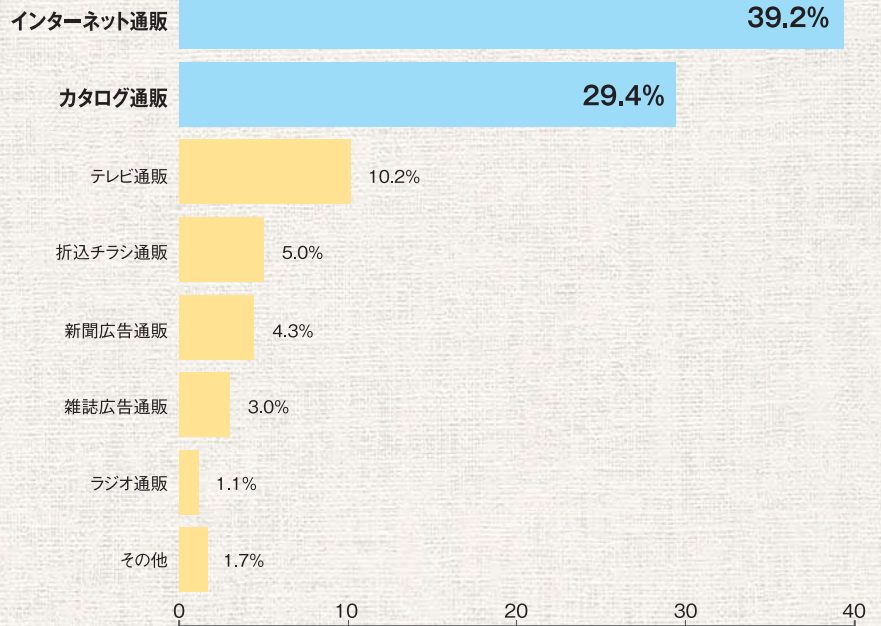
通信販売の 利用媒体 (複数回答)

66.1%の方が通信販売を利用。
利用媒体は「インターネット通販」の
利用が39.2%で最も高く、
次いで「カタログ通販」が29.4%。

〈通信販売の利用率〉

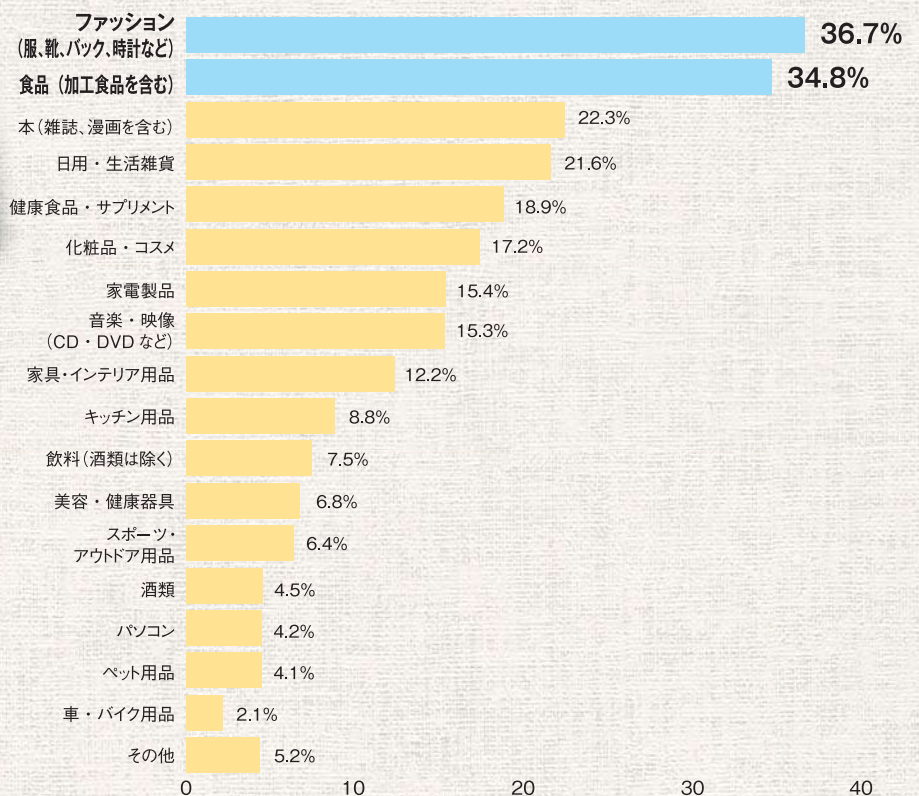


〈利用している媒体〉



通信販売 購入品目 (複数回答)

通信販売を利用する来局者が
購入する品目では
「ファッション
(服、靴、バッグ、時計など)」が
36.7%と最も高く、次いで
「食品(加工食品を含む)」が34.8%。



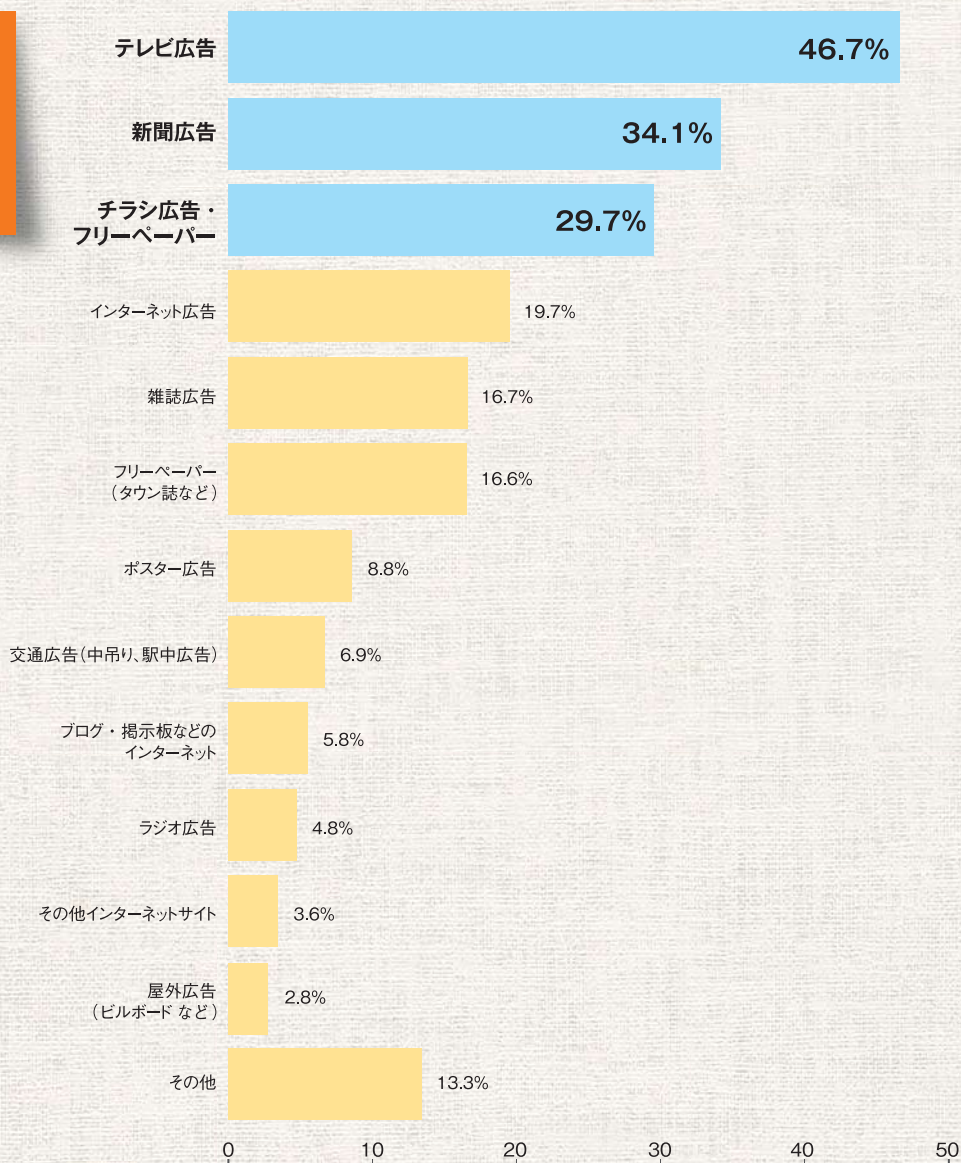
来局者のライフスタイル ⑤

来局者は、普段の生活の中で「テレビ広告」「チラシ広告・フリーペーパー」「新聞広告」によく接しています。

また、来局者のほとんどが「携帯電話」「スマートフォン」などの情報端末を所有しています。

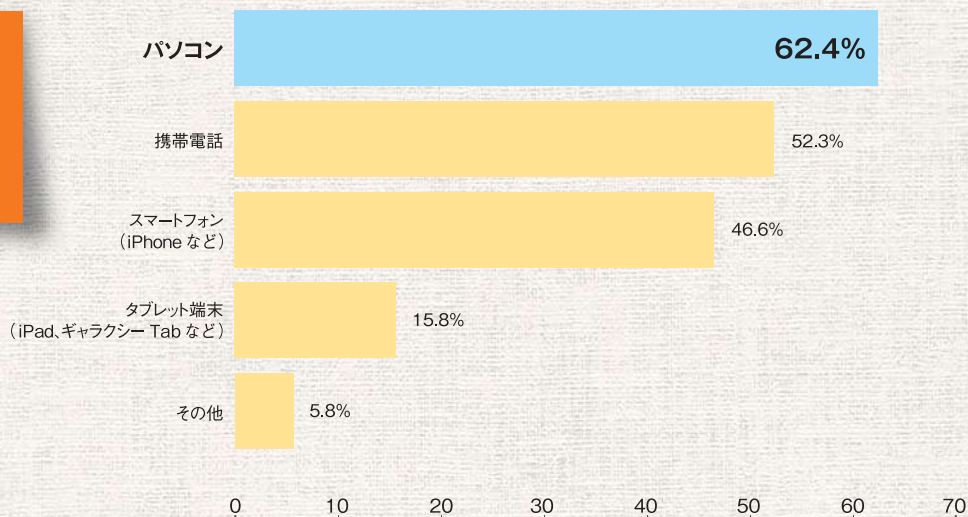
接触している 媒体 (複数回答)

「テレビ広告」への接触が
46.7%で最も高く、
次いで「新聞広告」が34.1%。



所有している 情報機器 (複数回答)

「パソコン」の所有率が
62.4%と最も高い。



郵便局広告に関するお問い合わせ

TEL 03-3568-8519

【受付時間】 平日/9:30~18:00

E-mail jpc-media@jp-comm.jp

 JPコミュニケーションズ株式会社

〒106-8797 東京都港区麻布台一丁目6番19号

Webサイト (<http://www.jp-comm.jp/>)



JPコミュニケーションズ株式会社

