



郵便局広告

MEDIA GUIDE

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70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

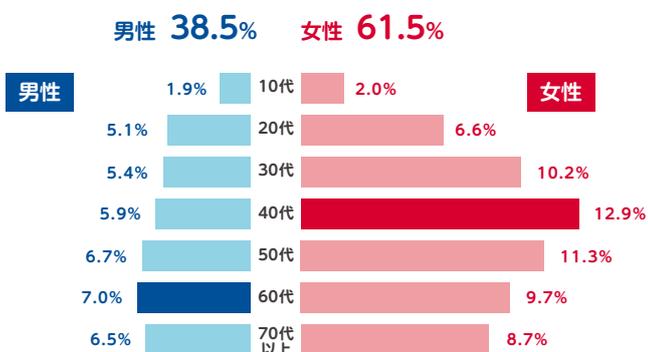


郵便局広告の特徴

郵便局広告の4つの強み

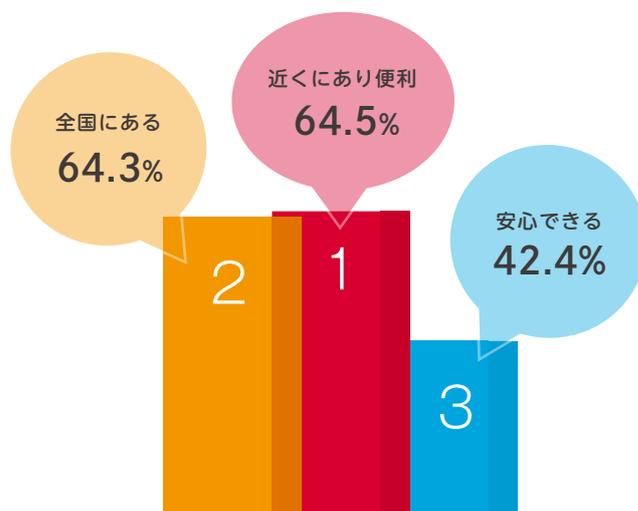
1 幅広い層へのリーチ

男性は50代、60代が多く、
女性は40代が最も多い。



2 地域に密着

郵便局のイメージNo.1は
「近くにあり便利」

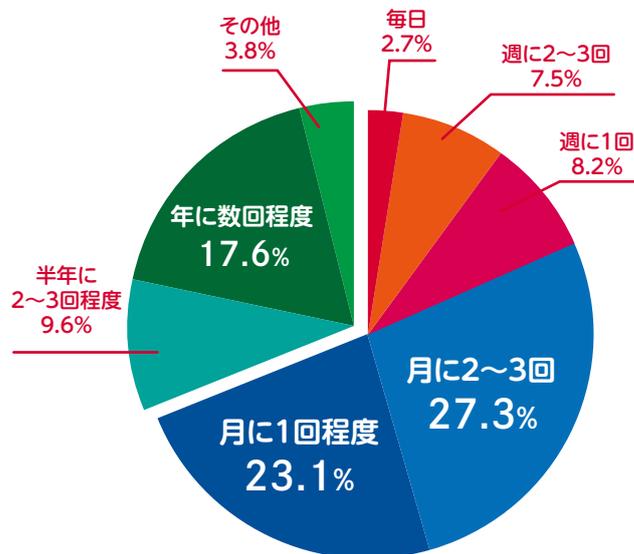


3 全国くまなく展開が可能



4 高い来局頻度

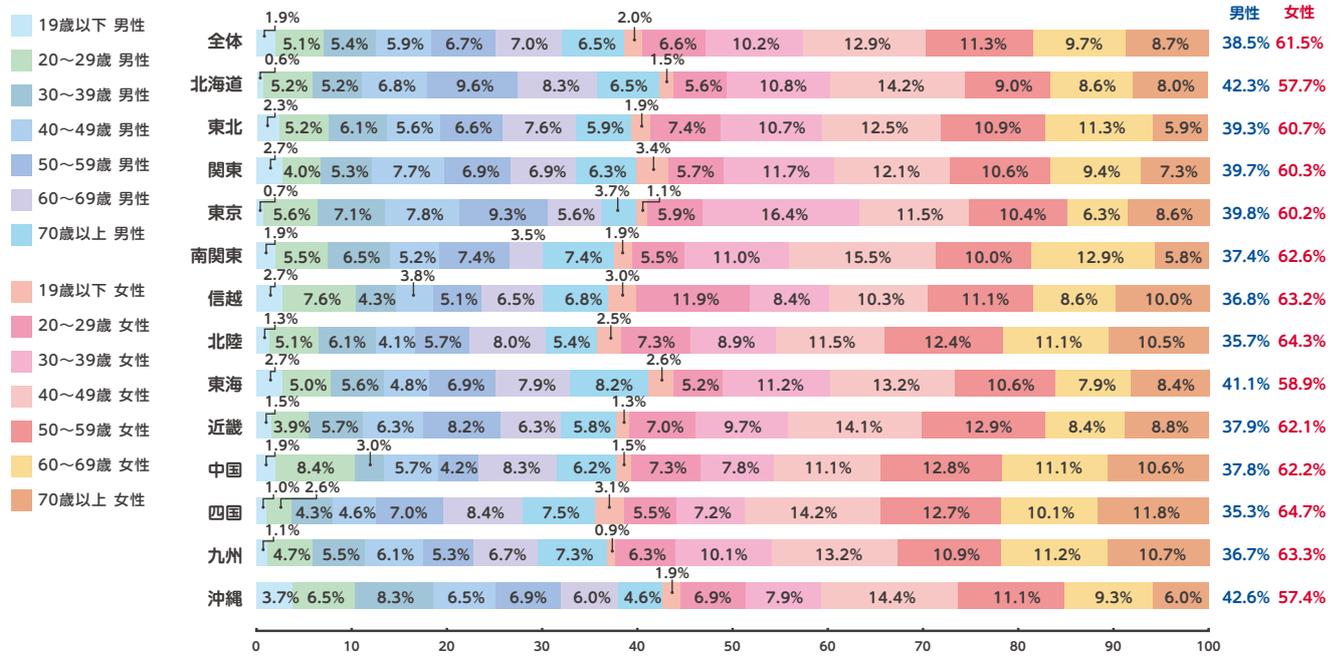
約7割が
月に1回以上の頻度で来局



郵便局にいらしたお客さまには、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。

エリア別性年代

郵便局にいらっしゃるお客様の約60%が女性です。全エリアを比較しても女性が多く来局しています。



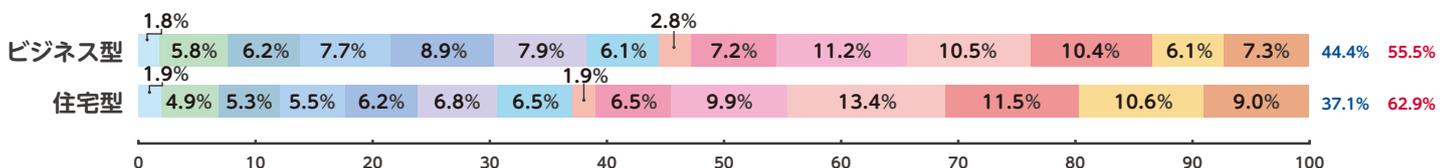
区分別性年代

大規模局ほど男性の割合が増加、小規模局になるほど女性の割合が高く、かつ年齢層も高くなる傾向があります。



ビジネス街にある郵便局(以下「ビジネス型」)/住宅街にある郵便局(以下「住宅型」)別性年代

男性割合はビジネス型で住宅型より高くなります。



DATABOOK

来局者の特性

2019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:70局
- ◆調査方法:郵便局での対面聞き取り調査
- ◆回収件数:7,127人(男性2,747 女性4,380)
- ◆調査期間:2019年3月4日(月)~3月14日(木)

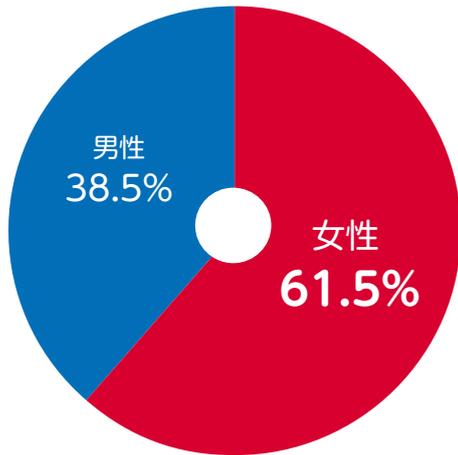


来局者の約62%が女性です。

幅広い年齢層が来局していますが、特に40代以上の方が多く来局しています。

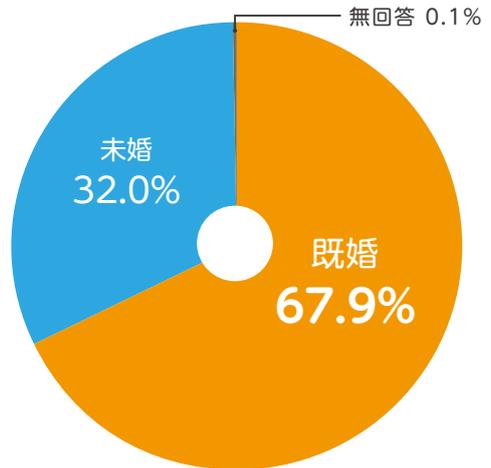
男女比

来局者の61.5%が女性。



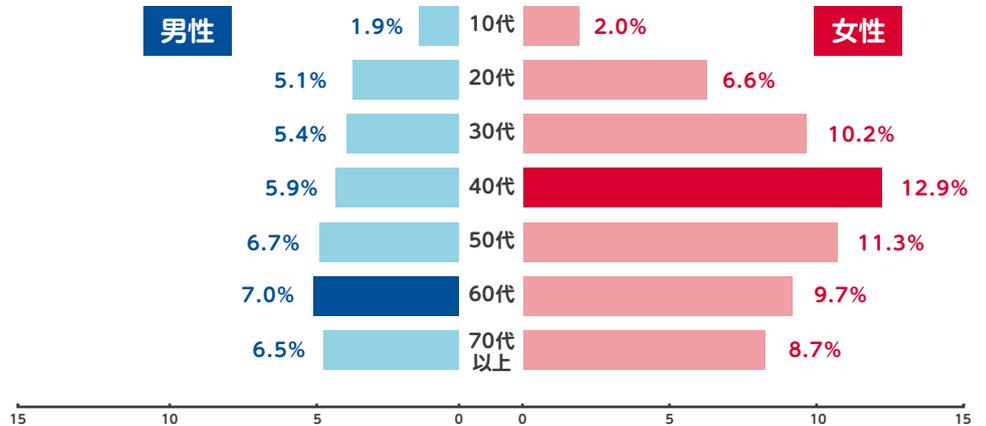
既婚・未婚

来局者の67.9%が既婚者。



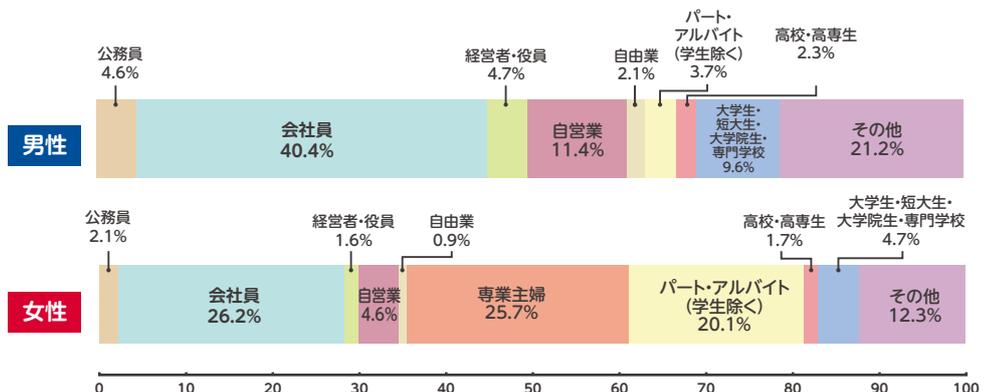
性別×年代構成

男性は50代、60代が多く、女性には40代が最も多い。



性別×職業

男性女性ともに「会社員」が一番多く、男性は40.4%、女性は26.2%となっている。

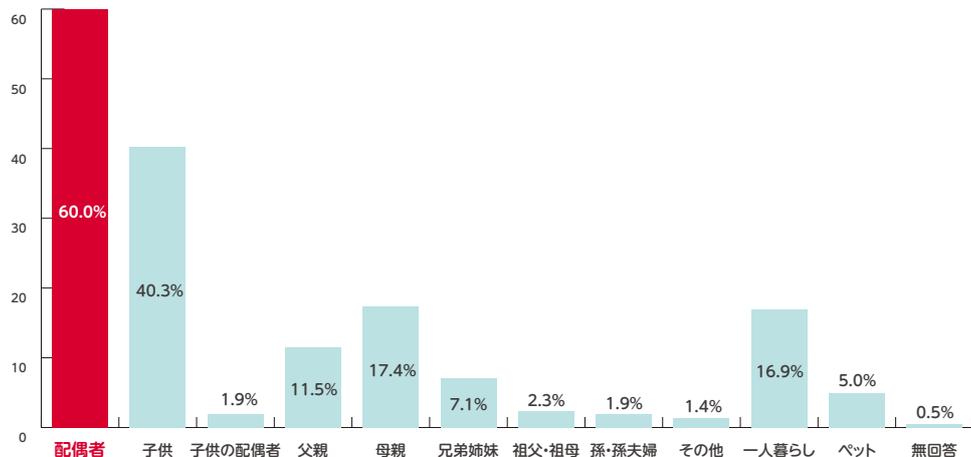


来局者は「配偶者」「子供」と同居するご家族が多く、
一戸建てにお住まいの方が多いです。

同居家族

(複数回答)

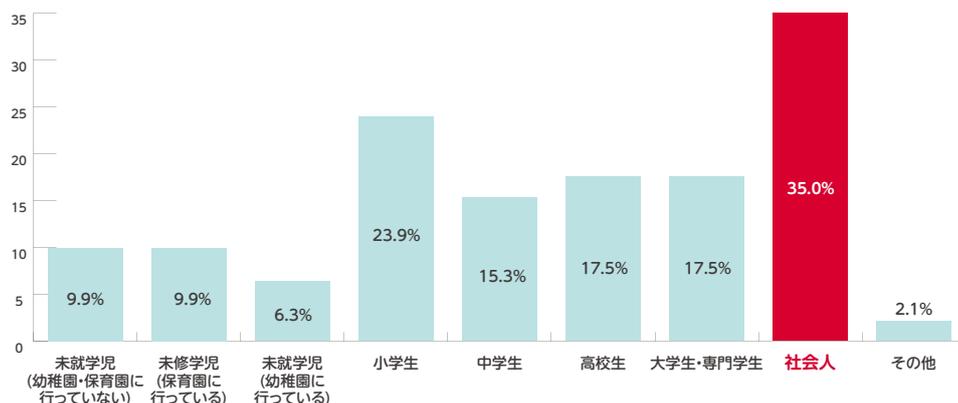
「配偶者」が60.0%と最も高く、次いで「子供」が40.3%。



子供・孫の就学状況

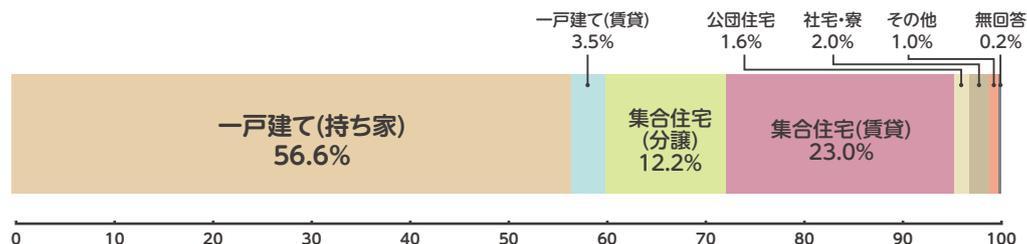
(複数回答)

来局者のお子さま・お孫さまは、「社会人」が35.0%と最も多く、次いで「小学生」が23.9%、「高校生」「大学生・専門学生」が17.5%。



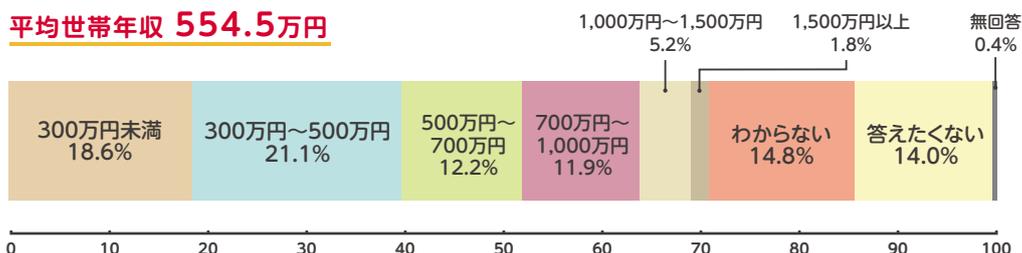
住居形態

「一戸建て(持ち家)」の割合が56.6%と最も高い。



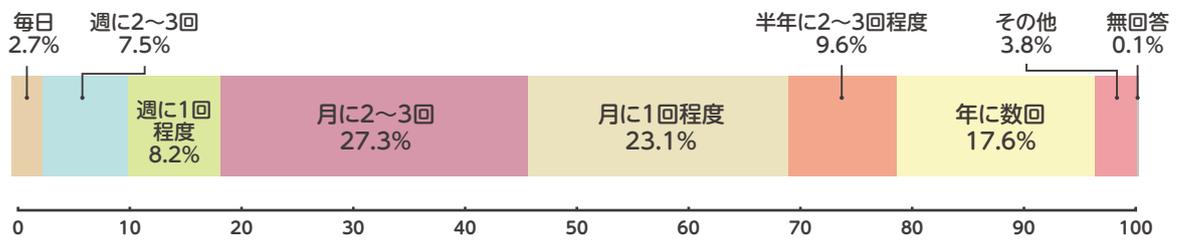
世帯年収

300万円～500万円未満が21.1%。
300万円未満が18.6%。



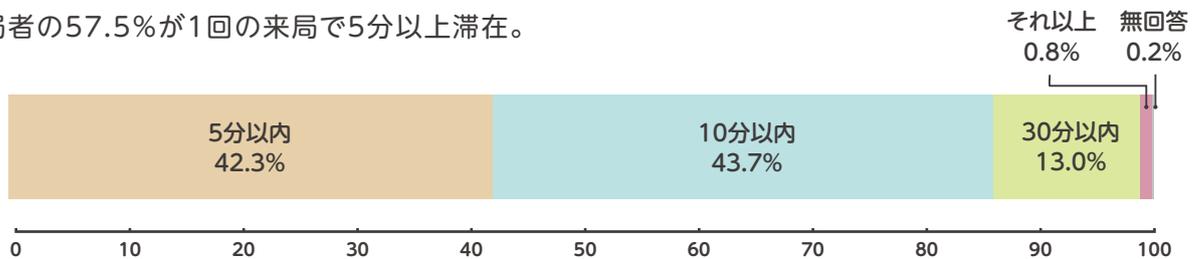
来局者の約69%が月に1回以上の頻度で来局しています。
郵便局では、来局者の約58%が5分以上滞在しています。

来局頻度 「月に2~3回」が27.3%、「月に1回程度」が23.1%。



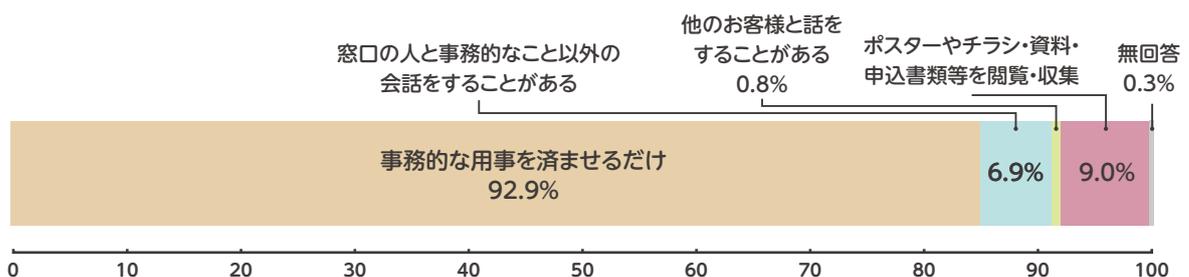
滞在時間 平均滞在時間 7分

来局者の57.5%が1回の来局で5分以上滞在。



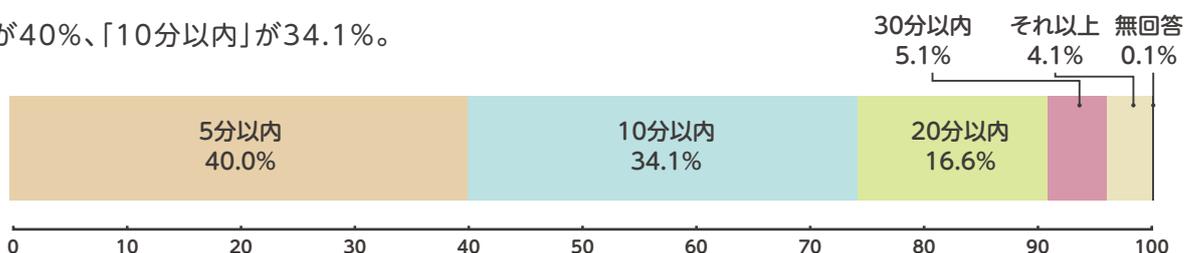
郵便局での過ごし方

約9%のお客さまがポスターやチラシ・資料・申込書類等を閲覧・収集して過ごされている。



郵便局までの所要時間 平均所要時間 8.8分

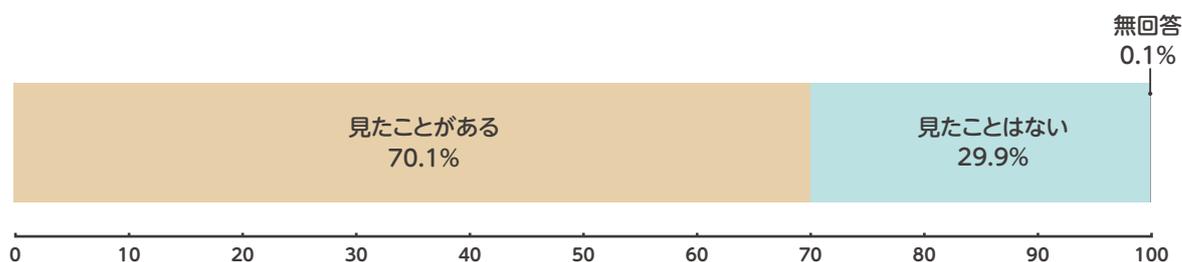
「5分以内」が40%、「10分以内」が34.1%。



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、約43%の方がチラシ・パンフレットをお持ち帰りになった経験があります。

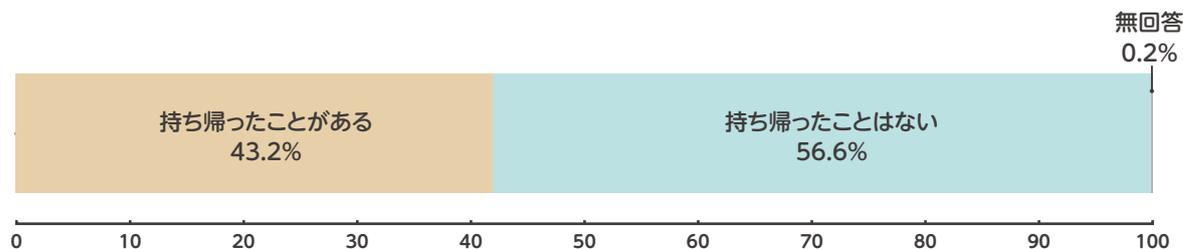
局内のポスター類の閲覧経験

郵便局内にあるポスターやチラシ・パンフレット「見たことがある」が70.1%。



局内のチラシ・パンフレットの持ち帰り経験

郵便局内にあるチラシ・パンフレットを、43.2%の方が持ち帰った経験がある。

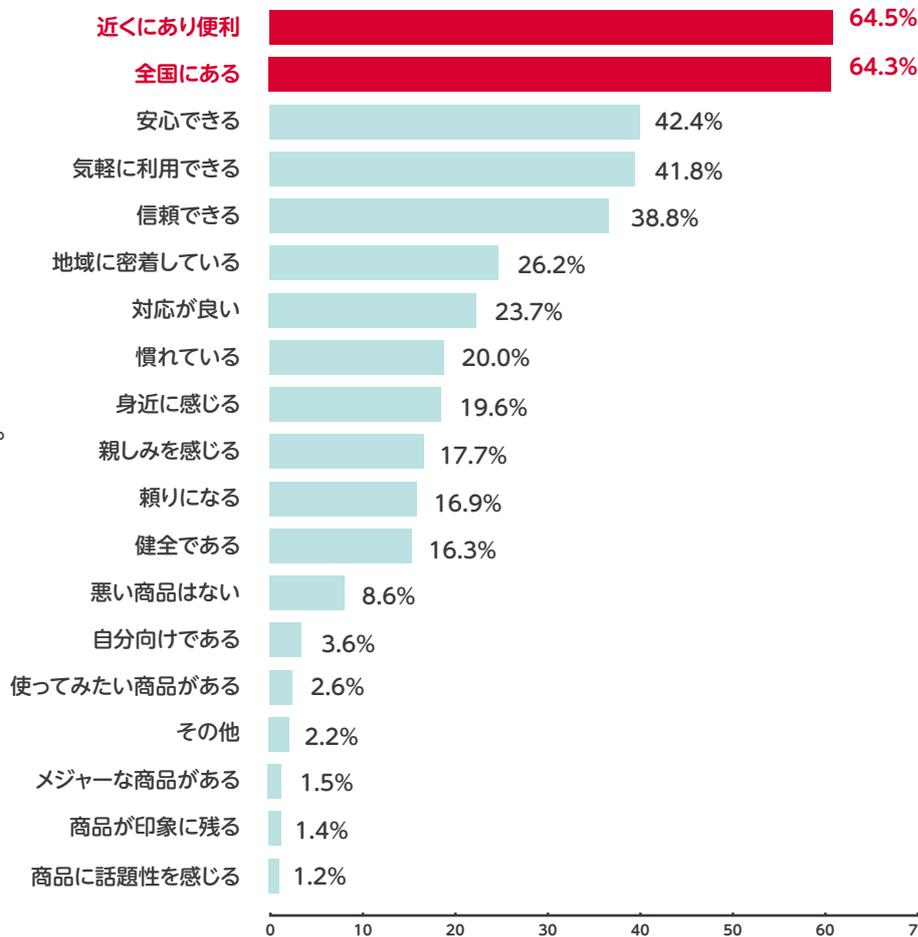


来局者は、郵便局や郵便局で取り扱う商品に対して「近くにあり便利」「全国にある」「安心できる」「気軽に利用できる」といった、ポジティブなイメージを持っています。

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64.5%
 ともっとも高く、次いで
 「全国にある」が64.3%
 「安心できる」が42.4%
 「気軽に利用できる」が41.8%。

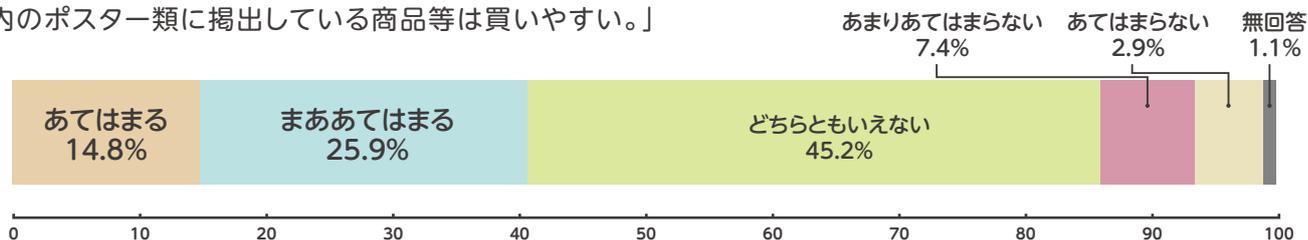


信頼感・買いやすさ

「局内のポスター類に掲出している商品等は信頼感が増す。」



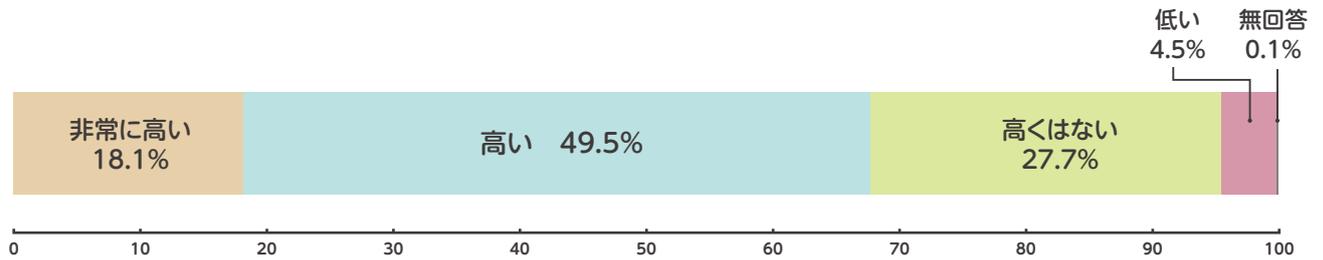
「局内のポスター類に掲出している商品等は買いやすい。」



来局者は、健康意識が「非常に高い」「高い」が約68%を占めており、特に「食生活に気をつけている」「定期的に運動している」といった方が多く見られます。

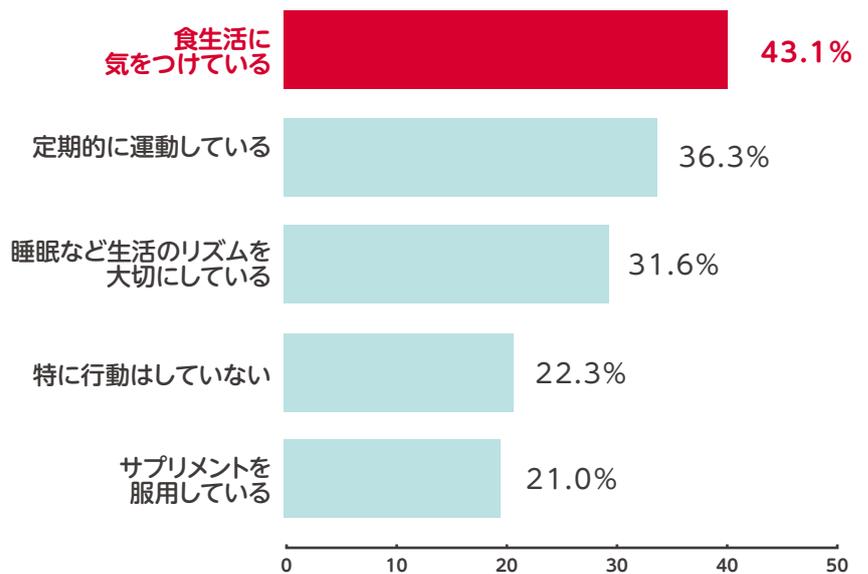
来局者の健康意識

健康意識は、約67.6%の来局者が「高い」と回答しています。



来局者の健康に対する行動

健康に対する行動として、「食生活に気をつけている」が43.1%、次いで「定期的に運動している」が36.3%。



来局者の約58%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「日用・生活雑貨」
などを購入しています。

通信販売利用の有無

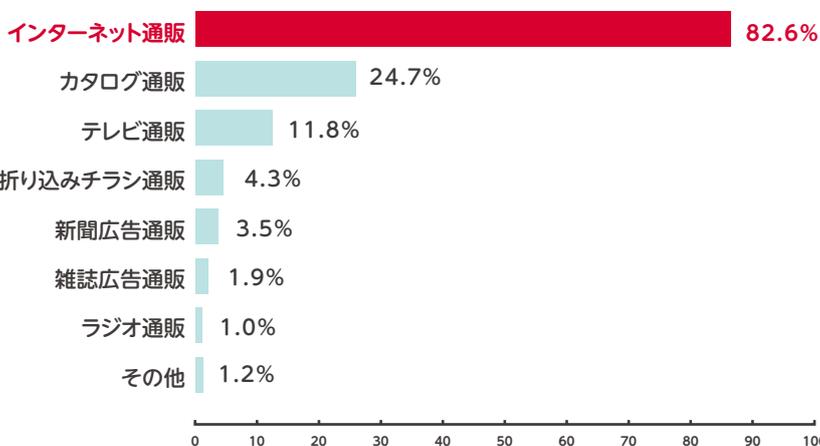
57.5%の方が通信販売を利用。



利用する通信販売の種類

(複数回答)

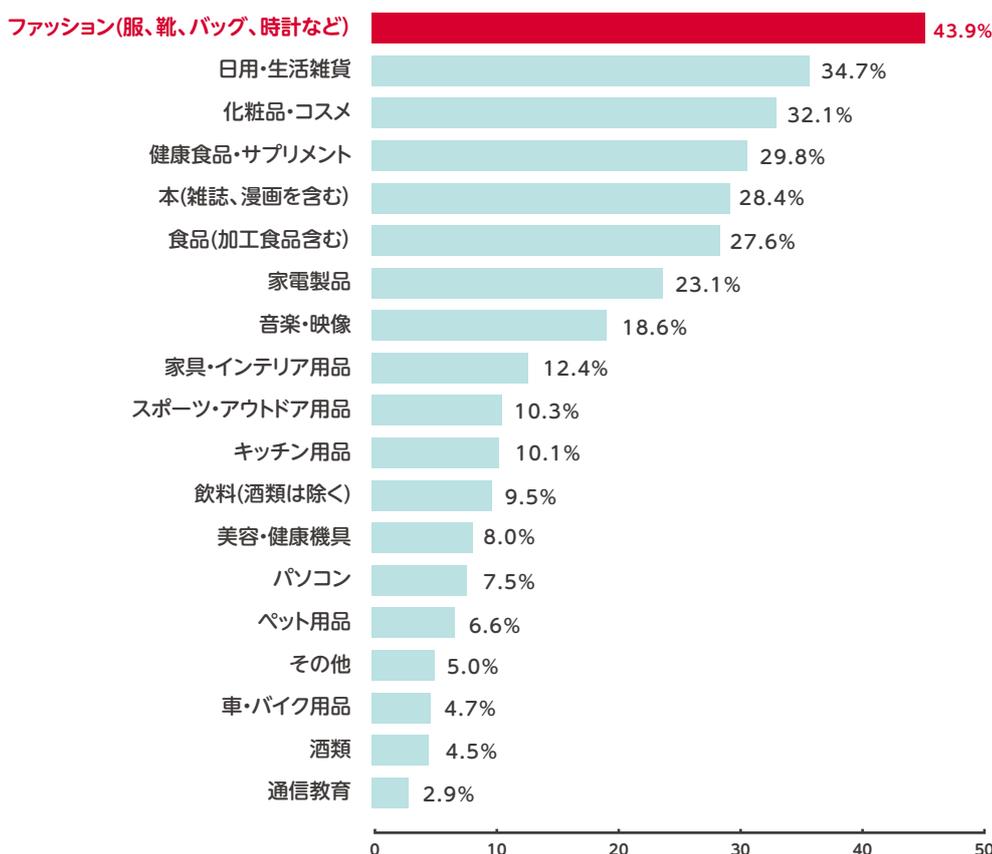
利用媒体は「インターネット通販」が82.6%と最も高く、次いで「カタログ通販」が24.7%。



通信販売の利用ジャンル

(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43.9%と最も高く、次いで「日用・生活雑貨」が34.7%。



来局者の約15%が住替えや転居を検討しています。
可処分所得は約55%が外食に使っています。

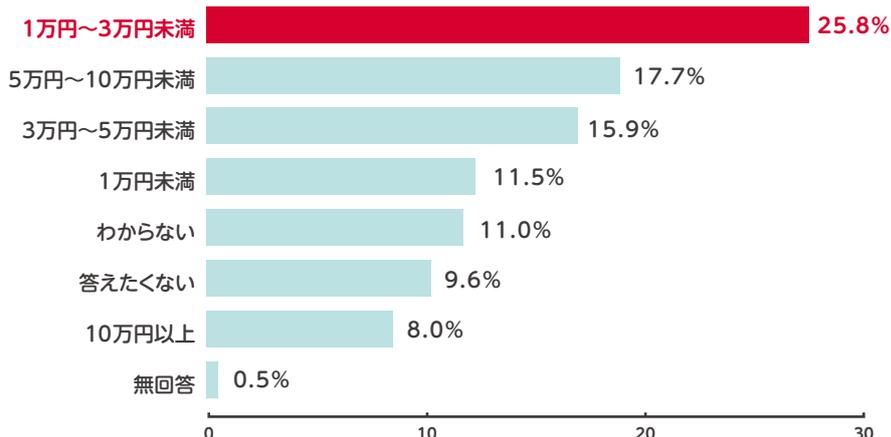
来局者の住替え・転居の検討有無

来局者の14.8%が住替えや転居を検討。



可処分所得額 (自由にできるお金・小遣い)

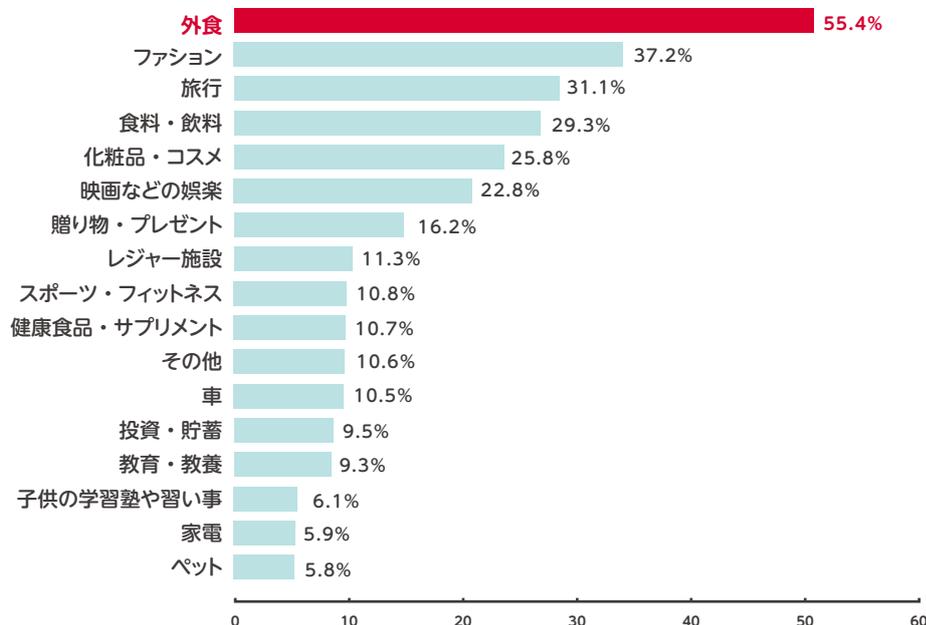
「1万円～3万円未満」が25.8%と最も高く、次いで「5万円～10万円未満」が17.7%。



可処分所得の 使い方

(複数回答)

外食が55.4%と最も多く、ファッションが37.2%と次いで多い。



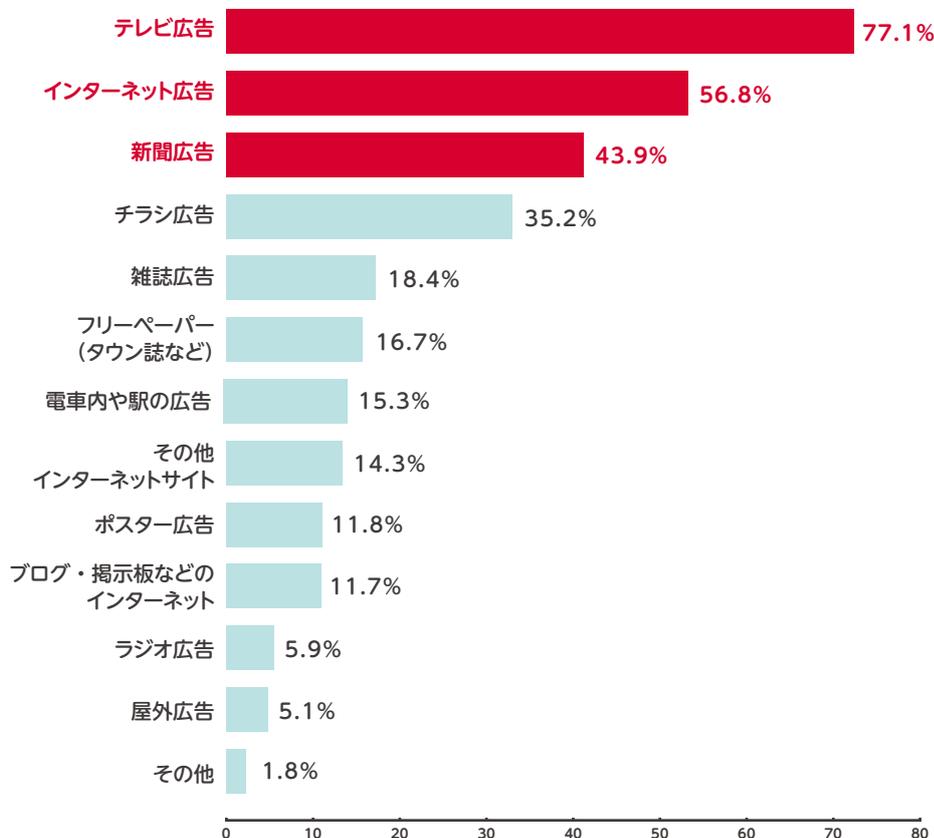
※小数点以下第二位を四捨五入しているため、合計が100にならない場合があります。

来局者は、普段の生活の中で「テレビ広告」「インターネット広告」「新聞広告」によく接しています。
また、来局者のほとんどがメールやLINEを利用しています。

来局者が普段接触しているメディア

(複数回答)

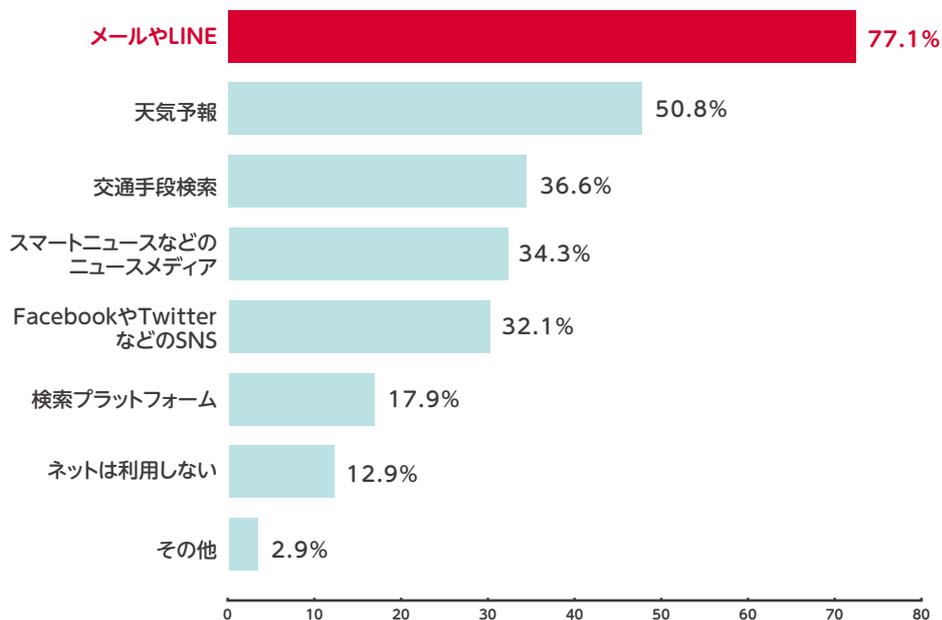
「テレビ広告が」77.1%と最も高く、次いで「インターネット広告」が56.8%、「新聞広告」が43.9%。



来局者が利用しているネットメディア

(複数回答)

利用しているメディアで最も多いものが、「メールやLINE」で77.1%。次いで「天気予報」が50.8%。



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

WEBサイト <https://www.jp-comm.jp/>

 JPコミュニケーションズ

〒107-8797 東京都港区赤坂1-14-14 第35興和ビル4階

 JPコミュニケーションズ