

「これからのチラシ戦略を考える」

～多様化する消費者接点におけるアプローチ方法について～

2023年10月24日

城北宣伝株式会社

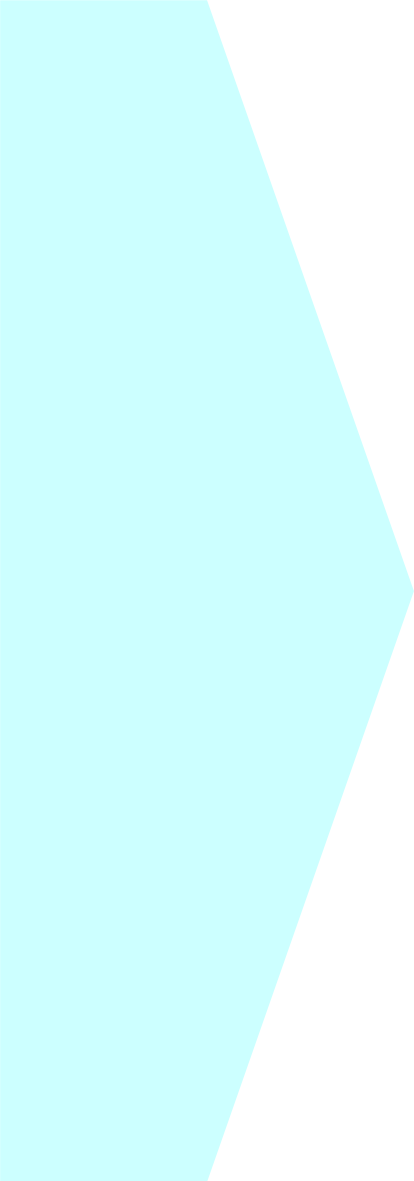
上原 美宏



お客さま（消費者）の声でお店を変える。
エリア情報で売上をアップをさせる。
エリアと生活者を知っている広告会社、
クライアント様とともに50年。

設立	1971年5月1日
資本金	1億円
代表者	代表取締役社長 竹内 俊文
従業員数	86名（グループ計129名）
決算期	年1回3月
年商	第52期（2022年度）135億円
本社	〒531-0076 大阪府大阪市北区大淀中1丁目6番2号
営業所	東京営業所 〒108-0023 東京都港区芝浦3丁目12番6号 国際芝浦ビル3階 名古屋営業所 〒453-0015 愛知県名古屋市中村区椿町17番16号 丸元ビル503号 福岡営業所 〒812-0016 福岡市博多区博多駅南1丁目7-22 ブックローン福岡ビル5階

1. 市場の動向
2. 商圈分析
3. 事例 — 【折込チラシ】 × 【紙メディア】
4. 事例 — 【折込チラシ】 × 【デジタル】
5. 事例 — 【折込チラシ】 × 【売場】
6. 事例 — 折込チラシの紙面改善
7. 事例 — その他 折込チラシの活用術



1. 市場の動向

■ 人々は「チラシ」の情報を探しにっています

過去1年間の「チラシ」関連検索数は1,200万件超

※Yahoo!JAPAN での検索

順位	検索キーワード	検索ボリューム	性別割合(%) (男性/女性)	年代別割合(%) (10代以下/20代...70代以上)
1	ユニクロ チラシ	688,000 人	38 62	23 13 23 24 21 14
2	しまむら チラシ	479,000 人	19 81	3 6 23 27 21 13 7
3	業務スーパー チラシ	246,000 人	27 73	2 8 19 26 23 13 9
4	ロピア チラシ	230,000 人	27 73	2 4 17 31 26 13 7
5	ヤマダ電機 チラシ	220,000 人	45 55	2 4 17 25 24 16 12
6	ドンキホーテチラシ	194,000 人	39 61	2 4 14 29 27 15 9
7	ライフ チラシ	182,000 人	29 71	2 4 10 22 27 20 15
8	トライアル チラシ	176,000 人	32 68	2 5 17 27 25 15 9

「チラシ」は**集客のきっかけ**となるメディア

約半数が「チラシが来店のきっかけとなった」と回答

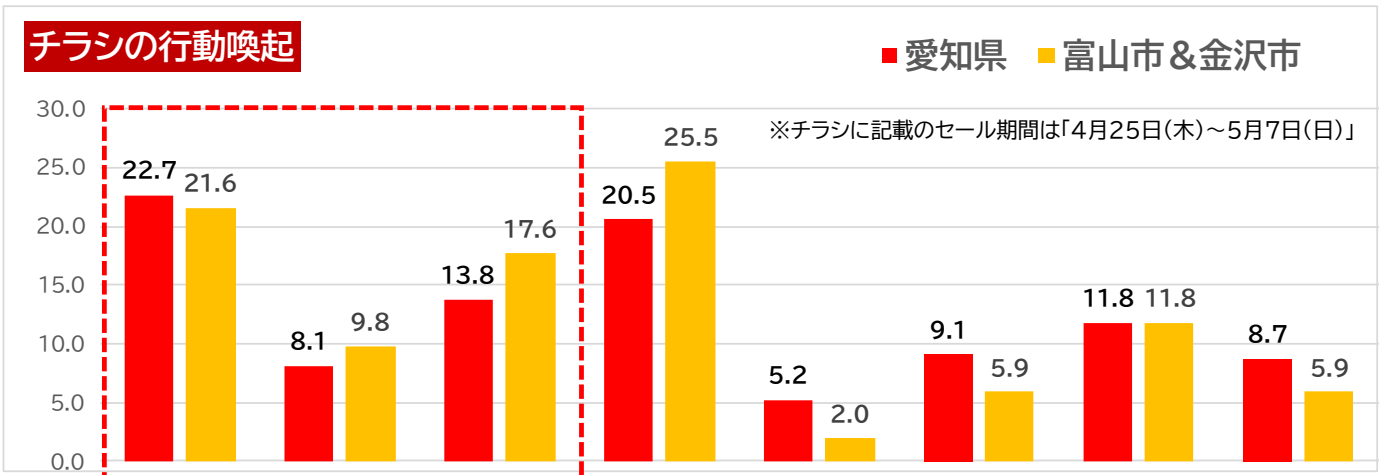
※総合スーパーでの調査

質問「チラシを見て行動に影響したか」



回答「お店に行った」「行く予定にしている」

愛知県は**44.6%**
富山市&金沢市は**49.0%**



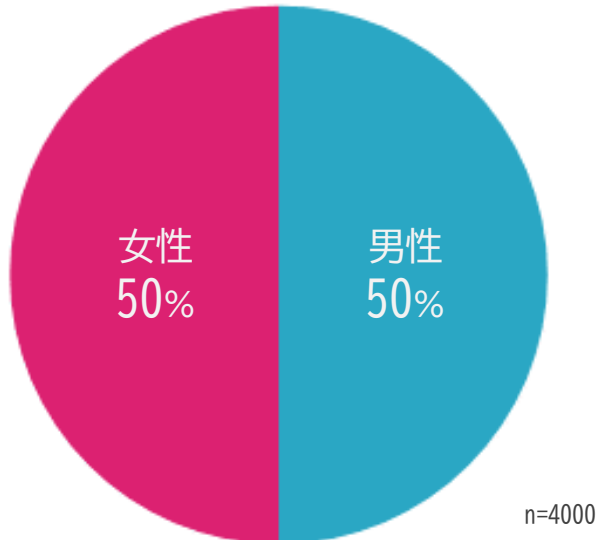
		n	予定していたが、チラシを見たのでお店に行った	行こうか迷っていたが、チラシを見たことでお店に行った	まだ、行っていないが、5/7(日)までに行く予定にしている	あらかじめ行くつもりだったのでお店に行った(チラシが買い物の参考になった)	あらかじめ行くつもりだったのでお店に行った(チラシは買い物の参考にならなかった)	買い物の参考になったが、都合があり、今回はお店に行けない	買い物の参考にはなかった	特に興味が湧かなかった
地域	愛知県	516	22.7	8.1	13.8	20.5	5.2	9.1	11.8	8.7
	富山市&金沢市	51	21.6	9.8	17.6	25.5	2.0	5.9	11.8	5.9

◆ 弊社独自で媒体接触調査を実施しました

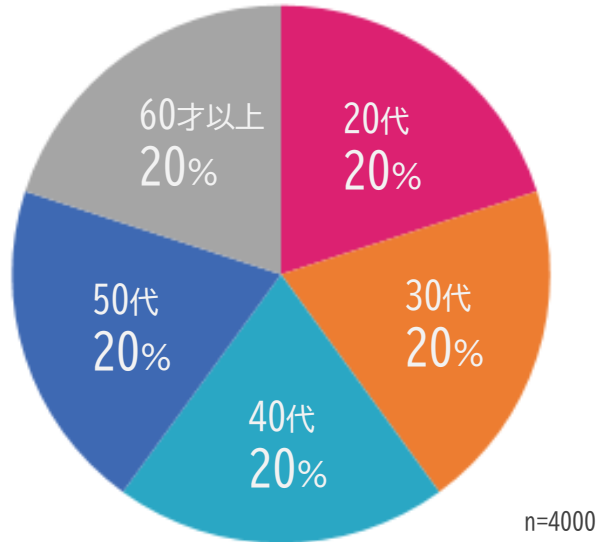
調査概要

本調査は、2022年7月、関東・東海・関西・福岡在住の20才以上の男女4,000人（一部設問2,000人）にWEB調査で実施しました。

性別



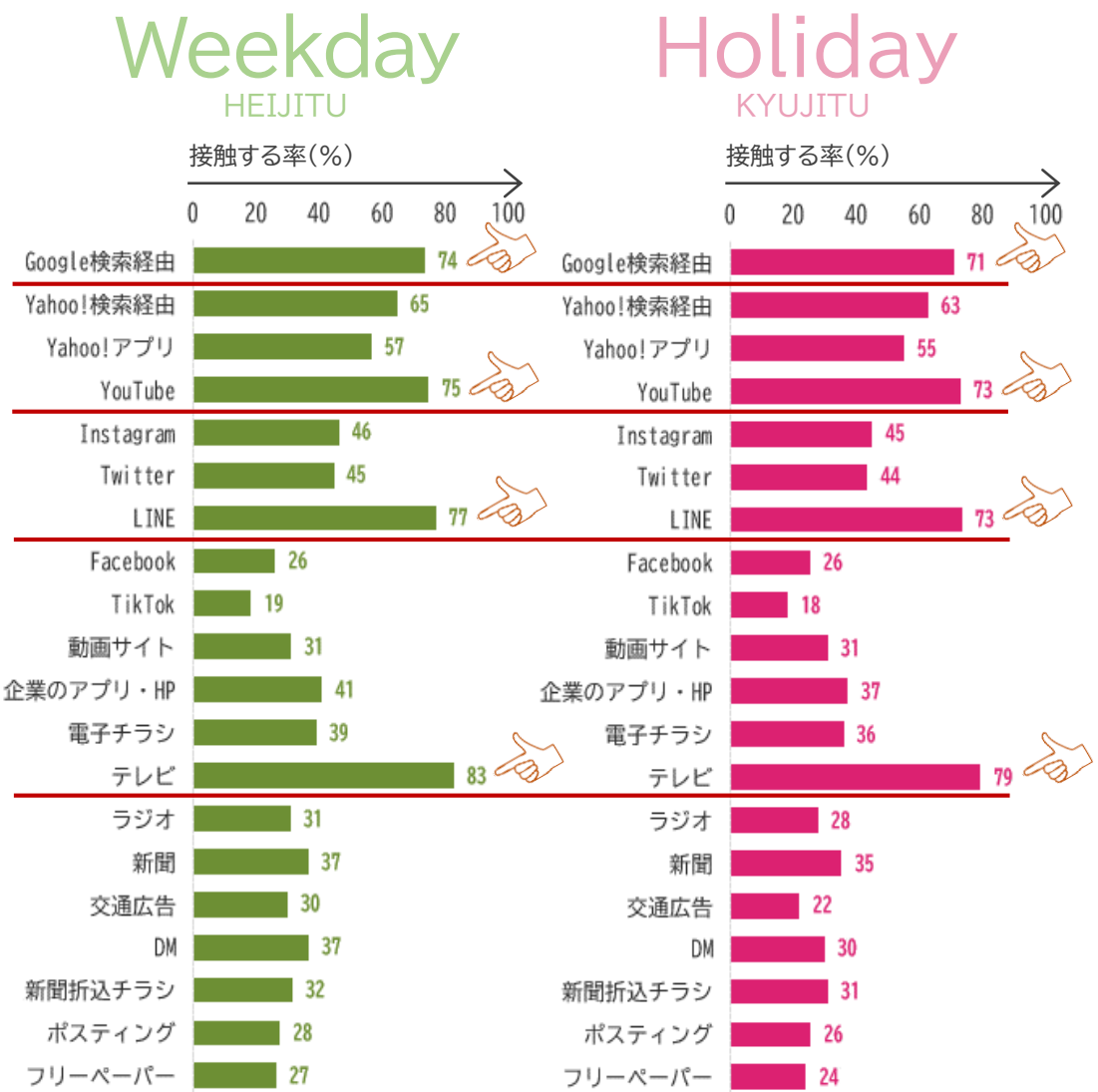
年代



多種多様なメディアに接触

⇒ メディアミックスが必須な時代に

接触する割合



n=4000
8

デジタルメディアの台頭・年代差

ターゲットを意識したメディアミックスに

	Google検索経由	Yahoo!検索経由	Yahoo!アプリ	YouTube	Instagram	Twitter	LINE	Facebook	TikTok	動画サイト	企業のアプリ・モ	電子チラシ	テレビ	ラジオ	新聞	交通広告	DM	新聞折込チラシ	ポスティング	フリーペーパー	n
男性	76%	67%	58%	77%	39%	44%	72%	30%	20%	32%	43%	39%	81%	37%	43%	32%	32%	33%	25%	23%	2,000
20代	73%	53%	46%	83%	58%	66%	81%	28%	34%	38%	43%	33%	68%	32%	29%	36%	28%	26%	24%	24%	400
30代	76%	66%	56%	84%	48%	52%	82%	36%	27%	37%	43%	38%	75%	33%	32%	34%	30%	25%	28%	26%	400
40代	77%	66%	58%	82%	37%	46%	67%	30%	17%	31%	43%	37%	81%	39%	42%	30%	29%	30%	23%	21%	400
50代	81%	76%	64%	74%	28%	35%	64%	28%	12%	29%	45%	47%	90%	40%	53%	32%	36%	41%	23%	23%	400
60代以上	72%	73%	68%	64%	25%	23%	64%	29%	11%	25%	42%	43%	90%	41%	58%	30%	38%	45%	28%	24%	400
女性	72%	63%	55%	72%	54%	45%	82%	22%	17%	30%	39%	39%	85%	25%	31%	28%	41%	30%	30%	30%	2,000
20代	77%	46%	39%	84%	84%	72%	91%	18%	36%	38%	36%	24%	79%	21%	15%	34%	26%	16%	19%	19%	400
30代	72%	58%	46%	74%	72%	56%	86%	30%	18%	32%	42%	37%	83%	23%	17%	23%	34%	19%	26%	25%	400
40代	72%	71%	58%	70%	44%	36%	75%	24%	14%	27%	42%	44%	84%	25%	29%	30%	45%	30%	34%	34%	400
50代	72%	71%	66%	72%	40%	35%	78%	20%	10%	26%	39%	46%	88%	28%	43%	27%	49%	40%	34%	33%	400
60代以上	66%	69%	66%	63%	29%	27%	80%	20%	8%	30%	36%	46%	91%	29%	49%	26%	53%	46%	39%	37%	400
総計	74%	65%	57%	75%	46%	45%	77%	26%	19%	31%	41%	39%	83%	31%	37%	30%	37%	32%	28%	27%	4,000

紙媒体（折込広告など）



×

電子媒体（Youtubeなど）



が最適な組み合わせ？

各媒体の折込チラシとの併用ランキング

※見方）新聞の接触者（100%）のうち、76.5%が折込チラシにも接触

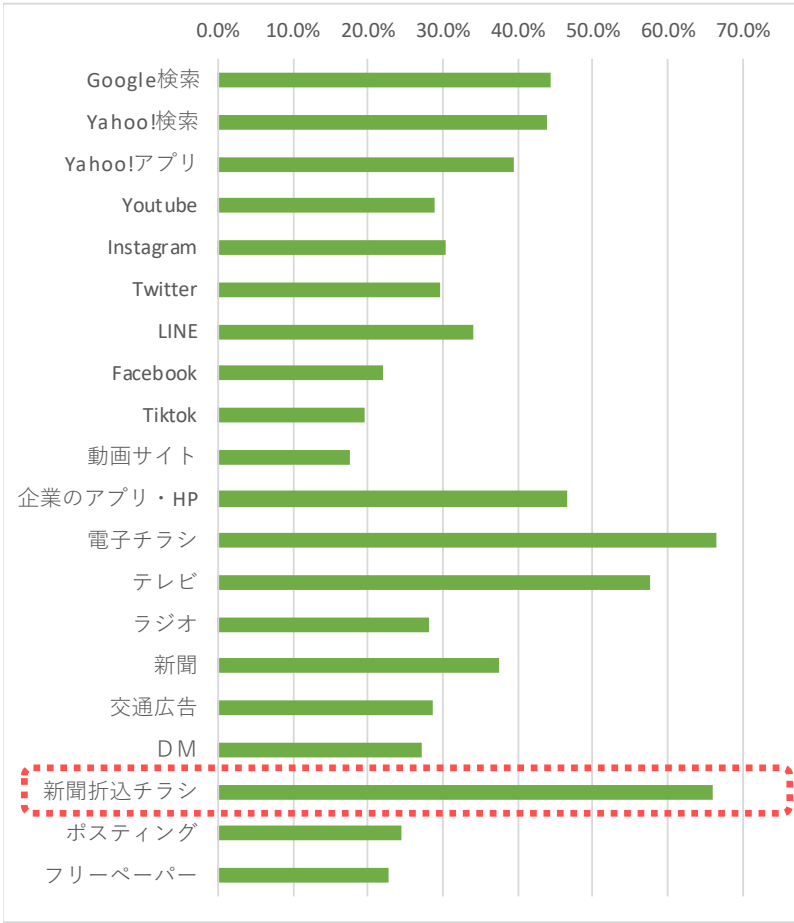
媒体	全体	20代	30代	40代	50以上
新聞折込チラシ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
新聞	76.5%	80.0%	72.5%	74.0%	77.6%
ポスティング	66.8%	74.7%	60.4%	61.5%	69.1%
フリーペーパー	66.7%	78.0%	61.2%	62.3%	66.9%
DM	62.5%	66.3%	57.1%	57.4%	65.3%
交通広告	59.4%	53.8%	55.6%	57.8%	65.7%
ラジオ	55.0%	58.7%	51.8%	50.5%	56.8%
電子チラシ	49.2%	57.5%	43.6%	45.3%	50.8%
TikTok	48.1%	41.2%	47.2%	53.5%	56.4%
Facebook	46.4%	57.1%	37.3%	44.0%	48.7%
企業のアプリ・HP	45.3%	43.6%	39.0%	41.1%	51.6%
動画サイト	43.2%	41.1%	40.6%	39.3%	48.4%
Yahoo! アプリ	40.5%	39.1%	32.4%	35.4%	46.3%
Yahoo! 検索	38.5%	34.7%	29.6%	33.4%	46.1%
テレビ	36.6%	28.3%	26.9%	33.4%	45.6%
Twitter	34.4%	27.2%	29.2%	35.9%	46.3%
Google 検索	34.4%	26.1%	26.9%	32.4%	43.2%
Instagram	33.5%	25.1%	28.8%	35.9%	46.4%
LINE	32.6%	22.9%	24.5%	30.2%	44.3%
YouTube	32.5%	24.2%	24.6%	31.5%	42.6%

折込チラシとの併用率

sort

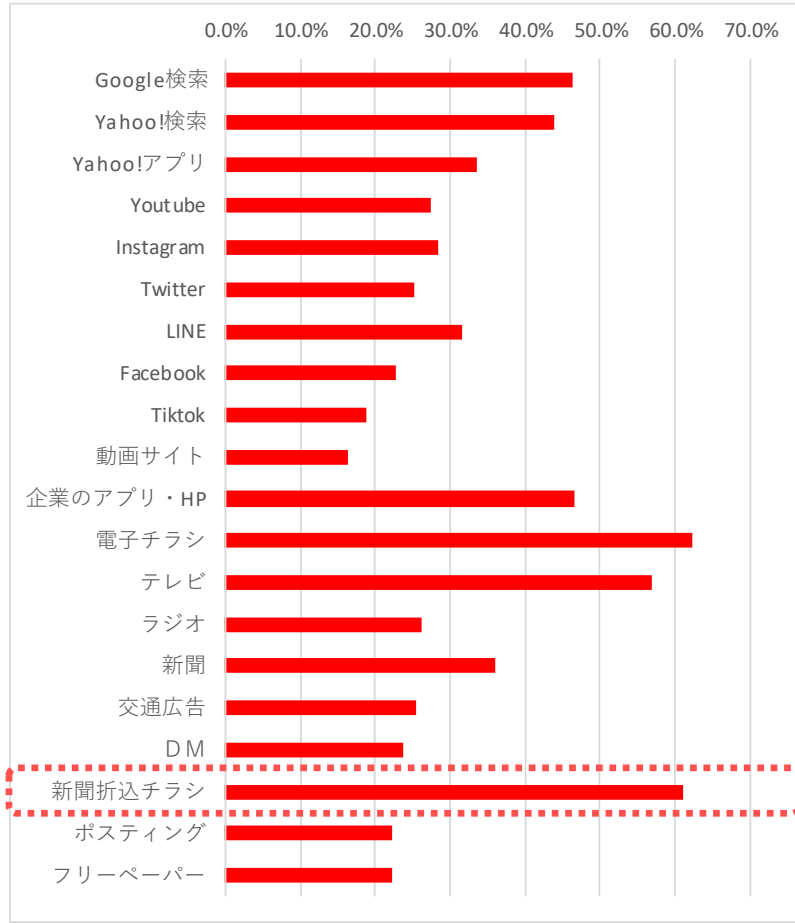
折込チラシは「行動喚起」に繋がるメディア

平日の行動喚起率「食料品店・日用品店」

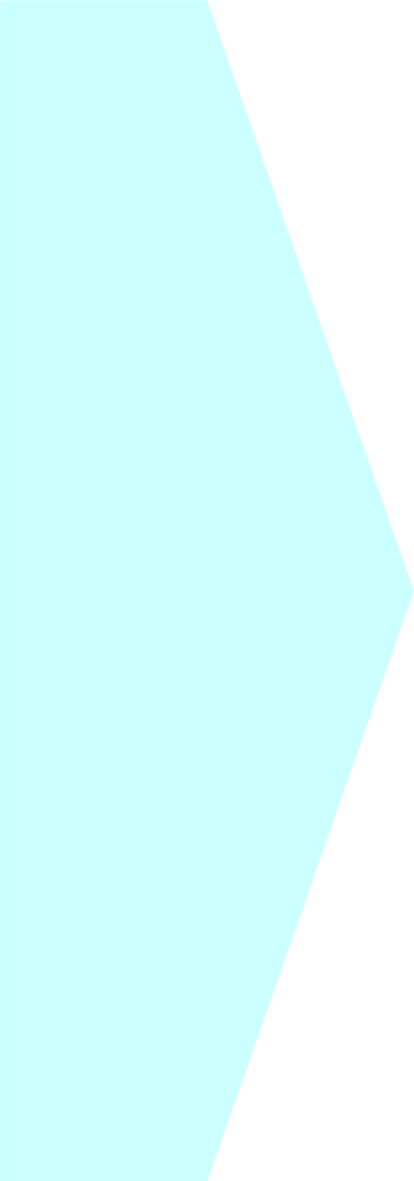


n=2000 * 購買・利用につながったことがない除く

休日の行動喚起率「食料品店・日用品店」



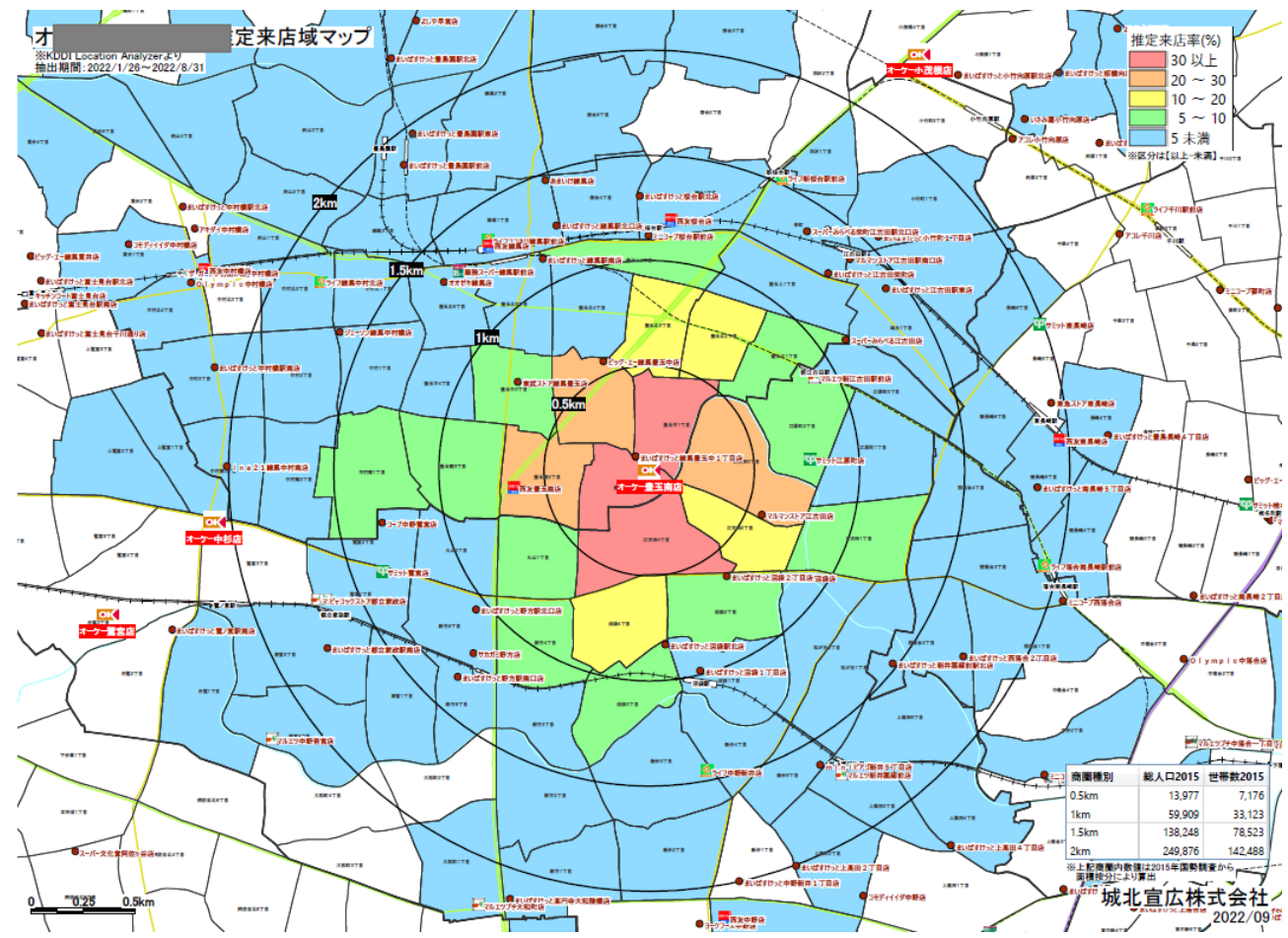
n=2000 * 購買・利用につながったことがない除く



2. 商圈分析

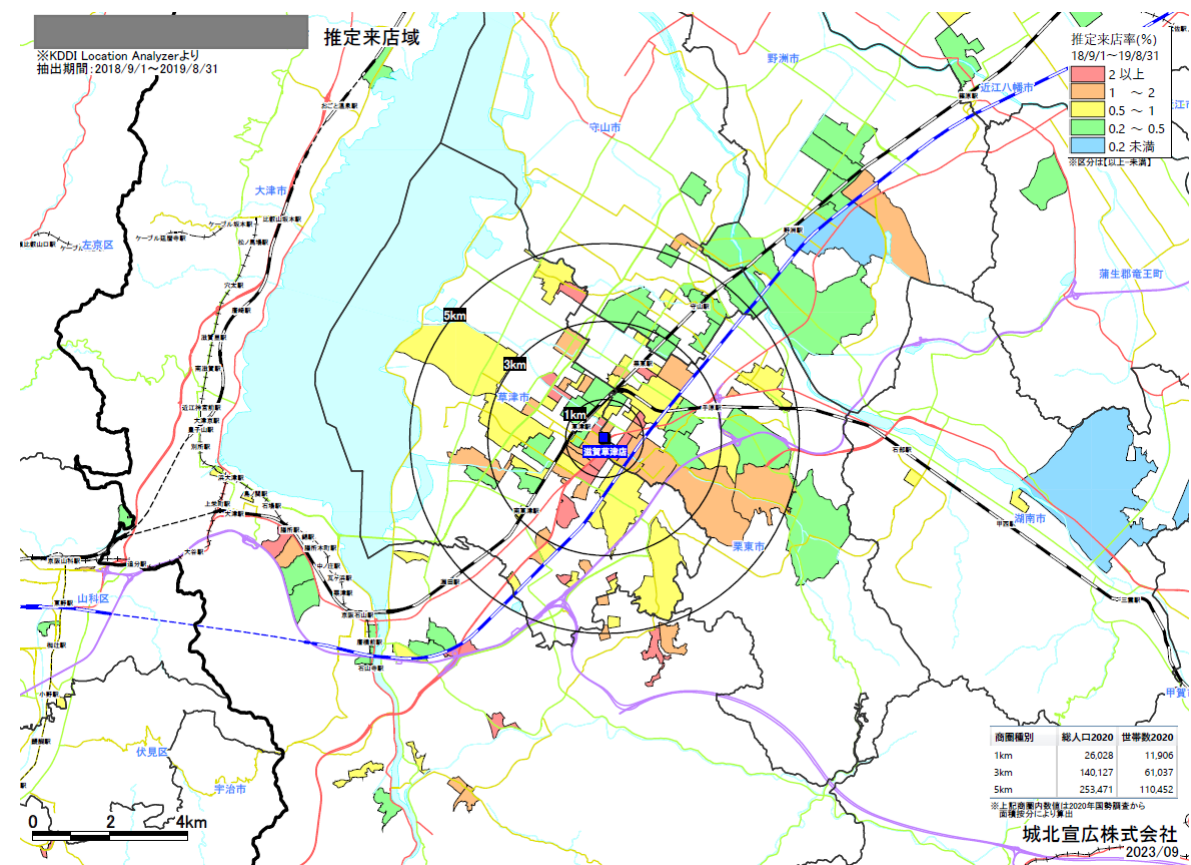
行動分析により消費者の属性を把握します

スマートフォンのGPS
データや統計データ
を用いて商圈や属性を分析。

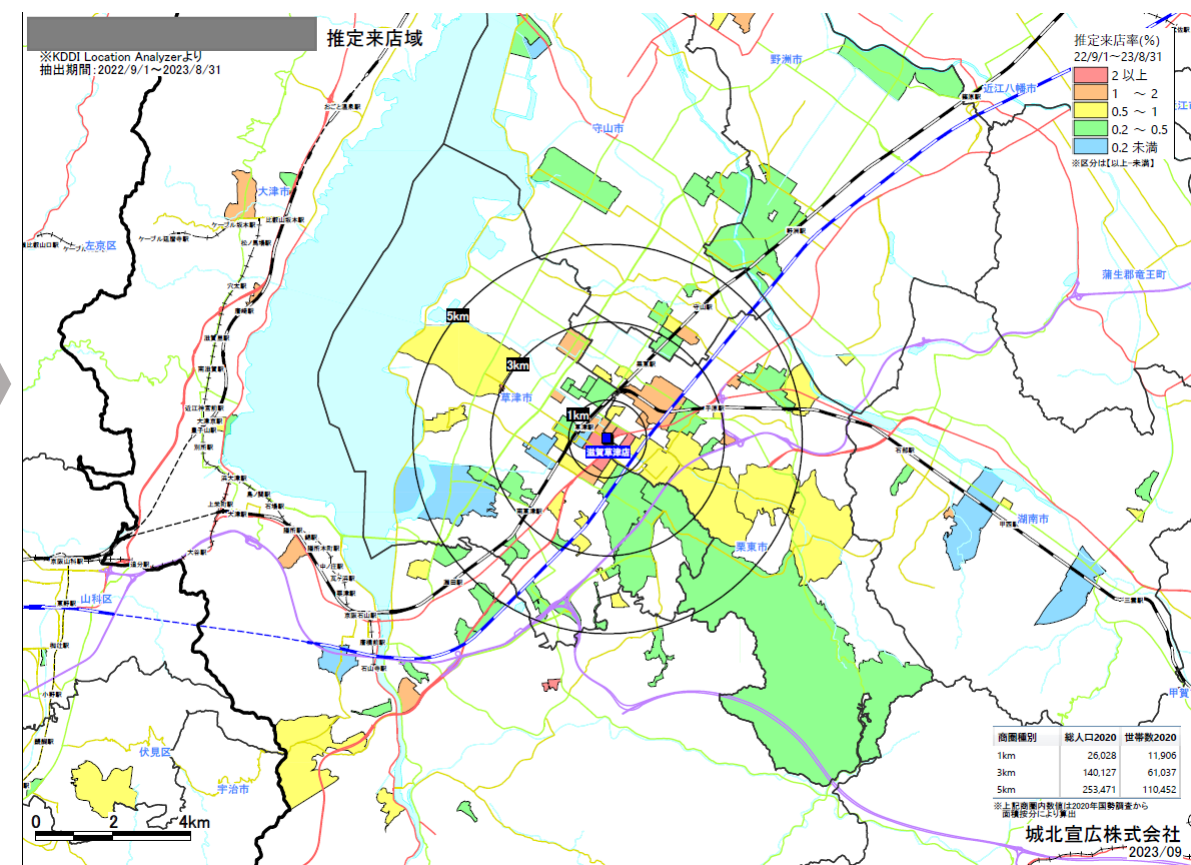


環境や情勢の変化により、商圈は変化します

推定商圈(コロナ前)

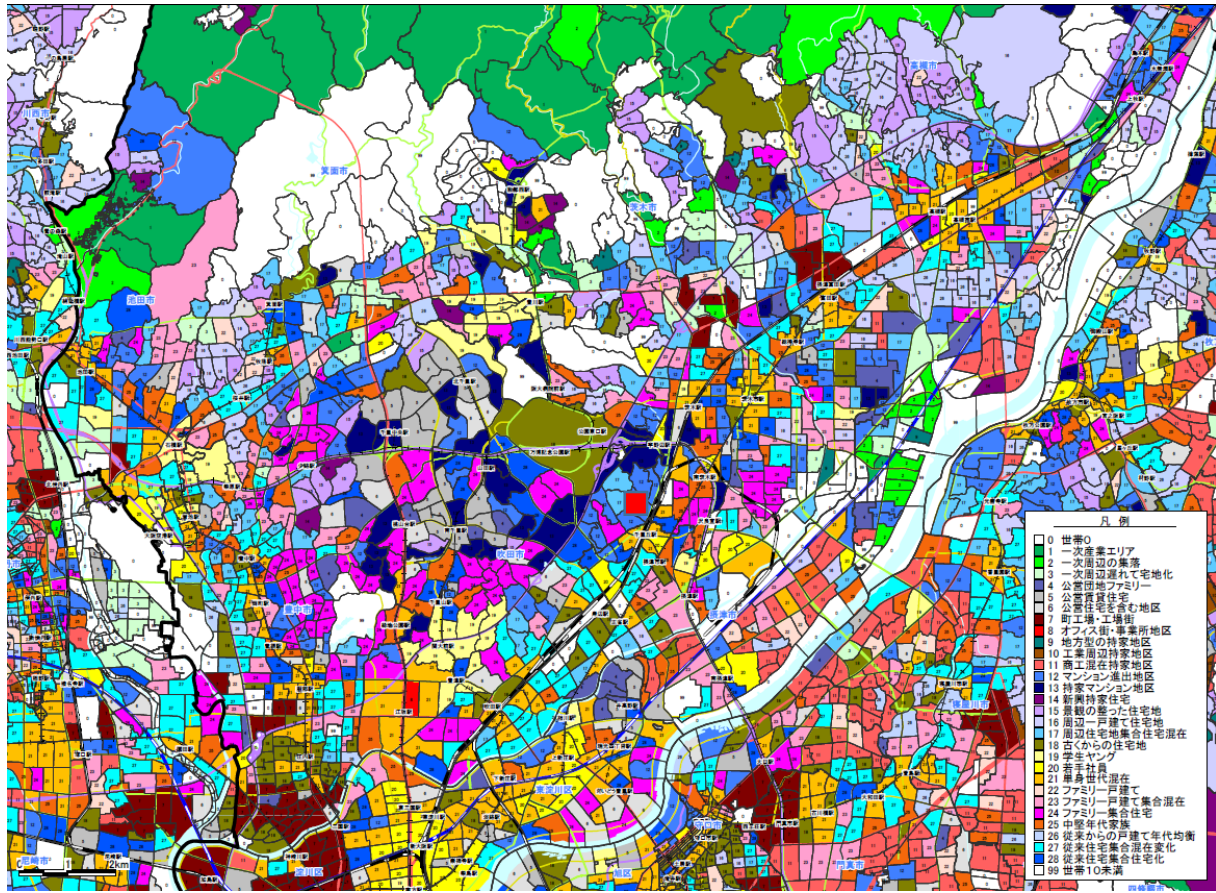


推定商圈(コロナ後)

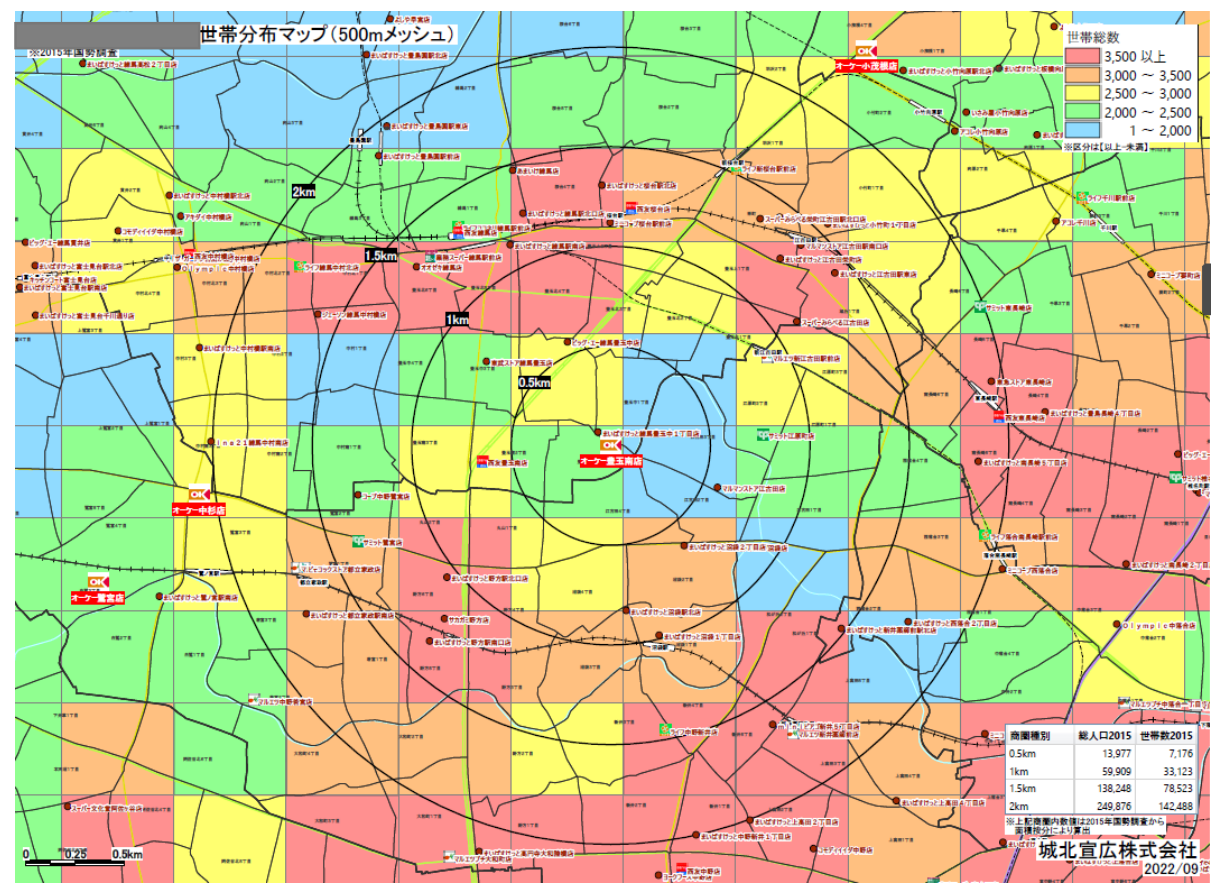


環境や属性が異なるため、地域ごとの分析が必要

▶ エリアコード分析例



▶ 世帯分布分析例

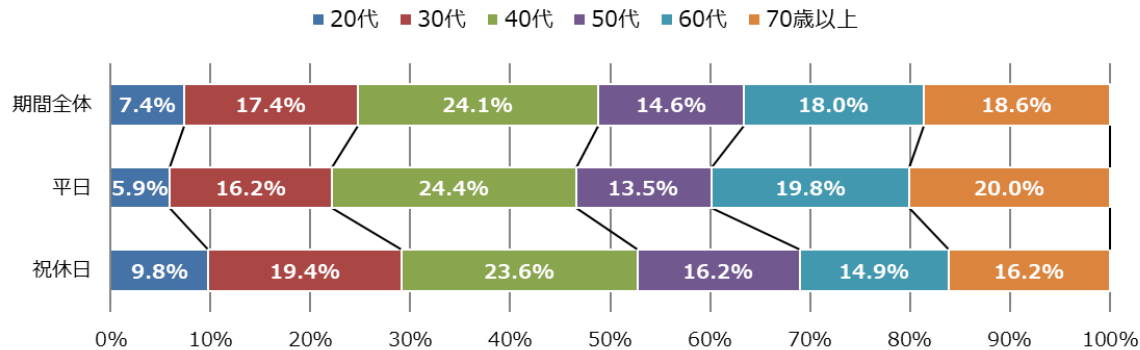


環境や属性が異なるため、地域ごとの分析が必要

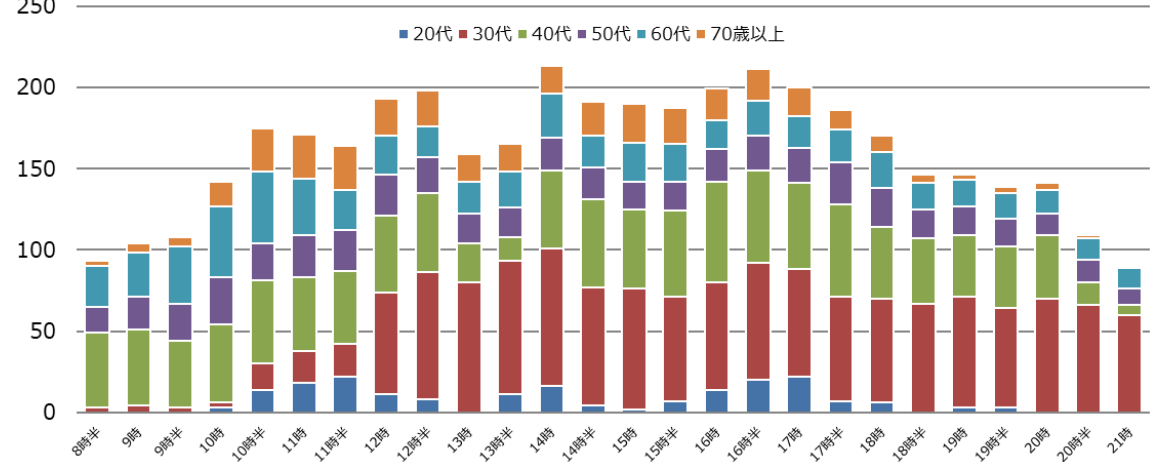
スマートフォンのGPS データ

から平日・休日、時間帯別の年代別構成を分析。

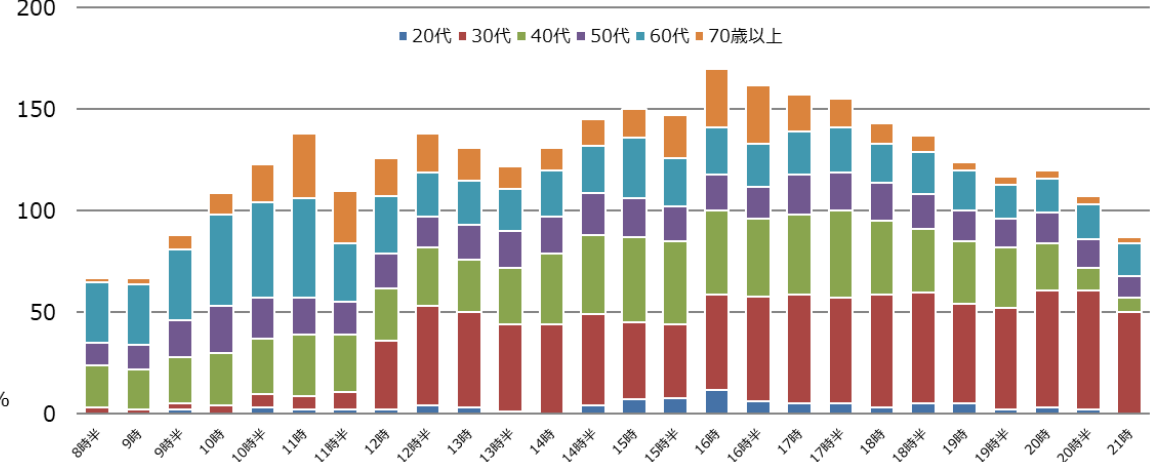
休日・平日別年代構成



休日1日平均 時間帯別来店者数



平日1日平均 時間帯別来店者数



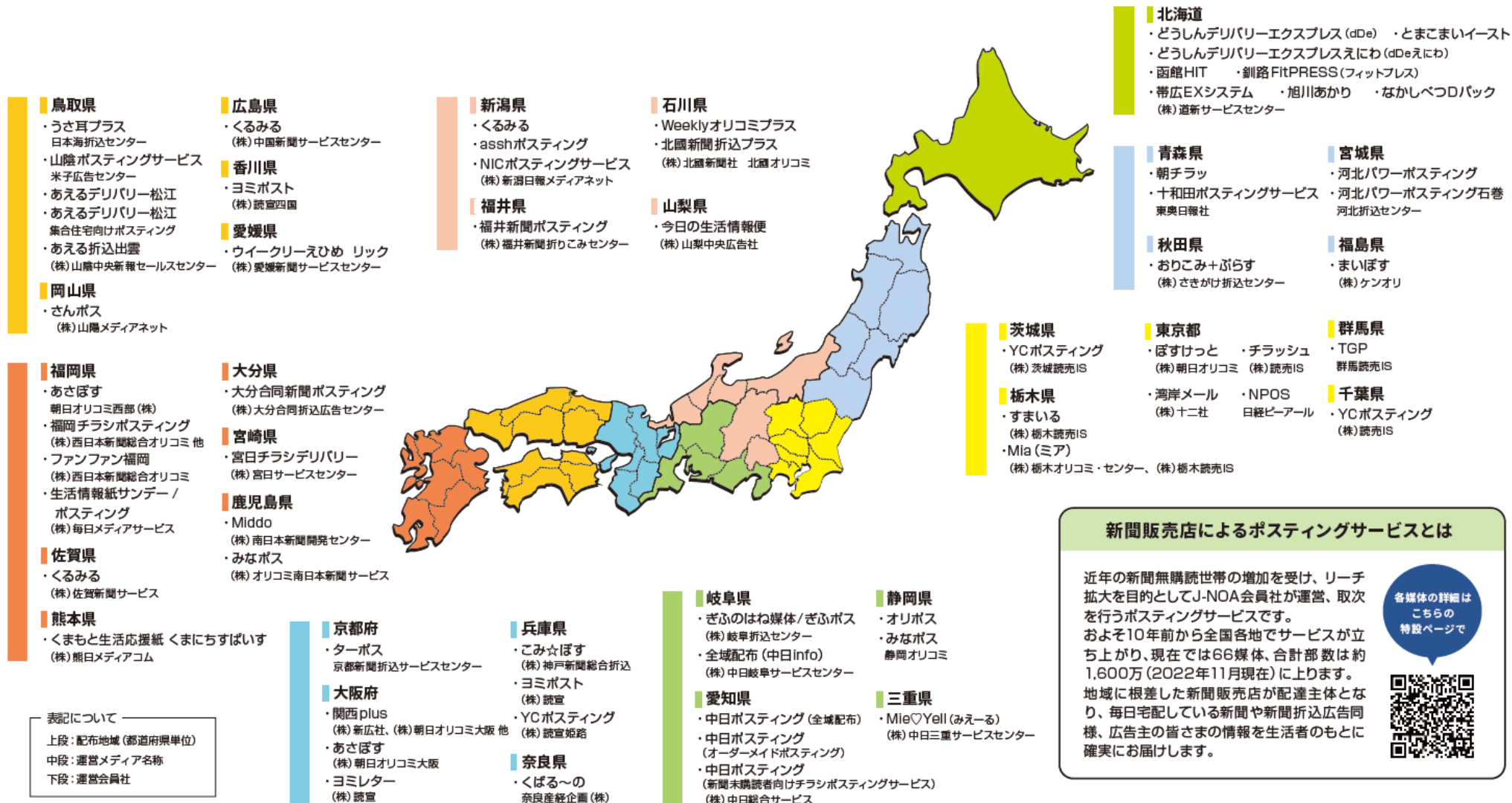


3. 事例

【折込チラシ】 × 【紙メディア】

紙メディアとは
(チラシを活用出来るメディアに限定)

新聞無購読世帯向け、ポスティングを中心に1,600万部超



新聞販売店によるポスティングサービスとは

近年の新聞無購読世帯の増加を受け、リーチ拡大を目的としてJ-NOA会員社が運営、取次を行うポスティングサービスです。およそ10年前から全国各地でサービスが立ち上がり、現在では66媒体、合計部数は約1,600万（2022年11月現在）に上ります。地域に根差した新聞販売店が配達主体となり、毎日宅配している新聞や新聞折込広告同様、広告主の皆さまの情報を生活者のもとに確実にお届けします。

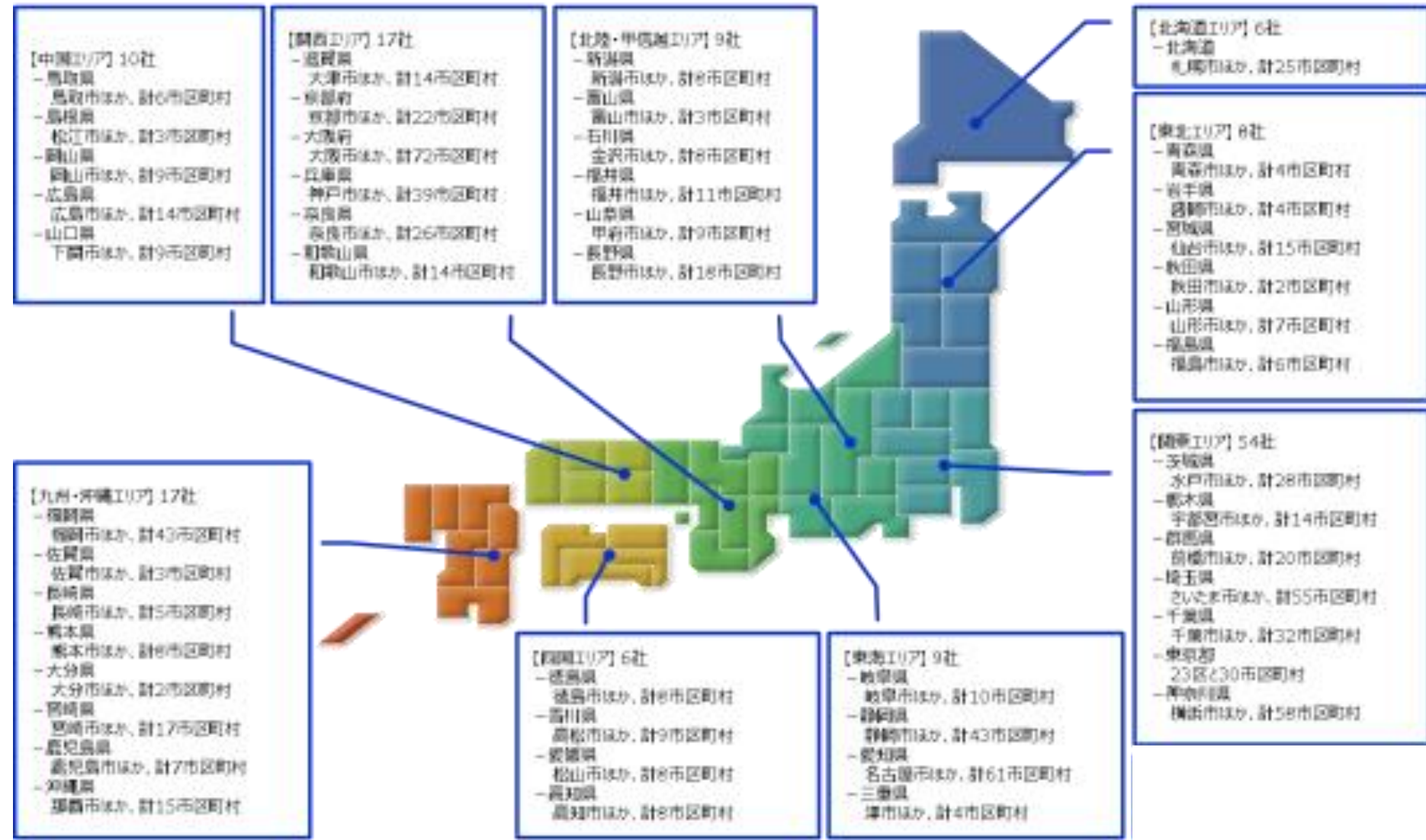
各媒体の詳細はこちらの特設ページで



チラシの挟み込みが可能なフリーペーパーは1,500万部超



ポスティングは全国で3,200万世帯部超



①折込チラシ×紙メディア

学習塾の事例

①折込チラシ×紙メディア 学習塾の事例

大手学習塾(中国地方)

新聞折込チラシ

問い合わせ 185件 CPA 4,138円

新聞折込チラシ+未購読メディア

問い合わせ 202件 CPA 3,789円

中堅学習塾(関東地方)

新聞折込チラシ

問い合わせ 51件 CPA 41,375円

新聞折込チラシ+ポスティング・フリーペーパー

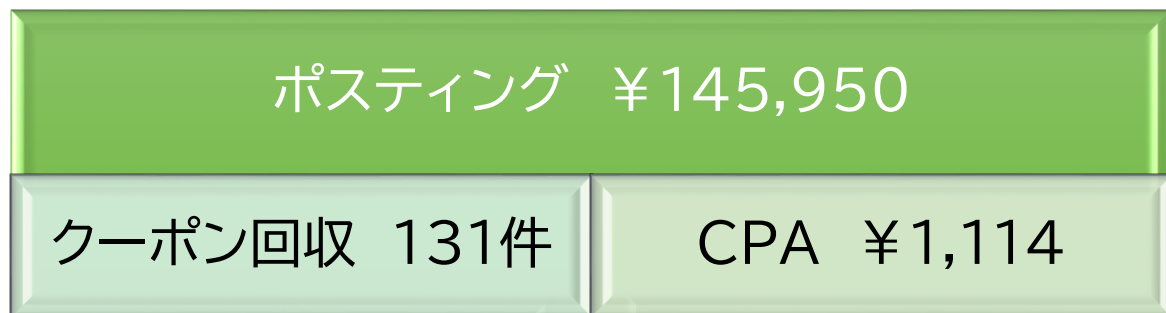
問い合わせ 55件 CPA 39,181円

②折込チラシ×紙メディア

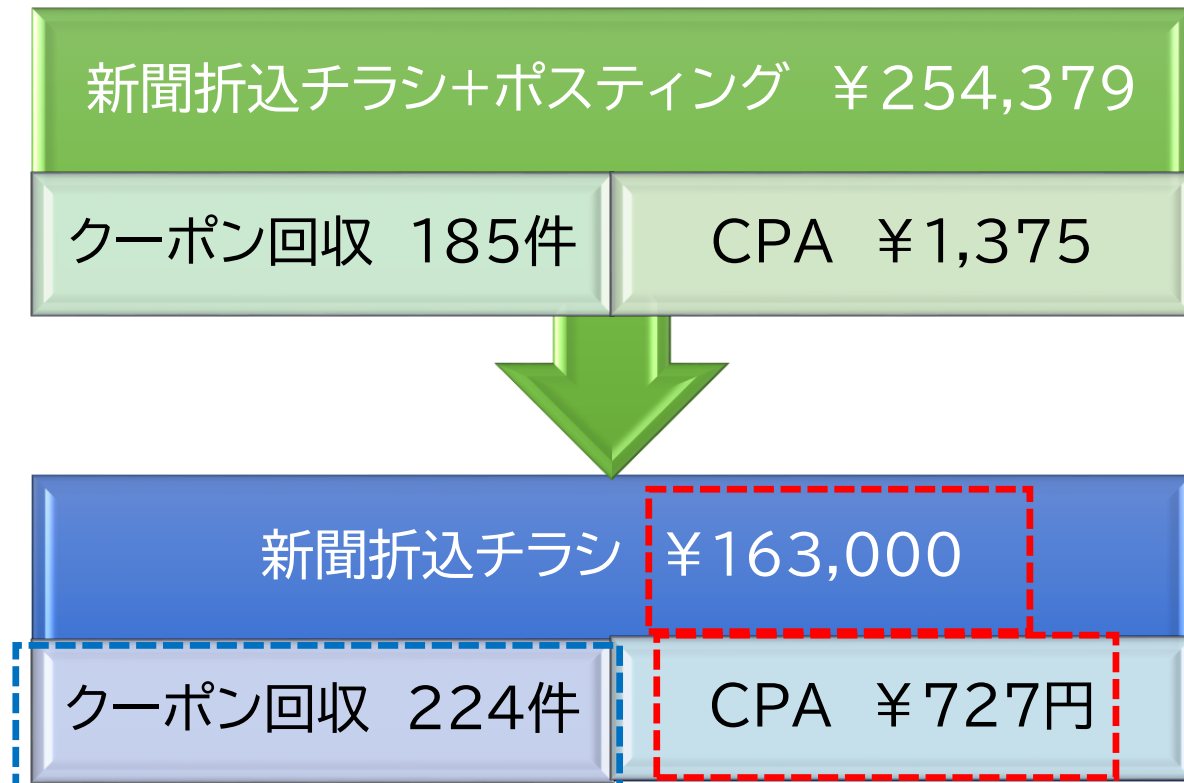
飲食店の事例

②折込チラシ×紙メディア 飲食店の事例

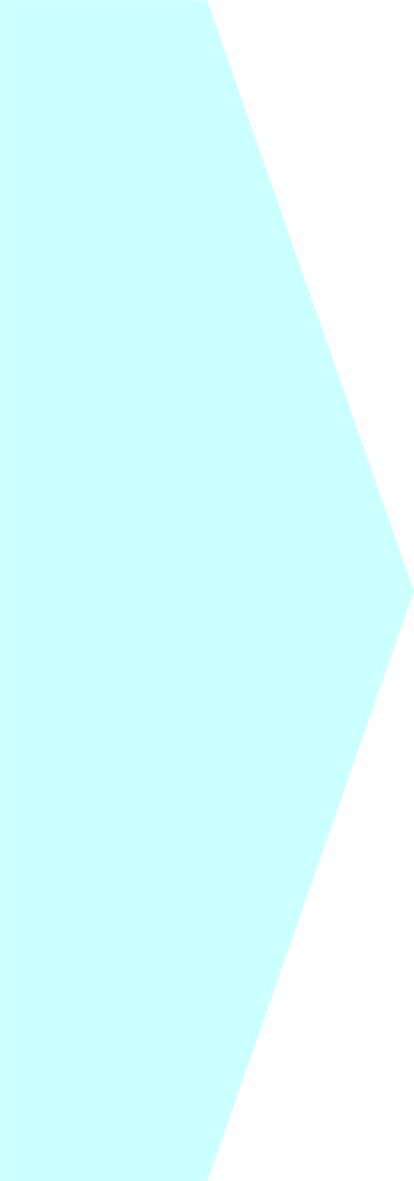
店舗A



店舗B

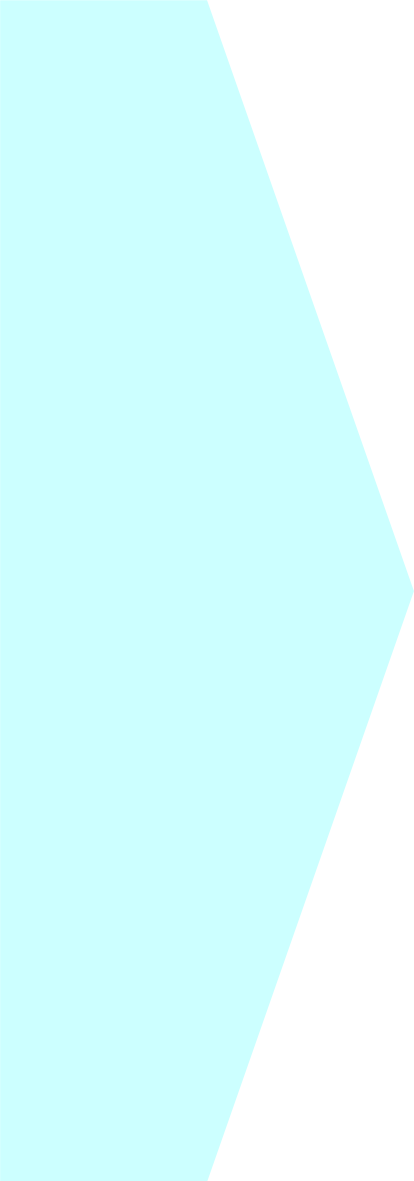


地域の状況により**最適な組み合わせ**をする事が重要



4. 事例

【折込チラシ】 × 【デジタル】



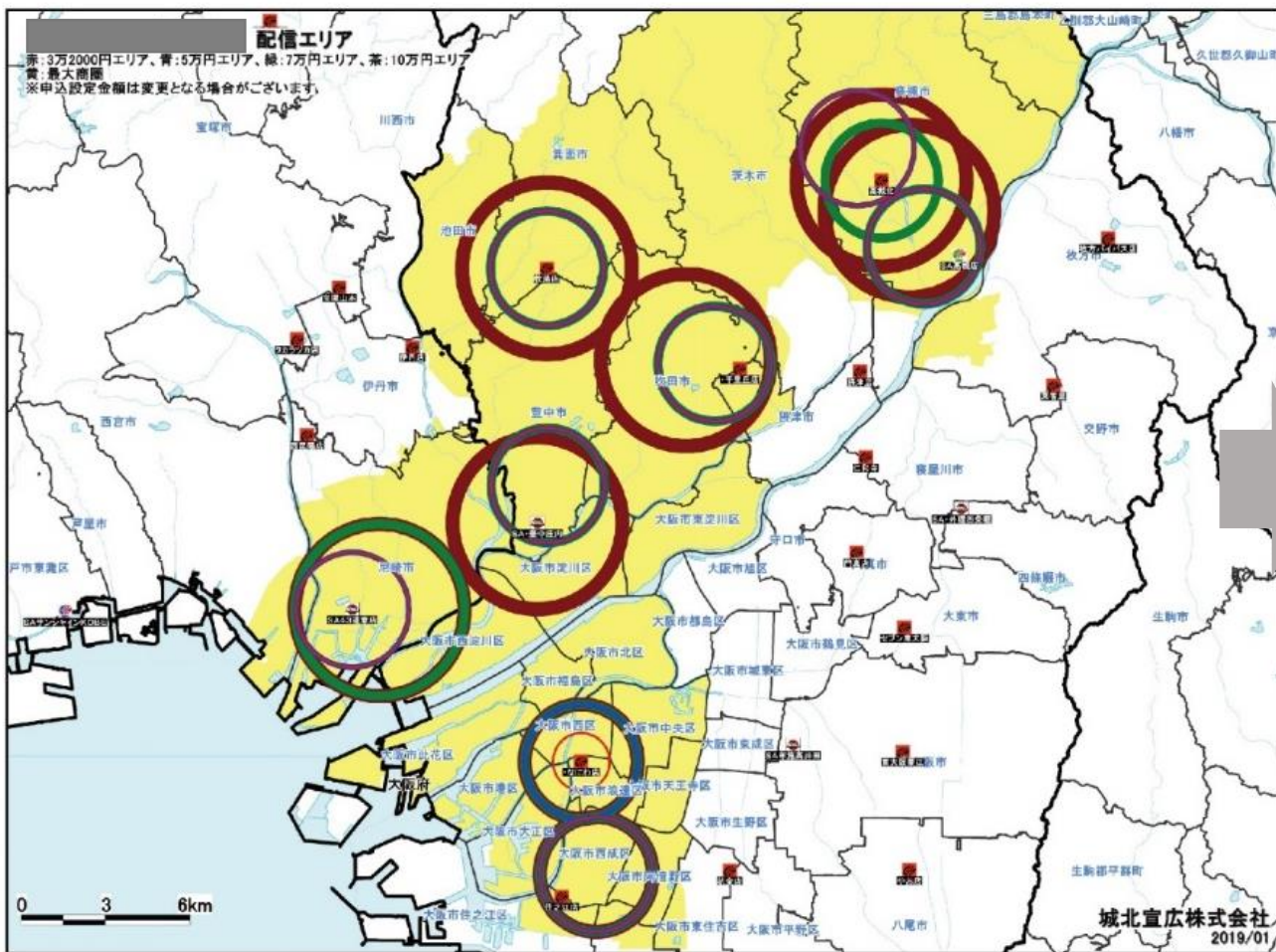
①折込チラシ配布エリア

× デジタル広告

①折込チラシ配布エリア×デジタル広告

折込チラシの補完。チラシエリアに合わせてバナー広告を配信

例)カー用品専門店



バナー



LP

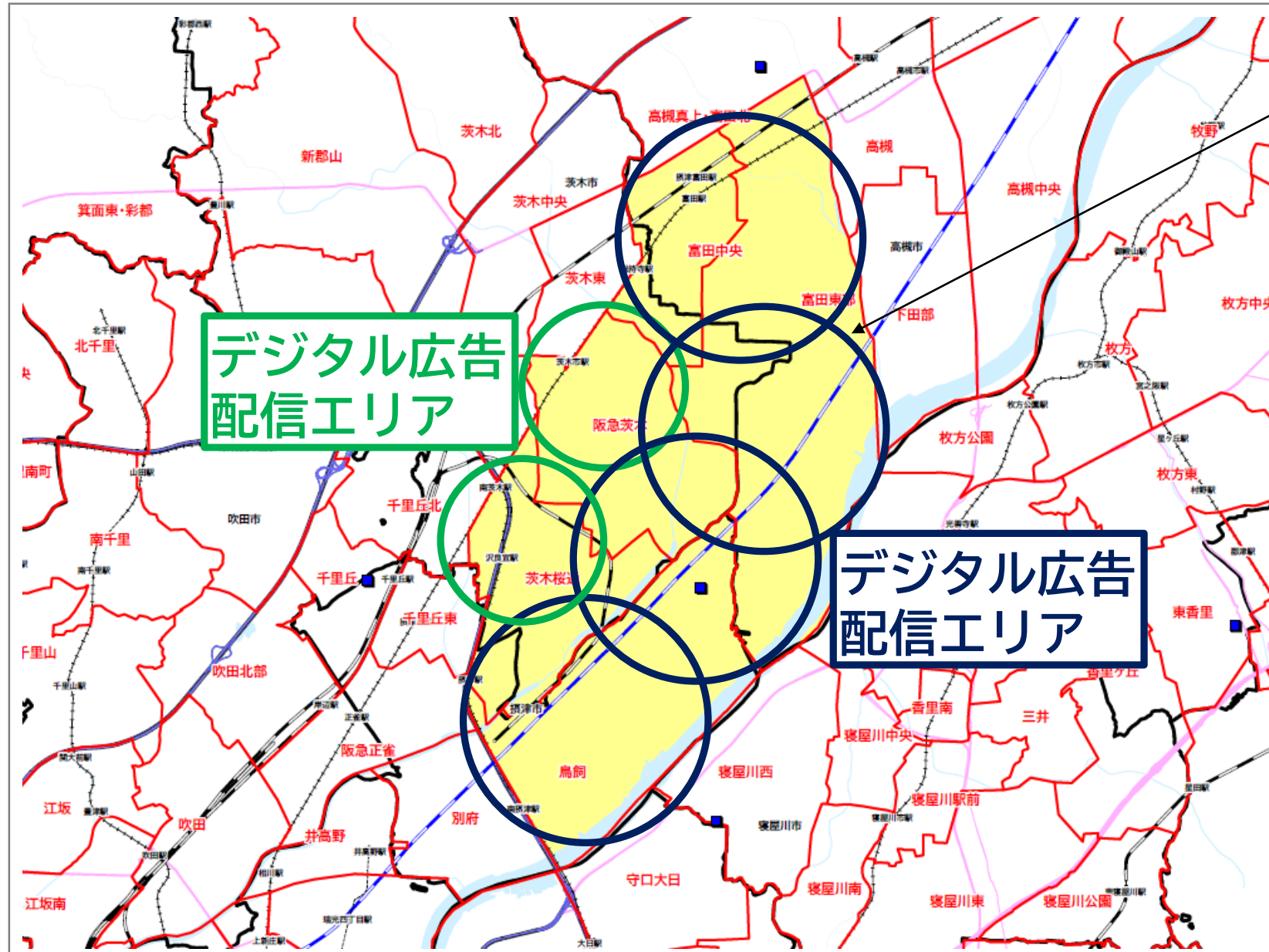


WEBチラシ(Shufoo)

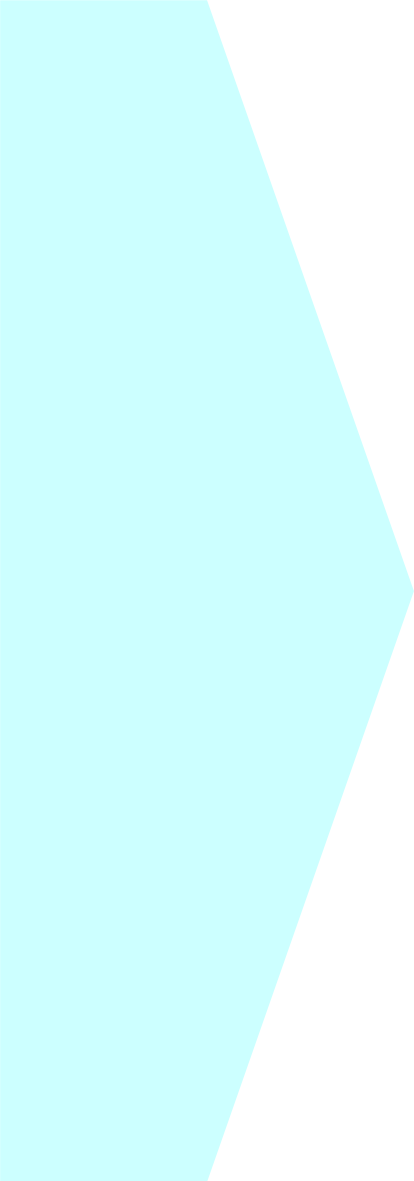


①折込チラシ配布エリア×デジタル広告

折込チラシの
配布エリアに
合わせてデジ
タル広告配信
エリアを設定



折込チラシ
配布エリア



②折込チラシ掲載商品

× デジタル広告

②折込チラシ掲載商品×デジタル広告

店舗周辺の居住者特性にマッチした商品をデジタル広告で配信

例)総合スーパー

店舗をタイプ分け→各々のバナーを制作

A店

B店

C店



最大2000品目値下げ宣言!

安さで応援いたします!

伊藤園 健康ミネラル麦茶 (650ml) 1本 **¥78** 税込¥84

ネスカフェ EXボトル コーヒー無糖 (900ml) 1本 **¥88** 税込¥95

カルビー かつぱえびせん (85g) 1袋 **¥88** 税込¥95

他にもおトク満載▶

伊藤園	健康ミネラル麦茶
ネスカフェ	EXボトルコーヒー無糖
カルビー	かつぱえびせん

最大2000品目値下げ宣言!

これひとつで 絶品アレンジ!

CookDo 香味ペースト (120g) 1個 **¥328** 税込¥354

創味 シャンタンDX (500g) 1個 **¥698** 税込¥753

SB 名匠につぼんのわさび (33g) 1個 **¥198** 税込¥213

他にもおトク満載▶

CookDo	香味ペースト
創味	シャンタンDX
SB	名匠につぼんのわさび

最大2000品目値下げ宣言!

手軽でおいしい! 満足メニュー

カゴメ 煮込みハンバーグ用ソースN (250g) 1個 **¥178** 税込¥192

プリマハム 香薫ウィンナー 2個装 (180g) 1パック **¥298** 税込¥321

キッコーマン うちのごはん肉味噌炒め (145g) 1個 **¥158** 税込¥170

他にもおトク満載▶

カゴメ	煮込みハンバーグ用ソース
プリマハム	香薫ウィンナー
キッコーマン	うちのごはん肉味噌炒め

解説) 当社オリジナルクラスター

健康最優先タイプ



- ・50～60代
- ・男女
- ・アッパーミドルファミリー
- ・共働き

- ①発酵食品
- ②オーガニック
- ③乳製品 など

ボディメイクタイプ



- ・若年女性
- ・男性
- ・シングル

- ①低カロリー食品全般
- ②野菜
- ③野菜ジュース など

飲んべえタイプ



- ・40～50歳男性
- ・ミドル～アッパーミドル
- ・シングルorオールドファミリー

- ①酒類
- ②つまみスナック
- ③チーズ類 など

品質重視タイプ



- ・50歳以上
- ・アッパーミドル～アッパー
- ・単身
- ・オールドファミリー

- ①高級・名産品
- ②生鮮3品
- ③高級くだもの など

趣味は料理タイプ



- ・30～40歳女性
- ・ミドル～アッパーミドル
- ・専業主婦

- ①調味料(スパイス)
- ②生鮮3品
- ③干物 など

産地こだわりタイプ



- ・50～60歳代
- ・アッパーミドル～アッパー
- ・専業主婦

- ①名産品
- ②生鮮3品 など

タイムパフォーマンスタイプ



- ・30～40歳代
- ・70歳代以上
- ・ロアミドル～ミドル
- ・共働き

- ①冷凍食品
- ②レトルト
- ③総菜 など

節約・貯蓄優先タイプ



- ・学生
- ・単身
- ・ロア～ロアミドル
- ・都市部

- ①スナック
- ②ドリンク
- ③カップ麺系 など

見栄え重視タイプ



- ・20～30代女性
- ・ロアミドル
- ・単身

- ①製菓材料
- ②肉加工品
- ③緑黄色野菜 など

解説) 周辺居住者のタイプ分け

健康最優先タイプ



- ・50～60代
- ・男女
- ・アッパーミドルファミリー
- ・共働き

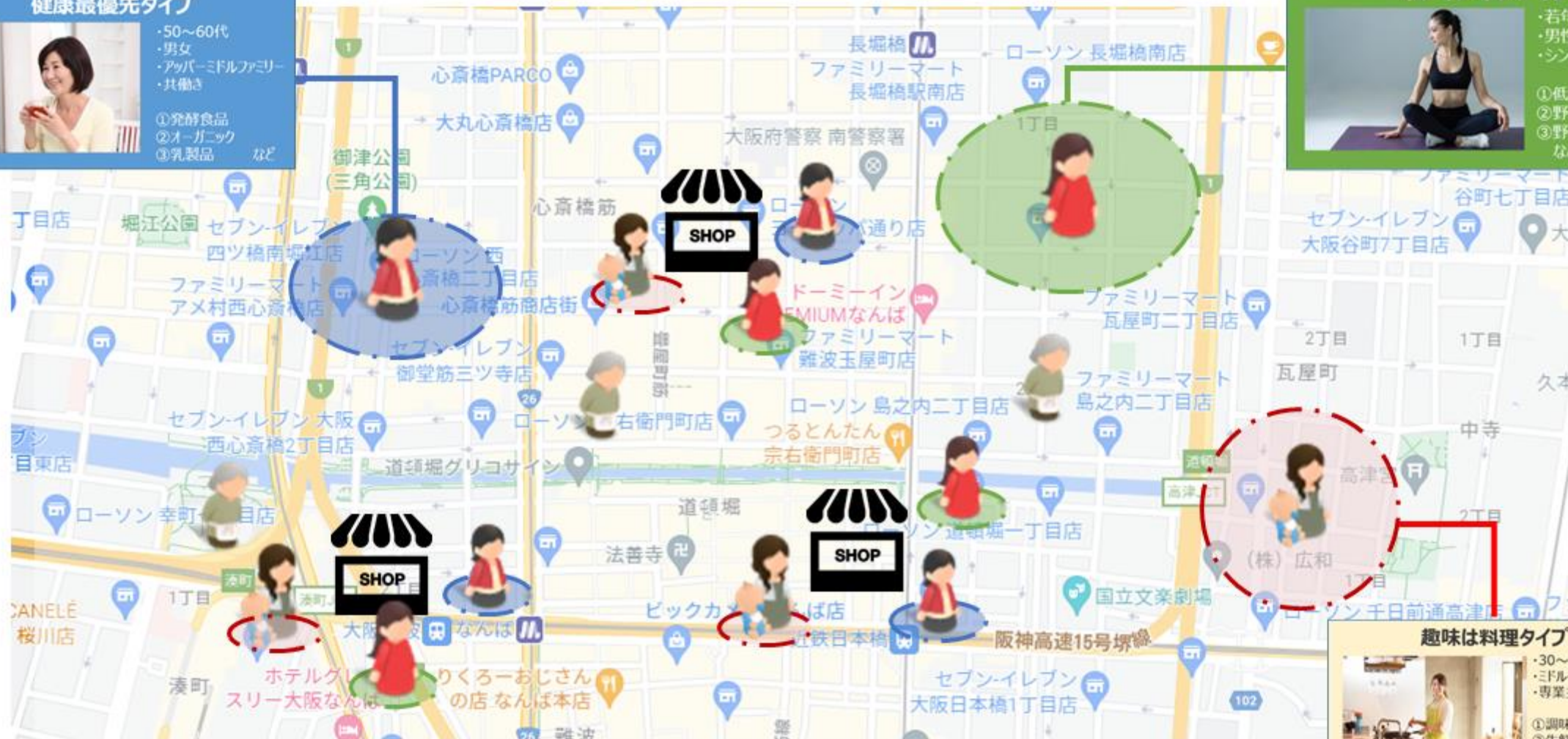
①発酵食品
②オーガニック
③乳製品
など

ボディメイクタイプ



- ・若年女性
- ・男性
- ・シングル

①低カロリー食品全般
②野菜
③野菜ジュース
など



趣味は料理タイプ



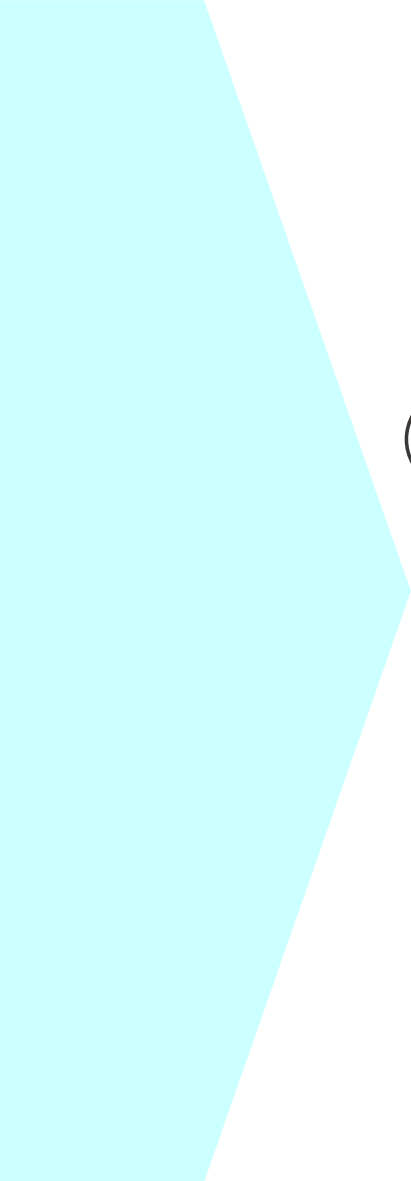
- ・30～40歳女性
- ・ミドル～アッパーミドル
- ・専業主婦

①調味料(スパイス)
②生鮮3品
③干物
など

配信結果の検証

■増減差（前週） 商品別グラフ

映写のみ



③折込チラシ掲載商品

× 動画制作と展開

③折込チラシ掲載商品×動画制作と展開

例)ホームセンター

チラシ掲載商品



ふとん2組を同時に乾燥・あたためつける、
ツインノズルのふとん乾燥機カラリエです。
※写真は使用イメージです。



安全装置付
とびきり価格/
アイリスオーヤマ
ふとん乾燥機 ツインノズル
(FK-W1)・約幅16.8×
奥行19.5×高さ36cm
本体 **10,800円**
税込11,880円

これからも地域に寄り添いさらにお買い物を快適にします。

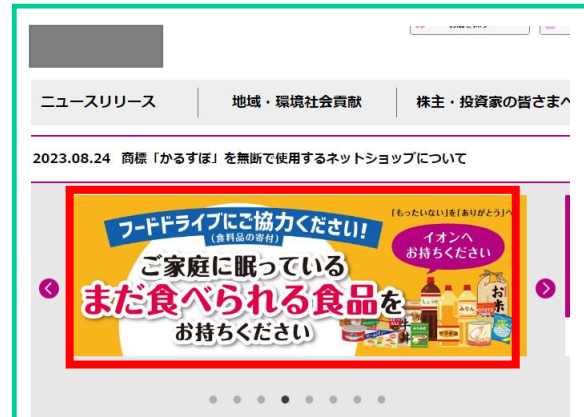
新生イオコ九州
誕生1周年 1st Anniversary
SALE

動画展開例



広告配信

ホームページ



店内サイネージ



例)子ども衣料専門店

映写のみ

例)ショッピングモール

映写のみ

例)通信販売

映写のみ

③動画制作サービス「チラシデジタル便」

短納期 & 安価でチラシ素材から動画を制作するサービス

デジタル広告のバナーや店内サイネージに活用し、**チラシと連動**できます

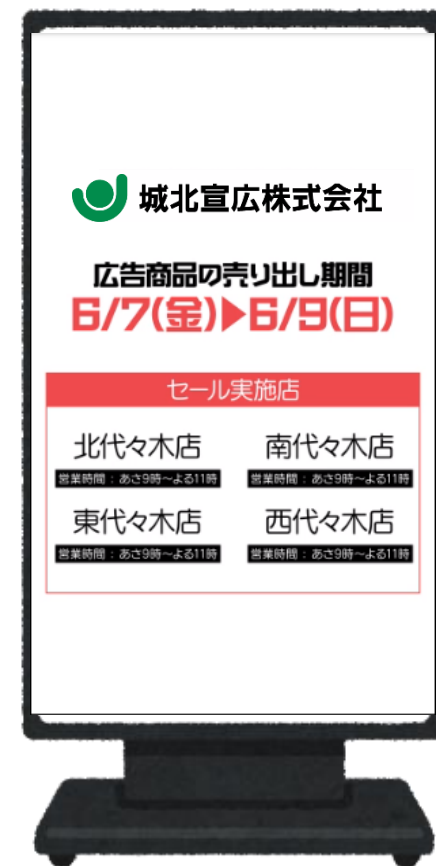
掲載アイテムの画像だけで簡単に動画が作れます

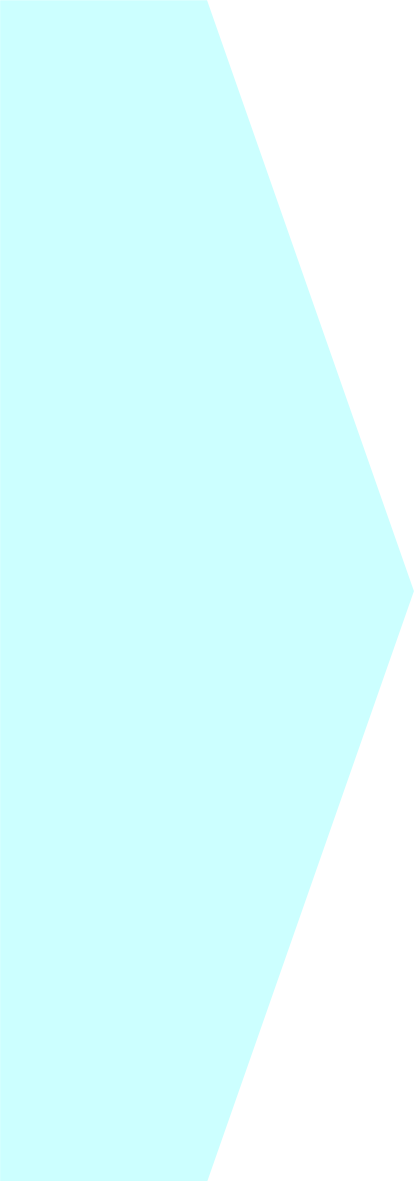


デジタル広告バナー



店内サイネージ





5. 事例

【折込チラシ】 × 【売場】

①折込チラシ掲載商品

× 売場(Z世代+親世代向け)

■①折込チラシ掲載商品×売場(Z世代+親世代向け)

例)総合スーパー

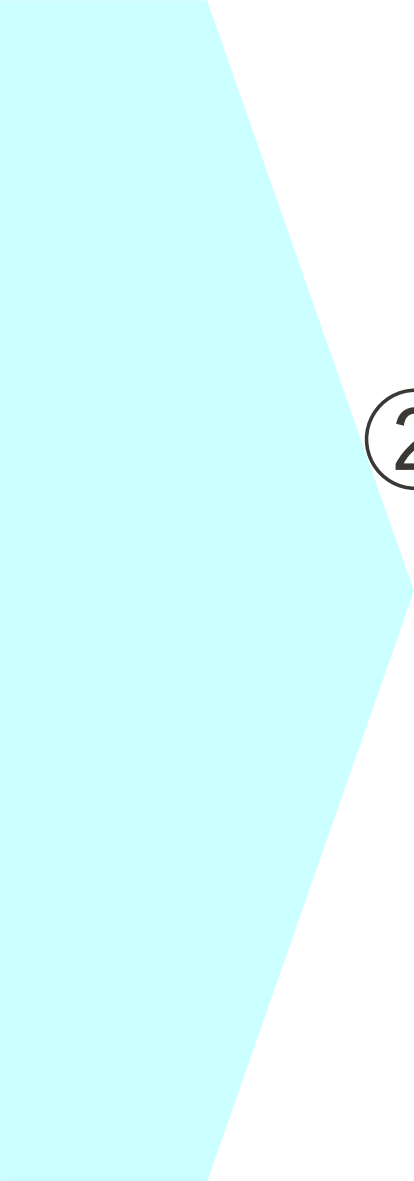
売場



前年比売上107%

折込チラシ





②折込チラシ掲載商品

× 売場(まとめ買い訴求)

②折込チラシ掲載商品×売場(まとめ買い訴求)

例)ディスカウントストア

NANOXが生まれ変わって新登場
ニオイ・汚れ・菌を断つ。
1本で全部断つ。
NANOX one
スタンダードタイプ(500ml)
648円(税別) 712円(税込)
つや出しタイプ(500ml)
698円(税別) 777円(税込)
つや出しタイプ(1L)
1,280円(税別) 1,408円(税込)
つや出しタイプ(2L)
1,280円(税別) 1,408円(税込)

まとめ買い1セール
2023年9月4日(日)～11月5日(日)
店舗にて開催中!
対象商品は
こちらから

キレイを応援!
LUX
598円(税別) 657円(税込)
CICA
898円(税別) 987円(税込)
ニベア
278円(税別) 305円(税込)
アタックZERO
1,048円(税別) 1,152円(税込)
1,980円(税別) 2,178円(税込)
1,380円(税別) 1,518円(税込)
478円(税別) 525円(税込)
900円(税別) 990円(税込)
298円(税別) 327円(税込)
500円(税別) 550円(税込)
258円(税別) 283円(税込)
348円(税別) 382円(税込)
498円(税別) 547円(税込)

まとめ買いでお得
期間 ~ 0/00
(1点あたり000円)
最大2行までメーカー名
と商品名が入ります
最大2行まで規格および
販売単位が入ります
1点で
000円
税率%税込 000円
0点まとめて
000円
税率%税込 000円

スピーディーにお支払い! キャッシュレス決済
バーコード決済 各種
電子マネー 各種
クレジットカード 各種

②折込チラシ掲載商品×売場(まとめ買い訴求)

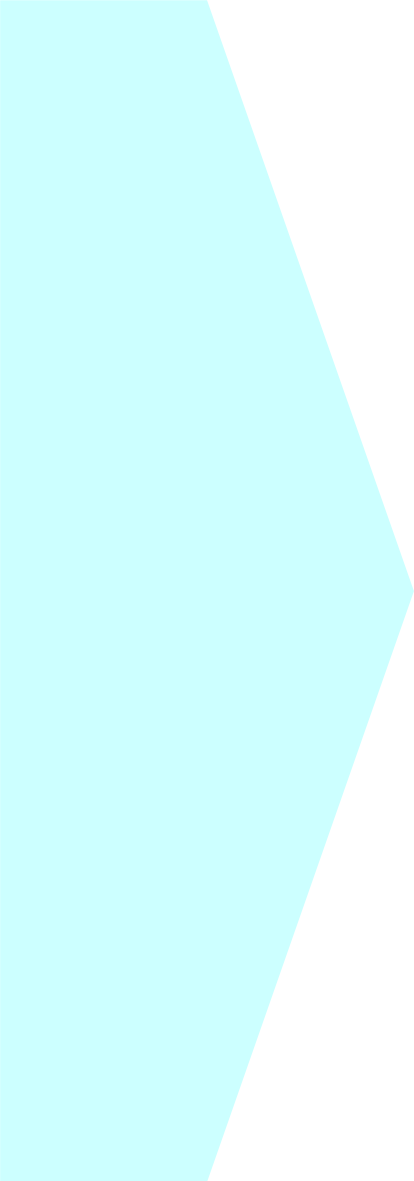


②折込チラシ掲載商品×売場(まとめ買い訴求)



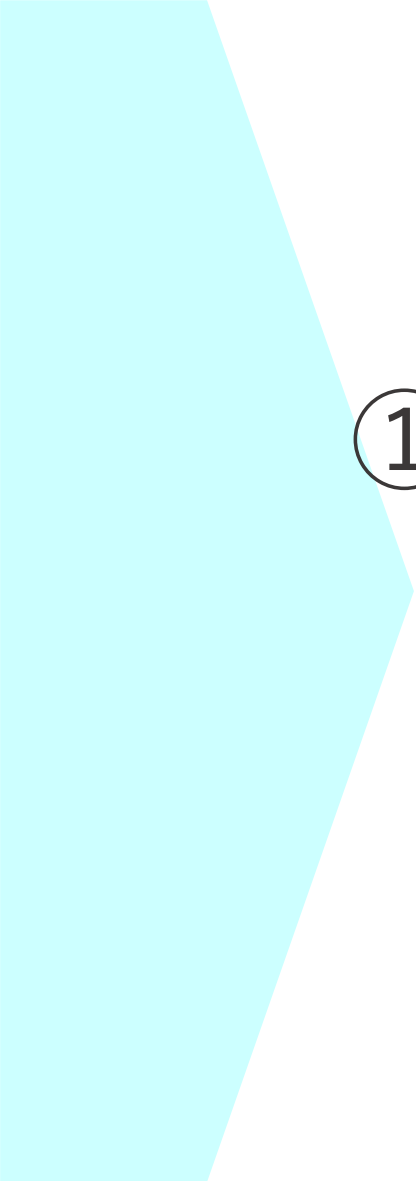
②折込チラシ掲載商品×売場(まとめ買い訴求)





6. 事例

折込チラシの紙面改善



①消費者の「声」を 取り入れた紙面に改善

①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

例)買取専門店

オモテ面：
消費者のマインドに
訴えるメリットやお店の強み
「安心と信頼」を訴求

1. 高額買取訴求

2. 信頼・安心感

3. 来店の動機付け

改善前

眠っているブランド品是非お持ちください！

ブランド買取専門

高価買取 買取専門店

買取専門店の便利なポイント

- 売らなくてもOK
- 気軽に相談できる！
- 査定料キャンセル料無料

相場高騰中！ブランド品売らな^らがチャンス！

例えは Gucci グッチ 2021年最新モデル 3万円 → 5万円

例えは LOUIS VUITTON ルイヴィトン 2021年最新モデル 5万円 → 8万円

東証スタンダード上場企業グループ 富山グリーンモール山室店

076-482-5745

富山県富山市山室226-2 グリーンモール山室

営業時間 10:00～19:00 月曜日 ※土 ブランドオフは株式会社コムセールのグループ企業です

ブランド買取専門店 BRAND OFF SPECIAL COUPON 2022年8月31日まで有効

1万円以上買取成約で 2,000円UP

10万円以上買取成約で 15,000円UP

改善後

高価買取 買取専門店

ブランド品売らな^ら11月がチャンス！

対象商品の買取合計金額に応じて最大30,000円買取額UP！

例えは 別々のご売却なら 10,000円UP 3,000円UP

対象商品 バッグ28万円 対象商品 ブランドジュエリー7万円

合計 350,000円の買取で 353,000円

まとめてご売却なら！ 30,000円UP

対象商品 バッグ28万円 対象商品 ブランドジュエリー7万円

合計 350,000円の買取で 380,000円の買取に！

私が明るい笑顔と丁寧な接客でお客様をお待ち致します！

買取専門店の便利なポイント

- 売らなくてもOK
- 気軽に相談できる！
- 査定料キャンセル料無料

東証スタンダード上場企業グループ 富山グリーンモール山室店

076-482-5745

富山県富山市山室226-2 グリーンモール山室

営業時間 10:00～19:00 月曜日 ※土 ブランドオフは株式会社コムセールのグループ企業です

ブランド買取専門店 BRAND OFF SPECIAL COUPON 2022年11月30日まで有効

買取額 1万円以上買取成約で 2,000円UP

買取額 10万円以上買取成約で 15,000円UP

ご来店プレゼント スイーツ引換券

①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

ウラ面：
具体的な企画、機能などの
情報をわかりやすく

4. ターゲットに合った
サービスの紹介

5. 各種キャンペーン

6. ターゲット年代に
合わせたアイテムに

改善前

The 'Before' page layout is a standard service introduction page. It features a red header with the title '選べる買取サービス' (Choose your buyback service). Below this, it lists two main services: '出張買取' (Home pickup) and '宅配買取' (Home delivery). Each service is accompanied by a small illustration and a list of steps. A large yellow box on the right side of the page highlights 'オール0円' (All 0 yen) for shipping and handling fees. At the bottom, there is a section for 'LINE査定・相談' (LINE appraisal and consultation) and a list of '買取アイテム一例' (Example buyback items) including various luxury goods like watches and handbags.

改善後

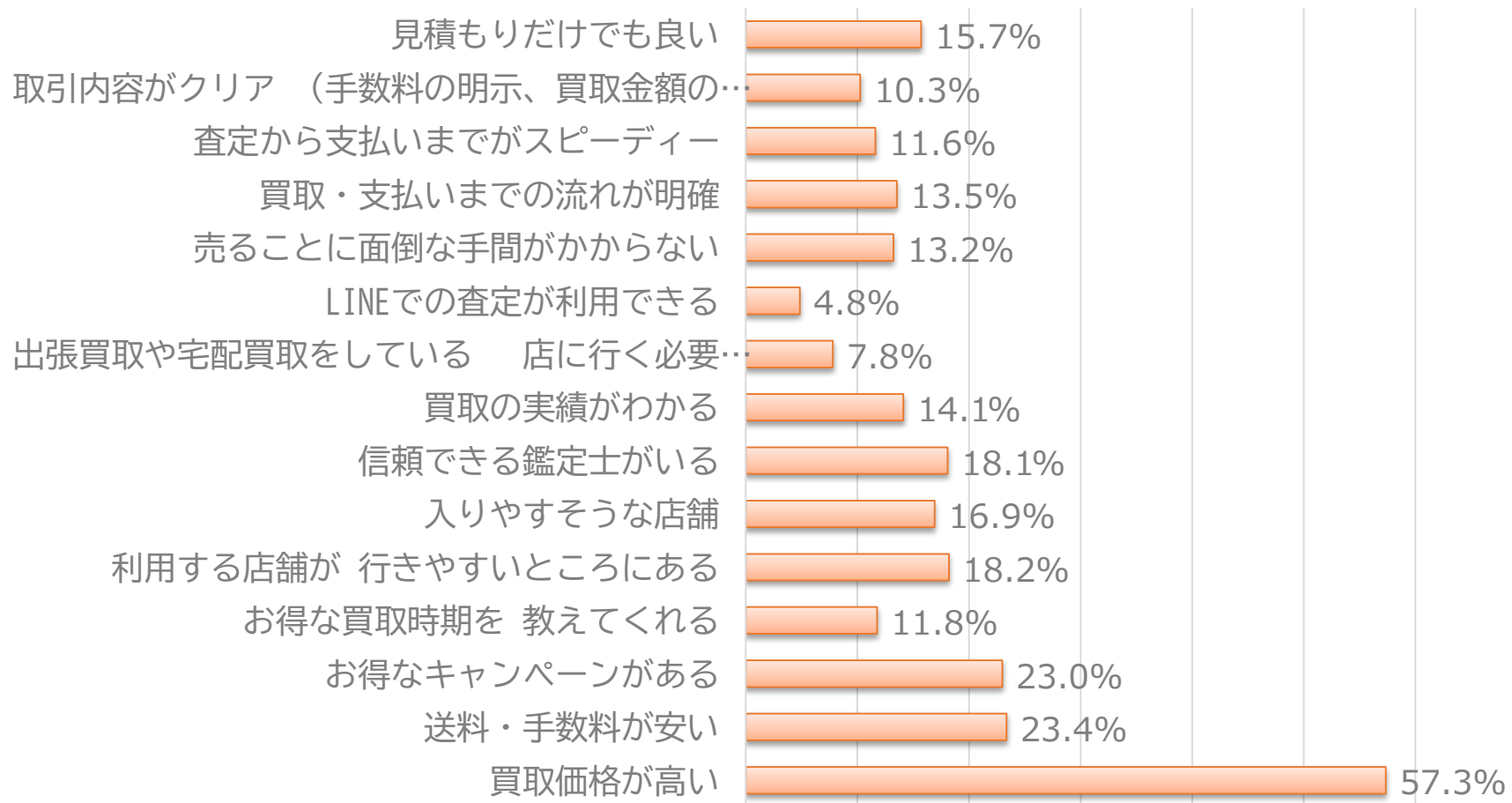
The 'After' page layout is a more visually appealing and targeted version of the service introduction page. It features a large, eye-catching banner at the top for a '秋得!! 買取キャンペーン' (Autumn Get!! Buyback Campaign) with a maximum buyback amount of 30,000 yen. Below the banner, the page is divided into several sections. On the left, there is a '高くて売って! 安く買っちゃう!' (Sell high and buy low!) promotion for a Rolex watch, showing a price increase from 599,800 yen to 181,800 yen. In the center, there is a 'LINE査定・相談' (LINE appraisal and consultation) section with a QR code and a list of '買取アイテム一例' (Example buyback items). On the right, there is a '選べる買取サービス' (Choose your buyback service) section with options for '出張買取' (Home pickup) and '宅配買取' (Home delivery). The page also includes a '買取OK? NG?' (Buyback OK? Not OK?) section with a QR code and a list of '買取アイテム一例' (Example buyback items).

5

6

①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

チラシの紙面や企業のHPに出ていれば注目したい項目



①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

	目的	マインド	訴求ポイント	施策案	メディア
① 都市型 30代	- 新規来店促進 - シェア拡大 - 新規獲得	- 新しいブランド品を買うために、古いブランド品を売って資金にしたい。 - オシャレやステータスのために買い替えはする。 - フリマアプリとはかりにかける。	- 他に負けないオトク感と特別感 - 店舗紹介 - 店舗利用メリット - 買取実績 - お買い替え特典	- 来店プレゼント - 買取強化キャンペーン - 買い替え特典 - 新規登録キャンペーン - 初回取引限定企画 - 駐車場サービス	- 新聞折込 - ポスティング - Instagram広告
② 郊外型 30代	- 新規来店促進 - シェア拡大 - 新規獲得	同上	同上	- 来店プレゼント - 買取強化キャンペーン - 買い替え特典 - 新規登録キャンペーン - 初回取引限定企画	新聞折込
③ 40代	- 再来店促進 - 買取点数UP - 買取額UP - ファン化	- 家族のため、暮らしのために、古いブランド品を売って資金にしたい。 - 売るときは納得できる価格でと考える。 - フリマアプリやネットオークションの活用も考える。 - 対面での安心感や信頼も重要視。	- 来店の動機付け - 安心と信頼アピール	- 来店プレゼント - 買取強化キャンペーン - ファミリー向け企画 - プレゼント企画 - メンバーズ企画	- 新聞折込 - DM
④ 50代	- 新規来店促進 - 新規獲得	- 買取価格が一番重要。 - 気持ちよく売却したい。 - 店舗に足を運び、店員さんと直接やり取りをしたい。 - 安心して売却したい。	- 来店の動機付け - 安心感と信頼アピール - 店舗紹介 - 店舗利用メリット - 買取実績	- 来店プレゼント - 買取強化キャンペーン - 新規登録キャンペーン - 初回取引限定企画	- 新聞折込 - Facebook広告

①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

例)カー用品専門店

前年比売上130%

改善前

車種・サイズ	4本価格	税込
N-BOX・タントなど 155/65R14	11,960円	13,156円
アクア・フィット・キューブなど 175/65R15	18,800円	20,680円
フリード・デミオ・ノートなど 185/65R15	19,400円	21,340円
セレナ・プリウス・ヴォクシーなど 195/65R15	19,960円	21,956円

表現の優先度(大きさ)

- ・最安価格
- ・メーカー名(ブランド)
- ・サイズ
- ・車名
- ・タイヤの説明

改善後

車種・サイズ	4本価格	税込
ブリヂストン ネクストリー 155/65R13	20,800円	22,880円
横浜 エコス ES31 155/65R13	22,800円	25,080円
ダンロップ エナセーPEC204 155/65R13	23,800円	26,180円

表現の優先度(大きさ)

- ・車種(カテゴリー)
- ・車名(ワゴンR等)
- ・価格
- ・サイズ
- ・メーカー名(ブランド)

①消費者の「声」を取り入れた紙面に改善

タイヤ購入時に知りたいのはサイズやメーカーではなく車種や車名

タイヤを購入する際に、
カー用品専門店、あるいは
タイヤ専門店に行き、店員
に商品について 尋ねるとし
たら、その第一声はどんな
内容ですか？



関西圏の方
3,408サンプル

ランク	内容	回答率 (%)
1	車種(軽乗用車、コンパクトカーなどのボディタイプ)	26.9
2	車名(プリウス、スカイラインなどの固有名称)	19.0
3	タイヤの価格(割安になっている／予算に合うなど)	13.8
4	タイヤのサイズ	13.4
5	タイヤのメーカー名(ブリヂストン、ミシュランなど)	11.1
6	タイヤの機能、性能	7.5
7	用途(マイカーの乗り方に適合するか)	2.7
8	メンテナンスのしやすさ	2.4
9	タイヤとホイールのセット	1.2
10	販売実績(よく売れているタイヤ、どんな人が買うタイヤかなど)	1.0

タイヤを購入する際の商品
情報について、商品情報と
して最も(1番目に)欲しい
のはどれですか？



3年以内に
実際に
購入した方
1,000サンプル

ランク	内容	回答率 (%)
1	車種(軽乗用車、コンパクトカーなどのボディタイプ)での適合	25.0
2	車名(プリウス、スカイラインなどの固有名称)での適合	16.8
3	タイヤの価格(割安になっている／予算に合うなど)	14.6
4	タイヤのサイズ	13.5
5	タイヤのメーカー名(ブリヂストン、ミシュランなど)	11.5
6	タイヤの機能、性能	10.5
7	特にない	5.0
8	タイヤとホイールがセットなのか	1.1
9	用途(マイカーの乗り方に適合するか)	0.6
10	販売実績(よく売れているタイヤ、どんな人が買うタイヤかなど)	0.5

②消費者の「声」により

掲載商品の構成を見直した紙面に改善

②消費者の「声」により掲載商品の構成を見直した紙面に改善

チラシの掲載商品が売り手(企業、商品部)都合になっていないか

例)食品スーパー



②消費者の「声」により掲載商品の構成を見直した紙面に改善

売価を安く設定すべき商品と、その必要がない商品を判別

主婦が「なるべく安く購入したい商品」を調査

右上に行くほど安い買いたいことを強く望まれている

→売価を安く設定すべき商品

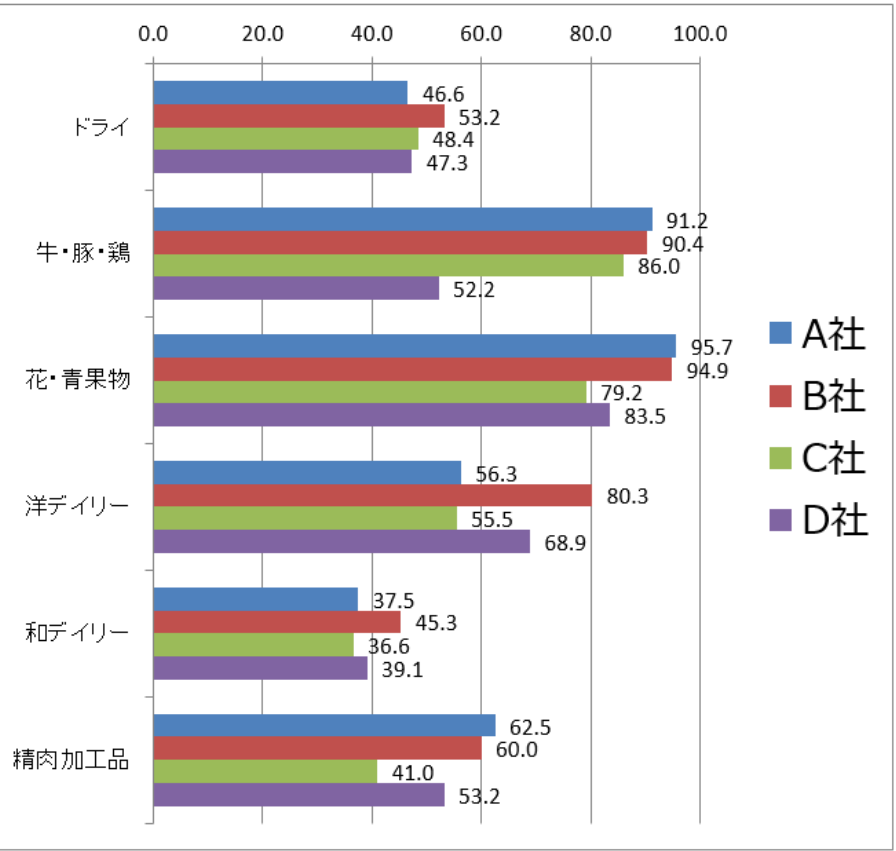


主婦が最も安く購入したい商品

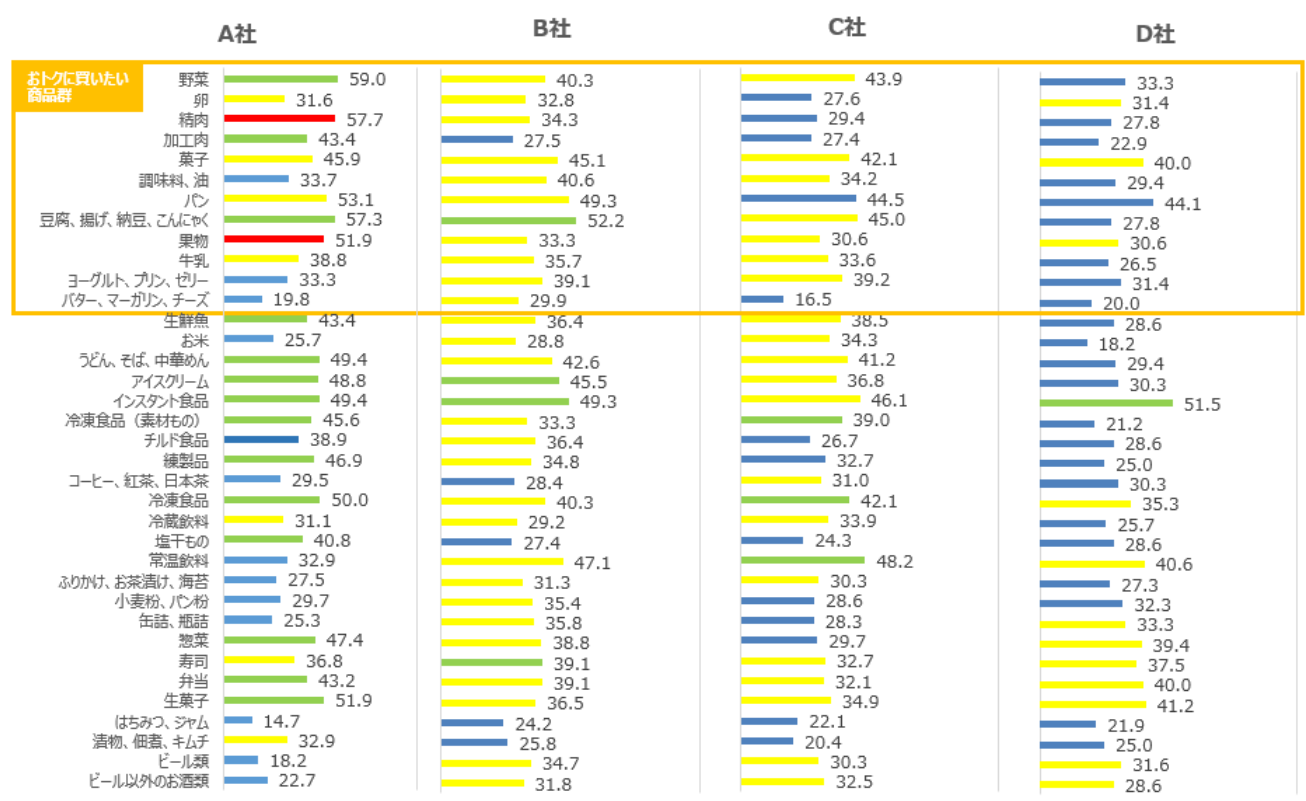
②消費者の「声」により掲載商品の構成を見直した紙面に改善

売価を安くするべき商品は、他社チラシより掲載比率を上げたい

「なるべく安く購入したい商品」チラシ掲載率

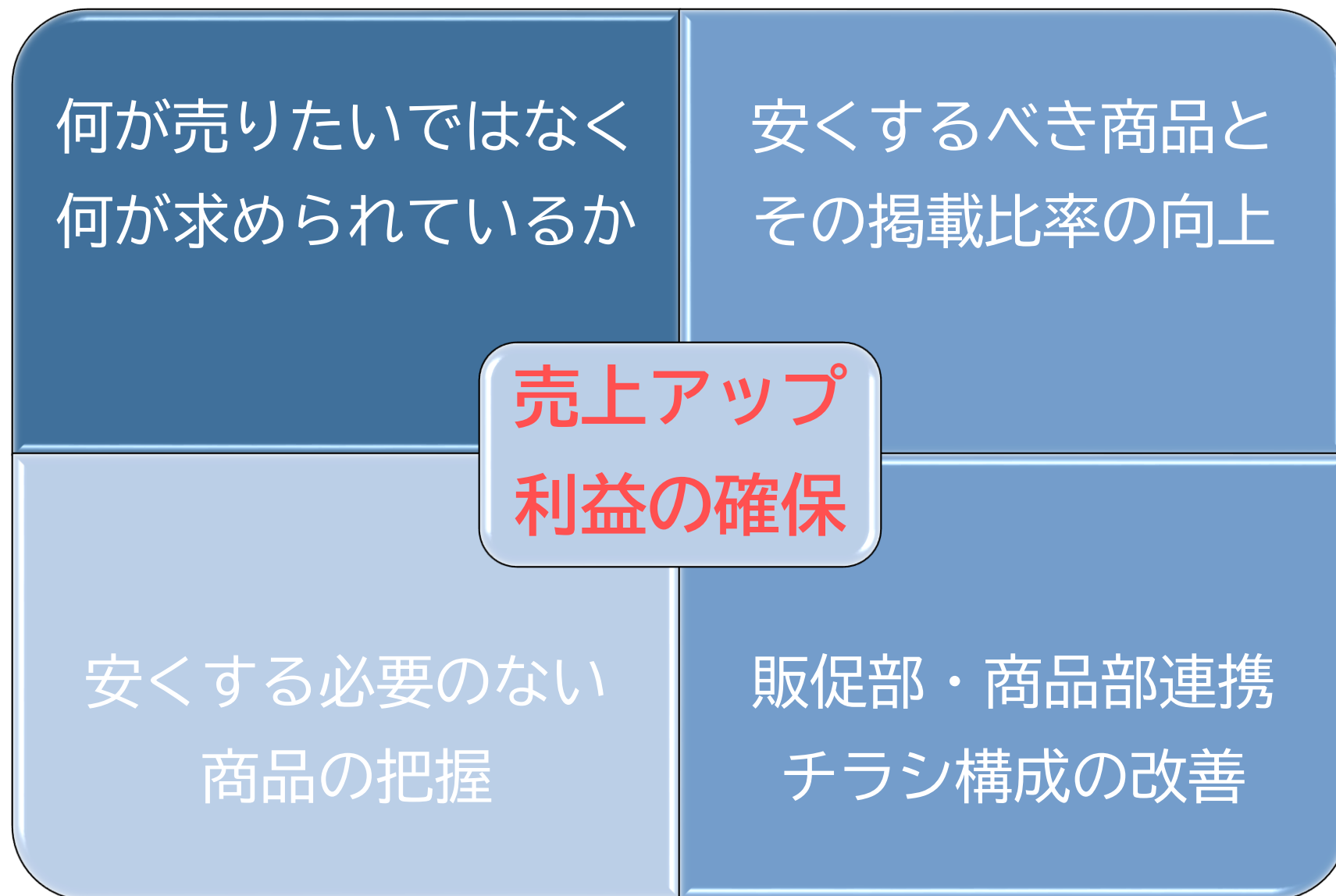


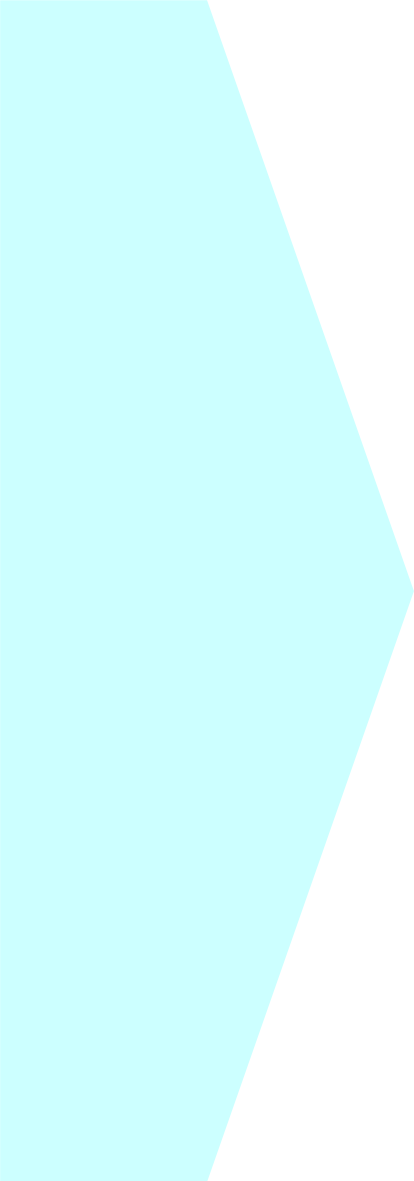
「なるべく安く購入したいサブカテゴリ」チラシ掲載率



■②消費者の「声」により掲載商品の構成を見直した紙面に改善

チラシの掲載商品・比率を消費者の声で改善すると、売上・粗利が上がる





7. 事例

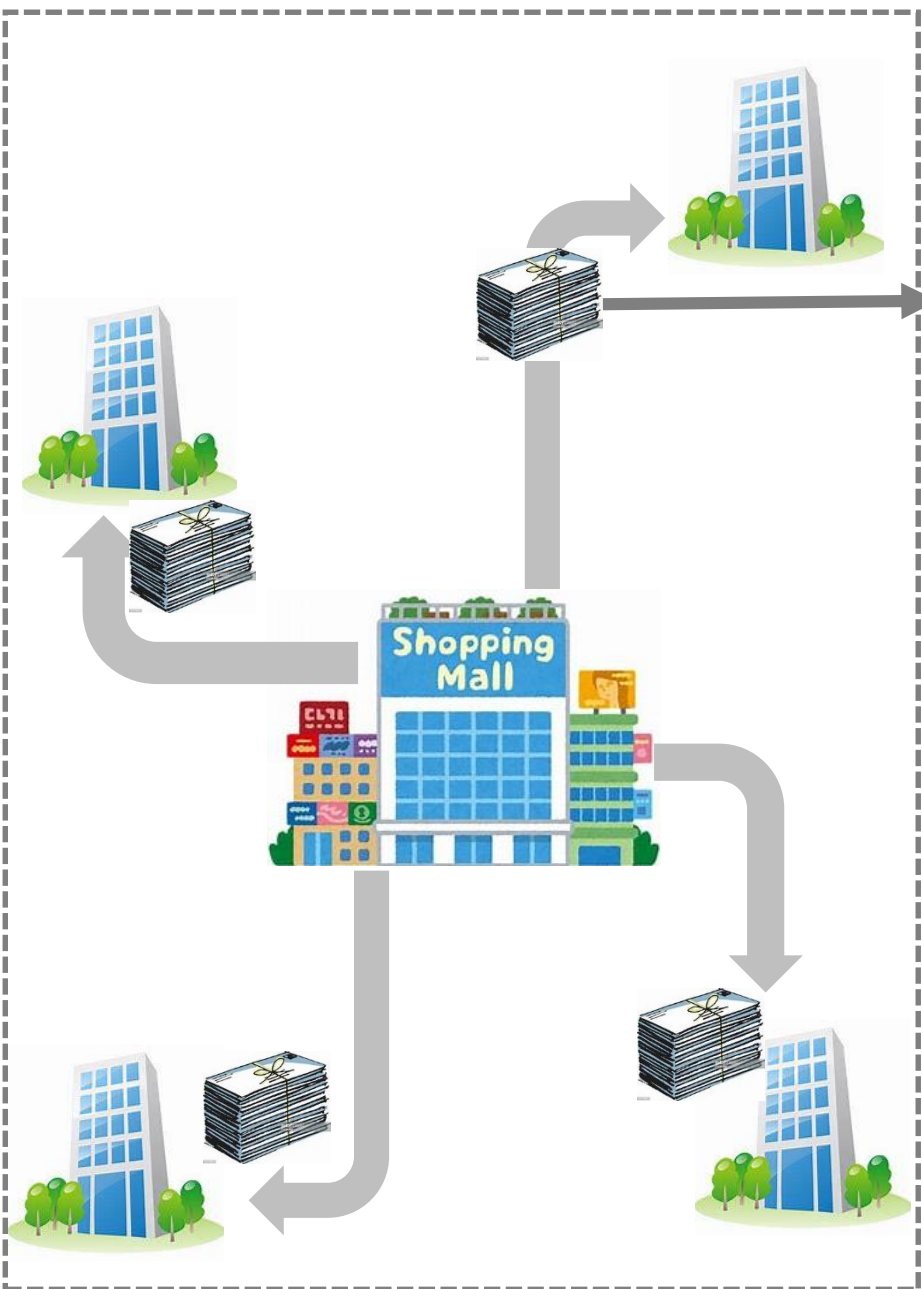
その他 折込チラシの活用術

ショッピングセンター来店者への告知



© 20 reserved.

近隣企業従事者への告知



パートナー企業・団体さま向けご優待

Partner's Pass

2023/6/1(木)～2024/2/29(木)

▲まずはこちらからダウンロード! キャンペーンコード 6500

イオンモールアプリ <https://www.ionmall.jp/ios/feature/app/>

アプリをダウンロードして、
特典利用はクーポン画面をスタッフに提示!

レ大和郡山をお気に入り登録!

利用規約に同意いただけたら「次へ」をタップ。

プロフィールを選択し、「次へ」をタップ。

“大和郡山”と入力。

「お気に入り」をタップ。

特典の利用方法

アプリ内の「キャンペーン」からPartner's Passを選択。

キャンペーンコード 6500 を入力し、「送信する」をタップ。

対象店舗の特典が一覧で表示されるので、使用したい「クーポン」をタップ。

初回でキャンペーンコードをご入力いただければ次回以降、クーポン画面にて自動で表示されます。表示されない場合は、「キャンペーン」画面から再度お試しください。

アプリは他にも魅力が盛りだくさん! /

- COUPON: 様々なクーポンが利用可能
- SHOP: 様々な店舗情報が掲載
- MALL NAVI: マップ上で店舗位置を確認
- FLOOR MAP: フロアマップを確認
- NEWS: 最新のイベント情報をチェック

Partner's Pass 特典一覧

FASHION	studio CLIP 店内商品 10%OFF	FORME 自店ポイント 2倍進呈	SpRay 店内商品 10%OFF	BEAUTY LIFE GREEN STORE 店内商品 10%OFF	Black House 店内商品 5%OFF
TAKASHI 店内商品 10%OFF	COMME CA ISM 店内商品 5%OFF	KURAHOSUKE お買い上げ金額より 5%OFF	GOODS 店内商品 20%OFF	KANDA ピアス2点ご購入で 20%OFF	Riat! 店内商品 20%OFF
ATELIER ALBION 店内商品 10%OFF	TOYOTA 店内商品 10%OFF	メガネのアイガン メガネ・サングラス 10%OFF	ANAHITA STONES 店内商品 10%OFF	MITSUBASHI 店内商品 5%OFF	JINS 店内商品 5%OFF
SKECHERS 店内商品 10%OFF	スタンプカード 2倍進呈	じぶんまくら 店内商品 10%OFF	ASBEE 店内商品 5%OFF	ASBEE KIDS 店内商品 5%OFF	THE CLOCK HOUSE 店内商品 5%OFF
Zoff 税込5,500円以上 お買い上げで 5%OFF	矢野薬 音楽教室入会金 1,000円OFF	Sincerity 税込500円以上 お買い上げで 2倍進呈	GOURMET ご飲食代 10%OFF	三修庵 ご飲食代 10%OFF	たけやん ご飲食代 5%OFF
銀のあん 期間限定たい焼 一匹 ¥20引き	Grace Garden 税込1,000円以上 お買い上げで 5%OFF	龍神丸 ご飲食代 5%OFF	KAINO 店内サービス 10%OFF	RAFFINE 平常メニュー 10%OFF	フェイシャル体験 税込3,300円 -税込5,500円
ビースト 店内商品 10%OFF	QQドリンク 1サイズ アップ無料	大和郡山 入学金 50%OFF	KCM 新規加入時の 初期費用 無料	※特典利用にはイオンモールアプリのダウンロードが必要です。特典の利用方法は画面を参照ください。特典の内容は予告なく追加・変更・終了となる場合がございます。	

※他の割引や特典との併用はできません。※割引率は当店平常価格からの算出になります。※セール品が対象外になる店舗がございます。※割引率はプランによって異なる他、一部割引対象外となります。※ご利用条件・特典対象店舗・特典対象商品についてはクーポン画面にてご確認ください。※お支払い後にクーポンが表示された場合、精算時提示がなかった場合は、特典対象とはなりません。



(オモテ) 総合スーパー



(ウラ) 不動産



応援広告チラシ

“推し活”としての応援広告を、推しの誕生日に出身地への折込チラシで実施

オモテ



ウラ



新聞折込チラシ・ネットプリントの反応

mam* @mom_03020220 · 4日
新聞折込チラシってスゴイですね
#JO1 @official_jo1
#川尻蓮
【公式】pep(ベップ)・応援広告サポート - @pep_support · 5日
\JAMのみなさんへ！
今日は #JO1 川尻蓮 さんのお誕生日！
ということで、川尻蓮 さんの出身地に感謝を込め、
本日「新聞折込チラシ」の一部地域に少量ですが新聞折込チラシを実施！
*見たよ！*という方はぜひ教えてください！
📄 画面のサンプル
#HappyRenDay #REN_Journey_EP26
このスレッドを表示

sample
HAPPY BIRTH DAY
@pep_support

新聞折込ってスゴイですね

このツイートを共有する (Twitterユーザー以外にも共有できます)

【公式】pep(ベップ)・応援広告サポート - @pep_support · 3日
おあ〜ご報告ありがとうございます！
JAMの皆さんに喜んでいただけて本当に良かったです！
こちらこそ
本当にありがとうございます！
ネットプリントまで用意して頂いて
感激してます！
またどうぞ川尻蓮を宜しくお願いします！
👍👍👍

【公式】pep(ベップ)・応援広告サポート - @pep_support · 3日
とても嬉しいです！大変嬉しい言葉ありがとうございます！
これからもJO1のみなさんを応援しております！
👍👍👍

rika 蓮君応援 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @rika86490894 · 3日
わろ 🍀🍀🍀🍀🍀🍀
感激です！

のっちゃん・ん・ん 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @KanataNirai · 3日
え、新聞折込！？すごい！
👍👍👍

rika 蓮君応援 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @rika86490894 · 3日
本当にありがとうございます！
ネットプリントまで用意してくれてるの！
👍👍👍

ネットプリントまでご用意して頂いて感謝します。

え、新聞折込！？すごい！ネットプリントまで用意してくれてるの

Kei 🍀 @kei_jo1 · 3日
rikaさんへいいな〜うちが対象外地域だった...残念！
JAMちゃんに聞いてるといいな〜

rika 蓮君応援 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @rika86490894 · 3日
けいちゃんとか、入ったらよかったー？
でもネットプリントできるみたい！

HAPPY REN DAY
ネットプリント
ローソン/ファミリーマート/ポプラ
ユーザー番号: LC4JFW5PHY
📄 🍀🍀 (THU) AM8:00~9:00
sample
HAPPY BIRTH DAY
@pep_support

うちの地域は対象外だったけどネットプリントありがたい

emikei 🍀 @emikei3 · 3日
rikaちゃん、こんばんは〜
おあ〜素敵ですね！こんな風に一部の地域に広告を入れてくれるなんて
田舎に住んでいる我が家にはもちろん来てくれませんでしたが...見せてくれてありがとうございます！

rika 蓮君応援 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @rika86490894 · 3日
えみりちゃんばんは〜そっかー無かったー？
でもね、ネットプリントできるみたい！
👍👍👍

kakko 🍀 @kako_11nin · 3日
りちゃん
お知らせありがとうございます！
新聞もう取ってないからネットプリントあるんだね！ありがたい！
👍👍👍

rika 蓮君応援 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 @rika86490894 · 3日
うちも〜
老眼で新聞とっくにやめてたけ、友達が持ってきてくれたんよ！
👍👍👍

マロン 🍀 @maron_jam · 3日
すご〜い！
👍👍👍

素敵ですねこんな風に一部の地域に広告入れてくれるなんて

新聞取ってないからネットプリントあるのありがたい

ショッピングモール

集客力・発信力の活用

地域の魅力・価値の向上に寄与、アプリ価値向上



水族館

施設が持つコンテンツの提供

施設へのPR・集客の実現 施設が持つ課題解決



地域施設との相互送客企画

de 海の まなびの

ペンギンくんの マリンワールド
きょうどうぶつ
**希少動物の
保全活動レポート**
ほぜんかつどう

2022年 配信期間
6月23日(木)～7月18日(月・祝)

対象モール

**アプリ
限定配信!**

第1弾 **初回配信はツッコのり回ぐん!!**
6月23日(木)
配信スタート
ツッコのり回ぐんに
取材にいくぞ!

第2弾 6月30日(木)
配信スタート
福岡の海にもいる?
ウミガメのレポート!

第3弾 7月7日(木)
配信スタート
福岡の里山・水生生物を
レポート!

リロくんにおまかせ!
希少動物
情報ダウンロード
ツアー

抽選で **マリンワールド まなびの
体験ツアーを当てよう!**
僕のレポートを3回手紙してくれると抽選参加に
必要なコードが発行されるんだ!
抽選期間 **7月7日(木)～7月18日(月・祝)**
抽選結果発表は抽選当選発表の日は、
イオンモール マリンワールドの別冊メールからご確認ください。

ペンギンくんの
希少動物の保全活動
レポートを見るには
こちらをダウンロード
「キャンペーン」を
タップ!

マリンワールドスタッフに
生き物の不思議について質問しよう!
水槽展示はく製展示もやってるよ!

マリンワールドが
おやつでくさぞ!

ツアーの日表

6月25日(土)・26日(日)	
7月2日(土)・3日(日)	
7月9日(土)・10日(日)	

イベントの開催時間は、全てのモールで10時から18時まで
イベントは実施中止する場合があります。
1階はイベントを開催するイオンモールのホームページをご覧ください。

マリンワールド海の中道 割引クーポン **アプリで配信中!**

マリンワールド
アクアツアー
生き物の不思議を知ろう!



■当社が伝えたい、大切な事

- 1 商圏を常に正確に把握しましょう
- 2 ターゲット（属性）に合わせた最適な手法を選択しましょう
- 3 各地域・各商圏に合わせた最適な手法を選択しましょう
- 4 訴求は売り手目線ではなく、消費者を意識した内容にしましょう
- 5 チラシにおいてもデジタルとの連携は重要です

～他メディアと組み合わせにチラシを有効活用しましょう～

ご清聴ありがとうございました