

LINE

ポスティングによるROI向上

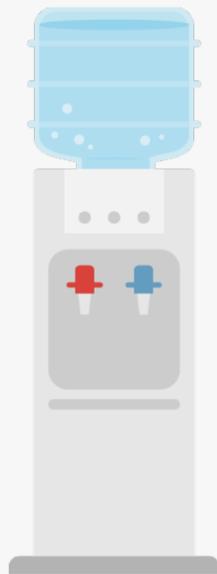
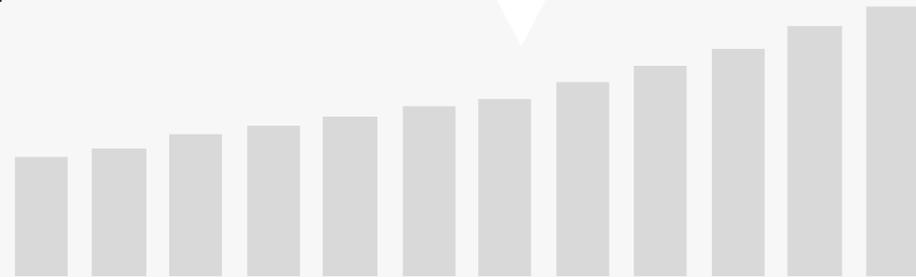
ウォーターサーバー市場における具体的なケーススタディ

株式会社ライン

市場規模

2011年 910億円
⋮
2022年 2,115億円

10年で
2倍以上



- ・ミネラルウォーターを買う時代へ
- ・震災による宅配水の需要増
- ・コロナ禍による宅配型サービスの一般化

新規参入の加速による競争の激化

リスティング広告運用

A社



キーワード「ウォーターサーバー」
【平均CPC】
GoogleAdwords ¥499
Yahoo!プロモーション広告 ¥861

クリック
単価が
高騰

LTVを意識しても費用対効果を生みにくい



別の広告展開としてポスティングを検討

人の手でチラシを配るポスティングは、Web広告に比べコストが高く、費用対効果が劣るのではないかという懸念があった。

ポスティングとWeb広告の比較

ポスティングのコスト効率と効果的なターゲティング

ポスティングは費用対効果の高いプロモーション

ポスティングとWeb広告（リスティング広告）を右図のように比較すると、10万世帯にポスティングを行った際の広告費はおよそ**60万円**であるのに対し（チラシ制作費は別途）、リスティング広告では10万クリックを獲得するために**約5,000万円**（GoogleAdwordsの場合）が必要になることが分かる。

つまり、目標CPAが2万円の場合、ポスティングは10万部の配布で**20件**獲得できれば目標が達成されるが、リスティング広告では**2,500件以上**獲得できなければ目標に届かず、この費用対効果の差は歴然である。

また、ポスティングでは家族世帯や事業所などに配布を行った場合、複数人の目に留まる可能性があり、配布部数以上のリーチが見込めることが予測できる。

	リスティング広告	ポスティング
リーチ/配布数	10万クリック	10万部配布
広告費	約5,000万円 (@¥499) <small>※GoogleAdwords</small>	約60万円 (@¥6)※ <small>※デザイン費別途</small>
目標獲得件数	2,500件	20件
CPA	¥ 20,000	

※上記金額は一例。ポスティングの配布・チラシ印刷単価は、条件により異なります。

Web広告と比較したときのポスティングの特徴

● 1部で複数人の目に留まる可能性がある

WEB広告は基本的に1人に対して広告が表示（imp）されるが、ポスティングは1世帯、1事業所ごとに投函され、保存性も高いことから、**人数分のimpが発生する**可能性がある。

● Web広告ではリーチできない見込み客に届けられる

自ら検索を行う目的意識をもったユーザーではなく、**受動的な見込み客**へのリーチが可能。
また、**インターネットに触れる機会が少ない層**にも広告を届けられる。

● 他の同封広告と一緒に比較され、分別される

ポスティングされたチラシは、ポストに投函された別の郵便物と共に世帯主に受け取られ、必要なものとそうでないものとの仕分される。そのため、他のチラシと紛れると内容に目を通す前に捨てられてしまう可能性が高い。

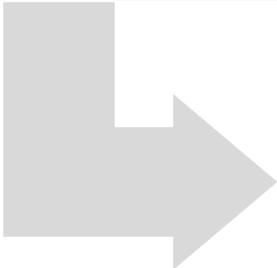


変数（努力で改善可能な数値・指標）

- **配布方法**
どのターゲットに対して届けるか
- **チラシデザイン**
どのようなクリエイティブで届けるか

定数（努力でどうにもならない数値・指標）

- **配布タイミング**



変数をいかに調整して施策を実施するかでポスティングの効果が変わる。

変数① 「配布方法」

軒並み配布（ローラー配布）とマンションポストイング

	軒並み配布（ローラー配布）ポストイング	マンションポストイング
概要	<p>チラシやDMなどの印刷物を対象エリアの一般住宅、事業所の投函できるすべてのポストに配布する方法。特定のターゲットを絞らず、広く一般の消費者にアプローチする手法。</p>	<p>チラシやDMなどの印刷物を特定のマンションや集合住宅にターゲットを絞って配布を行う手法。原則集合ポストへの配布となる。</p>
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットを絞らないため、広範囲の消費者にリーチが可能。 ・コストが比較的安価で、広告の露出機会を増やせる。 ・ターゲット以外の人にも配布される可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定の住宅層を対象とした配布が可能で、ターゲットの精度が高い。 ・高いターゲットにリーチできるため、効果的な広告展開が期待できる。 ・配布エリアが限定的なため、広範囲へのリーチは難しい。

▶▶ **今回はコストが安い軒並み配布ポストイングにて施策を実施**

変数② 「チラシのデザイン」

ポスティング効果を最大化するための仮説 「チラシにまぎれても"チラシ"と思われない見せ方

目に留めてもらうためのアイデア

仮説

ポスティングチラシは、仕分けされる過程で郵便物ではなく「チラシ」と判断された場合、そのまま見ずに捨てられてしまう可能性がある。

施策

仕分けされる段階でいかに目を留めてもらうかが重要だと考え、他のチラシと差別化を図るため、カタログ風のデザインにて実施。（広告効果は後述）

チラシイメージ ※実例ではありません。



カタログ風



通常チラシ

ポスティング実施後の数値

ポスティング実施後の数値で明らかになったオフライン広告の効果と価値

WebサイトのPV

約**130**~**150**%増加

Web問い合わせ

143%増加

資料請求件数

154%増加

イベント動員数

150%増加



まとめ

リスティングとポストिंगの対比とアクションプラン

- ✔ リスティング広告の高CPCにより、CPA目標値を達成するには**多数のクリックが必須**であり、高額な費用がかかる可能性がある。
- ✔ ポスティングは**1世帯あたり低コストで展開できる**ため、少数の申込獲得でもCPA目標値を達成できる可能性が高い。
- ✔ ポスティングは**特定のターゲット層にリーチ**ことができ、**家族世帯向けの商品やサービス**に対して効果的であると見込まれる。



ポスティングのご相談は株式会社ラインまで



全国対応

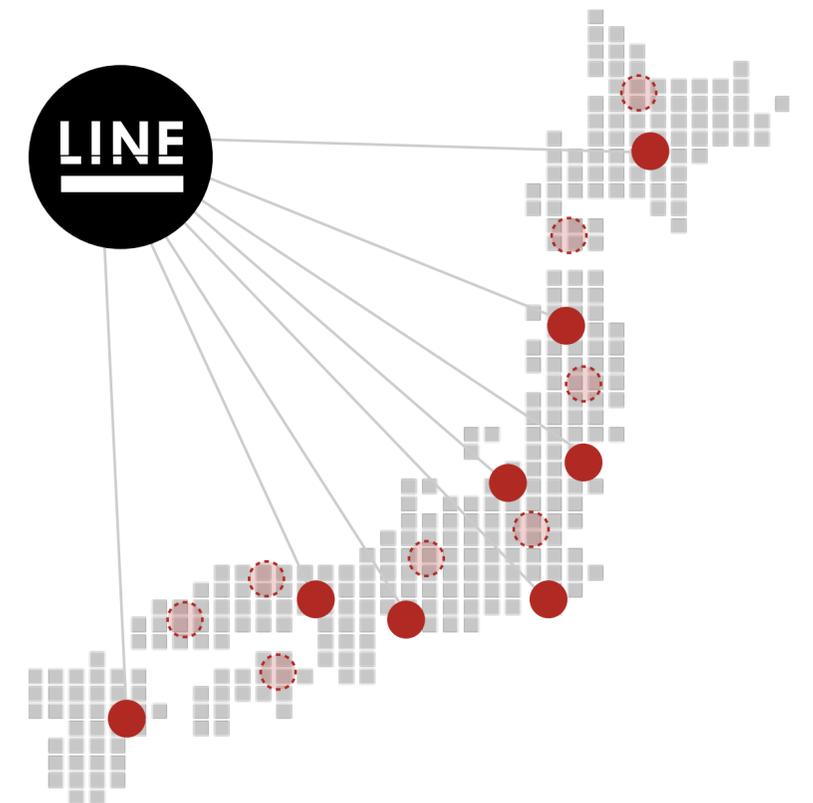
即日見積もり

配布実績18億枚

株式会社ラインは、ポスティング総合代理店として
全国実績**1,700社以上**と多くの企業様にご利用いただいております。



全国規模のお見積もりから、配布エリアの選定、過去の実績を活かしたチラシの制作や印刷、進捗管理、配布報告書の提出から結果分析まで、みなさまのお手を煩わせることなく全てラインにお任せいただけます。



お気軽にお問い合わせください。

お電話での
お問い合わせ

0120-922-890

受付時間10:00-19:00(土日祝を除く)

メールから

info@line.jp.net

HP

<https://line.jp.net>



株式会社ライン

東京都新宿区新宿3-11-10
新宿311ビル7F

