

LINE

ポスティングの効果的活用

シニア向けマーケティングの拡大と戦略

株式会社ライン

1、日本の高齢者社会の現状と重要性

シニア市場の拡大と影響

拡大し続けるシニア市場

日本の人口は近年減少局面を迎えており、2070年には**総人口が9,000万人**を割り込み、**高齢化率は39%の水準**になると推計されている。

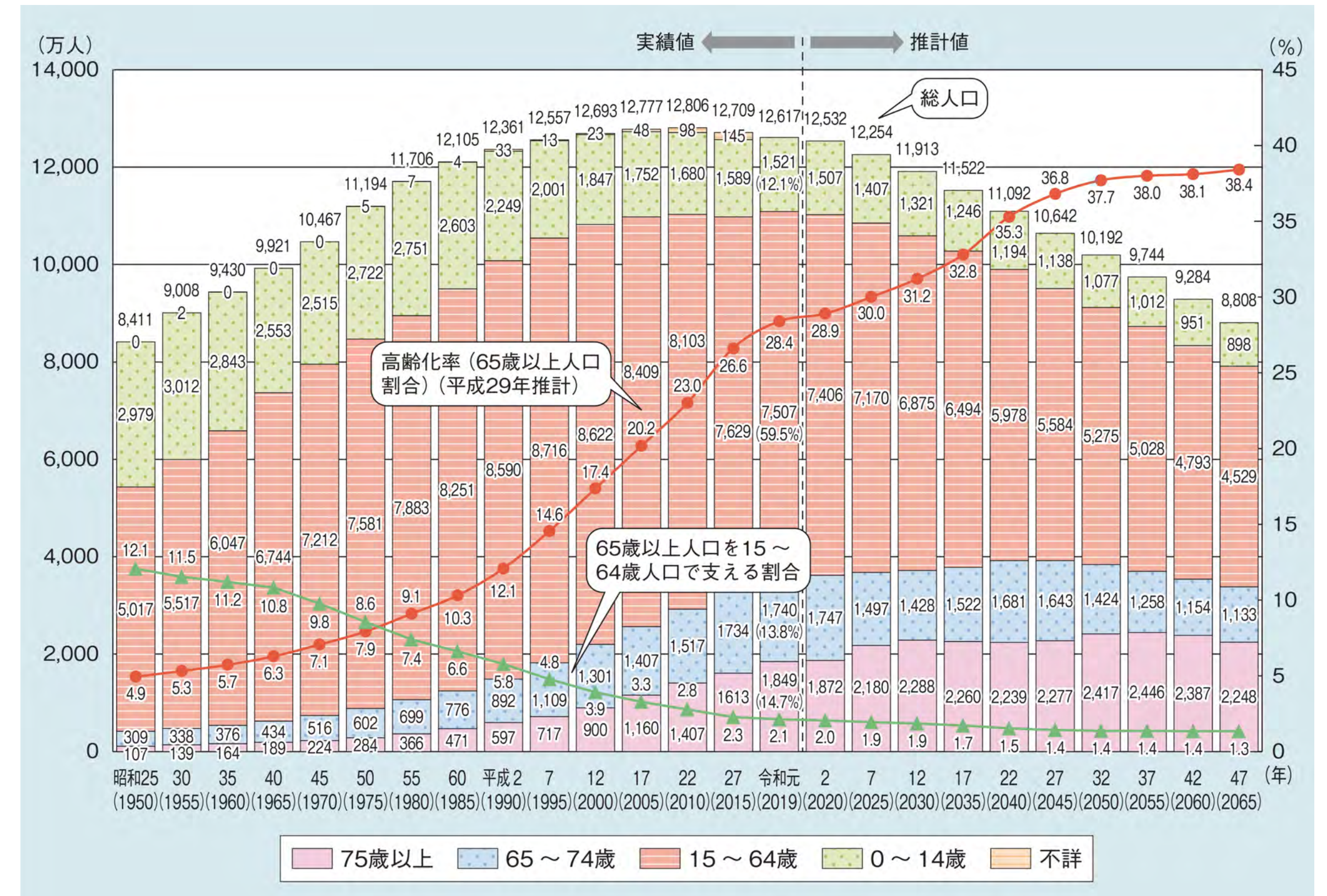
また、団塊の世代の方々全員が75歳となる2025年には、**75歳以上の人口が全人口の約18%**となり、2040年には**65歳以上の人口が全人口の約35%**になると推計されている。

今後人口の3割近くを「シニア」と呼ばれる年代が占めることが分かり、シニア市場は今後も拡大が予想される。

シニア市場への理解が成功の鍵

長寿命化と出生率の低下により、高齢者が市場全体の重要な一部を占めていることが分かる。彼らは安定した収入を持ち、幅広いニーズを持っていることで、特に**健康関連の産業成長が期待**されている。

また、高齢者は長期的な顧客関係を築く傾向があり、企業の社会的責任活動にも影響する。この市場を理解し、効果的なマーケティング戦略を展開することが成功の鍵となる。



※出典：内閣府 令和2年版高齢社会白書

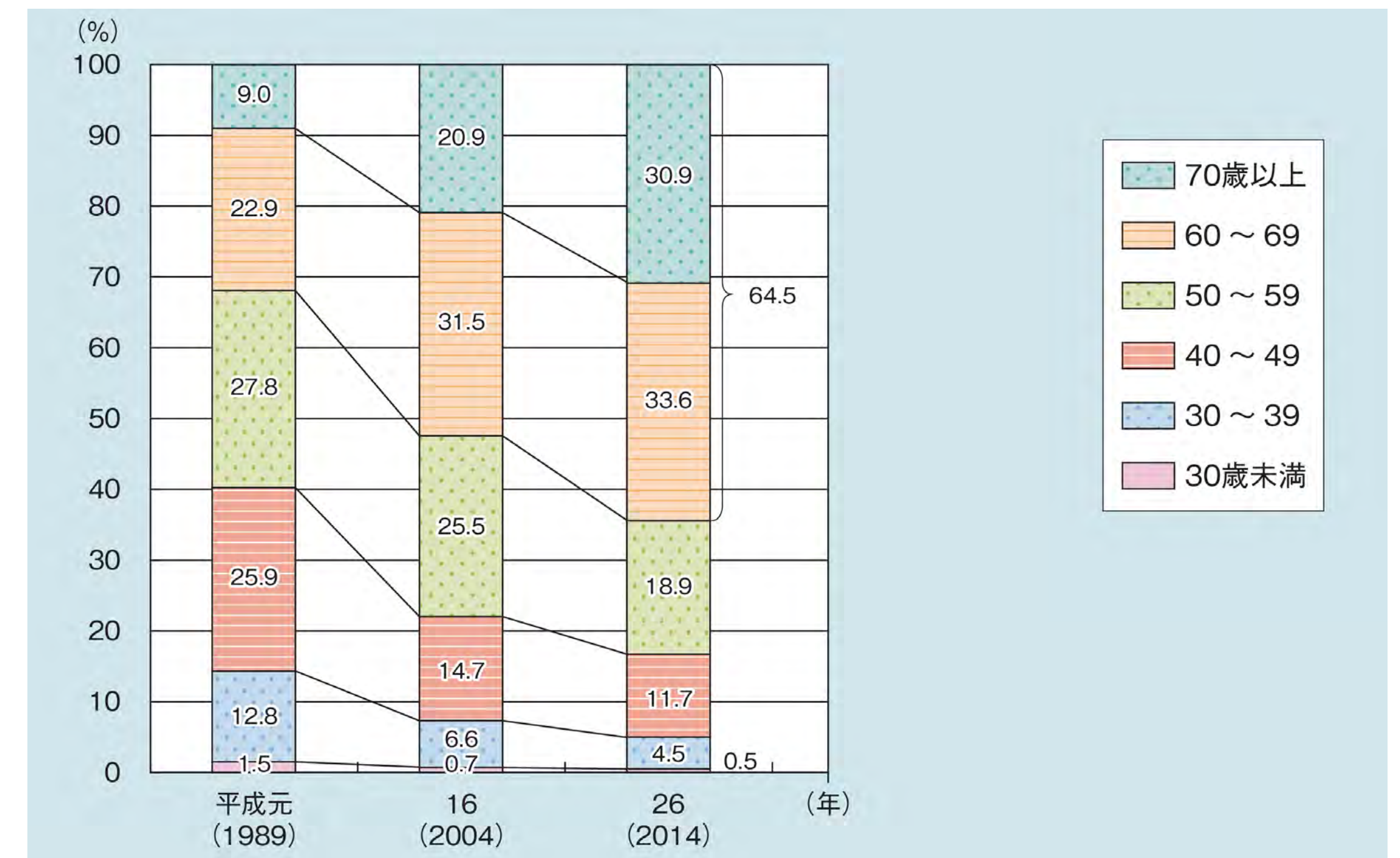
2、シニアマーケティングの必要性

シニア市場の巨大な潜在力

シニアマーケティングは企業にとって極めて重要であり、高齢者市場に対する適切なアプローチは成長と競争力の維持に不可欠となる。

| | |
|--------|--|
| 市場価値 | 2025年までに高齢者市場の規模は 100兆円 を超え、その巨大な市場潜在力が存在する。 |
| 消費層の増加 | 2070年には 総人口が9,000万人 を割り込み、39%の水準になると推計と予測されている。 |
| 購買力の向上 | 60歳以上の人々が占める金融資産の割合が全体の 6割を超え 、高齢者層の購買力が高まっている。この市場セグメントは、経済的に重要な役割を果たしている。 |

▼世代別金融資産分布状況



※出典：内閣府 令和2年版高齢社会白書

2、シニアマーケティングの必要性

シニアマーケティングのターゲット層

シニアマーケティングは、主に65歳以上の男女に向けたマーケティング手法となる。

高齢者の中でも、アクティブシニア、ノンアクティブシニア、パッシブシニアがあり、それぞれの生活スタイルや関心事に合わせたプロモーションが必要となる。

| | |
|--------------------------|--|
| <p>アクティブシニア</p> | <p>65歳以上でも健康で元気な層で、趣味やスポーツを楽しむことが多く、旅行なども積極的に行う。商品やサービスはスポーツ用品や旅行商品が典型的。</p> |
| <p>ノンアクティブシニア</p> | <p>健康や経済的な理由で外出が制限され、家で過ごす傾向にあるシニア層。家庭用の健康管理グッズや娯楽商品が需要。</p> |
| <p>パッシブシニア</p> | <p>身体的な問題を抱えており、自宅療養や介護施設で生活するシニア。健康管理グッズや介護用品、機能性食品などが必要。</p> |

それぞれのライフスタイルを調査・プロモーション

| | | |
|--|---|---|
| <p>アクティブシニア</p> <ul style="list-style-type: none"> 身体的に健康 活動的 仕事をしている 購入意欲が高い | <p>ノンアクティブシニア</p> <ul style="list-style-type: none"> 健康にやや不安 自立した生活 仕事をしていない 家にいることが多い | <p>パッシブシニア</p> <ul style="list-style-type: none"> 要介護 日常生活範囲に制限 高齢者と認識 収入に不安 |
|--|---|---|

- | | | |
|---|---|---|
| <p>▲</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 旅行商品 ● 趣味・習い事 ● 孫育て関連 ● 高級自動車 | <p>▲</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 健康管理商品 ● 趣味関連（家庭用） ● 宅配サービス ● 勉強・資格 | <p>▲</p> <ul style="list-style-type: none"> ● デイサービス ● 健康管理商品 ● 家事支援サービス ● 宅食サービス |
|---|---|---|

3、シニアマーケティングの広告手法比較

シニア向け広告メディアの多様性

シニア層に需要が高い紙メディア

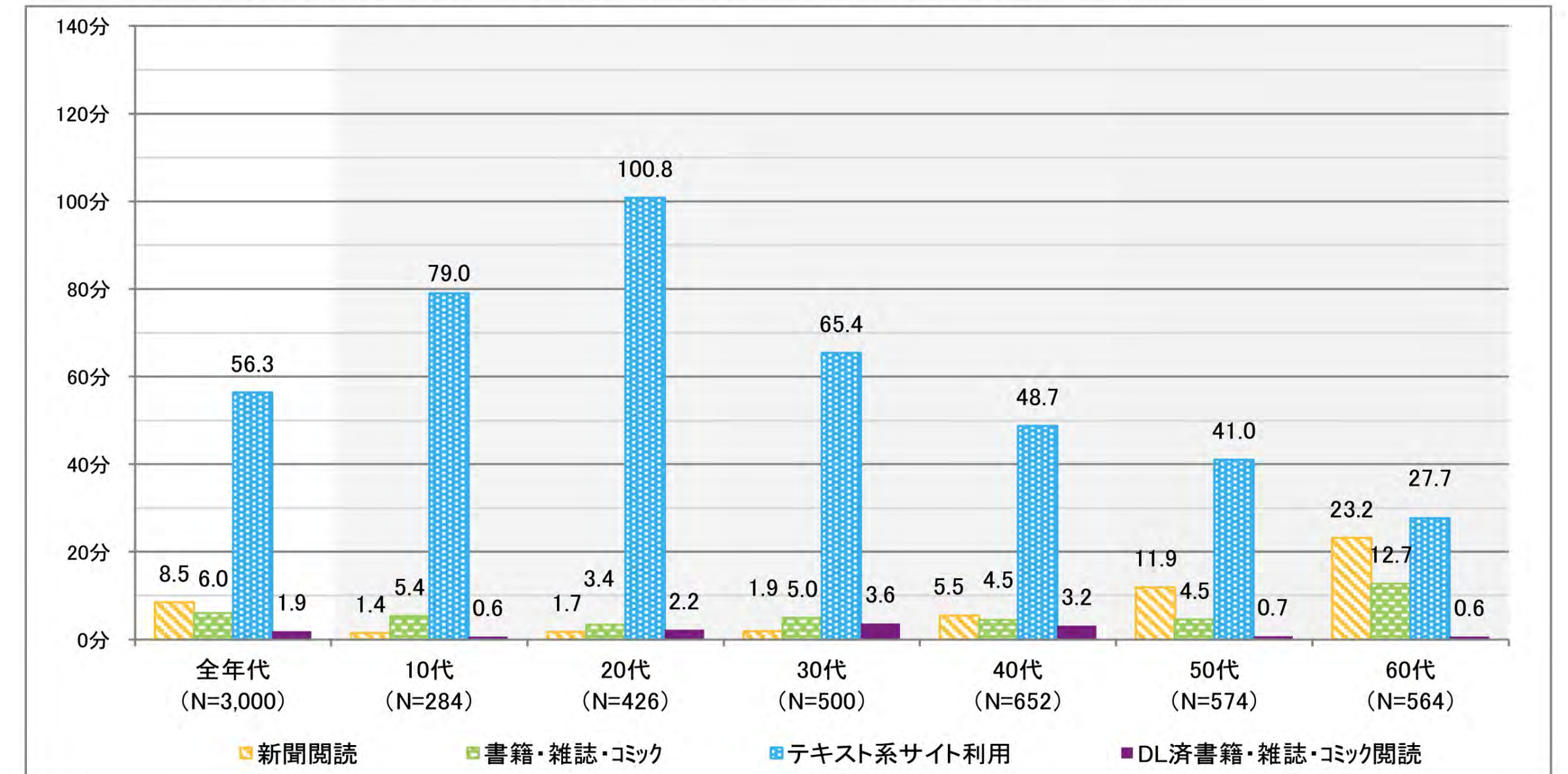
総務省の調査によれば、新聞を重要な情報源としている割合は全年代平均が52.8%であるのに対し、**60代では75.5%**と高く、雑誌を重要な情報源としている割合も、全年代平均17.9%に対し**60代は20.2%**となっている。つまり、**シニア層は紙メディアを信頼できる情報源として依然として重視している**ことが分かる。

多様なメディアアプローチが重要

デジタルメディアもシニア層の利用傾向が増えており、広告アクセスの新たな手段として注目されているが、**未だ紙媒体である新聞や雑誌は依然として重要な役割を果たし**、60代層では特に高い情報源として認識されている。

このような状況下で、シニア向け広告戦略を成功させるには、伝統的な**紙メディアとデジタルメディアを組み合わせ**、ターゲット層のメディア利用傾向を考慮した多様なメディアアプローチが欠かせない。

図 2-3-5 【令和2年度】[平日]テキスト系メディアの平均利用時間(全年代・年代別)



※出典：令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

4、シニア市場向け広告メディアの選択肢

ターゲット層の特性を活かした効果的な広告展開のポイント

シニア市場の広告メディアにはいくつかの選択肢がある。

| | |
|---------------|--|
| テレビ広告 | 高齢者層にとっては主要な情報源であり、視聴率が高い。ただし、費用が高いため予算や目的に応じて検討が必要。 |
| ラジオ広告 | 65代以上の方々にとって親しみのあるメディアであり、特定の番組に出稿することで効果的な広告が期待できる。 |
| 新聞広告 | 60代の新聞購読率は高く信頼性も高いため、情報の信頼感を活かした広告が可能。 |
| 雑誌広告 会員誌広告 | 幅広いターゲットに向けた広告が可能であり、長期的な反響が期待できる。 |
| 交通広告 | 移動中に目にする機会が多く、視認性が高い特徴がある。 |
| フリーペーパー広告 | ジャンルや地域を絞ってターゲットを設定できるため、効率的な広告が可能。 |
| チラシ広告 | ポスティングや折り込みなど、リーチ獲得が期待できる広告メディア。 |
| 同封・同梱広告 | カタログや会員誌と一緒に試供品を同梱することで、開封率が高まる。 |
| Webメディア | 商材やサービスに合うメディアやシニア層が多く集まる場所に広告を出すことで、効果的にアプローチが可能。 |

5、シニアマーケティングにおけるポスティングのメリット

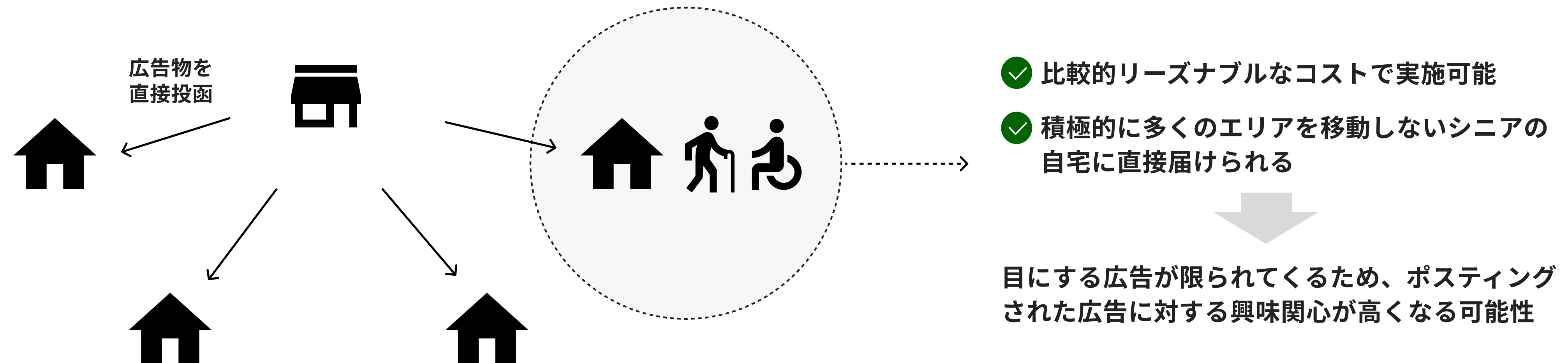
リーズナブルなコストで効果的な情報発信

シニアマーケティングにおけるポスティングや折込チラシの最大のメリットは、**比較的リーズナブルなコスト**で**多くのシニアに直接広告物が届けられる**点にある。

若年層と異なり、積極的に多くのエリアを移動することが少ないシニアにとって、自宅に直接届けられる情報は非常に重要となる。

そのため、若年層に比べて**直接ポスティングされた広告物に対する興味や関心も高くなる傾向があり**、シニアに特化したポスティングや折り込みチラシは一定の効果が期待できる。

この方法を活用することで、ターゲットとなるシニア層に有効な情報を効果的に届けることができる。



6、シニア向け広告の効果的なチラシデザイン戦略

アプローチを成功させるためのデザインの要点

✔ ターゲットを明確にする

年齢や健康状態、経済状況、ライフスタイルなど個々の要素を考慮してシニア層を細分化する。

✔ 具体的なシーンを想起させる

抽象的な訴求よりも、具体的なシーンを提示することで、シニア層に「自分ごと」の感覚を与える。

✔ 落ち着いた色味や写真素材

違和感なく視認できるデザインを採用し、特に色合いや写真の選定に注意する。

✔ フォントの見やすさ

太文字や読みやすい書体を選ぶことで、シニア層が快適に情報を受け取れる。フォントサイズは12~14ポイントが適切とされる。

✔ 根拠を持った訴求

シニア層に対するインサイトを正確に把握し、具体的なペルソナを設定するための事前調査が不可欠。

○ シニア向けのチラシデザイン

サンプル整骨院
0月0日開院

予約制
無料体験会0月0日〇時~

頭痛 肩こり 腰痛

あなたのつらい症状
改善します。

当院では各症状に合わせた
施術を丁寧に説明し、施術を行っています。

| 受付時間 | 月~金 | 土 | 日 |
|-------------|-----|---|---|
| 9:00~13:00 | ● | ● | × |
| 15:00~20:00 | ● | × | × |

夜8時まで
受付

〇〇駅
徒歩1分!

サンプル整骨院
☎0120-000-000
受付時間 〇時~〇時
〒000-0000 ●●県〇〇市●〇-〇〇-●

✗ シニアに向かないチラシデザイン

サンプル整骨院
0月0日開院

予約制
無料体験会0月0日〇時~

頭痛 肩こり 腰痛

あなたのつらい症状
改善します。

当院では各症状に合わせた
施術を丁寧に説明し、施術を行っています。

| 受付時間 | 月~金 | 土 | 日 |
|-------------|-----|---|---|
| 9:00~13:00 | ● | ● | × |
| 15:00~20:00 | ● | × | × |

夜8時まで
受付

〇〇駅
徒歩1分!

サンプル整骨院
☎0120-000-000
受付時間 〇時~〇時
〒000-0000 ●●県〇〇市●〇-〇〇-●

※実例チラシではありません。

7、ポスティングの特徴と費用対効果

集客と成約の増加

下記事例では、ポスティングを用いた広告活動が、予算内で効果的な結果をもたらし、ビジネスに貢献している。ポスティングの地域ターゲティングと魅力的なプロモーションが成功要因であることが示されている。

超高級老人ホームの事例

入居に約1億円、月額約30万円という超高級老人ホームの集客

| | |
|-------------|-------------|
| 地域 | 東京都世田谷区・杉並区 |
| 配布内容 | 施設案内 |
| 配布部数 | 50,000部 |
| 予算 | 1,000,000円 |

結果 **3組の見学・1件の成約を獲得**

配布物もB2サイズの大型チラシをビニールラッピングするという高級感のある仕様を用い、都内で高齢者比率×富裕層比率の高い地域に配布。

スマホ教室の事例

携帯キャリアが運営するスマホ教室のご案内

| | |
|-------------|-------------------|
| 地域 | 千葉県 |
| 配布内容 | 教室開催の案内 |
| 配布部数 | 1拠点約15,000部 |
| 予算 | 70,000円/箇所 × 10拠点 |

結果 **1拠点約15,000部の配布に対して、30~40組を集客**

集客後にキャリアのご案内を行い、新規契約獲得にもつながった。

8、ポスティング業者選びのコツ

信頼性と品質を重視したポスティング業者の選択

ポスティング業者を選ぶ際に、以下のポイントに注意を払うことが重要となる。
 全国に約950社もの選択肢がある中から、信頼性の高い業者を見つけるためには、以下の要素の検討が必要。

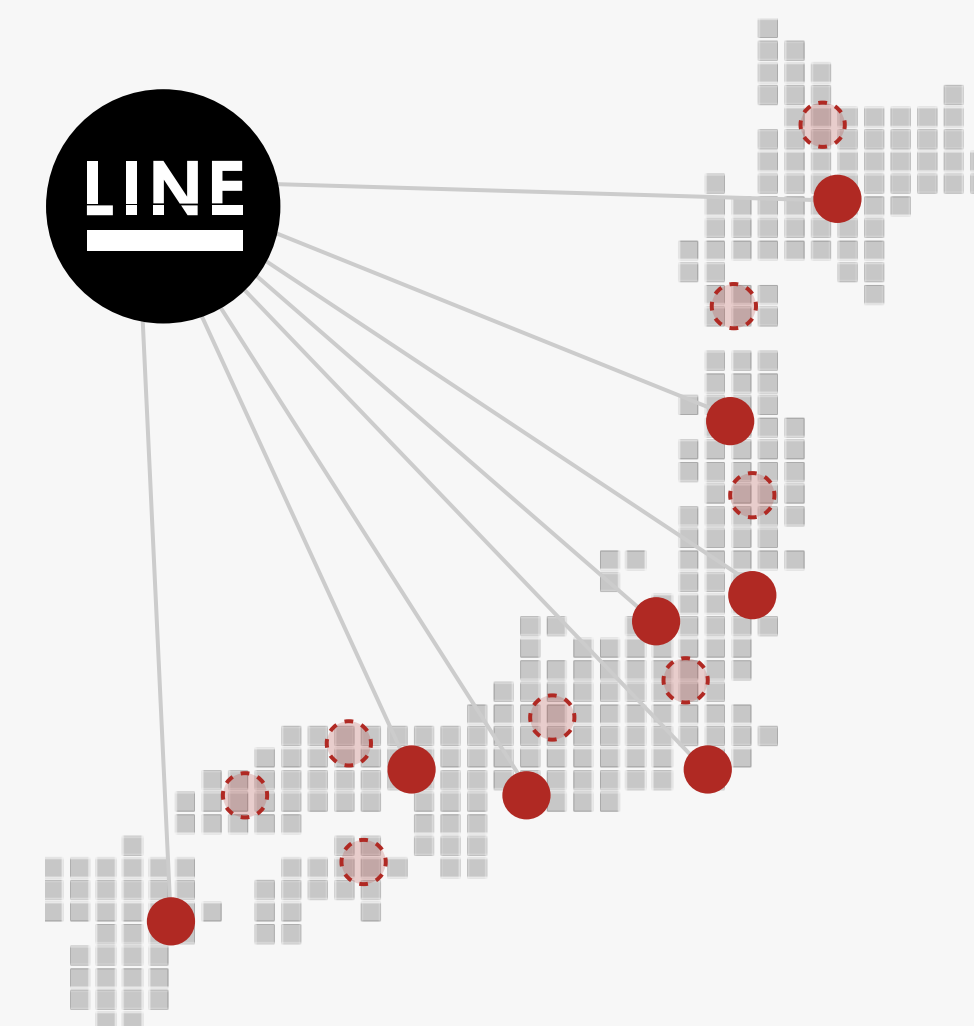
| | |
|-------------|---|
| 対応地域 | 希望する配布エリアに対応しているか？ |
| 配布員管理方法 | 地域性や組織規模に合わせて最適な管理方法を取っているか？ |
| 配布体制 | 案件に応じて最適な配布方法を取っているか？ |
| 営業体制 | 現場によって取次代理店を挟んで取引を行っているか？ |
| 倉庫の有無 | 大口の納品が可能な倉庫や、フォークリフトの有無、またチラシの保管方法が明瞭か？ |
| 在庫管理方法 | 倉庫内の整理が行き届いた、丁寧な在庫管理を行っているか？ |
| クレーム物件の管理方法 | クレームの再投稿を防ぐために、地図への落とし込みなどの工夫が行われているか？ |

ポスティングでお困りの場合は



このような会社様は、ぜひ株式会社ラインへご相談ください。

- ✔ ポスティング案件をスピーディーに、かつ安全に手配したい
- ✔ 全国の配布会社を熟知した専門家から提案がほしい
- ✔ エリアごとに配布会社を分けて手配するのが非常に煩雑なので、全国どこでもできれば一括で手配を行いたい
- ✔ エリア出しから見積り対応・諸々のプランニング含めすべて丸投げしたい



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

