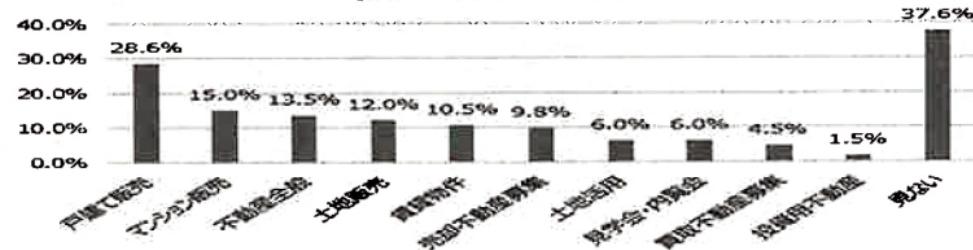


# チラシはポスティングより新聞折り込みの方が効果

## 閲覧率トップ「戸建て販売」

不動産の折込チラシは何を見ますか？  
(複数回答可、N=133)



回答者全体での新聞購読者は48・7%と約半数だった。「折込チラシを見ない」が12・5%だったのに対し、「ポスティングチラシを見ない」が34・6%と3倍近い開きがあった。

不動産チラシの閲覧率は、「戸建て販売」(28・6%)、「マンション販売」(15・0%)、「不動産全般」(13・5%)がトップ3だった。4位は「土地販売」(12・0%)、5位に「賃貸物件」(10・5%)となつた。興味のある折込チラシを見た後のアクションも聞いたところ、「何もない」(78・9%)と約8割を占めたものの、不動産会社へ問い合わせする場合の手段として「電話をかける」(11・3%)と最も多く、「メールをする」(6・0%)と「FAXする」(0・8%)と続いた。

不動産関連の比較検定サイト「スマイスター」を運営するリビン・テクノロジーズ(東京都中央区、川合大無社長)は、「配布の日」(＝日本広告配布事業協会制定、8月12日)に合わせてチラシについての調査をまとめた。

■ □ ■

スマイスターを利用する20歳以上の全国の男女312人にアンケート調査をしたところ、折込チラシはポスティングよりも閲覧率が約3割高いことがわかった。

「往訪する」(3・0%)、「FAXする」(0・8%)と続いた。