



# 家庭の郵便受けの中身に関する調査報告

郵便物やチラシは増えている？ 読んでいる？ 使っている？

# 調査計画

---

## ■ 調査目的

ここ数年、スマートフォンやSNSの普及を背景に、数を減らしていると思われる家庭に届く郵便物。これを背景に、アナログなコミュニケーションとしての郵便が見直されてきている。本調査は、日常生活の中で目に触れ、手にする郵便物について、一般的な生活者の意識と行動について把握することを目的に実施した。

## ■ 調査方法

### ● 調査手法

インターネット消費者パネルを対象にサンプリングしたアンケートによる定量調査

### ● サンプルパネル

マーケティングジャンクション社・登録アンケートパネル

# 実施内容

## 設問項目

### ● Face

1. 性別
2. 年代

### ● 本調査

1. 家庭に届く郵便物数
2. 家庭に届く郵便物内容
3. 広告やダイレクトメールの量の感想
4. 広告やダイレクトメールに目を通すか
5. 広告やダイレクトメールの量の変化
6. ポスティング広告数
7. ポスティング広告の量の感想
8. ポスティング広告に目を通すか
9. ポスティング広告の量の変化
- 10.ダイレクトメールやポスティング広告のクーポン使用

## サンプリング結果

### ●性別

	N	%
全体	1000	100.0%
男性	404	40%
女性	596	60%

### ●年代

	N	%
全体	1000	100.0%
30代以下	89	9%
40代	295	30%
50代	346	35%
60代	204	20%
70代以上	66	7%

全国の調査パネル1000人を対象に**調査を実施**しました。

※2019年5月に調査実施

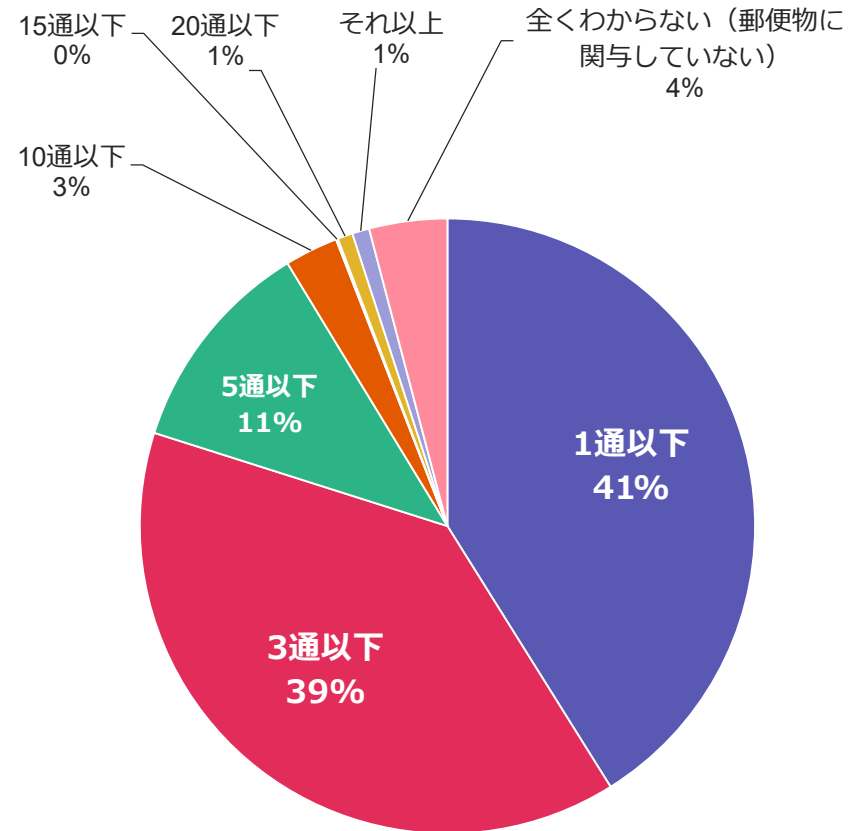
## 調査結果

# 1.家庭に届く郵便物数

家庭に届く1日あたりの郵便物の数について、感覚的に回答してもらっています。

- 1通以下が40%
- 3通以下で80%
- 5通以下で90%

多くの人が、どのような郵便物であるかを確認することに、無理のない程度の数の郵便物を受け取っている。



Q

おうちに届く郵便物（メール便等を含む）は1日の平均どのくらいありますか？家庭合計でお答えください。

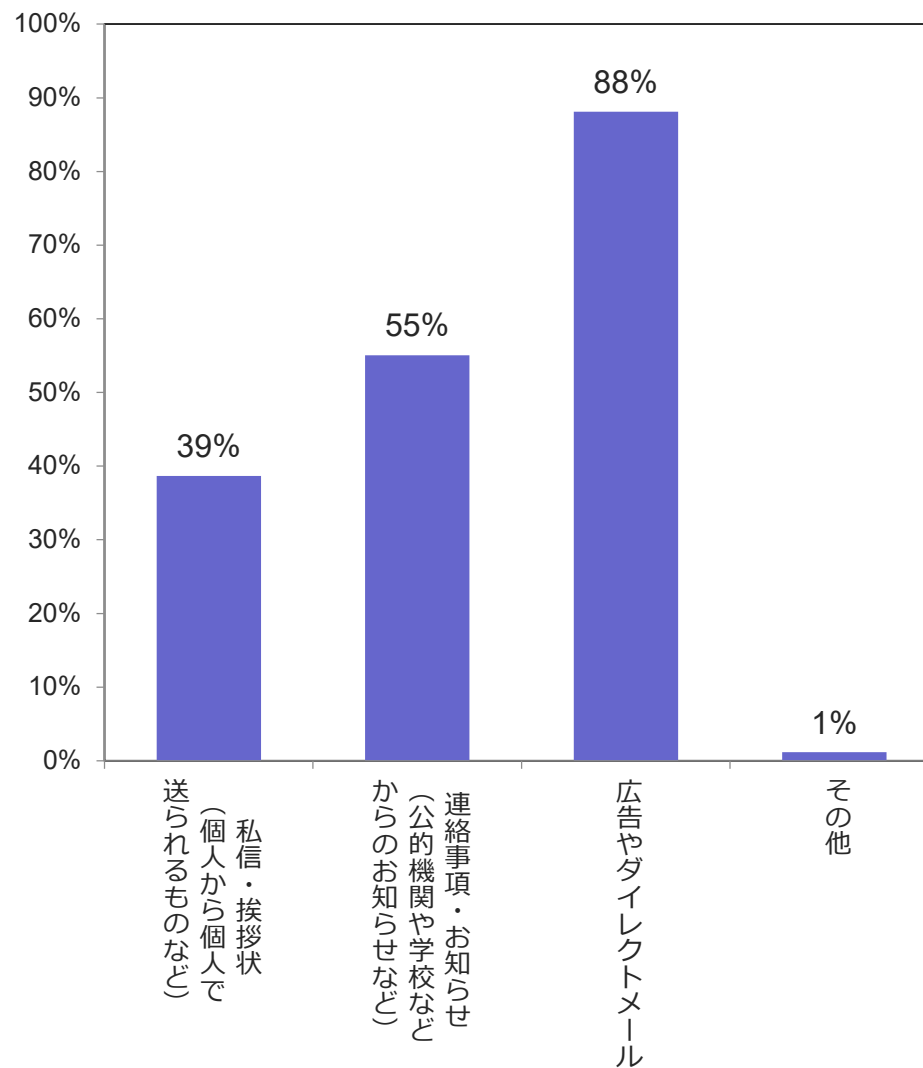
## 2.家庭に届く郵便物内容

受け取っている郵便物の中で多い内容について、複数回答形式で質問しています。

回答者の90%近くが、広告やダイレクトメールが多いと回答している。

Q

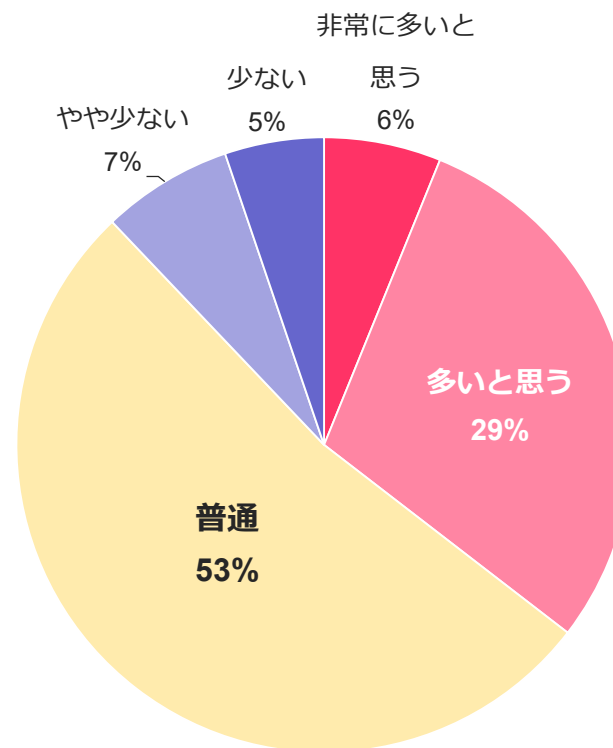
受け取る郵便物（メール便等を含む）はどのような内容が多いですか？当てはまるものを全てお選びください。



### 3. 広告やダイレクトメールの量の感想

広告（郵便物）やダイレクトメールについて、数量の多さを感じているかを尋ねました。

半数が、多くも少なくも感じない「普通」と回答。  
「多い+非常に多い」は、全体の約1/3。



Q

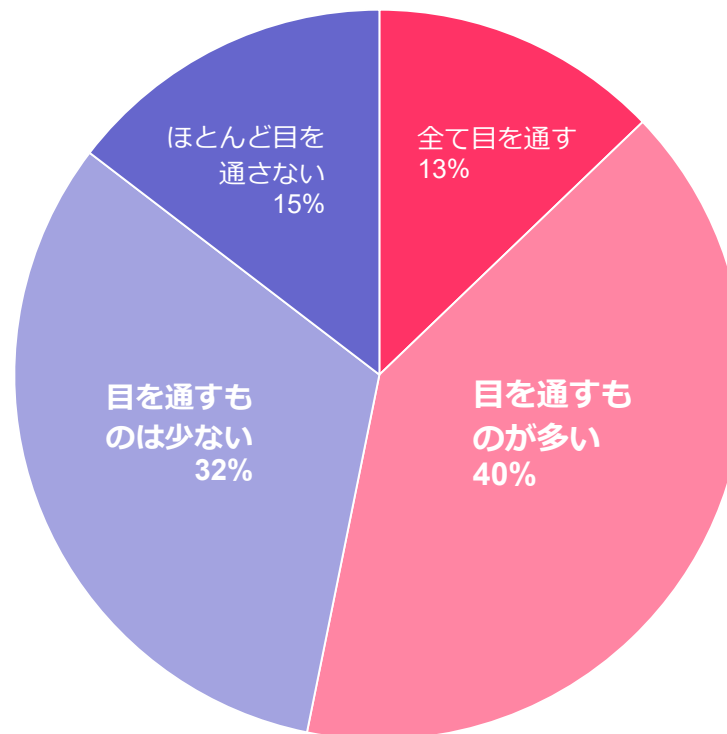
広告やダイレクトメールは多いと思いますか？

## 4. 広告やダイレクトメールに目を通すか

広告（郵便物）やダイレクトメールに目を通すか尋ねています。

- 目を通すものが多い 40%
- 全て目を通す 13%

半数以上が目を通す傾向にある。



Q

あなたは届いた広告メールやダイレクトメールに目を通しますか？

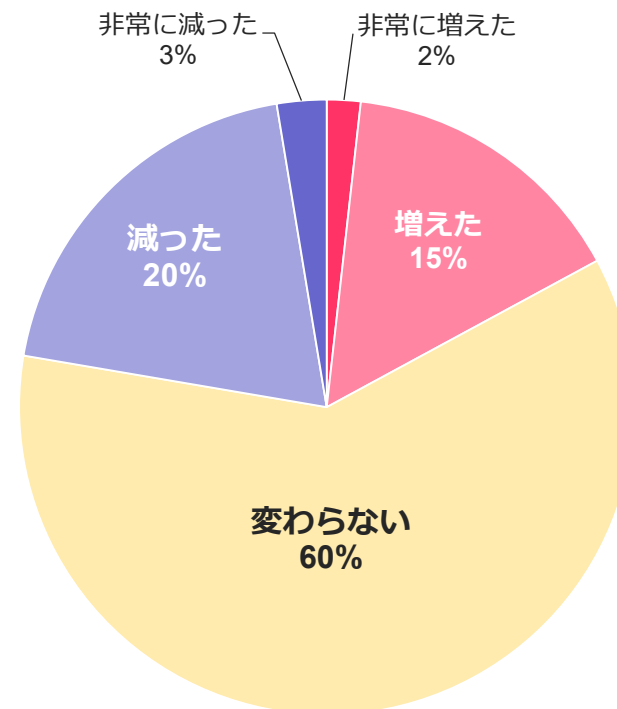


## 5. 広告やダイレクトメールの量の変化

家庭に届く郵便物の数量について、5年前との変化を感覚的に回答してもらっています。

- 変わらない 60%
- 減った+非常に減った 23%
- 増えた+非常に増えた 17%

大きな変化を感じていない人が大半であるが、減ったという人が、増えたという人を上回っている。



Q

5年前と比べて、広告メールやダイレクトメールの量は変化としたと思いますか？

## 6.ポスティング広告数

郵便物以外にポスティングされている広告等の数について尋ねています。

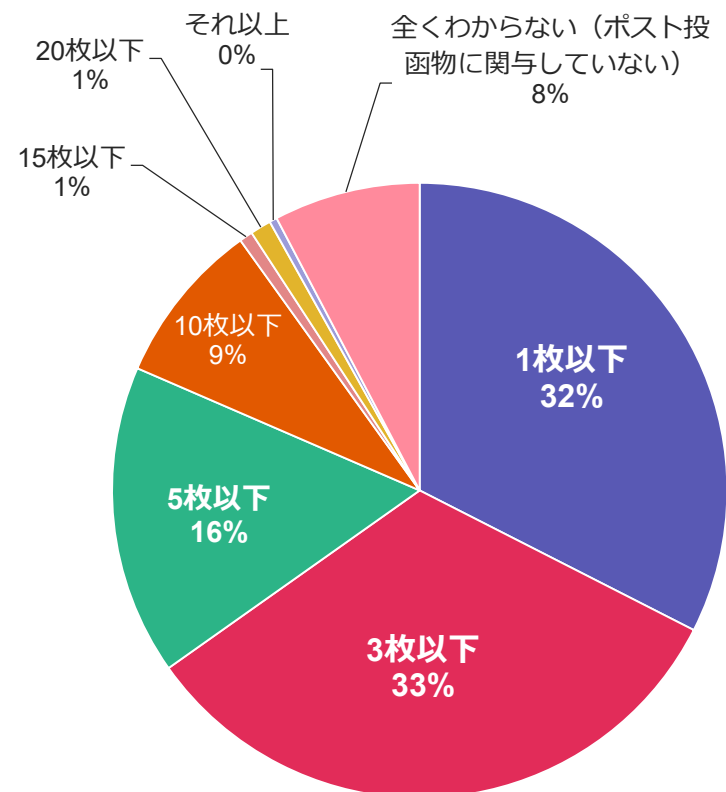
郵便物に比べて…

1枚以下 + 3枚以下は15%減

5枚以上 + 10枚以上は11%増

郵便物に比べて、ポスティング物は多く感じられている。

また、内容について関与しない人も郵便物に比べて多い。



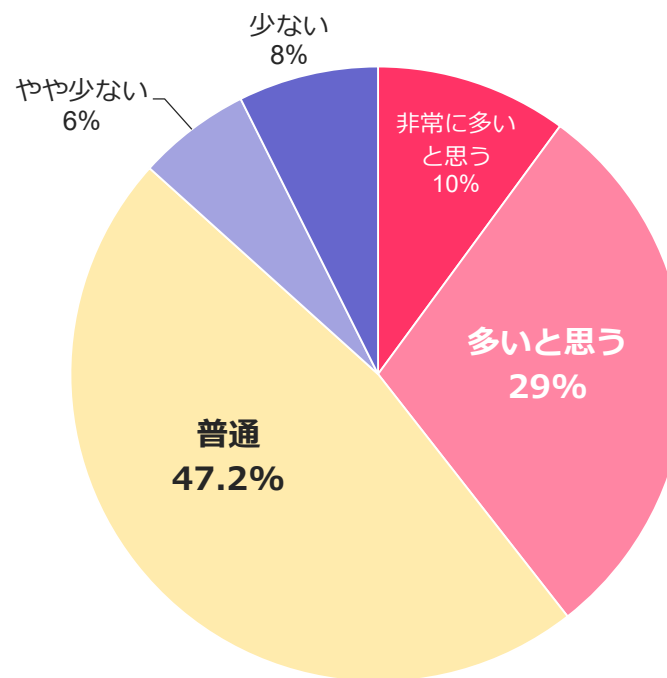
Q

おうちに届くポスティング広告（郵便等を使わず、直接ポストに投函されるチラシ等。新聞の折込広告も含む）は1日の平均どのくらいありますか？家庭合計でお答えください。

## 7.ポスティング広告の量の感想

ポスティング広告について、数量の多さを感じているかを尋ねました。

「多い+非常に多い」は、郵便物に比べて4%増だが、郵便との大きな差はない。



Q

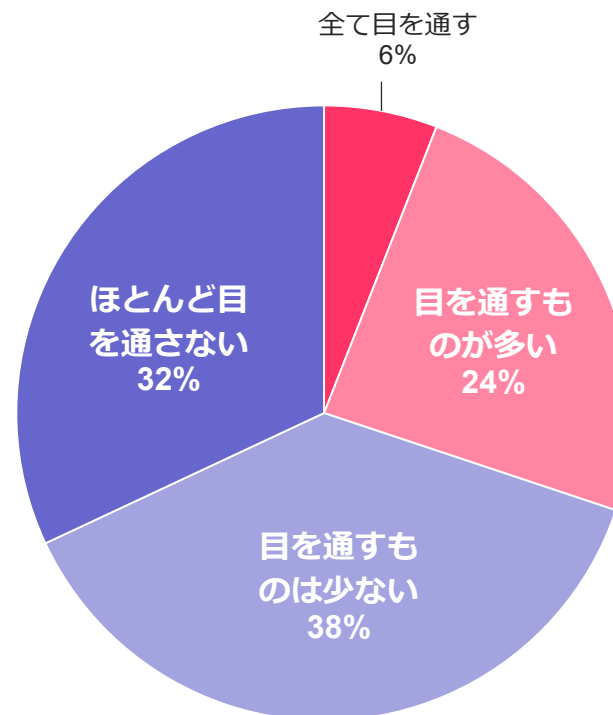
ポスティング広告は多いと思いますか？

## 8.ポスティング広告に目を通すか

ポスティング広告に目を通すか尋ねています。

- **全てに目を通す+目を通すものが多い 30%**  
(郵便物は53%)
- **目を通すものは少ない+ほとんど目を通さない 70%**  
(郵便物は47%)

郵便物に比べて内容に目を通されることが少ない。



Q

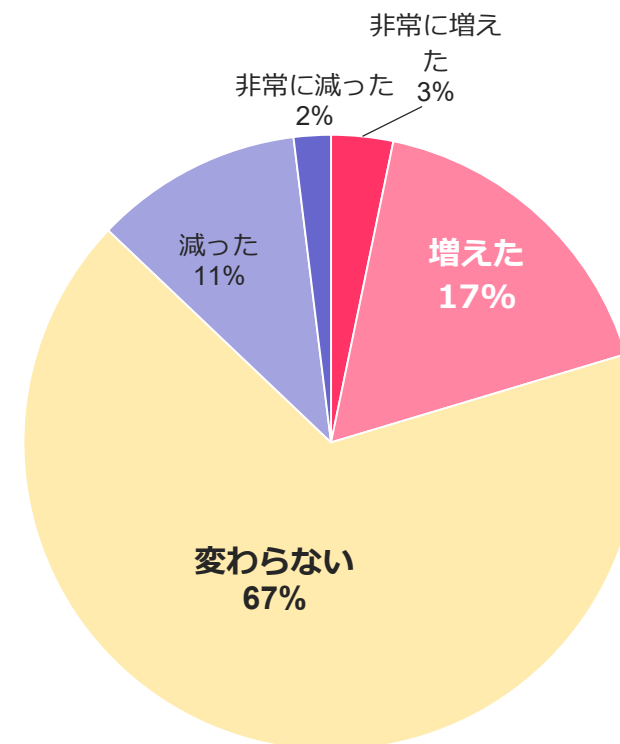
あなたは届いたポスティング広告に目を通しますか？

## 9.ポスティング広告の量の変化

ポスティング広告の数量について、5年前との変化を感覚的に回答してもらっています。

- 変わらない 67%
- 減った+非常に減った 13%
- 増えた+非常に増えた 20%

大きな変化を感じていない人が大半であるが、増えたという人が、減ったという人を上回っている。



Q

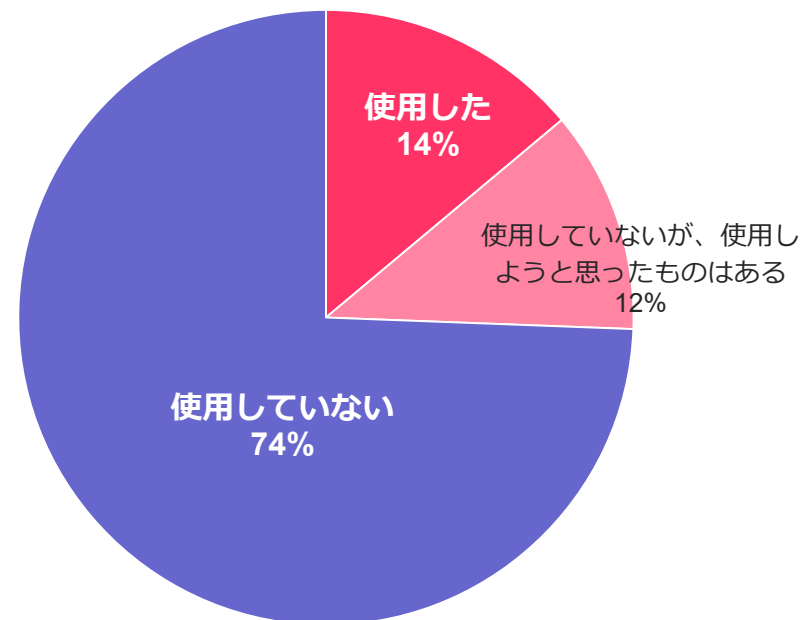
5年前と比べて、ポスティング広告の量は変化としたいと思いますか？

## 10.ダイレクトメールやポスティング広告のクーポン使用

広告物内のクーポンについて、過去1ヶ月以内で使用したかを尋ねています。

- 使用した14%
- 使用していないが  
使用しようと思ったものはある 12%

全体の1/4がクーポン利用を考えている。



Q

最近1ヶ月の間に、郵送で受け取ったダイレクトメールやポスティング広告などで受け取った「クーポン」を使用したことがありますか？当てはまるものを1つお選びください。

# 10.ダイレクトメールやポスティング広告のクーポン使用・自由回答

前問でクーポンを「使用した」「使用していないが使用しようと思ったものはある」と回答した人に、その内容について自由に回答してもらいました。

- 半数近くが飲食店（デリバリーを含む）
- いつも使う店といった表現が見られる
- おおよそが近くの店舗と想像できる

住居近隣に対しては、クーポンは来店のみっかけとなっている。

Q

（前問より）また「使用した」「使用していないが、使用しようと思ったものはある」という方は、具体的にどのようなものだったのか・なぜそのクーポンを使用したのかお答えください。

NO	クーポン内容や使用理由	分類1	分類2	性別
64	近くのスーパーのもの	スーパー	飲食	女性
40	外食の割引券	その他飲食	飲食	男性
755	外食関係の割引券	その他飲食	飲食	女性
352	いんしよく店の割引、クーポン利用している店舗なので	その他飲食店	飲食	女性
32	オープンした料理店のクーポン付き広告。	その他飲食店	飲食	女性
632	飲食店	その他飲食店	飲食	女性
953	飲食店	その他飲食店	飲食	女性
189	飲食店など利用したいと思いました。	その他飲食店	飲食	女性
933	飲食店のクーポンがついていたが期限が切れてしまった	その他飲食店	飲食	女性
541	飲食店のクーポンはよく利用する。50円引きなどのクーポン。お得だから。	その他飲食店	飲食	女性
741	飲食店の割引、値下げがあって利用したいと思ったから	その他飲食店	飲食	男性
716	飲食店の割引クーポン	その他飲食店	飲食	女性
728	飲食店の割引券	その他飲食店	飲食	女性
729	飲食店の割引券を利用しに食事に行った。日帰り温泉施設の割引券が入っていてありがたかった。もちろん利用して温泉に入った。旅館の優待割引券が入っていて宿泊しに行った。餃子の王将の割引券が入っていてたまに孫が遊びに来ていて欲しいと言って喜んで持ち帰って行った。近くにイベントがあり植木の引換券が入っていてもらった。	その他飲食店	飲食	男性
397	飲食店の誕生日と結婚記念日の割引クーポン	その他飲食店	飲食	女性
698	飲食店やお店。	その他飲食店	飲食	女性
209	飲食店関連のもの。使用しようと思ったがクーポン期間内に来店する時間がなかった	その他飲食店	飲食	女性
669	牛角。ちょうど行くと思っていたからです。あとはセコマ。コンビニの割引クーポン付きのチラシは嬉しいです。	その他飲食店	飲食	女性
427	寿司割引 お得だったから	その他飲食店	飲食	男性
310	食べ物のクーポン券、安くなるから	その他飲食店	飲食	女性
585	デリバリーの割引券	デリバリー	飲食	女性
837	pizza	デリバリーピザ	飲食	女性
85	ピザ	デリバリーピザ	飲食	男性
536	ピザ	デリバリーピザ	飲食	女性
633	ピザのクーポンを利用しようと思って、期限が過ぎてしまった	デリバリーピザ	飲食	女性
512	ピザの割引	デリバリーピザ	飲食	男性
334	ピザの割引券	デリバリーピザ	飲食	女性
219	ピザの割引券などは利用します	デリバリーピザ	飲食	女性
774	ピザやどんぶりなど、宅配の食事	デリバリーピザ	飲食	女性
438	ピザ半額	デリバリーピザ	飲食	女性
121	宅配ピザのクーポン	デリバリーピザ	飲食	男性
278	宅配ピザのクーポン	デリバリーピザ	飲食	女性
968	宅配ピザのクーポン。しかしネット割引のほうが大きいので使わないでしょう	デリバリーピザ	飲食	女性
791	宅配ピザのクーポンなんかは機会があれば使おうと思います。	デリバリーピザ	飲食	男性
919	宅配ピザの割引	デリバリーピザ	飲食	男性
924	宅配ピザの割引	デリバリーピザ	飲食	女性
926	宅配ピザの割引	デリバリーピザ	飲食	女性
489	ファーストフード	ファーストフード	飲食	女性
912	ファーストフードやピザのデリバリーのクーポン。食べたかったしクーポンがあったから	ファーストフード	飲食	女性
843	ファーストフード店の割引だったので	ファーストフード	飲食	女性
239	回転すしのチラシやファーストフードのチラシのクーポンを利用しようとしたことがある。	ファーストフード	飲食	男性
55	吉野家の値引きクーポン(JAF MATE 会員誌)	ファーストフード	飲食	男性
452	しゃぶ葉のクーポン15%引きがあってアプリクーポンよりお得だったから	ファミレス	飲食	女性
137	ファミリーレストラン	ファミレス	飲食	女性
337	ファミリーレストラン	ファミレス	飲食	女性
345	ファミリーレストランの割引券 家族で食事する機会に利用。	ファミレス	飲食	男性

# 10.ダイレクトメールやポスティング広告のクーポン使用・自由回答

NO	クーポン内容や使用理由	分類1	分類2	性別
643	ファミレスクーポン	ファミレス	飲食	男性
305	ファミレスのクーポン、役に立つ	ファミレス	飲食	男性
285	ファミレスのクーポン。割引になるから。	ファミレス	飲食	女性
591	ファミレスのクーポンは使います	ファミレス	飲食	女性
245	ファミレスのクーポンを使った。	ファミレス	飲食	男性
544	レストランの割引。	ファミレス	飲食	女性
740	レストランやお菓子屋さんのクーポン、身近なお店のものだったのでお得に使えた。	ファミレス	飲食	女性
684	友人と夕食を食べるにガストに行った際に、ガストのフリードリンク99円券を使った。	ファミレス	飲食	女性
757	ジョナサン	ファミレス	飲食	女性
609	マクドナルド	マクドナルド	飲食	男性
943	マクドナルド	マクドナルド	飲食	男性
39	マクドナルドのクーポン	マクドナルド	飲食	男性
220	マクドナルドのクーポン	マクドナルド	飲食	女性
637	マクドナルドのクーポン、ガソリンスタンドの洗車無料クーポン	マクドナルド	飲食	男性
706	マクドナルドのクーポン券	マクドナルド	飲食	男性
499	マクドナルドのクーポン	マクドナルド	飲食	男性
648	マックやピザのクーポン。お得だから。	マクドナルド	飲食	男性
361	自分ではないが、マクドナルドなどのファーストフードのクーポンを友人にあげた	マクドナルド	飲食	女性
629	ラーメン50円引き	ラーメン	飲食	女性
671	ラーメンの割引	ラーメン	飲食	男性
59	ラーメンの無料券	ラーメン	飲食	女性
191	ラーメン店の割引券、餃子が無料。	ラーメン	飲食	男性
786	近所のラーメン店のトッピング無料券。	ラーメン	飲食	女性
747	店舗の割引券食事をした時の割引	その他飲食店	飲食	男性
580	JAFの吉野家の割引	JAF		女性
619	ジャパのファストフード店のクーポン、洋菓子店の割引	JAF		女性
364	夫に届いたJAFの会報の中にスギ薬局のクーポンがあり、近所の店舗があるため、買ひもの際、使用した。	JAF		女性
963	いつも行くショッピングセンターの割引クーポン。	いつも		男性
654	いつも行っている飲食店。スポーツジムの体験など。かなりおトクだったので。	いつも		女性
726	いつも買っているコスメ系のお店のサンプルがもらえるクーポンだったので。	いつも		女性
525	よく行く店の割引券。	いつも		女性
119	よく利用するスーパーの割引券付きのダイレクトメール、毎月届くので楽しみにしていましたが、先月の末で終了しました。	いつも		女性
315	自分が利用するお店のクーポンだったから。	いつも		女性
641	良く行くお店のものや行きたいと思うお店のクーポンはキープして機会があれば使う	いつも		女性
910	利用店舗の割引はがき	いつも		女性
186	ジョーシンのポイントをもろうクーポン	家電		女性
420	家電量販店からのクーポンで、日用品(消耗品)購入の際、割引クーポンを利用した	家電		女性
724	家電量販店で買うものがあれば、使おうと思った。	家電		女性
844	家電量販店の値引きクーポン	家電		女性
264	電化製品	家電		女性
152	クリーニングの半額	クリーニング		女性
659	クリーニング店の割引クーポン	クリーニング		女性
505	コンビニ	コンビニ		男性
96	コンビニで飲料が無料になるから	コンビニ		男性
823	コンビニのクーポンは使用する100円値引きなどのクーポン	コンビニ		女性
170	コンビニの開店割引クーポン	コンビニ		女性
494	ローソンで使えるクーポンがあったので安くなるから利用した	コンビニ		女性
882	ローソンのスイーツ割引クーポン:欲しい商品が少し安く手に入る	コンビニ		女性
131	ローソンの割引券。日常利用するものの割引券だったので使った。パン、スイーツ、揚げ物など	コンビニ		女性
976	イオンカードの割引	スーパー		女性
821	スーパーマーケットの割引クーポン	スーパー		男性

NO	クーポン内容や使用理由	分類1	分類2	性別
789	新聞のスーパーのちらしについていた商品のクーポン(牛乳やパン、アイスなどいつも買っているもの)を使った。	スーパー		女性
398	タバコ	たばこ		男性
628	たばこ	たばこ		男性
737	たばこ。お得だったから	たばこ		男性
649	カタログ通信販売のクーポン	通販		女性
11	ベルメゾンの割引	通販		女性
947	キリン堂の10%オフになるクーポンを切り取って使った。最寄り駅に近いお店なので、利用しやすいため。	ドラッグストア		女性
603	ドラッグストアクーポン、エステ	ドラッグストア		女性
693	ドラッグストアのクーポン、クリーニングの利用券、宅配ピザの利用。いずれも普段利用しているものがお得な値段になったから。	ドラッグストア		女性
813	ドラッグストアの割引券	ドラッグストア		女性
95	ドラッグストアの割引券	ドラッグストア		女性
295	ドラッグストアの割引券。	ドラッグストア		女性
454	ドラッグストアの割引券・ポイントアップ券かなりお得に買えるのでいつも使っている	ドラッグストア		女性
877	地域新聞のカット専門店の割引券	美容		女性
240	美容院 食べ物 ピザなど宅配	美容		女性
598	ed	物販		男性
214	ディスカウントストアの500円割引券	物販		女性
889	紳士服店のクーポンを使って、ビジネススーツを買った。半額プラスαの割引になるというものだった。	物販		女性
113	携帯の割引	物販		女性
455	自動車販売店の来場クーポン	物販		男性
782	1〜2割引クーポン。高価な商品を割引価格で購入するため。			女性
999	10%オフのクーポンがついていたのでお得感があった。			女性
578	1000円割引券			男性
670	10パーセント引き			男性
374	お祭りのクーポン券			女性
838	お得			男性
130	お得だから。			女性
811	お得だとおもったから			女性
627	お得なるので			男性
880	それを店舗に持っていく500円以上購入で洗剤がプレゼントされるものだったので使用した。条件も負担にならない額だったし、家からも比較的近くだったため。			女性
67	チラシ			女性
692	つかえるのでいい。			女性
208	ほしい商品の割引券だったから			男性
636	わりびき			女性
557	安くなるから			男性
845	安くなるから。			女性
835	安く買える			女性
790	確かにお得だとは思ったが、すぐに忘れてしまう。			男性
543	割引			女性
754	割引があった。			男性
384	割引があったから			女性
709	割引クーポン。購入時に使用。			女性
568	割引になったので			女性
296	割引券、料金が安くなるから。			女性
763	割引率が高かった			女性
89	期間が短い			女性
761	期間限定で一日、購入金額の%割引。			女性
839	興味を持ったから			女性
52	近くにお店などがあれば使いたいと思うがわざわざは無い			女性
834	使用した			女性
288	新規オープンのチェーン店の種類屋			女性
717	新店舗の案内DM			女性
355	必要な物のクーポンだったので利用しました			男性
604	便利			男性
673	無料クーポンはお得なのでたいてい使用する。			男性
817	有益なら使いたい			男性
321	利用していない。			男性
327	旅行			男性



# 考察

日本国内の通常郵便物（はがき・封書等）の数量は1998年の225億件をピークに下降を続けています。この要因には電子メールの普及が考えられます。

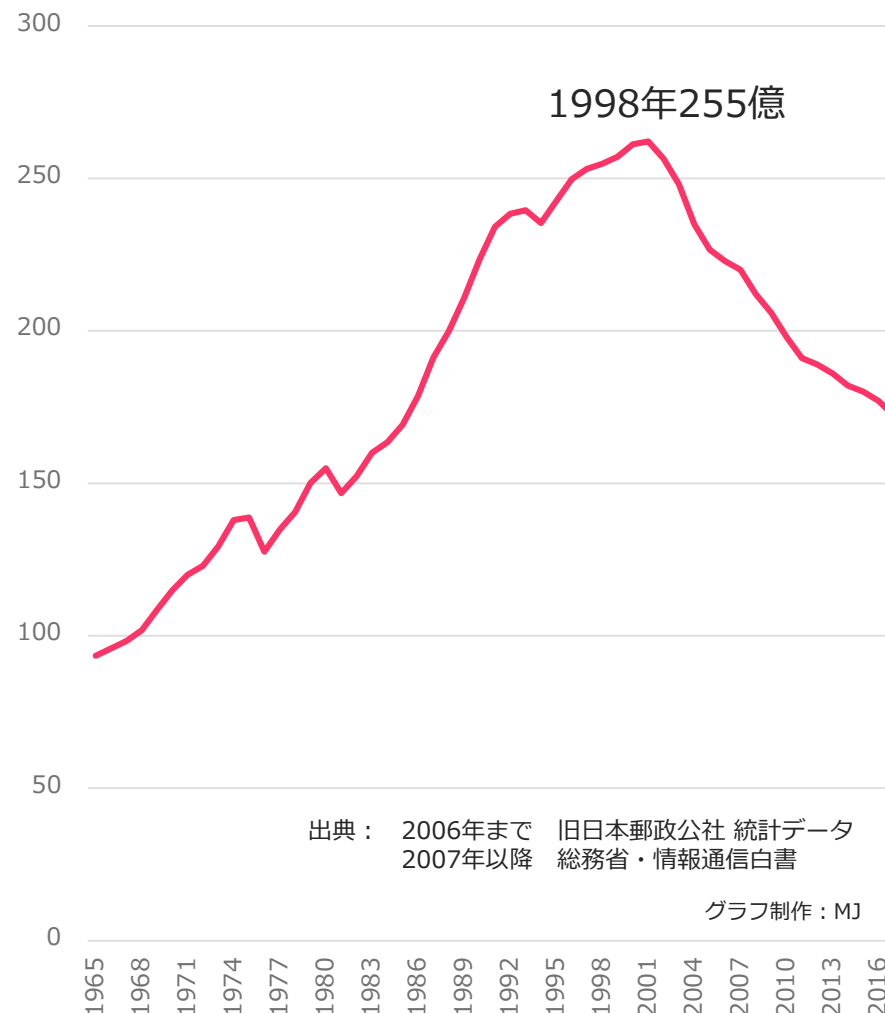
一般家庭に届く郵便物も、同様の減少が考えられ、個人間の私信だけでなく、商業用のダイレクトメール等もここ20年で大幅に減少していると考えられます。

今回の調査は、増え続ける個人宛の電子メールに対し、減少し続ける個人宛の郵便物が、商業情報への接点として有効度を増しているのではないかと、という仮説から実施しました。

## 調査結果の特徴

- 個人宛郵便物は受け取るものにとって多すぎることはなく、広告・宣伝用のものも半数以上が目を通されている。
- ポスティング等のチラシは、目を通される機会郵便物に比べて明らかに低い。
- 郵便受に届く「クーポン」は、1ヶ月の期間内に利用した者（利用を考えた者を含む）が全体の1/4いる。

年度別引受内国通常郵便物数（単位・億）



# 考察（つづき）

## ■ 郵便物の商業利用について

デジタルコミュニケーション全盛の中、リアルな手紙を受け取る機会は減少しており、その「内容」と「受け取る者との関係」次第では、顧客との太いつながりを形成できる宣伝媒体になる。

### ● 広告ではなく宣伝を

不特定多数への広告発信はポスティング同様に目に留める機会が少なく、歓迎もされない。すでに店舗やサービスや商品を体験したり、知っている者に、ダイレクトメールとして宣伝を行い、機会や詳細を知らせることは受け入れられる。

### ● 近隣コミュニケーションに有効

前項に準じるが、生活者の近隣の商業に有効であり（多くのクーポンが近隣飲食店や物販で使われる）、そのための「お近くならでは」の工夫がコミュニケーションに必要と思われる。（地元行事・季節・記念行事）

### ● 目を留めてもらう手紙づくり

工夫次第では、文字だけの電子メールタイトルと違い、ダイレクトメールは目に留めてもらう機会は高くなる（郵便受け内の競合は圧倒的に少ない）。目に留め、手元に残したくなるDMづくりが重要。

### ● デジタルの連携も

ダイレクトメールは、近所の顧客に対して最初のリーチを得られる。一方、リーチをしながら顧客がタイミングを逃すこともあり（クーポンの使用を考えたが使用しなかった・12%）、同キャンペーンの後押しとして、デジタル媒体（アプリ・メール・SNS等）で追加アプローチが有効と考えられる。

2019年5月

株式会社マーケティングジャンクション 吉澤