








# 広告費用の比較 (1世帯あたりの広告費用はいくら?)

宣伝手法	1世帯あたりの 広告単価	【目安】 1万世帯への費用	特徴および費用算出方法	情報の 即時性	リーチ層
 <b>チラシポスティング</b> (無差別宅配)	<b>6.6円</b>	<b>66,000円</b>	宣伝するエリアを絞った販促が可能。配布期間に柔軟性が必要で、期間限定の特売などには不向き。 ●コスト(A4判)／デザイン費(3万円～)、印刷費(1万枚で1.7万円～)、ポスト投函費用(1部2円～)※いずれも激安業者に依頼	×	・主に集合住宅の居住者
 <b>チラシ折込</b>	<b>8.4円</b>	<b>84,000円</b>	新聞購読者は50代以上と言われ、若年層への販促は弱いですが、エリアを絞った販促は可能。ターゲットへの情報到達にタイムラグがないので、「本日限り」などの期間限定販売にも向いている。 ●コスト(A4判)／デザイン費(3万円～)、印刷費(1万枚で1.7万円～)、折込費用(2.8円～)※いずれも激安業者に依頼	◎	・主に50代以上の新聞購読者
 <b>タワーマンション ポスティング</b>	<b>18.6円</b>	<b>186,000円</b>	富裕層を狙った宣伝に利用されている。タワマンは原則、チラシ投函不可のため、宛名書きをした封筒封入で配布するため費用が甚大。 ●コスト(A4判)／デザイン費(3万円～)、印刷費(1万枚で1.7万円～)、ポスト投函費用(1部13円～)※いずれも激安業者に依頼	×	・富裕層
 <b>はがきDM</b> (ターゲット名簿付き)	<b>165.0円</b>	<b>1,650,000円</b>	年収、職業、資産額などで分類したリストを元に、郵送または宅配する方法。主に富裕層向けの高額商品の案内に利用される。 ●コスト(はがき)／デザイン費(3万円～)、印刷費(1枚60円～)、リスト費用(1人5円～100円)※いずれも激安業者に依頼	○	・ターゲットに合わせ選択可
 <b>テレビCM</b>	<b>0.32円</b>	<b>3,200円</b>	影響力は絶大だが、効果を発揮するには、数千万から1億円程度の投下費用が必要。左記の単価目安は、投下費用1億3千万円でリーチ推計3215万人から試算したもの。	◎	・全世帯
 <b>新聞(朝刊)</b>	<b>0.82円</b>	<b>8,200円</b>	世帯あたりの単価は安いですが、部数が多く費用が甚大になるため、比較的資本力のある企業しか手を出せない。購読者は50代以上と言われ、若年層への販促は弱いですが、「本日限り」などの販売方法には向いている。 ●コスト(半2段サイズ)／大阪版140万部で約110万円	◎	・主に50代以上の新聞購読者
 <b>SNS広告</b> <small>※目標インプレッション単価の目安</small>	<b>0.5円</b>	<b>5,000円</b>	広告の表示回数で支払額が決まるインプレッション課金で試算。WEB広告は主に予算からの逆算となるため、正確な把握はできないが、1表示あたりの目標コストは0.5円～1円を目安とするケースが多い。期間限定販売など爆発的反響を目的とする販促には不向き。	×	・ターゲットに合わせ選択可
<b>週刊大阪日日新聞</b>	<b>0.5円</b>	<b>5,000円</b>	世帯配布率70%以上で、エリア内の情報リーチ力は全媒体の中でナンバーワン。読者層は老若男女全世代のため、全業種の販促に対応可能。地域店の集客に絶大な力を発揮する。 ●コスト(記者のネタ帳)／12万部6万円～	◎	・全世帯