



## 銀賞

### 福岡工業大学オープンキャンパス告知DMシリーズ

▶ 広告主 福岡工業大学 ▶ 制作者 進研アド、Slide.(ナカシマケイコ)

#### DMにあけた穴と同じ形のチャームを配布

福岡工業大学は、年に5回開催しているオープンキャンパスの来場促進のためにDM施策を展開した。福岡工業大学はここ数年志願者数が継続して増えているうえ、就職率の良さや情報開示への前向きな姿勢なども特長で、見通しの良い(明るい)、風通しの良い大学であるといえる。そこで、全体のコンセプトを『見通しGood大学』に設定。DMの中央にトムソン加工で穴をあけ、向こう側がのぞけるデザインにした。

オープンキャンパスの第2、3回はプログラムに衛星開発に関する報告会があったため、DM全体を宇宙のデザインにし、星形のトムソン型抜きを施した。くり抜いた星型は紐を通してチャームにし、入場券として受付で来場者に配布。発送時・来場時の2段階で連動する仕掛けとした。第5回は、入試直前だったため絵馬の形のトムソン型抜きを行い、抜いた絵馬型には「あなたの夢が叶いますように」のメッセージを載せ、赤い紐を通して来場者にチャームとして配った。

来場率は10.37%を達成。来場者からはDMの穴と同じ型のチャームを受け取った際に、驚きや喜びの声が上がった。



### Benesse たまひよ〈befa!〉<sup>ビーファ!</sup> 妊娠7カ月信DM

▶ 広告主 ベネッセコーポレーション ▶ 制作者 ベネッセコーポレーション、クリエイティブシャワー、共立印刷

#### DMならではの告知の仕方で妊娠女性に訴求

ベネッセコーポレーションの「たまひよ〈befa!〉<sup>ビーファ!</sup>」は、妊娠期間に母になるための学びができる通信講座だが、近年のスマートフォンの急伸により、紙媒体による情報にお金を払いたくないという人が増え、会員数は減少。これまで人気だった情報コンテンツも、すべてがネットで検索できる時代になってからは価値が下がり、販売の山が作れない状態になっていた。

そこで行ったのが訴求の開発。妊娠中期から後期にかけて起こりうる体の変化や、出産準備に向けてやっておきたいこと、ターゲットの問題意識の低さなどがリアルに感じられる内容を盛り込むことでニーズを作り出した。

DMにはまずQ&A冊子をセット。通常のものとは違い、対話形式にした。また、「妊娠7カ月カレンダー」では、妊娠7カ月に起こりうる不調などを、商品を織り交ぜながら紹介。「おなかの赤ちゃん実物大シート」はイラストをお腹にあてることで、妊娠7カ月のときの赤ちゃんの大きさや位置がわかる。

過去に100gのDMでレスポンス率1.97%だったのが、今回、50gに重量を落としながら2倍となる3.96%を記録した。

