



# プロGRESSIVE賞

教習所が代理店集客から直接集客へ  
方向転換したら大成功! 高校3年生新規獲得DM

- ▶ 広告主 飛鳥DC川口
- ▶ 制作者 島通

## 高校生と保護者に寄り添う3回シリーズ

自動車教習所の飛鳥ドライビングカレッジ川口は、業界の値引き合戦から一線を画すため、代理店経由から直接集客へのシフトを試みていた。その一つとして、地元在住の高校3年生に3回シリーズのDMを実施。進路に敏感な受験生と保護者の感情に配慮した共感型のコピーと、スタッフの顔出しやマンガなど親しみやすいデザインを用いて段階的に信頼を得ていった。その結果、3,500件の送付に対し161名と過去最高の入校数を獲得、代理店経由に比べ約3倍の投資効果を得ることができた。



呉服の老舗 銀座 越後屋  
「企画展・セールのご案内」DM

- ▶ 広告主 越後屋
- ▶ 制作者 永井弘人(アトオシ)

## 歴史あるブランドの活性化に挑戦

呉服の老舗、越後屋は、歴史あるブランドを活性化させる4回連続のアプローチDMを実施。1回目は「春の衣裳展」で、トレーシング封筒の中からうっすらと春の予感を感じられるものに。2回目の「老舗工房展」は、六角形の形状の面白さを生かし、6つの出店老舗工房と、吉兆を表す六角の亀甲紋が重なるようにした。3回目は「錦秋衣裳展」で、経(たていと)・緯(よこいと)が織り成す、季節感・王道感を表現。最後の「恵比寿講市」では、恵比寿様を文字で登場させ、めでたさを印象づけた。

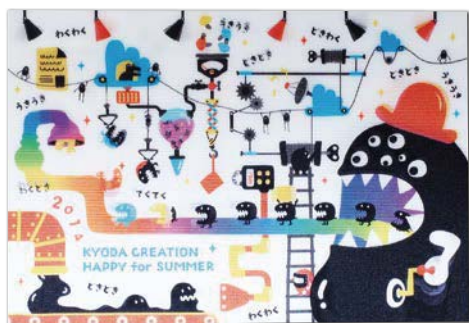


動いて楽しむ! 記憶に残る暑中見舞い!

- ▶ 広告主 京田クリエーション
- ▶ 制作者 bong(京田クリエーション)

## アニメが動き、何度も見てしまう!

デザインプロダクションの京田クリエーションは、暑中見舞いをただの挨拶に使うのではなく、自事も楽しみながら作り、同時に顧客にも喜ばれるようなクリエイティブ制作の機会と捉えた。そこで、動きを表現できるレンヂキュラー印刷を採用し、アニメーションイラストを制作。よく見ないと動いていることに気付かないような要素も散りばめることで、見るたびに新しい発見がある楽しいものにした。顧客から本DMと同様のアイデアを使ったクリスマスカード制作を受注するなど、大きな反響があった。



スウェーデンヒルズだより

- ▶ 広告主 スウェーデンハウス
- ▶ 制作者 アドミレーションセンター

## 四季折々の街の魅力を伝える毎月の便り

札幌郊外にある分譲住宅地スウェーデンヒルズの魅力を知ってもらうために、スウェーデンハウスは四季折々の街の魅力、暮らしの気持ちよさを伝えるハガキDMを毎月送っている。写真やコピーライティングは、ともにスウェーデンヒルズに住んでいる友人からの便りを意識して制作。親しい人が大好きな自分の街の近況を毎月送ってきてくれるというイメージだ。このDMをきっかけに、説明会や現地での宿泊体験への参加者が増えたり、見込み客とのコミュニケーションが活性化している。

