

「進歩的」「進行形」「斬新な」作品の発掘を目的とするプログレッシブ賞。アイデアの種としてキラリと光る作品や低予算でも知恵にあふれている作品、中小企業や小売店もお手本とできるような作品を選考しています。今年のはがき～A4サイズなどの印刷、差出しができるサービス「DMファクトリー」の活用で成果を出す例がありました。

## スズキアリーナ富津の「アフターケア」

- ▶ 広告主 スズキアリーナ富津
- ▶ 制作者 スズキアリーナ富津、DMファクトリー

### 大判サイズで届く自動車の点検・車検案内

自動車ディーラーのスズキアリーナ富津は約4年前に千葉県富津市に進出。ディーラーが販売後まで責任を持ってメンテナンスを行うことを既存顧客に認識してもらうために、車の法定点検や車検の案内DMを実施した。DMが手元に届いた時に目立つように、A4の大判サイズを採用。特典券や連絡先の電話番号はひと目でわかるようにした。また、利用者が気になる金額や点検の内容、代車の有無、支払い方法などの疑問を明らかにし、ユーザーの声も掲載。申込みと来店を合わせたレスポンス率は40%を達成した。



## リアル店舗と宅配事業をつなぐ、新規店舗加入者向けDM

- ▶ 広告主 生協の宅配おうちCO-OP(生活協同組合ユーコープ)
- ▶ 制作者 アイプラネット

### データを活用したインパクトあるメッセージ

ユーコープは宅配サービスの新規顧客獲得のために、店舗での新規加入者にDMを発送していたが、店舗と宅配の併用を進めていくと一方の売上げが下がる懸念があり、互いの連携が図られていなかった。しかし2014年4月に全事業利用推進プロジェクトチームが発足し、併用利用率などのデータ活用も進んだことから、DMのクリエイティブも一新。コピーはインパクトを重視しつつ、顧客データに基づいた具体的な数値を活用した。すると以前と比べてDMのレスポンス率が約10%も向上した。



## BLOCHトウシューズ入荷告知1&2

- ▶ 広告主 チャコット
- ▶ 制作者 まどか

### 情報価値の高いサイズ変換表を掲載

バレエ・ダンス用品メーカーのチャコットは、入荷遅延のあったBLOCH社のインポートトウシューズの販売に際して、携帯サイトやウェブサイト入荷告知にTELコールをミックス。大判DMの告知面には、トゥリボンや憧れダンサーDVDなど、関連商品を掲載して購買意欲の高揚を図った。また、円安による価格改定もあったが、値上げ前購買を促進するDM送付により顧客の心理的負担を和らげるよう配慮。宛名面にはインポート商品ならではのサイズ変換表を配し、スムーズな買い上げを促進した。



## マスメディアに注目されるニュースソースを含んだDMプロモーション

- ▶ 広告主 ~わ~ダイニング トランブラー
- ▶ 制作者 町田晃

### ニュースリリース風DMが新聞掲載に発展

飲食店トランブラーは、顧客の印象に残るDMとは何かを模索した結果、個人の店でニュースリリースを出すケースはほとんどないことに着目。そこでニュースリリース風に編集してDM制作したところ、顧客の1人がそのDMを勤務先の広報担当に紹介。新聞2紙に掲載されることとなり、顧客の目を引くためのニュースリリース風DMが本当のニュースリリースとなった。その後もさらに新聞2紙に掲載。新聞4紙に掲載されたことを媒体費に換算すると、費用対効果は非常に大きいものとなった。

