



日本郵便特別賞

総合評価ではなく、特定の分野でキラリと光る作品を表彰します。

レター部門

お客さまへ贈るThank you ～たくさんのハッピー&ラブがあなたに降り注ぎますように～

▶ 広告主 ウイズラブインターナショナル ▶ 制作者 ウイズラブインターナショナル

ウィズラブインターナショナルがお試しセット購入者に送る「ありがとうのおたより」は、顧客の目を引くB5サイズのはがき風デザイン。手書きメッセージと色鉛筆の温もりあふれるイラストが描かれており、販促DMと捉えられないよう、商品の案内はほとんどない。顧客からは、手紙や「想いが伝わってくる」という声が届き、定期購入への移行率が10%から25%に上昇した。



エンゲージメント部門

モニタリング出演者直筆「感謝の手紙」

▶ 広告主 TBSテレビ ▶ 制作者 TBSテレビ、スカイハイプロダクション

番組『モニタリング』が毎週木曜2時間のレギュラー放送となったことを受けて、視聴者へ「出演者からの感謝の手紙」を発送。水引デザインの封筒に出演者の手書きメッセージ(直筆の複製)を添えたDM。SNSでは全出演者のDMを集めようとコレクションも行われ、長期的な番組ファンづくりに有効な手段となった。



地域クリエイティブ部門

まいどおおきに! テレビショッピングの上位顧客の心に響いた おもい箱形DMで前回の4倍のレスポンス!

▶ 広告主 関西テレビハッツ ▶ 制作者 フェージョン

テレビショッピングの上位顧客に発送した関西人ウケする仕掛け満載のDM。箱型の外装にジッパーを付け、1000円オフまたは、期間内で回数無制限の送料無料クーポンを同封。商品のリーフレットには、関西弁での呼びかけ、社長や社員のイラストを掲載した。特別番組の放映時期と合わせた投函でレスポンス率もアップ。



はがき部門

地域密着型DM

▶ 広告主 味一番 ▶ 制作者 味一番

金沢市の郊外で大衆食堂を営む味一番は、近隣客集客のためのDMを実施。一番人気メニュー「かつ丼」のインパクトある写真が印象的なはがきに3回分の割引券をつけた。またはがきには、あらかじめ発送エリアがわかる色分けをし、DMを手に来店した人の動向が計測できるようにした。結果、集客もアップ。低コストで商圏の特徴も把握できた。



インビテーション部門

西川創業450年アニバーサリーDM

▶ 広告主 西川リビング ▶ 制作者 凸版印刷

「西川創業450周年」のアニバーサリーイヤーに出した商談会の案内状DM。結婚式の案内状を模した封筒で、特別感、イベントへの期待感を盛り上げた。春夏商談会と秋冬商談会では、異なるデザインを採用するなど、イベントのテーマや特性に合わせて年間を通したストーリーを演出。来場数アップにも寄与し、記念商品の受注にもつながった。

