

2017年3月3日
日本郵便株式会社

「第31回全日本DM大賞」受賞作品発表
～テーマ：デジタル時代のDM～

日本郵便株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 横山 邦男）は、「第31回全日本DM大賞」受賞作品を決定しました。

「全日本DM大賞」は、実際に発送されたDMをご応募いただき、戦略性、クリエイティブ、実施効果の3つの観点から評価し、優れた作品に賞を贈るものです。

第31回を迎える今回は、651点の作品が集まり、DMやマーケティングの専門家による厳正な審査を経て、グランプリ以下29点の作品が受賞しました。

なお、賞の概要は[別添1](#)をご覧ください。

1 受賞作品

(1) グランプリ

- ・ 作品名：ミニ新居
- ・ 広告主：大兼工務店
- ・ 制作者：滋賀県立大学
- ・ 内容：地域に根差したまちづくりや家づくりを行う大兼工務店。地方の注文住宅市場では、クチコミや紹介が商談に結び付くケースが多い。今回、グランプリを受賞した「ミニ新居」は、家を建てたお客さまに「転居のお知らせ」として活用してもらうことで、自然な流れで既存顧客から見込み客へとクチコミを発生させて、ブランドの認知向上を図ったもの。開くと、“飛び出す絵本”のように、家とそこに住む人々が飛び出す仕掛けになっている。顧客からは多数の感謝の声が寄せられ、ロイヤルティの強化が図れた。また、実際に顧客が知人に「ミニ新居」を転居のお知らせとして用いることで、自発的なソーシャルDMとしての利用も発生し、当初の狙いどおりの効果を発揮した。

(2) 金賞

- ・ 作品名：浄水効果が体感できる「実験キット付きお試しスターターキットDM」
 - ・ 広告主：タカギ
 - ・ 制作者：凸版印刷
 - ・ 内容：タカギは、快適な住まいと暮らしの提供実現を目指し、大東建託と提携。同社の扱う物件に浄水器を標準設置しているが、浄水カートリッジの継続利用率は、契約後4カ月未満で54%にとどまっていた。解約を申し込んだ顧客に定性調査をしたところ、浄水効果を実感できていない状況が浮き彫りになった。そこで、浄水効果の体感をコンセプトとしたDMを実施。プレゼントボックス型の外箱に、浄水への興味関心を高める読本、浄水効果を体感できる実験キットを付けた。浄水効果が一目で簡単に可視化できるアプローチで「浄水は美味しい」という実感につなげ、カートリッジの継続利用率は62%に上昇。
-
- ・ 作品名：校友会費納入支援 ～無関心から継続までの醸成プロセス～
 - ・ 広告主：早稲田大学校友会
 - ・ 制作者：富士ゼロックス
 - ・ 内容：卒業から10年経過し、母校との関係が薄れている校友（会員）に向け、母校支援や返済不要な奨学金の原資にも利用される校友会年会費（卒業10年間分は卒業前に一括納入）を継続納入してもらうために、3段階のDMを実施した。1通目は学部・男女別に校舎の写真やコピーを変えた表紙の冊子で興味を喚起。会員調査の結果を基につくっ

た「早稲田人タイプ別診断」を紹介してサイトへ誘引し、診断結果の SNS 投稿により校友会への興味喚起を促した。2 通目は愛校心へ訴える内容でさらに踏み込み、3 通目はシンプルに更新手順を案内。丁寧なアプローチで、納入意識を醸成させていったところ、自然納入率 5%との予測値を 29.35%まで引き上げた。

- ・ 作品名：休眠顧客のインサイトを突いた特別マイバッグ付き DM で、56%の呼び戻しに成功！
- ・ 広告主：TSUTAYA 三軒茶屋店
- ・ 制作者：CCC マーケティング
- ・ 内 容：オープン20周年を迎えリニューアルしたTSUTAYA三軒茶屋店。取扱サービスも一層充実させたが伸び悩んでいた。2カ月間来店しない顧客は離反率が大幅に高まるため、休眠客に直接届けられるDMで再来店を促し、新サービスへもトライしてもらうことを狙った。DMには同店をすぐ想起させる特別マイバッグと、各売場担当者の似顔絵入りでおすそめを紹介している店舗案内図、クーポン券を入れた。結果、来店率は56%、約1カ月間の利用回数は全体平均の1.5倍、新サービス利用率は3倍と、いずれも成功を収めた。

- (3) その他の受賞作品
別添 2 をご覧ください。

2 作品紹介

次のとおり、受賞作品を紹介します。

- (1) 第 31 回全日本 DM 大賞オフィシャルホームページ (<http://www.dm-award.jp>)
- (2) 第 31 回全日本 DM 大賞受賞作品展示
 - ・ 日 時：2017（平成 29）年 3 月 6 日（月）～同年 3 月 10 日（金）
各日午前 10 時から午後 6 時まで
 - ・ 会 場：トッパンフォームズビル 1 階ロビー（〒105-0021 東京都港区東新橋 1-7-3）
 - ・ 入場料：無料（予約不要）
- (3) 受賞作品集「DM DIGEST BOOK 2017」（全日本 DM 大賞年鑑 2017 ダイジェスト版）
応募者等に郵送するほか、受賞作品展示期間中、会場で配布します。
- (4) 掲載雑誌
株式会社宣伝会議が発行する月刊「販促会議」、月刊「宣伝会議」、月刊「ブレーション」各 5 月号（全て 4 月 1 日発売）の 3 誌上で受賞作品の一部を紹介します。
- (5) DM 事例書籍「全日本 DM 大賞年鑑 2017」
受賞作品を基に DM の成功事例を収録した「全日本 DM 大賞年鑑 2017」を、2017（平成 29）年 4 月初旬に全国主要書店で販売する予定です。

3 その他

次回（第 32 回全日本 DM 大賞）の応募期間は、2017（平成 29）年 8 月 1 日（火）～同年 10 月 31 日（火）予定です。

以 上

【お客さまのお問い合わせ先】 全日本 DM 大賞事務局 （株式会社宣伝会議内） 電話：03-3475-7668 Email：info@dm-award.jp
--