

2018年3月2日
日本郵便株式会社

「第32回全日本DM大賞」受賞作品発表
～テーマ：それは、動かす力～

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32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32回を迎える今回は、856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30点の作品が受賞しました。

1 受賞作品

(1) グランプリ

- ・ 作品名：10年間の感謝を込めたあなただけのケータイアルバム
- ・ 広告主：ソフトバンク
- ・ 制作者：トッパンフォームズ
- ・ 内容：新機種への変更や新サービス導入の促進と、ロイヤル顧客化を目指し、長期継続利用をしている顧客に対してDMを発送。長期利用に対して感謝の気持ちを伝えることで、ソフトバンクを好きになってもらい、そこから継続利用につなげることを試みた。送付したDMは、ユーザーが今まで使ってきたケータイ機種をアルバムのようにまとめたもの。一人ひとり異なる“ケータイの歴史”を、機種の写真とコピーで綴った。デザインの細部にまでこだわり、受け手が「懐かしい！」と感じられることを重視。DMの形状は、古いアルバムの定番である正方形にした。このDMにより、新機種への変更率は、同時期に実施したZ折はがきDMと比較すると118%となり、ユーザーからは「懐かしい気持ちでいっぱい」「自分だけの“ケータイ歴史”に感動」「顧客を大切に思っていることが伝わってくる」などと、好意的な意見が多く寄せられた。

(2) 金賞

- ・ 作品名：業種別の絵本DMで、休眠客22%の呼び戻しに成功！
- ・ 広告主：CCCマーケティング
- ・ 制作者：CCCマーケティング、フュージョン
- ・ 内容：休眠顧客へアプローチするためのDM。CCCマーケティングが保持する約6,500万人のT会員データを精緻にセグメントすれば、効果的なプロモーションができることを販促担当者向けに訴求した。形状は絵本のような装丁にして目を引き、表紙と内容は、9つの業種ごとに変更。すぐに販促活動へ活用できる具体的なセグメント条件とセグメント後の人数を、直感的にわかりやすく伝えた。DM発送から1か月あまりで41社と商談し（レスポンス率22%）、そのうち6社から受注するなど、実施前の想定を大きく上回る反響となった。

- ・ 作品名：商品価値を高め、伴走でサービス満足を上げる丁寧 DM
- ・ 広告主：生活総合サービス
- ・ 制作者：ダイレクトマーケティングゼロ、ココロネ
- ・ 内 容：通販商品であるカラーゲンサプリ「すっぽん小町」は競合が多く、継続購入やクロスセルに課題があった。そこで商品価値を高める箱型 DM を開発。ところが郵便受けに入らない未着率が増えたため、全国の郵便受けのサイズ実施調査と 150 回強の発送テストを実施し、適正サイズの DM を設計。到着率 99.5%に高め、関連商品の訴求も行った。さらに商品到着日からの経過日数に応じて 4 回のフォローDM を送付。私信感を重視し、ユーザーの商品の継続利用を励ます内容に。定期継続率の良化に成功した。
- ・ 作品名：貴方の会社が突然主人公になる！ 360 度 VR DM∞
- ・ 広告主：ダイレクトマーケティングゼロ
- ・ 制作者：ダイレクトマーケティングゼロ
- ・ 内 容：EC/通販コンサルティング及びLP・DM などクリエイティブの戦略企画を行うダイレクトマーケティングゼロは、自社のクライアントに向けVRメガネ付きの年賀状DMを送付。DMから360度VR映像が見られる特別サイトに誘導した。「期待値を超えた感動という“顧客体験”を味わってもらえたかった」と同社田村社長は話す。厳選した50顧客については、1社1社、VR映像の内容を変えて撮影。映像の中にクライアントのロゴや商品を登場させ、驚かせた。結果は、「顧客に同じ驚きを届けたい」と問い合わせや受注件数が大幅にUP。映像閲覧率は86%となり、SNSでの投稿も見られた。

- (3) その他の受賞作品
別添 1 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 32 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 32 回全日本 DM 大賞受賞作品展示
 - ・ 日 時：2018 年 3 月 5 日（月）～同年 3 月 9 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 2018」（全日本 DM 大賞年鑑 2018 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 2018」
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 2018」を、2018（平成 30）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

全日本 DM 大賞の概要は別添 2 をご覧ください。なお、次回（第 33 回全日本 DM 大賞）の応募期間は、2018 年 8 月 1 日（水）～同年 10 月 31 日（水）の予定です。

以 上

<p>【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</p>
