

2021 年 3 月 5 日
日本郵便株式会社

「第 35 回全日本 DM 大賞」受賞作品発表
～テーマ：マーケティングに温かさを～

日本郵便株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 衣川 和秀）は、「第 35 回全日本 DM 大賞」受賞作品を決定しました。

1 受賞作品紹介

次のとおり、グランプリ以下 29 点の受賞作品を紹介します。ぜひご覧ください。

- (1) 第 35 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) 受賞作品集「DM DIGEST BOOK 2021」（「全日本 DM 大賞年鑑 2021」ダイジェスト版）
応募者などに郵送します。
- (3) 掲載雑誌
株式会社宣伝会議が発行する月刊「宣伝会議」、月刊「販促会議」、月刊「ブレーン」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。
- (4) DM 事例書籍「全日本 DM 大賞年鑑 2021」
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 2021」を、2021（令和 3）年 4 月初旬に全国主要書店で販売する予定です。

2 受賞作品

- (1) グランプリ
 - ・ 作品名：大企業に響いた 2 つの”スタサプ ENGLISH” DM
 - ・ 広告主：株式会社リクルートマーケティングパートナーズ
 - ・ 制作者：フュージョン株式会社
 - ・ 内 容：スタディサプリで英語教育機会を提供できることを伝えるため、従業員数が多く英語力アップが課題と思われる大企業の人事部長に宛てて、資料請求獲得を目的とした DM。人事部長宛てに数多くの DM が届く中で、立体的なパーツを同封することで開封してもらいやすいこと、「詳しく話を聞いてみたい」と感じさせること、人事部長に自分の事として理解しやすい内容であることの 3 点を意識し、研修にデジタル教材に入れ替えるとムダが省け効率化できることを伝えた「単語帳 DM」、スタディサプリを導入すると大幅にコスト削減可能というメリットを「削る」モチーフである「かつお節」を使い訴求した「経節 DM」を制作。2 種類の DM で計 3,800 社にアプローチし、合計資料請求率は約 4%。過去の DM での資料請求率は 0.1%であり、予想を大きく超え前回比で 40 倍以上の反響があった。資料請求のあった 150 社のうち、大企業 32 社から実際にサービス申し込みがあった。



郵政創業150年

(2) 金賞・審査委員特別賞（審査委員特別賞 実施効果部門）

- ・ 作品名：売上前年比 234%！優良顧客に向けた年間プログラム
- ・ 広告主：株式会社ケイシイシイ
- ・ 制作者：フュージョン株式会社
- ・ 内 容：ルタオから主に優良顧客へ日頃の感謝の気持ちを丁寧に伝えるため、優良顧客へのアプローチを年間プログラム化し、優遇特典・送料無料特典および誕生月限定特典を付与することで、顧客生涯価値の更なる向上を目的とした DM。年間を通して一貫したキーメッセージで DM を送付し、「スイーツの旅」を統一テーマに、パスポートなどの旅のモチーフを使って表現することで、優良顧客だけの特別なご案内と継続認識されるようにし、ルタオへのロイヤルティ醸成を狙った。特典付与から利用期限まで、新商品の案内と共に特典のリマインドを適時行うことで優良顧客への厚遇を印象付けられたことから、過去 6 年間で最高の売上を達成。

金賞

- ・ 作品名：受験生に寄り添い、絆を取り戻す「赤い糸電話 DM」
- ・ 広告主：株式会社東京個別指導学院
- ・ 制作者：フュージョン株式会社
- ・ 内 容：新入試制度での受験に焦りのない高校生に気づきを与え、塾への再入会を促すことを目的とした DM。卒塾した生徒に対し過去の信頼関係を思い出させ、遠くの人と 1対1での対話ができる糸電話をモチーフに制作。挨拶状を開くと赤い糸が結ばれる仕掛けで、絆をもう一度結ぶことを表現。入試の変更点を講師から語りかけ、生徒の現状を優しくヒアリングする構成に。また、各教室に連携し、DMを受け取られたご家庭に電話連絡をして、大学入試に向け不安な点を伺い簡易的なアドバイスを実施。全体の問い合わせ数がコロナ影響で落ち込む中、DM送付した再入会の学生数は前年比伸長した。

金賞

- ・ 作品名：リアルさを追求！人事があっと驚く「履歴書型」DM
- ・ 広告主：株式会社ビズリーチ（ビジネスマーケティング部門）
- ・ 制作者：株式会社ダイレクトマーケティングゼロ、株式会社ビズリーチ
- ・ 内 容：データベースリクルーティングシステムの導入を促すため、「必ず人事担当者に届く DM」を第一目的に、ビズリーチ自身を個人になぞらえた履歴書・ポートフォリオなどを同封。あくまで DM であることが伝わる仕様ながらも、履歴書風に外装の在中印・封緘印は全て手押しとするなど細部にこだわり、自己 PR という形で実績や多数の推薦状を掲載し、「無料診断をさせてください」というオファーで接点を作ることに成功。リマインドメールも送付し、オフライン・オンラインを組み合わせたアプローチで高レスポンスを達成した。フォローコールの際、受取人から「ご応募ありがとうございます」「いったいどこで…」と評価され、営業部門からも絶賛された。

(3) その他の受賞作品

[別添 1](#) をご覧ください。

3 その他

全日本 DM 大賞の概要は[別添 2](#) をご覧ください。

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



郵政創業150年