

2012年1月30日  
郵便事業株式会社

## 「第26回全日本DM大賞」入賞作品発表 ～ 全日本DM大賞でグーグルがグランプリ！ ～

郵便事業株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長 鍋倉真一）は、第26回全日本DM大賞入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作品をご応募いただき、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26回目を迎える今回は672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28点の作品が入賞しました。

なお、賞の概要は[別添1](#)をご覧ください。

### 1 入賞作品

#### (1) グランプリ

作品名：Google オープンビジネスパートナー教育プログラム

広告主：グーグル

制作者：電通ワンダーマン

内容：検索連動型広告 AdWords で実績のない販売代理店に対し、DMで教育プログラムを実施。3回のステップに分けて発送したことで代理店が活性化。代理店の新規クライアント獲得につながった点が高く評価された。

#### (2) 金賞

- 作品名：新規加入直後の、加入者本人／親向けのコミュニケーションレター

※ 審査委員特別賞（戦略性部門）同時受賞

広告主：ソフトバンクモバイル

制作者：大日本印刷、トッパン・フォームズ

内容：新規契約者に対するお礼DM。販売機種の多様化、また法人顧客、使用言語に合わせ、16種類のパターンに分けて作成、送付した。調査の結果、認知率、保管率等が大幅に向上。戦略的に顧客とのコミュニケーション強化を図った点が評価された。

- 作品名：BMW5シリーズ・キー型USB DM

広告主：ビー・エム・ダブリュー

制作者：フロンテッジ

内容：BMW5シリーズの試乗促進のため、キーの形をしたUSBメモリに最新CMの未公開ロングバージョンを収録し、有望顧客向けに送付。ブログ等で多くの話題を呼び、ブランド強化につながった点が評価された。

- 作品名：ベネッセ学習環境シリーズの通信販売における、メディアミックスからDMへのさらなる展開による売上拡大戦略

広告主：ベネッセコーポレーション

制作者：共立印刷、クリエイティブシャワー

内容：小学校入学を控えたお子さまがいる家庭への、学習機とランドセルの通信販売

DM。人間工学に基づいた商品の使いやすさや購入者の体験談等を掲載し、リアリティを追求した結果大幅な売上増となったことが評価された。

(3) その他の入賞作品

[別添 2](#) をご覧ください。

2 贈賞式及び作品紹介

(1) 贈賞式

平成 24 (2012) 年 2 月 28 日に東京ミッドタウンで実施します。

(2) 下記のとおり、入賞作品をご紹介します。

ア 第 26 回全日本 DM 大賞オフィシャルホームページ (<http://www.dm-award.jp/>)

イ 第 26 回全日本 DM 大賞入賞作品展示

日程：平成 24 (2012) 年 3 月予定

会場等は、別途オフィシャルホームページ(<http://www.dm-award.jp/>)でご案内します。

ウ 掲載雑誌

株式会社宣伝会議が発行する月刊「販促会議」、月 2 回刊「宣伝会議」、月刊「ブレーション」(すべて 3 月 1 日発売号) の 3 誌上で入賞作品の一部を紹介いたします。

エ 入賞作品集「DMガイドブック 2012」

応募者等に郵送するほか、展示期間中、会場にて配布いたします。

オ DM事例書籍「全日本 DM 大賞年鑑 2012」

入賞作品を基に DM の成功事例を収録した「全日本 DM 大賞年鑑 2012」を、平成 24 (2012) 年 4 月 15 日以降全国書店にて販売する予定です。

以 上