

2022年3月18日  
日本郵便株式会社

「第36回全日本DM大賞」受賞作品発表  
～2022 DM Award～

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36回全日本DM大賞」受賞作品を下記のとおり決定しましたのでお知らせいたします。

## 記

## 1 受賞作品

## (1) 金賞・グランプリ

- ・ 作品名：認知拡大&新規獲得！toB向けカフェ風DM
- ・ 広告主および制作者：株式会社イムラ封筒
- ・ 内容：新しく立ち上げたダイレクトマーケティング支援事業「イムらと」のサービス内容や支援事業ブランドの認知拡大と理解浸透を目的としたDM。マーケティング担当者（toB）に対し、売り込まない無料相談所「イムカフェ」をメインコンセプトに設定し、カフェオープン案内風のDMを制作。自社社員をカフェ風に紹介する個人紹介用LP（ランディングページ）を作成し、DMの個別二次元コードと紐づけることで、オフラインからオンラインへの誘導を行うことを通じて、「人（営業社員）」の紹介をカフェの世界観とともに表現した。加えて、ドリップコーヒーのアイテムを同封し、お茶をしながら気軽に相談できるといったコンセプトも表現した。1,000社にアプローチし、問合せ（レスポンス率）は1.7%で、新規お客さまからの問い合わせ・受注も獲得した。封筒製造のみを受注していた既存クライアントからも企画制作の新規案件の申し込みがあり、サービス認知拡大とともに、顧客封筒製造業者、メーリング事業者からの認知転換にも成功した。

## (2) 金賞・審査委員特別賞（審査委員特別賞 クリエイティブ部門）

- ・ 作品名：遠くペルーから香りで届く物語、パロサント入りDM
- ・ 広告主：株式会社DINOS CORPORATION
- ・ 制作者：フュージョン株式会社
- ・ 内容：「ディノスの超優良顧客」に対して新しく制定した「モノがたりで、くらし、たのしく。」のビジョンの理解浸透を目的としたDM。超優良顧客に対して、ディノスへの共感を醸成し、ファンとなってもらうため、ストーリー性の高いペルーの香木「パロサント」をノベルティとして選定・同封し、コロナ禍で外出ができないストレスフルな状況のなか、異国の豊かな香りによる癒しの時間をクリスマスにプレゼントした。商品のストーリーや背景、生産者の想いを大事にする企業であることをDMで体現し、お客さまへ「共感」を醸成した。実施効果は、「超優良顧客」の方の中で一度ご利用から遠ざかった方のうち、再びご利用されるようになった方の割合（復帰率）が8%と、DM未送付者の復帰率2%と比較して約4倍の効果となった。加えて、ペルー大使館から日本とペルーの懸け橋となるDMであるとの評価も得ることができた。



(3) 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：ふるさと納税返礼品風 DM で認知・拡販に大成功！
- ・ 広告主：（システム開発）株式会社ネクスウェイ、（販売元）株式会社エッグ
- ・ 制作者：フュージョン株式会社
- ・ 内容：「ふるさと納税受領発送サービス」の内容をわかりやすく伝え、商談につなげることを目的とした DM。ふるさと納税にあたり、自治体が確定申告に使用する寄附受領書を、各寄附者宛に発送する「寄附受領書発送業務」は、繁忙期と閑散期の業務量の差が大きいため、小規模自治体にとっては外部サービスの利用が難しいという課題があった。そうした小規模自治体担当者の課題に対して、自治体担当者に数多くの DM が届く中で、開封したいと思うようなインパクトとサービス内容を丁寧に伝えることを意識し、ふるさと返礼品を模したダンボールの外封筒で、メイン封入物にサービス内容を記事化した「新聞」およびサービス導入時の仮スケジュールを記載した「スケジュール帳」を同封した。アプローチした 1,143 自治体のうち、122 自治体から商談アポを獲得し、レスポンス率は 10.6%と予想を大幅に超える結果になった。また、商談中の見込みを加えると広告費用対効果（ROAS）は 2,000%以上の結果となった。

(4) 金賞

- ・ 作品名：一澤だより
- ・ 広告主および制作者：株式会社一澤信三郎帆布
- ・ 内容：「時代に遅れ続ける」をモットーに、1905 年から変わらないものづくりを京都で続けている一澤信三郎帆布が、コロナ禍で自粛生活が続く、来店できないお客さまとのコミュニケーションとリレーション構築を目的に、「親しい方にお手紙をお送りするような気持ち」で DM「一澤だより」を制作。「顧客の顔の見える商い」をコンセプトに、どの世代にも受け入れてもらえる雰囲気を読み物となることを目指し、外部に作業を依頼することなく、企画、撮影、デザイン、同封のアイテム制作、封入作業まで、すべての作業を自社の職人・社員総出で対応した。5 万部の発送に対して注文・申込件数が 3 千件と通常よりも多数の注文を獲得した。加えて、お便りのような DM の意外性が好評で、「なんとかして京都へ、一澤信三郎帆布のお店に行きたい」など、お客さまからの多数のお礼のお手紙やはがきによる反響があった。

(5) その他の受賞作品

[別添 1](#) をご覧ください。

2 受賞作品の紹介方法

次のとおり、グランプリほか 28 点の受賞作品を紹介しますので、ぜひご覧ください。

- (1) 第 36 回全日本 DM 大賞オフィシャルホームページ (<https://www.dm-award.jp/>)
- (2) 受賞作品集「DM DIGEST BOOK 2022」（「全日本 DM 大賞年鑑 2022」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「ブレーション」各 5 月号（全て 2022 年 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 2022」  
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 2022」を、2022（令和 4）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。

以上



郵政創業150年

【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](mailto:info@dm-award.jp)

※おかけ間違いのないようご注意ください。



郵政創業150年