

2019年3月4日

各 位

会 社 名 フュージョン株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 佐々木 卓也
コード番号：3977 札証アンビシャス
問 合 せ 先 管理部門担当専務取締役 安田 真
(TEL. 011-271-8055)

「第33回全日本DM大賞」にて2作品が金賞受賞！

フュージョン株式会社（本社：北海道札幌市、代表取締役社長：佐々木卓也）は、2019年3月1日に贈賞式が行われた第33回全日本DM大賞において、金賞2作品を含む計5作品が受賞いたしました。

これにより、当社の全日本DM大賞受賞は12年連続となりました。

ダイレクトメール単体の成果はもちろんのこと、デジタル施策との補完・相乗効果にも高い評価を得たものです。今回の受賞作品及びこれまでの受賞歴については、以下のページをご覧ください。

<https://www.fusion.co.jp/results/awardsreceived.html>

全日本DM大賞（主催：日本郵便株式会社）は、DM(ダイレクトメール)施策に対する日本最大のアワードであり、以下の3軸で評価されます。

- ・戦略性 : 目的設定は妥当か、目的達成のためのターゲット・手段の選択は適切か
- ・クリエイティブ : 制作物のクオリティはどうか
- ・実施効果 : どのような成果が得られたか

WEB広告やSNS、Eメールといったデジタル媒体を用いたコミュニケーションが一般化する一方、その限界も明らかとなる中で、アナログな媒体であるDMに対する関心が高まっています。ターゲットに直接リアルな媒体を届けられるという性質上、デジタルメディアにはないインパクトで消費者のインサイトに影響を与えられるのです。

このたびのフュージョンの受賞作もDMの特性を最大限に活用したものです。DM施策単独でも戦略性とクリエイティブが優れていたことに加え、デジタル施策の補完あるいは相乗効果によって成果を上げた点が高く評価されました。

当社は、今後もDMをはじめとする顧客コミュニケーション施策を通して企業と消費者の距離を縮め、クライアント企業のビジネスの成功に貢献できるよう努力してまいります。

今回の主な受賞作品の内容は以下の通りです。

【金賞】

電大が秘密結社を発足！ カギを握るのは…学長？！

SF映画風、バブル時代風、週刊誌風、遊び心あるDMはSNSでも拡散

■広告主： 東京電機大学

■DM概要

東京電機大学のオープンキャンパス来場者増を目的としたDMです。対象となるオープンキャンパス別に、3種類のDMを制作しました。

1通目は、「全人類電大人化計画」というあえて誇張した世界観を打ち出し、在学生である“電大人”の優秀さを表現。2通目では、鳩山キャンパス周辺の立ち寄りスポットを、“死語”も使いバブル時代風のテイストで紹介しました。3通目は週刊誌の体裁で、大学の特徴および研究に打ち込む学生の思いなどを伝えました。

遊び心をふんだんに盛り込むことで、専門性が高い大学の紹介にも興味と親近感を持ってもらうことに成功。学長自身が役になりきった衣装でDMに登場したことも話題となり、SNSや各種メディアでも拡散されました。



■成果

- ・前年比 120%と、過去最大のオープンキャンパス来場者数を達成
- ・SNSでのプロモーション関連投稿 250 件以上、
Twitter において最も反応のあったツイートのインプレッション 128 万件超を記録

【金賞】

クライアントが札幌に集結！3種の本社移転DM

■広告主： フュージョン株式会社(自社)

■DM概要

フュージョン株式会社は本社を札幌に置きながら、取引先の多くは関東・近畿などの道外企業です。普段は電話やEメールでのやり取りが主になりがちな取引先に対し、直接的なコミュニケーションを強化したいと考えていました。

そこで、本社オフィスの移転を機にDM施策を実施。移転をご案内するだけでなく、新しいオフィスの視察を兼ねて札幌に出張しませんかと促しました。

特にVIP顧客向けには専用の“旅のしおり”を封入するなど、旅行先としても人気の高い札幌のブランド力を活用するとともに、札幌で働く社員の存在をリアルに感じていただけよう工夫しました。



■成果

- ・北海道外からの新オフィス訪問3件
- ・新オフィス来訪時の打合せをきっかけに、複数の新規案件受注

【銅賞】

JALのおもてなしを形に。誕生月別花フォトフレーム
デジタルネイティブに刺さるアナログタッチな施策

■広告主： 日本航空株式会社

■DM概要

休眠顧客の活性化を目的として、JALマイレージバンク会員で直近3年間に利用履歴のない20代～30代女性を対象にDMを発送しました。

DMには、「あなたのためだけに」というパーソナライズした体験を提供するため、顧客の誕生月に応じて実物の押し花をあしらったフォトフレームを同封。さらに、DMから特設サイトへ誘導することで、自分ごと化を促しました。

特に休眠顧客の場合、Eメールなどのデジタルメディアではレスポンス率が大幅に低下します。自分のためだけの実体を持つお知らせが直接手元に届くことで、デジタル媒体だけでは達成できない高いレスポンス率を実現しました。



■成果

従来のデジタルだけのキャンペーンと比較し、

- ・10倍のサイト訪問
- ・8.8倍のキャンペーン参加

を実現

《本リリースについてのお問い合わせ先》

フュージョン株式会社 管理部

TEL： 011-271-8055 【対応時間】9：00～18：00（土日祝休）

URL： <https://www.fusion.co.jp/ir/contact/>

以 上