

# 応募要項

【応募締切】  
平成21年11月30日(月)まで (当日消印有効)

【応募資格】  
DMの広告主(差出人/スポンサー)、DMの企画者(広告代理店など)、DMの制作者(制作プロダクション、印刷会社など)。

【募集作品】  
平成20年11月1日(土)～平成21年10月31日(土)までに制作され、実際にDMとして利用(発送)されたもの。  
※宛名のないDM(タウンメール・タウンプラスなど)も募集対象となります。

【応募方法】  
応募作品1件ごとに応募用紙に必要事項を記入の上、全日本DM大賞事務局あてにお送りください。  
応募用紙は、「第24回全日本DM大賞」オフィシャルサイト [www.dm-award.jp](http://www.dm-award.jp) から入手可能です。

**作品応募先 全日本DM大賞事務局** 〒107-8550 東京都港区南青山5-2-1 NBFアライアンスビル4F  
宣伝会議内「全日本DM大賞事務局」

【お問い合わせ先】 TEL：03-5466-2090 E-mail：info@dm-award.jp

※シリーズもの、同一キャンペーンのものは合わせて1点とします。  
※DMすべてが審査の対象になります(外封筒、同封物すべて)。必ず同封ください。  
※パネルでの応募は不可といたします。  
※応募いただいた作品は返却いたしません。  
※作品到着確認のお問い合わせに関してはお受けできませんので、余裕を持って応募いただきますようお願いいたします。

【審査方法】  
応募作品は、マーケティングやDMの実務家、教育者及び主催関係者により審査・入賞作品を決定します。  
審査委員に関しては、「第24回全日本DM大賞」オフィシャルサイト [www.dm-award.jp](http://www.dm-award.jp) をご覧ください。

【賞(予定)】※広告主と併せて制作者も表彰します。

- 1) **グランプリ** \_\_\_\_\_ **1点**  
すべての応募作品の中で、最も優れていると認められるもの
- 2) **金賞** \_\_\_\_\_ **4点**  
すべての応募作品の中で、優れていると認められるもの
- 3) **銀賞** \_\_\_\_\_ **8点**  
金賞の次に優れていると認められるもの
- 4) **銅賞** \_\_\_\_\_ **12点**  
銀賞の次に優れていると認められるもの
- 5) **審査委員特別賞** \_\_\_\_\_ **3点**
  - ア **戦略性部門**  
金・銀・銅入賞作品の中で、戦略性が最も優れていると認められるもの
  - イ **クリエイティブ部門**  
金・銀・銅入賞作品の中で、クリエイティブが最も優れていると認められるもの
  - ウ **実施効果部門**  
金・銀・銅入賞作品の中で、実施効果が最も優れていると認められるもの

【発 表】  
●平成22年1月中旬(予定)に郵便事業株式会社から報道発表  
●「宣伝会議」「販促会議」「ブレーン」(すべて3月1日発売号)誌面にて

【贈賞式・展示会】  
平成22年1月下旬(予定)に、上位入賞者への贈賞式を行うほか、上位入賞作品の展示会を開催いたします。




※応募作品について、著作権等による争議が生じた場合、郵便事業株式会社は一切責任を負いません。  
また、著作権等の侵害に抵触するおそれのある作品は応募を受け付けません。

# 昨年度「第23回全日本DM大賞」レポート

第23回全日本DM大賞は、2007年11月1日から08年10月31日までに実際に企業によって制作・発送されたDMを対象として08年に作品募集が行われ、605点の応募があった。マーケティングやDMの実務家・教育者が「戦略性」「クリエイティブ」「実施効果」の3項目について審査し、総合評価の高かった上位4作品を金賞として選出。金賞の中から、協議と投票によって「グランプリ」を決定した。以下、銀賞7作品、銅賞12作品を選出し、金・銀・銅の各賞から審査委員特別賞(戦略性・クリエイティブ・実施効果の各部門)が選ばれた。

**良質な情報を届けて信頼を得る！顧客ニーズを「掘り起こす」戦略が成功の鍵**

<p><b>金賞 グランプリ</b> ベネッセコーポレーション 広告主：ベネッセコーポレーション 「こどもちゃれんじぽけっと」 制作者：ベネッセコーポレーション、ハドル 8月号顧客獲得DM</p> <p>第22回全日本DM大賞に続いてグランプリ2年連続受賞を果たした、&lt;こどもちゃれんじ&gt;のDMプロモーション。今回は「オムツはずし」最後のタイミングといえる3歳児の夏を狙った、&lt;こどもちゃれんじぽけっと&gt;8月号の顧客獲得プロモーションがグランプリの栄誉に輝いた。2つの「オムツはずし必須ツール」を用意し、4回にわたるDM訴求が入会率アップに結びついた。例えば、1通目は「第1子」「過去に受講経験がある顧客」「兄弟が受講中の顧客」に絞り込んで送付。2通目では3歳児が生まれ月で発達に差が出ることを踏まえ、成長が早い「4～9月生まれ」向けと、オムツが取れていない率の高い「10～3月生まれ」に向けて内容を作り分けた。3通目は中間締め切りと2週間前の投下で、特にオムツはずれが遅いと言われる男児をターゲットに送付。特典効果もあり、中間締め切りの時点で一気にクロージングが進んだ。さらに今回はWEBとメールのクロスメディアプロモーションも実施。受け皿としてコストの安い、WEB経由の入会者を増やすことに貢献した。</p>	 <p style="text-align: center;">「10月～3月生まれ」向けDM      「4月～9月生まれ」向けDM</p>
--	--

**金賞**  
「ボロボロ絵本で3度びっくり」DM to Web キャンペーン  
DM 広告主：社団法人シャンティ国際ボランティア会  
制作者：電通、電通ワンダーマン、電通ダイレクトフォース

**金賞**  
新しいDM型媒体「Pody」を利用した優良顧客向け企画  
DM 広告主：生活協同組合コープさっぽろ  
制作者：アイディーズ

**金賞**  
「小学校入学お役立ち準備パック」による「チャレンジ1年生」継続プロモーション  
DM 広告主：ベネッセコーポレーション  
制作者：インタラクティブテクノロジー、キューズ、小嶋垂矢子、ワイズワークス

**銀賞 審査委員特別賞 戦略性部門**  
情報化投資インタビュー 2008「診断シート」  
DM 広告主：マイクロソフト  
制作者：エムアールエム・ワールドワイド、フェイス

**銀賞 審査委員特別賞 実施効果部門**  
「ザ・ジュエリー・ページェント」  
DM 広告主：あずみ  
制作者：あずみ、シップス

**銀賞**  
「シャツ100円セール」  
DM 広告主：とらやクリーニング  
制作者：東急エージェンシー

**銀賞**  
潜在顧客掘り起こしDM「ゆかだんぼん」  
DM 広告主：西部ガス  
制作者：石田大成社

**銀賞**  
「Moving to Mars」キャンペーン  
DM 広告主：FUJI XEROX SINGAPORE  
制作者：c3design

**銀賞**  
入学準備に役立つ「手帳・ガイド・DVD」のお届けによる「チャレンジ1年生」新規獲得プロモーション  
DM 広告主：ベネッセコーポレーション  
制作者：インタラクティブテクノロジー、キューズ、坂本仁、702ワークス

**銀賞**  
サンプル贈呈によるファンデーション購入促進DM  
DM 広告主：マードウレクス  
制作者：マードウレクス

**銅賞 審査委員特別賞 クリエイティブ部門**  
東京デイズニerlandホテル プレスプレビュー Invitation Book (招待状)  
DM 広告主：ミリアルリゾートホテルズ  
制作者：デザインファクトリー

**銅賞**  
「風船ガム」  
DM 広告主：オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン  
制作者：オグルヴィ・アンド・メイザー・ジャパン

**ビジネスにつながる堅実なDMが多数 第23回全日本DM大賞贈賞式**

平成21年3月3日、東京ステーションコンファレンスで行われた贈賞式では、入賞者や報道陣などが多数出席した。日本郵便 執行役員の中島直樹は「企業のDMへの需要が高まる一方で、戦略立案やターゲット設定に課題意識がある」と指摘。同アワードがDMの成功事例や企業を紹介していくことで、裾野を広げる一助になればと語った。



**銅賞**  
進研ゼミ中学講座オプション教材「新傾向問題 冬の特講」販売促進DM  
DM 広告主：ベネッセコーポレーション  
制作者：ローグ クリエイティブ

**銅賞**  
「会社設立60周年記念・やまと美学会「正倉の美」」DM  
DM 広告主：やまと  
制作者：オリコム、クリエイティブオリコム

**銅賞**  
「あけあめ」  
DM 広告主：エレファント・コミュニケーションズ  
制作者：エレファント・コミュニケーションズ

**銅賞**  
富良野メロン通販×富良野洋菓子メーカー新規顧客獲得コラボDM企画  
DM 広告主：とみたメロンハウス、ルノール(菓子工房フランドリス)  
制作者：フュージョン、ダイレクトメール推進協議会

**銅賞**  
進研ゼミ小学講座「チャレンジ1年生」新規獲得プロモーション  
DM 広告主：ベネッセコーポレーション  
制作者：森野理恵子、木村夏奈子、山本タカヒロ、キューズ、インタラクティブテクノロジー

**銅賞**  
「得点力学習DS」受験ソフト優待価格DM  
DM 広告主：ベネッセコーポレーション  
制作者：ローグ クリエイティブ

**銅賞**  
携帯買い替えクーポン券同封DM  
DM 広告主：エヌ・ティ・ティ・コム  
制作者：電通

**銅賞**  
「イオンモール川口キャラ」キッズクラブ会員向けバースデーDM  
DM 広告主：イオンモール  
制作者：フュージョン

**銅賞**  
既納客代替促進DM  
DM 広告主：ビー・エム・ダブリュー  
制作者：フロンテッジ

**銅賞**  
2007 Takashimaya Christmas  
DM 広告主：ジェイアール東海高島屋  
制作者：ジェイアール東海高島屋、ATA

# 第24回全日本DM大賞応募用紙

【注意】※印の項目(太枠)に関しては、必須項目になります。未記入の場合、審査の対象外となりますので、必ず記入ください。

□欄については、該当する項目を選んで✓印を付けてください。項目G.以降は加点对象とさせていただきます。

## A. 作品名 ※必須

DMの宛名					
<input type="checkbox"/> 宛名有	<input type="checkbox"/> 宛名無(タウンプラスなど)				
DMの形状(種別)					
<input type="checkbox"/> はがき	<input type="checkbox"/> 封書	<input type="checkbox"/> カタログ(ゆうメールなど)	<input type="checkbox"/> 宅配(ゆうパックなど)	<input type="checkbox"/> その他( )	

## B. DMの広告主 ※必須

広告主企業名
--------

## C. DMの制作社 ※必須

制作会社企業名
---------

## D. 広告主の業種 ※必須

<input type="checkbox"/> 電気機器製造	<input type="checkbox"/> 化学製品製造	<input type="checkbox"/> 食品製造	<input type="checkbox"/> 医薬品製造	<input type="checkbox"/> 繊維製造	<input type="checkbox"/> 精密機器製造
<input type="checkbox"/> その他製造	<input type="checkbox"/> 電気/ガス/熱供給/水道	<input type="checkbox"/> 情報通信	<input type="checkbox"/> 運輸	<input type="checkbox"/> 卸売・小売	<input type="checkbox"/> 金融・保険
<input type="checkbox"/> 不動産	<input type="checkbox"/> 飲食店	<input type="checkbox"/> 宿泊	<input type="checkbox"/> 教育/学習支援	<input type="checkbox"/> 通信販売	<input type="checkbox"/> 広告代理
<input type="checkbox"/> 広告制作	<input type="checkbox"/> 媒体社	<input type="checkbox"/> 印刷	<input type="checkbox"/> その他サービス	<input type="checkbox"/> その他( )	

## E. 応募者情報 ※必須

応募者の業種 複数社の場合は代表1社					
<input type="checkbox"/> 広告主 <input type="checkbox"/> DM企画会社 <input type="checkbox"/> DM制作会社 <input type="checkbox"/> 印刷会社 <input type="checkbox"/> DM発送代行者 <input type="checkbox"/> その他( )					
企業名		担当者名		所属	
住 所 〒 <input type="text"/> - <input type="text"/>					
電 話 <input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/> e-mail <input type="text"/>					

## F. 作品情報 ※必須

販売商品、サービス(作品でプロモーションしたものは何ですか?)	価格(平均単価) _____ 円
商品(サービス)名	※価格(平均単価)が算出できない場合、斜線をご記入ください

DMの目的をご記入ください。該当するものにチェックしてください					
<input type="checkbox"/> 認知拡大	<input type="checkbox"/> 潜在顧客※①の発掘	<input type="checkbox"/> 見込顧客※②の発掘	<input type="checkbox"/> 新規顧客の獲得	<input type="checkbox"/> 継続顧客化	
<input type="checkbox"/> ロイヤル顧客化	<input type="checkbox"/> 休眠顧客の活性化	<input type="checkbox"/> 顧客の奪還	<input type="checkbox"/> その他( )		
※①潜在顧客：商品/サービスの利用が想定される企業/生活者			※②見込顧客：商品/サービスの利用に興味を示した企業/生活者		

DMの役割をご記入ください。該当するものにチェックしてください					
<input type="checkbox"/> 保存(広告として滞留)	<input type="checkbox"/> 店頭誘導	<input type="checkbox"/> Web誘導	<input type="checkbox"/> 問い合わせ獲得(資料請求など)		
<input type="checkbox"/> 受注獲得	<input type="checkbox"/> その他( )				

DM発送数	複数に分けて発送の場合は、その回数と1回あたりの発送通数をご記入ください	分割した事由
<input type="checkbox"/> 単発	計 _____ 通	<input type="checkbox"/> 顧客絞り込み
<input type="checkbox"/> 複数回		<input type="checkbox"/> オペレーション
		<input type="checkbox"/> その他( )

他媒体の利用 DMと合わせて他媒体を利用した場合、該当する媒体にチェックしてください					
<input type="checkbox"/> 新聞	<input type="checkbox"/> 雑誌	<input type="checkbox"/> ラジオ	<input type="checkbox"/> TV	<input type="checkbox"/> 交通広告	<input type="checkbox"/> OOH(屋外広告)
<input type="checkbox"/> モバイル	<input type="checkbox"/> eメール	<input type="checkbox"/> フリーペーパー	<input type="checkbox"/> テレマーケティング	<input type="checkbox"/> 折込チラシ	<input type="checkbox"/> ポスティング
<input type="checkbox"/> Web <input type="checkbox"/> その他( )					

※以下、他媒体の利用にチェックした方のみ、ご記入ください  
他媒体とDMの連携、関係性など、工夫した点(各媒体の選定理由など)をご記入ください。また使用した媒体に関する資料があれば、作品と一緒に送ってください。

実施経費(郵便料金、印刷費を含む制作費・キャンペーン全体の総費用) 分かる範囲でご記入ください

レスポンス(反応)率の分かる方	レスポンス(反応)率の不明の方 DM発送により、どんな効果や結果が得られたのか、可能な範囲で具体的に記入ください。
レスポンス(反応)率 (反応数 ÷ 発送数 × 100 = _____ %)	

	効果測定項目	測定方法	DMのみの場合	キャンペーン全体(他媒体含)
右の項目は必須ではございませんが、可能な限りご記入ください。審査の参考とさせていただきます	ROI(費用と利益の比率)	利益 ÷ 費用 =	%	%
	CPR(1回のレスポンスを得るための費用)	費用 ÷ レスポンス数 =	円	円
	CPO(1件の注文を得るための費用)	費用 ÷ 注文数 =	円	円

## G. 自由記載項目 ※必須ではありませんが、審査時に加点点目になります。積極的にご記入ください

●マーケティング背景に関して

DMでプロモーションした商品の現状と課題をご記入ください。

---

課題の解決に向けてDMを使用した理由、DMの役割の詳細をご記入ください。

---

マーケティング・プロモーション戦略におけるDM活用の目標(最終ゴール)をどう設定しましたか?

●ターゲット情報

ターゲット(DMの受取人)はどのような人ですか? 個人 法人  
 該当するものすべてにチェックしてください 潜在顧客 見込顧客 新規顧客 既存顧客 優良顧客 休眠顧客 離反顧客  
その他( )

ターゲットの属性、特徴、性別、年齢など詳細にご記入ください。

●DMのリストについて

活用したリストの種類をご記入ください。該当するものすべてにチェックしてください  
ハウズリスト(自社で保有するリスト) 外部リスト(外部から購入したリスト) タイアップリスト(請求書等への同梱) その他( )

ハウズリストを活用した場合、どのような方法でリストを構築しましたか(工夫した点)? また外部リストを使用した場合、どのような観点で選択されましたか?

●DM送付のタイミング

DMを送付する上で、考慮したタイミング(イベント、来店直後、記念日など)をご記入ください。

●DMのクリエイティブ

クリエイティブ(コピー、グラフィック)の戦略コンセプト(受け手に行動させるための狙い・目標など)をご記入ください。

チャレンジした点、工夫した点などをご記入ください。

●DMにつけたオファー(特典物)

どのようなオファー(特典物)を付けましたか? また、そのオファーを選択した理由は何ですか? オファー1点あたりのコストも分かればご記入ください。

1点あたり \_\_\_\_\_ 円

## アンケート

第24回全日本DM大賞の募集を何でご存知になりましたか? 該当する項目すべてにチェックしてください。

<input type="checkbox"/> 販促会議10月号	<input type="checkbox"/> 販促会議11月号	<input type="checkbox"/> 宣伝会議9月1日号	<input type="checkbox"/> 宣伝会議10月1日号
<input type="checkbox"/> ブレーン10月号	<input type="checkbox"/> ブレーン11月号	<input type="checkbox"/> ゆうびんホームページ	<input type="checkbox"/> (社)日本印刷産業連合会
<input type="checkbox"/> (社)日本ダイレクト・メール協会	<input type="checkbox"/> (社)日本マーケティング協会	<input type="checkbox"/> 東京コピーライターズクラブ	<input type="checkbox"/> NPO法人ダイレクトメール推進協議会
<input type="checkbox"/> (株)宣伝会議による案内	<input type="checkbox"/> 日本郵便による案内	<input type="checkbox"/> 広告代理店・制作会社の担当	<input type="checkbox"/> ダイレクトメール
<input type="checkbox"/> 全日本DM大賞ホームページ			
<input type="checkbox"/> その他( )			

【応募作品の取り扱いについて】  
 ①応募された作品は返却いたしません。  
 ②応募用紙、応募作品等は、主催者及びDM大賞の実施業務の委託先において厳重に管理保管し、DM大賞の運営に伴う審査・連絡業務及びDMの普及拡大にかかわる活動以外の目的に無断で使用されることはありません。  
 【入賞作品の取り扱いについて】  
 全日本DM大賞の各賞入賞作品については以下の活動、その他のDMの普及拡大にかかわる活動において、広く活用させていただきますのであらかじめご了承ください。  
 ・ダイレクトマーケティングフォーラム2010、主催者及び協賛団体が主催するDMにかかわるセミナーでの発表。  
 ・全日本DM大賞のオフィシャルホームページ、主催者及び協賛団体のホームページでの発表。  
 ・DMガイドブック2010、「全日本DM大賞」書籍、「販促会議」「宣伝会議」「ブレーン」誌面での発表。  
 ・その他メディア各社へのプレスリリースでの発表。

## 作品のご応募は郵送にて承ります

### 【作品応募先】全日本DM大賞事務局

〒107-8550 東京都港区南青山5-2-1 NBFアライアンスビル4F  
 宣伝会議内「全日本DM大賞事務局」

【お問い合わせ先】 TEL: 03-5466-2090 E-mail: info@dm-award.jp

応募締切は11月30日(月)です(当日消印有効)