

2023年3月20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 札証アンビシヤス
問 合 せ 先 専務取締役 安田 真
(TEL. 011-271-8055)

第37回全日本DM大賞にてグランプリを受賞！

2023年3月17日に発表された第37回全日本DM大賞において、フュージョン株式会社は最優秀賞であるグランプリを獲得しました。

グランプリとなった金賞受賞作を含む計6作品で受賞。2020年、2021年に続き3度目のグランプリ獲得、6年連続の金賞受賞、16年連続のDM大賞受賞となりました。

今回の受賞作品および過去実績については、以下のページでご紹介しています。

▼フュージョン 受賞実績

<https://www.fusion.co.jp/award>

▼日本郵便 全日本DM大賞 入賞作品

<https://www.dm-award.jp/winner/>

全日本DM大賞(主催：日本郵便株式会社)は、ダイレクトメール(DM)施策に対する日本最大のアワードであり、37回目となる今回の応募総数は、約700点に上ります。入賞した全26作品のうち、最優秀賞であるグランプリを含む6作品が当社制作のDMとなりました。

全日本DM大賞では、以下3つの軸でDM施策が評価されます。

- ・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

このたびの受賞は、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。

当社は、今後も良質な顧客コミュニケーションをサポートし、消費者と企業の双方が喜びを共有できる社会の発展に貢献してまいります。

今回の主な受賞作品の内容は以下の通りです。

【グランプリ】

テンキーチョコで、上場企業の決算疲れを freee !

広告主：freee 株式会社

制作者：フュージョン株式会社



■目的：上場企業の経理部全員へクラウド ERP『freee』の認知と導入推進

■対象：上場企業の本決算業務を終えた経理責任者

■戦略性：

- 「経理部全員への数量」と「差入れの馴染み」の2点から、慰労の想いを込めて差入れの定番であるチョコを同梱し送付
- 決算月の3か月後が決算業務終了タイミングであることから、各企業に決算月の3か月後に合わせて毎月定期発送にて実施
- 上場企業での利用が多い実態の認知を狙うとともに、DM 到着時の架電時の本 DM の認知を狙った

■クリエイティブ：

- DM は箱型の形状とし、その中に経理部員が業務でよく目にしている「テンキー」を模したチロルチョコを詰めた
- チョコをすべて取ったあとに現れる箱底面には「お仕事の合間にフリーなひとときを過ごせましたか」とメッセージを記載し、ねぎらいの心遣いが伝わる演出でチョコを取った後にも驚きを訴求
- 同梱冊子には、freee を利用している上場企業のロゴを記載し、上場企業の利用の多さが一目でわかるよう一覧で視覚化

■実施効果：

- テンキーチョコ DM 送付で経理担当者への接続率が高く、通常のアウトバウンドコールに比べ受付突破率は5倍以上となった
- DM の認知率は50%超と非常に高い結果となり、「チョコを送りました」というフレーズがフックとなり会話が弾みスムーズに商談へ繋がった

【銀賞、審査員特別賞(データドリブン部門)】 緻密なパーソナライズDMで、発送後の顧客行動に変化

広告主：株式会社アシックス

制作者：富士フイルムビジネスイノベーションジャパン株式会社、フュージョン株式会社



- 目的：注文促進(クロスセル)、上位商品への買い替え促進(アップセル)、WEB やモバイルへの誘導・休眠顧客の活性化・来年誘導
- 対象：自社 EC サイト (OneASICS) 非会員、新商品と親和性の高いセグメント
- 戦略性：
 - 課題であった店舗と EC の顧客データを統合し、定期的な顧客の分類や行動分析から、顧客の育成シナリオを導いた
 - 初の試みとして、会員未登録の店舗顧客に対して登録を促す DM を送付。パーソナライズした二次元コードから WEB 行動をトラッキングし、効果測定と行動分析の実施し顧客理解を深めた
- クリエイティブ：
 - 過去のクリエイティブを一新し、開封から会員登録への導線を工夫。過去施策では、通常サイズの単版ハガキに文字のみのシンプルな DM が多かった中、大判に近いサイズの V 型圧着や Z 型を採用し、DM 自体にも商品にも興味を持たれる形状に変更
 - 顧客名を印字し特別感ある導入で開封誘導する、会員登録による特典を大きく表示する、商品画像や開発のこだわりを掲載する、会員登録方法の流れを丁寧に説明するなど、顧客層の年齢にも配慮し、開封から会員登録への誘導を促進した
- 実施効果：
 - 高単価でも売上は計画比 1.5 倍に、ROI も前年比 125% を達成
 - 新規会員の獲得数は、計画に対して 152% を達成
 - DM から EC の会員登録ページへの誘導で、会員登録率を 3.3% 改善し、売上目標達成率 126% を実現した

《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 コーポレート部門 総務・広報チーム

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

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

以 上