

# 対話を目指す DM 施策。 PR TIMES が第 38 回全日本 DM 大賞で「銅賞」を初受賞

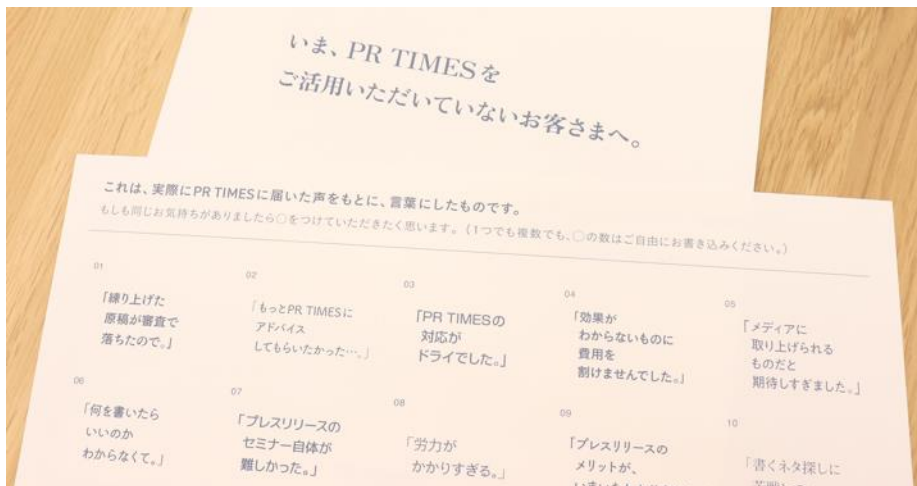
— 1年以上ご利用のないお客様にお送りしたメッセージ | いま、PR TIMES をご利用いただけていないお客さまへ。 —



3月14日、都内で開催された「第38回全日本DM大賞」贈賞式にて

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922）は、2024年3月14日（木）、日本郵便株式会社が主催するダイレクトメール（DM）施策に対する日本最大のアワード「全日本DM大賞」において、1年以上ご利用のないお客様にお送りしたメッセージ「いま、ご利用いただけていないお客さまへ。」が銅賞を受賞いたしました。当社として初の「全日本DM大賞」入賞となりました。

「全日本DM大賞」について <https://www.dm-award.jp/>



## いま、ご利用いただけていないお客さまへ。

### ご利用が空いているお客さまと改めてコミュニケーションをとりたい

本DMは「PR TIMES」をご利用後、一定期間ご利用がないお客さまと改めてコミュニケーションを取りたいという思いから企画、制作がはじまりました。一定期間ご利用がないということは、何かしらご利用いただけない理由を私たちがつくってしまったということ。今後の改善に向けて不足していた部分をより具体的にお伺いし、改善のためのアクションを通じて信頼回復につなげるために、お客さまのお声をお伺いするアンケートを制作しました。

## 「答えなくなるアンケート」を目指して

できるだけ受け取っていただいたお客さまのご負担が少なくなるように工夫しました。アンケート用紙では「思っていたような効果が出なかった」「何を書いたらいいのかわからない」など同じように利用が止まってしまっていたお客さまの声を紹介し、チェックのみで簡単に回答できるような形式にしました。また返信用封筒には部署名などではなく担当者名を記載し、対人とのやり取りをリアルに感じていただけるコミュニケーションを目指しました。

最後の配信から1年以上ご利用のないお客さまに対し計1万9031件送付し、お客さまによっては用紙の裏面までびっしりとコメントを記載いただくなど、500件超の返送をいただきました。また「担当者の退職により活用しなくなったが、再度利用を検討したい」など、DMをお送りしたからこそ接点を持つことのできたお客さまも複数いらっしゃいます。

その後商談につながり、利用を再開いただくなど効果を実感しています。頂戴したお声をもとに不足点の改善に向けた取り組みを開始するなど、DMへの返送からサービス体験向上にあたっての多くのヒントを得ることもつながりました。

## 審査委員講評

紙質・質量・届け方が最適で、PR そのものの価値や目的を理解していることが伝わる素敵なDMでした。余計なデザインをせず、相手がだれで、何を伝えたいのかという点にブレを感じさせない構造になっていると思います。

## 「いま、ご活用いただけていないお客さまへ。」制作スタッフ

Adv：広告主／担当者 株式会社 PR TIMES／小暮桃子

CD：クリエイティブディレクター 石黒早恵実

AD：アートディレクター 服部雅世

D：デザイナー 服部雅世

C：コピーライター 石黒早恵実

P：プロデューサー 武藤雄一



実際に返送いただいたアンケート



## 受賞に寄せるコメント

### 株式会社 PR TIMES 第一営業本部長 小暮桃子

PR TIMES は現在9万社を超えるお客様にご利用いただいております。2007年のサービス開始以降多くのお客さまに広報・PR活動のパートナーに選んでいただいていることを嬉しく感じています。その一方、私たちのご案内や伴走の不足によって、寄せていただいたご期待に応じることができなかったことも多くありました。ご期待に沿えることが出来なかった点にしっかりと向き合い、今後に向けて改めてお声を聞かせていただきたいと思います。それは当社の勝手な都合です。そのような中で、少しでもお詫びの気持ちと信頼回復に向けて再び伴走させていただきたいという想いが伝わるよう、細部までこだわり制作いたしました。このような形で評価いただけたのは、ひとえにお客さまのおかげです。DMを受け取っていただいたお客さま、DMをきっかけに再度当社とやり取りくださったお客さまに、心より感謝しております。



## 武藤事務所株式会社 石黒早恵実

返ってきた返信の紙に書かれたメッセージを見たとき、ほんの一步ですが、この DM がコミュニケーションツールになれたことを感じました。DM という、一方通行で送るイメージもありますが、今回めざしたのは、一人ひとりと、もう一度コミュニケーションをとりたい。ということでした。すでに利用していない「PR TIMES」からの DM は、行き場なく捨てられてしまうかもしれない。だから、封筒には、宛名の方が不在の場合のメッセージを。ハサミを使わずに開封できる仕様に。丸をつけてそのまま返送できるように。デスクで広げたときに書きやすいサイズ感に…。など、ひとりに宛てる手紙のつもりでつくりました。一見するとごく普通のシンプルな DM のようですが、そのような私たちの思いを汲んで、評価をいただいたようで光栄に思います。なによりも時間を割いてご返送してくださった方々、受け取っていただいた方々へ、本当にありがとうございます。



## PR TIMES について

PR TIMES (読み:ピーアールタイムズ) は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、「行動者」のポジティブな情報がニュースの中心となり、個人を勇気づけ前向きにする社会の実現に挑んでいます。私たちは人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表するのがプレスリリースだと考え、企業規模を問わず「行動者」が自ら発信できる、PR の民主化を目指して事業を展開しています。プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の利用企業社数は 9 万 1000 社 を超え、国内上場企業の 56% 超 に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者 2 万 6000 人超、サイトアクセス数は月間約 9000 万 PV、プレスリリース件数は月間 3 万 4000 件超、累計で 100 万件 を超えています。全国紙 WEB サイト等含む パートナーメディア 240 媒体以上 にコンテンツを掲載しています (2023 年 11 月時点)。



他にも、ストーリーで伝える「PR TIMES STORY」、動画で伝える「PR TIMES TV」、PR 活動の設計から実行まで伴走する PR パートナー事業、アート特化型の PR プラットフォーム「MARPH」、「isuta」「STRAIGHT PRESS」等のニュースメディア事業で、情報発表とその伝播を支援する他、生まれた企画が発表に至るまで前進できるよう支えるタスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」、さらに発表後のお客様対応や情報整理を円滑に行える カスタマーサポートツール「Tayori」 など、「行動者」を立体的に支える事業を運営しています。

また子会社には、スタートアップメディア「BRIDGE」 を運営する株式会社 THE BRIDGE、ソフトウェア受託開発を行う株式会社グルコース、SNS マーケティング支援の株式会社 NAVICUS があります。

### 【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES (東証プライム 証券コード：3922)

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営  
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営  
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施  
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」(<https://prtimes.jp/tv/>) の運営  
- アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」(<https://marph.com/>) の運営  
- カスタマーサポートツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営  
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営  
- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」(<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営  
- プレスリリース専用エディター「PR Editor」(<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営  
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>