

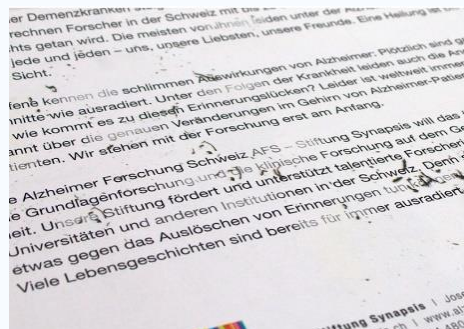
# 世界のDM・ダイレクトマーケティング事例

## 消え去る記憶を呼び戻すための 募金キャンペーン

広告主：シナプシス財団

アルツハイマー・リサーチ・スイス

参 考：ケープルズ賞ファイナリスト



### ●背景

認知症の患者数は急増しており、スイスだけでも年間28,000人以上の新規患者が発生している。国内で2040年までに30万人がアルツハイマー病になると研究者達は予測している。アルツハイマー病は、誰もが罹患する可能性のある病気なのだ。残念ながら、アルツハイマー病の研究は、癌の研究ほど進んでいないのが現状である。

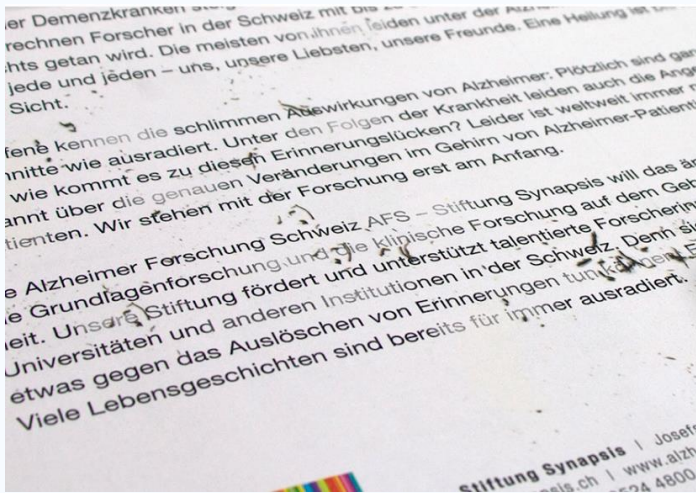
シナプシス財団（Foundation Synapsis）－ アルツハイマー・リサーチ・スイス（産業界から独立した財団）は、この状況を変えようとした。この財団は、基礎研究と臨床研究の両方を支援しており、特にスイスの大学や他の研究機関に所属している若く才能のある研究者に資金援助と支援を行っている。シナプシスは、その活動資金を一般の人々からの寄付に頼っている。

### ●アイデア


9月21日の世界アルツハイマーデーを記念して、産業界に依存しない研究のために最大限の資金を提供し、アルツハイマー病の効果的な治療法が一日も早く開発されることを願って、寄付を呼びかけるダイレクトメールをスイスの120万世帯に送った。募金活動のために作成されたダイレクトメールの挨拶状は、文字が部分的に薄く読みづらくなっている。文面の最後の方になると、アルツハイマー病の進行を反映したかのように文字が薄れた部分が頻繁に出てくる。これはアルツハイマー病患者の記憶を手紙で再現し、まるでこの挨拶状の文面のようにどんどん消え去っていくのである。

### ●結果

ダイレクトメールが送られ10週間で総額50万スイスフランの寄付がシナプシス財団に寄せられ、さらに多くの寄付が見込まれている。結果、レスポンス率は前年より25.4%高くなった。平均寄付額も48.37スイスフランから54.05スイスフランに増加し、これは11.7%の増加に相当する。スイスのドイツ語圏における平均寄付額は、2017年と比較して52.7パーセント増加。いままで実施したキャンペーンでは、シナプシス財団がこのようなポジティブなフィードバックを受けたことがなく、ブランドイメージに大きく貢献するキャンペーン結果となった。



レター文面の文字がところどころ薄くなり、記憶が薄れていく様子を表現している


**FUND-RAISING CAMPAIGN TO HELP RESTORE ERASED MEMORIES.** 

**SPONTANRESPONSE**

**E.R.:** "I saw the appeal for donations in my mailbox. Normally, I don't pay these kinds of mailings any attention, but yours struck a chord with me. As an old hand in the marketing business, I was impressed by the originality of the letter and decided to donate."

**S.R.:** "I refer to your letter dated September 21, 2018, concerning a fund-raising campaign for Alzheimer Forschung Schweiz AFS. I just wanted to say that the letter, with its erased sections and the symbolic eraser enclosed, made a very big impression on me. Hats off to all those involved! You did a great job of visualizing the disease."

**T.W.:** "Well done to the marketing department for the excellent letter with the eraser. I can't think of a better way to communicate the issue of Alzheimer's disease. Brilliant!"



**BRIEF**  
The number of dementia cases is rising rapidly, with more than 28,000 new patients a year recorded in Switzerland alone. Researchers estimate that up to 300,000 people will have Alzheimer's disease in the country by 2040. It is therefore becoming a common disease that can affect anyone. Sadly, research into the disease is not as advanced as cancer research, for instance. Foundation Synapsis - Alzheimer Research Switzerland (an industry-independent foundation) is determined to change this. With this in mind, it supports both fundamental and clinical research. In particular, the foundation funds and supports young, talented researchers at universities and other institutions in Switzerland. Synapsis is reliant on donations from the general public to finance its work.

**STRATEGY/SOLUTION**  
To mark World Alzheimer's Day on September 21, 1.2 million Swiss households received a bulk mailing encouraging them to donate so that maximum resources can be poured into industry-independent research and so that effective treatments for Alzheimer's disease can be developed as soon as possible. A fund-raising mailing was created featuring erased passages that made it harder to read. The erased sections became more frequent toward the end of the letter, reflecting the disease progression. After all, the memories of Alzheimer's patients are increasingly and irretrievably erased.

**RESULT**  
Synapsis received donations totaling CHF 500,000 in the ten weeks after the mailing, with more expected. The response rate was therefore 25.4 percent higher than in the previous year. What's more, the campaign has contributed toward the organization's positive brand image, as Synapsis has never before received so much spontaneous positive feedback on a campaign.

キャンペーン全体を書き表したストーリーボード