



独創性豊かなキャンペーンを実施する

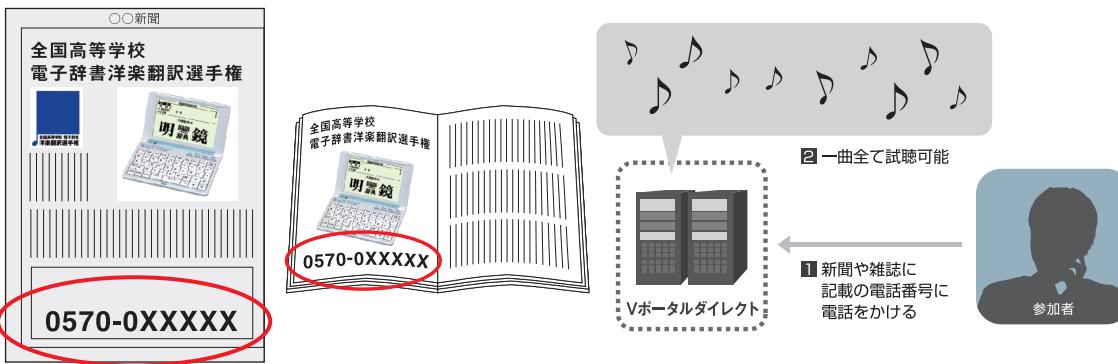
セイコーインスツル株式会社様

洋楽の名曲を翻訳するコンテストを開催。
課題曲は V ポータルダイレクトで ON AIR。

● V ポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- エンターテインメント性のあるコンテストにより、高校生に電子辞書をより楽しく活用してもらいたい。
- 高校生を対象にしたオープンなコンテストにしたい。
- だれもが気軽に聴けるものにしたい。

洋楽翻訳選手権キャンペーン概要



電子辞書で名曲を翻訳せよ！対象は全国の現役高校生

セイコーインスツルでは、時計や電子辞書、電子部品など、さまざまな精密機械を製造・販売しており、特に電子辞書に関しては 1980 年代後半から販売を展開してきたパイオニアである。しかし、電子辞書市場はユーザの拡大とともに次々と競合メーカーが参入し激戦を繰り広げる販売マーケットでもある。そこで同社では非常にユニークなコンテストを企画・主催することになった。コンテスト名は「全国高等学校電子辞書洋楽翻訳選手権」。洋楽課題曲の歌詞を高校生に翻訳してもらい、その創作力やオリジナリティをもとに審査・表彰するというもの。全国の高校生を対象に 2004 年 4 月から 9 月に渡って応募作品を募った。

だれもが気軽に聴ける電話サービスの魅力を活用

課題曲は 70 ~ 80 年代にヒットした 5 曲で、どれも有名なものだが、高校生の中には知らない人も多いと想定。「なんとか高校生を対象にしたオープンなコンテストにしたい」という意向からだれもが気軽に聴けるテレフォンサービスである V ポータルダイレクトで試聴曲を聴けるようにした。試聴開始にあたっては新聞全面広告、雑誌広告、電子辞書売場となる電器店向けポスターや POP、コンテスト専用ホームページなどで幅広い告知を行った。コンテストも盛況のうちに無事に終了。高校生という若い感性をもつターゲットへ向けてのこの独創的なアイデアは上々の成果を示したようだ。

導入決定のポイント

- 電話だからだれもが気軽に聴ける。
- IVR(音声自動応答装置)の購入に比べて低コスト。
- ユーザからの通話料金も全国一律料金。

導入の効果

- 想像した以上に多くの人に聴いてもらえた。
- 試聴は、きちんと聴いてもらえていた。
- コンテストには 18,000 通以上の応募があった。