



オンライン・販促イベント企画  
参加型スマホキャンペーン



# ドリームゲーム®とは

※ドリームゲーム®は登録商標(4530320号)です

ネット時代が到来して四半世紀。そのネットを使用した懸賞キャンペーンで今も行われている、**参加性も透明性も**ない「厳正な(?) 抽選」というハガキ時代の手法は、そろそろ見直しても良いのではないのでしょうか。

たとえば日常生活同様に公正な「じゃんけん」で当選者を決めるのなら、オンラインでトーナメント戦を行えば可能。ただし、これには勝ち残った応募者を長期間拘束し、抽選時間が膨大にかかってしまうという課題がありました。ドリームゲーム®は、この課題を解決した特許技術による、**新時代の抽選手法**です。

## ニッポンをひとつに！そして元気に！

ドリームゲーム®なら、老若男女誰もが同じトーナメントゲームで競い合い、国じゅうが1つになる、かつてない**大規模なオンラインイベント**も実現可能。それは新しい**ネット・マス広告**であり、誰もが有名にもなれる「夢のゲーム」です。

未来には、誰でも15分間は世界的な有名人になれるだろう。(アンディ・ウォーホル)

## キャンペーンの流れ

### ① 応募 (例:ジャンケンを自撮り)

AIアプリがグー・チョキ・パーを判別し応募完了

※AIを使用しない場合は、グー・チョキ・パーの図柄をスマホで選んで応募する。(多種類の図柄スタンプを用意してもよいし、応募者が自撮り画像でそれを作れるようにしてもよい)

1回目のアクセス  
Sさん(チョキ)



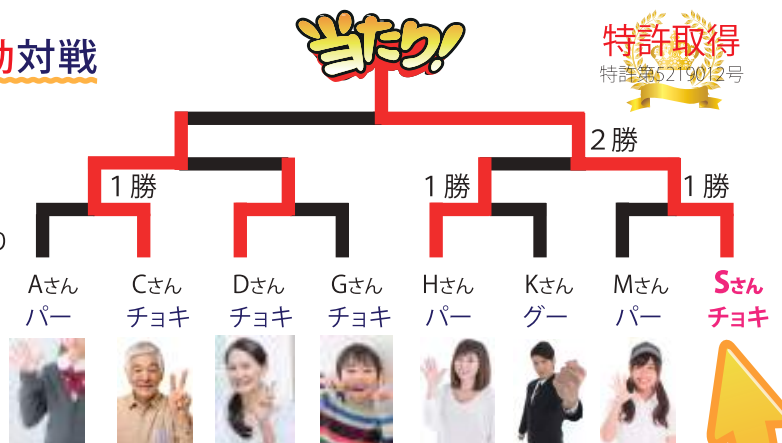
### ② 応募×切・組合せ決定

事前に公表された(応募順・名前順などの)規則に従う

### ③ 抽選 全戦同じ拳による自動対戦

あいこの場合のルール例

- その時点の勝ち数が多い方の勝ち残り
- 勝ち数が同じなら
  - 奇数回戦は並び順が早い方の勝ち残り
  - 偶数 " 遅い "



### ④ 当落確認 (特許出願中)

1回戦から順に対戦相手の画像(または動画)を確認



- 当落確認後、当選者は要申告
- 当落確認を行うと、上記トーナメント結果表が閲覧可能になります
- 応募者の住所を基に組合せを決めれば市区町村から全国へと勝ち進んでいく面白さが生まれ、また当選者数が多い場合に全国均等に割り振られます

2回目のアクセス



- 実際の対戦は全自動なので、応募者は当落確認にてゲーム性を楽しめます

# 特長1 応募者が増え、記憶にも残る

今までのネット懸賞ゲームは、その場で結果の出る一人用くじ(インスタントウイン)ばかりでした。ドリームゲーム®は、多数の応募者の中から当選者を選ぶ一般的な懸賞にゲーム性(面白さ)を付加し、また抽選過程を可視化することで「メルマガ購読をチェックしなくても当たるのか」といった抽選に対するさまざまな不信感を払拭して、**懸賞マニア以外の応募者の増大**を図ります。

そして、応募したらそれで終わりではなく、**✓切後に再度アクセス**して当落を確認し、その際にゲームを**体験**することで、応募者の記憶にもしっかりと残り、さらに落選者に対しタイムリーに**次のアクション**を促すことができます(たとえば、残念賞としてクーポンをプレゼントする等)。

しかも、抽選結果は自分の選んだ選択肢の結果なので、ハズレても納得がいき、企業に対しネガティブな感情を抱いたり、好感度が下がることもないでしょう。むしろ、これまでの抽選にはない**惜しくも当たらなかった**人たちによる、SNS等での**拡散効果**が期待できます。

# 特長2 画期的な販促キャンペーン

## 懸賞+クーポン

懸賞で見込み客を集め、ハズれた人に割引価格を提示して営業する手法は、抽選方法が不透明だと懸賞に不信感を抱かれてしまい、説得力を持ちません。

透明性のあるドリームゲーム®ならこれが可能となり、住宅や自動車、英会話、エステ、結婚披露宴といった高額商品・サービスから、家電、健康食品に至るまで、見込み客を**効率的に集客し、販売に結びつけます**。

## 当選確率を可視化 (特許出願中)

定数購入ごとに1口応募ができる懸賞において、買えば買うほど当選確率が大幅アップする仕組みを可視化することで、**リピート購入を強力に促進**します。

〈例〉5個購入ごとに1口応募ができる場合

7個 購入	⇒2回戦から参戦のシード	⇒	当選確率	2倍
10	⇒3回戦	⇒	4倍	
15	⇒4回戦	⇒	8倍	
25	⇒5回戦	⇒	16倍	

## ルールはアイデア次第

商品を選択肢に

全商品で人気投票後、4位以下を足切りすれば、何択でも可能です。



キャラクターゲーム

商品のおまけシールで、炎妖怪は木妖怪に勝つが、水妖怪に負ける等



## スポーツルールもOK

サッカーのPK戦なら、攻守ともに右・中・左の三択から5回(5人)分を選び、双方同じならキーパーのセーブ、異なればゴールとします。

また、当落確認は**アニメーション**で再現し、娯楽性を高めます。



## 夢の企画を実現

「CDを買うと抽選でアイドルとの食事にご招待」のような企画が無い理由は、不透明な抽選ではファンが納得しないから。可視化された「じゃんけん大会」方式の抽選なら、このような夢の企画も実現可能です。

## 団体戦キャンペーン (特許出願中)

たとえば上記PK戦を**学校や職場対抗**にして、5人1組を応募条件とすれば、応募者の飛躍的拡大が図れます。

# その他の特長

## 【応募者全員の全国順位を瞬時に決定】

決勝戦、3位決定戦、5～8位決定戦、9～16位決定戦…とトーナメント戦を繰り返すことで、**1位から最下位までの全員の順位**が瞬時に決定できます。これにより、飛び賞やブービー賞といった順位ごとの賞品設定や、順位により割引率の違うクーポンの発行が可能になるほか、全国順位が出るという面白さから、応募者の増加が期待できます。

1回戦				2回戦				3回戦				結果							
No.	名	手	結	No.	勝	名	手	結	No.	勝	名	手	結	順位	No.	名	手		
1	A	チ	●	1～4決	2	1	B	グ	△	1・2決	2	1	B	グ	○	1位	2	B	グ
2	B	グ	○	1～4決	3	0	C	グ	▲	1・2決	8	2	H	チ	●	2位	8	H	チ
3	C	グ	△	1～4決	5	1	E	パ	●	3・4決	3	0	C	グ	●	3位	5	E	パ
4	D	グ	▲	1～4決	8	1	H	チ	○	3・4決	5	1	E	パ	○	4位	3	C	グ
5	E	パ	○	5～8決	1	0	A	チ	●	5・6決	4	1	D	グ	●	5位	7	G	パ
6	F	グ	●	5～8決	4	0	D	グ	○	5・6決	7	1	G	パ	○	6位	4	D	グ
7	G	パ	●	5～8決	6	0	F	グ	●	7・8決	1	0	A	チ	●	7位	6	F	グ
8	H	チ	○	5～8決	7	0	G	パ	○	7・8決	6	0	F	グ	○	8位	1	A	チ

## 【二転三転…あなたは多数派?少数派?】

グー・チョキ・パー以外の三択では、その数に差がでる可能性が高く、**その比率で各々の当選確率が変わります**。たとえば下記のシミュレーション(ルール:AはBに勝ちCに負ける。A>B>C>A)の場合、Aが極端に多いため、まずBが急速に減り、その影響でCが減らずAが一番早く全滅すれば、Bが当選します。

ただし、応募数が増えれば、ABCの比率が下記と同じでも、更に四転五転し結果も変わる、奥の深いゲームです。

回数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
A	5000	2502	1050	349	83	14	2	1	0	0	0	0	0	0
B	1600	467	155	70	44	35	30	26	21	14	8	4	2	1
C	1592	1127	843	605	385	207	96	37	11	2	0	0	0	0

## 【トーナメント形の作成方法】(特許出願中)

勝敗は組み合わせ次第で決まる為、**初戦シードの枝を均等に割り振った**トーナメント形の事前の告知を、その作成方法の公表によって行います。

- ①  $2^{n-1}$  応募数(11) ≤  $2^n$  を満たす  $2^n$ (16)の完全二分岐の枝を作り  
2進数で0から通し番号を振る
- ② 通し番号の下m桁目が1なら  $2^{n-m}$ の値をカウントする
- ③ その和が応募数(11)以上となる枝を削除する



# SNSハッシュタグキャンペーンでも可能

## ハッシュタグを1つ追加するだけ

応募時に、通常のハッシュタグ「#キャンペーン名」に加え、#グー #チョキ #パー等の選択肢を1つ投稿。そのあとの「応募メ切→(自動対戦による)抽選→当選発表」の流れは、従来のキャンペーンと変わりません。

## ユーザーの本音が見える

懸賞に当ててもらおうと、応募者は企業の喜びそうなコメントを書く傾向がありますが、ドリームゲーム®は選考ではなく、真に「厳正な抽選」なので、忖度のないユーザーの本音が引き出せます。

## 落選者の企業好感度が下がらない

内容がオープンなタイムラインから当選者を指名するハッシュタグキャンペーンでは、「当選者はフォロワーが多いか、気の利いたコメントをした人ばかり」といった不満や不信感を生み、企業好感度が下がることが考えられますが、そうした懸念もありません。



【キャンペーンタイトル(案)】

会社名・ブランド名等の冠

# ドリームゲーム

【企画使用料】 1キャンペーン… 30万円(税別) ※独占使用(期間限定)の場合は別料金となります。

お問合せ先 **info@ahk.co.jp** アサヒ企画株式会社 担当 神代(クマシロ)

企画HP **https://dreamgame.jp/** 〒174-0004 東京都板橋区板橋2-64-10 新生ビル3階

新規事業のご提案:懸賞プラットフォーム事業(限定1社様) … 詳細は上記ホームページをご覧ください

2020年7月