



2012年6月4日

MINI Coupé ハンティング大作戦がモバイル広告大賞グランプリを受賞

» グランプリの他、マーケティング部門「ベストキャンペーン」および「ベストプランディング」の合計3賞において栄冠を飾る。

ビー・エム・ダブリュー株式会社(代表取締役社長: ローランド・クルーガー)の扱うプレミアム・コンパクト・ブランド MINI が、昨年末に実施の東京モーターショー開催期間中に実施した「MINI Coupé ハンティング大作戦」は、第11回モバイル広告大賞においてグランプリ、マーケティング部門「ベストキャンペーン」、「ベストプランディング」の3賞において栄冠を飾った。

「モバイル広告大賞」は、2002年より、モバイルを活用した広告・マーケティング活動の健全な発展と普及を目的として開催されている広告賞である。モバイルに特化したアワードとしては最も歴史があり、モバイル広告・マーケティングの「いま」と「可能性」を広く伝えてきている。今回の「モバイル広告大賞」のテーマは「+Mobile(プラスモバイル)」であり、統合型マーケティングが主流となっている昨今、モバイルをプラスすることの意義、成果を改めて追及している。

第11回モバイル広告大賞は、2011年4月1日から2012年3月31日までに各種モバイル(スマートフォン、フィーチャーフォンなど通話とインターネットの両機能を備えたデジタルデバイス)を活用し実施されたキャンペーン、マーケティング・コミュニケーション事例、また規定のモバイル広告枠上に掲載された広告クリエイティブやキャンペーンサイト・アプリのクリエイティブが対象であり、広告およびマーケティング分野、クリエイティブ分野における著名な9名の審査員で構成された「モバイル広告大賞選考委員会」にて厳正なる審査が行なわれ、スマートフォンアプリを使って、新型 MINI Coupé の実車を奪い合う一般参加型バーチャル・ゲーム「MINI Coupé ハンティング大作戦」が、グランプリおよび、マーケティング部門「ベストキャンペーン」、「ベストプランディング」の3賞を受賞した。

「MINI Coupé ハンティング大作戦」とは

スマートフォンアプリの地図上に表示される「バーチャル MINI Coupé」をゲーム参加者同士で奪い合うという GPS 連動型の一般参加型ゲームである。開催期間中、同じアプリをダウンロードしてゲームを行う参加者が「バーチャル MINI Coupé」保有者の50メートル以内に近づくと、MINI の保有権を奪い取れる仕組みになっており、ゲームが終了時にこのアプリ上で「バーチャル MINI Coupé」を保有していた人が勝者となり、MINI Coupé の実車が贈られた。

MINI Coupé について

MINI(ハッチバック)、MINI Convertible(ミニ・コンバーチブル)、MINI Clubman(ミニ・クラブマン)、MINI Crossover(ミニ・クロスオーバー)に続いて、MINI ファミリーに加わった5番目のモデルである MINI Coupé は、量産型の MINI としては初めて2シーター・クーペのコンセプトを採用し、MINI ブラン

ドのスポーティーなキャラクターを強調したモデルである。

「モバイル広告大賞」公式サイト

<http://www.mobileadawards.com/>

この件に関する読者および視聴者からのお問い合わせ先は、
MINI カスタマー・インターラクション・センター:フリーダイヤル 0120-3298-14 をご掲載ください。
受付時間:9:00-20:00 年中無休
MINI インターネットウェブサイト: <http://www.mini.jp>

この件に関する報道関係者のお問い合わせは:
BMW Japan Corp. 広報室:03-6259-8025(企業広報)