

2023年5月24日

## 小売での販促DXを支援する「買ったよフラグ」を開発 スマホで簡単かつ正確な購買証明が可能に

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：榎谷 典洋）は、インコム・ジャパン株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：荒井 琢磨、以下「インコム社」）と協業し、メーカー企業が小売各社で販促キャンペーンを実施する際に、店頭のPOSレジと連動することによって、簡単かつ正確に購買証明が取得できるスキーム「買ったよフラグ」を開発しました。対象の小売はコスモス薬品、サンドラッグ、スギ薬局・ジャパン、ダイコクドラッグで、以降ドラッグストア以外の小売各社にも順次拡大していく見込みです。

現在、販促キャンペーンにおいては、はがきに応募用シールを貼り付けて応募する方法や、対象商品に貼付されたシリアルナンバー、対象商品を購入した際のレシートなどを購買証明に活用する応募方法が一般的です。しかし、応募する生活者にとって、シールの貼り付けやデータの入力、レシートの撮影などに手間がかかるため参加モチベーションが下がってしまったり、キャンペーンを実施する企業にとっても、印刷・制作費のコスト問題や、不正利用への対策など、さまざまな課題があります。

当社が開発した「買ったよフラグ」は、インコム社のMarketingOne™※の仕組みを取り入れることで、キャンペーン情報に触れた生活者が、スマートフォンで簡単な参加登録/ログインをするだけで専用バーコードが表示されます。専用バーコードを受け取った生活者が、対象商品を購入する際にレジでそのバーコードを提示・読み取ってもらうことで購買証明となり、インセンティブ（値引きやポイント付与など）を受け取ることも可能になります。企業・メーカー側は購買証明に関わるコストが削減できる上、利用されるごとにバーコードの消し込みが行われるため、不正応募の心配もありません。

### <「買ったよフラグ」を活用した販促キャンペーンのフロー>



※インセンティブはデジタルポイント等も可能  
※抽選形式のキャンペーンも可能

対象小売を横断しての共通バーコードの発行も可能なため、参加者は事前に購入場所を決める必要がありません。決済方法の条件もなく現金での支払いにも対応可能です。また、即時値引き、ポイント付与による景品贈呈、無料サンプリングなど、あらゆるタイプのキャンペーンに対応できます。さらに、はがきでの応募などとは違い、参加者のデータを蓄積・分析することも可能なため、キャンペーンのPDCAを効果的に実施することができます。

なお、本スキームは、国内電通グループ各社（株式会社電通デジタル、株式会社電通プロモーションプラス、株式会社電通リテールマーケティング）との協業によって開発・実施しています。

今後も当社は、小売各社との協業や新しいテクノロジーの活用を通して販促DXを推進し、顧客体験の向上と、クライアント企業の事業成長に貢献していきます。

※ インコム社の「MarketingOne™（商標登録出願中）」は、小売店舗のPOSレジとシステム接続を行うことで、クーポンの利用判定と消し込みをリアルタイムで実現するプラットフォーム。店頭でPOSレジでクーポンと対象商品を読み取るだけで処理が完了するため、スムーズなクーポン利用と煩雑な店頭オペレーションの解消が期待できる。

<https://incomm.jp/business/marketingone/>

以上

**【リリースに関する問い合わせ先】**

dentsu Japan コーポレートディベロップメントオフィス

田中、宮田、藤田

Email: [jigyokoho@dentsu.co.jp](mailto:jigyokoho@dentsu.co.jp)

**【事業に関する問い合わせ先】**

株式会社電通 CXプランニング・センター

千葉、和田

Email: [kattayo-flag@dentsu.co.jp](mailto:kattayo-flag@dentsu.co.jp)