

電通グループ独自開発

リアルタイムで、安全な購買証明を！

販促DXオリジナル ソリューション

買ったよフラグ

Ver.6.2 2023/4-2023/6 版

株式会社電通

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

株式会社電通デジタル



1. 「買ったよフラグ」プロジェクト趣旨
2. キャンペーンにおける「購買証明」の課題
3. 「買ったよフラグ」を活用したキャンペーン
 - a：キャンペーンフロー
 - b：キャンペーンイメージ
 - c：サンプリング施策について
4. 買ったよフラグサンプリングについて
5. キャンペーン告知
6. 実施スケジュール
7. 問い合わせ先

1.「買ったよフラグ」プロジェクト趣旨

リアルタイム購買証明スキーム  について

ポイント①

電通グループが流通各社と連携することで達成した**独自開発ソリューション**
現在、**サンドラッグ/スギ薬局/コスモス薬品/ダイコクドラッグ**で実施可能

今販促CPができるのはこのスキームだけ！

ポイント②

専用バーコードをレジで読み取るだけで、リアルタイムに購買を判定！
不正が無く、安全に販促キャンペーンを実施することが可能に

2. キャンペーンにおける「購買証明」の課題

従来型およびデジタル化したスキームそれぞれにいくつか課題が存在

はがき/シール応募



ユニークシリアル応募



レシート写真応募



ユーザー
目線

- ・はがきにシールやレシートを貼る手間
- ・切手代もユーザー負担



メーカー
目線

- ・参加者データが一切残らず、全て破棄

- ・シリアル入力の手間(OCRで軽減は可能)

- ・シール印刷や貼付のコスト負担大
- ・シールが無くなり次第早期にCP終了

- ・撮影・アップロードの手間
- ・キャンペーン認知が難しい（応募率低下）

- ・レシートOCR精度問題（目検コスト大）
- ・レシート改ざんによる不正の可能性有



低コスト・生活者の利便性が高い・データ活用可能の3拍子揃ったキャンペーンスキームが求められる

2. キャンペーンにおける「購買証明」のこれから

これまで



はがき/シール
貼付



ユニークシリアル
撮影読取



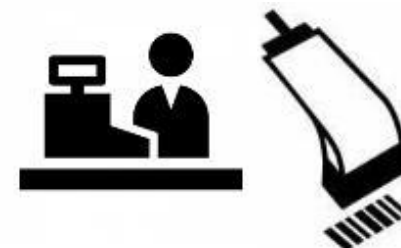
レシート
撮影読取

- × ユーザーの手間
- × 印刷費や目検コスト大
- × 会計後に事務局で判定

これから

- バーコードをレジで読むだけの簡単参加
- 印刷費などの内部コスト無
- 会計時にリアルタイム判定で不正が起きない安全性

1人1人にユニークな
専用バーコードを掃き出し、会計時にスキャンするだけ



3. 次世代システム リアルタイム購買証明スキーム「買ったよフラグ」

電通独自
開発

メールアドレスやSNSアカウントで登録し、マイページでバーコードを受領
個別にマイページと紐づけて購買フラグを管理することが可能です

買ったよ
フラグ

参加登録
ソーシャルログイン等でエントリー

マイページ
専用バーコード受領

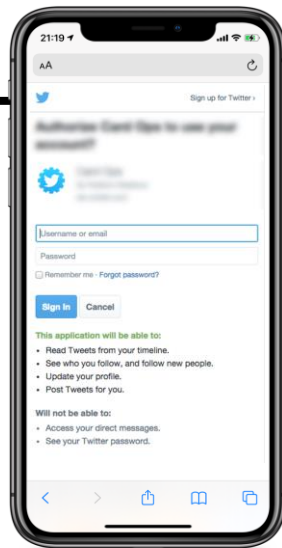
商品購入
(バーコード読取)

ポイント反映

景品受取



生活者



店頭POSから
購買情報を送信



リアルタイム



3. 「買ったよフラグ」を活用した、キャンペーンフロー ※イメージ

「買ったよフラグ」を購買証明に、その場でインセンティブを付与 or 即時値引きが可能です



3. 「買ったよフラグ」を活用した、キャンペーン設計 ※イメージ

POSと情報が連動したリアルタイム購買証明だからこそ

「その場でお得を提供できる」のでユーザーにとっても嬉しい設計に

お客様還元キャンペーン！

対象商品のいずれかをお買い上げで

1回の購入につき

その場で〇〇円引き！



対象店舗：サンドラッグ、スギ薬局グループ…

キャンペーン期間：XXXX年XX月XX日～XX月XX日

メーカー様インサイト例

- 例) 制作、人的コストを抑えて
お得なキャンペーンを実施したい
- 例) インセンティブ付与までに
時間のかからないお得な
キャンペーンを実施したい
- 例) 新商品を発売するにあたって
まずは物を試してもらいたい
- 例) 特定の商品の合わせ買いを促
したい

実施イメージ例

- 対象商品のいずれかをお買い上げで
その場で〇〇%引き！ ※おひとり様1回限り
- 対象商品を〇〇〇円以上お買い上げで
その場で〇〇円引き！ ※おひとり様1回限り
- 対象商品のいずれかをお買い上げで
その場で〇〇%引き！ ※おひとり様1回限り
- 対象商品を〇〇〇円以上お買い上げで
その場で〇〇円引き！ ※おひとり様1回限り
- 抽選で最大XXX名様に〇〇を1個
無料引換クーポンプレゼント
※システムとしてはその場での全額値引き＝実質サンプリング
- 商品Aと商品Bを同時購入で
その場で〇〇円/〇〇%引き！
※値引き対象となる商品金額分までの値引きが可能 (p.9ご参照)



3. 「買ったよフラグ」を活用したキャンペーン設計 | セット割引

商品群A+商品群B (+...) の同時購入を条件とした値引き施策が実施可能に！

一緒に使用して欲しい商品や新商品のトライアルなど、同時購入を促したい場合の検討にも。



※「商品群A+商品群B...の購入を条件に、商品群Aを値引き対象に設定」するため
商品群Aの金額分までの値引きが可能（全体に対する〇〇%引きは不可）
例：商品群Aが200円+商品群Bが300円の場合、200円分までの値引きが可能

4.買ったよフラグサンプリングについて

「買ったよフラグ」の仕組みを利用することで、その場で購買証明がとられ、即時に全額値引処理が可能に。
即時全額値引処理（＝実質、サンプリング）で実施できるサンプリング手法になります。



ID-POSレジで商品とクーポンを読み込むと、
その場で値引処理が行われる。



その場で値引処理＝全額値引処理が行われることで
実質サンプリングとして、商品の無料配布が可能に。

4.買ったよフラグサンプリングについて | サンプリングフロー

その場で即時全額値引処理で実施できるサンプリング手法。

商品引き換え方サンプリングのため、ユーザーの手間も少なく参加しやすい設計に。



全額値引で商品を販売

4.買ったよフラグサンプリングについて | 特徴/強み



買ったよフラグサンプリングにおける、最大のメリットは2つ！

ポイント①

**ドラッグストアにて
流通横断のサンプリング施策** が実施可能！

ポイント②

**ID-POSレジで即座に連携できるため
購買情報の分析が可能！**

4. メリット① | ドラッグストアで流通横断施策ができる貴重なスキーム

対象のドラッグストア（サンドラッグ・スギ薬局・コスモスドラッグ・ダイコクドラッグ）にて、
流通横断でサンプリング施策が実施可能に。

プラットフォーム					
メニュー名	買ったよフラグ	echoesクーポン	Gunosyサンプリング	サンプリングforLINE	SNサンプリング
対象流通	   	     	   	     	     終売
流通横断の可否	○	×	○	○	○

- ① ドラッグストアでサンプリングができるサンプリングスキーム
- ② **ドラッグストア横断** ができる、現状唯一の販促スキーム

4. メリット① | ドラッグストア商材で様々なキャンペーン設計が可能

ブランド内で買いまわってほしい日雑品（ヘアケア、エナジードリンク等）のサンプリングに有効。

特に、新商品や人気商品派生ブランド、注力商品のトライアル促進に最適。

単一商品で、サンプリング

商品Aを購入時に全額値引

単一商品A

シャンプー

リンス

洗剤

柔軟剤

注力商品

新商品

買ったよフラグ

お客様専用バーコード
1234567890123456

無料引き換え

合わせ買いで、サンプリング

商品Aと商品Bを同時購入で、商品Aを全額値引

商品A + 商品B

シャンプー + リンス

洗剤 + 柔軟剤

定番商品 + 新商品

買ったよフラグ

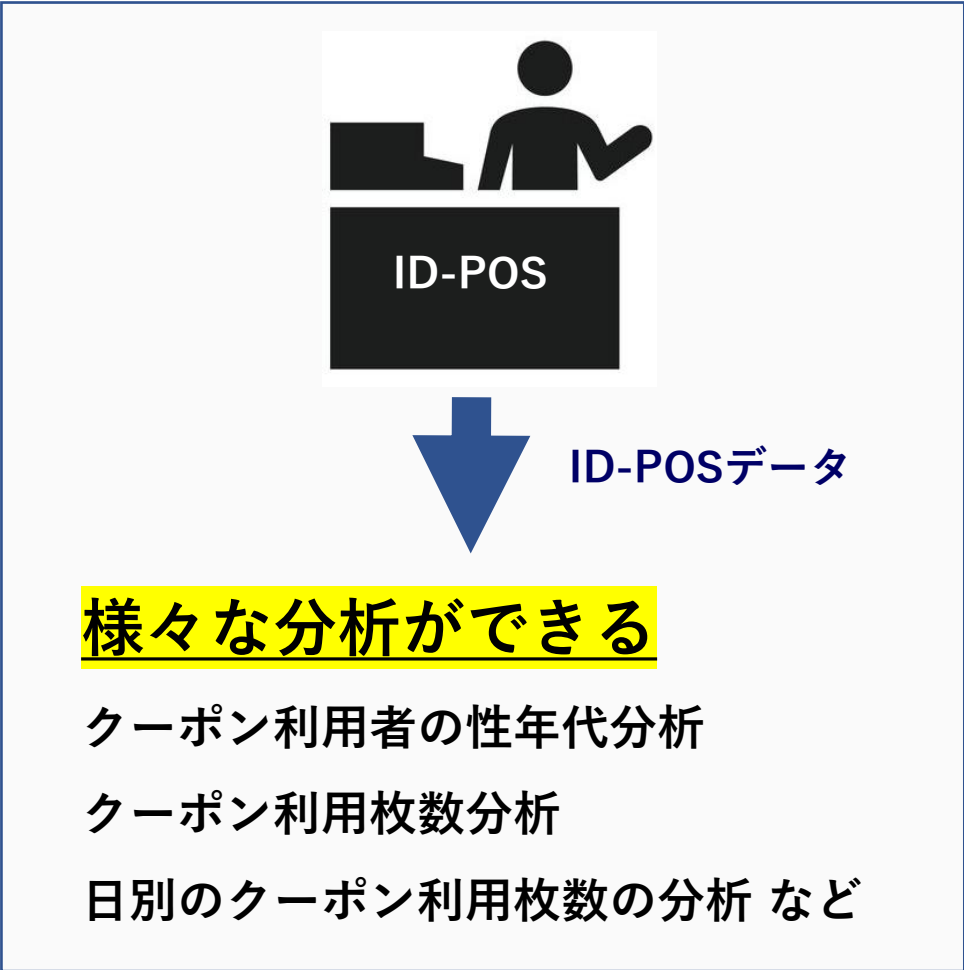
お客様専用バーコード
1234567890123456

無料引き換え

※事前の流通への配荷確認は必要になります。

4. メリット② | ID-POSレジで即座に連携できるので購買データ分析が可能

ID-POSと連携したサンプリングになりますので、購買データの分析が可能。



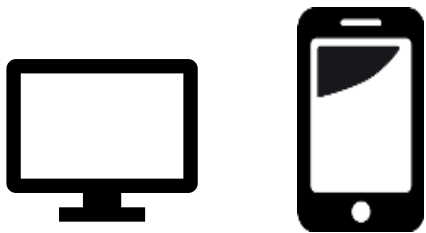
+

流通さま メリット
POSが動くため店舗売上に繋がる 店頭在庫を利用したサンプリングのため、 店舗売上データとして計上される。
流通さま メリット
店頭販売価格がわかる 全額値引＝(実質サンプリング)なので 値引額＝販売価としてデータ蓄積される

5. キャンペーン告知

告知は最適なプランをオンオフ統合して組み合わせます
ご予算内で最適なsimをご提案いたします（最低出稿金額や必須媒体はございません）

買い物前



店外サイネージ
※Drivers TV連携

クライアント様の
オウンドサイト掲載

ドラッグストア
DSP配信

ドラッグストア
アプリ掲載

その他、デジタル広告バナー等

買い物中



店内サイネージ

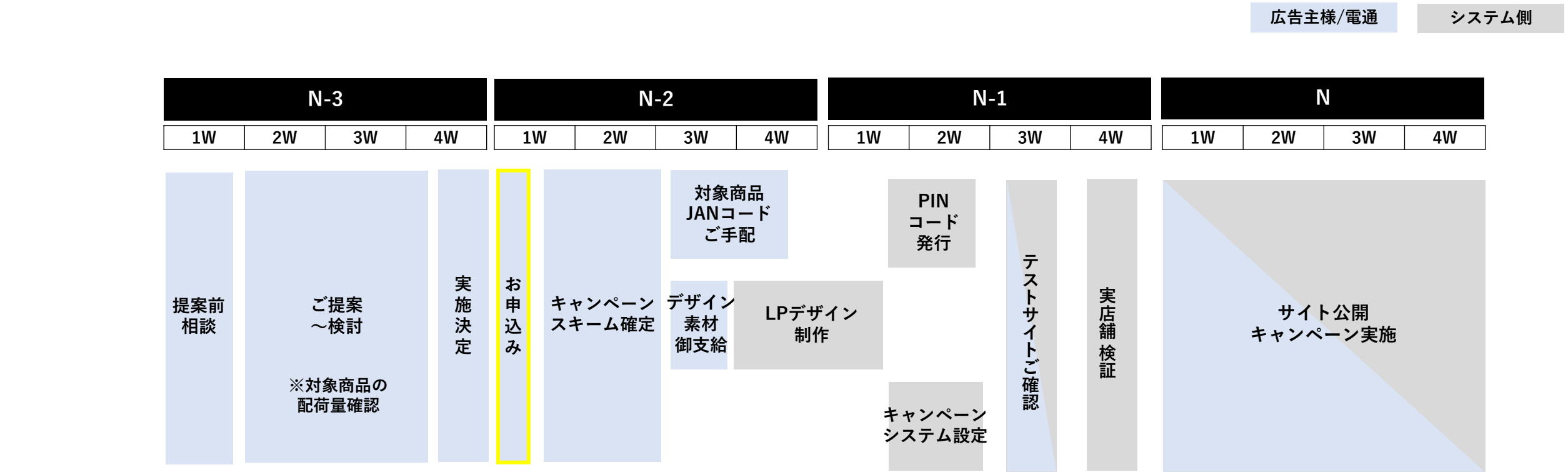
店頭販促物

店内放送

ラウンダー派遣

その他、レシート告知等

6. 実施スケジュール

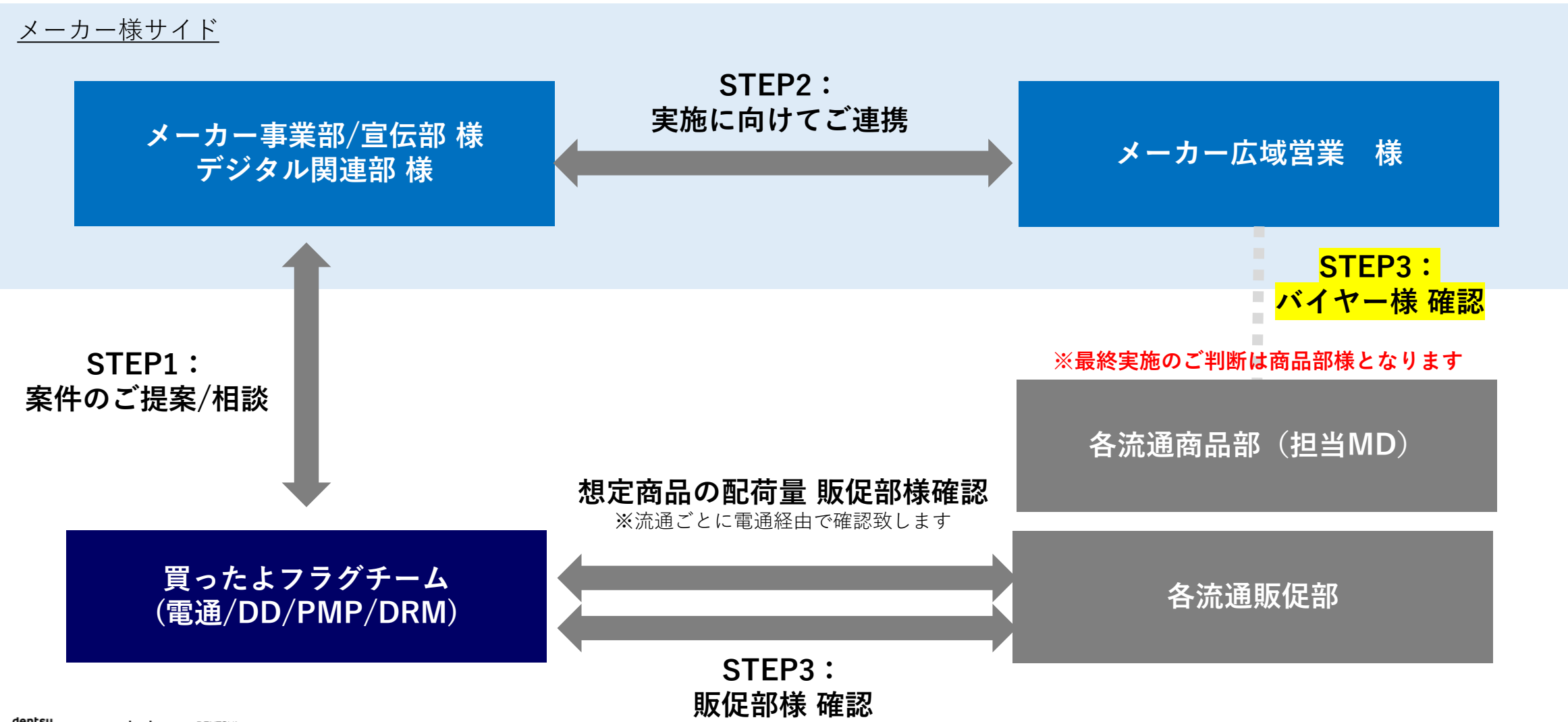


流通連携必須スキームのため、実施可否は対象流通の配荷量と商品部（バイヤー）判断によります。

配荷量は事前買ったよフラグチーム→流通販促部へ確認が可能です。
（最終的にメーカー様→流通商品部へ実施可否をご確認頂く必要があります。）

6. 実施スケジュール：流通との連携体制について

買ったよフラグチームが流通と密にコミュニケーションを取りながら進行しております



6. 実施スケジュール：流通との連携体制メリット

電通Gが、直接流通と（しかも複数社）密に連携出来ている唯一のソリューション！

提案時によくある課題

流通確認に時間かかる…
流通側の状況が見えない…

流通⇔メーカー様のやり取り状況が
見えにくい

メーカー様⇔電通Gで会話していた内容
が、上手く流通側に伝わっていない…

買ったよフラグ

電通Gが流通と直接やりとりしているため、
スピーディな連携が可能！

電通Gが流通と直接やりとりしているため、
商談状況の透明性が高い！

電通Gが流通と直接やりとりしているため、
ダイレクトに会話出来る！

7. 問い合わせ先

以下のようなクライアントや商材をお持ちでしたら、お気軽にご連絡ください。



- ・今のクローズドキャンペーンに不満がある
- ・サンドラッグやスギ薬局、コスモス薬品が注力流通である
- ・新しい販促の仕組みを探している
- ・流通と連携した販促の重要性は理解しているが、何ができるのか分からない
- ・販促キャンペーンの不正対策に困っている
- ・手間がかからない、ユーザーにとって手軽なキャンペーンを探している
- ・自社として1stPartyに購買データを貯めていきたい

買ったよフラグ運営事務局

【kattayo-flag@dentsu.co.jp】

※注意事項※

流通連携必須スキームのため実施可否は対象流通の配荷量と商品部（バイヤー）判断によります。

提案前には上記担当者先までお問合せください