

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報(A)

(11) 特許出願公開番号

特開2004-175367

(P2004-175367A)

(43) 公開日 平成16年6月24日(2004.6.24)

(51) Int.Cl.⁷

B 6 5 D 25/20

B 6 5 D 23/00

G 0 6 F 17/60

G 0 9 F 3/00

G 0 9 F 3/04

F I

B 6 5 D 25/20

B 6 5 D 23/00

B 6 5 D 23/00

G 0 6 F 17/60

G 0 9 F 3/00

C

B

H

3 2 4

Q

テーマコード (参考)

3 E 0 6 2

審査請求 未請求 請求項の数 9 O L (全 8 頁) 最終頁に続く

(21) 出願番号 特願2002-340661 (P2002-340661)

(22) 出願日 平成14年11月25日 (2002.11.25)

(71) 出願人 000002897

大日本印刷株式会社

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

(74) 代理人 100111659

弁理士 金山 聡

(72) 発明者 網 健作

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

大日本印刷株式会社内

(72) 発明者 赤田 正典

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

大日本印刷株式会社内

(72) 発明者 玉井 亮一

東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

大日本印刷株式会社内

Fターム(参考) 3E062 AA09 AB02 AC02 BA08 DA02

DA07 JA08 JB05

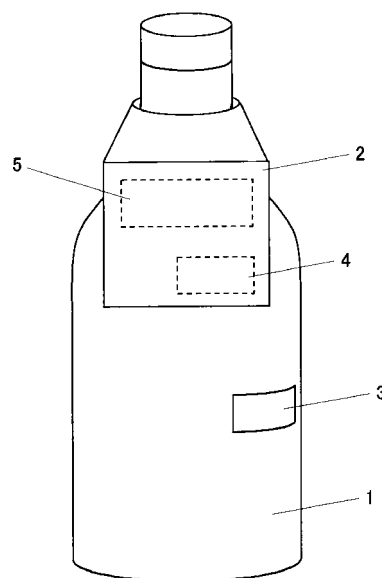
(54) 【発明の名称】 キャンペーン用商品および景品提供方法

(57) 【要約】

【課題】キャンペーン告知部材だけの抜き取りを防止すると共に、商品自体の情報とキャンペーンとを連動させた、より幅広いマーケティング活動を可能とするキャンペーン用商品およびキャンペーンの景品提供方法を提供する。

【解決手段】商品IDラベル3が付されたペットボトル1と、個体IDラベル4が付されたボトルネッカー2から成るキャンペーン用商品を店頭で販売する。購入者は、P C、携帯電話等の端末から、キャンペーン情報告知部5に掲載されているアドレスに基づいて、インターネット上のWebサイトにアクセスし、商品ID、個体IDを入力する。Webサイト側では、送信された複数のIDが正しいものであるかどうかを確認し、IDが正しい場合に、コンテンツデータ等の景品を端末側に送信する。

【選択図】 図1



【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

第 1 の I D が付された商品容器と、第 2 の I D が付されたキャンペーン告知部材と、から成るキャンペーン用商品。

【請求項 2】

第 1 の I D が付された商品容器と、第 2 の I D が付されたキャンペーン告知部材と、第 3 の I D が付された商品ラベルと、から成るキャンペーン用商品。

【請求項 3】

前記第 1 の I D および第 2 の I D の組合せが、商品を特定可能な商品 I D と、商品に関係無く付与される個体 I D の組合せ、もしくは前記個体 I D と前記商品 I D の組合せであることを特徴とする請求項 1 または請求項 2 に記載のキャンペーン用商品。 10

【請求項 4】

前記第 3 の I D が店舗を特定する店舗 I D であることを特徴とする請求項 2 または請求項 3 に記載のキャンペーン用商品。

【請求項 5】

前記商品容器はペットボトルであり、前記キャンペーン告知部材がボトルネッカーであることを特徴とする請求項 1 から請求項 4 のいずれかに記載のキャンペーン用商品。

【請求項 6】

前記第 1 の I D はシュリンク包装によりペットボトルに固着されていることを特徴とする請求項 5 に記載のキャンペーン用商品。 20

【請求項 7】

端末装置から、キャンペーン用商品に記載されたアドレスを利用してインターネットにアクセスして、景品を取得する方法であって、
キャンペーン用商品に記載されているアドレスに基づいて、インターネット上で前記アドレスで特定される W e b サイトを開設しているサーバコンピュータにアクセスする段階と、
前記端末装置が、入力された複数の I D を前記サーバコンピュータに送信する I D 送信段階と、
前記サーバコンピュータが、前記送信された複数の I D が正しいものであるかどうかを確認し、I D が正しい場合に、景品を渡すための処理を行う景品提供処理段階と、 30
を有することを特徴とする景品提供方法。

【請求項 8】

前記 I D 送信段階は、前記 I D の入力に加えて個人情報の入力を行い、前記 I D の送信と共に個人情報の送信を行うものであり、
前記サーバコンピュータは受信した個人情報を記録するものであることを特徴とする請求項 7 に記載の景品提供方法。

【請求項 9】

前記景品提供処理段階は、I D が正しい場合に、景品であるコンテンツを、前記端末装置に送信するものであることを特徴とする請求項 7 に記載の景品提供方法。

【発明の詳細な説明】

40

【0001】**【産業上の利用分野】**

本発明は、食品、日用品等の商品を利用してキャンペーンを行うためのキャンペーン用商品およびキャンペーンの景品提供方法に関する。

【0002】**【従来の技術】**

従来より、食品等の商品の購入者に対して、景品を提供するキャンペーンが行われている。近年では、商品容器に商品ごとの個別 I D を付し、この個別 I D を利用して応募を管理する手法が採り入れられている。この個別 I D は、容器本体またはキャンペーン告知部材のどちらか一方に表記するのが一般的である。また、最近では、I C タグを商品に付加して 50

キャンペーンに利用することも行われている（例えば、特許文献 1 参照）。

【 0 0 0 3 】

【特許文献 1】

特開 2 0 0 2 - 4 9 8 2 0 号公報

【 0 0 0 4 】

【発明が解決しようとする課題】

しかしながら、ペットボトルなど容器によっては、個別 I D を秘密にして表記することが難しく、その場合はキャンペーン告知部材側に記載することになるが、販売後、本体とキャンペーン告知部材との関係は切離され、マーケティングデータとしての利用が制限されてしまっている。また、キャンペーン告知部材側に個別 I D を記載した場合には、キャンペーン告知部材だけあれば、キャンペーンへの応募ができてしまうため、キャンペーン告知部材だけ抜き取られてしまうという被害にも遭うことになる。また、上記特許文献 1 に示すような手法では、現状では高価な I C タグを用いなければならないという問題がある。

10

【 0 0 0 5 】

上記のような点に鑑み、本発明は、キャンペーン告知部材だけの抜き取りを防止すると共に、商品自体の情報とキャンペーンとを連動させた、より幅広いマーケティング活動を可能とするキャンペーン用商品およびキャンペーンの景品提供方法を提供することを課題とする。

【 0 0 0 6 】

20

【課題を解決するための手段】

上記課題を解決するため、本発明では、第 1 の I D が付された商品容器と、第 2 の I D が付されたキャンペーン告知部材から成るキャンペーン用商品を用いてキャンペーンの景品を提供するようにしたことを特徴とする。この景品の提供は、端末装置から、キャンペーン用商品に記載されているアドレスに基づいて、インターネット上で前記アドレスで特定される W e b サイトを開設しているサーバコンピュータにアクセスする段階、前記端末装置が、入力された複数の I D を前記サーバコンピュータに送信する I D 送信段階、前記サーバコンピュータが、前記送信された複数の I D が正しいものであるかどうかを確認し、I D が正しい場合に、景品を渡すための処理を行う景品提供処理段階を実行することにより行われる。

30

本発明によれば、キャンペーン用商品を構成する容器本体とキャンペーン告知部材のそれぞれに I D を付しておき、この複数の I D を用いて正当な商品の購入者であるかどうかを判断して、景品の提供を行うようにしたので、キャンペーン告知部材だけの抜き取りを防止すると共に、商品自体の情報とキャンペーンとを連動させた、より幅広いマーケティングを行うことが可能となる。

【 0 0 0 7 】

【発明の実施の形態】

以下、本発明の好適な実施形態について、図面を参照して詳細に説明する。

（第 1 の実施形態）

図 1 は、本発明に係るキャンペーン用商品を構成する容器およびキャンペーン告知部材の第 1 の実施形態を示す外観図である。図 1 は、容器としてペットボトル、キャンペーン告知部材としてボトルネッカーを用いた例を示している。図 1 において、1 はペットボトル、2 はボトルネッカー、3 は商品 I D ラベル、4 は個体 I D 印字部、5 はキャンペーン情報告知部である。商品 I D および個体 I D は、英字と数字の組合せ、英字のみ、数字のみのいずれかの列で構成される。このうち商品 I D は、商品ごとに特定された I D であり、同一となる番号は存在しないが、割り振る際に、規則が設けられており、商品 I D をコンピュータのデータベースで参照すれば、商品を特定することが可能となっている。個体 I D は、商品の種類に関係なくランダムに割り振られた I D である。商品 I D ラベル 3 および個体 I D 印字部 4 は、ペットボトル 1、ボトルネッカー 2 にどのようにして付加されていても良い。好ましくは、商品 I D ラベル 3 は、シュリンク包装により、商品 I D が見え

40

50

ない状態でペットボトル 1 に付加する。キャンペーン情報告知部 5 は、景品をもらうために消費者がアクセスすべき先を示しており、具体的には、インターネット上の URL (Uniform Resource Locator) が印字されている。

【 0 0 0 8 】

続いて、図 1 に示したようなキャンペーン用商品を利用した景品の提供方法について説明する。図 1 に示したようなキャンペーン用商品は小売店などにおいて、陳列棚に陳列されている。キャンペーン用商品を正当に購入した顧客は、そのキャンペーン情報告知部 5 を読み、景品をもらうために、インターネットにアクセスする。図 2 は、景品提供に必要な構成を示すシステム構成図である。図 2 において、10 は端末装置、20 はインターネット、30 はサーバコンピュータ、31 は ID 番号記憶手段、32 は応募者情報記憶手段、33 はコンテンツ記憶手段である。 10

【 0 0 0 9 】

図 2 に示す構成は、インターネット上の WWW サーバに開設されたサイトへアクセスするための一般的な構成である。図 2 中、端末装置 10 は WWW ブラウザを搭載したパーソナルコンピュータ、携帯電話、PDA 等の端末装置で実現される。インターネット 20 は TCP / IP プロトコルを利用してデータの送受信を可能としたネットワークであり、有線・無線を問わない。サーバコンピュータ 30 は、WWW サーバおよびアプリケーションサーバとしての機能を備えており、アプリケーションサーバとしての機能において、具体的な景品提供のための処理が実行されることになる。ID 番号記憶手段 31 は、発行した商品 ID および個体 ID を記憶しておくものであり、応募者情報記憶手段 32 は、応募者の個人情報記憶するためのものであり、コンテンツ記憶手段 33 は、景品であるコンテンツデータを記憶したものである。ID 番号記憶手段 31、応募者情報記憶手段 32、コンテンツ記憶手段 33 は、ハードディスク等の外部記憶装置で実現され、サーバコンピュータ 30 により管理されており、サーバコンピュータ 30 からの制御によりデータの読み書きが可能となっている。なお、図 2 の例では、サーバコンピュータ 30 は、WWW サーバおよびアプリケーションサーバを備えた構成となっているが、物理的には、1 台のコンピュータであっても複数台のコンピュータであっても良い。 20

【 0 0 1 0 】

続いて、図 2 に示したシステムを利用した景品提供方法について、図 3 のフローチャートを用いて説明する。まず、利用者は、キャンペーン商品のボトルネッカー 2 上のキャンペーン情報告知部 5 に記載されている URL を、端末装置 10 に入力して、インターネット上のサーバコンピュータ 30 にアクセスする (ステップ S 1)。これにより端末装置 10 には、景品を提供する業者あるいは委託を受けた業者が開設した Web ページが表示される。Web ページ上で指示に従って所定の操作を行うと、個人情報を入力させるためのフォーム形式の Web ページが表示される。このような個人情報入力画面において、応募者は個人情報を入力していくと共に発行された ID である商品 ID および個体 ID を順次入力する (ステップ S 2)。個人情報としては、個人が特定されるような情報を入力させるような設問を設定しておいても良いし、年齢・性別・住んでいる地域等の大まかな個人属性情報を入力させるようにしても良い。個人情報および 2 つの ID が入力されたら、端末装置 10 側で送信の指示を行うことにより、入力された情報をサーバコンピュータ 30 に送信する。 30

【 0 0 1 1 】

サーバコンピュータ 30 では、個人情報と共に受信した商品 ID および個体 ID を確認し、この商品 ID および個体 ID の組合せが応募受付済みであるかどうかを判断する (ステップ S 3)。ここで、商品 ID および個体 ID の組合せが使用されたものでないかどうかの確認を行うのは、景品応募の公正さおよび取得した個人情報の正確さを高めるためである。応募済みであるかどうかの判定の手法としては、種々の手法を適用することができるが、本実施形態では、受信した商品 ID および個体 ID の組合せが、応募者情報記憶手段 32 に登録済みであるかどうかに行っている。判定の結果、既に応募を受付済みであると判断される場合には、既に応募済みであり、2 度の応募はできない旨の情報をアクセスし 40 50

てきた端末装置 10 に対して提示する（ステップ S 4）。応募済みでない場合は、受信した商品 ID、個体 ID 共に、ID 番号記憶手段 31 に登録されているかどうかを確認する（ステップ S 5）。登録されていない場合は、その番号は正しくない旨の情報をアクセスしてきた端末装置 10 に対して提示する（ステップ S 6）。ステップ S 5 において、登録されている場合は、コンテンツ記憶手段 33 からコンテンツを抽出してアクセスしてきた端末装置 10 に送信する（ステップ S 7）。利用者側の端末装置 10 では、このようにして景品であるコンテンツを取得することができる。続いて、2 度の応募を防ぐため、受信した個人情報と受信した商品 ID および個体 ID の組合せを応募者情報記憶手段 32 に記録する（ステップ S 8）。なお、コンテンツとしては、例えば、端末装置 10 が携帯電話である場合には、着信メロディ、待受け画面等のデータをコンテンツ記憶手段 33 に用意しておく。また、端末装置 10 が PC である場合は、壁紙、スクリーンセーバー等のデータをコンテンツ記憶手段 33 に用意しておく。

10

【0012】

一方、応募者情報記憶手段 32 に蓄積された応募者情報（個人情報）は、マーケティング情報として、今後の広告戦略および関連する商品の販売戦略に利用される。例えば、応募者情報を商品 ID により分類すれば、商品別の応募数、応募率を得ることができ、応募率が低い場合には、景品を変える等の販売対策を行うことが可能となる。

【0013】

（第 2 の実施形態）

続いて、本発明の第 2 の実施形態について説明する。図 4 は、本発明に係るキャンペーン用商品を構成する容器およびキャンペーン告知部材の第 2 の実施形態を示す外観図である。図 4 において、図 1 と同一のところは同一符号を付して説明を省略する。図 4 において、6 はキャップ、7 は店舗 ID ラベルである。第 2 の実施形態が第 1 の実施形態と異なる点は、第 1 の実施形態では ID を 2 つ用いるのに対して、第 2 の実施形態では ID を 3 つ用いる点である。すなわち、店舗 ID ラベル 7 がさらに設けられていることになる。店舗 ID ラベル 7 は、ペットボトル 1 側もしくは、キャンペーン告知部材 2 のいずれに付加されていても良いが、好ましくは、図 4 の例に示すように、ペットボトル 1 側であるキャップ 6 に付加する。本実施形態では、店舗 ID ラベル 7 の裏側に粘着層を設けておき、店舗 ID ラベル 7 自体がシールとして、キャップ 6 に貼着可能となっている。そのため、商品が店舗に配送されてきた際に、あらかじめ各店舗に配布された店舗 ID ラベル 7 を、店舗別に商品に付加することができる。

20

30

【0014】

続いて、第 2 の実施形態におけるキャンペーンの運用システムおよびその運用について説明する。キャンペーン運用のためのシステム構成は、基本的には、図 2 に示した第 1 の実施形態と同様である。異なるのは、ID 番号記憶手段 31 には、商品 ID、個体 ID に加えて店舗 ID が登録されており、応募者情報記憶手段 32 には、商品 ID、個体 ID、店舗 ID の組合せが登録される点である。

【0015】

運用については、ステップ S 1 は第 1 の実施形態と同様であるが、ステップ S 2 において、商品 ID、個体 ID、店舗 ID の 3 つを順次入力することになる。ステップ S 3 では、受信した商品 ID、個体 ID、店舗 ID の組合せが応募者情報記憶手段 32 に記録されているかどうかを確認することにより応募受付済みであるかどうかを判断する。応募受付済みでない場合、ステップ S 5 において、受信した商品 ID、個体 ID、店舗 ID が共に ID 番号記憶手段 31 に登録されているかどうかを確認し、登録されている場合は、コンテンツ記憶手段 33 からコンテンツを抽出してアクセスしてきた端末装置 10 に送信する。さらに、ステップ S 6 においては、受信した個人情報と受信した商品 ID、個体 ID、店舗 ID の組合せを応募者情報記憶手段 32 に記録することになる。

40

【0016】

応募者情報記憶手段 32 に蓄積された応募者情報が、マーケティング情報として利用されることは第 1 の実施形態と同様であるが、第 2 の実施形態では、3 つの ID を利用してい

50

るため、さらに詳細な分析を行うことが可能である。例えば、応募者情報を店舗IDにより分類すれば、店舗別の応募数、応募率を得ることができ、応募率が低い場合には、その店舗に対して販売支援を行ったり、その店舗が存在する地域の特性を考慮した物に景品を代える等の販売対策を行うことが可能となる。

【0017】

(ペットボトル以外の形態)

本発明は、上記実施形態に限定されず、種々の変形が可能である。例えば上記実施形態では、キャンペーン用商品として、容器であるペットボトルおよびキャンペーン告知部材であるボトルネッカーを用いたが、容器本体としては、紙器、袋、プラスチックの成形品、缶、びん、木箱、布等を用いることができる。また、キャンペーン告知部材およびIDの付加方法としては、板紙にスクラッチ、コインプリントを施したり、板紙・フィルムを折り曲げて袋状にしたものの内部、プラスチック容器の中の紙等への印字とすることができる。また、容器本体とキャンペーン告知部材の装着手法としては、上記実施形態のように、首かけ式の他、容器本体とキャンペーン告知部材の形態に応じて、シール付け、ホットメルト付け、差し込み、カン合等、種々の手法を用いることができる。

10

【0018】

【発明の効果】

以上、説明したように本発明によれば、第1のIDが付された商品容器と、第2のIDが付されたキャンペーン告知部材から成るキャンペーン用商品を用いてキャンペーンの景品を提供するようにし、この景品の提供を、端末装置から、キャンペーン用商品に記載されているアドレスに基づいて、インターネット上でアドレスで特定されるWebサイトを開設しているサーバコンピュータにアクセスし、端末装置が、入力された複数のIDをサーバコンピュータに送信し、前記サーバコンピュータが、送信された複数のIDが正しいものであるかどうかを確認し、IDが正しい場合に、景品を渡すための処理を行うようにしたので、キャンペーン告知部材だけの抜き取りを防止すると共に、商品自体の情報とキャンペーンとを連動させた、より幅広いマーケティングを行うことが可能となるという効果を奏する。

20

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明第1の実施形態におけるキャンペーン用商品を示す図である。

【図2】キャンペーンにおける景品の提供を実現するためのシステム構成図である。

30

【図3】本発明に係る景品提供方法の概要を示すフローチャートである。

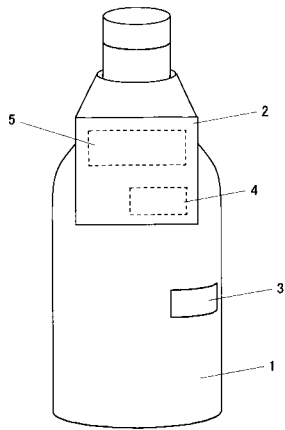
【図4】本発明第2の実施形態におけるキャンペーン用商品を示す図である。

【符号の説明】

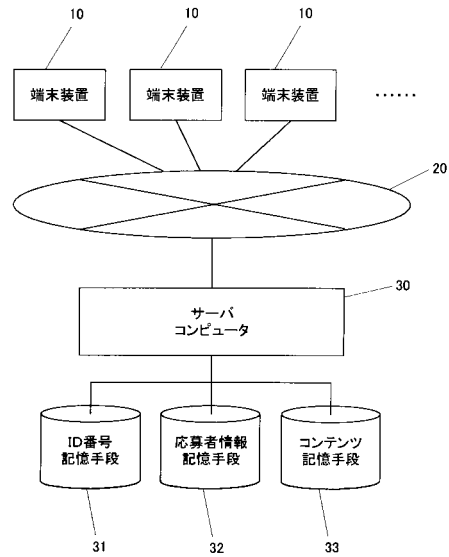
- 1・・・ペットボトル
- 2・・・ボトルネッカー
- 3・・・商品IDラベル
- 4・・・個体ID印字部
- 5・・・キャンペーン情報告知部
- 6・・・キャップ
- 7・・・店舗IDラベル
- 10・・・端末装置
- 20・・・インターネット
- 30・・・サーバコンピュータ
- 31・・・ID番号記憶手段
- 32・・・応募者情報記憶手段
- 33・・・コンテンツ記憶手段

40

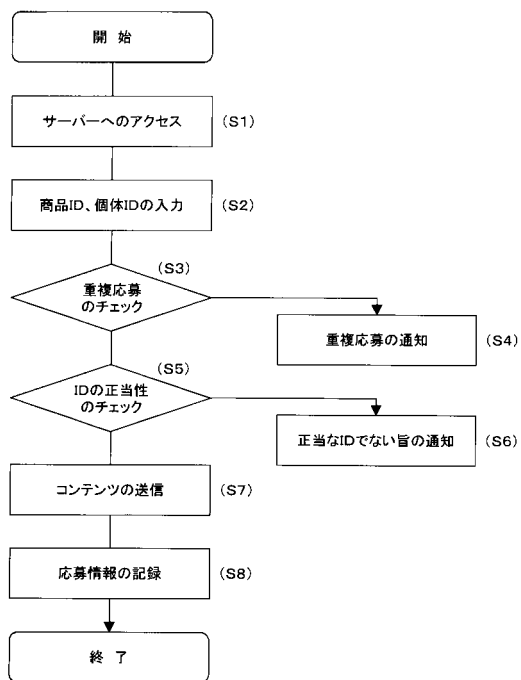
【図 1】



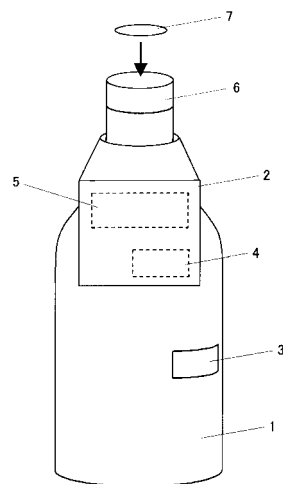
【図 2】



【図 3】



【図 4】



フロントページの続き

(51) Int.Cl.⁷

F I

テーマコード(参考)

G 0 9 F 3/04

C