

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第6652546号
(P6652546)

(45) 発行日 令和2年2月26日(2020.2.26)

(24) 登録日 令和2年1月27日(2020.1.27)

(51) Int.Cl. F 1
G 0 6 Q 3 0 / 0 2 (2012.01) G 0 6 Q 3 0 / 0 2 3 3 8

請求項の数 13 (全 23 頁)

(21) 出願番号	特願2017-233743 (P2017-233743)	(73) 特許権者	517425136
(22) 出願日	平成29年12月5日 (2017.12.5)		monocla株式会社
(65) 公開番号	特開2019-101880 (P2019-101880A)		東京都渋谷区渋谷3丁目10番19号渋谷
(43) 公開日	令和1年6月24日 (2019.6.24)		MJ-11ビル6階
審査請求日	平成29年12月5日 (2017.12.5)	(74) 代理人	100083806
			弁理士 三好 秀和
		(74) 代理人	100101247
			弁理士 高橋 俊一
		(74) 代理人	100095500
			弁理士 伊藤 正和
		(74) 代理人	100098327
			弁理士 高松 俊雄
		(72) 発明者	嵐 保憲
			千葉県習志野市津田沼3-22-11 ス
			マートライフ株式会社内
			最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 ポイント管理装置、ポイント管理方法、ポイント管理プログラム、および、ポイント管理プログラム記録媒体

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

情報サイトを提供する商品情報紹介システムのポイント管理装置において、
 会員ポイントを記憶しておくポイント記憶部と、
 前記情報サイトに商品情報を掲載した出品者の会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該会員IDの会員ポイントを読み出して当該会員ポイントにポイントを加算するとともに、前記情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を開示要求した出品者の会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該会員IDの会員ポイントを読み出して当該会員ポイントからポイントを減算するポイント計算部と、
 を備えることを特徴とするポイント管理装置。

10

【請求項2】

前記会員ポイントは、
 前記出品者による複数の商品情報の掲載に応じて加算されることを特徴とする請求項1に記載のポイント管理装置。

【請求項3】

前記会員ポイントは、
 前記出品者によるポイントの購入に応じて加算されることを特徴とする請求項1または2に記載のポイント管理装置。

【請求項4】

前記ポイント計算部は、

20

前記情報サイトの商品情報に対してエントリーしたユーザの会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該会員IDの会員ポイントを読み出して当該会員ポイントにポイントを加算することを特徴とする請求項1ないし3のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項5】

前記ポイント計算部は、

不正なエントリー情報の開示を受けた出品者からのポイントバック要求を受信後、前記ポイント記憶部から当該出品者の会員ポイントを読み出して当該会員ポイントを元に戻すことを特徴とする請求項1ないし4のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項6】

前記ポイント計算部は、

出品者またはユーザからのポイント利用要求を受信後、前記ポイント記憶部から当該出品者またはユーザの会員ポイントを読み出して所定数のポイントを他の情報サイトへ送信することを特徴とする請求項1ないし5のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項7】

前記ポイント計算部は、

前記情報サイトを紹介した紹介元の会員IDと前記情報サイトの紹介を受けた紹介先の会員IDであって、前記紹介元からの当該紹介元の会員IDを含む紹介情報を前記紹介先が受信し、当該紹介先が当該紹介情報を利用して会員情報の仮登録を行うことに基づく前記紹介元の会員IDと前記紹介先の会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該紹介元の会員IDの会員ポイントと当該紹介先の会員IDの会員ポイントをそれぞれ読み出して、当該紹介元の会員IDの会員ポイントと当該紹介先の会員IDの会員ポイントにそれぞれポイントを加算することを特徴とする請求項1ないし6のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項8】

前記情報サイトの紹介によるポイントの加算は、

前記紹介先が他の紹介先に前記情報サイトを紹介した場合、前記紹介元の会員IDの会員ポイントにポイントを加算するポイント加算であることを特徴とする請求項7に記載のポイント管理装置。

【請求項9】

前記商品情報は、

不動産に関する情報、または、動産に関する情報であることを特徴とする請求項1ないし8のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項10】

前記エントリー情報は、

前記商品情報を問い合わせる情報、または、前記商品情報を評価する情報であることを特徴とする請求項1ないし9のいずれかに記載のポイント管理装置。

【請求項11】

情報サイトを提供する商品情報紹介システムのポイント管理装置で行うポイント管理方法において、

前記ポイント管理装置は、

会員ポイントをポイント記憶部に記憶しておくステップと、

前記情報サイトに商品情報を掲載した出品者の会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該会員IDの会員ポイントを読み出して当該会員ポイントにポイントを加算するステップと、

前記情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を開示要求した出品者の会員IDを受信後、前記ポイント記憶部から当該会員IDの会員ポイントを読み出して当該会員ポイントからポイントを減算するステップと、

を行うことを特徴とするポイント管理方法。

【請求項12】

請求項1ないし10のいずれかに記載のポイント管理装置としてコンピュータを機能さ

10

20

30

40

50

せることを特徴とするポイント管理プログラム。

【請求項 1 3】

請求項 1 2 に記載したポイント管理プログラムを記録したポイント管理プログラム記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、ポイントサービスビジネスの技術に関する。

【背景技術】

【0002】

現在、ポイントサービスビジネスが活発である。ポイントサービスビジネスとは、実店舗や仮想店舗で商品を購入したユーザに対し、商品購入の特典としてポイントを付与する商売形態である。特許文献 1 には、消費者が商品を企業から購入して商品購入代金を支払うと、当該企業との間で契約を交わした仲介手段が当該消費者にポイントを付与するビジネスモデルが記載されている。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0003】

【特許文献 1】特開 2002 - 24664 号公報

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0004】

店舗の運営者は、様々なユーザの要望に応えられるように、できる限り多くの商品を予め揃えておく必要がある。特にインターネット上に構築された仮想店舗のサイト運営者にとっては、仮想店舗内の情報サイトに掲載する商品を増やすことが優先的な課題となる。そこで、特許文献 1 のビジネスモデルを商品の出品者側にも適用することが考えられる。しかし、商品の出品者は商品の購入者ではないため、商品購入の特典としてポイントを付与する従来型のビジネスモデルを用いることは適切でない。

【0005】

本発明は、上記事情を鑑みてなされたものであり、仮想店舗内の情報サイトに掲載する商品情報を効率的に増加可能な仕組みを持つビジネスモデルを提供することを目的とする。

【課題を解決するための手段】

【0006】

以上の課題を解決するため、請求項 1 に係るポイント管理装置は、情報サイトに商品情報を掲載した出品者にポイントを与え、前記情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を開示要求した出品者の保有ポイントからポイントを減ずるポイント計算部を備えることを特徴とする。

【0007】

請求項 2 に係るポイント管理装置は、請求項 1 に記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、前記出品者による複数の商品情報の掲載に応じてポイントを累積し、累積ポイントからポイントを減ずることを特徴とする。

【0008】

請求項 3 に係るポイント管理装置は、請求項 1 または 2 に記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、前記出品者によるポイントの購入に応じてポイントを与え、購入ポイントからポイントを減ずることを特徴とする。

【0009】

請求項 4 に係るポイント管理装置は、請求項 1 ないし 3 のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、前記情報サイトの商品情報に対してエントリーしたユーザにポイントを与えることを特徴とする。

10

20

30

40

50

【0010】

請求項5に係るポイント管理装置は、請求項1ないし4のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、不正なエントリー情報の開示を受けた出品者からのポイントバック要求に応じて当該出品者の保有ポイントを元に戻すことを特徴とする。

【0011】

請求項6に係るポイント管理装置は、請求項1ないし5のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、出品者またはユーザからのポイント利用要求に応じて所定数のポイントを他の情報サイトへ送信することを特徴とする。

【0012】

請求項7に係るポイント管理装置は、請求項1ないし6のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、前記情報サイトを紹介した紹介元と前記情報サイトの紹介を受けた紹介先にそれぞれポイントを与えることを特徴とする。

【0013】

請求項8に係るポイント管理装置は、請求項7に記載のポイント管理装置において、前記ポイント計算部は、前記紹介先が前記情報サイトを紹介した場合、前記紹介元にポイントを与えることを特徴とする。

【0014】

請求項9に係るポイント管理装置は、請求項1ないし8のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記商品情報は、不動産に関する情報、または、動産に関する情報であることを特徴とする。

【0015】

請求項10に係るポイント管理装置は、請求項1ないし9のいずれかに記載のポイント管理装置において、前記エントリー情報は、前記商品情報を問い合わせる情報、または、前記商品情報を評価する情報であることを特徴とする。

【0016】

請求項11に係るポイント管理方法は、ポイント管理装置で行うポイント管理方法において、前記ポイント管理装置は、情報サイトに商品情報を掲載した出品者にポイントを与え、前記情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を開示要求した出品者の保有ポイントからポイントを減ずるステップを行うことを特徴とする。

【0017】

請求項12に係るポイント管理プログラムは、請求項1ないし10のいずれかに記載のポイント管理装置としてコンピュータを機能させることを特徴とする。

【0018】

請求項13に係るポイント管理プログラム記録媒体は、請求項12に記載したポイント管理プログラムを記録したことを特徴とする。

【発明の効果】

【0019】

本発明によれば、仮想店舗内の情報サイトに掲載する商品情報を効率的に増加可能な仕組みを持つビジネスモデルを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【0020】

【図1】本発明に係るビジネスモデルの特徴を示す図である。

【図2】本発明に係るビジネスモデルの更なる特徴を示す図である。

【図3】本発明に係るビジネスモデルの更なる特徴を示す図である。

【図4】商品情報紹介システムの構成を示す図である。

【図5】会員管理システムの機能ブロック構成を示す図である。

【図6】ポイント管理システムの機能ブロック構成を示す図である。

【図7】商品情報掲載システムの機能ブロック構成を示す図である。

【図8】エントリーシステムの機能ブロック構成を示す図である。

10

20

30

40

50

【図 9】紹介システムの機能ブロック構成を示す図である。

【図 10】ポイント処理に関する処理動作の概要を示す図である。

【図 11】会員登録の処理シーケンスを示す図である。

【図 12】会員登録画面の例を示す図である。

【図 13】データ構成の例を示す図である。

【図 14】商品情報掲載、商品情報へのエントリー、エントリー購入の処理シーケンスを示す図である。

【図 15】エントリー入力画面の例を示す図である。

【図 16】図 14 の処理による効果を示す図である。

【図 17】ポイント購入の処理シーケンスを示す図である。

10

【図 18】ポイント購入画面の例を示す図である。

【図 19】ポイントバックの処理シーケンスを示す図である。

【図 20】友達紹介の処理シーケンスを示す図である。

【図 21】友達紹介の処理シーケンスを示す図である。

【図 22】ポイント交換の処理シーケンスを示す図である。

【発明を実施するための形態】

【0021】

図 1 は、本発明に係るビジネスモデルの特徴を示す図である。図 1 では、不動産に関するリノベーション物件情報を紹介する例を示す。リノベーション物件情報の出品者が商品販売で収益を得るためには、商品情報紹介システムの情報サイトに掲載された自社の商品情報にアクセスしたユーザのエントリー情報を取得しなければならない。

20

【0022】

そこで、本発明は、情報サイトを提供する商品情報紹介システムにおいて、出品者にユーザのエントリー情報を開示する際にポイントを消費させる仕組みを持つ。これにより、出品者がユーザのエントリー情報を得るには、必ずポイントを獲得しなければならない。また、本発明は、上記商品情報紹介システムにおいて、情報サイトに商品情報を掲載した出品者にポイントを付与する仕組みを持つ。これにより、出品者がポイントを獲得するためには、情報サイトに商品情報を掲載することになる。その結果、情報サイトには多くの商品情報が掲載されることになる。

【0023】

30

すなわち、本発明では、“情報サイトに商品情報を掲載した出品者にポイントを与え、当該情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を開示要求した出品者の保有ポイントからポイントを減ずる”ことを特徴とするビジネスモデルを提供する。当該ビジネスモデルを用いることにより、“エントリー情報の開示 ポイントの消費 商品情報の掲載 ポイントの付与 エントリー情報の開示 …”という、情報サイトのサイト運営者にとって正のスパイラルが繰り返されることになるので、サイト運営者が出品者に商品情報の掲載を積極的に依頼しなくても効率的かつ自律的に増やすことができる。

【0024】

図 2 は、本発明に係るビジネスモデルの更なる特徴を示す図である。本発明は、商品情報紹介システムにおいて、ポイントを購入した出品者にポイントを与える仕組みを持つ。これにより、出品者は、情報サイトに商品情報を掲載することによりポイントを獲得する場合よりも、短期間で一度に大量のポイントを獲得することができる。また、サイト運営者は、ポイント販売による収益を得ることができる。

40

【0025】

図 3 は、本発明に係るビジネスモデルの更なる特徴を示す図である。本発明は、商品情報紹介システムにおいて、情報サイトを紹介した紹介元と当該情報サイトの紹介を受けた紹介先にそれぞれポイントを与える仕組みを持つ。これにより、図 3 に示したユーザが友達へ情報サイトを紹介すると、紹介元のユーザに加え、紹介を受けた友達にもポイントが付与されることとなる。

【0026】

50

また、図3に示すように、本発明は、商品情報紹介システムにおいて、上記紹介先が情報サイトを紹介した場合、上記紹介元（紹介者の大元）にポイントを与える仕組みを持つ。これにより、図3に示した友達が友達（ユーザにとっては、友達の友達）へ情報サイトを紹介すると、当該情報サイトを紹介した大元のユーザにもポイントが付与されることとなる。

【0027】

このように、情報サイトを紹介すると、紹介元に加え、紹介先や紹介した大元にもポイントが付与されるので、情報サイトを紹介すればするほどポイントが自身以外にも溜まり、紹介の連鎖が発生し易くなる。それゆえ、情報サイトのサイト運営者にとって、当該情報サイトを積極的に広告しなくても当該情報サイトを効率的に広告・宣伝することができ、当該情報サイトの会員を効率的かつ自然に増やすことができる。

10

【0028】

以下、本発明を実施する一実施の形態について図面を用いて説明する。

【0029】

図4は、本実施の形態に係る商品情報紹介システムの構成を示す図である。当該商品情報紹介システム1は、会員管理システム11と、ポイント管理システム12と、商品情報掲載システム13と、エントリーシステム14と、紹介システム15と、を備えて構成される。当該複数のシステムは、互いに通信可能に物理的および電氣的に接続されており、会員または非会員に対してWebで情報を提供する。また、当該複数のシステムは、インターネット上に構築されており、インターネットに接続可能な端末からアクセス可能である。

20

【0030】

会員管理システム11は、図5に示すように、非会員からの会員登録要求または会員からのログイン要求を受け付ける要求受付部111と、会員に関する会員情報を登録する会員情報登録部112と、登録された会員情報を記憶管理する会員情報記憶部113と、会員情報を他のシステム等へ送信する会員情報送信部114と、会員からのログインを認証するログイン認証部115と、を備えて構成される。

【0031】

ここで、会員について説明する。会員とは、商品情報紹介システム1を利用するために個人情報等の諸情報を登録した会員をいう。例えば、商品情報紹介システム1の情報サイトに商品情報を掲載したいビジネス会員（出品者）、当該情報サイトに掲載された商品情報について問い合わせ等を行いたい一般会員（ユーザ）である。

30

【0032】

ポイント管理システム12（ポイント管理装置）は、図6に示すように、会員（出品者およびユーザ）が保有するポイントを記憶管理するポイント記憶部121と、会員のポイントを計算するポイント計算部122と、会員のポイントを他のシステム等へ送信するポイント送信部123と、会員からのポイントバック要求の正当性を判定するポイントバック判定部124と、会員からのポイント利用要求に基づきポイントを変換・交換するポイント交換部125と、を備えて構成される。

【0033】

商品情報掲載システム13は、図7に示すように、商品情報を記憶する商品情報記憶部131と、商品情報を自システム内のWebページ上の情報サイトに掲載表示する商品情報表示部132と、会員からの商品掲載要求を受け付ける掲載要求受付部133と、会員からの商品情報を商品情報記憶部131に登録する商品情報登録部134と、商品情報に対する会員からのエントリーを受け付けるエントリー受付部135と、受け付けたエントリー情報を他のシステム等に送信するエントリー情報送信部136と、を備えて構成される。

40

【0034】

エントリーシステム14は、図8に示すように、受け付けたエントリー情報の正当性を判定するエントリー判定部141と、エントリー情報を登録するエントリー情報登録部1

50

42と、エントリー情報を記憶管理するエントリー情報記憶部143と、登録されたエントリー情報を他のシステム等へ送信するエントリー情報送信部144と、会員からのエントリー購入要求を受け付けるエントリー情報購入受付部145と、を備えて構成される。

【0035】

紹介システム15は、図9に示すように、会員情報を登録する会員情報登録部151と、登録された会員情報を記憶管理する会員情報記憶部152と、情報サイトを紹介した紹介元と情報サイトの紹介を受けた紹介先とを関連付けた紹介情報を登録する紹介情報登録部153と、当該紹介情報を記憶管理する紹介情報記憶部154と、当該紹介情報を他のシステムへ送信する紹介情報送信部155と、を備えて構成される。

【0036】

なお、紹介システム15が備える会員情報登録部151と会員情報記憶部152は、それぞれ会員管理システム11が備える会員情報登録部112と会員情報記憶部113と同じであるため、会員情報についてはいずれか一方のシステムで一元管理してもよいし、その2つのシステム間で定期または非定期に同期処理を行ってもよい。

【0037】

ここで、上述した商品情報紹介システム1の適用分野について説明する。当該商品情報紹介システム1は、任意のサービスビジネスで利用可能である。例えば、不動産仲介サービス、人材仲介サービス、ジョブマッチングサービス、家電製品販売仲介サービス等で利用可能である。

【0038】

また、出品者とは、例えば、不動産会社、不動産仲介者、施工会社、派遣会社、人材仲介業者、製造会社等である。

【0039】

また、商品情報とは、例えば、新築物件情報、中古物件情報、リノベーション物件情報、不動産情報、動産情報、賃貸情報、バス、トイレ、キッチン、家具、人材情報、求人・仕事情報、家電情報等である。

【0040】

また、エントリー情報とは、例えば、商品情報を問い合わせる情報、商品情報を評価する情報等である。具体的には、購入要求、質問、「いいね！」等の評価である。

【0041】

次に、商品情報紹介システム1の処理動作について説明する。

【0042】

図10は、商品情報紹介システム1で行うポイント処理に関する処理動作の概要を示す図である。当該商品情報紹介システム1は、(1)会員登録処理、(2)商品情報掲載、商品情報へのエントリー、エントリー購入処理、(3)ポイント購入処理、(4)ポイントバック処理、(5)友達紹介処理、(6)情報サイト間ポイント交換処理を行い、各処理に応じてポイント処理を行う。

【0043】

(1) 会員登録処理

図11を用いて、会員を登録する処理動作について説明する。

【0044】

ステップS101；

非会員がユーザ端末3を用いて会員管理システム11へアクセスすると、会員登録画面が画面に表示される。会員登録画面には、図12に示すように、会員登録時に獲得できるポイントが予め表示されている。ここで、上記非会員が当該会員登録画面の入力欄に名前、住所等の諸情報を入力し、同画面内の登録ボタンを押し下げると、会員管理システム11は、上記非会員による会員登録要求を受け付ける。

【0045】

ステップS102；

次に、会員管理システム11は、上記非会員に対して会員IDを付与し、ログインパス

10

20

30

40

50

ワードを発行するとともに、入力された諸情報と会員IDおよびパスワードとを関連付けて会員情報として登録する。会員情報は、例えば、図13に示す「会員」「連絡先」「会員属性」「ビジネス会員」リスト内の情報である。

【0046】

ステップS103～ステップS104；

次に、会員管理システム11は、登録した会員情報をポイント管理システム12へ送信する。その後、ポイント管理システム12は、受信した会員情報から会員IDを取得し、当該会員IDに対して会員登録時のポイント（新規登録ポイント）を付与する。例えば、会員登録画面に表示されていた通り、300ptを付与する。

【0047】

ステップS105；

次に、ポイント管理システム12は、ステップS101の会員登録要求に基づき、ステップS104で付与した新規登録ポイントをユーザ端末3の画面に表示する。このタイミングで、上記非会員は一般会員（ユーザ）となり、新規登録ポイントを獲得することができる。なお、ポイント管理システム12は、ステップS104で付与した新規登録ポイントを当該ユーザの保有ポイントに加算しており、新規登録ポイントを表示するとともに、当該ユーザの保有ポイントを併せて表示してもよい。

【0048】

ステップS106～ステップS107；

その後、上記ユーザがユーザ端末3を用いて会員管理システム11へログインすると、会員管理システム11は当該ユーザの認証を行う。ログイン画面に入力された会員IDとパスワードが発行済みのものと合致すれば、商品情報紹介システム1を利用可能となる。例えば、商品情報掲載システム13の情報サイトに掲載された商品情報に対してエントリーすること、当該情報サイトに商品情報を掲載すること、が可能となる。

【0049】

同様に、出品者の出品者端末5が商品情報紹介システム1との間で、ステップS101～ステップS107と同様の処理を行うことにより、出品者においても、新規登録ポイントを獲得することができる。例えば、500ptを付与する。ポイント管理システム12は、個人、法人の別に応じて新規登録ポイントを変えることが可能である。個人、法人の別については、会員情報の登録時に入力された情報より判別する。例えば、個人または法人の種別を選択した結果や氏名に基づき判別する。

【0050】

以上の通り、商品情報紹介システム1は、会員登録処理時にポイントを付与することができる。当該ポイントは会員（出品者、ユーザ）の保有ポイントとなり、会員は任意のタイミングで利用することができる。

【0051】

（2）商品情報掲載、商品情報へのエントリー、エントリー購入処理

図14を用いて、出品者が商品情報を情報サイトに掲載し、ユーザが当該情報サイトの商品情報に対してエントリーを行い、出品者が当該エントリー情報を購入するまでの一連の処理動作について説明する。

【0052】

ステップS201～ステップS202；

出品者が出品者端末5を用いて会員管理システム11へログインすると、商品情報掲載システム13の情報サイトが画面に表示される。ここで、出品者が画面内の入力欄に掲載対象の商品情報を入力し、同画面内の掲載ボタンを押し下げると、商品情報掲載システム13は、上記出品者による商品掲載要求を受け付け、入力された商品情報を登録し、情報サイトに掲載表示する。商品情報は、例えば、図13に示した「掲載情報」リスト内の情報である。

【0053】

ステップS203～ステップS204；

10

20

30

40

50

次に、商品情報掲載システム13は、上記出品者の会員IDをログイン時の入力情報から取得し、当該会員IDをポイント管理システム12へ送信する。ポイント管理システム12は、受信した会員IDに対して商品情報掲載時のポイント（商品掲載ポイント）を付与するとともに、当該商品掲載ポイントを当該会員IDの保有ポイントに加算する。例えば、2,000ptを付与する。商品情報の掲載は、情報サイトのサイト運営者にとって利益的な行為に該当するので、会員登録時よりも多いポイントを付与することが好ましい。なお、「保有ポイントに加算」は、“累積ポイントに累積”と概ね同義である。ただし、加算は累積の一計算方法にすぎず、累積処理には他の演算手法（乗算等）を組み合わせることも可能である。

【0054】

ステップS205；

次に、ポイント管理システム12は、ステップS201の商品掲載要求に基づき、ステップS204で付与した商品掲載ポイントと保有ポイントを出品者端末5の画面に表示する。このタイミングで、上記出品者は、上記商品情報の掲載に応じた商品掲載ポイントを獲得することができ、最新の保有ポイントを確認することができる。

【0055】

ステップS206～ステップS208；

その後、ユーザが、ユーザ端末3を用いて商品情報掲載システム13へログインし、当該商品情報掲載システム13の情報サイトを閲覧して、上記出品者の商品情報に対してエントリー情報を入力しようとする、エントリー入力画面が画面に表示される。エントリー入力画面には、図15に示すように、「施工会社への資料請求」「事例・物件への見学希望」「施工依頼」「相談・お問い合わせ」「いいね！」等のエントリー種別を選択する選択欄が予め用意されている。ここで、上記ユーザが所望のエントリーを選択し、問い合わせたい内容等を記入した後、同画面内の送信ボタンを押し下げると、商品情報掲載システム13は、当該ユーザによるエントリー投稿要求を受け付け、入力されたエントリー情報をエントリーシステム14へ送信する。エントリー情報は、例えば、図13に示した「エントリー」リスト内の情報である。

【0056】

ステップS209～ステップS210；

次に、エントリーシステム14は、受け付けたエントリー情報が掲載商品に対するエントリーとして適正か否かの不正チェックを行い、適正である場合にのみ、当該エントリー情報を登録し、当該エントリー情報を投稿したユーザの会員IDをポイント管理システム12へ送信する。なお、エントリーが適正か否かを判定する方法については、任意の方法を利用可能である。例えば、語彙データベースを用い、公序良俗に反する表現が入力されている場合には、不正エントリー・不良エントリーであると判定する。その他、過去に投稿されたエントリー情報を参照し、今回のエントリー情報と同一であれば、または、当該同一である回数が閾値以上であれば、ポイントを不正に獲得する目的で意図的にデータを使い回して入力された可能性があるため、不正エントリー・不良エントリーであると判定する。その他、サイト運営者が目視で確認するようにしてもよい。

【0057】

ステップS211；

次に、ポイント管理システム12は、上記ユーザの会員IDに対してエントリー時のポイント（エントリーポイント）を付与するとともに、当該エントリーポイントを当該会員IDの保有ポイントに加算する。例えば、「いいね！」等の商品評価であれば10ptを付与し、商品購入であれば100ptを付与する。商品購入は、商品評価よりも出品者に対する利益的な貢献度が高いので、商品評価よりも多いポイントを付与することが好ましい。ただし、商品評価は情報サイトの広告効果に繋がるので、互いのポイントにあまり大きい差を設けるのは好ましくない。例えば、10pt～100ptの範囲内で調整することが好ましい。

【0058】

10

20

30

40

50

ステップS 2 1 2 ;

次に、ポイント管理システム 1 2 は、ステップ S 2 0 6 のエントリー投稿要求に基づき、ステップ S 2 1 1 で付与したエントリーポイントと保有ポイントをユーザ端末 3 の画面に表示する。このタイミングで、上記ユーザは、上記エントリーの投稿に応じたエントリーポイントを獲得することができ、最新の保有ポイントを確認することができる。

【 0 0 5 9 】

ステップ S 2 1 3 ~ ステップ S 2 1 6 ;

その後、上記出品者が、掲載した商品情報に対するエントリー情報を購入するため、開示要求しようとする、エントリー購入画面が画面に表示される。当該出品者が、当該エントリー購入画面で当該商品情報に対するエントリー情報を指定し、同画面内の購入ボタンを押し下げると、エントリーシステム 1 4 は、上記出品者によるエントリー購入要求を受け付け、購入したエントリー情報を当該出品者の出品者端末 5 へ送信するとともに、当該出品者の会員 ID をポイント管理システム 1 2 へ送信する。エントリー購入情報は、例えば、図 1 3 に示した「エントリー購入」リスト内の情報である。

10

【 0 0 6 0 】

ステップ S 2 1 7 ~ ステップ S 2 1 8 ;

次に、ポイント管理システム 1 2 は、上記出品者の会員 ID の保有ポイント (= 累積ポイント) からエントリー購入時のポイント (エントリー購入ポイント) を減じ、エントリー購入ポイントと当該出品者の保有ポイントを出品者端末 5 の画面に表示する。このタイミングで、上記出品者は、エントリー購入により消費したエントリー購入ポイントと最新の保有ポイントを確認することができる。なお、エントリー購入ポイント (消費ポイント) は、商品掲載ポイント (付与ポイント) よりも多いことが好ましい。例えば、商品掲載ポイントが 2 , 0 0 0 p t であれば、エントリー購入ポイントを - 1 0 , 0 0 0 p t とする。これにより、出品者がエントリー情報を購入するには、少なくとも 5 つの商品情報を情報サイトに掲載しなければならなくなり、情報サイトへの商品情報の増加に寄与することとなる。

20

【 0 0 6 1 】

以上の通り、商品情報紹介システム 1 は、情報サイトに商品情報を掲載した出品者にポイントを与え、当該情報サイトの商品情報に対するユーザのエントリー情報を購入要求した出品者の保有ポイントからポイントを減ずるので、図 1 6 に示すように、出品者がエントリー情報を購入するには商品情報を掲載しなければならず、その結果、サイト運営者が出品者に商品情報の掲載を積極的に依頼しなくても効率的かつ自律的に増やすことができる。

30

【 0 0 6 2 】

(3) ポイント購入処理

図 1 7 を用いて、ポイントを購入する処理動作について説明する。なお、図 1 7 に示した課金システム 1 6 は、商品情報紹介システム 1 を構成する一システムであり、ポイント購入要求に応じて請求書を発行する機能を備える。当該課金システム 1 6 は、例えば、情報サイトの運営会社、公共機構、金融機関等により運営される。

【 0 0 6 3 】

ステップ S 3 0 1 ~ ステップ S 3 0 2 ;

出品者が出品者端末 5 を用いてポイント管理システム 1 2 へログインすると、ポイント購入画面が画面に表示される。ポイント購入画面には、図 1 8 に示すように、購入金額に応じたポイントが選択可能に表示されている。ここで、出品者が同画面内で所望のポイントボタンを押し下げると、ポイント管理システム 1 2 は、当該出品者によるポイント購入要求を受け付け、当該出品者の会員 ID に対して購入ポイントを付与するとともに、当該購入ポイントを当該会員 ID の保有ポイントに加算する。

40

【 0 0 6 4 】

ステップ S 3 0 3 ;

次に、ポイント管理システム 1 2 は、ステップ S 3 0 1 のポイント購入要求に基づき、

50

ステップS302で付与した購入ポイントと保有ポイントをユーザ端末3の画面に表示する。このタイミングで、上記出品者は、ポイントの購入に応じた購入ポイントを獲得することができ、最新の保有ポイントを確認することができる。購入ポイントは出品者の保有ポイントに加算されているので、出品者は、当該購入ポイントを用いてエントリー情報を購入することができる。

【0065】

ステップS304～ステップS306；

また、ポイント管理システム12は、上記出品者によるポイントの購入に基づき、請求書発行要求を課金システム16へ送信する。当該課金システム16は、受信した請求書発行要求に基づき、当該出品者が購入したポイントの購入金額を含めた請求書を出品者端末5の画面に表示する。なお、課金システム16は、電子媒体の請求書ではなく、紙媒体の請求書を出品者の住所へ郵送してもよい。

10

【0066】

以上の通り、商品情報紹介システム1は、出品者によるポイントの購入に応じてポイントを与えるので、出品者は、短期間で一度に大量のポイントを獲得することができる。また、サイト運営者は、ポイント販売による収益を得ることができる。

【0067】

(4)ポイントバック処理

図19を用いて、ポイントを戻す処理について説明する。商品情報紹介システム1は、上述した通りエントリーの不正チェックを行うため、エントリーシステム14に登録されているユーザのエントリー情報は、適正のはずである。しかし、不正チェックの能力には限界があり、不正エントリー・不良エントリーが登録される可能性はある。そこで、不正エントリーを購入した出品者を救済するべく、エントリー購入時に消費したポイントを還元する処理を行う。ここでは、図14に示したステップS206～ステップS218が行われているものとする。

20

【0068】

ステップS401；

出品者が、購入したエントリー情報の内容を目視で確認し、当該エントリー情報が不正・不良であると特定する。例えば、エントリー情報に入力されている住所が宛先不明である場合、電話番号がブラックリストに掲載されている場合、不正エントリー・不良エントリーと判定する。当該判定処理は、出品者端末5がインターネット上のブラックリスト情報等を用いて自動で行ってもよい。そして、出品者がポイントバックを申請する場合、ポイントバック申請画面が出品者端末5の画面に表示されるので、出品者は、当該ポイントバック申請画面に会員ID、対象エントリーID、還元ポイント数等の諸情報を入力し、同画面内の申請ボタンを押し下げる。その後、ポイントバック要求がポイント管理システム12へ送信される。ポイントバック申請情報については、例えば、図13に示した「ポイントバック設定」「不良エントリー申請」リスト内の情報である。

30

【0069】

ステップS402～ステップS403；

次に、ポイント管理システム12は、出品者端末5からポイントバック要求を受け付け、申請審査を開始し、当該ポイントバック要求が適正か否かを判定する。例えば、当該ポイントバック要求で不正エントリー情報として指定されたエントリーの内容を取得し、エントリーに入力されている住所が宛先不明である場合、電話番号がブラックリストに掲載されている場合、受け付けたポイントバック要求を適正要求と決定する。なお、当該処理は、ポイント管理システム12のシステム管理者が行ってもよい。

40

【0070】

ステップS404～ステップS405；

その後、ポイント管理システム12は、受け付けたポイントバック要求が適正要求である場合、上記不正エントリー情報の購入時に減じていたエントリー購入ポイントを出品者の保有ポイントに加算し、当該加算ポイントを返却ポイントとして出品者端末5の画面に

50

表示する。また、ポイント管理システム 1 2 は、上記不正エントリーのエントリー時に加算していたエントリーポイントを当該不正エントリーに係るユーザの保有ポイントから減じ、当該減算ポイントを没収ポイントとして当該ユーザのユーザ端末 3 の画面に表示する。

【 0 0 7 1 】

なお、出品者が購入したエントリー情報が不正・不良でなく、受け付けたポイントバック要求に理由がない場合、ポイント管理システム 1 2 は、ステップ S 4 0 4 ~ ステップ S 4 0 5 を行わず、購入したエントリー情報は不正・不良でなく、ポイントバックしないことを出品者端末 5 の画面に表示する。

【 0 0 7 2 】

以上の通り、商品情報紹介システム 1 は、不正なエントリー情報の開示を受けた出品者からのポイントバック要求に応じて当該出品者の保有ポイントを元に戻すので、不正エントリーを購入した出品者を救済することができる。その結果、情報サイトに対する出品者の信頼度が高まり、より多くの商品情報を掲載しようとする心理的効果を導くことができる。

【 0 0 7 3 】

(5) 友達紹介処理

図 2 0 を用いて、会員のユーザが非会員の友達を紹介する処理動作について説明する。なお、図 2 0 に示した認証システム 1 7 は、商品情報紹介システム 1 を構成する一システムであり、会員の認証処理を行う機能を備える。当該会員の認証処理機能は、会員管理システム 1 1 も同様の機能を備えるので、当該会員管理システム 1 1 が行うようにしてもよい。

【 0 0 7 4 】

ステップ S 5 0 1 ;

会員であるユーザが、ユーザ端末 3 a を用いて、商品情報紹介システム 1 の情報サイトを紹介するための紹介 URL を生成し、紹介先の友達が所持するユーザ端末 3 b へ送信する。当該紹介 URL には、少なくとも、当該情報サイトの URL、紹介元 (ユーザ) の会員 ID が含まれている。例えば、商品情報紹介システム 1 は、上記紹介 URL を生成するための情報サイト紹介用画面を提供しており、ユーザは、当該情報サイト紹介用画面で紹介先の SNS サイトまたは電子メールアドレス等を入力することにより、上記紹介 URL を生成して送信することができる。

【 0 0 7 5 】

ステップ S 5 0 2 ~ ステップ S 5 0 3 ;

次に、情報サイトの紹介先を受けた友達が、ユーザ端末 3 b を用いて、自身の SNS サイトまたは電子メールを参照し、テキスト本文に表示された紹介 URL をクリックすると、図 1 2 に示した会員登録画面が画面に表示される。ここで、上記友達が示された同画面内の登録ボタンを押し下げると、紹介システム 1 5 は、上記友達による会員登録要求を受け付ける。

【 0 0 7 6 】

ステップ S 5 0 4 ~ ステップ S 5 0 5 ;

次に、紹介システム 1 5 は、上記友達に対して会員 ID を付与し、ログインパスワードをユーザ端末 3 b へ発行するとともに、会員登録画面で入力された諸情報と会員 ID およびパスワードとを関連付けて会員情報として仮に登録する。このタイミングでは、仮登録とする。さらに、友達紹介システム 1 5 は、当該会員登録要求がユーザ (ユーザ端末 3 a) による紹介であることが分かるように、ユーザ端末 3 a を紹介元とし、ユーザ端末 3 b を紹介先として、紹介元と紹介先とを互いに関連付けて紹介情報として管理する。

【 0 0 7 7 】

ステップ S 5 0 6 ~ ステップ S 5 0 7 ;

次に、紹介システム 1 5 は、登録した会員情報と紹介 URL に含まれていた紹介元 (ユーザ) に関する会員 ID 等の情報をポイント管理システム 1 2 へ送信する。ポイント管理

10

20

30

40

50

システム12は、受信した情報から紹介元の会員IDと紹介先の会員IDを取得し、当該2つの会員IDに対して友達紹介時のポイント(紹介ポイント)をそれぞれ仮に付与する。このタイミングでは、仮付与とする。例えば、紹介元には100ptを付与し、紹介先には25ptを付与する。紹介元の方が情報サイトの広告に対する貢献度が高いので、紹介先よりも多いポイントを付与することが好ましい。

【0078】

なお、上記友達による会員登録は、本来、新規会員登録に該当するので、紹介ポイントとしてではなく、新規登録ポイントとしてポイントを付与してもよい。勿論、新規登録ポイントとは別に、紹介ポイントとしてポイントを付与してもよい。この場合、友達には、紹介ポイントと新規登録ポイントが合わせて付与されることになる。いずれも場合でもポイント

10

【0079】

ステップS508；

次に、ポイント管理システム12は、ステップS501の友達紹介とステップS503の会員登録要求とに基づき、ステップS211で仮付与した各紹介ポイントをユーザ端末3a, 3bの画面にそれぞれ表示する。このタイミングで、上記ユーザは、自身の友達紹介によるポイントを仮に獲得することができ、上記友達は、会員登録によるポイントを仮に獲得することができる。

【0080】

20

ステップS509～ステップS510；

次に、ユーザ端末3bには、本人確認を行うためのメッセージが自身のSNSサイトまたは電子メールへ通知される。ここで、当該ユーザ端末3bの友達が、発行済みの会員IDとパスワードを用いて本人確認の処理を行うと、認証要求が認証システム17へ送信される。

【0081】

ステップS511～ステップS512；

次に、認証システム17は、ユーザ端末3bからの認証要求に含まれている会員IDとパスワードが発行済みのものと合致すれば、ステップS504で仮登録していた会員情報を本登録するための更新要求を紹介システム15へ送信する。

30

【0082】

ステップS513～ステップS515；

次に、紹介システム15は、上記更新要求に基づき、ステップS504で仮登録していた会員情報を本登録(登録を確定)するとともに、ステップS507で仮付与していた紹介ポイントを確定するための確定要求をポイント管理システム12へ送信する。その後、ポイント管理システム12は、当該確定要求に基づき、ステップS507で仮付与していたそれぞれの紹介ポイントを本付与(付与を確定)する。

【0083】

ステップS516；

次に、ポイント管理システム12は、ステップS508で通知していた仮ポイントが確定したことをユーザ端末3a, 3bの画面にそれぞれ表示する。このタイミングで、上記ユーザは、自身の友達紹介によるポイントを獲得することができ、上記友達は、会員登録によるポイントを獲得することができる。

40

【0084】

引き続き、図21を用いて、紹介先の友達が情報サイトを友達(ユーザ端末3aのユーザにとっては、友達の友達)に紹介した場合の処理動作について説明する。

【0085】

ステップS517～ステップS524；

次に、ユーザ端末3bの友達が、ユーザ端末3bを用いて、商品情報紹介システム1の情報サイトを紹介するための紹介URLを生成し、当該友達の所持するユーザ端末3cへ

50

送信する。その後、ステップS501～ステップS508と同様の処理が行われる。

【0086】

このとき、友達紹介システム15は、ユーザ端末3bを紹介元とし、ユーザ端末3cを紹介先として紹介情報に登録する。これにより、紹介情報には、既に登録されていた「ユーザの会員ID 友達の会員ID」に加え、「友達の会員ID 友達の友達の会員ID」が追加されることになる。なお、「」内は、「(紹介元) (紹介先)」を意味する。

【0087】

また、ポイント管理システム12は、当該紹介情報に基づき、友達の会員IDと友達の友達の会員IDとに対して紹介ポイントを仮に付与するとともに、友達を紹介した大元であるユーザの会員IDに対しても紹介ポイントを仮に付与する。例えば、友達には100 10 ptを仮付与し、友達の友達には25 ptを仮付与し、ユーザには25 ptを仮付与する。すなわち、例えば、ユーザBがユーザCに情報サイトを紹介すると、当該ユーザBに情報サイトを紹介したユーザAにもポイントが付与されることになる。

【0088】

ステップS525～ステップS532；

その後、ユーザ端末3cの友達(ユーザ端末3aのユーザにとっては、友達の友達)が本人確認の処理を行うと、ステップS509～ステップS516と同様の処理が行われる。具体的には、ユーザ端末3cによる本人確認に問題がなければ、仮登録していた会員情報の登録を確定するとともに、仮付与していたそれぞれの紹介ポイントを確定する。これにより、上記例の場合、友達に対する100 20 ptが確定し、友達の友達に対する25 ptが確定し、ユーザに対する25 ptが確定する。

【0089】

以上の通り、商品情報紹介システム1は、情報サイトを紹介した紹介元と当該情報サイトの紹介を受けた紹介先にそれぞれポイントを与え、また、当該紹介先が当該情報サイトを紹介した場合、当該紹介元にもポイントを与えるので、情報サイトを紹介すると、紹介元に加え、紹介先や紹介した大元にもポイントが付与されることから、情報サイトを紹介すればするほどポイントが自身以外にも溜まり、紹介の連鎖が発生し易くなる。それゆえ、情報サイトのサイト運営者にとって、当該情報サイトを積極的に広告しなくても当該情報サイトを効率的に広告・宣伝することができ、当該情報サイトの会員を効率的かつ自然に増やすことができる。

【0090】

(6) 情報サイト間ポイント交換処理

図22を用いて、情報サイト間でポイントを交換する処理動作について説明する。インターネット上には、商品情報紹介システム1の備える情報サイトとは別に、ポイントを利用可能な様々なサイトがある。そこで、本実施形態の情報サイトで獲得した保有ポイントを別サイトでも利用可能とするため、当該別サイトに対してポイントを発行する仕組みを持つ。なお、当該別サイトは、本実施形態の情報サイトとは異なる別種のサイト(例えば、単なる課金管理サイト)であってもよいし、同種のサイトでもよい。

【0091】

ステップS601；

ユーザがユーザ端末3を用いてポイント管理システム12へアクセスすると、ポイント交換画面が画面に表示される。ここで、ユーザが当該ポイント交換画面の入力欄に利用ポイント数(所定数のポイント)を入力し、同画面内の交換ボタンを押し下げると、ポイント管理システム12は、当該ユーザによるポイント変換要求を受け付ける。

【0092】

ステップS602～ステップS603；

次に、ポイント管理システム12は、予め設定していたポイントの変換レートに基づき、ポイント変換要求に含まれる利用ポイント数をレート変換し、また、必要に応じて利用先の別サイトでのポイントのデータ構造形式に合うように変換を行った後に、別サイトへ送信する。例えば、1 pt = 0.5 50 円でレート設定されている場合、利用ポイント数が1

0,000ptであれば、5,000円分のポイントを他のEC(Electronic Commerce)サイトへ送信する。これにより、当該ECサイトでは、受信したポイントを用いて、自ECサイトで購入した商品代金の全部または一部に充てる等の決済処理を行うことができる。

【0093】

ステップS604～ステップS606；

出品者端末5の出品者がポイント変換要求を行った場合も、ステップS601～ステップS604と同様の処理を行う。これにより、出品者であっても、商品情報紹介システム1の情報サイトで獲得した保有ポイントを他のサイトでも利用することができる。

【0094】

以上の通り、商品情報紹介システム1は、会員の保有ポイントを別サイトに送信し、また、当該別サイトで利用可能な形式に変換するので、当該別サイトでもポイントを利用できることから、情報サイトに対する会員の利用価値が高まり、より多くの商品情報を掲載しようとする心理的効果を導くことができる。

【0095】

ここまで、商品情報紹介システム1で行うポイント処理に関する処理動作(ポイント管理方法)について、複数の処理動作を個々別々に説明したが、当該複数の処理動作を全て同時に行ってもよいし、当該複数の処理動作を組み合わせてもよい。例えば、(5)の処理で用いたポイントの仮付与期間を(2)の処理に組み合わせ、ユーザ端末3からエントリー投稿要求を受け付けた際にポイントを仮付与し、当該エントリーが適正であれば、仮付与していたポイントを本付与するようにしてもよい。

【0096】

また、上述した複数の処理動作の各処理動作は一例である。例えば、会員IDに代えて会員の名称を用いて会員を判別してもよいし、システム間で会員IDのみを特定のタイミングで送信するのではなく、会員ID以外の任意の情報を含む包括的な情報をシステム間で同一のタイミングで共有するようにしてもよい。

【0097】

最後に、本実施の形態で説明した商品情報紹介システム1は、メモリ、ハードディスク、CPU、通信インタフェース、モニタ等を備え、会員または非会員の端末にWebで情報を提供可能なコンピュータで実現可能である。例えば、会員管理システム11は、非会員の端末モニタに対して会員登録画面を表示させる機能を備えたサーバ装置で実現可能である。商品情報掲載システム13は、例えば、情報サイトを表示するWebサイト機能を備えたサーバ装置で実現可能である。商品情報紹介システム1を構成する複数のシステムのうち、いずれか複数のシステムを合わせた縮退構成としてもよいし、一のシステムを機能分割して更に多くのシステムを備えた構成としてもよい。

【0098】

また、本実施の形態で説明したユーザ端末3および出品者端末5については、パーソナルコンピュータ、携帯電話、スマートフォン、タブレット、PDA(Personal Digital Assistant)等を用いることができる。

【0099】

また、当該商品情報紹介システム1としてコンピュータを機能させるためのプログラム、当該プログラムの記憶媒体を作成することも可能である。例えば、ポイント管理プログラム、当該ポイント管理プログラムを記録したポイント管理プログラム記録媒体を作成することができる。

【符号の説明】

【0100】

- 1 ... 商品情報紹介システム
- 11 ... 会員管理システム
- 111 ... 要求受付部
- 112 ... 会員情報登録部

10

20

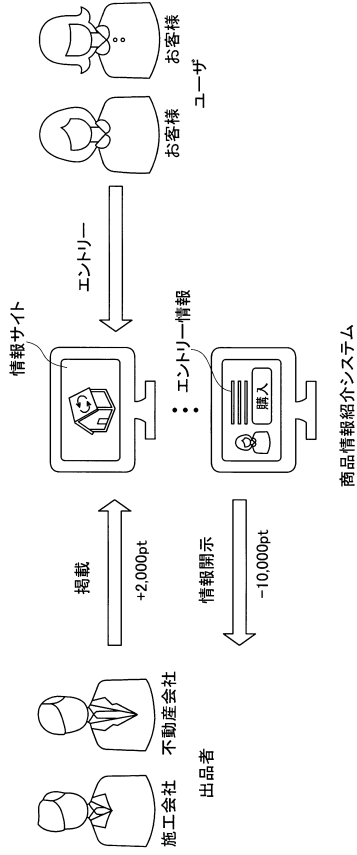
30

40

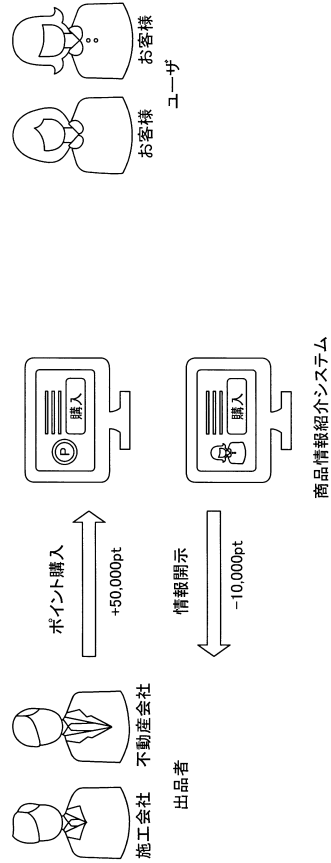
50

1 1 3 ...	会員情報記憶部	
1 1 4 ...	会員情報送信部	
1 1 5 ...	ログイン認証部	
1 2 ...	ポイント管理システム	
1 2 1 ...	ポイント記憶部	
1 2 2 ...	ポイント計算部	
1 2 3 ...	ポイント送信部	
1 2 4 ...	ポイントバック判定部	
1 2 5 ...	ポイント交換部	
1 3 ...	商品情報掲載システム	10
1 3 1 ...	商品情報記憶部	
1 3 2 ...	商品情報表示部	
1 3 3 ...	掲載要求受付部	
1 3 4 ...	商品情報登録部	
1 3 5 ...	エントリー受付部	
1 3 6 ...	エントリー情報送信部	
1 4 ...	エントリーシステム	
1 4 1 ...	エントリー判定部	
1 4 2 ...	エントリー情報登録部	
1 4 3 ...	エントリー情報記憶部	20
1 4 4 ...	エントリー情報送信部	
1 4 5 ...	エントリー情報購入受付部	
1 5 ...	紹介システム	
1 5 1 ...	会員情報登録部	
1 5 2 ...	会員情報記憶部	
1 5 3 ...	紹介情報登録部	
1 5 4 ...	紹介情報記憶部	
1 5 5 ...	紹介情報送信部	
1 6 ...	課金システム	
1 7 ...	認証システム	30
3 , 3 a , 3 b , 3 c ...	ユーザ端末	
5 ...	出品者端末	

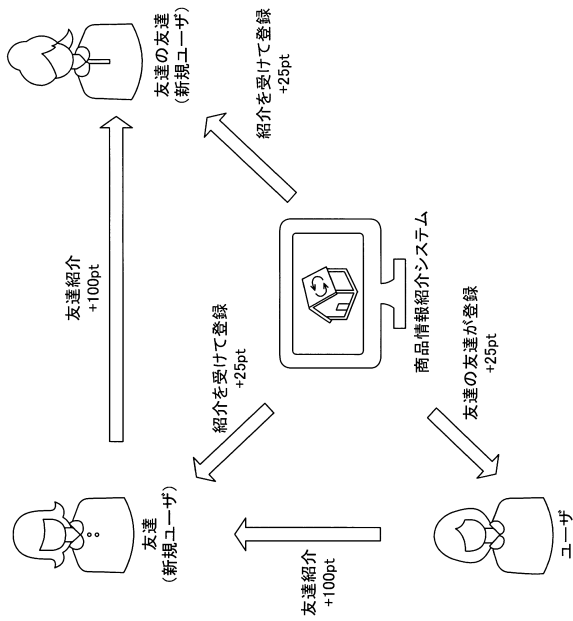
【図1】



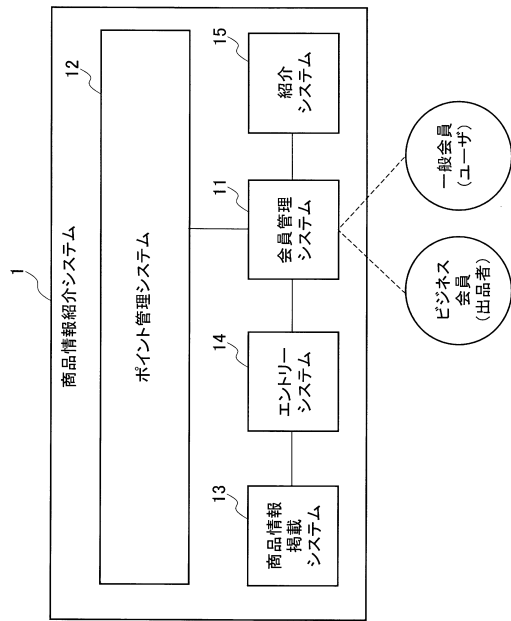
【図2】



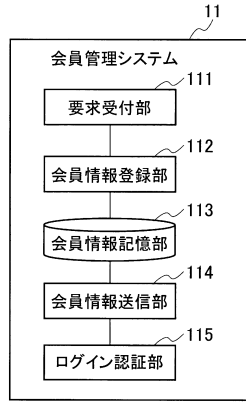
【図3】



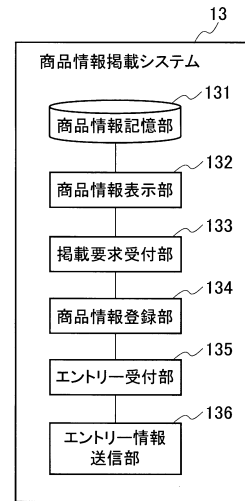
【図4】



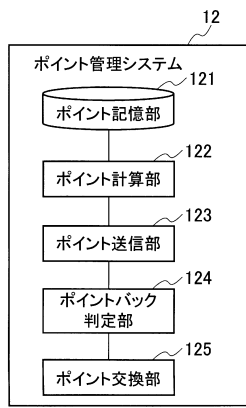
【図5】



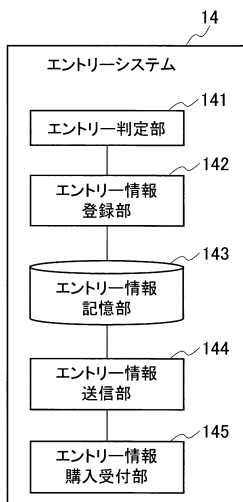
【図7】



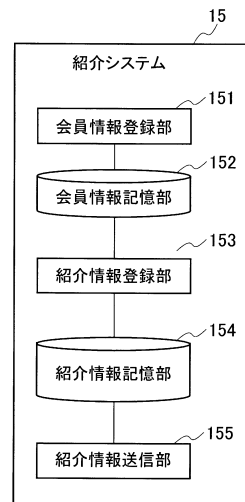
【図6】



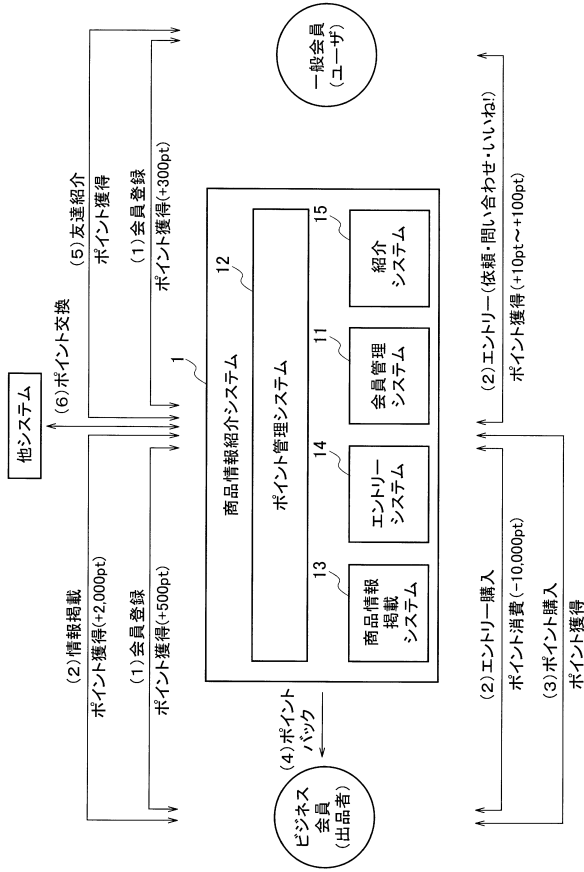
【図8】



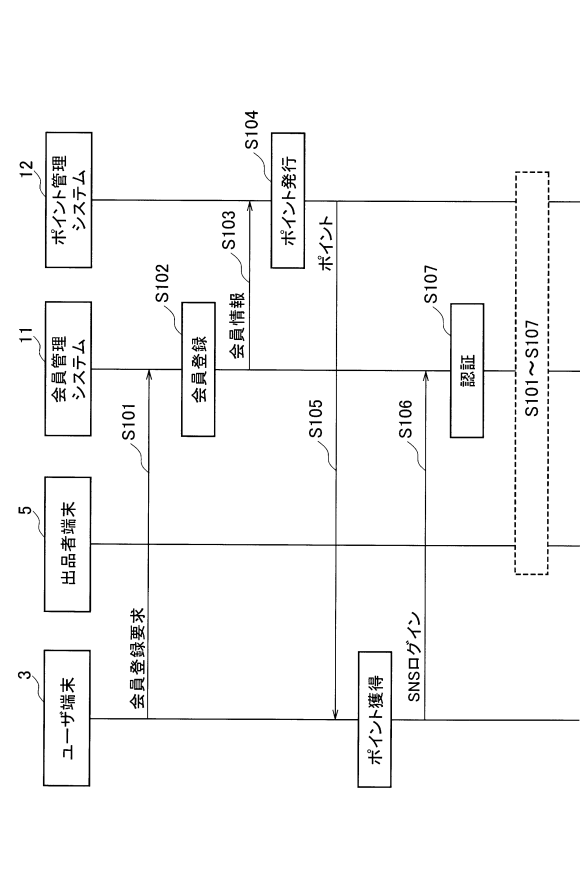
【図9】



【図10】



【図11】



【図12】

お客様情報登録

名前

住所

電話番号

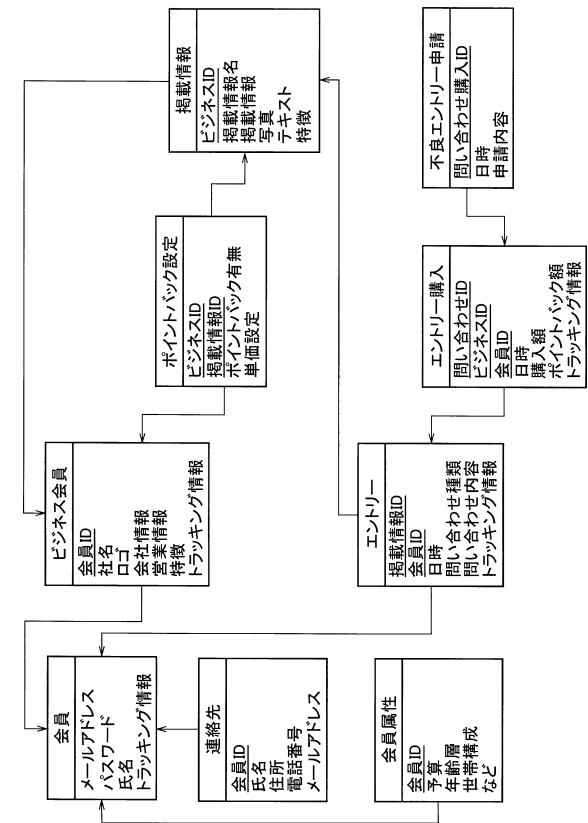
予算

年齢層

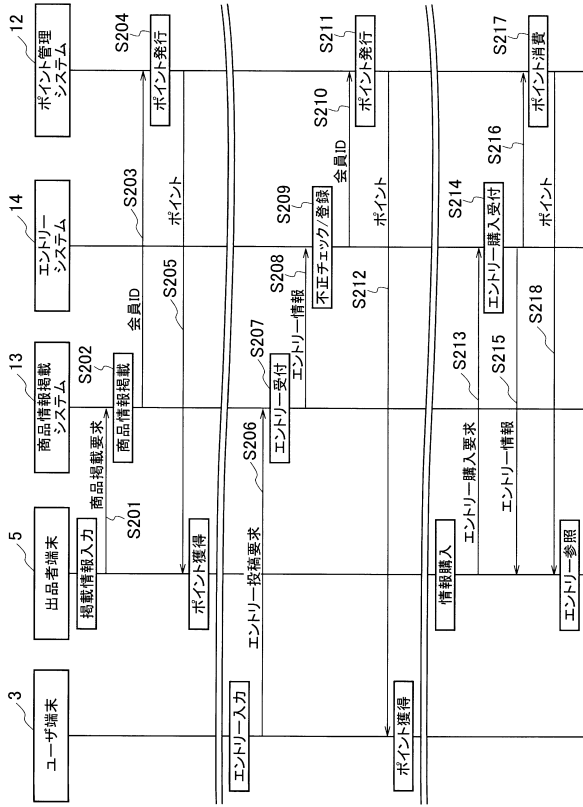
世帯構成

登録で300ptゲット!

【図13】



【図 14】



【図 15】

何についてお問い合わせしますか？

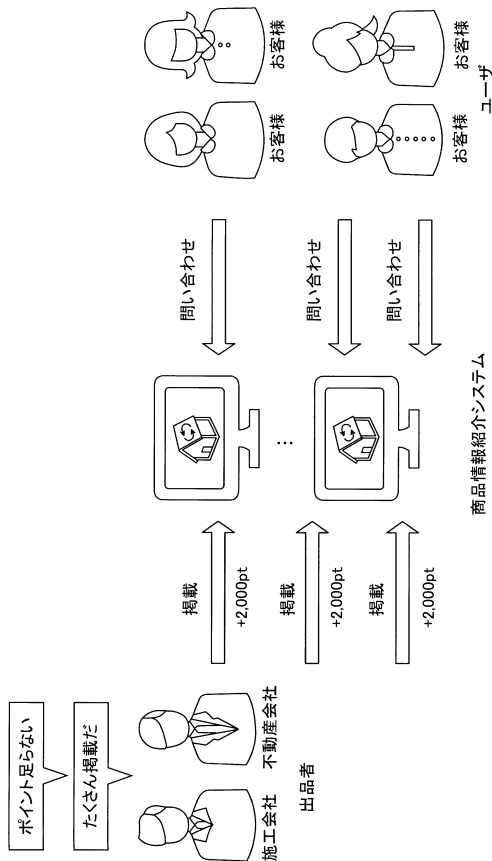
施工会社への資料請求 事例・物件への見学希望 施工依頼 相談 お問い合わせ

(140文字以内で問い合わせ内容を記入してください。)

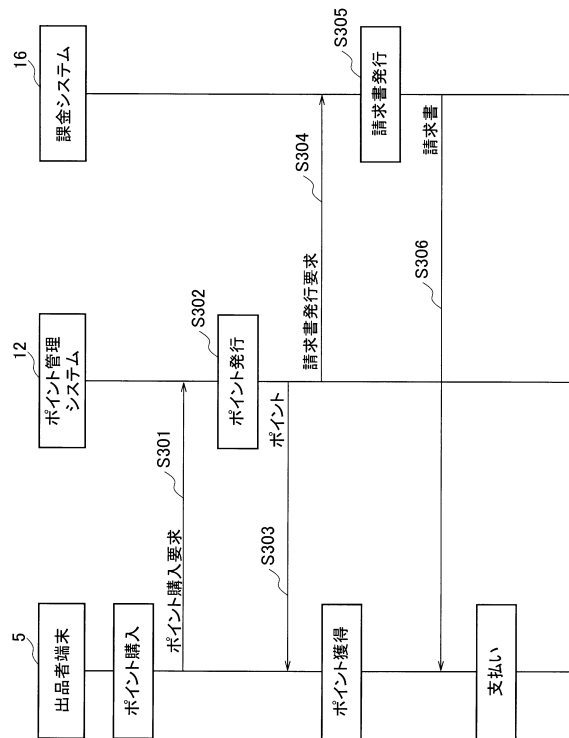
送信

お問い合わせには事例掲載企業から直接返信があります。

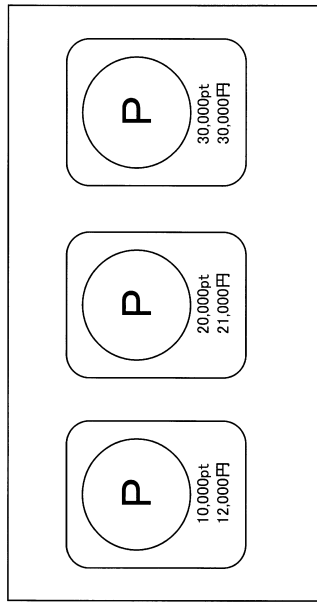
【図 16】



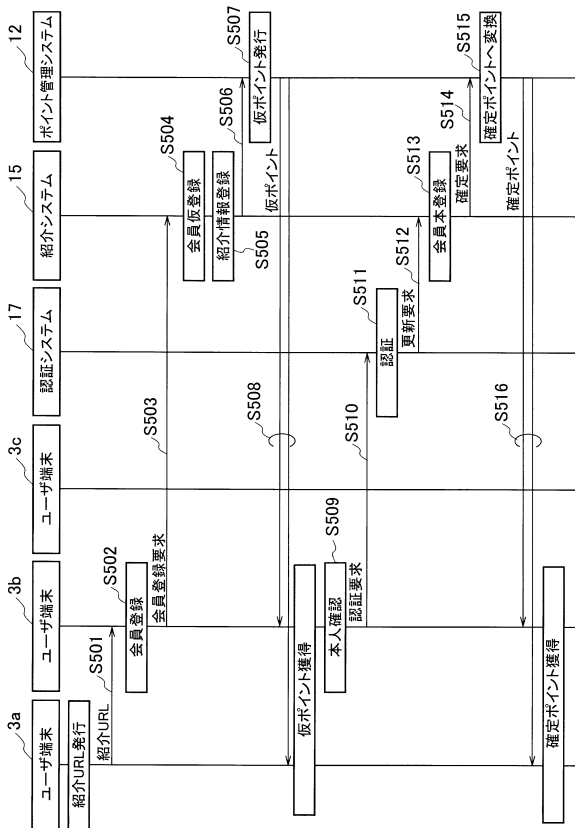
【図 17】



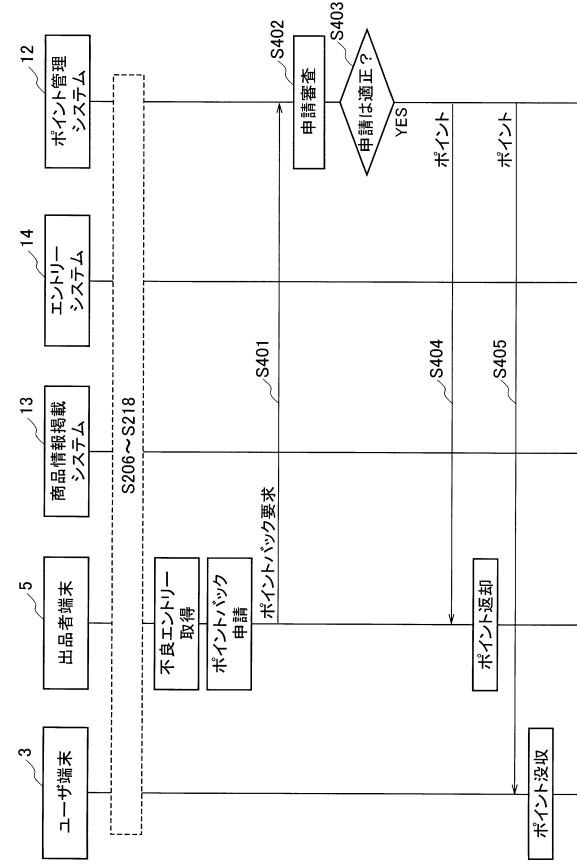
【 図 18 】



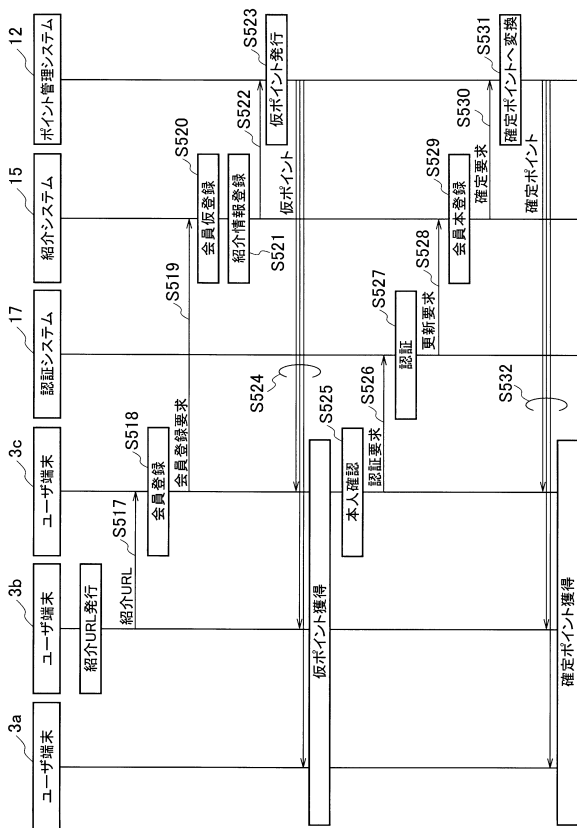
【 図 20 】



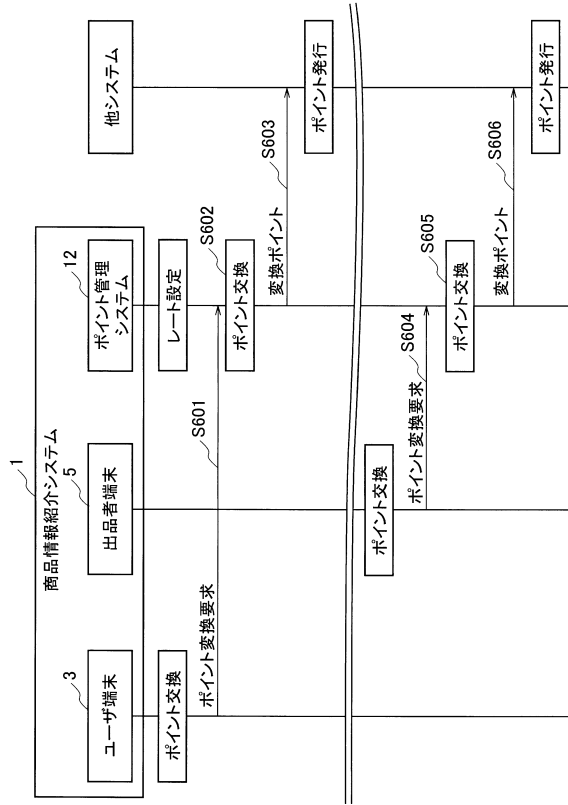
【 図 19 】



【 図 21 】



【図22】



フロントページの続き

(72)発明者 内田 麻依
千葉県習志野市津田沼3 - 22 - 11 スマートライフ株式会社内

審査官 上田 威

(56)参考文献 特開2004 - 265013 (JP, A)
特開2003 - 223530 (JP, A)
特開2002 - 297867 (JP, A)
特開2007 - 141051 (JP, A)

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)
G06Q 10/00 - 99/00