

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B1)

(11) 特許番号

特許第6795856号
(P6795856)

(45) 発行日 令和2年12月2日(2020.12.2)

(24) 登録日 令和2年11月17日(2020.11.17)

(51) Int.Cl. F I
G06Q 30/06 (2012.01) G06Q 30/06 330

請求項の数 8 (全 17 頁)

<p>(21) 出願番号 特願2019-141914 (P2019-141914)</p> <p>(22) 出願日 令和1年8月1日(2019.8.1)</p> <p>審査請求日 令和1年8月1日(2019.8.1)</p> <p>特許法第30条第2項適用 https://forsure.jp/ ; 令和1年5月30日 https://liddell.tokyo/2019/05/30/ec プラットフォーム「for-sure-フォーシュア」β版サービ / ; 令和1年5月30日</p> <p>早期審査対象出願</p> <p>前置審査</p>	<p>(73) 特許権者 519219346 リデル株式会社 東京都渋谷区神宮前三丁目35番8号</p> <p>(74) 代理人 110001863 特許業務法人アテンダ国際特許事務所</p> <p>(72) 発明者 福田 晃一 東京都渋谷区神宮前三丁目35番8号 リデル株式会社内</p> <p>審査官 松田 岳士</p> <p>(56) 参考文献 国際公開第2018/232462 (WO, A1) 特開2008-234436 (JP, A)</p> <p style="text-align: right;">最終頁に続く</p>
---	--

(54) 【発明の名称】 電子商取引システム及びその商品販売方法並びにプログラム

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

商品提供者が提供する商品をネットワークを介して販売する電子商取引システムであって、

商品提供者が提供する商品の商品情報を当該商品提供者から受け付ける販売商品情報受付部と、

予め登録されたインフルエンサーからのアクセスに対して、販売商品情報受付部で受け付けた商品情報をインフルエンサーに提示して当該商品情報に係る商品をインフルエンサーに販売するための処理を行う第1の商品販売部と、

インフルエンサーが購入した商品の中からインフルエンサー以外の購入者である一般購入者に紹介する商品を当該インフルエンサーに選択させる商品選択部と、

一般購入者からのアクセスに対して、商品選択部によりインフルエンサーが選択した商品のみについて当該商品の商品情報を当該インフルエンサーに紐付けて一般購入者に提示して当該インフルエンサーが選択した商品のみを一般購入者に販売するための処理を行う第2の商品販売部とを備えた

ことを特徴とする電子商取引システム。

【請求項2】

前記商品選択部は、一般購入者への商品の紹介に関する紹介情報を当該商品に紐付けてインフルエンサーから受け付ける紹介情報受付部を備え、

前記第2の商品販売部は、商品選択部によりインフルエンサーが選択した商品の商品情

10

20

報とともに当該商品に紐付けられた紹介情報を一般購入者に提示することを特徴とする請求項 1 記載の電子商取引システム。

【請求項 3】

前記第 2 の商品販売部は、一のインフルエンサーについて当該インフルエンサーが選択した商品の一覧情報を一般購入者に提示する一覧表示部を備えた

ことを特徴とする請求項 1 又は 2 記載の電子商取引システム。

【請求項 4】

前記第 2 の商品販売部は、一の商品に係る商品情報とともに当該商品に紐付けられたインフルエンサーが選択した他の商品に係る商品情報を一般購入者に提示する

ことを特徴とする請求項 1 乃至 3 何れか 1 項記載の電子商取引システム。

10

【請求項 5】

前記第 2 の商品販売部により一般購入者に対する商品の販売処理が完了すると当該商品に紐付けられたインフルエンサーに対して報酬を付与する報酬付与部を備えた

ことを特徴とする請求項 1 乃至 4 何れか 1 項記載の電子商取引システム。

【請求項 6】

インフルエンサーが選択した商品についての販売処理を行う第 2 の商品販売部に対してネットワークを介してアクセスするためのアドレス情報を、当該インフルエンサーに提示するアドレス情報提示部を備えた

ことを特徴とする請求項 1 乃至 5 何れか 1 項記載の電子商取引システム。

【請求項 7】

商品提供者が提供する商品をネットワークを介して販売する電子商取引システムによる商品販売方法であって、

商品提供者が提供する商品の商品情報を当該商品提供者から受け付ける販売商品情報受付ステップと、

予め登録されたインフルエンサーからのアクセスに対して、販売商品情報受付ステップで受け付けた商品情報をインフルエンサーに提示して当該商品情報に係る商品をインフルエンサーに販売するための処理を行う第 1 の商品販売ステップと、

インフルエンサーが購入した商品の中からインフルエンサー以外の購入者である一般購入者に紹介する商品を当該インフルエンサーに選択させる商品選択ステップと、

一般購入者からのアクセスに対して、商品選択ステップによりインフルエンサーが選択した商品 のみについて当該商品の商品情報を当該インフルエンサーに紐付けて一般購入者に提示して当該 インフルエンサーが選択した商品のみを一般購入者に販売するための処理を行う第 2 の商品販売ステップとを備えた

20

30

ことを特徴とする電子商取引システムにおける商品販売方法。

【請求項 8】

コンピュータを請求項 1 乃至 6 何れか 1 項記載の電子商取引システムの各部として機能させる

ことを特徴とする電子商取引プログラム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

40

【0001】

本発明は、ネットワークを介して商取引を行う電子商取引システムに関する。

【背景技術】

【0002】

従来より、EC (Electronic Commerce) サイトなど、インターネットを介して商品の取り引きを行う電子商取引が一般的に利用されている。EC サイトは、例えば特許文献 1 に示すように、商品の提供者の端末及び商品の購入者の端末から通信可能にインターネット上に配備されている。EC サイトは、商品の提供者に対しては、提供商品に関する各種情報の管理機能、販売情報の管理機能、商品の配送支援機能、商品販売の決済機能等を提供する。一方、EC サイトは、商品の購入者に対しては、商品の検索機能、商品の購入機

50

能等を提供する。

【0003】

このような電子商取引では、商品販売を促進するための種々の仕組みが考えられている。例えば、前記特許文献1に記載されたシステムでは、商品を購入するユーザに対して商品購入毎にポイントを付与し、当該ポイントに応じた代金の割引等を行うことにより販売促進を図っている。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0004】

【特許文献1】特開2002-259792号公報

10

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0005】

しかし、従来のECサイトでは、購入者が閲覧する各商品の商品情報は商品の提供者により提供されるもののみであり、購入者の購入意欲を刺激するには十分ではなかった。そこで、近年のECサイトでは、各商品について他の購入者によるコメントを入力・表示する機能を設けることが普及してきている。当該コメントは商品の比較検討を行うには有益ではあるもの、当該コメントはあくまで一般購入者により入力されたものであり、内容の信頼性が保証されたものではない。このため、購入者の購入意欲を刺激するには十分ではなかった。

20

【0006】

本発明は上記事情に鑑みてなされたものであり、その目的とするところは、購入者の購買意欲を大きく刺激することができ高い販売促進効果が得られる電子商取引システム及びその販売方法並びにプログラムを提供することにある。

【課題を解決するための手段】

【0007】

上記目的を達成するために、本願発明は、商品提供者が提供する商品をネットワークを介して販売する電子商取引システムであって、商品提供者が提供する商品の商品情報を当該商品提供者から受け付ける販売商品情報受付部と、予め登録されたインフルエンサーからのアクセスに対して、販売商品情報受付部で受け付けた商品情報をインフルエンサーに提示して当該商品情報に係る商品をインフルエンサーに販売するための処理を行う第1の商品販売部と、インフルエンサーが購入した商品の中からインフルエンサー以外の購入者である一般購入者に紹介する商品を当該インフルエンサーに選択させる商品選択部と、一般購入者からのアクセスに対して、商品選択部によりインフルエンサーが選択した商品のみについて当該商品の商品情報を当該インフルエンサーに紐付けて一般購入者に提示して当該インフルエンサー場が選択した商品のみを一般購入者に販売するための処理を行う第2の商品販売部とを備えたことを特徴とする。

30

【発明の効果】

【0008】

本発明によれば、電子商取引システムにより一般購入者に販売される商品はインフルエンサーにより実際に購入され且つ当該インフルエンサーに紹介された商品なので、一般購入者の購買意欲を大きく刺激し、販売促進が図られる。また、一般購入者に対する商品に関する情報を商品提供者だけでなくインフルエンサーにより周知できるので、広告効果が高く販売促進が図られる。

40

【図面の簡単な説明】

【0009】

【図1】電子商取引システムを用いたビジネスモデルを説明する図

【図2】電子商取引サーバの機能ブロック図

【図3】商品提供者DBのデータ構造の一例

【図4】インフルエンサーDBのデータ構造の一例

50

- 【図5】一般購入者DBのデータ構造の一例
- 【図6】提供商品情報DBのデータ構造の一例
- 【図7】紹介商品情報DBのデータ構造の一例
- 【図8】販売情報DBのデータ構造の一例
- 【図9】商品紹介処理においてインフルエンサー端末に表示された一覧画面の一例
- 【図10】商品紹介処理においてインフルエンサー端末に表示された入力画面の一例
- 【図11】商品販売処理において一般購入者端末に表示された一覧画面の一例
- 【図12】商品販売処理において一般購入者端末に表示された個別画面の一例
- 【図13】販売処理の流れを説明するシーケンスチャート(1/2)
- 【図14】販売処理の流れを説明するシーケンスチャート(2/2)

10

【発明を実施するための形態】

【0010】

本発明の一実施の形態に係る電子商取引システムについて図面を参照して説明する。

【0011】

[用語の説明]

本願において「運営者」とは、本願に係る電子商取引システムを用いて電子商取引サービスを実施する者を意味する。「管理者」とは、後述する電子商取引装置を管理する者を意味する。「運営者」と「管理者」とは同一の者であっても異なるものであってもよい。本実施の形態では、「運営者」と「管理者」は同一の者であるものとする。

【0012】

20

また、「商品提供者」とは、商品を提供する企業や組織などであって、本願に係る電子商取引システムを用いて商品の販売する者を意味する。本願発明では、電子商取引システムを用いて商品提供者から提供商品を購入する購入者として、「インフルエンサー」と「一般購入者」の二者がいる。

【0013】

「インフルエンサー」とは、一般的には世間に与える影響力が大きい者を意味する。本発明では、「インフルエンサー」としては、特にSNS(Social Networking Service)のアカウントを有するSNS利用者であって、SNSを介して世間に与える影響力が大きい者であることが好ましい。当該影響力の大小については特に規定されるものではないが、例えば、当該インフルエンサーのフォロワー数の大小により規定してもよいし、当該イン 30
 フルエンサーについて運営者や管理者が独自の審査基準により規定してもよい。なお、「フォロワー」とは、SNSにおいてアカウントAに投稿された投稿コンテンツがアカウントBに伝搬されるように設定されている場合における、アカウントAからみたアカウントBを意味する。インフルエンサーがSNSに投稿したコンテンツは、インフルエンサーのフォロワーに対して公開されるだけでなく、当該フォロワーのフォロワーに対して再投稿や引用や評価等が連鎖的に繰り返し行われることにより、広く一般に拡散される。SNSの具体例としては、Twitter(登録商標)、Instagram(登録商標)、Facebook(登録商標)などが挙げられる。

【0014】

「一般購入者」とは、電子商取引システムを用いて当該電子商取引システムで取り扱わ 40
 れている商品を購入する者であって、前述のインフルエンサー以外のものを意味する。

【0015】

[本願発明の概要]

図1を参照して本発明に係る電子商取引システムの概要についてビジネス的側面から説明する。図1は、本発明に係る電子商取引システムを用いたビジネスモデルを説明する図である。

【0016】

本発明に係る電子商取引システムを用いたビジネスモデルでは、まず商品提供者1が、運営者2に対して商品を提供(出品)する(ステップS1)。インフルエンサー3は、電子商取引サーバ100を用いて商品提供者1が提供する商品(以下「提供商品」と言う。 50

)を購入する(ステップS2)。商品提供者1は、インフルエンサー3に対して商品を発送する(ステップS3, S4)。商品の配送は、図1の例では、商品提供者1が運営者2の倉庫2aに対して商品を入庫し(ステップS3)、運営者2が倉庫2aからインフルエンサー3に対して配送する(ステップS4)。なお、商品提供者1からインフルエンサー3への配送は運営者2を介することなく直接配送してもよい。

【0017】

次に、インフルエンサー3は、電子商取引サーバ100を用いて、自身が購入した商品の中から一般購入者4に紹介する商品(以下「紹介商品」という。)を選択する(ステップS5)。インフルエンサー3は、任意の手段により、自信が購入した商品を一般購入者4に紹介する。紹介する手段としては、特に、SNSを用いると好適である。すなわち、インフルエンサー3は、SNSサーバ200に対して商品を紹介するお知らせ(コンテンツ)を投稿する(ステップS6)。インフルエンサー3からのお知らせは、SNSサーバ200により一般購入者4に対して伝搬される(ステップS7)。なお、商品の紹介は、ブログなどの他の電子メディアや、テレビ・ラジオ等のマスメディア、書籍・雑誌などを介して行うようにしてもよい。

10

【0018】

一般購入者4は、電子商取引サーバ100を用いて、商品提供者1が提供する提供商品であって、インフルエンサー3により紹介された商品を購入する(ステップS8)。商品提供者1は、一般購入者4に対して商品を発送する(ステップS9, S10)。商品の配送は、図1の例では、商品提供者1が運営者2の倉庫2aに対して商品を入庫し(ステップS9)、運営者2が倉庫2aから一般購入者4に対して配送する(ステップS10)。なお、商品提供者1から一般購入者4への配送は運営者2を介することなく直接配送してもよい。

20

【0019】

なお、本発明では、電子商取引サーバ100を用いた電子商取引における販売処理・決済処理・配送処理の手段については、従来周知のものと同様である。なお、決済処理において、インフルエンサー3が支払った代金は、運営者2の手数料を差し引いて、商品提供者1に振り込まれる。また、一般購入者4の支払った代金は、運営者2の手数料を差し引くとともに、一般購入者4が購入した商品を紹介したインフルエンサー3への報酬を差し引いて、商品提供者1に振り込まれる。

30

【0020】

[システム構成]

次に、本発明の一実施の形態に係る電子商取引システムのシステム構成について図2を参照して説明する。

【0021】

電子商取引システムは、図2に示すように、電子商取引サーバ100と、管理者が使用する管理者端末10と、商品提供者1が使用する商品提供者端末20と、インフルエンサー3が使用するインフルエンサー端末30と、一般購入者4が使用する一般購入者端末40とを備えている。電子商取引サーバ100は、インターネットやLAN(Local Area Network)などの図示しないネットワークを介して、管理者端末10、商品提供者端末20、インフルエンサー端末30、一般購入者端末40と通信可能である。また、少なくともインフルエンサー端末30及び一般購入者端末40は、インターネットを介して任意のSNSサーバ200と通信可能である。

40

【0022】

管理者端末10、商品提供者端末20、インフルエンサー端末30、一般購入者端末40は、PC(Personal Computer)や、スマートフォンなどの携帯通信端末などの周知の情報処理端末により実現される。

【0023】

電子商取引サーバ100は、図2に示すように、商品提供者DB101と、インフルエンサーDB102と、一般購入者DB103と、提供商品情報DB104と、紹介商品情報

50

報DB105と、販売情報DB106と、商品提供者用インタフェース110と、インフルエンサー用インタフェース120と、一般購入者用インタフェース130と、管理者用インタフェース140とを備えている。

【0024】

電子商取引サーバ100は、汎用サーバ装置など周知の情報処理装置により構成される。電子商取引サーバ100の実装形態は不問であり、例えば各部を複数のハードウェア装置に分散して実装してもよい。典型的には、電子商取引サーバ100は、インターネット上に配備されたクラウドサーバに実装される。電子商取引サーバ100は、例えば、コンピュータにプログラムをインストールすることにより実装される。

【0025】

商品提供者DB101のデータ構造の一例について図3を参照して説明する。商品提供者DB101は、商品提供者1に関する各種情報を記憶するものであり、図3に示すように、商品提供者1を一意に識別する商品提供者ID、パスワード等の認証情報、名前、住所、メールアドレス、商品の返送先住所など商品提供者の属性情報を記憶する。

【0026】

インフルエンサーDB102のデータ構造の一例について図4を参照して説明する。インフルエンサーDB102は、インフルエンサー3に関する各種情報を記憶するものであり、図4に示すように、インフルエンサー3を一意に識別するインフルエンサーID、パスワード等の認証情報、名前、住所、電話番号、メールアドレス、性別、生年月日、クレジットカード情報など商品購入時の決済情報、商品購入時の配送先などインフルエンサー3の属性情報を記憶する。

【0027】

また、インフルエンサーDB102は、インフルエンサー3が利用する各SNSにおけるアカウント(ユーザID)、当該アカウントのフォロワー数など、インフルエンサー3のSNS情報を記憶する。SNS情報は、複数のSNSについて記憶することができる。

【0028】

また、インフルエンサーDB102は、現在の報酬金残高、出金履歴情報、本電子商取引システムにおけるインフルエンサー3のステータス情報などを記憶する。ここで、ステータス情報は、インフルエンサー3の登録状況を示す情報であり、例えば、「審査前」、「承認」、「却下」というステータスから選択される。

【0029】

一般購入者DB103のデータ構造の一例について図5を参照して説明する。一般購入者DB103は、一般購入者4に関する各種情報を記憶するものであり、図5に示すように、一般購入者4を一意に識別する一般購入者ID、パスワード等の認証情報、名前、住所、電話番号、メールアドレス、性別、生年月日、クレジットカード情報など商品購入時の決済情報、商品購入時の配送先など一般購入者4の属性情報を記憶する。

【0030】

提供商品情報DB104のデータ構造の一例について図6を参照して説明する。提供商品情報DB104は、商品提供者端末20から受け付けた提供商品に関する各種情報を記憶するものであり、図6に示すように、提供商品を一意に識別する提供商品ID、その商品を提供する商品提供者1の商品提供者ID、ブランド名、商品カテゴリー、商品名、商品価格、商品画像、在庫数等の商品情報を記憶する。

【0031】

紹介商品情報DB105のデータ構造の一例について図7を参照して説明する。紹介商品情報DB105は、商品提供者1が提供する提供商品であって、インフルエンサー3が購入した商品の中から一般購入者4に紹介する紹介商品に関する各種情報を記憶するものであり、図7に示すように、紹介商品を一意に識別する紹介商品ID、当該紹介商品の商品提供ID、商品を紹介したインフルエンサー3のインフルエンサーID、インフルエンサー3により入力される紹介商品情報である紹介文や紹介用画像、紹介日時、紹介商品についての販売状況のステータス等の属性情報を記憶する。すなわち、紹介商品情報DB1

10

20

30

40

50

05には、紹介商品情報がインフルエンサー3と紐付けて記憶されている。ここで、紹介商品についての販売状況のステータスは、例えば、「販売中」、「一時停止中」、「在庫無し」というステータスから選択される。

【0032】

販売情報DB106のデータ構造の一例について図8を参照して説明する。販売情報DB106に記憶される販売情報は、商品提供者1の提供する商品の販売履歴を含む。販売情報は、インフルエンサー3に対する商品販売の販売履歴と、一般購入者4に対する商品販売の販売履歴の双方を含む。販売情報DB106は、図8に示すように、販売情報を一意に識別する販売情報ID、販売した提供商品ID、一般購入者4に対する商品販売の場合には当該商品の紹介商品ID、販売日時、購入者情報として購入者のID（インフルエンサー3の場合にはインフルエンサーID、一般購入者4の場合には一般購入者ID）、販売した商品の商品価格、実際に販売した際の販売価格、決済方法、販売状況のステータス等の販売情報を記憶する。ここで、販売状況のステータスは、例えば、「発送済み」、「キャンセル」などのステータスから選択される。

10

【0033】

商品提供者用インタフェース110は、商品提供者端末20とのインタフェースである。商品提供者用インタフェース110と商品提供者端末20との間のインタフェース形態は不問である。本実施の形態では、Webインタフェースにより両者間の通信を実現している。このため、商品提供者端末20は、周知のWebブラウザが実装された汎用的な情報処理端末であればよい。

20

【0034】

商品提供者用インタフェース110は、図2に示すように、提供商品情報受付部111と、商品提供者用管理部119とを備えている。また、商品提供者用インタフェース110は、図示しない認証処理部を備えており、商品提供者DB101を参照して商品提供者1の認証処理を行う。

【0035】

提供商品情報受付部111は、商品提供者端末20から提供商品の商品情報を受け付ける。提供商品情報受付部111は、提供商品の商品情報を受け付けると、当該提供商品に提供商品IDを付与し、商品提供者IDとともに当該商品情報を提供商品情報DB104に記憶する。

30

【0036】

商品提供者用管理部119は、商品提供者1及びその商品販売に関するその他の各種機能を提供する。例えば、販売情報の閲覧・集計処理や、運営者2に対する販売商品の出荷指示等の機能を提供する。

【0037】

インフルエンサー用インタフェース120は、インフルエンサー端末30とのインタフェースである。インフルエンサー用インタフェース120とインフルエンサー端末30との間のインタフェース形態は不問である。本実施の形態では、インフルエンサー端末30にインストールした専用アプリケーションにより両者間の通信を実現している。このため、インフルエンサー端末30は、周知の汎用的な情報処理端末に専用アプリケーションをインストールしている。

40

【0038】

インフルエンサー用インタフェース120は、図2に示すように、インフルエンサー用販売処理部121と、商品紹介処理部122と、インフルエンサー用管理部129とを備えている。また、インフルエンサー用インタフェース120は、図示しない認証処理部を備えており、インフルエンサーDB102を参照してインフルエンサー3の認証処理を行う。

【0039】

インフルエンサー用販売処理部121は、提供商品情報DB104に商品情報が記憶されている提供商品であって在庫があるものを、インフルエンサー3に対して販売する処理

50

を行う。当該販売処理には、従来周知のものと同様である。インフルエンサー用販売処理部 1 2 1 は、インフルエンサー 3 に対する販売処理を行うと、当該販売について販売情報 DB 1 0 6 に販売情報を記憶する。

【 0 0 4 0 】

商品紹介処理部 1 2 2 は、インフルエンサー 3 が購入した商品の中から一般購入者 4 に紹介する商品を当該インフルエンサー 3 に選択させるとともに、当該商品の紹介に係る紹介情報を入力させる機能を有する。

【 0 0 4 1 】

具体的には、商品紹介処理部 1 2 2 は、販売情報 DB 1 0 6 及び提供商品情報 DB 1 0 4 を参照して、インフルエンサー 3 が購入した商品の情報の一覧を当該インフルエンサー 10 端末 3 0 に提示する。インフルエンサー 3 0 に表示された一覧画面の一例を図 9 に示す。図 9 に示すように、一覧画面 3 0 0 は、インフルエンサー 3 が購入した各商品の商品情報 3 0 1 を含む。インフルエンサー 3 は、当該一覧画面に表示された商品のうち、まだ紹介していない商品、すなわち紹介商品情報 DB 1 0 5 に登録されていない商品をインフルエンサー 3 0 の入力手段を用いて選択することにより、一般購入者 4 に対して紹介した商品を選択する。一覧画面 3 0 0 においてインフルエンサー 3 が何れかの商品を選択すると、商品紹介処理部 1 2 2 は、紹介商品についての紹介情報を入力する処理に移行する。

【 0 0 4 2 】

インフルエンサー 3 0 に表示された入力画面の一例を図 1 0 に示す。図 1 0 に示すように、入力画面 3 1 0 は、選択された商品について提供商品情報 DB 1 0 4 に記憶されている商品情報 3 1 1 を含むとともに、紹介情報を入力するための入力領域 3 1 2 を含む。図 1 0 の例では、入力画面 3 1 0 の入力領域 3 1 2 は、紹介文を入力するテキストボックスや、紹介用の画像をアップロードするボタンや、アップロードされた画像を表示する紹介用画像表示領域を含む。 20

【 0 0 4 3 】

入力画面 3 1 0 は、商品紹介処理部 1 2 2 への入力情報の送信を指示するとともに、当該紹介商品の販売開始を指示するための販売開始ボタン 3 1 3 を含む。インフルエンサー 3 が販売開始ボタン 3 1 3 を押下すると、インフルエンサー 3 により入力された入力情報は商品紹介処理部 1 2 2 に送信される。商品紹介処理部 1 2 2 は、紹介商品についての販売 30 状況のステータスを「販売中」として、受信した入力情報を紹介商品情報 DB 1 0 5 にデータを記憶する。

【 0 0 4 4 】

また、入力画面 3 1 0 は、既に販売を開始している紹介商品の販売停止を指示するための販売停止ボタン 3 1 4 を含む。インフルエンサー 3 が販売停止ボタン 3 1 4 を押下すると、入力情報は商品紹介処理部 1 2 2 に送信される。商品紹介処理部 1 2 2 は、受信した入力情報に基づき、紹介商品情報 DB 1 0 5 の紹介商品についての販売状況のステータスを「一時停止」に更新するとともに、必要に応じて他の情報を更新する。

【 0 0 4 5 】

なお、図 9 に示す一覧画面 3 0 0 は、リンクボタン 3 0 2 を含む。インフルエンサー 3 40 がリンクボタン 3 0 2 を押下すると、インフルエンサー 3 0 のクリップボードに、当該インフルエンサー 3 が紹介した商品の一覧画面にアクセスするためのアドレス情報が記憶される。このアドレス情報に基づく紹介商品の一覧画面の表示機能は、後述する一般購入者用インタフェース 1 3 0 の一般購入者用販売処理部 1 3 1 により実現される。

【 0 0 4 6 】

また、図 1 0 に示す入力画面 3 1 0 は、リンクボタン 3 1 5 と、SNS 投稿ボタン 3 1 6 とを含む。インフルエンサー 3 がリンクボタン 3 1 5 を押下すると、インフルエンサー 50 端末 3 0 のクリップボードに、当該紹介商品の個別画面にアクセスするためのアドレス情報が記憶される。このアドレス情報に基づく紹介商品の個別画面の表示機能は、後述する一般購入者用インタフェース 1 3 0 の一般購入者用販売処理部 1 3 1 により実現される。

また、インフルエンサー3がSNS投稿ボタン316を押下すると、SNSサーバ200に投稿するためのSNS投稿画面(図示省略)が表示される。当該SNS投稿画面には、投稿内容として、入力情報の一部又は全部が既定値として予め入力された状態になっている。SNS投稿画面には投稿ボタンが含まれており、これを押下することによりSNS投稿画面への投稿内容がSNSサーバ200に送信される。これにより、SNSサーバ200への投稿が容易となる。

【0047】

インフルエンサー用管理部129は、インフルエンサー及びその紹介処理に関するその他の各種機能を提供する。例えば、インフルエンサー情報の登録・編集・閲覧機能、報酬金の出金申請機能を提供する。各機能は、主として、インフルエンサーDB102に対して情報処理を行う。

10

【0048】

一般購入者用インタフェース130は、一般購入者端末40とのインタフェースである。一般購入者用インタフェース130と一般購入者端末40との間のインタフェース形態は不問である。本実施の形態では、Webインタフェース又は一般購入者端末40にインストールした専用アプリケーションにより両者間の通信を実現している。一般購入者端末40は、汎用的な情報処理端末に専用アプリケーションをインストールしてもよいし、汎用的な情報処理端末のブラウザ機能を用いてもよい。

【0049】

一般購入者用インタフェース130は、図2に示すように、一般購入者用販売処理部131と、一般購入者用管理部139とを備えている。また、一般購入者用インタフェース130は、図示しない認証処理部を備えており、一般購入者DB103を参照してインフルエンサーの認証処理を行う。

20

【0050】

一般購入者用販売処理部131は、提供商品情報DB104に商品情報が記憶されている提供商品であって、インフルエンサー3により紹介されたもの、すなわち紹介商品情報DB105に紹介情報が記憶されており、且つ、その販売状況のステータスが「販売中」の紹介商品を、一般購入者4に対して販売する処理を行う。一般購入者用販売処理部131は、一般購入者4に対する販売処理を行うと、当該販売について販売情報DB106に販売情報を記憶する。

30

【0051】

一般購入者用販売処理部131は、販売処理において、一般購入者端末40に対して、紹介商品情報DB105に記憶されている紹介商品の一覧を提示する。一般購入者端末40に表示された一覧画面の一例を図11に示す。図11に示すように、一覧画面400は、紹介商品401毎に、紹介商品情報DB105に記憶されている紹介情報や、提供商品情報DB104に記憶されている商品情報から適宜選択された情報が表示される。ここで、画像情報としては、紹介商品情報DB105に記憶されている画像を用いると好適である。なお、本願発明では、同一の提供商品に対して、複数のインフルエンサー3がそれぞれ紹介することができる。したがって、一覧画面400では、同一の提供商品について、異なるインフルエンサー3による紹介商品であるものとして複数列挙されうる点に留意されたい。また、同一の提供商品であっても、インフルエンサー3によって紹介情報の内容は異なる。このため、一覧画面400では、同一の提供商品であっても、表示内容が紹介者であるインフルエンサー3によって異なる点に留意されたい。また、各紹介商品401には、当該商品を紹介したインフルエンサー3の名前402が含まれる。

40

【0052】

一般購入者用販売処理部131は、一般購入者端末40に対して、紹介商品情報DB105に記憶されている紹介商品の一覧を提示する機能の一部として、周知の検索機能や絞り込み機能を更に備える。ここで、検索又は絞り込み機能のキーとしては、少なくとも、「インフルエンサー」を指定できる。前述した図9に示す一覧画面300のリンクボタン302を押下することにより得られるアドレス情報を用いたアクセスに対しては、当該「

50

インフルエンサー」を指定した検索又は絞り込みを機能させた状態で、紹介商品の一覧を提示する。

【 0 0 5 3 】

一般購入者端末 4 0 により一覧画面 4 0 0 において紹介商品 4 0 1 の 1 つが選択されると、一般購入者用販売処理部 1 3 1 は、当該紹介商品 4 0 1 の個別画面を一般購入者端末 4 0 に提示する。一般購入者端末 4 0 に表示された個別画面の一例を図 1 2 に示す。図 1 2 に示すように、個別画面 4 1 0 は、紹介商品情報 DB 1 0 5 に記憶されている紹介情報 4 1 1 や、提供商品情報 DB 1 0 4 に記憶されている商品情報 4 1 2 を含む。また、個別画面 4 1 0 は、当該紹介商品を紹介したインフルエンサー 3 が紹介した他の紹介商品の紹介商品情報や提供商品情報の一覧 4 1 3 を含む。前述した図 1 0 に示す入力画面 3 1 0 のリンクボタン 3 1 5 を押下することによりアドレス情報を用いたアクセスに対しては、本個別画面 4 1 0 を提示する。

10

【 0 0 5 4 】

また、一般購入者端末 4 0 に提示する個別画面 4 1 0 は、当該紹介商品の販売処理を行うための販売ボタン 4 1 4 を含む。当該販売ボタン 4 1 4 が押下されると、一般購入者用販売処理部 1 3 1 は、当該紹介商品の販売処理を行う。当該販売処理の詳細な処理については従来周知のものと同様である。

【 0 0 5 5 】

一般購入者用販売処理部 1 3 1 は、一般購入者 4 に対する紹介商品の販売処理が完了すると、当該紹介商品を紹介した（当該紹介商品に紐付けられた）インフルエンサー 3 に対して報酬を付与する処理を行う。具体的には、一般購入者用販売処理部 1 3 1 は、所定の報酬算出ルールにしたがって報酬金額を算出し、当該報酬金額をインフルエンサー DB 1 0 2 の報酬残高に追加する。報酬算出ルールについては不問である。例えば、販売金額に所定の係数を乗じて算出する方法などが挙げられる。

20

【 0 0 5 6 】

一般購入者用管理部 1 3 9 は、一般購入者 4 に関するその他の各種機能を提供する。例えば、一般購入者情報の登録・編集・閲覧機能を提供する。各機能は、主として、一般購入者 DB 1 0 3 に対して情報処理を行う。

【 0 0 5 7 】

管理者用インタフェース 1 4 0 は、図 2 に示すように、管理者用管理部 1 4 9 を備えている。また、管理者用インタフェース 1 4 0 は、図示しない認証処理部を備えており、管理者の認証処理を行う。

30

【 0 0 5 8 】

管理者用管理部 1 4 9 は、商品提供者 DB 1 0 1、インフルエンサー DB 1 0 2、一般購入者 DB 1 0 3、提供商品情報 DB 1 0 4、紹介商品情報 DB 1 0 5、販売情報 DB 1 0 6 に対する各種情報の登録・編集・閲覧機能など、システム全体の各種管理機能を提供する。

【 0 0 5 9 】

特に、管理者用管理部 1 4 9 は、インフルエンサー DB 1 0 2 の報酬金残高や出金履歴情報を参照して、報酬金の出金申請を管理者端末 1 0 に提示し、出金処理を行う機能を提供する。

40

【 0 0 6 0 】

[販売処理の流れ]

次に、本実施の形態に係る電子商取引システムを用いた販売処理の流れについて図 1 3 及び 1 4 を参照して説明する。図 1 3 及び図 1 4 は電子商取引システムを用いた販売処理の流れを説明するシーケンスチャートである。

【 0 0 6 1 】

販売処理に先立ち、まず、商品提供者 1 が商品提供者端末 2 0 を用いて提供商品についての商品情報を電子商取引サーバ 1 0 0 に送信する（ステップ S 1 0 1）。電子商取引サーバ 1 0 0 は、受け付けた提供商品情報を提供商品情報 DB 1 0 4 に記憶する。

50

【 0 0 6 2 】

次に、インフルエンサー 3 が商品を購入する段階について説明する。インフルエンサー 3 がインフルエンサー端末 30 を用いて電子商取引サーバ 100 にアクセスすると、電子商取引サーバ 100 は商品提供者 1 が提供する提供商品の情報をインフルエンサー端末 30 に提示し（ステップ S 102）、インフルエンサー端末 30 と電子商取引サーバ 100 との間で提供商品の販売処理を行う（ステップ S 103）。電子商取引サーバ 100 は、当該販売処理について販売情報を販売情報 DB 106 に記憶する。当該販売処理に応じて商品提供者 1 からインフルエンサー 3 に対して商品が配送される（ステップ S 104）。

【 0 0 6 3 】

次に、インフルエンサー 3 が商品を紹介する段階について説明する。インフルエンサー 3 がインフルエンサー端末 30 を用いて電子商取引サーバ 100 にアクセスすると、電子商取引サーバ 100 はインフルエンサー端末 30 に対して当該インフルエンサー 3 が購入した商品の一覧を提示する（ステップ S 105）。インフルエンサー 3 は、購入商品の中から一般購入者 4 に紹介したい商品を選択し（ステップ S 106）、当該紹介商品についての紹介情報を入力する（ステップ S 107）。電子商取引サーバ 100 は、当該紹介商品についての紹介情報を紹介商品情報 DB 105 に記憶する。また、インフルエンサー 3 は、インフルエンサー端末 30 を用いて SNS サーバ 200 に対して紹介商品に関する投稿を行う（ステップ S 108）。当該投稿は SNS サーバ 200 を介して一般購入者端末 40 に伝搬する（ステップ S 109）。

【 0 0 6 4 】

次に、一般購入者 4 が商品を購入する段階について説明する。一般購入者 4 が一般購入者端末 40 を用いて電子商取引サーバ 100 にアクセスすると、インフルエンサー 3 が紹介した紹介商品についての商品情報を一般購入者端末 40 に提示する（ステップ S 110）。ここで一般購入者端末 40 に提示する商品情報は、提供商品情報 DB 104 に記憶されている情報と、紹介商品情報 DB 105 に記憶されている情報を含む。そして、一般購入者端末 40 と電子商取引サーバ 100 との間で紹介商品の販売処理を行う（ステップ S 111）。電子商取引サーバ 100 は、当該販売処理について販売情報を販売情報 DB 106 に記憶する。また、電子商取引サーバ 100 は、当該販売に係る紹介商品に紐付けられたインフルエンサー 3 に対して報酬を付与する処理を行う（ステップ S 112）。一方、当該販売処理に応じて商品提供者 1 から一般購入者 4 に対して商品が配送される（ステップ S 113）。

【 0 0 6 5 】

次に、インフルエンサー 3 が報酬を取得する段階について説明する。インフルエンサー 3 はインフルエンサー端末 30 を用いて電子商取引サーバ 100 にアクセスし、報酬の振り込み依頼を行う（ステップ S 114）。運営者 2 は、インフルエンサー DB 102 を参照してインフルエンサー 3 の金融機関情報を取得し、当該金融機関の口座に報酬金を振り込む（ステップ S 115）。

【 0 0 6 6 】

本実施の形態に係る電子商取引システムによれば、一般購入者 4 に販売される商品はインフルエンサー 3 により実際に購入され且つ当該インフルエンサー 3 によって紹介された商品なので、一般購入者 4 の購買意欲を大きく刺激し、販売促進が図られる。また、一般購入者 4 に対する商品に関する情報を商品提供者 1 だけでなくインフルエンサー 3 により周知できるので、広告効果が高く販売促進が図られる。

【 0 0 6 7 】

以上、本発明の一実施の形態について詳述したが、本発明は上記実施の形態に限定されるものではなく、本発明の主旨を逸脱しない範囲において、種々の改良や変更をしてもよい。

【 0 0 6 8 】

例えば、上記実施の形態では、本電子商取引システムを利用できるインフルエンサーの条件については特に設定していないが、所定の条件を満たすインフルエンサーのみが本電

10

20

30

40

50

子商取引システムを利用できるようにしてもよい。例えば、SNSサーバ200においてフォロワー数が所定数以上であるインフルエンサーのみに限定することなどが考えられる。

【0069】

また、上記実施の形態では、一般購入者4は電子商取引サーバ100に登録した場合のみ商品を購入可能としているが、電子商取引サーバ100に登録しない形態であっても本発明を実施できる。

【0070】

また、上記実施の形態では、SNSサーバ200による情報拡散効果を有効に活用すべくインフルエンサー3はSNSサーバ200のアカウントを有している者としたが、SNSサーバ200のアカウントを有さない者も本電子商取引システムのインフルエンサー3に含まれていてもよい。

10

【0071】

また、上記実施の形態における一般購入者用販売処理部131の機能として、インフルエンサー3と一般購入者4との間のコミュニケーション機能を追加してもよい。具体的には、図12に示す紹介商品の個別画面410において、一般購入者4から質問やコメントを受け付け・表示するとともに、当該紹介商品に紐付けられたインフルエンサー3から回答やコメントを受け付け・表示するようにすると好適である。

【0072】

また、上記実施の形態では、インフルエンサー3への報酬の算出ルールとして、販売金額に所定の係数を乗じて算出する方法を例示したが、他の報酬算出ルールであっても本発明を実施できる。例えば、紹介商品の販売毎に所定の金額を報酬金として付与してもよい。また例えば、前記所定係数や前記所定係数を、インフルエンサー3の紹介商品が販売された累計により動的に変動させるようにしてもよい。このように動的に報酬金を変動させるよう処理することにより、インフルエンサー3に対して商品の購買や紹介の意欲を促進させることができる。

20

【0073】

また、上記実施の形態では、商品提供者1の提供する商品は、一旦、運営者2の倉庫2aに在庫として納入された後に、商品販売毎に倉庫2aから配送する形態としたが、商品提供者1から直接配送するようにしてもよい。

30

【符号の説明】

【0074】

- 1 ... 商品提供者
- 2 ... 運営者
- 2 a ... 倉庫
- 3 ... インフルエンサー
- 4 ... 一般購入者
- 1 0 ... 管理者端末
- 2 0 ... 商品提供者端末
- 3 0 ... インフルエンサー 端末
- 4 0 ... 一般購入者 端末
- 1 0 0 ... 電子商取引サーバ
- 1 0 1 ... 商品提供者 D B
- 1 0 2 ... インフルエンサー D B
- 1 0 3 ... 一般購入者 D B
- 1 0 4 ... 提供商品情報 D B
- 1 0 5 ... 紹介商品情報 D B
- 1 0 6 ... 販売情報 D B
- 1 1 0 ... 商品提供者用インタフェース
- 1 1 1 ... 提供商品情報 受付部

40

50

- 1 1 9 ... 商品提供者用管理部
- 1 2 0 ... インフルエンサー用インタフェース
- 1 2 1 ... インフルエンサー用販売処理部
- 1 2 2 ... 商品紹介処理部
- 1 2 9 ... インフルエンサー用管理部
- 1 3 0 ... 一般購入者用インタフェース
- 1 3 1 ... 一般購入者用販売処理部
- 1 3 9 ... 一般購入者用管理部
- 1 4 0 ... 管理者用インタフェース
- 1 4 9 ... 管理者用管理部
- 2 0 0 ... SNSサーバ

10

【要約】 (修正有)

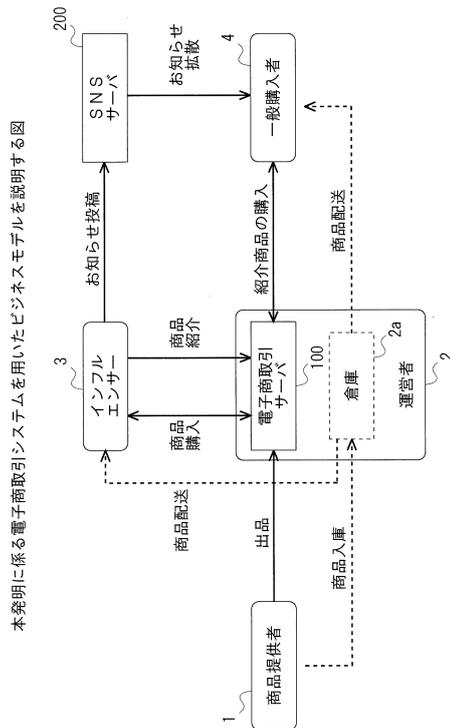
【課題】購入者の購買意欲を大きく刺激することができ高い販売促進効果が得られる電子商取引システム及びその販売方法並びにプログラムを提供する。

【解決手段】電子商取引システムにおける電子商取引サーバ100は、商品提供者が提供する商品の商品情報を商品提供者から受け付ける販売商品情報受付部111と、受け付けた商品情報をインフルエンサーに提示して商品情報に係る商品をインフルエンサーに販売するための処理を行うインフルエンサー用販売処理部121と、インフルエンサーが購入した商品の中から一般購入者に紹介する商品をインフルエンサーに選択させる商品紹介処理部122と、商品紹介処理部122によりインフルエンサーが選択した商品の商品情報をインフルエンサーに紐付けて一般購入者に提示して商品を一般購入者に販売するための処理を行う一般購入者用販売処理部131を備える。

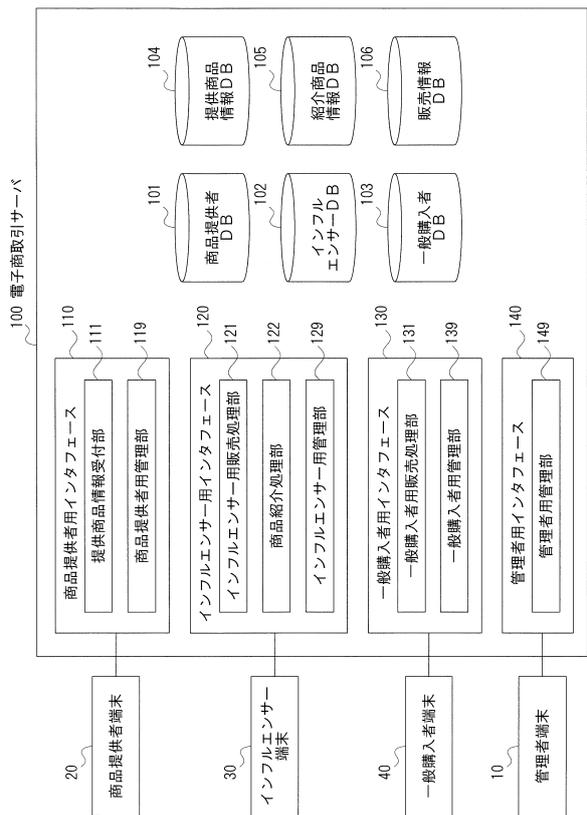
20

【選択図】図2

【図1】



【図2】



【図7】

紹介商品情報DBのデータ構造の一例

紹介商品ID	提供商品ID	インフルエンサーID	紹介文	紹介用画像	紹介日	ステータス
A001	C001	0001	このシャツは、...	xxxx.jpg	2019.06.10	販売中
A002	C002	0001	新しいスニーカーを...	yyyy.jpg	2019.06.20	一時停止中
A003	C001	0002	おしやれなデザイン...	zzz1.jpg, zzz2.jpg	2019.07.01	在庫無し
...

【図8】

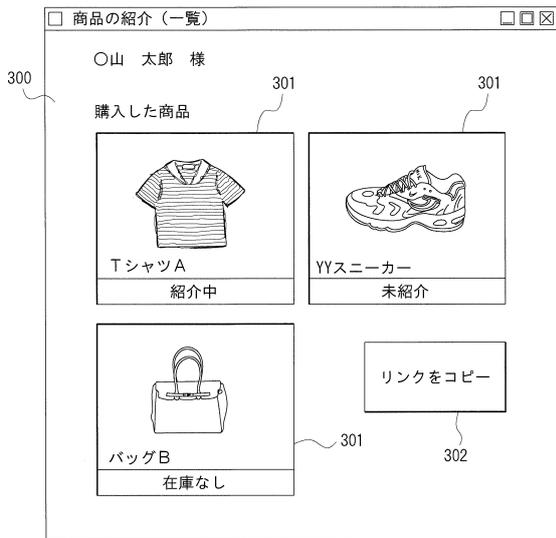
販売情報DBのデータ構造の一例

販売ID	提供商品ID	紹介商品ID	販売日時	購入者種別	購入者のID
S001	A003	A003	2019.07.01 13:01	一般	U001
S002	A003	N/A	2019.07.02 23:11	インフルエンサー	0001
...

商品価格	販売価格	決済方法	ステータス
5,400	4,900	クレジット	発送済み
12,800	11,800	代引き	キャンセル
...

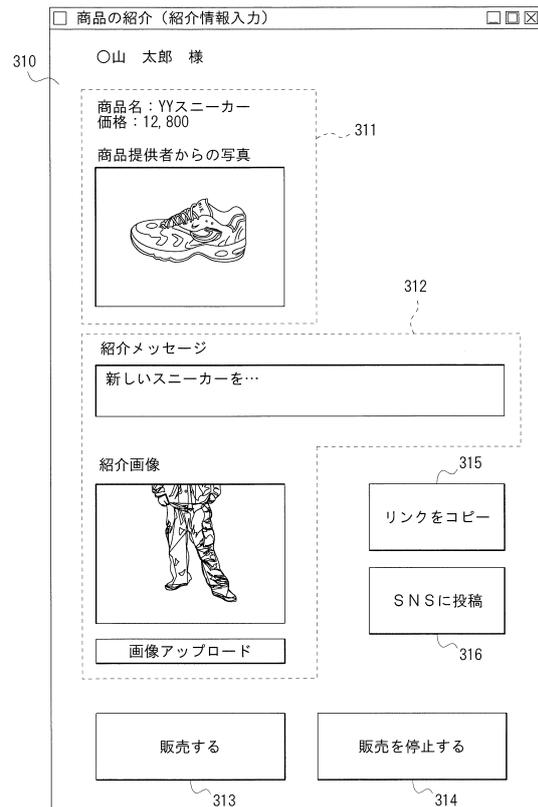
【図9】

インフルエンサーの商品紹介画面（一覧画面）の一例



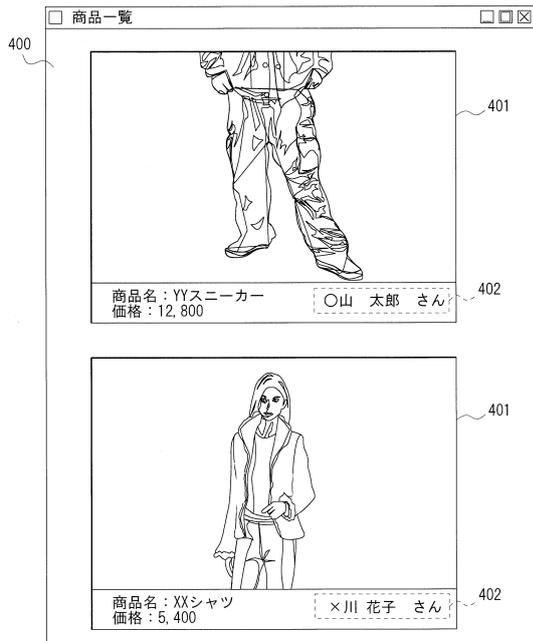
【図10】

インフルエンサーの商品紹介画面（紹介情報入力）の一例



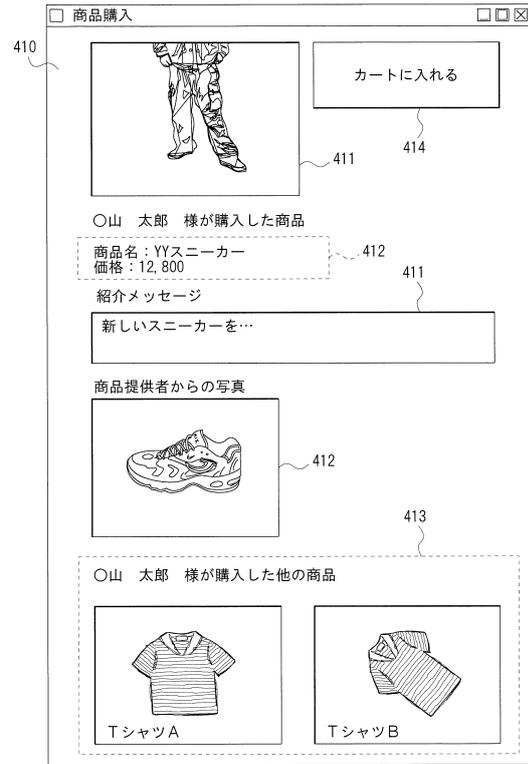
【図11】

一般購入者の商品一覧画面の一例



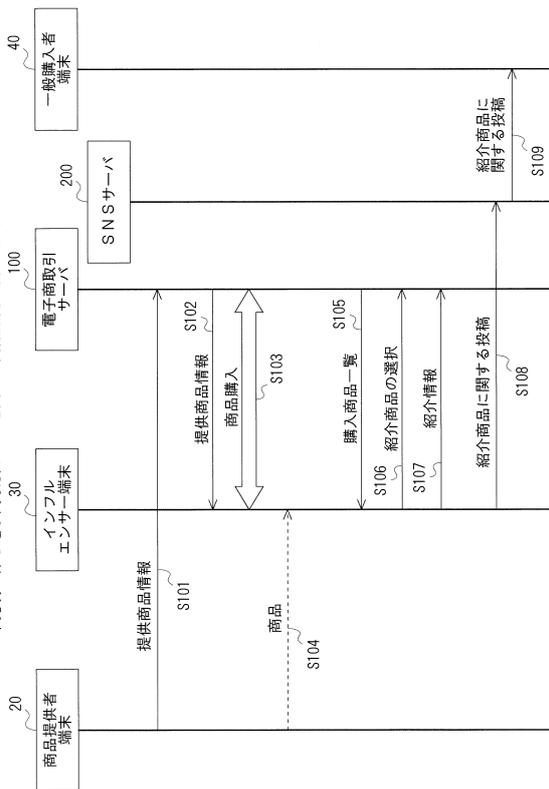
【図12】

一般購入者の商品個別画面の一例



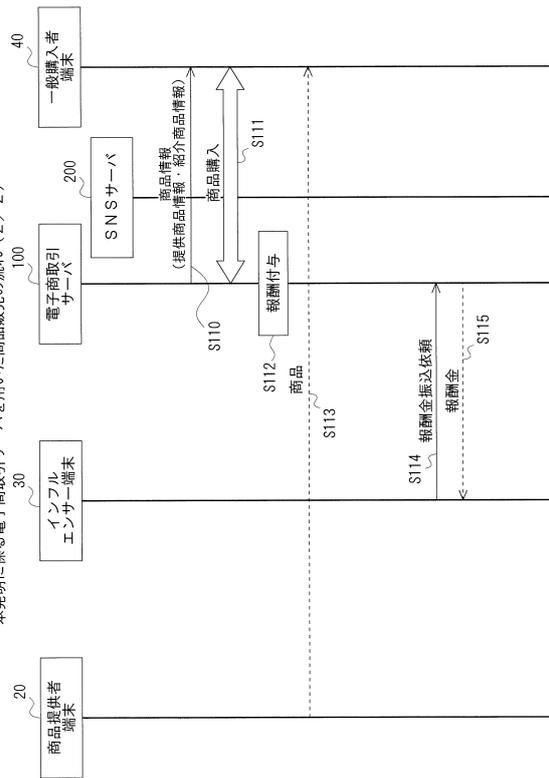
【図13】

本発明に係る電子商取引サーバを用いた商品販売の流れ (1/2)



【図14】

本発明に係る電子商取引サーバを用いた商品販売の流れ (2/2)



フロントページの続き

(58)調査した分野(Int.Cl. , DB名)

G 0 6 Q 1 0 / 0 0 - 9 9 / 0 0