

(19) 日本国特許庁(JP)

## (12) 特許公報(B2)

(11) 特許番号

特許第5847867号  
(P5847867)

(45) 発行日 平成28年1月27日(2016.1.27)

(24) 登録日 平成27年12月4日(2015.12.4)

(51) Int.Cl.

G06Q 30/02 (2012.01)

F 1

G 06 Q 30/02 1 5 0

請求項の数 5 (全 15 頁)

(21) 出願番号 特願2014-52225 (P2014-52225)  
 (22) 出願日 平成26年3月14日 (2014.3.14)  
 (62) 分割の表示 特願2012-195430 (P2012-195430)  
 の分割  
 原出願日 平成24年9月5日 (2012.9.5)  
 (65) 公開番号 特開2014-112445 (P2014-112445A)  
 (43) 公開日 平成26年6月19日 (2014.6.19)  
 審査請求日 平成26年7月18日 (2014.7.18)

(73) 特許権者 500257300  
 ヤフー株式会社  
 東京都港区赤坂9丁目7番1号  
 (74) 代理人 100107766  
 弁理士 伊東 忠重  
 (74) 代理人 100070150  
 弁理士 伊東 忠彦  
 (72) 発明者 真田 勉  
 東京都港区赤坂9丁目7番1号 ヤフー株  
 式会社内  
 審査官 宮地 匠人

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】広告主向け参考情報提供装置

## (57) 【特許請求の範囲】

## 【請求項 1】

第1の端末装置より受け付けた広告内容に対する印象を表わすイメージキーワードの作業者による入力結果を第2の端末装置から取得するイメージキーワード取得手段と、

取得した前記入力結果に基づいて広告主に提供する参考情報を生成する参考情報生成手段と、

生成した前記参考情報を前記第1の端末装置に送信する参考情報送信手段とを備えたことを特徴とする広告主向け参考情報提供装置。

## 【請求項 2】

請求項1に記載の広告主向け参考情報提供装置において、

10

前記参考情報生成手段は、前記入力結果からジャンクキーワードを除去し、イメージキーワードを出現頻度順に並べ替えたイメージキーワードリストを前記参考情報の一部として生成する

ことを特徴とする広告主向け参考情報提供装置。

## 【請求項 3】

請求項1または2のいずれか一項に記載の広告主向け参考情報提供装置において、

前記参考情報生成手段は、前記第1の端末装置により登録を受け付けた広告に類似する他の広告を特定し、当該他の広告の少なくともCTR、設定キーワード、単価のいずれかを前記参考情報の一部として生成する

ことを特徴とする広告主向け参考情報提供装置。

20

## 【請求項 4】

請求項 1 乃至 3 のいずれか一項に記載の広告主向け参考情報提供装置において、

前記参考情報生成手段は、前記設定キーワードもしくは前記入力結果からジャンクキーワードを除去してイメージキーワードを出現頻度順に並べ替えたイメージキーワードリストに含まれるイメージキーワードに基づき、当該設定キーワードもしくはイメージキーワードを検索に用いるユーザの少なくともユーザ属性、同時入力キーワードのいずれかを前記参考情報の一部として生成する

ことを特徴とする広告主向け参考情報提供装置。

## 【請求項 5】

広告主向け参考情報提供装置が実行する方法であって、

10

第 1 の端末装置より受け付けた広告内容に対する印象を表わすイメージキーワードの作業者による入力結果を第 2 の端末装置から取得するイメージキーワード取得工程と、

取得した前記入力結果に基づいて広告主に提供する参考情報を生成する参考情報生成工程と、

生成した前記参考情報を前記第 1 の端末装置に送信する参考情報送信工程とを備えたことを特徴とする広告主向け参考情報提供方法。

## 【発明の詳細な説明】

## 【技術分野】

## 【0001】

本発明は、ネットワークを利用した広告の技術に関する。

20

## 【背景技術】

## 【0002】

従来、インターネット上の広告サービスとして、検索連動型広告と呼ばれるもの知られている。検索連動型広告とは、予め広告主に広告内容（数行の文章による広告文であることが多い、詳細ページへのリンクを含む）と設定キーワードとを登録させ、一般ユーザが検索に用いた検索キーワードが、登録された設定キーワードと一致する場合、その設定キーワードに対応付けられた広告内容を検索結果に隣接させて表示するものである。検索を行った一般ユーザは検索結果の一部として広告を見るため、広告内容に興味を持ちやすく、クリックして詳細ページに遷移することが期待される。

## 【先行技術文献】

30

## 【特許文献】

## 【0003】

【特許文献 1】特開 2010-267001 号公報

## 【発明の概要】

## 【発明が解決しようとする課題】

## 【0004】

上述した検索連動型広告は広く普及しているが、広告効果を高める上で広告内容と設定キーワードをどのように定めるかが重要となる。

## 【0005】

この点、広告主にとって、掲載された広告が一般ユーザにどのような印象（イメージ）を持たれたかは通常わからないため、広告の掲載開始後に、広告内容と設定キーワードの変更に役立つ情報が提供されると広告主にとっては非常に有益である。

40

## 【0006】

例えば、特許文献 1 には、単語間の距離に基づいて作成された近接キーワードテーブルを参照し、ユーザの指定した検索キーワードに関連する近接キーワードを提示することが開示されている。

## 【0007】

しかし、広告主に有益な情報は、上記の特許文献 1 で得られる情報（ユーザの指定した検索キーワードに関連する単語）より、むしろ、検索者であり広告閲覧者であるユーザが広告に対して抱く印象等である。

50

**【0008】**

広告に対する印象を評価する手法として大がかりな広告イメージアンケート調査が存在するが、検索連動型広告は一つ一つの広告の作成コストが安価であるため、従来の多額の費用を要する広告イメージアンケート調査は不向きといえる。

**【0009】**

本発明は上記の従来の問題点に鑑み提案されたものであり、その目的とするところは、多額のコストをかけることなく、広告主にとって広告内容や設定キーワードの変更に真に役立つ情報を提供することにある。

**【課題を解決するための手段】****【0010】**

上記の課題を解決するため、本発明にあっては、第1の端末装置より受け付けた広告内容に対する印象を表わすイメージキーワードの作業者による入力結果を第2の端末装置から取得するイメージキーワード取得手段と、取得した前記入力結果に基づいて広告主に提供する参考情報を生成する参考情報生成手段と、生成した前記参考情報を前記第1の端末装置に送信する参考情報送信手段とを備える。

**【発明の効果】****【0011】**

本発明の広告主向け参考情報提供装置にあっては、多額のコストをかけることなく、広告主にとって広告内容や設定キーワードの変更に真に役立つ情報を提供することができる。

**【図面の簡単な説明】****【0012】**

【図1】本発明の一実施形態にかかるシステムの構成例を示す図である。

【図2】検索管理データベースのデータ構造例を示す図である。

【図3】ユーザ管理データベースのデータ構造例を示す図である。

【図4】広告管理データベースのデータ構造例を示す図である。

【図5】クラウドソーシング管理データベースのデータ構造例を示す図である。

【図6】実施形態の処理例を示すシーケンス図（その1）である。

【図7】イメージキーワードの入力画面の例を示す図（その1）である。

【図8】イメージキーワードの入力画面の例を示す図（その2）である。

【図9】実施形態の処理例を示すシーケンス図（その2）である。

【図10】実施形態の処理例を示すシーケンス図（その3）である。

**【発明を実施するための形態】****【0013】**

以下、本発明の好適な実施形態について説明する。

**【0014】**

＜構成＞

図1は本発明の一実施形態にかかるシステムの構成例を示す図である。

**【0015】**

図1において、システムは、広告主が操作する複数の端末装置1と、一般ユーザが操作する複数の端末装置2と、各種のサーバ4～7とが、インターネット等のネットワーク3を介して接続可能となっている。端末装置1、2、サーバ4～7は、一般的なコンピュータ装置のハードウェア構成を有している。

**【0016】**

検索管理装置（サーバ）4は、一般ユーザが操作する複数の端末装置2からWeb上に存在する各種情報についての検索要求を受け、検索結果を応答する機能を有しており、検索の利用状況を保持する検索管理データベース401を有している。

**【0017】**

図2は検索管理データベース401のデータ構造例を示す図であり、「検索キーワード」「ユーザID」「同時入力キーワード」等の項目（フィールド）を有している。「検索

10

20

30

40

50

「キーワード」は、検索に用いられた主たるキーワードである。「ユーザID」は、検索要求を行ったユーザを特定する情報である。なお、会員登録されたユーザIDに限らず、ブラウザに保存されるクッキー情報を用いてもよい。「同時入力キーワード」は、主たる「検索キーワード」と同時に入力されたキーワードである。

【0018】

図1に戻り、ユーザ管理装置（サーバ）5は、ユーザ情報を管理する機能を有しており、ユーザ情報を保持するユーザ管理データベース501を有している。

【0019】

図3はユーザ管理データベース501のデータ構造例を示す図であり、「ユーザID」「ユーザ属性」等の項目を有している。「ユーザID」は、ユーザを特定する情報である。なお、会員登録されたユーザIDに限らず、ブラウザに保存されるクッキー情報を用いてもよい。「ユーザ属性」は、当該ユーザの年齢・性別・嗜好等の情報である。10

【0020】

図1に戻り、広告管理装置（サーバ）6は、検索連動型広告の管理を行う機能を有しており、機能部として広告登録受付部61とオークション実行部62と広告登録部63と広告配信部64とイメージキーワード入力依頼部65とイメージキーワード入力結果受信部66と参考情報生成部67と参考情報提供部68とを有するとともに、管理のための情報を保持する広告管理データベース601を有している。

【0021】

図4は広告管理データベース601のデータ構造例を示す図であり、出稿管理テーブルと配信状況管理テーブルとイメージキーワードテーブルとを有している。20

【0022】

出稿管理テーブルは、出稿された広告を管理するものであり、「広告主ID」「広告ID」「広告内容」「設定キーワード」「掲載順位」「単価」等の項目を有している。「広告主ID」は、広告主を特定する情報である。「広告ID」は、広告を特定する情報である。「広告内容」は、当該広告の内容である。一般に、検索連動型広告の広告内容は文章によって構成される。「設定キーワード」は、広告主によって設定されたキーワードである。検索連動型広告では、一般ユーザが入力した検索キーワードがこの設定キーワードに一致した場合に広告掲載の対象となる。「掲載順位」は、広告が掲載される順位である。一般に検索連動型広告では通常の検索結果の余白に広告が掲載されるため、所定数（例えば、20）よりも掲載順位の低い広告は掲載されない。「単価」は、広告が掲載されクリックされた場合に、広告主に課される料金である。一般に検索連動型広告では広告がクリックされない限り課金は発生しない。30

【0023】

配信状況管理テーブルは、広告の配信状況を管理するものであり、「広告ID」「配信数」「クリック数」「CTR (Click Through Rate)」等の項目を有している。「広告ID」は、広告を特定する情報である。「配信数」は、当該広告が配信された数である。「クリック数」は、当該広告がクリックされた数である。一般に検索連動型広告では広告内容にリンク先が埋め込まれており、クリックされることで広告主のより詳細な広告ページにジャンプすることになる。「CTR」は、「配信数」に対する「クリック数」の割合であり、一般ユーザの当該広告に対する興味の大きさを表わす。40

【0024】

イメージキーワードテーブルは、クラウドソーシング管理装置7から取得したイメージキーワードを保持するものであり、「広告ID」「イメージキーワード」等の項目を有している。「広告ID」は、広告を特定する情報である。「イメージキーワード」は、当該広告に対して一般ユーザが持つ印象（イメージ）を表わすキーワードである。

【0025】

図1に戻り、広告登録受付部61は、広告主の操作する端末装置1から広告の登録を受け付ける機能を有している。広告の登録には、新規の広告を登録する場合のほか、既に登録されている広告の一部を変更する場合も含む。広告の登録内容としては、広告主IDの50

ほか、広告内容と設定キーワードの指定が必要になる。

【0026】

オークション実行部62は、広告の登録時に設定キーワードが他の広告主と競合する場合に、オークションによって掲載順位を決定する機能を有する。すなわち、広告主に入札額を提示させ、入札額が高い順に掲載順位を割り当てるように制御する。

【0027】

広告登録部63は、広告管理データベース601に対して広告についての情報を登録する機能を有している。

【0028】

広告配信部64は、広告管理データベース601に登録された広告の情報に基づいて広告の配信を行う機能を有している。すなわち、検索管理装置4において検索の処理が行われる際に、検索管理装置4から検索キーワードを伴う広告配信要求を受け、その検索キーワードが広告管理データベース601に設定キーワードとして登録されているか否かを調べ、登録されている場合に、対応する広告内容を配信する。

10

【0029】

イメージキーワード入力依頼部65は、広告管理データベース601に登録された広告について、クラウドソーシング管理装置7に対してイメージキーワードの入力作業を依頼する機能を有している。

【0030】

イメージキーワード入力結果受信部66は、クラウドソーシング管理装置7からイメージキーワードの入力結果を受信して広告管理データベース601に保存する機能を有している。

20

【0031】

参考情報生成部67は、広告主に対し提供する参考情報を、広告管理データベース601、検索管理データベース401、ユーザ管理データベース501等の情報を用いて生成する機能を有している。参考情報の提供は、広告主に対する課金通知等の際に併せて行う場合と、広告の登録の際に行う場合とがある。

【0032】

参考情報提供部68は、広告主に対して参考情報を提供する機能を有している。

【0033】

30

クラウドソーシング管理装置(サーバ)7は、少額の報酬で一般ユーザに対してイメージキーワードの入力作業を代行してもらう管理を行う機能を有しており、機能部としてイメージキーワード入力依頼受付部71とイメージキーワード入力作業募集部72と作業発注/入力結果取得部73とイメージキーワード入力結果送信部74と報酬管理部75とを有するとともに、管理のための情報を保持するクラウドソーシング管理データベース701を有している。

【0034】

図5はクラウドソーシング管理データベース701のデータ構造例を示す図であり、依頼内容管理テーブルと作業者管理テーブルと入力結果テーブルとを有している。

【0035】

40

依頼内容管理テーブルは、依頼内容を管理するものであり、「広告ID」「広告内容」等の項目を有している。「広告ID」は、広告を特定する情報である。「広告内容」は、広告の内容である。

【0036】

作業者管理テーブルは、作業者を管理するものであり、「ユーザID」「連絡先」「広告ID」「作業完了・未了」「報酬額」「報酬支払済・未済」等の項目を有している。「ユーザID」は、作業者としての一般ユーザを特定する情報である。「連絡先」は、当該一般ユーザのメールアドレス等である。「広告ID」は、作業対象の広告(複数可)を特定する情報である。「作業完了・未了」は、作業が完了しているか未完了であるかを示す情報である。「報酬額」は、当該作業者に対する報酬の額である。「報酬支払済・未済」

50

は、報酬の支払が済んでいるか済んでいないかを示す情報である。

【0037】

入力結果テーブルは、入力結果を保持するものであり、「広告ID」「ユーザID」「イメージキーワード」等の項目を有している。「広告ID」は、広告を特定する情報である。「ユーザID」は、当該広告について入力を担当した作業者としての一般ユーザを特定する情報である。「イメージキーワード」は、当該広告について当該作業者によって入力されたイメージキーワードである。

【0038】

図1に戻り、イメージキーワード入力依頼受付部71は、広告管理装置6からイメージキーワードの入力作業の依頼を受け付け、クラウドソーシング管理データベース701に依頼に関する情報を登録する機能を有している。

10

【0039】

イメージキーワード入力作業募集部72は、受け付けたイメージキーワード入力作業を実行する作業者を募集する機能を有している。ここでは、所定のWebページ上に募集の広告を掲載することを想定している。

【0040】

作業発注／入力結果取得部73は、募集広告に応じ、ユーザIDや連絡先等の所定の情報の登録が済んだユーザ（作業者）に対して、イメージキーワード入力作業を発注するとともに、作業者から入力結果を受け取り、クラウドソーシング管理データベース701に保存する機能を有している。

20

【0041】

イメージキーワード入力結果送信部74は、所定のタイミングでクラウドソーシング管理データベース701に蓄積されたイメージキーワードの入力結果を広告管理装置6に送信する機能を有している。

【0042】

報酬管理部75は、イメージキーワード入力作業を担当した作業者への報酬の支払等についての管理を行う機能を有している。

【0043】

なお、図1における検索管理装置4、ユーザ管理装置5、広告管理装置6およびクラウドソーシング管理装置7は、同一の事業者が管理するものに限られず、異なる事業者が管理するものであってもよい。この場合、同種の情報が双方の事業者側に存在する場合には、それらを総合的に利用することができる。なお、互いのシステムに自由にアクセスさせることに問題がある場合は、予め開示してよい情報を抽出してオンラインもしくはオフラインで一括に提供するようにしてもよい。

30

【0044】

＜動作＞

図6は上記の実施形態の処理例を示すシーケンス図であり、広告を出稿した後の所定のタイミングで広告主に対して参考情報を提供するようにしたものである。

【0045】

図6において、広告主は予め広告管理装置6に登録され、広告主IDを有しているものとすると、入稿に際し、広告主は端末装置1から広告主IDと広告内容と設定キーワードと単価（オークションが行われるシステムである場合、入札により与えられる価格）とを伴う広告登録要求を広告管理装置6に対して行う（ステップS101）。

40

【0046】

これに応じて、広告管理装置6は、オークションが行われるシステムである場合、オークションを実行し（ステップS102）、掲載順位のオークション結果を端末装置1に応答し（ステップS103）、その掲載順位でよいと判断した場合、広告主は端末装置1から登録指示を行う（ステップS104）。オークションでは、入札額が高い順に掲載順位が割り当てられる。なお、オークションを所定の期間毎に行う場合は、端末装置1から広告登録要求を行った時点でいったん広告主は操作を終了し、後にメール等により広告管理

50

装置 6 から端末装置 1 にオークション結果の通知を受け取ることになる。

【0047】

次いで、オークションを行わない場合は端末装置 1 からの広告登録要求（ステップ S 1 0 1）の後、オークションを行う場合は端末装置 1 からの登録指示（ステップ S 1 0 4）の後、広告管理装置 6 は、広告 ID を新たに発行し、広告主 ID と広告 ID と広告内容と設定キーワードと掲載順位と単価（オークションを行う場合は入札価格）とを広告管理データベース 6 0 1 の出稿管理テーブル（図 4）に登録する（ステップ S 1 0 5）。オークションを行わない場合、掲載順位は登録順としたり、単価は固定としたり、所定のルールに基づいて決定される。

【0048】

その後、任意の一般ユーザが端末装置 2 から検索管理装置 4 に対して検索キーワードを指定して検索要求を行うと（ステップ S 1 0 6）、検索管理装置 4 は一般ユーザの指定した検索キーワードを伴った広告配信要求を広告管理装置 6 に対して行う（ステップ S 1 0 7）。

【0049】

次いで、検索管理装置 4 は一般ユーザの指定した検索キーワードに従った検索を実行し（ステップ S 1 0 8）、検索関連情報を検索管理データベース 4 0 1（図 2）に記録する（ステップ S 1 0 9）。

【0050】

一方、広告配信要求を受けた広告管理装置 6 は、指定された検索キーワードが広告管理データベース 6 0 1 の出稿管理テーブル（図 4）に設定キーワードとして登録されているか否かを調べ、登録されている場合には対応する広告を特定し（ステップ S 1 1 0）、広告管理データベース 6 0 1 の配信状況管理テーブル（図 4）の該当する広告 ID のレコードの配信数をインクリメントし（ステップ S 1 1 1）、掲載順位を考慮して広告内容を検索管理装置 4 に配信する（ステップ S 1 1 2）。

【0051】

次いで、検索管理装置 4 は本来の検索結果と広告管理装置 6 から取得した広告内容とを合成し（ステップ S 1 1 3）、合成後の検索結果を端末装置 2 に応答する（ステップ S 1 1 4）。

【0052】

ここで、端末装置 2 の一般ユーザが検索結果に含まれる広告内容に興味を持ってクリックすると（ステップ S 1 1 5）、広告内容に広告ページへのリンクとは別に埋め込まれた CTR 計測用のリンクに従って、端末装置 2 は広告管理装置 6 に広告 ID を伴うクリック通知を行ない（ステップ S 1 1 6）、広告管理装置 6 は広告管理データベース 6 0 1 の配信状況管理テーブル（図 4）の該当する広告 ID のレコードのクリック数をインクリメントして CTR を更新する（ステップ S 1 1 7）。

【0053】

一方、所定のタイミングで、広告管理装置 6 はクラウドソーシング管理装置 7 に広告 ID と広告内容とを 1 組とした複数組の情報を伴ってイメージキーワード入力依頼を行う（ステップ S 1 1 8）。

【0054】

これに応じ、クラウドソーシング管理装置 7 は広告管理装置 6 から受け付けたイメージキーワード入力依頼の内容を、クラウドソーシング管理データベース 7 0 1 の依頼内容管理テーブル（図 5）に保存し（ステップ S 1 1 9）、入力作業の募集を所定の Web ページに掲載する（ステップ S 1 2 0）。

【0055】

募集に応じようとする一般ユーザは、予めクラウドソーシング管理装置 7 に登録され、ユーザ ID を有しているものとすると、端末装置 2 からユーザ ID で入力作業への応募を行う（ステップ S 1 2 1）。

【0056】

10

20

30

40

50

これに応じ、クラウドソーシング管理装置7は作業対象の広告を作業者（応募してきたユーザ）に割り振り、クラウドソーシング管理データベース701の作業者管理テーブル（図5）に登録する（ステップS122）。この際、イメージキーワードの精度を高めるため、同じ広告について複数の作業者に割り振るようにする。

#### 【0057】

次いで、クラウドソーシング管理装置7は入力用ページを生成し（ステップS123）、端末装置2に返送する（ステップS124）。

#### 【0058】

図7はイメージキーワードの入力画面の例を示す図であり、エリア201には「下記の広告文を見たときに、連想できるキーワードを5つ入力してください。（広告文中にない言葉でも構いません。）」といった作業内容が表示され、エリア202には対象となる広告内容が表示され、エリア203にはイメージキーワードの入力欄が設けられている。「次へ進む」ボタン204を選択すると次の作業対象の広告内容が表示され、エリア205には作業対象の全数に対する現在の作業番号が表示されている。なお、エリア203の全ての入力欄に何らかのイメージキーワードの入力がされているか否かがチェックされ、全てに入力がされて初めて「次へ進む」ボタン204が有効になる。

10

#### 【0059】

図8はイメージキーワードの入力画面の他の例を示す図であり、エリア201の作業内容が「下記の広告文を見たときに、連想できるキーワードを5つ入力してください。広告文中にない言葉を必ず2つ以上入力してください。」となっている。広告文中にないイメージキーワードの数の下限を設定することで、単純に広告文中から語句を拾い出しただけの入力を抑制し、作業者が頭に浮かんだイメージキーワードを引き出すことができる。なお、エリア203の入力欄に入力されたイメージキーワードのうち、広告文中に含まれる語句と一致するものが所定数（図示の例では4個）以上の場合は「次へ進む」ボタン204が無効となって次に進むことができないようになっている。

20

#### 【0060】

図7、図8に示した入力画面において、キーワードは一般ユーザにとって記入しやすいものであり、PCはもちろん、移動中の携帯端末でも容易に入力可能であり、空き時間を利用した作業も可能である。そのため、少額の報酬であっても、入力作業を行おうとするユーザを集めやすい。

30

#### 【0061】

また、回答を選択肢から選ぶような質問ではないので、一般ユーザの自由な発想が反映されやすく、適切なイメージキーワードを収集することができる。

#### 【0062】

更に、キーワードは収集した後のコンピュータによる集計・統計処理が容易であり、種々の用途に用いることができる。後述する参考情報として用いるほかに、例えば、キーワードからカテゴリへの変換辞書が整備されていれば、それを経由して、広告キーワードカテゴリの自動変換ができ、現状で人手によって各広告に対してカテゴリの付与を行っている業務を自動化することも可能になる。

40

#### 【0063】

図6に戻り、作業者がイメージキーワードの入力を完了すると（ステップS125）、端末装置2は入力結果をクラウドソーシング管理装置7に送信し（ステップS126）、クラウドソーシング管理装置7は受信した入力結果をクラウドソーシング管理データベース701の入力結果テーブル（図5）に登録する（ステップS127）。

#### 【0064】

次いで、所定のタイミングで、クラウドソーシング管理装置7は入力結果のうち広告IDと対応するイメージキーワード（複数可）を広告管理装置6に送信する（ステップS128）。

#### 【0065】

広告管理装置6は受信した入力結果を広告管理データベース601のイメージキーワー

50

ドテーブル(図4)に保存する(ステップS129)。

【0066】

次いで、広告管理装置6は広告管理データベース601に蓄積された情報や他のサーバに蓄積された情報に基づいて参考情報を生成し(ステップS130)、広告主に課金通知等を行うタイミングにおいて、参考情報をメール等で通知する(ステップS131)。広告主が端末装置1から広告管理装置6にアクセスすることにより、参考情報を閲覧可能にしてもよい。

【0067】

ここで提供する参考情報としては、次のようなものがある。

【0068】

イメージキーワードリスト:

イメージキーワードリストは、広告毎にイメージキーワードを出現頻度順等によりソートしたものである。これは、クラウドソーシング管理装置7から取得して広告管理データベース601のイメージキーワードテーブル(図4)に格納された情報をもとに、除外語辞書(図示せず)等に基づいてジャンクキーワードを除去(フィルタリング)するとともに、広告毎にイメージキーワードを出現頻度順等により並べ替える集計を行なうことにより取得することができる。提供を受けた広告主は、自分の広告に対して一般ユーザがどのような印象(イメージ)をいだいているかを理解することができ、広告内容を修正したり設定キーワードを変更したりする際の参考にすることができる。

【0069】

類似する広告のCTR、設定キーワード、単価:

類似する広告は、上述したイメージキーワードリストをもとに、イメージキーワードの一致率が高い順に類似するものとして他の広告を抽出する手法と、広告内容を言語解析し、含まれる語句の一致率が高い順に類似するものとして他の広告を抽出する手法と、これらの手法を併用する手法とが考えられる。イメージキーワードの一致率が高くても広告内容としては異なるものや、広告内容に含まれる語句の一致率が高くてもイメージが異なるものがあるが、両者を併用することにより、より実質的に類似する広告を抽出することができる。抽出した広告のCTRは、広告管理データベース601の配信状況管理テーブル(図4)から取得することができる。抽出した広告の設定キーワードと単価は、広告管理データベース601の出稿管理テーブル(図4)から取得することができる。提供を受けた広告主は、類似する広告のCTR、設定キーワード、単価を知ることができ、広告内容を修正したり設定キーワードを変更したりする際の参考にすることができる。

【0070】

設定キーワードやイメージキーワードを検索に用いるユーザのユーザ属性、同時入力キーワード:

当該広告の設定キーワードや上述したイメージキーワードリストに含まれるキーワードに基づき、検索管理データベース401から同じ検索キーワードのレコードを特定し、対応するユーザIDに基づいてユーザ管理データベース501からユーザ属性を取得することができる。また、検索管理データベース401で特定したレコードから同時入力キーワードを取得することもできる。広告主が自ら指定した設定キーワードや一般ユーザのイメージキーワードを検索に用いるユーザの属性や同時入力キーワードを知ることができ、広告内容を修正したり設定キーワードを変更したりする際の参考にすることができる。

【0071】

図9は上記の実施形態の他の処理例を示すシーケンス図であり、広告を出稿した後の所定のタイミングだけでなく、広告を出稿する際にも広告主に対して参考情報を提供するようにしたものである。

【0072】

図9において、広告主は端末装置1から広告主IDと広告内容と設定キーワードと単価(オーバークションが行われるシステムである場合、入札価格)とを伴う広告登録要求を広告管理装置6に対して行う(ステップS201)。

10

20

30

40

50

## 【0073】

これに応じ、広告管理装置6は広告管理データベース601に蓄積された情報や他のサーバに蓄積された情報に基づいて参考情報を生成し(ステップS202)、この参考情報を含むページを生成し(ステップS203)、生成したページを端末装置1に送信する(ステップS204)。

## 【0074】

ここで提供する参考情報としては、次のようなものがある。

## 【0075】

類似する広告のCTR、設定キーワード、単価：

広告内容を言語解析して、元の広告と含まれる語句の一致率が高い他の広告を類似する広告とし、一致率が高い順に類似する広告を抽出することができる。抽出した広告のCTRは、広告管理データベース601の配信状況管理テーブル(図4)から取得することができる。抽出した広告の設定キーワードと単価は、広告管理データベース601の出稿管理テーブル(図4)から取得することができる。提供を受けた広告主は、類似する広告のCTRや設定キーワードや単価を知ることができ、広告内容を見直したり設定キーワードを見直したりする際の参考にすることができる。

10

## 【0076】

設定キーワードを検索に用いるユーザのユーザ属性、同時入力キーワード：

当該広告の設定キーワードに含まれるキーワードに基づき、検索管理データベース401から同じ検索キーワードのレコードを特定し、対応するユーザIDに基づいてユーザ管理データベース501からユーザ属性を取得することができる。また、検索管理データベース401で特定したレコードから同時入力キーワードを取得することができる。広告主が自ら指定した設定キーワードを検索に用いるユーザの属性や同時入力キーワードを知ることができ、広告内容を見直したり設定キーワードを見直したりする際の参考にすることができる。

20

## 【0077】

次いで、広告主は、広告管理装置6から提供された参考情報に基づいて登録内容(広告内容、設定キーワード、オークションが行われるシステムである場合の入札価格)を適宜に修正し、端末装置1から広告主IDと広告内容と設定キーワードと入札価格とを伴う修正後広告登録要求を広告管理装置6に対して行う(ステップS205)。

30

## 【0078】

以降の処理は図6に示したステップS102～S131と同様であるため、その説明は省略する。

## 【0079】

図10は実施形態の他の処理例を示すシーケンス図であり、出稿している広告を変更する際と後の所定のタイミングとにおいて広告主に対して参考情報を提供するようにしたるものである。

## 【0080】

図10において、広告主は端末装置1から広告主IDと広告IDと変更内容(広告内容、設定キーワード、入札価格)とを伴う広告変更要求を広告管理装置6に対して行う(ステップS301)。

40

## 【0081】

これに応じ、広告管理装置6は広告管理データベース601に蓄積された情報や他のサーバに蓄積された情報に基づいて参考情報を生成し(ステップS302)、この参考情報を含むページを生成し(ステップS303)、生成したページを端末装置1に送信する(ステップS304)。

## 【0082】

ここで提供する参考情報としては、図6のステップS130で生成する参考情報と同様に、「イメージキーワードリスト」「類似する広告のCTR、設定キーワード、単価」「設定キーワードやイメージキーワードを検索に用いるユーザのユーザ属性、同時入力キ

50

ワード」等がある。

【0083】

次いで、図10に戻り、広告主は、広告管理装置6から提供された参考情報に基づいて変更内容（広告内容、設定キーワード、入札価格）を適宜に修正し、端末装置1から広告主IDと広告IDと変更内容（広告内容、設定キーワード、入札価格）とを伴う修正後広告変更要求を広告管理装置6に対して行う（ステップS304）。

【0084】

以降の処理は図6に示したステップS102～S131と同様であるため、その説明は省略する。

【0085】

10

＜総括＞

以上説明したように、本実施形態によれば、クラウドソーシングを用いてイメージキーワードを収集し、このイメージキーワードおよびその他の情報に基づいて参考情報を生成して広告主に提供するようにしているので、多額のコストをかけることなく、広告主にとって広告内容や設定キーワードの変更に真に役立つ情報を提供することができる。

【0086】

以上、本発明の好適な実施の形態により本発明を説明した。ここでは特定の具体例を示して本発明を説明したが、特許請求の範囲に定義された本発明の広範な趣旨および範囲から逸脱することなく、これら具体例に様々な修正および変更を加えることができるることは明らかである。すなわち、具体例の詳細および添付の図面により本発明が限定されるものと解釈してはならない。

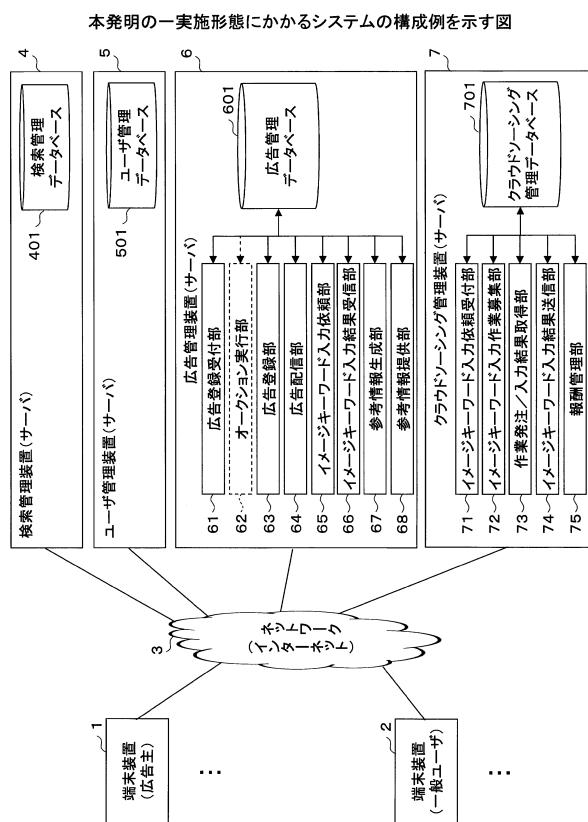
20

【符号の説明】

【0087】

1、2	端末装置	
3	ネットワーク	
4	検索管理装置	
401	検索管理データベース	
5	ユーザ管理装置	
501	ユーザ管理データベース	
6	広告管理装置	30
61	広告登録受付部	
62	オーフショナル実行部	
63	広告登録部	
64	広告配信部	
65	イメージキーワード入力依頼部	
66	イメージキーワード入力結果受信部	
67	参考情報生成部	
68	参考情報提供部	
601	広告管理データベース	
7	クラウドソーシング管理装置	40
71	イメージキーワード入力依頼受付部	
72	イメージキーワード入力作業募集部	
73	作業発注／入力結果取得部	
74	イメージキーワード入力結果送信部	
75	報酬管理部	
701	クラウドソーシング管理データベース	

【図1】

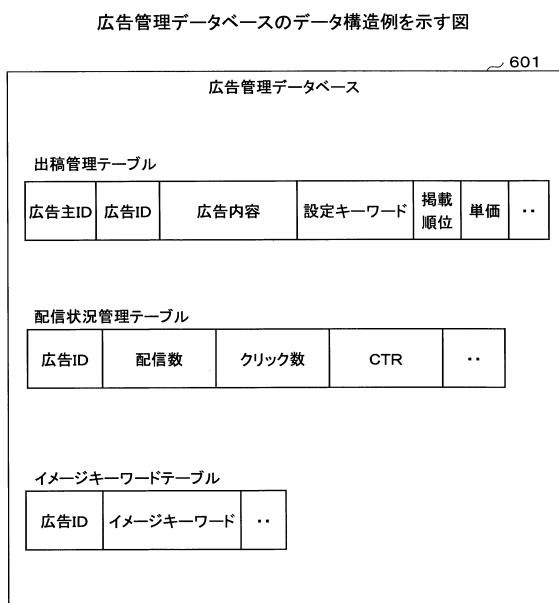


【図2】

検索管理データベースのデータ構造例を示す図

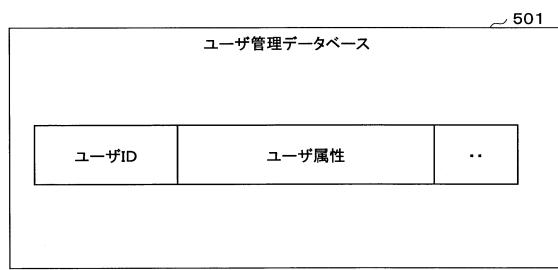


【図4】

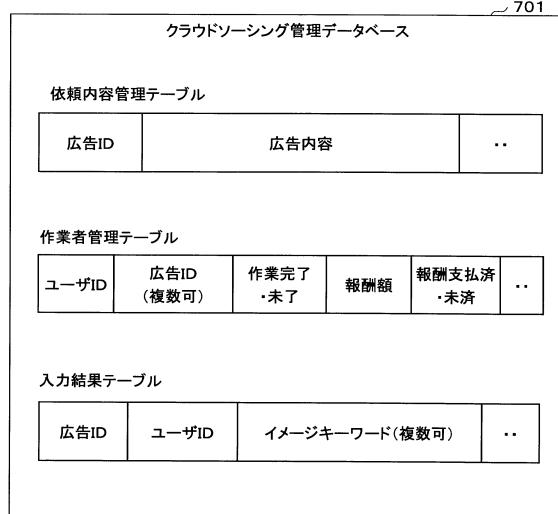


【図5】

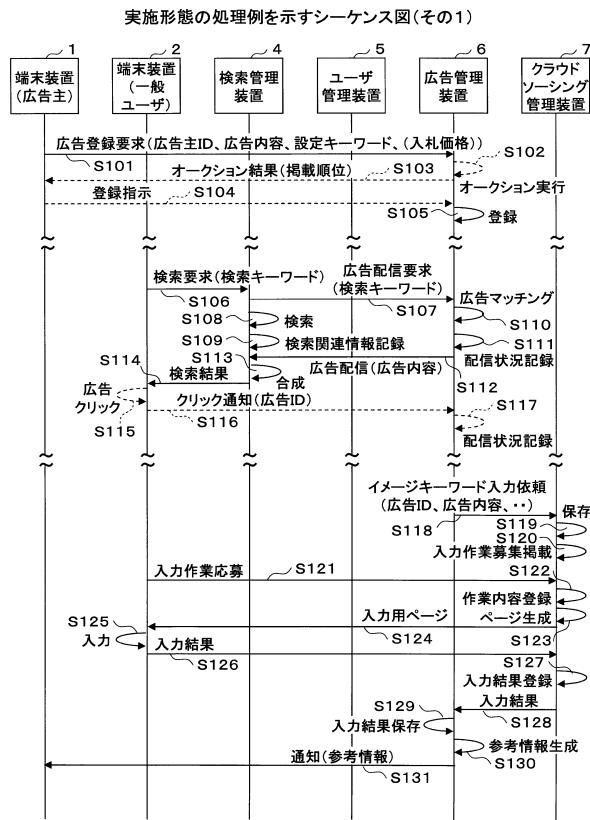
ユーザー管理データベースのデータ構造例を示す図



【図6】

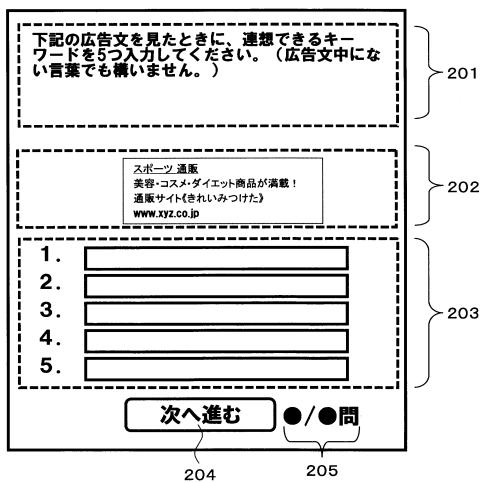


【図6】

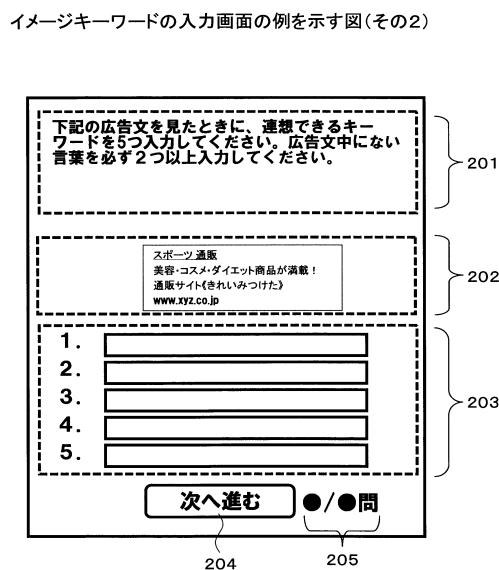


【図7】

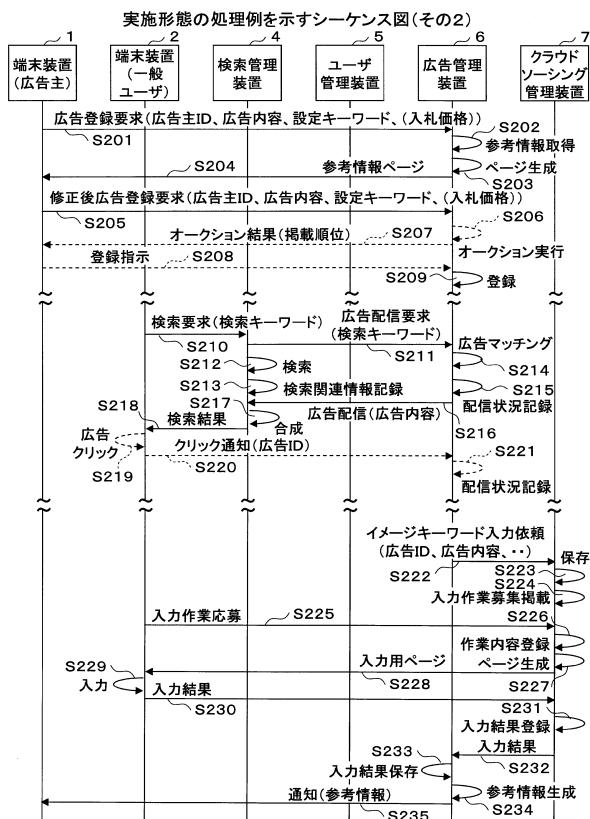
イメージキーワードの入力画面の例を示す図(その1)



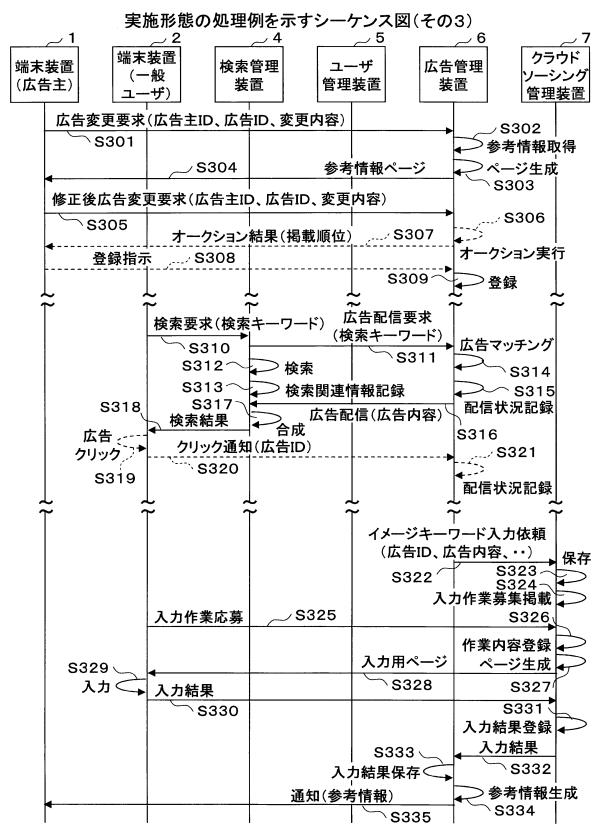
【図8】



【図9】



【図10】



---

フロントページの続き

(56)参考文献 特開2012-089142(JP,A)  
特表2010-524099(JP,A)

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)  
G 06 Q 10 / 00 - 50 / 34