(19)日本国特許庁(JP)　(12)特　許　公　報(B2)　(11)特許番号
特許第6813201号
(P6813201)
(45)発行日　令和3年1月13日(2021.1.13)　(24)登録日　令和2年12月21日(2020.12.21)

(51)Int.Cl.　F I
*G06Q 50/10 (2012.01)*　G06Q 50/10

請求項の数 3　(全 21 頁)

(21)出願番号　特願2019-154407(P2019-154407)
(22)出願日　令和1年8月27日(2019.8.27)
(65)公開番号　特開2020-38644(P2020-38644A)
(43)公開日　令和2年3月12日(2020.3.12)
審査請求日　令和1年8月28日(2019.8.28)
(31)優先権主張番号　特願2018-160058(P2018-160058)
(32)優先日　平成30年8月29日(2018.8.29)
(33)優先権主張国・地域又は機関
日本国(JP)

早期審査対象出願

(73)特許権者　515201903
株式会社アイドマ・ホールディングス
東京都豊島区南池袋２－２５－５　藤久ビル東５号館　４Ｆ
(74)代理人　100190621
弁理士　崎間　伸洋
(74)代理人　100207619
弁理士　渡辺　知晴
(72)発明者　三浦　陽平
東京都豊島区池袋２丁目６番１号　ＫＤＸ池袋ビル９Ｆ　株式会社アイドマ・ホールディングス内

審査官　貝塚　涼

最終頁に続く

(54)【発明の名称】情報処理装置及びプログラム

(57)【特許請求の範囲】
【請求項１】
アプローチ元営業主体に対して営業対象であるアポイント先の候補となる営業主体を推薦する情報処理装置であって、
前記アプローチ元営業主体にとって、アポイント先の候補となる営業主体に対して要望する条件を取得する条件取得手段と、
アプローチ先の候補となる営業主体に関する情報を、アプローチ候補営業主体情報として取得するアプローチ候補営業主体情報取得手段と、
前記アプローチ元営業主体にとっての過去の営業主体に対する営業活動に関する情報を、営業活動情報として取得する営業活動情報取得手段と、
前記アプローチ候補営業主体情報により特定される前記営業主体のうち、前記条件に合致するものを、アポイント先の候補となる第１営業主体として決定し、前記アプローチ元営業主体に提示する提示手段と、
前記アプローチ候補営業主体情報により特定される前記営業主体のうち、前記営業活動情報により特定される前記過去の営業主体に対して、前記営業活動情報を性質毎に分類するソフトタグを使った第１手法及び前記アプローチ候補営業主体情報に対して付された性質を示すタグを使った第２手法を含む所定の手法のうち１以上の手法によって前記情報処理装置により類似すると判断されたもの、又は、前記提示手段により提示された前記第１営業主体に対して、前記１以上の手法によって前記情報処理装置により類似すると判断されたものを、アポイント先の候補となる第２営業主体として決定し、前記アプローチ元営

業主体に推薦する推薦手段と、
を備える情報処理装置。
【請求項２】
前記営業活動情報は、前記営業活動情報の対象となる営業活動について、数値化した指標に関する情報を少なくとも含む、
請求項１に記載の情報処理装置。
【請求項３】
アプローチ元営業主体に対して営業対象であるアポイント先の候補となる営業主体を推薦するコンピュータに、
前記アプローチ元営業主体にとって、アポイント先の候補となる営業主体に対して要望する条件を取得する条件取得ステップと、
アプローチ先の候補となる営業主体に関する情報を、アプローチ候補営業主体情報として取得するアプローチ候補営業主体情報取得ステップと、
前記アプローチ元営業主体にとっての過去の営業主体に対する営業活動に関する情報を、営業活動情報として取得する営業活動情報取得ステップと、
前記アプローチ候補営業主体情報により特定される前記営業主体のうち、前記条件に合致するものを、アポイント先の候補となる第１営業主体として決定し、前記アプローチ元営業主体に提示する提示ステップと、
前記アプローチ候補営業主体情報により特定される前記営業主体のうち、前記営業活動情報により特定される前記過去の営業主体に対して、前記営業活動情報を性質毎に分類するソフトタグを使った第１手法及び前記アプローチ候補営業主体情報に対して付された性質を示すタグを使った第２手法を含む所定の手法のうち１以上の手法によって前記コンピュータにより類似すると判断されたもの、又は、前記提示ステップの処理により提示された前記第１営業主体に対して、前記１以上の手法によって前記コンピュータにより類似すると判断されたものを、アポイント先の候補となる第２営業主体として決定し、前記アプローチ元営業主体に推薦する推薦ステップと、
を含む制御処理を実行させるプログラム。
【発明の詳細な説明】
【技術分野】
【０００１】
本発明は、情報処理装置及びプログラムに関する。
【背景技術】
【０００２】
営業戦略の分野において、顧客又は見込み顧客に関する情報を収集して分析することで、営業効率を高めようとする試みは、活発に行われている。そのため、顧客の傾向を分析した情報や、統計データや地図情報等の営業に関連する種々の情報を利用して、新規取引の見込先を発掘することで、営業活動を支援する発明が開示されている（例えば、特許文献１参照）。
【先行技術文献】
【特許文献】
【０００３】
【特許文献１】特開２０１７－０９１５０３号公報
【発明の概要】
【発明が解決しようとする課題】
【０００４】
しかしながら、特許文献１に記載された技術を含む従来技術によれば、イベント主導型マーケティングに関する情報、商品を購入した人の年齢や性別、履歴等の傾向等の情報、統計データ、住所若しくは位置を特定する地図情報等、顧客又は見込み顧客に関する情報しか利用することができない。また、例えば、営業活動を行った結果に関する情報は反映されない。

【０００５】
本発明は、このような状況に鑑みてなされたものであり、過去の営業活動に関する情報を少なくとも含む情報に基づいて、営業活動を効率的に行うことを補助する技術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】
上記目的を達成するため、本発明の一態様の情報処理システムは、
アプローチ元営業主体に対して営業対象であるアポイント先の候補となるアプローチ候補営業主体を推薦する情報処理装置であって、
前記アプローチ元営業主体の少なくとも業種、業界、又は事業内容のうち何れか１つに関する情報を含む情報を、アプローチ元営業主体情報として取得するアプローチ元営業主体情報取得手段と、
前記アプローチ候補営業主体に関する情報を、アプローチ候補営業主体情報として取得するアプローチ候補営業主体情報取得手段と、
前記アプローチ候補営業主体情報が取得された企業のうちの全部又は一部について、過去の営業活動に関する情報を、営業活動情報として取得する営業活動情報取得手段と、
前記アプローチ元営業主体情報、前記アプローチ候補営業主体情報及び前記営業活動情報に基づいて、営業先の候補となる営業主体を決定し、前記アプローチ元営業主体に推薦する推薦手段と、
を備える。
【発明の効果】
【０００７】
本発明によれば、過去の営業活動に関する情報を少なくとも含む情報に基づいて、営業活動を効率的に行うことを補助する技術を提供する。
【図面の簡単な説明】
【０００８】
【図１】本発明の一実施形態に係る情報処理システムの構成の一例を示す構成図である。
【図２】図１の情報処理システムのうち、サーバのハードウェア構成の一例を示すブロック図である。
【図３】図２のサーバ、アプローチ候補企業端末及びアプローチ元企業端末の機能的構成の一例を示す機能ブロック図である。
【図４】図３のサーバが実行するリスト生成処理の流れを説明するフローチャートである。
【図５】アプローチ元企業の担当者が第１リスト作成条件に関する入力を行うにあたり、当該アプローチ元企業の担当者に対して表示される画面の一例を示す図である。
【図６】アプローチ元企業の担当者に対して、表示される第２リストの画面の一例を示す図である。
【図７】推薦企業の類似判断に関する一例を示す図である。
【図８】アプローチ元企業の担当者が第１リスト作成条件に関する入力を行うにあたり、当該アプローチ元企業の担当者に対して表示される画面の一例として、図５に示す画面とは異なる画面を示す図である。
【図９】第２リストを作成する際に利用される「ソフト（情報）タグ」の具体例を示す図である。
【発明を実施するための形態】
【０００９】
以下、本発明の実施形態について、図面を用いて説明する。
【００１０】
まず、本発明の実施形態を説明するに先立ち、本発明の一実施形態に係る情報処理システムの適用対象となるサービス（以下、「本サービス」と呼ぶ）について簡単に説明する。

本サービスは、営業を希望する営業主体（以下、「アプローチ元企業」と呼ぶ）に対して、当該アプローチ元企業の営業活動に有益な情報を提供する営業活動のサポートサービスである。

つまり、本サービスの提供者は、アプローチ元企業が希望する所定の条件及びその他の各種情報に基づいて、アプローチ元企業に対して、営業先の候補となる企業のリスト等を提供する。

【００１１】

ここで、本サービスの流れを具体的に説明する。本サービスの提供者が管理するサーバは、アプローチ元企業から上述のリスト作成のための所定の条件を取得する。サーバは、取得した所定の条件及び後述する各種情報に基づいて、アプローチ元企業の要望を踏まえた第１リストを作成し、アプローチ元企業に提示する。

なお、所定の条件（以下、「第１リスト作成条件」と呼ぶ）とは、具体的に例えば、アプローチ元企業が営業を行う地域、アプローチ元企業の業種等である。なお、この第１リスト作成条件の詳細については、図５等を用いて後述する。

【００１２】

次に、上述のサーバは、取得された条件とは別に、後述するアプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報、及び営業活動情報等の情報に基づいて、アプローチ元企業の営業先として有望な第２リストを作成し、アプローチ元企業に提示する。

つまり、アプローチ元企業には、少なくとも自身の指定した所定の条件を反映した有望な営業先の候補を示す第１リストと、それとは別に新たに有望な営業先の候補を示す第２リストの２つが提示され、アプローチ元企業は、これらを自身の営業活動に利用することができる。

そして、上述のサーバは、アプローチ元企業がこれらのリストに掲載された企業の夫々に対して、営業活動を行った結果を、さらに取得することで、次回以降のリスト作成に反映することもできる。

【００１３】

図１は、本発明の一実施形態に係る情報処理システムの構成の一例を示す構成図である。

図１に示す情報処理システムは、サーバ１と、ｍ台（ｍは１以上の任意の整数値）のアプローチ元企業端末２－１乃至２－ｍと、ｎ台（ｎは１以上の任意の整数値）のアプローチ候補企業端末３－１乃至３－ｎとを含むように構成される。

【００１４】

サーバ１は、本サービスの提供者により管理される。

アプローチ元企業端末２－１乃至２－ｍの夫々は、ｍ人のアプローチ元企業の従業員により使用される。

アプローチ候補企業端末３－１乃至３－ｎの夫々は、ｎ人のアプローチ候補企業の従業員により使用される。

ここで、アプローチ候補企業とは、アプローチ元企業の営業先の候補となり得るあらゆる企業等の総称である。

【００１５】

なお、以下、アプローチ元企業端末２－１乃至２－ｍの夫々を個々に区別する必要がない場合、これらをまとめて「アプローチ元企業端末２」と呼ぶ。アプローチ候補企業端末３－１乃至３－ｎの夫々を個々に区別する必要がない場合、これらをまとめて「アプローチ候補企業端末３」と呼ぶ。

また、サーバ１と、アプローチ元企業端末２と、アプローチ候補企業端末３とは、インターネット等の所定のネットワークＮを介して相互に接続されている。

【００１６】

また、アプローチ候補企業情報とは、例えば、アプローチ候補企業に関する各種情報である。即ち、アプローチ候補企業情報とは、アプローチ候補企業の夫々についての、「会社名」、「郵便番号」、「住所」、「電話番号」、「ＵＲＬ」、「業種」、「メディアへ

の露出度」、「資本金」等の情報である。なお、これらの情報は、タグ付けされて利用されてもよい。

具体的に例えば、このようなアプローチ候補企業情報は、夫々の情報の性質等により、「エリアタグ」、「事業タグ」、「ソースタグ」、「ハード（概要）タグ」等によりタグ付けされる。以下、各タグの夫々について、簡単に説明する。

「エリアタグ」は、各アプローチ候補企業の夫々の所在に関するタグである。具体的に例えば、各アプローチ候補企業の「住所」、「郵便番号」に関する情報等が含まれる。

「事業タグ」は、各アプローチ候補企業の夫々の事業に関するタグである。具体的に例えば、各アプローチ候補企業の「業種（大分類）」、「業種（中分類）」、「業種（小分類）」、「事業内容（サービス）」に関する情報等が含まれる。

なお、業種（大分類）とは、具体的に例えば、「林業」、「農業」、「製造業」等の比較的広い分類である。同様に、「業種（中分類）」、「業種（小分類）」は、それと比較して比較的狭い分類であり、例えば、「業種（中分類）」の例としては「情報通信機械器具製造業」、「業種（小分類）」の例としては、「通信機械器具・同関連機械器具製造業」等が想定される。

「ソースタグ」は、各アプローチ候補企業の夫々の各種メディアへの露出に関するタグである。具体的に例えば、各アプローチ候補企業の「求人雑誌への掲載」、「就職」、「転職サイトへの掲載」に関する情報等が含まれる。

「ハード（概要）タグ」は、各アプローチ候補企業の夫々の一般的な情報に関するタグである。具体的に例えば、各アプローチ候補企業の「会社名」「売上高」、「資本金」、「従業員数」、「経常利益」、「上場区分」、「ＵＲＬ」に関する情報等である。

【００１７】

また、アプローチ元企業情報とは、アプローチ元企業に関する各種情報である。アプローチ候補企業情報と、同様に、様々な情報を取得し得るが、本実施形態においては、例えば、少なくともアプローチ元企業の「業種」に関する情報のみを取得すれば足りるものとして説明する。

【００１８】

また、営業活動情報とは、アプローチ元企業が営業活動を行った結果に関する情報である。即ち、営業活動情報とは、複数の各アプローチ企業の夫々が営業活動を行った結果を示す「架電」「商談」、「拒否」に関する情報等である。

【００１９】

ここで、「架電」とは、例えば、アプローチ元企業がアプローチ候補企業に新規顧客開拓のための営業として電話をかけるというものであり、具体的な営業活動のプロセスの１つである。さらに、「架電」は、架電による営業活動の段階によって「アポイント」、「本人資料請求」、「受付資料請求」に分類される。

「アポイント」とは、例えば、アプローチ元企業の担当者が、営業先の企業の担当者と面談を行うことを言う。「本人資料請求」とは、上述の「アポイント」の前段階にあたり、営業先の企業の担当者から営業元企業の詳細な資料が請求された段階である。つまり、「本人資料請求」とは、具体的な面談の実現がある程度想定された状況における資料請求を意味する。「受付資料請求」とは、上述の「本人資料請求」のさらに前段階にあたり、営業先の企業の者から営業元の企業の一般的な資料が請求された段階である。つまり、「受付資料請求」とは、具体的な面談の実現はあまり想定されないものの、営業先の企業が営業元企業に対して一定程度興味を示していることを意味している。

【００２０】

ここで、「拒否」とは、商談が拒否又は不能により成立しなかったことを意味する。なお、「架電」の場合と同様に、「拒否」は、「本人不在」、「本人拒否」、「受付拒否」の３つに分類されるものとする。

【００２１】

なお、この営業活動情報は、以下のように規定される。例えば、上述の「商談」とは、商談が成立したか否かという意味であるが、これは必ずしも「Ｙｅｓ」か「Ｎｏ」の２者

択一である必要はなく、例えば、アプローチ候補企業の反応に基づいて、商談成立の可能性を示す数値が設定されてもよい。本実施形態では、商談成立の可能性が高い場合には、高い数値が設定され、商談の可能性が低い場合には、低い数値が設定されるものとする。また、本実施形態では、この数値の高低に対応する分類、即ち、商談成立の可能性を示す指標として、例えば、「提案（Ａヨミ）」、「提案（Ｂヨミ）」、「提案（Ｃヨミ）」、「フォロー」の４つの分類を採用するものとする。

また、具体的に例えば、ここで言う商談とは、商談の状況について、「興味レベル」、「先方ニーズ」、「先方予算」、「導入時期」、「決裁権」、「提案金額」等のように、より詳細に分類し、夫々の商談について詳細に数値設定することができる。

【００２２】

また、上述の「アポイント」については、「とても興味がある」、「中程度興味」、「少し興味がある」、「ほとんど興味がない」、「挨拶だけ」、「別の担当者が対応」、「その他」の分類を採用するものとする。

また、「本人資料請求」、については、「非常に興味を持たれている」、「やや興味を持たれている」、「資料次第」、「競合の可能性あり」、「興味がないが、あしらい」、「時期改め」の分類を採用するものとする。

「受付資料請求」の分類については、「非常に興味を持たれている」、「やや興味を持たれている」、「資料次第」、「競合の可能性あり」、「興味がないが、あしらい」、の分類を採用するものとする。

なお、これらの分類は、あくまでも例示であり、アプローチ元企業又はサービスの提供者等が、分類の詳細を任意に設定してもよい。

【００２３】

図２は、図１の情報処理システムのうち、サーバのハードウェア構成の一例を示すブロック図である。

サーバ１は、ＣＰＵ（Ｃｅｎｔｒａｌ　Ｐｒｏｃｅｓｓｉｎｇ　Ｕｎｉｔ）１１と、ＲＯＭ（Ｒｅａｄ　Ｏｎｌｙ　Ｍｅｍｏｒｙ）１２と、ＲＡＭ（Ｒａｎｄｏｍ　Ａｃｃｅｓｓ　Ｍｅｍｏｒｙ）１３と、バス１４と、入出力インターフェース１５と、出力部１６と、入力部１７と、記憶部１８と、通信部１９と、ドライブ２０とを備えている。

【００２４】

ＣＰＵ１１は、ＲＯＭ１２に記録されているプログラム、又は、記憶部１８からＲＡＭ１３にロードされたプログラムに従って各種の処理を実行する。

ＲＡＭ１３には、ＣＰＵ１１が各種の処理を実行する上において必要なデータ等も適宜記憶される。

【００２５】

ＣＰＵ１１、ＲＯＭ１２及びＲＡＭ１３は、バス１４を介して相互に接続されている。このバス１４にはまた、入出力インターフェース１５も接続されている。入出力インターフェース１５には、出力部１６、入力部１７、記憶部１８、通信部１９及びドライブ２０が接続されている。

【００２６】

出力部１６は各種液晶ディスプレイ等で構成され、各種情報を出力する。

入力部１７は、各種ハードウェア等で構成され、各種情報を入力する。

記憶部１８は、ＤＲＡＭ（Ｄｙｎａｍｉｃ　Ｒａｎｄｏｍ　Ａｃｃｅｓｓ　Ｍｅｍｏｒｙ）等で構成され、各種データを記憶する。

通信部１９は、インターネットを含むネットワークＮを介して他の装置（図１の例ではアプローチ元企業端末２、アプローチ候補企業端末３）との間で行う通信を制御する。

【００２７】

ドライブ２０は、必要に応じて設けられる。ドライブ２０には磁気ディスク、光ディスク、光磁気ディスク、あるいは半導体メモリ等よりなる、リムーバブルメディア２１が適宜装着される。ドライブ２０によってリムーバブルメディア２１から読み出されたプログラムは、必要に応じて記憶部１８にインストールされる。またリムーバブルメディア２１

は、記憶部１８に記憶されている各種データも、記憶部１８と同様に記憶することができる。

なお、アプローチ元企業端末２、アプローチ候補企業端末３の構成は、サーバ１の構成と基本的に同様であるので、説明を省略する。

【００２８】

このように構成されたサーバ１、アプローチ元企業端末２、アプローチ候補企業端末３の各種ハードウェアと各種ソフトウェアとの協働により、サーバ１のリスト生成処理の実行が可能になる。

ここで、リスト生成処理とは、サーバ１、アプローチ元企業端末２及びアプローチ候補企業端末３の各種ハードウェアと各種ソフトウェアとの共働により実行が可能となる一連の処理であり、サーバ１においてアプローチ元企業が希望する所定の条件と、各種情報を基に第１リスト及び第２リストが生成、提示されるまでの一連の処理をいう。

このようなサーバ１のリスト生成処理を実行可能な、情報処理システムについて、その機能的構成及び処理の流れの一例について説明していく。

【００２９】

図３は、図２のサーバ、アプローチ候補企業端末及びアプローチ元企業端末の機能的構成の一例を示す機能ブロック図である。

図３に示すように、サーバ１のＣＰＵ１１においては、第１リスト作成条件取得部５１と、アプローチ候補企業情報取得部５２と、アプローチ元企業情報取得部５３と、営業活動情報取得部５４と、第１リスト作成部５５と、第１リスト提示部５６と、第２リスト作成部５７と、推薦部５８と、が機能する。

また、記憶部１８の一領域には、アプローチ候補企業情報ＤＢ１００と、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０と、営業活動情報ＤＢ１２０と、が設けられている。

【００３０】

ここで、リスト生成処理の前提となるアプローチ候補企業情報ＤＢ１００、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０及び営業活動情報ＤＢ１２０について夫々説明する。

サーバ１は、リスト生成処理が行われる事前に各種情報を取得して、上述の各種ＤＢを生成する。

具体的には例えば、アプローチ候補企業情報取得部５２、アプローチ元企業情報取得部５３及び営業活動情報取得部５４の夫々は、各企業のウェブサイトや図示せぬ各企業の端末等からアプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報及び営業活動情報の夫々を取得して、それをアプローチ候補企業情報ＤＢ１００、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０及び営業活動情報ＤＢ１２０に格納する。なお、各種情報の取得方法については、後述する。

このような情報の取得及びその情報の各ＤＢへの格納は、任意のタイミングに行われ、適宜、各ＤＢが更新される。

【００３１】

なお、このアプローチ候補企業情報は、例えば、以下の３つの方法により取得してもよい。

即ち、例えば、特定のポータルサイトから専用のクローラーを活用して、定期的にアプローチ候補企業情報を取得してもよい。また例えば、クローラーでは取得できない構造や複雑な検索手順でアプローチ候補企業情報を取得してもよい。また例えば、他社により販売されているアプローチ候補企業情報を取得してもよい。

なお、アプローチ候補企業情報取得部５２は、取得したアプローチ候補企業情報をアプローチ候補企業情報ＤＢ１００に格納するに際し、アプローチ候補企業ごとにレコードＩＤ等を付与してもよい。

以上をまとめると、サーバ１は、このようにして生成された各ＤＢに格納された情報を利用して、上述のリスト生成処理を実行することが可能となる。以下、リスト生成処理に際して、機能する機能的構成の一例について、説明していく。

【００３２】

第１リスト作成条件取得部５１は、アプローチ元企業端末２から送信されてきた第１リ

スト作成条件に関する情報を取得する。
即ち、第１リスト作成条件取得部５１は、後述するアプローチ元企業端末２から送信されてきた第１リスト作成条件に関するアプローチ元企業の希望条件を特定するための情報（以下「第１リスト作成条件情報」）を、通信部１９を介して、取得する。なお、上述の通り、第１リスト作成条件の詳細については、図５等を用いて後述する。
【００３３】
アプローチ候補企業情報取得部５２は、前記アプローチ候補営業主体に関する情報を、アプローチ候補営業主体情報として取得する。
即ち、アプローチ候補企業情報取得部５２は、第１リスト作成条件取得部５１で第１リスト作成条件情報が取得されると、アプローチ候補企業情報ＤＢ１００に格納されたアプローチ候補企業情報のうち、必要な情報を適宜抽出する。
なお、上述の通り、アプローチ候補企業情報取得部５２は、リスト生成処理の事前に、各企業のウェブサイト等からアプローチ候補企業情報を取得して、その情報をアプローチ候補企業情報ＤＢ１００に格納する。
【００３４】
アプローチ元企業情報取得部５３は、前記アプローチ元営業主体の少なくとも業種に関する情報を含む情報を、アプローチ元営業主体情報として取得する。
即ち、アプローチ元企業情報取得部５３は、第１リスト作成条件取得部５１で第１リスト作成条件情報が取得されると、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０に格納されたアプローチ元企業情報のうち、必要な情報を適宜抽出する。
なお、上述の通り、アプローチ元企業情報取得部５３は、リスト生成処理の事前に、アプローチ元企業端末２から、アプローチ元企業情報を、通信部１９を介して取得して、その情報をアプローチ候補企業情報ＤＢ１００に格納する。
【００３５】
営業活動情報取得部５４は、前記アプローチ候補営業主体情報が取得された企業のうちの全部又は一部について、過去の営業活動に関する情報を、営業活動情報として取得する。
即ち、営業活動情報取得部５４は、第１リスト作成条件取得部５１で第１リスト作成条件情報が取得されると、営業活動情報ＤＢ１２０に格納された営業活動情報のうち、必要な情報を適宜取得する。
なお、上述の通り、営業活動情報取得部５４は、リスト生成処理の事前に、アプローチ元企業端末２から営業活動情報を取得して、その情報を営業活動情報ＤＢ１２０に格納する。
【００３６】
第１リスト作成部５５は、アプローチ候補企業情報取得部５２で取得されたアプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報取得部５３で取得されたアプローチ元企業情報、営業活動情報取得部５４で取得された営業活動情報及び第１リスト作成条件取得部５１で取得された第１リスト作成条件情報に基づいて、第１リストを生成する。
即ち、この第１リストとは、アプローチ元企業からの要望に沿って作成された有望な営業先の候補となる企業が記載されたリストである。
【００３７】
第１リスト提示部５６は、第１リスト作成部５５で作成された第１リストを、通信部１９を介して、アプローチ元企業端末２へ提示する。
これにより、アプローチ元企業は、提示された第１リストを確認し、第１リストに記載されている企業の夫々に対して、実際に営業活動を行うことで、効率的に営業活動を実施することができる。
【００３８】
第２リスト作成部５７は、アプローチ候補企業情報取得部５２で取得されたアプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報取得部５３で取得されたアプローチ元企業情報、営業活動情報取得部５４で取得された営業活動情報に基づいて、第２リストを作成する。

ここで、この第２リストとは、第１リストとは別途作成された、アプローチ元企業にとっての新しい有望な営業先の候補となる企業等が記載されたリストである。
つまり、上述の第１リストは、主として、アプローチ元企業の担当者のリスト作成についての要望（例えば、第１リスト作成情報）に基づいて、作成される。これに対して、第２リストは、第１リストに記載された企業等と類似する企業等をピックアップすることによって、作成される。具体的に例えば、第２リストは、第１リストに記載された企業と、アプローチ候補企業情報取得部５２、アプローチ元企業情報取得部５３及び営業活動情報取得部５４の観点から類似する企業がピックアップされて、作成される。なお、第２リストを作成する方法の具体的な説明は、図５乃至図７を用いて後述する。

【００３９】

推薦部５８は、前記アプローチ元営業主体情報、前記アプローチ候補営業主体情報及び前記営業活動情報に基づいて、営業先の候補となる営業主体を決定し、前記アプローチ元営業主体に推薦する。
即ち、推薦部５８は、第２リスト作成部５７で作成された第２リストを、アプローチ元企業の営業先として最適なアプローチ候補企業として、通信部１９を介して、アプローチ元企業端末２へ推薦する。
これにより、アプローチ元企業は、提示された第２リストを確認し、第２リストに記載されている企業の夫々雄に対して、実際に営業活動を行うことで、自身が当初想定しないような企業であっても有望な営業先の候補に対しても営業活動を行うことができるため、さらに効率的に営業活動を実施することができる。

【００４０】

アプローチ元企業端末２のＣＰＵ３１においては、第１リスト作成条件送信制御部８１と、第１リスト取得部８２と、推薦取得部８３と、営業活動情報送信制御部８４と、が機能する。

【００４１】

第１リスト作成条件送信制御部８１は、アプローチ元企業の担当者等により入力された第１リスト作成条件情報を、通信部３９を介して、サーバ１へ送信する。

【００４２】

第１リスト取得部８２は、サーバ１から送信されてきた第１リストを、通信部３９を介して、取得する。さらに、第１リスト取得部８２は、取得した第１リストを、図示しない出力部３６に表示させる。
上述の通り、アプローチ元企業の担当者等は、このようにして出力部３６に表示された第１リストを確認し、そこに記載されている企業に営業活動を行うことで、効率的に営業活動を行うことができる。

【００４３】

推薦取得部８３は、サーバ１から送信されてきた第２リストを、通信部３９を介して、取得する。さらに、第１リスト取得部８２は、取得した第１リストを、図示しない出力部３６に表示させる。
上述の通り、アプローチ元企業の担当者等は、このようにして出力部３６に表示された第１リストを確認し、そこに記載されている企業に営業活動を行うことで、さらに効率的に営業活動を行うことができる。

【００４４】

営業活動情報送信制御部８４は、アプローチ元企業で取得された営業活動情報をサーバ１へ送信する制御を行う。
即ち、ここで送信される営業活動情報とは、アプローチ元企業の担当者等が、上述の第１リスト及び第２リストに基づいて、営業活動を行った経過や結果である。つまり、サーバ１は、作成された第１リスト及び第２リストに基づいて行われた営業活動の経過や結果を、さらに取得して、ＤＢ（例えば、営業活動情報ＤＢ１２０）を更新することができ、次回以降の第１リスト及び第２リストの作成に利用することができる。
これにより、サーバ１は、さらに営業効率の良い、第１リスト及び第２リストを作成す

ることができる。なお、このようなアプローチ元企業端末２から送信される営業活動情報の詳細については、図７等を用いて後述する。

【００４５】

次に、リスト生成処理について、フローチャートを用いて説明する。

図４は、図３のサーバが実行するリスト生成処理の流れを説明するフローチャートである。

【００４６】

ステップＳ１において、第１リスト作成条件取得部５１は、アプローチ元企業端末２から送信された第１リスト作成条件情報を取得する。

【００４７】

ステップＳ２において、アプローチ候補企業情報取得部５２は、ステップＳ１で第１リスト作成条件情報が取得されると、アプローチ候補企業情報ＤＢ１００に格納されたアプローチ候補企業情報のうち、必要な情報を適宜抽出する。

【００４８】

ステップＳ３において、アプローチ元企業情報取得部５３は、ステップＳ１で第１リスト作成条件情報が取得されると、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０に格納されたアプローチ元企業情報のうち、必要な情報を適宜抽出する。

【００４９】

ステップＳ４において、営業活動情報取得部５４は、ステップＳ１で第１リスト作成条件情報が取得されると、営業活動情報ＤＢ１２０に格納された営業活動情報のうち、必要な情報を適宜抽出する。

【００５０】

ステップＳ５において、第１リスト作成部５５は、第１リストを作成、提示する。

即ち、第１リスト作成部５５は、ステップＳ１で取得された第１リスト作成条件情報、ステップＳ２で取得されたアプローチ候補企業情報、ステップＳ３で取得されたアプローチ元企業情報、ステップＳ４で取得された営業活動情報に基づいて、第１リストを作成する。また、第１リスト提示部５６は、第１リスト作成部５５で作成された第１リストを、アプローチ元企業端末２へ提示する。

【００５１】

ステップＳ６において、第２リスト作成部５７は、類似判断を実施する。

即ち、第２リスト作成部５７は、アプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報及び営業活動情報を基に、類似判断を行う。

【００５２】

ステップＳ７において、第２リスト作成部５７は、ステップＳ２で取得されたアプローチ候補企業情報、ステップＳ３で取得されたアプローチ元企業情報、ステップＳ４で取得された営業活動情報に基づいて、第２リストを作成する。

そして、推薦部５８は、第２リスト作成部５７で作成された第２リストを、アプローチ元企業の営業先として最適なアプローチ候補企業として、通信部１９を介して、アプローチ元企業端末２へ推薦する。

【００５３】

ステップＳ８において、営業活動情報取得部５４は、アプローチ元企業端末２から、営業活動情報を、通信部１９を介して取得する。

即ち、アプローチ元企業が、上述の第１リスト、第２リストを利用して、アプローチ候補企業に営業を行った後に、営業活動情報取得部５４は、アプローチ元企業端末２から営業活動情報を取得する。

【００５４】

ステップＳ９において、営業活動情報取得部５４は、ステップＳ８で取得した営業活動情報を、営業活動情報ＤＢ１２０に格納することで、営業活動情報ＤＢ１２０に格納した営業活動情報を更新する。

【００５５】

ステップＳ１０において、サーバ１は、処理の終了指示があったか否かを判断する。ここで、処理の終了指示は、特に限定されないが、本実施形態ではサーバ１のいわゆる電源等の遮断指示が採用されている。つまり、サーバ１において電源の遮断指示がなされない限り、ステップＳ１０においてＮＯであると判断されて処理はステップＳ１に戻され、それ以降の処理が繰り返される。

これに対して、サーバ１においてスリープ状態等への移行指示がなされると、ステップＳ１０においてＹＥＳであると判断されて、サーバ１の実行するアプローチ候補企業推薦処理は終了になる。

【００５６】

図５は、アプローチ元企業の担当者が第１リスト作成条件に関する入力を行うにあたり、当該アプローチ元企業の担当者に対して表示される画面の一例を示す図である。

【００５７】

図５の例では、第１リスト作成条件に関する項目として、「地域の選択」、「業種の選択」、「その他抽出条件」の３つの入力項目が設けられている。即ち、アプローチ元企業は、上記３つの入力項目に対して、任意の条件を入力することで、自身の要望に沿った第１リストを取得することができる。ここで、上述の入力を行うのは、例えば、アプローチ元企業の担当者であることが予想されるが、ここでは便宜上、アプローチ元企業が各種処理を行う者として説明する。

具体的に例えば、「地域の選択」の項目では、アプローチ元企業が第１リストに記載して欲しい企業の住所が入力される。なお、「地域の選択」の項目では、「東京都千代田区○○」といった、都道府県や市、区だけでなく、町等、より詳細な条件を入力することもできる。

また、「業種の選択」の項目では、アプローチ元企業がリストに記載して欲しい企業の業種が選択される。

また、「その他抽出条件」の項目では、アプローチ元企業の希望するその他の条件が入力される。ここで、その他の条件とは、例えば、「外資系」、「従業員１００人以上」等である。

【００５８】

図５の例では、「検索」のボタンが設けられており、アプローチ元企業の担当者が上述の「検索」のボタンを押下することで、サーバ１へ第１リスト作成条件情報が送信される。

このようにして第１リスト作成条件情報が送信されると、上述の通り、サーバ１では第１リストが生成され、その結果がアプローチ元企業端末２の出力部３６に表示される。その一例が、図５の例でも示されている。

具体的には、図５に示すように、第１リストに含まれる２０１０１社の企業に関する情報が、出力部３６に表示される。

図５の例では出力部３６に表示される情報として、例えば、「会社名」、「郵便番号」、「住所」、「電話番号」、「ＵＲＬ」、「Ｅ－ｍａｉｌ」「ジャンル」が採用されている。

ここで、「ジャンル」の項目は、アプローチ候補企業が行っている事業のジャンルであり、例えば、第１リストの「会社名」（株）○○○○○では、「ジャンル」がサービス・インフラ、ソフトウェア・通信、となる。

【００５９】

ここで、第１リストを利用した架電による営業活動とその営業活動情報の提示の方法について説明する。

第１リストに掲載されたアプローチ候補企業において、「電話番号」の項目がアプローチ元企業の担当者により選択される。すると、選択したアプローチ候補企業に電話がかかる。そして、アプローチ元企業の担当者により、アプローチ候補企業に対してアプローチ、即ち、新規顧客開拓のための営業が行われる。そのアプローチの結果は、営業活動情報として、アプローチ元企業端末２の営業活動情報送信制御部８４から営業活動情報取得部

５４へ送信される。そして、営業活動情報取得部５４は、取得した営業活動情報を、営業活動情報ＤＢ１２０へ格納する。

これにより、最新の営業活動情報が格納されるため、次回以降の第１リスト、第２リストの作成に反映することができる。

【００６０】

次に、第２リストについて説明する。

図６は、アプローチ元企業の担当者に対して、表示される第２リストの画面の一例を示す図である。この画面には、第１リストで掲載されたアプローチ候補企業のほか、推薦されたアプローチ候補企業が掲載されている。

【００６１】

図６の例では、第１リストに掲載されたアプローチ候補企業に関して、アプローチ元企業の担当者により「会社名」が選択されると、図６が示す画面に遷移する。

そして、図６に示すように、第１リストに掲載されたアプローチ候補企業の詳細な情報が表示される。

例えば、図６の左側には、第１リストに掲載されたアプローチ候補企業の「企業名」、「電話番号」、「メール」、「代表者名」、「部署・拠点名」、「役職」、「個人・担当者名」、「個人担当者カナ」の項目が設けられている。

また、図６に示すように、第２リスト、即ち、アプローチ元企業にとって、新たに有望な営業先の候補となるアプローチ候補企業（以下、「推薦企業」と呼ぶ）の詳細な情報が表示される。

例えば、図６の右側には、推薦企業の「企業名」、「電話番号」、「メール」、「代表者名」、「部署・拠点名」、「役職」、「個人・担当者名」、「個人担当者カナ」等の項目が設けられている。

表示された推薦企業は、図５で選択した第１リストに掲載されたアプローチ候補企業に類似する企業として、推薦される。

これにより、アプローチ元企業は、選択したアプローチ候補企業の会社概要について、一目で確認することが可能となる。

また、図５と同様に、推薦企業の「電話番号」の項目がアプローチ元企業の担当者により選択される。すると、選択したアプローチ候補企業に電話がかかる。そして、アプローチ元企業の担当者により、アプローチ候補企業に対してアプローチ、即ち、新規顧客開拓のための営業が行われる。そのアプローチの結果は、営業活動情報として、アプローチ元企業端末２の営業活動情報送信制御部８４から営業活動情報取得部５４へ送信される。

なお、図６では、右側に表示された推薦企業は、１つであるが、複数のアプローチ候補企業を表示してもよい。

【００６２】

図７は、推薦企業の類似判断に関する一例を示す図である。

つまり、図７は、上述の第１リスト及び第２リストを作成するにあたり考慮すべき要素を３軸に分類してまとめたものである。

即ち、上述の通り、第１リスト及び第２リストの作成に際しては、アプローチ候補業情報、アプローチ元企業情報及び営業活動情報が利用される。そして、アプローチ元企業情報は、「エリアタグ」、「事業タグ」、「ソースタグ」、「ハード（概要）タグ」等を利用することで、分類される。そして、アプローチ元企業情報は、最低限事業に関する情報が含まれていれば足りるため、「事業タグ」が利用される。そして、営業活動情報の分類には、「ソフト（情報）タグ」が利用される。

ここで、ソフト（情報）タグとは、営業活動情報に含まれる各種情報を分類するために用いられるタグであり、本サービスの提供者が自由に設定することができる。

【００６３】

これらを前提として、図７を参照しつつ、上述の第２リストを作成する方法について簡単に説明する。

即ち、第２リストとは、第１リストとは異なり、アプローチ元企業の要望（第１リスト

作成条件情報）とは別途、アプローチ元企業が過去の営業活動に成功した企業や第１リストに記載された企業（以下、「対象企業」と呼ぶ）と類似する企業を、商談の成功の可能性が高い有望な企業として採用し、作成されるリストである。

ここで、類似する企業とは、例えば、上述の「ソフト（情報）タグ」の情報が、対象企業と類似する企業であってもよい。

つまり、対象企業、即ち営業活動に成功した若しくは成功の可能性が高い企業と、業種や事業規模といった一般的な情報が類似する企業であれば、商談が成功する可能性は、当然高いことが推測される。本実施形態では、このような一般的な情報のみならず、従前の営業活動に対する結果等を含む営業活動情報が類似するような企業であっても、商談が成功する可能性が高いであろうという点に着目して、営業活動を補助するための技術を提供するものである。

以上をまとめると、本発明の実施形態において、サーバ１は、図７の示す３つの要素を組み合わせて、利用することで、より精度の高い第１リスト及び第２リストの作成を実現することができる。

【００６４】

次に、図７に示す３つの要素を組み合わせることでより精度の高い第１リスト及び第２リストの作成を実現させるＵＩ（Ｕｓｅｒ　Ｉｎｔｅｒｆａｃｅ）の具体例について説明する。

図８は、アプローチ元企業の担当者が第１リスト作成条件に関する入力を行うにあたり、当該アプローチ元企業の担当者に対して表示される画面の一例として、図５に示す画面とは異なる画面を示す図である。

【００６５】

図８に示す画面は、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）と、アプローチ先企業情報を入力するエリア（破線右側）とで構成されている。

アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）には、アプローチ元企業情報として、企業名、業種、商材単価、企業文化、企業方針、先進性、経営方針、上場区分、上場予定、経営承継代数、海外拠点の有無、創業年数、本社所在地、従業員数、資本金、及び売上の夫々に関する情報を入力する欄と、「登録」と表記されたボタンとが設けられている。

また、アプローチ先企業情報を入力するエリア（破線右側）には、アプローチ先企業情報として、大手企業、中堅企業、中小企業、零細企業、個人事業主、成長企業、多国籍企業の夫々を対象とするか否かを夫々選択するためのスイッチと、営業先業種を入力する欄とが設けられている。

【００６６】

アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）に配置されている、「企業名」を入力する欄は、アプローチ元企業の名称を入力する欄である。この欄にアプローチ元企業の名称を入力し、「登録」と表記されたボタンを押下すると、図４に示すリスト生成処理が開始されて、第１リスト及び第２リストが順次作成される。

上述したように、リスト生成処理では、各ＤＢに格納された情報が利用される。具体的には例えば、クラスタ（属性）基づく分析や、ディープラーニング等の既存の機械学習に関する各種手法が利用され、第１リスト及び第２リストが順次作成される。

即ち、「企業名」を入力する欄にアプローチ元企業の名称を入力した場合には、アプローチ元企業情報ＤＢ１１０が参照されて、アプローチ元企業が特定される。この場合、特定されたアプローチ元企業のアプローチ元企業情報と、アプローチ先企業情報（破線右側）に入力された内容とに基づいて、第１リスト及び第２リストが順次作成される。

【００６７】

一方、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）の企業名を入力する欄に、アプローチ元企業の名称を入力することなく、業種、商材単価、企業文化、企業方針、先進性、経営方針、上場区分、上場予定、経営承継代数、海外拠点の有無、創業年数、本社所在地、従業員数、資本金、及び売上のうち何れかに関する情報を入力した場合には、ア

プローチ元企業は特定されない。
この場合、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）の企業名以外の入力欄に入力された情報と、アプローチ先企業情報（破線右側）に入力された内容とに基づいて、第１リスト及び第２リストが順次作成される。
【００６８】
具体的には例えば、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）のうち、「企業文化」を入力する欄には、成果主義、やや成果主義、どちらでもない、やや年功主義、年功主義、のうち何れかが入力される。
また例えば、「企業方針」を入力する欄には、少数精鋭、やや少数精鋭、どちらでもない、ややみんなでわいわい、みんなでわいわい、のうち何れかが入力される。
また例えば、「先進性」を入力する欄には、既存サービスの品質を上げることが中心、やや既存サービスの品質を上げることが中心、どちらでもない、やや新規事業に頻繁に取り組む、新規事業に頻繁に取り組む、のうち何れかが入力される。
また例えば、「経営方針」を入力する欄には、規模の拡大、やや規模の拡大、どちらでもない、やや利益率の成長、利益率の成長、のうち何れかが入力される。
【００６９】
図８に示す例では、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）のうち「企業名」は入力されずに、業種が「人工知能」、商材単価が「５０万円～１０００万円未満」、企業文化が「成果主義」、企業方針が「少数精鋭」、先進性が「既存サービスの品質を上げることが中心」、経営方針が「規模の拡大」、上場区分が「未上場」、上場予定が「予定なし」、経営承継代数が「創業社長」、海外拠点の有無が「無」、創業年数が「１（年）」、本社所在地が「東京都」、従業員数が「３（人）」、資本金が「２０００００（円）」、及び売上が「１３０００００００（円）」と夫々入力されている。
また、アプローチ先企業情報を入力するエリア（破線右側）では、大手企業、成長企業、及び多国籍企業が対象として選択され、営業先業種が「業界問わず」と入力されている。
このため、図８に示す例では、アプローチ元企業が特定されることなく、アプローチ元企業情報を入力するエリア（破線左側）の各入力欄に入力された情報と、アプローチ先企業情報（破線右側）に入力された内容とに基づいて、第１リスト及び第２リストが順次作成される。
このように、図８に示すＵＩによれば、アプローチ元企業の希望に沿った、より精度の高い第１リスト及び第２リストを作成することができるので、アプローチ元企業の営業の効率化を図ることができる。
【００７０】
次に、第２リストを作成する際に利用される「ソフト（情報）タグ」の具体例について説明する。
図９は、第２リストを作成する際に利用される「ソフト（情報）タグ」の具体例を示す図である。
【００７１】
上述したように、「ソフト（情報）タグ」は、営業活動情報に含まれる各種情報を分類するために用いられるタグであり、本サービスの提供者が自由に設定することができる。このため、例えばアプローチ先企業の「ソフト（情報）タグ」をまとめたものを、アプローチ元企業の担当者に提供することもできる。
図９には、その一例として、「訪問アポイントランキング　ウィークリー７／８～７／１２　※週間１００架電以上のクライアントのみ集計」した情報として、「アポ率」（アポイントがとれた確率）の高い業種ベスト５に関する「ソフト（情報）タグ」が示されている。
具体的には例えば、「Ｎｏ．１　業種：広告・制作・マーケティング　＞　デザイン・制作　＞　広告デザイン」、「商材：インバウンド」、「先週のアポ率：６．５６％」、「先週の結果：架電１２２件／アポ８件」、「ターゲット：１９０７＿展示会フォロー×

東京×見込Ｂ×うごくデザコンアポ２０．００％／展示会出展企業@中央区アポ７．１４％／展示会出展企業@北区アポ５．５６％／広告代理店@名古屋含む市に隣接する各市」、「※１０名以上、１億以上アポ０．００％」、「デザイン力やコンテンツ力を強みにしたクリエイティブな会社。」、「全国５か所に拠点を持ち、ＨＩＳなどの大手旅行代理店の実績を持つ、他に大学・専門学校の実績が多い。」といった「ソフト（情報）タグ」をアプローチ元企業の担当者に提供することができる。

なお、アプローチ先企業の「ソフト（情報）タグ」の他の具体例は、図９に示すとおりである。

【００７２】

また、上述の実施形態によれば、例えば以下のようなサービスを提供することもできる。

具体的には例えば、名刺交換した相手に、所定のＵＲＬ（Ｕｎｉｆｏｒｍ　Ｒｅｓｏｕｒｃｅ　Ｌｏｃａｔｏｒ）を付したお礼メールを送り、当該ＵＲＬがクリックされると、クッキー情報が自動的に保存されるようにする。これにより、自動的に保存されたクッキー情報に基づいたリード管理が可能となる。

また、上述の処理により作成された第１リスト及び第２リストに基づいて抽出したアプローチ先企業に対しアプローチを行うと、そのアプローチ先企業の担当者からホームページへの問合せ等がある場合がある。この場合も、クッキー情報が自動的に保存されるようにする。これにより、自動的に保存されたクッキー情報に基づいたリード管理が可能となる。

これにより、アポイントから商談までの一連の流れを全てオンラインで行うことも可能となる。その結果、アプローチ元企業は、積極的な営業活動を行うことなく、いわば「待っているだけ」で顧客を確保できるようなビジネス環境を手に入れることも可能となる。

【００７３】

以上、本発明の一実施形態について説明したが、本発明は、上述の実施形態に限定されるものではなく、本発明の目的を達成できる範囲での変形、改良等は本発明に含まれるものである。また、本実施形態に記載された効果は、本発明から生じる最も好適な効果を列挙したに過ぎず、本発明による効果は、本実施形態に記載されたものに限定されるものではない。

【００７４】

また例えば、上述の実施形態において、特に言及していないが、アプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報、営業活動情報等の各種情報をデータベースに格納するに際し、サーバ１は、名寄せ機能を採用することができる。

具体的に例えば、サーバ１は、格納する情報を、「会社名」、「電話番号」、「住所」、「電話番号」等の夫々の情報に分けて保存してもよい。なお、その際、これらの各種情報は、整形されて保存されてもよい。

また、サーバ１は、格納する情報が電話番号の場合、電話番号のデータは、半角数字に統一されて、ハイフンとスペースを除いてもよい。

また、サーバ１は、格納する情報が企業名の場合、企業名のデータは、文字を全角に変換し、（株）等の略を削除して「○○株式会社」、「株式会社○○」等に統一してもよい。

【００７５】

また例えば、上述の実施形態において、アプローチ候補企業情報、アプローチ元企業情報、営業活動情報ついて、各種情報を「エリアタグ」、「事業タグ」等の分類を行って、タグ付けするものとして説明したが、特にこれに限定されない。

即ち、例えば、「設立年数」、「コンプライアンス」等、任意の分類を行って、タグ付けを行ってもよい。

【００７６】

また例えば、上述の実施形態において、営業活動情報は、「商談」、「架電」、「拒否」に関する情報である、と説明したが、特にこれに限定されない。

即ち、上述の「商談」、「架電」、「拒否」の他の情報を含めてもよい。具体的に例えば、「商談に係った時間」、「アポイントを取るまでの架電の回数」等の情報を営業活動情報に含めてもよい。

更に、営業活動情報の「架電」は、架電以外の方法、例えば、ＦＡＸ、メール、郵送ＤＭ等の方法であってもよい。

【００７７】

また例えば、上述の実施形態において、アプローチ元企業情報として、少なくともアプローチ元企業の「業種」に関する情報のみを取得するものとして説明したが、とくにこれに限定されない。

即ち、サーバ１は、アプローチ元企業情報として、業種、業界、事業内容のうち何れか一つに関する情報もしくは、これらの情報を組み合わせて取得してもよい。

さらに言えば、サーバ１は、業種、業界、事業内容以外の情報、例えば、「会社名」、「郵便番号」、「住所」、「電話番号」、「ＵＲＬ」、「メディアへの露出度」、「資本金」等のいかなる情報を取得してもよい。

【００７８】

また例えば、上述の実施形態において、アプローチ元企業の担当者等は、第１リスト及び第２リストに基づいて営業活動を行うものとして説明を行ったが、特にこれに限定されない。

即ち、営業活動は、アプローチ元企業の担当者に限らず、誰が行ってもよい。具体的に例えば、本サービスの提供者が営業活動を代行してもよい。

【００７９】

また例えば、上述の実施形態において、アプローチ元企業、アプローチ候補企業等は、企業であることを前提として説明を行ったが、特にこれに限定されない。

即ち、アプローチ元企業、アプローチ候補企業等は、必ずしも企業である必要はなく、例えば非営利団体、独立行政法人、学校法人等のあらゆる組織であればよい。

なお、これは第１リスト及び第２リストに記載される企業についても同様であり、第１リスト及び第２リストには、営業活動の対象となり得るあらゆる組織が記載され得る。

【００８０】

また例えば、上述の実施形態において、第２リストは、対象企業の営業活動情報と営業活動情報が類似する企業が記載されている、と説明したが、特にこれに限定されない。

即ち、他の情報と組み合わせてもよいし、類似以外の手法であってもよい。

具体的に例えば、アプローチ元企業とアプローチ候補企業の「業種」が一致又は類似することで、類似する企業としてもよい。

【００８１】

また例えば、上述した一連の処理は、ハードウェアにより実行させることもできるし、ソフトウェアにより実行させることもできる。

換言すると、図３の機能的構成は例示に過ぎず、特に限定されない。

即ち、上述した一連の処理を全体として実行できる機能が情報処理システムに備えられていれば足り、この機能を実現するためにどのような機能ブロックを用いるのかは特に図３の例に限定されない。また、機能ブロックの存在場所も、図３に特に限定されず、任意でよい。例えば、サーバ１の機能ブロックをアプローチ元企業端末２等に移譲させてもよい。逆にアプローチ元企業端末２の機能ブロックをサーバ１等に移譲させてもよい。

また、１つの機能ブロックは、ハードウェア単体で構成してもよいし、ソフトウェア単体で構成してもよいし、それらの組み合わせで構成してもよい。

【００８２】

また例えば、一連の処理をソフトウェアにより実行させる場合には、そのソフトウェアを構成するプログラムが、コンピュータ等にネットワークや記録媒体からインストールされる。

コンピュータは、専用のハードウェアに組み込まれているコンピュータであってもよい。

また、コンピュータは、各種のプログラムをインストールすることで、各種の機能を実行することが可能なコンピュータ、例えばサーバの他汎用のスマートフォンやパーソナルコンピュータであってもよい。

【００８３】

また例えば、このようなプログラムを含む記録媒体は、アプローチ元企業の担当者にプログラムを提供するために装置本体とは別に配布される図示せぬリムーバブルメディアにより構成されるだけでなく、装置本体に予め組み込まれた状態でアプローチ元企業の担当者に提供される記録媒体等で構成される。

【００８４】

なお、本明細書において、記録媒体に記録されるプログラムを記述するステップは、その順序に沿って時系列的に行われる処理はもちろん、必ずしも時系列的に処理されなくとも、並列的あるいは個別に実行される処理をも含むものである。

また、本明細書において、システムの用語は、複数の装置や複数の手段等より構成される全体的な装置を意味するものとする。

【００８５】

換言すると、本発明が適用される情報処理システムは、上述の図１の実施形態としての情報処理システムを含め、次のような構成を有する各種各様の実施態様を取ることができる。

以上を換言すると、本発明が適用される情報処理システムは、次のような構成を有していれば足り、各種各様な実施の形態を取ることができる。

即ち、本発明が適用される情報処理装置は、

アプローチ元営業主体に対して営業対象であるアポイント先の候補となるアプローチ候補営業主体を推薦する情報処理装置（例えば図１のサーバ１）であって、

前記アプローチ元営業主体の少なくとも業種、業界、又は事業内容のうち何れか１つに関する情報を含む情報を、アプローチ元営業主体情報として取得するアプローチ元営業主体情報取得手段（例えば、図３のアプローチ元企業情報取得部５３）と、

前記アプローチ候補営業主体に関する情報を、アプローチ候補営業主体情報として取得するアプローチ候補営業主体情報取得手段（例えば、図３のアプローチ候補企業情報取得部５２）と、

前記アプローチ候補営業主体情報が取得された企業のうちの全部又は一部について、過去の営業活動に関する情報を、営業活動情報として取得する営業活動情報取得手段（例えば、図３の営業活動情報取得部５４）と、

前記アプローチ元営業主体情報、前記アプローチ候補営業主体情報及び前記営業活動情報に基づいて、営業先の候補となる営業主体を決定し、前記アプローチ元営業主体に推薦する推薦手段（例えば、図３の第２リスト作成部５７）と、

を備える。

【００８６】

これにより、過去の営業活動に関する情報を少なくとも含む情報に基づいて、営業活動を効率的に行うことを補助する技術を提供することができる。

【００８７】

また、前記営業活動情報は、前記営業活動情報の対象となる営業活動について、数値化した指標に関する情報を少なくとも含むことができる。

【００８８】

これにより、サーバ１は、営業活動情報を数値化した指標として、第２リストの作成に使用することができる。

【００８９】

また、前記推薦手段は、前記アプローチ元営業主体と前記営業活動情報が類似する営業主体を、前記営業先の候補となる前記営業主体として決定し、前記アプローチ元営業主体に推薦することができる。

【００９０】

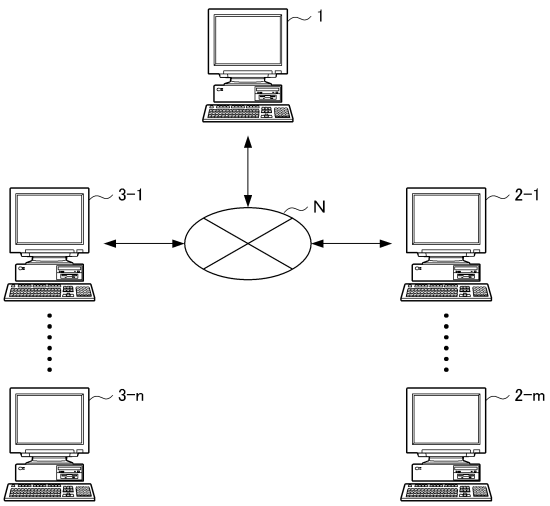
これにより、アプローチ元営業主体と営業活動情報が類似する営業主体が、営業先の候補となる営業主体として推薦される。即ち、営業活動に成功した若しくは成功の可能性が高い企業と、業種や事業規模といった一般的な情報が類似する企業であれば、商談が成功する可能性は当然高いことが推測される。その結果、より精度の高い推薦が可能となる。

【符号の説明】

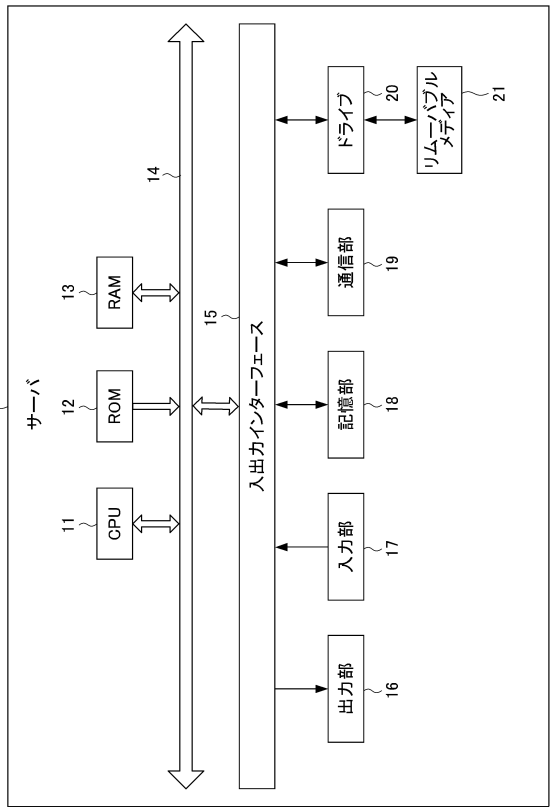
【００９１】

１・・・サーバ、２・・・アプローチ元企業端末、３・・・アプローチ候補企業端末、１１・・・ＣＰＵ、１８・・・記憶部、１９・・・通信部、５１・・・第１リスト作成条件取得部、５２・・・アプローチ候補企業情報取得部、５３・・・アプローチ元企業情報取得部、５４・・・営業活動情報、５５・・・第１リスト作成部、５６・・・第１リスト提示部、５７・・・第２リスト作成部、５８・・・推薦部、８１・・・第１リスト作成条件送信制御部、８２・・・第１リスト取得部、８３・・・推薦取得部、８４・・・営業活動情報送信制御部、１００・・・アプローチ候補企業情報ＤＢ、１１０・・・アプローチ元企業情報ＤＢ、１２０・・・営業活動情報ＤＢ

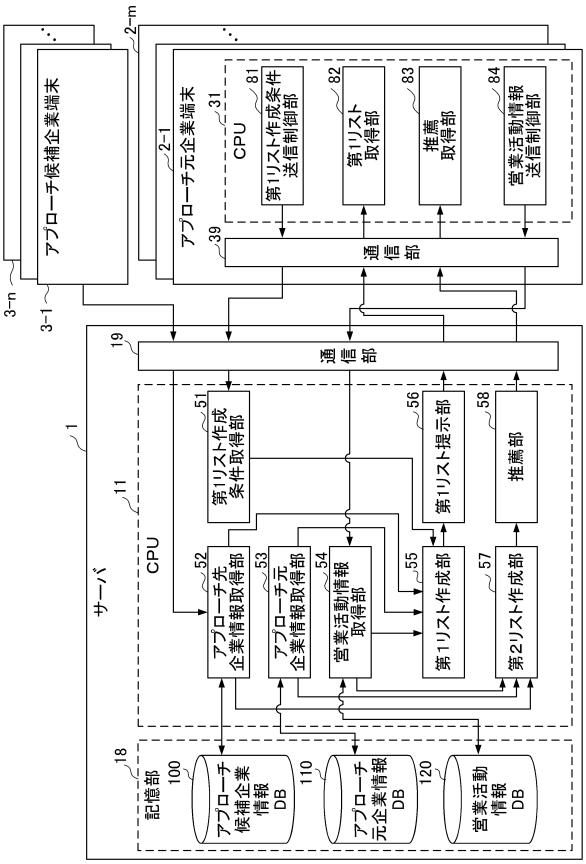
【図１】



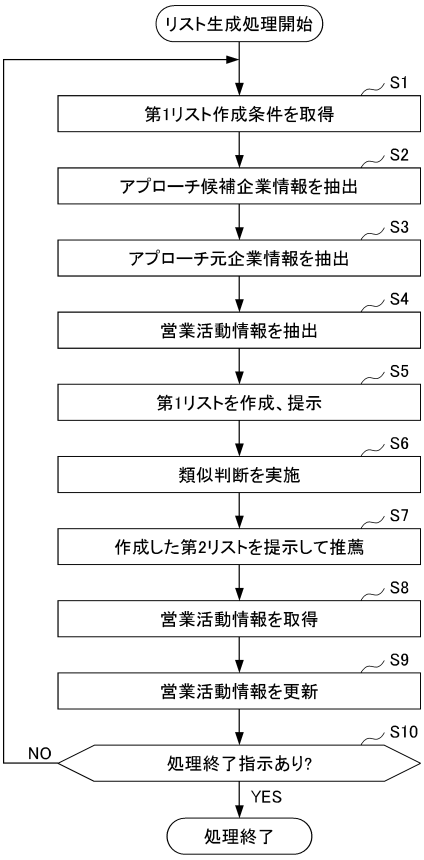

【図２】



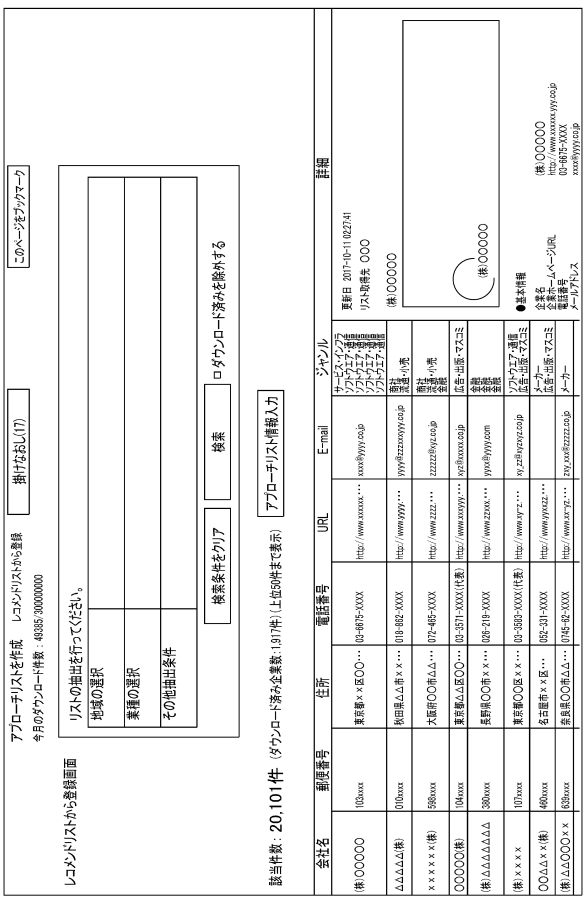
【図３】


アプローチ候補企業端末
アプローチ元企業端末
CPU
第1リスト作成条件送信制御部
第1リスト取得部
推薦取得部
営業活動情報送信制御部
通信部
サーバ
第1リスト作成条件取得部
第1リスト提示部
推薦部
アプローチ先企業情報取得部
アプローチ元企業情報取得部
営業活動情報取得部
第1リスト作成部
第2リスト作成部
記憶部
アプローチ候補企業情報DB
アプローチ元企業情報DB
営業活動情報DB

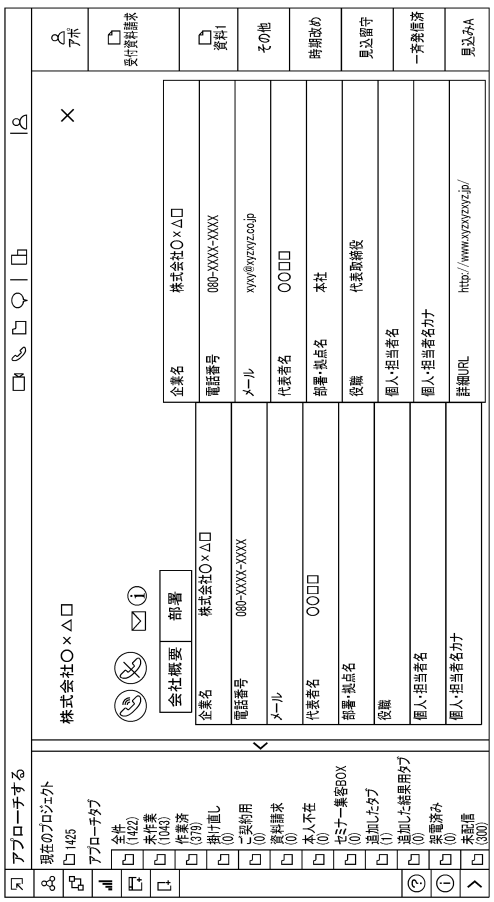
【図４】


リスト生成処理開始
S1
第1リスト作成条件を取得
S2
アプローチ候補企業情報を抽出
S3
アプローチ元企業情報を抽出
S4
営業活動情報を抽出
S5
第1リストを作成、提示
S6
類似判断を実施
S7
作成した第2リストを提示して推薦
S8
営業活動情報を取得
S9
営業活動情報を更新
S10
処理終了指示あり?
NO
YES
処理終了

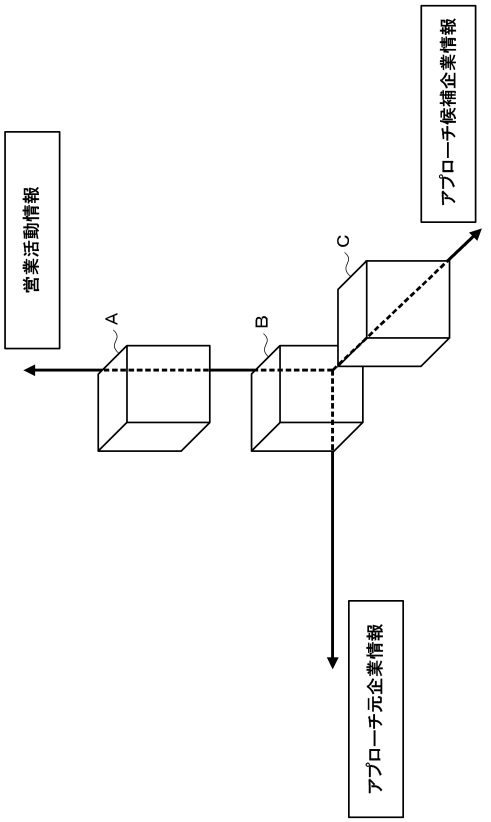
【図５】


アプローチリストを作成
レコメンドリストから登録
今月のダウンロード件数：49385/300000000
掛けなおし(17)
このページをブックマーク
レコメンドリストから登録画面
リストの抽出を行ってください。
地域の選択
業種の選択
その他抽出条件
検索条件をクリア
検索
ロダウンロード済みを除外する
該当件数：20,101件（ダウンロード済み企業数：1,917件）（上位50件まで表示）
アプローチリスト情報入力
会社名
郵便番号
住所
電話番号
URL
E-mail
ジャンル
詳細

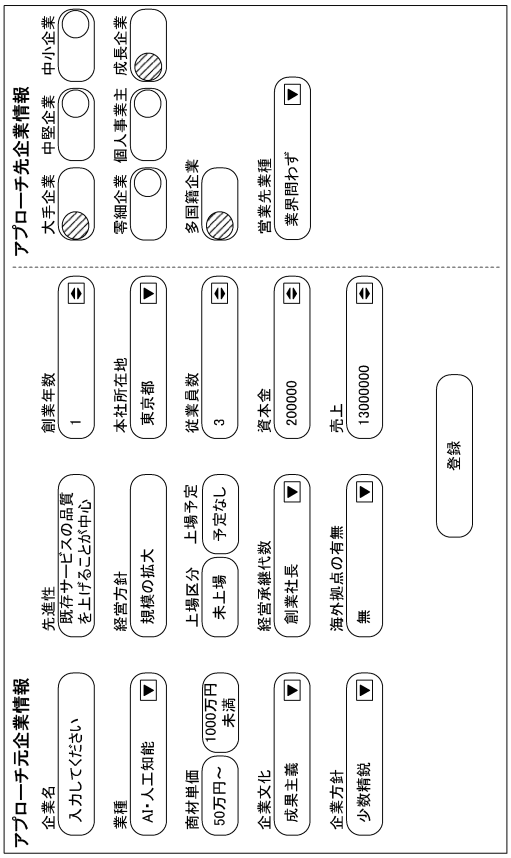
【図６】


アプローチする
現在のプロジェクト
1425
アプローチタブ
全件 (1422)
未作業 (1043)
作業済 (379)
掛け直し (0)
ご契約用 (0)
資料請求 (0)
本人不在 (0)
セミナー集客BOX (0)
追加したタブ (1)
追加した結果用タブ (0)
架電済み (0)
未配信 (300)
株式会社○×△□
会社概要
部署
企業名
株式会社○×△□
電話番号
080-XXXX-XXXX
メール
代表者名
○○□□
部署・拠点名
役職
個人・担当者名
個人・担当者名カナ
詳細URL
http://www.xyzxyzxyz.jp/
資料1
その他
時期改め
見込留守
一斉発信済
見込みA
アポ
受付資料請求

【図７】




【図８】




【図９】

訪問アポイントランキング ウィークリー7/8～7/12 ※週間100架電以上のクライアントのみ集計

★No.1★♪
業種：広告・制作・マーケティング > デザイン・制作 > 広告デザイン
商材：インバウンド
先週のアポ率：6.56%
先週の結果：架電122件／アポ8件
ターゲット：1907_展示会フォロー×東京×見込B×うごくデザコンアポ20.00%／展示会出展企業＠中央区アポ7.14%／展示会出展企業＠北区アポ5.56%／広告代理店＠名古屋含む市に隣接する各市
※10名以上、1億以上アポ0.00%
デザイン力やコンテンツ力を強みにしたクリエイティブな会社。
全国5か所に拠点を持ち、HISなどの大手旅行代理店の実績を持つ、他に大学・専門学校の実績が多い。

★No.2★⤵
業種：IT・情報通信・Web > システム開発・SES > NULL
商材：CG制作
先週のアポ率：5.66%
先週の結果：架電159件／アポ9件
ターゲット：ソフトウェア受託開発＠200名以上アポ11.27%／営業職募集リストアポ2.17%／士業＠採用実施関係アポ0.00%
新幹線変形ロボ シンカリオンのCG制作をしている開発会社、大手SIerとの取引実績も多い。
外国人ハイスキル人材のSESの提案を行っている。恐らく、日本語が話せるなどのトーク上で出てきそうな懸念点を事前に抑えているトークでクロージングが出来ている。

★No.3★♪
業種：製造・販売 > 食料品 > 食料品
商材：食品卸
先週のアポ率：5.00%
先週の結果：架電100件／アポ5件
ターゲット：弁当製造・販売会社（そのほか23区内）正アポ7.41%／給食委託会社リスト_23区　正アポ4.11%
1717年(享保2)年、徳川八代将軍吉宗のお膝元、天下泰平の江戸の町に創業した酒醤油仲買商。食品とお酒の卸のご提案で、季節もの食材やお酒、メニューのご案内

☆No.4☆♪
業種：BtoBビジネス > 人材・求人 > 求人媒体運営・求人情報誌出版
商材：ハリケンナビ
先週のアポ率：4.61%
先週の結果：架電217件／アポ10件
ターゲット：ジョブドラフト掲載＠関東アポ4.61%
高校生新卒採用コンサルティング及び代行業務を行っており、高卒新卒採用媒体ハリケンナビの運営をしている。高校生向け合同説明会の提案。

☆No.5☆♪
業種：広告・制作・マーケティング > 販促・プロモーション >
商材：エコチル
先週のアポ率：3.96%
先週の結果：架電101件／アポ4件
ターゲット：コモリブ＿横浜市＿外出スポットアポ4.21%
札幌で生まれた「地球環境保全に積極的に取り組む子どもたちを育てたい―」との思いで生まれたフリーペーパー、現在では、小学校経由で東京・北海道の小学生90%以上に配布されており、小学生とそのママに影響力大。
横浜版創刊に伴い、横浜区域内のスポンサー開拓の営業

フロントページの続き

(56)参考文献 特開２０１７－１１７３９１（ＪＰ，Ａ）
特開２０１７－９１５０３（ＪＰ，Ａ）
特開２００５－３２２０９４（ＪＰ，Ａ）
特開２０１５－７５８１６（ＪＰ，Ａ）
特開２０１８－１０９９４５（ＪＰ，Ａ）
特開２０１４－８５７４４（ＪＰ，Ａ）
特開２０１８－８１５５０（ＪＰ，Ａ）

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