

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第5618404号
(P5618404)

(45) 発行日 平成26年11月5日(2014. 11. 5)

(24) 登録日 平成26年9月26日(2014. 9. 26)

(51) Int.Cl.	F I
G 0 9 F 19/00 (2006. 01)	G 0 9 F 19/00 Z
G 0 6 F 13/00 (2006. 01)	G 0 6 F 13/00 5 4 0 F
G 0 6 Q 30/02 (2012. 01)	G 0 6 Q 30/02 1 5 0

請求項の数 7 (全 23 頁)

(21) 出願番号	特願2010-147722 (P2010-147722)	(73) 特許権者	399037405 楽天株式会社 東京都品川区東品川四丁目12番3号
(22) 出願日	平成22年6月29日(2010. 6. 29)		
(65) 公開番号	特開2012-13775 (P2012-13775A)	(74) 代理人	110000958 特許業務法人 インテクト国際特許事務所
(43) 公開日	平成24年1月19日(2012. 1. 19)	(74) 代理人	100083839 弁理士 石川 泰男
審査請求日	平成24年11月16日(2012. 11. 16)	(74) 代理人	100120189 弁理士 奥 和幸
審判番号	不服2013-15748 (P2013-15748/J1)	(72) 発明者	杉浦 健治 東京都品川区東品川四丁目12番3号 楽 天株式会社内
審判請求日	平成25年8月14日(2013. 8. 14)	(72) 発明者	白銀 恭明 東京都品川区東品川四丁目12番3号 楽 天株式会社内
早期審査対象出願			最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 情報提供装置、情報提供方法、情報提供プログラム、及び情報提供プログラムが記録された記録媒体

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供する情報提供装置であって、

前記情報提供装置により広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てる領域割当手段と、

前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、

画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、

前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、

前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、

前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行う制御手段と、

10

20

を備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項 2】

請求項 1 に記載の情報提供装置において、

前記部分領域の指定回数を前記部分領域毎に記憶する指定回数記憶手段を備え、

前記領域割当手段は、前記指定回数記憶手段に記憶されている部分領域毎の指定回数を比較し、前記指定回数が相対的に多い部分領域に前記利用料金が相対的に大きい前記提供者を割当ててことを特徴とする情報提供装置。

【請求項 3】

請求項 1 に記載の情報提供装置において、

前記部分領域の指定回数を前記部分領域毎に記憶する指定回数記憶手段と、

前記指定回数が閾値を超えた部分領域に割当てられた提供者を変更する割当変更手段と

を備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項 4】

請求項 1 乃至 3 の何れか一項に記載の情報提供装置において、

各前記部分領域は、複数ピクセル単位からなるドット領域の集合からなり、

各前記ドット領域は、前記広告表示領域内に散りばめられており、且つ、各前記ドット領域は、何れかの前記部分領域に属し、

少なくとも 2 つの前記部分領域に属する前記ドット領域の配分率が当該 2 つの前記部分領域間毎に異なることを特徴とする情報提供装置。

【請求項 5】

広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータにより実行される情報提供方法であって、

前記情報提供装置により広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当ててステップと、

前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶するステップと、

画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信するステップと、

前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得するステップと、

前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定するステップと、

前記特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行うステップと、

を含むことを特徴とする情報提供方法。

【請求項 6】

広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータを、

前記コンピュータにより広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てて領域割当手段と、

前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、

画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、

前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、

前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、

前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行う制御手段として機能させることを特徴とする情報提供プログラム。

【請求項 7】

広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータを、

前記コンピュータにより広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てる領域割当手段と、

前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、

画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、

前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、

前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、

前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行う制御手段として機能させることを特徴とする情報提供プログラムが記録された記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

広告表示領域を含むWebページをネットワークを介して端末装置へ提供する情報提供装置等の技術分野に関する。

【背景技術】

【0002】

従来から、パーソナルコンピュータ等の端末装置を用いてインターネット等のネットワークに接続し、Webサーバ等から提供されるWebページ等を通じて、例えば、商品の購入やサービスの利用予約等の商取引を行うことを可能とする商取引システムが知られている。このような商取引システムにおいて、所定のWebページ上に、所謂、バナー広告を表示（掲載）することがよく行われている。商品の販売者等の広告主は、バナー広告に張られたリンクにより、自身の商品を販売するためのWebページに閲覧者を誘導することができる。

【0003】

ところで、例えば人気のあるWebページに表示されるバナー広告は広告効果が高いことから、そのようなWebページへのバナー広告の表示を希望する広告主は多い。しかしながら、Webページにバナー広告を表示するための広告表示領域は限られるため、当該広告表示領域を利用できる広告主も限られてくる。

【0004】

一方、近年、あるWebページ上で同一の広告表示領域に表示されるバナー広告が所定時間毎に切り換えられる技術が知られている。このような技術によれば、一つの広告表示

10

20

30

40

50

領域に、より多くの広告主に対応するバナー広告を表示することができる。また、特許文献1には、クライアント端末から管理サーバに広告データを送るだけで、既に掲載されている広告の内容が自動的に変更できるようにした技術が開示されている。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0005】

【特許文献1】特開2002-109357号公報

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0006】

10

しかしながら、一つの広告表示領域を共用する各販売者（広告主）の各バナー広告が所定時間毎に切り換えられる場合、各バナー広告の露出時間（表示時間）が制限されてしまい当該バナー広告が閲覧者によって認識される機会が低下する。そのため、閲覧者により、リンクが指定（例えばクリック）されないバナー広告が出てくるという問題がある。

【0007】

本発明は、以上の点等に鑑みてなされたものであり、一つの広告表示領域を複数の広告主で共用する場合であっても、各広告主のバナー広告等が指定される確率を高め、各広告主に対応する情報を効率良く表示させることが可能な情報提供装置、情報提供方法、情報提供プログラム、及び情報提供プログラムが記録された記録媒体を提供することを目的とする。

20

【課題を解決するための手段】

【0008】

上記課題を解決するために、請求項1に記載の発明は、広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供する情報提供装置であって、前記情報提供装置により広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当て領域割当手段と、前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行う制御手段と、を備えることを特徴とする。

30

【0009】

この発明によれば、端末装置の広告表示領域において指定された位置を含む部分領域を特定し、該部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報が端末装置へ送信されるように構成したので、一つの広告表示領域を複数の上記提供者（広告主）で共用する場合であっても、各提供者に割当てられた部分領域が指定される確率を高め、各提供者に対応する情報を効率良く表示させることができる。

40

【0011】

この発明によれば、提供者が支払う利用料金に見合った部分領域を当該提供者に割当てることができる。

【0012】

請求項2に記載の発明は、請求項1に記載の情報提供装置において、前記部分領域の指

50

定回数を前記部分領域毎に記憶する指定回数記憶手段を備え、前記領域割当手段は、前記指定回数記憶手段に記憶されている部分領域毎の指定回数を比較し、前記指定回数が相対的に多い部分領域に前記利用料金が相対的に大きい前記提供者を割当ててことを特徴とする。

【0013】

この発明によれば、利用料金の入札額が大きい提供者に対応する情報を、より多くの閲覧者に閲覧させることができる。

【0016】

請求項3に記載の発明は、請求項1に記載の情報提供装置において、前記部分領域の指定回数を前記部分領域毎に記憶する指定回数記憶手段と、前記指定回数が閾値を超えた部分領域に割当てられた提供者を変更する割当変更手段と、を備えることを特徴とする。

10

【0017】

この発明によれば、閾値を超えた部分領域以外の部分領域に割当てられていた提供者に対応する情報についても表示され易くすることができる。請求項4に記載の発明は、請求項1乃至3の何れか一項に記載の情報提供装置において、各前記部分領域は、複数ピクセル単位からなるドット領域の集合からなり、各前記ドット領域は、前記広告表示領域内に散りばめられており、且つ、各前記ドット領域は、何れかの前記部分領域に属し、少なくとも2つの前記部分領域に属する前記ドット領域の配分率が当該2つの前記部分領域間毎に異なることを特徴とする。

20

【0018】

請求項5に記載の発明は、広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータにより実行される情報提供方法であって、前記情報提供装置により広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てると、前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶するステップと、画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信するステップと、前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得するステップと、前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定するステップと、前記特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行うステップと、を含むことを特徴とする。

30

【0019】

請求項6に記載の発明は、広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータを、前記コンピュータにより広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てると、前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置へ

40

50

の送信制御を行う制御手段として機能させることを特徴とする情報提供プログラムである。

【0020】

請求項7に記載の発明は、広告表示領域を含む表示データをネットワークを介して端末装置へ提供するコンピュータを、前記コンピュータにより広告表示対象として一つの商取引対象が決定された後、当該決定された一つの商取引対象を提供する複数の提供者が前記広告表示領域の一部を利用するために該複数の提供者それぞれが支払う利用料金に基づいて、前記一つの商取引対象の広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域に含まれる部分領域を該複数の提供者それぞれに割当てする領域割当手段と、前記一つの商取引対象を提供する複数の提供者それぞれに対応付けて、該複数の提供者それぞれに割り当てられた前記広告表示領域に含まれる部分領域を特定するための部分領域特定情報を記憶する部分領域情報記憶手段と、画像により構成される前記広告コンテンツが表示される一つの前記広告表示領域を含む表示データを前記端末装置に送信する送信手段と、前記広告表示領域において閲覧者により指定された位置を示す位置情報を前記端末装置から取得する位置情報取得手段と、前記取得された位置情報に対応する前記部分領域を特定する部分領域特定手段と、前記部分領域特定手段により特定された部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報の前記端末装置への送信制御を行う制御手段として機能させることを特徴とする情報提供プログラムが記録された記録媒体である。

10

【発明の効果】

20

【0021】

本発明によれば、端末装置の広告表示領域において指定された位置を含む部分領域を特定し、該部分領域に対応する部分領域特定情報に基づいて前記提供者を特定し、該特定された提供者に対応する情報が端末装置へ送信されるように構成したので、一つの広告表示領域を複数の上記提供者（広告主）で共用する場合であっても、各提供者に割当てられた部分領域が指定される確率を高め、各提供者に対応する情報を効率良く表示させることができる。

【図面の簡単な説明】

【0022】

【図1】本実施形態に係る情報提供システムSの概要構成の一例を示す図である。

30

【図2】本実施形態に係る情報提供サーバ3の概要構成例を示すブロック図である。

【図3】各データベースに登録される情報の構成例を示す図である。

【図4】投稿情報データベース323に登録された情報の一例を示す図である。

【図5】ある広告表示領域に含まれる部分領域の一例を示す図である。

【図6】情報提供サーバ3のシステム制御部33における広告コンテンツの設定処理を示すフローチャートである。

【図7】スコア算出要素から変換ポイントへの変換テーブルの一例を示す図である。

【図8】情報提供サーバ3のシステム制御部33における情報提供処理を示すフローチャートである。

40

【発明を実施するための形態】

【0023】

以下、図面を参照して本発明の実施形態について説明する。なお、以下に説明する実施の形態は、情報提供システムに対して本発明を適用した場合の実施形態である。

【0024】

[1. 情報提供システムの構成及び機能概要]

先ず、本発明の一実施形態に係る情報提供システムSの構成及び概要機能について、図1を用いて説明する。

【0025】

図1は、本実施形態に係る情報提供システムSの概要構成の一例を示す図である。

【0026】

50

図1に示すように、情報提供システムSは、複数のユーザ端末1-j ($j = 1, 2 \cdots m$)と、複数のWebサイト2-k ($k = 1, 2 \cdots n$)と、情報提供サーバ3 (情報提供装置の一例)と、を含んで構成されている。

【0027】

ユーザ端末1-j、Webサイト2-k、及び情報提供サーバ3は、ネットワークNWを介して、例えば、通信プロトコルにTCP/IP等を用いて相互にデータの送受信が可能になっている。なお、ネットワークNWは、例えば、インターネット、専用通信回線 (例えば、CATV (Community Antenna Television) 回線)、移動体通信網 (基地局等を含む)、及びゲートウェイ等により構築されている。

【0028】

ユーザ端末1-jは、Webブラウザ機能を有しており、Webブラウザにより、Webサイト2-kや情報提供サーバ3にアクセスしてWebページ (表示画面を構成する表示データの一例)を取得し、該Webページをディスプレイ上に表れたウィンドウ画面内に表示するようになっている。なお、ユーザ端末1-jとしては、例えば、パーソナルコンピュータ (PC)、携帯電話機、携帯情報端末 (PDA: Personal Digital Assistant)、携帯電話と携帯情報端末を融合させた携帯端末 (Smartphone)、又は携帯ゲーム機等が適用可能である。なお、ユーザ端末1-jのユーザからの操作指示を受け付けるための操作部としては、キーボード、マウス、リモコン、タッチパネルインターフェース等の何れであっても良い。

【0029】

Webサイト2-kは、Webサーバ、アプリサーバ、及びデータベースサーバ等から構成されている。かかるWebサイト2-kは、ユーザ端末1-jのウィンドウ画面に表示されるWebページと共に、該Webページを通じてユーザ (投稿者)により投稿 (Webページ上で入力又は選択)された投稿情報を登録するサイトである。このようなWebサイト2-kとしては、ブログサイト、SNS (Social Networking Service) サイト (コミュニティサイト)、ミニブログサイト (ツイッター (TWITTER (登録商標)) サイト)、レビューサイト、クチコミサイト、商品販売サイト (ショッピングサイト)、旅行予約サイト、宿泊予約サイト、施設利用予約サイト等が一例として挙げられる (各サイトのURL (Uniform Resource Locator)は互いに異なる)。

【0030】

ここで、投稿情報の一例としては、商取引対象物に対する記事、コメント、ひとこと、つぶやき (Tweet)、クチコミ、レビュー、評価 (点数)等の情報が挙げられる。商取引対象物とは、商品やサービス (旅行、宿泊、美容、遊戯施設等のサービス)等の商取引の対象となるものをいう。なお、以下の説明においては、主として、商品を例にとって説明する。

【0031】

投稿情報の一例としての記事、コメント、ひとこと、つぶやき、クチコミ、及びレビューは、例えば、ユーザが操作キーを操作することにより入力された文字列であることが一般的であり、画像を伴う場合もある。また、評価は、例えば複数 (例えば、5)段階に分けられた点数の中からユーザがマウスを操作 (又は、タッチパネル上でタップ操作)することにより選択された点数であることが一般的である。また、投稿情報がレビューサイト、クチコミサイト、又は商品販売サイト等に登録されたクチコミやレビューの場合、当該投稿情報には、他のユーザによる当該クチコミやレビューの閲覧数等の情報が含まれる。また、投稿情報がブログサイトに登録された記事の場合、当該投稿情報には、他のユーザによる当該記事の閲覧数、他のユーザによる当該記事への返信 (他のユーザによりコメントされた)数、他のユーザによる当該記事への被リンク (リンクされた)数 (公知のリファラにより判定される)、他のユーザによる当該記事への被トラッキングバック (トラッキングバックされた)数等の情報が含まれる。また、投稿情報がミニブログサイトに登録されたつぶやきの場合、当該投稿情報には、他のユーザによる当該つぶやきの閲覧数、当該つぶやきのフォロワー数、当該つぶやきのリツイート数、他のユーザによる当該つぶやきへの被

10

20

30

40

50

リンク数等の情報が含まれる。なお、フォロワー数とは、他のユーザ（フォロワー）からフォロー（当該つぶやきがフォロワーへ自動発信）されている数をいう。また、リツイート数とは、他のユーザにより当該つぶやきが引用されて投稿されている数をいう。なお、投稿情報には、多数のユーザに配信されるメールマガジン等からの送客数（クエリストリング等により送客元のユーザが判定される）が含まれても良い。以上の投稿情報は、情報提供サーバ3により取得される。

【0032】

次に、情報提供サーバ3は、例えば、Webサーバ、アプリサーバ、及びデータベースサーバ等の機能を有する1又は複数のサーバコンピュータからなり、情報提供サイトを構成する。この情報提供サイトは、ブログサイト、SNSサイト、ミニブログサイト、レビユーサイト、クチコミサイト、商品販売サイト（ショッピングサイト）、旅行予約サイト、宿泊予約サイト、施設利用予約サイト等の何れであっても良い。また、この情報提供サイトは、例えば、上記Webサイト2-kのうちのWebサイト2-1中に含まれるものであっても良いし、Webサイト2-1と連携する（例えば、同一事業者により運営される）ものであっても良い。

10

【0033】

図2は、本実施形態に係る情報提供サーバ3の概要構成例を示すブロック図である。

【0034】

図2に示すように、情報提供サーバ3は、通信部31、記憶部32、及びシステム制御部33等を備える。

20

【0035】

通信部31は、ネットワークNWに接続して、ユーザ端末1-jやWebサイト2-kとの間の通信状態を制御する。

【0036】

記憶部32は、例えばハードディスクドライブ等により構成されており、オペレーティングシステム、及びアプリケーションプログラム（本発明の情報提供プログラム等を含む）を記憶する。なお、本発明の情報提供プログラムは、例えば、他のサーバからネットワークNWを介してダウンロードされるようにしても良いし、CD-ROM等の記録媒体に記録されてドライブを介して読み込まれるようにしても良い。

【0037】

30

また、記憶部32には、種々のコンテンツを表示するためのWebページ（広告表示領域を含む表示データの一例）を構成する構造化文書（例えば、HTML（Hyper Text Markup Language）文書やXHTML文書等）ファイル、及び画像ファイル等が記憶されている。Webページに配置される各コンテンツは、例えば、テキスト、静止画像、及び動画像の少なくとも何れか一つから構成される。また、コンテンツには、ユーザが所望する本来のコンテンツ（例えば、ネット市場における検索結果を含むコンテンツ）や、バナー等の広告用のコンテンツ（以下、「広告コンテンツ」という）など様々なコンテンツがある。Webページにおける各コンテンツのサイズ及び配置位置等は、上記構造化文書内に定義される。

【0038】

40

そして、本実施形態では、後述するように、広告コンテンツとして広告表示対象となる商品は、上述した投稿情報に基づいて動的に決定される。また、このような広告コンテンツを表示するWebページの広告表示領域には、情報提供サイトへのリンク情報が設定される。

【0039】

また、記憶部32には、店舗情報データベース（DB）321、及び投稿情報データベース（DB）322、部分領域情報データベース323（部分領域情報記憶手段の一例）、及び利用希望店舗情報データベース324等が構築されている。

【0040】

図3は、各データベースに登録される情報の構成例を示す図である。

50

【0041】

図3(A)に示す店舗情報データベース321には、情報提供サーバ3から提供されるネット市場に出店登録された店舗の店舗ID、店舗名、住所、電話番号、メールアドレス、店舗ページのURL、及び取扱商品の商品情報等の店舗情報が店舗毎に対応付けられて登録される。ここで、店舗IDは、商品を提供する提供者としての店舗を特定するための提供者特定情報の一例である。取扱商品の商品情報には、店舗で販売している各商品の商品ID、商品名、商品コード（例えば、JANコード）、商品説明（商品スペックや商品特徴等）、商品画像データ、販売価格情報、及び在庫情報等が含まれる。

【0042】

図3(B)に示す投稿情報データベース322には、各商品の商品ID、投稿日付、投稿情報、及び投稿情報取得先サイト（Webサイト2-k）のURL等の情報が対応付けられて登録される。図4は、投稿情報データベース322に登録された情報の一例を示す図である。図4に示す例では、1つの商品（例えば、商品IDが“S00001”）に対しては複数のレコード（図4の例では、1レコード＝1行）が登録されている。このレコード数をカウントすれば商品毎の投稿数を算出することができる。また、図4に示す投稿情報には、記事、つぶやき、クチコミ、レビュー、評価、及び閲覧数等の情報のほか、投稿日付（この例では、投稿された年月日時）が含まれている。

10

【0043】

図3(C)に示す部分領域情報データベース323には、部分領域の領域ID、部分領域の座標情報、部分領域に割当てられた店舗の店舗ID、及び部分領域の利用料金情報等が部分領域毎に対応付けられて登録される。

20

【0044】

ここで、部分領域とは、広告コンテンツが表示されるWebページの広告表示領域における一部の領域をいう。つまり、広告表示領域は、複数の部分領域から構成される。図5は、ある広告表示領域に含まれる部分領域の一例を示す図である。図5(A)に示す例では、各部分領域は、広告表示領域Rが矩形状に分割された各矩形領域（A～E）からなり、各部分領域A～Eのサイズ（矩形領域の面積）は互いに異なっている。なお、各部分領域のうち、少なくとも2つ以上の部分領域のサイズを同一としても良い。また、部分領域の形状は特に限定されるものではなく、三角形、五角形以上、円形等であっても良い。また、部分領域の数（図5(B)の例では、5つ）も特に限定されるものではなく、幾つであ

30

【0045】

一方、図5(B)に示す例では、各部分領域は、複数ピクセル単位（例えば4ピクセル単位）からなるドット領域の集合からなり、部分領域毎にドット領域の配分率（広告表示領域Rにおいてドット領域が占める割合）が互いに異なっている。例えば、図5に示す部分領域Aのドット領域は、○印で表されており、このドット領域は配分率50%で広告表示領域内Rに散りばめられている。また、各部分領域A～Eのサイズ（集合する各ドット領域の面積の総和）は互いに異なっているが、各部分領域のうち少なくとも2つ以上の部分領域のサイズを同一としても良い。また、部分領域の数（図5(B)の例では、5つ）は特に限定されるものではなく、幾つであっても良い。なお、図5(B)に示す例では、説明の便宜上、各ドット領域間に隙間があるが実際には隙間無く埋められている。

40

【0046】

また、部分領域の領域IDは、部分領域毎に異なる識別情報であり、各部分領域の領域ID中には、広告表示領域の領域IDが含まれている。例えば、広告表示領域の領域IDが「x0001」とすると、当該広告表示領域に含まれる各部分領域の領域IDは、「x0001-1」、「x0001-2」、「x0001-3」・・・として表される。

【0047】

また、部分領域の座標情報は、部分領域を特定するための部分領域特定情報の一例である。例えば、部分領域が矩形領域である場合には、当該矩形領域における対角の2ポイントの座標（x，y）を一对（或いは、部分領域の輪郭上の複数の座標でも良い）として部

50

分領域の座標情報とすることができる。また、部分領域がドット領域の集合である場合には、各ドット領域の座標（各ピクセルの座標）を当該部分領域の座標とすることができる。

【0048】

また、各部分領域には、後述する部分領域割当処理により夫々異なる店舗が割当てられるようになっており、割当てられた店舗の店舗IDが部分領域の領域IDに対応付けられて登録される。

【0049】

また、部分領域の利用料金情報には、部分領域に対して設定された利用料金（例えば、1ヶ月の利用料金）が示される。この利用料金情報に基づき店舗に対する課金処理が行われる。この利用料金は、部分領域毎に異なっており、例えば、部分領域のサイズが大きいほど高い利用料金が設定される。また、利用料金は、広告表示領域における部分領域の位置に応じて設定される（例えば、ユーザにより指定されやすい位置ほど利用料金が高い）ように構成しても良い。また、利用料金は、Webページの開設者やサイトの運営者等によって予め決められた固定料金であっても良いし、広告表示領域の利用を希望する各店舗により提示された入札額に応じて変動する変動料金であっても良い。

【0050】

図3（D）に示す利用希望店舗情報データベース324には、広告表示領域又は部分領域の領域ID、利用を希望する店舗の店舗ID、及び利用料金情報等が対応付けられて登録される。例えば、部分領域の利用料金が固定料金（店舗の負担額）である場合、利用を希望する各店舗の店舗ID及び固定料金を示す利用料金情報が部分領域の領域IDに対応付けられて登録される。また、部分領域の利用料金が変動料金である場合、利用を希望する各店舗の店舗ID及び変動料金（例えば入札額）を示す利用料金情報が広告表示領域の領域ID又は部分領域の領域IDに対応付けられて登録される。このように登録された店舗の中から、部分領域に割当てられる店舗が部分領域毎に決定されることになる。

【0051】

システム制御部33は、CPU（Central Processing Unit）、ROM（Read Only Memory）、及びRAM（Random Access Memory）等により構成されている。そして、システム制御部33は、CPUが、ROMや記憶部に記憶された各種プログラムを読み出し実行することにより、本発明の送信手段、位置情報取得手段、部分領域特定手段、制御手段、領域割当手段、及び割当変更手段として機能し、後述する処理を行うようになっている。

【0052】

〔2. 情報提供システムSの動作〕

次に、本実施形態に係る情報提供システムSの動作について説明する。

（2.1 広告表示領域の利用を希望する店舗の募集動作）

先ず、例えば情報提供サイトを通じて広告表示領域の利用を希望する店舗の募集動作について説明する。

【0053】

利用料金が固定料金の場合の募集動作では、店舗の端末で入力された店舗ID等を用いて情報提供サイトにログイン後、例えば広告表示領域において予め設定された各部分領域及び各部分領域に設定された利用料金を示す情報等を表示するWebページが当該店舗の端末に送信され、Webブラウザにより表示される。このように表示されたWebページ上には、例えば、図5（A）又は図5（B）に示すように、各部分領域が視認可能に表示される。そして、店舗の管理者が利用を希望する部分領域を選択（例えば、ラジオボタンをチェック）して応募ボタンを指定（例えばマウスによりクリック操作、又はタッチパネル上を指等でタップ操作）すると、選択された部分領域を示す情報が当該店舗の端末から情報提供サーバ3に送信され、当該店舗の店舗IDが、上記選択された部分領域の領域ID及び固定料金を示す利用料金情報に対応付けられて利用希望店舗情報データベース324に登録される。

【0054】

一方、利用料金が変動料金の場合の募集動作（例１）では、店舗の端末で入力された店舗ＩＤ等を用いて情報提供サイトにログイン後、例えば、広告表示領域において予め設定された各部分領域を示す情報及び入札額の入力欄等を表示するＷｅｂページが当該店舗の端末に送信され、Ｗｅｂブラウザにより表示される。なお、入力欄に入力できる金額はネットオークションのように、現在の最高入札額より大きい入札額しか入力できないように構成しても良い。そして、店舗の管理者が利用を希望する部分領域を選択すると共に入力欄に入札額を入力して応募ボタンを指定すると、選択された部分領域及び入力された入札額を示す情報が当該店舗の端末から情報提供サーバ３に送信され、当該店舗の店舗ＩＤ及び上記入力された入札額を示す利用料金情報が、上記選択された部分領域の領域ＩＤに対応付けられて利用希望店舗情報データベース３２４に登録される。

10

【００５５】

一方、利用料金が変動料金の場合の募集動作（例２）では、店舗の端末で入力された店舗ＩＤ等を用いて情報提供サイトにログイン後、例えば、広告表示領域を示す情報及び入札額の入力欄等を表示するＷｅｂページが当該店舗の端末に送信され、Ｗｅｂブラウザにより表示される。そして、店舗の管理者が入力欄に入札額を入力して応募ボタンを指定すると、入力された入札額を示す利用料金情報が当該店舗の端末から情報提供サーバ３に送信され、当該店舗の店舗ＩＤ及び上記入力された入札額が、上記広告表示領域の領域ＩＤに対応付けられて利用希望店舗情報データベース３２４に登録される。

【００５６】**（２．２．広告コンテンツの設定動作）**

20

まず、広告コンテンツの設定動作について、図６を用いて説明する。

【００５７】

図６は、情報提供サーバ３のシステム制御部３３における広告コンテンツの設定処理を示すフローチャートである。この広告コンテンツの設定処理は、例えばオペレータからの指示があったとき、監視している投稿数や閲覧数等が閾値を超えたとき、又は情報提供サイトにアクセスされたユーザ端末１－ｊからＷｅｂページの要求が受信されたときに開始される。また、この広告コンテンツの設定処理は、設定した時刻（又は設定したタイマ）にしたがって所定時間毎（例えば、４８時間毎）に、開始されるように構成しても良い。

【００５８】

図６に示す処理が開始されると、システム制御部３３は、Ｗｅｂサイト２－ｋに登録されている投稿情報を取得する（ステップＳ１）。例えば、システム制御部３３は、投稿情報の取得先となる１以上のＷｅｂサイト２－ｋのＵＲＬを予め設定しておき、当該ＵＲＬにしたがってＷｅｂサイト２－ｋへアクセスし該Ｗｅｂサイト２－ｋのＷｅｂサーバから投稿情報を取得する。

30

【００５９】

以上のようにして、例えば、ブログサイト、ミニブログサイト、レビューサイト、クチコミサイト、及び商品販売サイト等から、記事、コメント、つぶやき、クチコミ、レビュー、評価等を含む投稿情報が取得される。

【００６０】

次いで、システム制御部３３は、取得した投稿情報に基づいて、例えば店舗情報データベース３２１から商品を特定する処理を行う（ステップＳ２）。例えば、投稿情報に係る文字列から商品名又は商品コードが抽出され、該抽出された商品名又は商品コードが店舗情報データベース３２１に登録されている（つまり、取扱商品の商品情報に含まれている）場合には、当該商品名又は商品コードに対応する商品（商品ＩＤ）が特定される。或いは、予め設定された商品のレビュー等の入力欄にユーザがレビューを入力するようなＷｅｂページの場合、当該Ｗｅｂページの入力欄に対応付けられて記述されている商品名や商品コードが抽出され、該抽出された商品名又は商品コードが店舗情報データベース３２１に登録されている場合には、当該商品名又は商品コードに対応する商品（商品ＩＤ）が特定される。なお、商品の特定は、店舗情報データベース３２１以外のデータベース（例えば、発売前の商品の情報が登録されたデータベースなど）が参照されることにより行われ

40

50

ても良い。

【0061】

次いで、システム制御部33は、上記ステップS2で商品を1以上特定できたか否かを判定する(ステップS3)。そして、システム制御部33は、商品を1以上特定できた場合(ステップS3: YES)、特定した商品の商品ID、投稿情報、及び投稿情報の取得先サイトのURL等の情報を商品毎(1レコード毎)に対応付けて投稿情報データベース322に登録し(ステップS4)、ステップS5に進む。ここで、新たに登録されるレコードに含まれる商品ID、投稿日付、及び文字列と、投稿情報データベース322に既に登録されているレコードに含まれる商品ID、投稿日付、及び文字列とが同一である場合、既に登録されているレコードが、新たなレコードにより更新(例えば上書き)される(このとき、当該レコードに含まれる閲覧数等に変化があれば更新される)。一方、システム制御部33は、商品を1つも特定できない場合(ステップS3: NO)、そのままステップS5に進む。

10

【0062】

次いで、ステップS5において、システム制御部33は、投稿情報データベース322を参照し、投稿日付が、現時点から過去所定期間前(例えば、1週間前)の時点までの期間T内にある商品(例えば、最近1週間内で投稿情報が投稿された商品)のレコードを抽出し、当該抽出したレコードの数が、所定数(例えば、10)以上の商品があるか否かを判定する。そして、システム制御部33は、上記抽出したレコードの数が所定数以上の商品があると判定した場合(ステップS5: YES)、ステップS6に進み、上記抽出したレコードの数が所定数以上の商品がないと判定した場合には(ステップS5: NO)、図6に示す処理を終了する。このステップS5により、最近、ユーザ間である程度注目されている商品のレコードを抽出することができる。例えば、商品αのレコードが全部で100あるとし、その中で、投稿日付が上記期間T内にあるレコードの数が10(上記所定数以上の条件を満たす)である場合、この商品αの10のレコードが抽出され、ステップS6以降の処理で使用されることになる(言い換えれば、この期間Tより過去に投稿されたレコードは抽出対象外となる)。一方、例えば、商品αのレコードが全部で100あるとし、その中で、投稿日付が上記期間T内にあるレコードの数が9(上記所定数以上の条件を満たさない)である場合、この商品αのレコードは、図6に示す処理で使用されない。なお、このステップS5の処理において、現時点から過去所定期間前の時点までの期間内に限らず、過去に投稿情報データベース322に登録された全てのレコードを抽出するように構成しても良い。

20

30

【0063】

次いで、ステップS6において、システム制御部33は、レコードの数が所定数以上である商品(商品ID)毎に、上記抽出された各商品のレコードに含まれる投稿情報に基づいて、各商品の注目度としてのスコアを算出する。このスコアの算出方法の例としては、以下の(a)～(d)が挙げられる。

【0064】

なお、このスコアの算出において、上述した、商品に対する投稿数、閲覧数、返信数、被リンク数、被トラックバック数、フォロワー数、及びリツイート数を、夫々、「スコア算出要素」という。これらのスコア算出要素に示される数が多いほど、その商品が注目されていると言える。ここで、商品に対する投稿数は、上記抽出された商品のレコードの数を、商品毎にカウントすることにより得られる。例えば、図4に示す商品ID“S00001”の商品に対する投稿数は、当該商品IDを含むレコードの数となる。また、商品に対する返信数は、上記抽出された商品の各レコードに含まれる返信数を、商品毎に合計することにより得られる。例えば、図4に示す商品ID“S00001”の商品に対する返信数は、当該商品IDを含む各レコードに含まれる各返信数の和となる(被リンク数、被トラックバック数、フォロワー数、及びリツイート数についても同様)。

40

【0065】

(a) スコア算出要素を用いた算出方法

50

この場合、システム制御部 33 は、予め選択された 1 つのスコア算出要素（例えば、投稿数、閲覧数、返信数、被リンク数、及びフォロワー数等のうちの何れか 1 つの要素）、又は予め複数選択された各スコア算出要素の合計（例えば、投稿数と閲覧数の合計。その他の 2 つ以上の要素の合計でも良い）をスコアとして算出する。或いは予め選択された複数のスコア算出要素の各々をスコアとして算出しても良い（この場合、例えば投稿数が第一スコアとなり、閲覧数が第二スコアとなる）。ここで、どのスコア算出要素が選択されても良いが、投稿情報の種別（記事、コメント、ひとこと、つぶやき、クチコミ、レビュー、評価等の種別）によっては得られない要素もあるので、どの種別によっても得られる投稿数や閲覧数を選択することが望ましい。（a）の算出方法によれば、迅速にスコアを算出することができる。ところで、有名人が投稿者である場合、この人のフォロワー数（この人をフォローしているユーザの数）は何千～何万にも昇る。したがって、フォロワー数、又はフォロワー数を含んだ各スコア算出要素の合計をスコアとして算出する場合、有名人が投稿者となった商品のスコア（注目度）は、一気に上昇することになる。このようにフォロワー数を用いてスコアを算出する方法は、投稿者毎に異なる下駄をはかせる意味で有効であり、将来的に多くの人から注目を集める可能性が高い（つまり、有名人が注目しているので他の人も注目する可能性が高い）商品のスコアを高めることができる（この結果、後述するステップ S7 で注目商品として決定され易くなる）。

10

【0066】

なお、例えばアクセスランキングの上位に位置する人気のあるブログページや予め設定されたブロガーなどのブログページから取得された投稿情報に基づき得られた閲覧数等のスコア算出要素には他より大きな重み付け係数（例えば、2）を乗算（通常の Web ページから取得された投稿情報に基づき得られたスコア算出要素には、重み付け係数“1”を乗算）してから、スコア算出要素の合計を算出するように構成すれば、より精度の高いスコアを算出することができる。また、投稿数については、例えばアクセスランキングの上位に位置する人気のあるブログページや予め設定されたブロガーなどのブログページから取得された投稿情報が含まれるレコードには他より大きな重み付け係数（例えば、2）を乗算してから、レコードをカウントする（つまり、他より大きな重み付け係数が乗算されたレコードは 1 カウントされるのではなく 2 カウントされる）ように構成すれば、より精度の高いスコアを算出することができる。

20

【0067】

（b）スコア算出要素の変換ポイントを用いた算出方法

この場合、システム制御部 33 は、予め複数選択された各スコア算出要素の変換ポイントの合計をスコアとして算出する。図 7 は、スコア算出要素から変換ポイントへの変換テーブルの一例を示す図である。図 7 に示すように、同じ変換ポイントを得るのに必要な件数がスコア算出要素毎に異なっている。例えば 20 p（ポイント）を得るためには、投稿数では「1001～2000 件」必要であるのに対し、被リンク数では「21～40 件」あれば良い。システム制御部 33 は、選択された各スコア算出要素を、RAM 等に記憶された変換テーブルを参照することで変換ポイントに変換し、変換した変換ポイントの合計をスコアとして算出することになる。（b）の算出方法によれば、商品の注目度における各スコア算出要素の寄与割合（重み）を考慮してスコアが算出されるので、精度の高いスコアを算出することができる。

30

40

【0068】

なお、例えばアクセスランキングの上位に位置する人気のあるブログページや予め設定されたブロガーなどのブログページから取得された投稿情報に基づき得られた変換ポイントには他より大きな重み付け係数（例えば、2）を乗算（通常の Web ページから取得された投稿情報に基づき得られた変換ポイントには、重み付け係数“1”を乗算）してから、各変換ポイントの合計を算出するように構成すれば、より精度の高いスコアを算出することができる。

【0069】

（c）投稿情報の内容を用いた算出方法

50

この場合、システム制御部 33 は、投稿情報に含まれる評価（点数）及び文字列（商取引対象物に対する評価に関する情報の一例）の少なくとも何れか一方に基づき得られた評価ポイントの合計をスコアとして算出する。評価の場合、評価そのままの点数、或いは点数に所定の係数を掛けた点数が評価ポイントとして得られる。一方、文字列の場合、当該文字列中に、所定のワード（語）リストに登録されたワード（センテンス（文章）でも良い）が含まれている場合、当該ワードに対応する評価ポイントが当該ワードリストから得られる。このワードリストには、例えば、ポジティブ（肯定的）なワードとネガティブ（否定的）なワードが登録されており、ポジティブなワードにはプラスの評価ポイントが対応付けられている一方、ネガティブなワードにはマイナスの評価ポイントが対応付けられている。例えば、ポジティブなワードと評価ポイントの例としては、「操作性が良い→評価ポイント：＋２」、「大満足→評価ポイント：＋３」、「お勧めの・・・→評価ポイント：＋３」等が挙げられ、ワード毎に対応付けられる評価ポイントが異なる（文章についても同様）。一方、ネガティブなワードと評価ポイントの例としては、「値段が高い→評価ポイント：－１」、「機能が少ない→評価ポイント：－１」、「いまいち→評価ポイント：－２」等が挙げられ、ワード毎に対応付けられる評価ポイントが異なる。なお、投稿情報は、様々な人により表現されるため、例えば、その前後のワードの繋がり（修飾関係）によっては、ポジティブであったり、ネガティブであったりする場合がある。例えば、「音質がよくない」という文における「よくない」はネガティブなワードであると評価できる一方、「音質がよくない？」という文における「よくない」は「？」が付加されていることからポジティブなワードであると評価できることもある。そこで、ネガティブであるかポジティブであるかの極性判定を行い学習させることで、ワードリストに登録されるワードをポジティブであるか、ネガティブであるかを振り分けるように構成（つまり、ワードリストに登録されるワードの極性を固定にするのではなく学習により変動可能とする）すれば、より効果的である。なお、上記極性判定については公知の技術を適用できるので、詳しい説明を省略する。そして、システム制御部 33 は、レコードの投稿情報に含まれる文字列を例えば形態素解析などにより所定の長さのワード（例えば、形態素（言語で意味を持つ最小単位））に分割した後に、当該ワード又はワードの組合せが、ワードリストに登録されているか否かを確認し、登録されている場合には、対応する評価ポイントをワードリストから得る（上記抽出されたレコード毎に抽出）ことになる。なお、1つのレコード内の投稿情報に含まれる文字列中に、ワードリストに登録されているワードが複数含まれている場合、各ワードに対応する評価ポイントの合計（更に、投稿情報に評価も含まれている場合、評価に対応する点数が加算される）が当該レコードに対応する評価ポイントとして得られる。また、1つのレコード内の投稿情報に含まれる文字列中に、ワードリストに登録されているワードが1つも含まれていない場合、当該レコードに対応する評価ポイントは“0”として得られる。そして、システム制御部 33 は、各レコードに対応する評価ポイントを商品毎に合計してスコアを算出することになる。（c）の算出方法によれば、投稿者の商品に対する意見や思い入れ等を考慮してスコアが算出されるので、より精度の高いスコアを算出することができる。

【0070】

なお、例えばアクセスランキングの上位に位置する人気のあるブログページや予め設定された予め設定されたブロガーなどのブログページから取得された投稿情報に基づき得られた評価ポイントには他より大きな重み付け係数（例えば、2）を乗算（通常の Web ページから取得された投稿情報に基づき得られた評価ポイントには、重み付け係数“1”を乗算）してから、各評価ポイントの合計を算出するように構成すれば、より精度の高いスコアを算出することができる。

【0071】

（d）スコア算出要素の伸び率を用いた算出方法

この場合、システム制御部 33 は、予め選択された1つのスコア算出要素の所定期間（例えば、5日間）における伸び率、又は予め複数選択された各スコア算出要素の所定期間における伸び率の合計をスコアとして算出する。ここで、伸び率は、例えば、上記所定期

間の最初の日の投稿数で、最後の日の投稿数を割った値×100%として算出される。(d)の算出方法によれば、投稿数等の伸び率を考慮してスコアが算出されるので、より精度の高いスコアを算出することができる。

【0072】

なお、より精度の高いスコアを得るために、上記(a)～(d)の何れか複数の算出方法(例えば、(a)の算出方法と(c)の算出方法が望ましい)で得られたスコアの合計を、最終的なスコアとして算出するように構成しても良い。この場合、各算出方法で得られたスコアに、重要度に応じた重み付け係数を乗算してからそれらの合計を最終的なスコアとして算出すれば、より精度の高いスコアを得ることができる。なお、上記(a)～(d)以外の算出方法でスコアを算出するように構成しても良い。

10

【0073】

以上のようにスコアが算出されると、システム制御部33は、当該算出した各商品のスコアに基づいて広告表示対象となる商品(以下、「注目商品」という)を決定(商品IDで決定)する(ステップS7)。例えば、システム制御部33は、各商品のスコアを比較してスコアが最も高い商品を注目商品として決定する。

【0074】

ところで、上記(b)の算出方法で、選択された各スコア算出要素のスコア(例えば、第一スコア、第二スコア)が算出された場合、システム制御部33は、各スコア算出要素のスコア毎のランキングを決定し、次に、夫々のランキングにおける順位の和(平均でも良い)を商品毎に算出し、次に、当該順位の和を比較して当該順位の和が最も小さい商品が注目商品として決定される。例えば、商品ID“S00001”の商品に対する投稿数のスコアの順位が1位で閲覧数のスコアの順位が3位であるとした場合、順位の和は“4”(平均は2)となる。

20

【0075】

なお、上記決定された注目商品の商品IDと当該注目商品のスコアは対応付けられてRAM等に記憶される。

【0076】

次いで、システム制御部33は、上記ステップS7で決定された注目商品を販売する店舗を決定(店舗IDで決定)する(ステップS8)。例えば、システム制御部33は、店舗情報データベース321を参照して、注目商品の商品IDを含む店舗情報に対応する店舗を決定する。或いは、システム制御部33は、注目商品の商品IDを含み、且つ注目商品の在庫有りの店舗を決定しても良い。

30

【0077】

次いで、システム制御部33は、予め設定された広告表示領域に含まれる部分領域への店舗の割当て(対応付け)処理(以下、「部分領域割当処理」という)を行う(ステップS9)。利用料金が固定料金の場合の部分領域割当処理では、システム制御部33は、利用希望店舗情報データベース324に登録されている部分領域の領域IDに対応付けられた店舗IDのうち、上記ステップS8で決定された店舗の店舗IDを特定する。そして、システム制御部33は、特定した店舗IDが1つであれば、当該店舗IDに対応する店舗を当該部分領域に割当てる。一方、特定した店舗IDが複数であれば、その中から例えばランダムに店舗IDを1つ選択(或いは、上記決定された注目商品を最安値で販売する店舗の店舗IDを選択)し、選択した店舗IDに対応する店舗を当該部分領域に割当てる。そして、システム制御部33は、当該部分領域に割当てられた店舗の店舗IDを、当該部分領域の領域IDに対応付けて部分領域情報データベース323(部分領域の領域ID、座標情報、及び利用料金情報は事前に登録)に登録する。このような店舗の割当て及び登録は部分領域毎に実行される。

40

【0078】

一方、利用料金が変動料金の場合の部分領域割当処理(例1)では、システム制御部33は、利用希望店舗情報データベース324に登録されている部分領域の領域IDに対応付けられた店舗IDのうち、上記ステップS8で決定された店舗の店舗IDを特定する。

50

そして、システム制御部 33 は、特定した店舗 I D が 1 つであれば、当該店舗 I D に対応する店舗を当該部分領域に割当てて。一方、特定した店舗 I D が複数であれば、その中から入札額が最も高い店舗 I D を選択し、選択した店舗 I D に対応する店舗を当該部分領域に割当てて。そして、システム制御部 33 は、当該部分領域に割当てられた店舗の店舗 I D を、当該部分領域の領域 I D に対応付けて部分領域情報データベース 323（部分領域の領域 I D、及び座標情報は事前に登録）に登録すると共に、当該部分領域に割当てられた店舗の入札額を当該部分領域の利用料金情報として当該部分領域の領域 I D に対応付けて部分領域情報データベース 323 に登録する。このような店舗の割当て及び登録は部分領域毎に実行される。

【0079】

一方、利用料金が変動料金の場合の部分領域割当処理（例 2）では、システム制御部 33 は、利用希望店舗情報データベース 324 に登録されている広告表示領域の領域 I D に対応付けられている店舗 I D のうち、上記ステップ S8 で決定された店舗の店舗 I D を特定する（店舗 I D が複数特定されることが前提）。そして、システム制御部 33 は、特定した各店舗 I D に対応付けられている入札額を比較して入札額が高い順にソートして入札額のランキングを決定し、当該ランキングにおいて 1 位（入札額が最も高い）から所定順位（例えば、予め決定された部分領域の数に相当する順位）までの店舗を決定する。例えば、部分領域が図 5（A）又は図 5（B）に示すように、5 つであれば、上記所定順位は 5 位となる。そして、システム制御部 33 は、決定された各店舗の入札額（入札額の順位）に基づいて、当該各店舗を各部分領域に割当てて。例えば入札額が高い店舗ほど、サイズの大きい（又はドット領域の配分率が高い）部分領域が割当てられる。また、例えば入札額が高い店舗ほど、例えば、閲覧者により指定（例えばマウスによりクリック操作、又はタッチパネル上をタップ操作）されやすい位置を含む部分領域が割当てられる。ここで、閲覧者により指定されやすい位置としては、例えば過去の実績において指定回数が多い位置が該当する。各部分領域の指定回数（例えば、クリック数とタップ数の総和）は、各部分領域の領域 I D に対応付けられて指定回数テーブル（指定回数記憶手段の一例）に登録されており、部分領域が指定される度に登録されている指定回数がインクリメントされるようになっている。そのため、当該指定回数を参照すれば過去の実績において指定回数が多い位置を含む部分領域を特定できる。つまり、システム制御部 33 は、指定回数テーブルに登録されている、部分領域毎の指定回数を比較し、指定回数が相対的に多い（例えば、指定回数のランキングが上位（例えば、1 位）の）部分領域に利用料金の入札額が相対的に大きい（例えば、入札額のランキングが上位（例えば、1 位）の）店舗を割当てて。また、閲覧者により指定されやすい位置の他の例としては、閲覧者に対して指定を誘導する情報が表示される位置が該当する。指定を誘導する情報としては、例えば、「ここをクリック」等の文字、矢印等の画像や、吹き出しと文字との組み合わせ等が挙げられる。このような表示がなされている位置は閲覧者により無意識に指定される可能性が高い。そして、システム制御部 33 は、各部分領域に割当てられた店舗の店舗 I D を、各部分領域の領域 I D に対応付けて部分領域情報データベース 323 に登録すると共に、各部分領域に割当てられた店舗の入札額を各部分領域の利用料金情報として各部分領域の領域 I D に対応付けて部分領域情報データベース 323 に登録する。

【0080】

なお、利用料金が変動料金の場合の部分領域割当処理（例 2）において、決定された各店舗の入札額に基づいて、部分領域が決定（つまり、部分領域の数及びサイズ（又はドット領域の配分率）が決定）されるように構成しても良い。この場合、システム制御部 33 は、上記決定した入札額のランキングにおいて、上記特定された店舗 I D の数に基づいて 1 位から所定順位までの店舗を決定する。例えば、上記特定された店舗 I D が所定数（例えば 5 つ）以上であれば 1 位から所定数に相当する順位（例えば、5 位）までの店舗が決定され、上記特定された店舗 I D が所定数未満（例えば、3 つ）であれば、1 位から上記特定された店舗 I D の数に相当する順位（例えば、3 位）までの店舗が決定される。そして、システム制御部 33 は、上記決定した店舗の入札額の総和を算出し、当該算出した総

10

20

30

40

50

和における入札額の比率（占有率）（％）を上記決定した店舗毎に算出する。そして、システム制御部３３は、算出した各入札額の比率に基づいて各部分領域を決定する。言い換えれば、部分領域のサイズ（図５（Ａ）に示す場合）、又は各部分領域のドット領域の配分率（図５（Ｂ）に示す場合）が決定される。例えば、入札額の比率が５０％の場合、広告表示領域の半分が部分領域として決定される。或いは、入札額の比率が５０％の場合、部分領域のドット領域の配分率が５０％として決定される。そして、システム制御部３３は、部分領域の決定に用いた上記入札額（比率）に対応する店舗（上記決定された店舗）を、当該部分領域に割当てて、

【００８１】

次いで、システム制御部３３は、上記ステップＳ７で決定された注目商品の広告コンテンツを生成する（ステップＳ１０）。例えば、上記部分領域が割当てられた店舗のうち何れかの店舗（例えば、入札額が最も高い店舗）の商品情報に含まれる商品画像データ及び商品説明のテキストデータの少なくとも何れか一方が店舗情報データベース３２１から抽出され、抽出されたデータに基づいて広告コンテンツ（例えば、上記広告表示領域と同サイズの画像からなる広告コンテンツ）が生成される。

【００８２】

次いで、システム制御部３３は、上記生成された広告コンテンツ（バナー広告:1001.gif）を、上記店舗が割当てられた各部分領域を含む広告表示領域に表示する情報として設定すると共に、情報提供サイトへのリンク情報（例えば、情報提供サイトのURL）を当該広告表示領域に設定する（ステップＳ１１）。なお、この情報提供サイトのURL中には、当該広告コンテンツが設定される広告表示領域の領域IDが含まれる。例えば、リンク情報は、「」のように生成される。上記リンク情報は、アフィリエイトリンクであっても良い。当該アフィリエイトリンクを経由して商品の購入決済が行われた場合に、当該商品の投稿情報に対応する投稿者に対してアフィリエイトの成果報酬が支払われる。

【００８３】

次いで、システム制御部３３は、上記広告コンテンツ及びリンク情報が広告表示領域に設定されたWebページを構成する構造化文書ファイル等を、ユーザ端末１－jからアクセス可能なURLで示される記憶領域に記憶する（ステップＳ１２）。これにより、その後、あるユーザ端末１－jからWebページの要求があった場合に、システム制御部３３は、上記広告コンテンツ等が広告表示領域に設定されたWebページを、当該要求をしたユーザ端末１－jへ送信して表示させることになる。なお、ユーザ端末１－jからWebページの要求が受信されたときに図６に示す処理が開始された場合、システム制御部３３は、上記広告コンテンツ等が広告表示領域に設定されたWebページを、当該要求をしたユーザ端末１－jへ送信して表示させる。

【００８４】

以上の広告コンテンツの設定処理によれば、ユーザ端末１－jのユーザ間で最近注目を集めている商品または注目を集めそうな商品を広告表示領域に設定される広告表示対象とすることができるので、そのような広告表示領域の指定頻度を向上させることができ、その結果、当該商品を提供する店舗に対応する情報の閲覧頻度も向上させることができる。なお、広告コンテンツの設定処理においては、広告表示対象となる注目商品は投稿情報に基づいて決定されるように構成したが、当該投稿情報を用いずに、例えば多くの店舗から広告表示を希望する商品のアンケートを実施し、当該アンケート結果で最も希望が多かった商品を上記広告表示対象となる商品として決定するように構成しても良い。

【００８５】

（２．３．部分領域に割当てられた店舗に対応する情報の提供動作）

次に、部分領域に割当てられた店舗に対応する情報の提供動作について、図８を用いて説明する。

【００８６】

図8は、情報提供サーバ3のシステム制御部33における情報提供処理を示すフローチャートである。上記店舗が割当てられた広告表示領域を含むWebページがユーザ端末1-jにより受信されウインドウ画面に表示されている状態において、当該広告表示領域（言い換えれば、広告コンテンツ）における任意の位置がユーザの操作により指定（例えばマウスによりクリック操作、又はタッチパネル上をタップ操作）された場合に、ユーザ端末1-jのWebブラウザは、当該広告表示領域における指定された位置情報（当該Webページ上の座標）及び上記情報提供サイトのURLを含むリクエストを情報提供サーバ3に送信する。そして、情報提供サーバ3のシステム制御部33は、リクエストを受信（つまり、情報提供サーバ3が位置情報等をユーザ端末1-jから取得）すると、図8に示す処理を開始する。

10

【0087】

図8に示す処理が開始されると、システム制御部33は、受信したリクエストから位置情報及び広告表示領域の領域IDを取得する（ステップS21）。

【0088】

次いで、システム制御部33は、部分領域情報データベース323を参照して、上記取得された広告表示領域の領域IDに基づき当該広告表示領域に含まれる各部分領域の領域IDを特定する（ステップS22）。

【0089】

次いで、システム制御部33は、上記特定された各部分領域の領域IDに対応付けられた各部分領域の座標情報と、上記ステップS21で取得された位置情報とを比較することにより、当該位置情報（座標）を含む部分領域を特定する（ステップS23）。例えば、システム制御部33は、各部分領域の座標情報から各部分領域の範囲を画する座標群を求め、上記ステップS21で取得された位置情報（座標）が含まれる座標群に対応する部分領域を特定する。特定された部分領域は、ユーザの操作により指定された部分領域である。

20

【0090】

次いで、システム制御部33は、上記ステップS21で取得された広告表示領域の領域IDに対応付けられて記憶されている指定回数テーブル（指定回数記憶手段の一例）に登録されている各部分領域の指定回数（例えば、クリック数とタップ数の総和）のうち、上記ステップS23で特定された部分領域の領域IDに対応付けられている指定回数を1インクリメントする（ステップS24）。このように、上記ステップS23で部分領域が特定される毎に、指定回数テーブルに登録された、当該特定された部分領域の指定回数がインクリメントされる。この指定回数により、部分領域が閲覧者により何回指定されたかを判定することができる。

30

【0091】

次いで、システム制御部33は、上記特定された部分領域に対応する領域IDに基づいて店舗を特定し、該特定した店舗（つまり、当該部分領域に割当てられた店舗）に対応する情報のユーザ端末1-jへの送信制御を行う（ステップS25）。例えば、システム制御部33は、上記特定された部分領域に割当てられた店舗の店舗ID（つまり、特定された部分領域の領域IDに対応付けられた店舗ID）を部分領域情報データベース323から取得する（これにより、店舗が特定される）。そして、システム制御部33は、当該取得した店舗IDに対応付けられた商品情報等を店舗情報データベース321から取得し、該取得した商品情報等に基づき、当該店舗IDに対応する店舗が上記注目商品（上記広告表示領域で広告表示されている注目商品）の購入手続きを行うための商品購入手続きページを生成する。そして、システム制御部33は、生成した商品購入手続きページ（店舗に対応する情報の一例）を、上記特定された部分領域に割当てられた店舗に対応する情報としてユーザ端末1-j（上記リクエストを送信したユーザ端末1-j）に送信してWebブラウザに表示させる。

40

【0092】

或いは、システム制御部33は、部分領域情報データベース323から取得した店舗I

50

Dに対応付けられた店舗ページのURL（リダイレクト情報）を、店舗情報データベース321から取得し、当該取得した店舗ページのURL（店舗に対応する情報の一例）を、部分領域に割当てられた店舗に対応する情報としてユーザ端末1-jに送信するように構成しても良い。この場合、ユーザ端末1-jのWebブラウザは、受信した店舗ページのURLに示されるリダイレクト先（Webサーバ）へアクセスして店舗ページを取得し表示することになる。

【0093】

或いは、システム制御部33は、部分領域情報データベース323から取得した店舗IDに対応付けられた店舗ページのURLを、店舗情報データベース321から取得し、プロキシサーバとしての機能によりユーザ端末1-jの代わりに当該店舗ページのURLに示されるWebサーバにアクセスして店舗ページを取得する。そして、システム制御部33は、当該取得した店舗ページ（店舗に対応する情報の一例）をユーザ端末1-jに送信してWebブラウザに表示させるように構成しても良い。

10

【0094】

なお、ステップS25における「店舗に対応する情報のユーザ端末1-jへの送信制御」の他の例として、システム制御部33が、他のサーバ（アプリサーバやメールサーバなど）からユーザ端末1-jへ、店舗に対応する情報（店舗ページや店舗の情報を記述する電子メール（ユーザ端末1-jのユーザのメールアドレス宛））を送信させるように構成しても良い。

【0095】

20

（2. 4. 部分領域への店舗の割当変更動作）

次に、部分領域への店舗の割当変更動作について説明する。

【0096】

この部分領域への店舗の割当変更動作に係る割当変更処理は、所定の条件が満たされた場合にシステム制御部33により開始される。この所定の条件としては、例えば所定時間が経過したこと、或いは部分領域の指定回数が閾値を超えたこと等が挙げられる。

【0097】

例えば、システム制御部33は、設定した時刻（又は設定したタイマ）にしたがって所定時間毎（例えば、24時間毎）に、割当変更処理を開始し、上記ステップS9と同様の処理を行う。この場合、前回の部分領域割当処理（又は割当変更処理）から今回の割当変更処理の間に、上述した店舗の募集動作により新たに店舗のID等が利用希望店舗情報データベース324に登録された場合、新たに登録された店舗についても割当て候補とすることができる。

30

【0098】

或いは、システム制御部33は、設定した時刻（又は設定したタイマ）にしたがって所定時間毎（例えば、24時間毎）に、割当変更処理を開始し、上記指定回数テーブルに登録されている各部分領域の指定回数を比較し、指定回数が高い順にソートして指定回数のランキングを決定する。そして、システム制御部33は、決定された各部分領域の指定回数（指定回数の順位）に基づいて、当該各店舗を各部分領域に割当てる（前回と同じ部分領域が割当てられる場合もある）。例えば入札額が高い店舗ほど、指定回数が多い部分領域が割当てられる。これにより、例えばサイズが小さくてもユーザにより実際に指定された指定回数が多かった部分領域に、入札額の最も高い店舗が割当てられるように変更することができる。

40

【0099】

或いは、システム制御部33は、上記ステップS24で、指定回数テーブルに登録されている指定回数が1インクリメントされた場合に、当該指定回数が閾値（例えば、50回）を超えたか否かを判定し、閾値を超えた場合に、割当変更処理を開始する。この割当変更処理では、システム制御部33は、指定回数が閾値を超えた部分領域（例えば、図5（A）に示す部分領域A）に割当てられている店舗と、別の部分領域（例えば、指定回数が閾値を超えた部分領域以外で最も高い利用料金が設定された部分領域B）に割当てられて

50

いる店舗と互いに交換することにより割当変更を行う。これにより、指定回数の面で未だ閾値に達していない部分領域に割当てられている店舗に対して、指定されやすい部分領域を割当てることができる。

【0100】

以上説明したように、上記実施形態によれば、一つの広告表示領域を複数の店舗（広告主）で共用する場合であっても、広告表示領域に表示される広告コンテンツを短い時間で切り換えることなく、一つの広告表示領域に含まれる部分領域毎に異なる店舗（広告主）を割当てることができる。したがって、各店舗に割当てられた部分領域が閲覧者により指定される確率を高め、各店舗に対応する情報を効率良く表示させることができる。

【0101】

また、支払う広告料が少ない店舗であっても、当該店舗に割当てられた部分領域は継続して表示されているので、当該部分領域が閲覧者により指定される可能性を高めることができる。しかも、広告表示対象となる商品に対する各店舗が支払う利用料金（広告料）に応じて割当てられる部分領域のサイズや配分率等が決定されるので、高い利用料金を支払う店舗に割当てられる部分領域が指定される確率を高めることができる。よって、各店舗にリーズナブルな広告表示領域を提供することができる。

【符号の説明】

【0102】

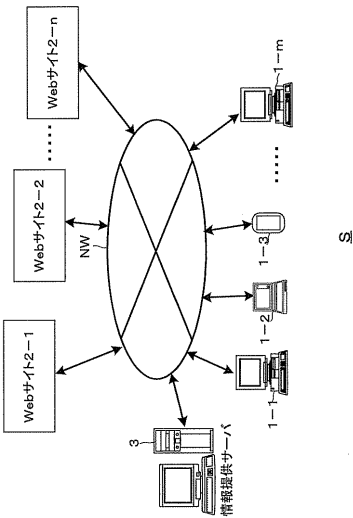
- 1 - j ユーザ端末
- 2 - k Webサイト
- 3 情報提供サーバ
 - 3 1 通信部
 - 3 2 記憶部
 - 3 3 システム制御部
 - 3 2 1 店舗情報データベース
 - 3 2 2 投稿情報データベース
 - 3 2 3 部分領域情報データベース
 - 3 2 4 利用希望店舗情報データベース
- NW ネットワーク
- S 情報提供システム

10

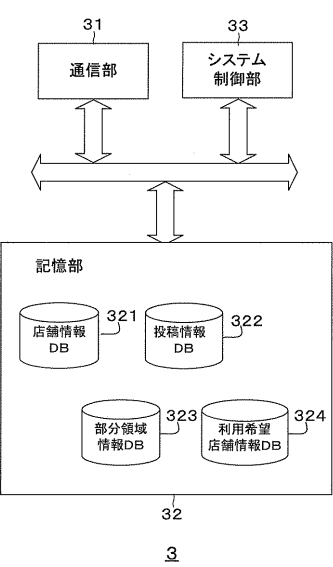
20

30

【図 1】



【図 2】



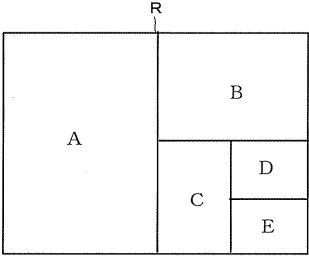
【図 3】

店舗情報DB	
店舗ID	
店舗名	
住所	
電話番号	
メールアドレス	
店舗ページのURL	
取扱商品の商品情報	
(A)	
投稿情報DB	
商品ID	
投稿日付	
投稿情報	
投稿情報取得先サイトのURL	
(B)	
部分領域情報DB	
部分領域の領域ID	
部分領域の座標	
店舗の店舗ID	
部分領域の利用料金情報	
(C)	
利用希望店舗情報DB	
広告表示領域又は部分領域の領域ID	
利用を希望する店舗の店舗ID	
利用料金情報	
(D)	

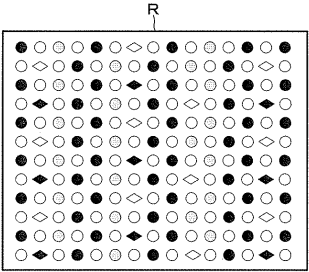
【図 4】

商品 (商品ID)	投稿日付	投稿情報	投稿情報取得先サイトのURL
S00001	2010/5/10 15:00	レビュー:3	https://review.abc.co.jp/1111/p1/
	2010/5/10 15:02	ついでやき 値段が高い、機能が少ない、.....	http://tauboyall.abc.co.jp/sold002/
	2010/5/10 15:03	レビュー:10	http://shopping.abc.co.jp/shop-22222/
	2010/5/10 15:03	記事	http://blog.abc.co.jp/higuchi001/
			
S00002	2010/5/10 15:01	レビュー:10	https://review.abc.co.jp/11112/p1/
	2010/5/10 15:03	レビュー:70	http://shopping.abc.co.jp/shop-33333/
	2010/5/10 15:05	記事	http://blog.abc.co.jp/higuchi001/
S00003			
	2010/5/10 15:04		http://blog.abc.co.jp/higuchi001/
			
.....			

【図 5】

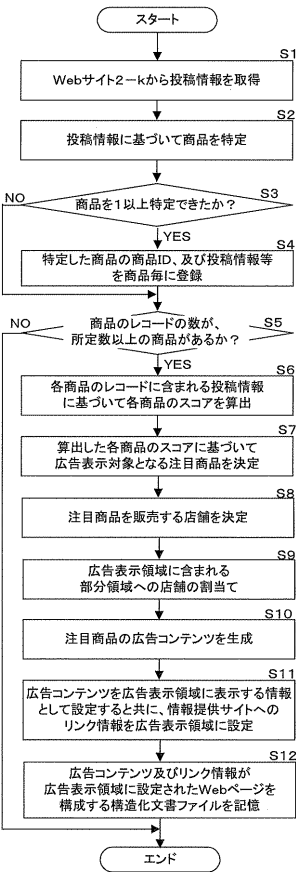


(A)



(B)

【図 6】

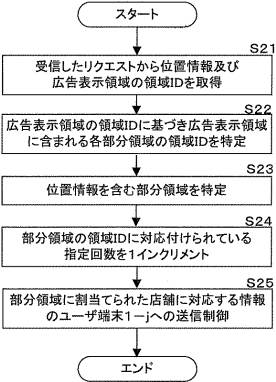


【図 7】

スコア算出要素から変換ポイントへの変換テーブル例

投稿数	1～1000件:10p
	1001～2000件:20p
	以下1000件毎に10pUP
閲覧数	1～500件:10p
	501～1000件:20p
	以下500件毎に10pUP
返信数	1～100件:10p
	101～200件:20p
	以下100件毎に10pUP
フォロー数	1～50件:10p
	51～100件:20p
	以下50件毎に10pUP
被リンク数	1～20件:10p
	21～40件:20p
	以下20件毎に10pUP
...	...
	...

【図 8】



フロントページの続き

合議体

審判長 黒瀬 雅一

審判官 藤本 義仁

審判官 江成 克己

(56)参考文献 特開2009-53219 (JP, A)

特開2002-334267 (JP, A)

特開2002-56289 (JP, A)

特開2002-92488 (JP, A)

特開2008-217163 (JP, A)

特開2001-142904 (JP, A)

特開2000-207412 (JP, A)

特開2002-245329 (JP, A)

イギリス発・画期的なピクセル広告サイト「1億円ホームページ」が日本上陸！世界初の「広告主持分型」ビジネスモデルで、広告主は購入者から運営者・利益を受ける側へ変身！, [online], 2006年 2月21日, ValuePress!, [2013年2月12日検索]、インターネット<URL: <http://www.value-press.com/pressrelease/4903>>

田中拓也, 少しでも安く買うためのテクニックを紹介！ネット&ツールを駆使して（得）ショッピング, PCJapan, 日本, ソフトバンククリエイティブ株式会社, 2010年3月1日, 第15巻第3号, P. 86-91, 特にP. 86下部の図1を参照

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)

G09F 19/00

G06F 13/00

G06Q 10/00-99/00