

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報(A)

(11) 特許出願公開番号

特開2012-164165

(P2012-164165A)

(43) 公開日 平成24年8月30日(2012.8.30)

(51) Int.Cl. F I テーマコード (参考)
G06Q 30/02 (2012.01) G06F 17/60 324
 G06F 17/60 326

審査請求 未請求 請求項の数 2 O L (全 5 頁)

<p>(21) 出願番号 特願2011-24485 (P2011-24485) (22) 出願日 平成23年2月8日 (2011.2.8)</p>	<p>(71) 出願人 711001011 倉石 敬介 大阪府大阪市西区京町堀2丁目4番1-1 408号 (72) 発明者 倉石 敬介 大阪府大阪市西区京町堀2丁目4番1号 1408</p>
--	---

(54) 【発明の名称】 インターネット広告媒体を利用し、広告報酬をインターネット通信販売の商品値引きと、販売店の利益に分配するシステム

(57) 【要約】

【課題】 インターネットの普及とショッピングサイトの増加により、消費者は容易な価格比較が可能となり、より安く商品を購入できるようになった。反面、それにより販売事業者は出店効率は上がるものの、過度な価格競争が生まれ営業利益の縮小による淘汰が進んでいるのも事実である。また、インターネット広告はページビューによる評価のみが優先され、アフィリエイトが導入されるものの、広告報酬目的のサイトの乱立と商品評価の信頼性の低下を生み、ネット広告の効果は急速に下がることとなった。

【解決手段】 本発明では、独自のカートボタンを設置し、広告報酬を商品購入時の「値引き」と「販売店への利益」に分配することで、広告を消費活動に効率的に利用し、「消費者への値引き」と「通信販売事業者の利益向上」の両立を可能にする。これにより広告主、消費者、販売店の3者に広告効果、商品値引きと営業利益増のメリットをもたらすことができる。

【選択図】 図1

【図1】 広告収益分配システムのイメージ



【特許請求の範囲】

【請求項 1】

インターネット上で広告により発生する報酬の特定割合を、商品購入時の値引きに直接反映するシステム。

【請求項 2】

インターネット上で広告により発生する報酬の特定割合を、販売店の利益に直接反映するシステム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明はインターネット広告の報酬を、ショッピング値引き、販売店への利益、および本発明を利用したシステム提供報酬に分配することで、消費者への商品ディスカウントと販売店の販売利益増を同時に実現するインターネット広告に関する発明である。

【背景技術】

【0002】

インターネット広告の報酬の分配形態としては、紹介者が報酬を受け取るアフィリエイト、広告報酬をポイントに還元する方法(特許文献1)および(非特許文献1、2)、または広告閲覧者がお金を受け取る仕組み(特許文献2)等が挙げられるが、いずれもリアルタイムな報酬分配は行われず、また広告報酬そのものが目的となりがちで、直接的な消費に結びにくいといえる。更に、販売店の販売利益に広告報酬が分配される仕組みは現状で存在しない。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0003】

【特許文献 1】特開 2003 - 50950

【特許文献 2】特開 2009 - 53788

【非特許文献】

【0004】

【非特許文献 1】楽天ツールバー

【非特許文献 2】CMサイト

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0005】

従来のインターネット広告で発生する報酬は、その分配形態より直接的な消費行動に結びつきにくく、また下記のような問題が確認される。

(イ) アフィリエイト成果報酬を目的とした商品紹介ページの乱立と、商品評価の信頼性の低下。

(ロ) ポータルサイトによるランダムな広告表示によるコンバージョンの低下、広告の効果の低下。

(ハ) 消費者が望まない過度の広告表示。

(ニ) 価格比較ポータルサイト上の過度な価格競争による販売店の営業利益の損失。

【課題を解決するための手段】

【0006】

ショッピングサイト上で利用される「カートボタン」の側面に、本発明による「専用カートボタン」(例:「更に安く買う」ボタン)を設置し、購入者のクリックにより、関連するカテゴリの広告ポータルページを表示する。(図2)表示されるポータルページ上で購入者により行われる活動に応じて発生する広告報酬を「購入者への値引き」、「販売店への利益」と「システム提供者への報酬」に分配する。(図3)

【発明の効果】

【0007】

10

20

30

40

50

広告費を購入者へのディスカウントと、通信販売事業者への利益に分配することで、「購入者への値引き」による直接的な消費活動の促進と「販売店の利益増」による収益向上の両立が可能となる。また容易に価格比較が可能なインターネット通信販売の問題点である「過度な価格競争」を抑制し、インターネット通信販売の利益率低下に対する抑制効果も期待できる。更には既存の海外大手広告ポータルに対し、より「広告による実需への貢献」が図れ、消費者の購入毎に発生する膨大なページビューは、純国産ポータルとしてネット業界への大きな貢献が期待できる。

【図面の簡単な説明】

【0008】

【図1】 広告収益分配システムのイメージ

【図2】 ショッピングサイト上での利用イメージ

【図3】 販売価格の変動と利益向上のイメージ(例)

【図4】 システムフローチャート

【発明を実施するための形態】

【0009】

ショッピングサイトにカテゴリに分類された広告データを持つ広告サーバー(アドサーバー)を接続し、ユーザーがショッピング時に「更に安く買う」ボタンを押すことにより、購入しようとする商品に関連したカテゴリの広告掲載ポータルページをアドサーバーにより表示する。広告に対してユーザーが任意の活動を行うことで発生する広告報酬から分配された「商品値引き」のための報酬と「販売店の利益」のための報酬をショップサーバーに送信し、ショップはユーザーの購入商品に対して値引きを行う。(図4)

【実施例】

【0010】

ショッピングサイト上で消費者が「更に安く買う」ボタンを押したのち(ユーザー特定情報の送信についての同意を得)、現在消費者が購入しようとしている商品に関わるカテゴリの広告を集約したポータルページを表示する。(この際Cookie、ユーザー登録等によりユーザーは特定され、広告は重複しない)ポータルページ上で消費者が行う活動(閲覧、クリック、アフィリエイト、資料請求、アンケート回答、その他登録)に応じて発生する広告報酬を「商品ディスカウント」、「販売店利益」と「システム提供報酬」に分配し、うち「商品ディスカウント」と「販売店利益」をショッピングサイトに還元する。ショッピングサイトはユーザー購入商品のディスカウントを行い、かつ商品販売に対する広告報酬利益を得る。ユーザーが安く購入するほど、ショッピングサイトの利益は増えていく。

【産業上の利用可能性】

【0011】

本発明はすべてのカート式ショッピングサイトに導入可能で、ユーザーへの値引きと販売店利益増の両立により、インターネット通信販売業界に大きな貢献が期待できる。またネット市場でショッピング毎に発生する膨大なページビューによりポータルサイトの媒体価値の向上も図ることができる。

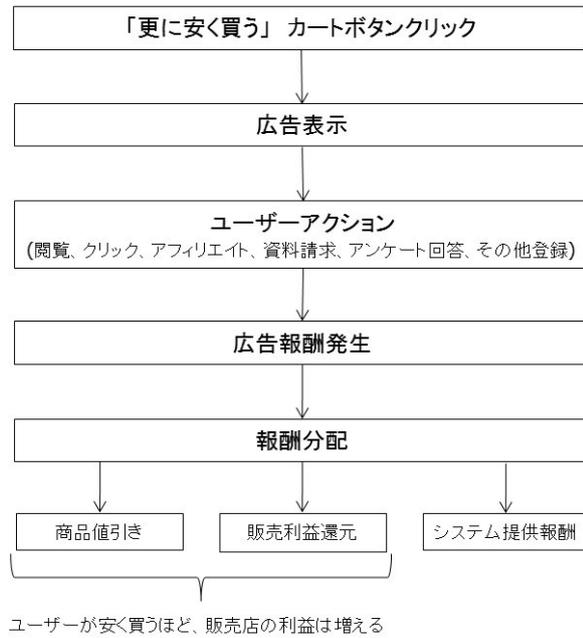
10

20

30

【 図 1 】

【図1】 広告収益分配システムのイメージ



【 図 2 】

【図2】 ショッピングサイト上での利用イメージ

