

(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2007-241894

(P2007-241894A)

(43) 公開日 平成19年9月20日(2007.9.20)

(51) Int. Cl.		F I		テーマコード (参考)
G06Q 30/00	(2006.01)	G06F 17/60	3 2 6	
G06F 13/00	(2006.01)	G06F 17/60	3 1 6	
		G06F 13/00	5 4 0 P	

審査請求 未請求 請求項の数 14 O L (全 15 頁)

(21) 出願番号	特願2006-66609 (P2006-66609)	(71) 出願人	000005821 松下電器産業株式会社 大阪府門真市大字門真1006番地
(22) 出願日	平成18年3月10日 (2006.3.10)	(74) 代理人	100115107 弁理士 高松 猛
		(74) 代理人	100108589 弁理士 市川 利光
		(74) 代理人	100119552 弁理士 橋本 公秀
		(72) 発明者	三宅 拓 神奈川県横浜市都筑区佐江戸町600番地 パナソニックモバイルコミュニケーションズ株式会社内

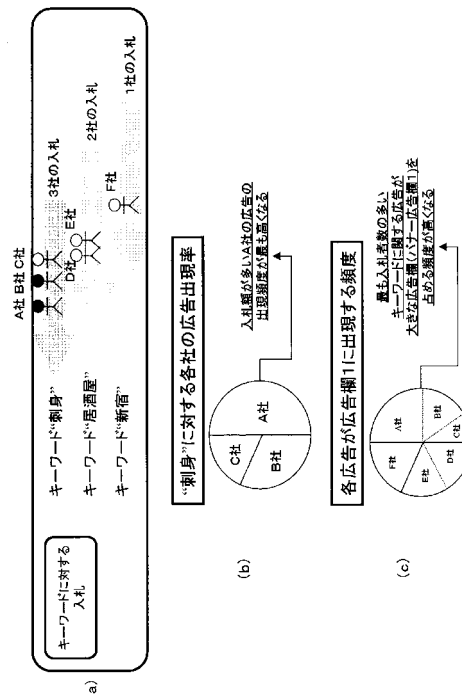
(54) 【発明の名称】 ネットワーク上での広告入札方法及び広告入札情報提供サーバ

(57) 【要約】

【課題】 ネットワークを経由した広告方法において、広告情報の表示方式により柔軟性を高め、多くの広告主に広告提供の機会を与える。

【解決手段】 広告情報入札決定サーバ200は、キーワードを含む出展通知を入札者端末100(100a, 100b, 100c...)に送信し、入札者が入札者端末100を通じて入札を行なう。そして、広告情報入札決定サーバ200が、入札額に応じて、各入札者の広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域の設定を行う。その後、発言者端末300から発信されたキーワードを含む発言情報を受信すると、広告情報入札決定サーバ200は、当該発言情報に広告情報を埋め込み、広告情報が埋め込まれた発言情報を閲覧者端末400に送信する。

【選択図】 図7



【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

広告情報入札決定サーバによって、ネットワークを経由して一般閲覧者が利用する閲覧者端末に送信する送信情報中に表示される広告情報のキーワードを入札募集し、複数の入札者の中から複数の落札者を決定する広告入札方法であって、前記広告情報入札決定サーバが、

複数の入札者各々が利用する入札者端末に対し、前記キーワードをネットワークを経由して送信するステップと、

前記入札者端末から、前記キーワードを落札する旨を示し、かつ入札額及び入札者識別情報を含む複数の入札通知を、ネットワークを経由して受信するステップと、

受信した前記複数の入札通知から、前記入札額及び前記入札者識別情報を抽出するステップと、

抽出された前記入札額に基づき、前記送信情報中に表示される広告情報の表示量を、各入札者毎に設定するステップと、

設定された前記表示量及び前記入札者識別情報に基づき、複数の入札者の複数の広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように、前記複数の広告情報を前記送信情報に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成するステップと、

を実行するネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 2】

請求項 1 記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記広告情報入札決定サーバが、

前記入札額が大きい入札者ほど、広告情報の表示量を高く設定するネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 3】

請求項 1 又は 2 記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記表示量が、広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域のうち少なくとも一つを含むネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 4】

請求項 3 記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記広告情報入札決定サーバが、

単一のキーワードを送信するとともに、当該キーワードに対応した複数の入札通知を受信し、

各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、前記送信情報中の一つの広告枠に表示される広告情報が時間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成するネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 5】

請求項 1 ないし 3 のいずれか 1 項に記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記広告情報入札決定サーバが、

複数のキーワードを送信するとともに、当該複数のキーワード各々に対応した複数の入札通知を受信し、

前記表示画像が複数の互いに大きさの異なる広告枠を有し、

前記広告情報入札決定サーバが、キーワード別に前記広告情報を前記広告枠の各々に埋め込み、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成するネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 6】

請求項 5 記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記広告情報入札決定サーバが、

複数のキーワード各々に対する入札者の数を判定し、

10

20

30

40

50

各キーワードの入札者の数が大きいほど、より大きい広告枠に広告情報を埋め込むネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 7】

請求項 6 記載のネットワークを経由した広告入札方法であって、

前記広告情報入札決定サーバが、

各広告枠において、各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、前記送信情報中の各々の広告枠に表示される広告情報が時間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成するネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 8】

ネットワークを経由して一般閲覧者が利用する閲覧者端末に送信する送信情報中に表示される広告情報のキーワードを入札募集し、複数の入札者の中から複数の落札者を決定する広告情報入札決定サーバであって、

複数の入札者各々が利用する入札者端末に対し、前記キーワードをネットワークを経由して送信する送信部と、

前記入札者端末から、前記キーワードを落札する旨を示し、かつ入札額及び入札者識別情報を含む複数の入札通知を、ネットワークを経由して受信する受信部と、

受信した前記複数の入札通知から、前記入札額及び前記入札者識別情報を抽出する入札者情報抽出部と、

抽出された前記入札額に基づき、前記送信情報中に表示される広告情報の表示量を、各入札者毎に設定する表示量設定部と、

設定された前記表示量及び前記入札者識別情報に基づき、複数の入札者の複数の広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように、前記複数の広告情報を前記送信情報に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成する広告情報埋め込み部と、

を備える広告情報入札決定サーバ。

【請求項 9】

請求項 8 記載の広告情報入札決定サーバであって、

前記表示量設定部が、前記入札額が大きい入札者ほど、広告情報の表示量を高く設定する広告情報入札決定サーバ。

【請求項 10】

請求項 8 又は 9 記載の広告情報入札決定サーバであって、

前記表示量設定部が、広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域のうち少なくとも一つを含むネットワークを経由した広告入札方法。

【請求項 11】

請求項 10 記載の広告情報入札決定サーバであって、

前記送信部及び前記受信部が、単一のキーワードを送信するとともに、当該キーワードに対応した複数の入札通知を受信し、

前記表示量設定部が、各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、

前記広告情報埋め込み部が、前記送信情報中の一つの広告枠に表示される広告情報が時間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する広告情報入札決定サーバ。

【請求項 12】

請求項 8 ないし 10 のいずれか 1 項に記載の広告情報入札決定サーバであって、

前記送信部及び前記受信部が、複数のキーワードを送信するとともに、当該複数のキーワード各々に対応した複数の入札通知を受信し、

前記表示画像が複数の互いに大きさの異なる広告枠を有し、

前記広告情報埋め込み部が、キーワード別に前記広告情報を前記広告枠の各々に埋め込み、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する広告情報入札決定サーバ。

【請求項 13】

10

20

30

40

50

請求項 1 2 記載の広告情報入札決定サーバであって、
前記入札者情報抽出部が、複数のキーワード各々に対する入札者の数を判定し、
前記広告情報埋め込み部が、各キーワードの入札者の数が大きいほど、より大きい広告
枠に広告情報を埋め込む広告情報入札決定サーバ。

【請求項 1 4】

請求項 1 3 記載の広告情報入札決定サーバであって、
前記表示量設定部が、各広告枠において、各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広
告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、

前記広告情報埋め込み部が、前記送信情報中の各々の広告枠に表示される広告情報が時
間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する広告情
報入札決定サーバ。 10

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、インターネットの如きネットワーク上での広告入札方法並びに当該広告入札
を実施する広告入札情報提供サーバに関するものである。

【背景技術】

【0002】

近年、インターネットの普及及び利用人口の増大に伴い、情報検索のみならず、インタ
ーネットを利用した種々のサービス、ビジネスが提供されるようになってきている。これ 20
らの 1 つに、インターネットを利用した広告がある。

【0003】

インターネットを利用した広告としては、広告主が自己のホームページを開設し、訪れ
た顧客に対し自らの商品・サービスを認知してもらうことが考えられる。しかしながら、
最近では、チャットシステム、情報検索、電子掲示板等の各種サービスを提供する集客数の
多いサイトのホームページの目立つ所にバナーと呼ばれる小さな画像を表示し、より多く
の顧客に自らの商品・サービスをアピールする形式の広告が主流となっている。また、こ
の広告方法の変形例として、この広告画像をクリックすると、広告主の Web サイトにジ
ャンプする仕組みのバナー広告、ホームページとは別の小さなウィンドウを開き、その中
に広告を掲載するポップアップ広告、ホームページの検索 Web で、キーワードで検索し 30
た際に、そのキーワードに関連して広告がいっしょに表示されるキーワード検索付随広告
などが知られている。

【0004】

さらには、チャット等の如きユーザーが会話を行なうサイトにおいて、会話に登場した
言葉が予め用意した言葉と一致した場合、ユーザーに対し、当該言葉に関連性のある商品
・サービスの広告を提供するシステムも提供されてきている。

【0005】

このようなインターネットを利用した広告の有用性に着目し、サイト上での広告枠の割
り当てに関する入札を実施する広告入札が行なわれてきている。広告入札においては、複
数の入札者の中最も高い入札額を提示した入札者（落札者）に対し、所定の広告枠に 40
広告を掲示する権利が割り当てられる。特に、サイト中に特定のキーワードが出現した場
合、当該キーワードに関連した広告が掲示されるキーワード広告において、キーワード毎
に入札額に応じた広告掲示順位が決定されるキーワード広告入札が数多く行なわれてい
る。

【非特許文献 1】 <http://www.clicktracks.jp/modules/bidhero5/>

【発明の開示】

【発明が解決しようとする課題】

【0006】

広告入札に基づくインターネット上での広告掲示方法には種々のものが提案されてい
るが、既存の広告掲示方法にあつては、入札額に応じて広告が表示されるスペース（広告枠 50

）が固定的である。このような状況下においては、固定的なスペースに入札額に応じた順位に従って広告掲示が割り当てられるのみである。そのため、一定以上上位の入札額を提示した者のみに広告掲示の権利が割り当てられることとなり、広告掲示の方式に柔軟性がかけることとなる。このような状況を踏まえ、広告掲示場所を提供するサイト等の運営者、広告掲示を希望する者（入札者）双方からより柔軟性の高い広告入札方法が求められてきている。

【0007】

本発明は、こうした事情に鑑みて創案したものであり、ネットワーク上での広告入札方法並びに当該広告入札を実施する広告入札情報提供サーバに関し、より広告掲示態様を柔軟に設定することを可能とし、ひいてはより効果的な広告を提供し得る広告入札方法、広告入札情報提供サーバを提供することを目的としている。

10

【課題を解決するための手段】

【0008】

本発明は、広告情報入札決定サーバによって、ネットワークを經由して一般閲覧者が利用する閲覧者端末に送信する送信情報中に表示される広告情報のキーワードを入札募集し、複数の入札者の中から複数の落札者を決定する広告入札方法を提供する。前記広告情報入札決定サーバは、複数の入札者各々が利用する入札者端末に対し、前記キーワードをネットワークを經由して送信するステップと、前記入札者端末から、前記キーワードを落札する旨を示し、かつ入札額及び入札者識別情報を含む複数の入札通知を、ネットワークを經由して受信するステップと、受信した前記複数の入札通知から、前記入札額及び前記入札者識別情報を抽出するステップと、抽出された前記入札額に基づき、前記送信情報中に表示される広告情報の表示量を、各入札者毎に設定するステップと、設定された前記表示量及び前記入札者識別情報に基づき、複数の入札者の複数の広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように、前記複数の広告情報を前記送信情報に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成するステップとを実行する。

20

【0009】

本発明によれば、広告情報入札決定サーバによって実現される運営者（プロバイダ、キャリア等）が入札出展した広告対象となるキーワードを、複数の広告主（入札者）が入札する。そして、入札された広告は、一般閲覧者により閲覧される際、その入札額の多寡によって表示量（表示頻度、表示時間、表示領域等）が増減する。これによりひとつのキーワードに対してより多くの広告が割り当てられるようになり、さらに閲覧者にとっては、情報（送信情報）にアクセスするごとに異なった広告内容が閲覧できるようになる。尚、キーワードは運営者による提案、又は広告主の申し出によって決定されるのが一般であるが、特に限定はされない。

30

【0010】

前記広告情報入札決定サーバは、前記入札額が大きい入札者ほど、広告情報の表示量を高く設定する。

【0011】

前記表示量は、広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域のうち少なくとも一つを含む。従って、より柔軟な広告情報の表示設定が可能となる。

40

【0012】

また、前記広告情報入札決定サーバは、単一のキーワードを送信するとともに、当該キーワードに対応した複数の入札通知を受信し、各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、前記送信情報中の一つの広告枠に表示される広告情報が時間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する。

【0013】

従って、単一のキーワードの入札に対し、複数の入札者が競合する場合であっても、複数の入札者に広告提供の機会を与えることが可能となる。

【0014】

50

さらに、前記広告情報入札決定サーバは、複数のキーワードを送信するとともに、当該複数のキーワード各々に対応した複数の入札通知を受信し、前記表示画像が複数の互いに大きさの異なる広告枠を有し、前記広告情報入札決定サーバが、キーワード別に前記広告情報を前記広告枠の各々に埋め込み、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する。

【0015】

この場合、複数のキーワードに対する入札があっても、広告枠が複数存在するため、複数の入札者に広告提供の機会を与えることが可能となる。

【0016】

また、前記広告情報入札決定サーバが、複数のキーワード各々に対する入札者の数を判定し、各キーワードの入札者の数が大きいほど、より大きい広告枠に広告情報を埋め込む

10

【0017】

前記広告情報入札決定サーバが、各広告枠において、各入札通知の入札額に従い、各入札通知の広告情報の表示頻度又は表示時間を設定し、前記送信情報中の各々の広告枠に表示される広告情報が時間経過に応じて順次変更するように、前記広告情報埋め込み済送信情報を生成する。

【0018】

このような複数のキーワードに対する入札があり、さらに各キーワードの入札に対し、複数の入札者が競合する場合であっても、各キーワードの複数の入札者に広告提供の機会を与えることが可能となる。

20

【0019】

更に本発明は、ネットワークを經由して一般閲覧者が利用する閲覧者端末に送信する送信情報中に表示される広告情報のキーワードを入札募集し、複数の入札者の中から複数の落札者を決定する広告情報入札決定サーバを提供する。広告情報入札決定サーバは、複数の入札者各々が利用する入札者端末に対し、前記キーワードをネットワークを經由して送信する送信部と、前記入札者端末から、前記キーワードを落札する旨を示し、かつ入札額及び入札者識別情報を含む複数の入札通知を、ネットワークを經由して受信する受信部と、受信した前記複数の入札通知から、前記入札額及び前記入札者識別情報を抽出する入札者情報抽出部と、抽出された前記入札額に基づき、前記送信情報中に表示される広告情報の表示量を、各入札者毎に設定する表示量設定部と、設定された前記表示量及び前記入札者識別情報に基づき、複数の入札者の複数の広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように、前記複数の広告情報を前記送信情報に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成する広告情報埋め込み部とを備える。

30

【発明の効果】

【0020】

上述したように、本発明によれば、複数の広告主が入札し得る入札方式を採用することで、サービス運営主はより多くの広告収入を得られるのみならず、各広告主の入札額に応じて表示量を設定し、表示量に応じて広告主に広告提供機会を割り当てることが可能となる。従って、より多くの広告主に広告提供の機会を与えることが可能となる。

【発明を実施するための最良の形態】

40

【0021】

以下、図面を参照して本発明の実施形態を詳細に説明する。図1は、本発明の方法の概念及びシステムを示す。図1に示すように、広告情報提供システムは、ネットワークであるインターネットを介して接続された入札者端末100(100a, 100b, 100c・・・)と、広告情報入札決定サーバ(広告情報提供サーバ)200と、発言者端末300と、閲覧者端末400とから構成されている。この構成において、入札者端末100と、広告情報入札決定サーバ200とから広告入札システムが構成される。この広告入札システムは、インターネット上において所定のキーワードに関連した自らの広告の掲示を希望する入札者に対し、画像内等の広告枠に広告を掲示する権利を入札募集するものである。以下、本発明によって提供される広告入札の概要を述べる。

50

【0022】

本発明の広告入札方法において、まず広告入札のトリガとなるのは、チャットシステム、情報検索、電子掲示板等の各種サービスを提供するサイトの運営者である。運営者は、自らが所有する、又は他の者が所有する広告情報入札決定サーバ200から、広告キーワードを含むキーワード出展の旨（出展通知）を、入札を希望する複数の入札者の入札者端末100（100a, 100b, 100c・・・）に送信する。

【0023】

入札の機会は随時設けることができる。また、キーワードは運営者が決定するが、予め入札者（広告主）から受け付けることもできる。その選択決定には特に制限はない。さらには必要に応じて、あるキーワードに現在入札されている額の価格分布に関する情報を入札者に提供することができる。このようにすることにより、競合する入札者がより多くの金額を提示してくる可能性が増すことが予想される。

10

【0024】

キーワードの出展通知を入札者端末100にて受領した入札者は、当該キーワードの入札を希望する場合、入札者端末100からその旨の通知（入札通知）を広告情報入札決定サーバ200に送信する。広告情報入札決定サーバ200は複数の入札者（複数の入札者端末100a, 100b, 100c・・・）から入札通知を受信すると、入札決定を行ない、最も高い入札額を提示した入札者に対し、自らのサイトにおける広告表示の権限を与える。ただし、広告情報入札決定サーバ200は単一の落札者のみならず、入札額の順序に基づき、複数の落札者を決定する。ただし、広告情報のサイト上での表示頻度、表示時間、表示領域等の態様は、入札額に基づいて設定される。

20

【0025】

続いて、広告情報入札決定サーバ200は、一般ユーザーである発言者の発言者端末300から発行情報を適宜受信する。本実施形態における発行情報とは、掲示板への書き込み等のことをさす。そして、当該発行情報の中に先程のキーワードが含まれている場合、広告情報入札決定サーバ200は、入札決定において設定された上述した態様（表示頻度、表示時間、表示領域等の大小）に従って広告情報を、発行情報を含む送信情報であるサイト（画面）内の所定の領域（広告枠）に埋め込み、広告情報埋め込み済発行情報を生成する。ここまでで、広告入札は終了する。

30

【0026】

その後、一般ユーザーである一般閲覧者の閲覧者端末400から当該送信情報へのアクセスがなされると、広告情報入札決定サーバ200は、広告情報が埋め込まれた送信情報（広告情報埋め込み済発行情報）を閲覧者端末400へ送信する。このようにして、広告提供が実施される。

【0027】

次に本発明の構成、手順の詳細を説明する。図2は、広告情報入札決定サーバ200の構成を示すブロック図である。広告情報入札決定サーバ200は、送受信部201と、キーワード作成部202と、キーワード蓄積部203と、キーワード抽出部204と、広告情報埋め込み部205と、入札・表示方式決定部206と、広告情報管理部207とを含む。

40

【0028】

送受信部（送信部と受信部）201は、インターネットを經由して、入札者端末100、発言者端末300、閲覧者端末400との間で、種々の情報を送受信する。キーワード作成部202は、サイト運営者が入札対象のキーワードを出展する際にキーワードを作成する入力部である。キーワード蓄積部203は、キーワード作成部202によって作成されたキーワードを蓄積する。キーワード抽出部204は、受信した発行情報から、キーワード蓄積部203に蓄積されたキーワード群の中で所定のキーワードが存在する場合、当該キーワードを抽出する。

【0029】

広告情報管理部207は、予め広告主（入札者）が掲示を希望する広告対象に関する広

50

告内容を記述する広告情報を蓄積し、管理する部分である。広告主の依頼に基づき、サイト運営者が掲載する広告情報を管理する部分であり、広告上の存在場所を示すURL (Uniform Resource Locator)、広告情報の実体そのもの等を管理する。

【0030】

入札・表示方式決定部206は、入札者により提示された入札額と、キーワード抽出部204によって抽出されたキーワードに関連し、広告情報管理部207において管理されている広告情報とを考慮し、入札されたどの広告主の広告を表示するかの決定(落札者の決定)、当該決定に基づき広告情報の表示量の設定を行なう。

【0031】

広告情報埋め込み部205は、入札・表示方式決定部206によって決定された広告情報の表示量(表示方式、表示態様)に従い、広告情報管理部207において管理されている広告情報を、発言情報を含む送信情報(本実施形態では図4~図6に示すような発言情報集合体)に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成する。ここでの埋め込みは、設定された表示量に従い、複数の入札者の複数の広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように行なわれる。

10

【0032】

図3は、上述した入札・表示方式決定部206の詳細な構成を説明する。入札・表示方式決定部206は、入札者判定部206aと、キーワード別入札者登録部206cと、入札額判定部206bと、表示頻度決定部206dと、表示領域決定部206fとを含む。

【0033】

入札者判定部206aは、入札者端末100から送信された入札通知に含まれる入札者(端末)識別情報に基づき、入札者(端末)を判定する。入札額判定部206bは、入札通知に含まれる入札額を判定する。キーワード別入札者登録部206cは、入札者の希望するキーワード別に入札者を登録する。表示頻度決定部206d、表示時間決定部206e、表示領域決定部206fは、入札者数、キーワード、各入札者の入札額に基づき広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域の各々を決定する。入札者判定部206aと入札額判定部206bより入札者情報抽出部が構成され、表示頻度決定部206dと、表示時間決定部206eと、表示領域決定部206fとより広告情報の表示量を設定する表示量設定部が構成される。広告情報の「表示量」とは、閲覧者が画面中に表示される広告が視覚により認知され得る量であり、本例では表示頻度(単位時間当たりの表示回数)、表示時間(継続して表示される時間)、表示領域(画面上に表示される面積)の三つが挙げられているが、特にこれらに限定はされない。また、これら三つのうち少なくとも一つに基づき最終的な表示量が設定されるが、二つの組み合わせ、三つ総ての組み合わせにより最終的な表示量を設定するようにしてもよい。

20

30

【0034】

図4~図6は、閲覧者端末400の表示部に表示された広告情報埋め込み済送信情報の例を示す。この広告情報埋め込み済送信情報は、上述したように発言者端末300から送信された発言情報が、送信情報として広告情報入札決定サーバ(広告情報提供サーバ)200から閲覧者端末400に送信される際、送信情報内に広告情報が埋め込まれることにより生成される。

40

【0035】

図4~図6では、本発明において閲覧者端末400に送信された広告情報埋め込み済発言情報の閲覧者端末400の表示部における表示例を示す。本例では発言者が、サイト運営者によって運営されるチャットシステムに情報提供者である発言者が発言情報を提供した例を示す。図4~6では、吉田、木村、山田の三名の発言情報が表示されている。本例において各々の発言情報には、広告情報入札決定サーバ200のキーワード抽出部204によって抽出されたキーワードが存在する。吉田の発言情報においては「刺身」、木村の発言情報においては「刺身」と「新宿」、山田の発言情報においては「居酒屋」のキーワードが各々含まれている。

【0036】

50

発言情報の上下のスペースにおいては、広告情報が埋め込まれる広告枠が形成されているが、本例ではバナー広告欄 1、バナー広告欄 2、バナー広告欄 3 というそれぞれ大きさ、場所の異なる三つの広告枠（サブ広告枠）が設けられている。バナー広告欄 1 は面積（表示領域）が三つのうち最大であり、かつ最も閲覧者の目を引きやすい発言情報の上方に設けられている。バナー広告欄 2 は発言情報の下方左側、バナー広告欄 3 は発言情報の下方右側に設けられ、バナー広告欄 3 は三つのうち面積が最小である。

【0037】

図 7 は、本発明における広告入札方法を実行するに当たって、入札の概念を示す図である。図 7 (a) では、サイト運営者より三つのキーワード「刺身」、「居酒屋」、「新宿」が入札者に対し提示され、「刺身」に対し A 社、B 社、C 社の 3 社（入札額は A 社 > B 社 > C 社）、「居酒屋」に対し D 社、E 社（入札額は D 社 > E 社）の 2 社、「新宿」に対し F 社の 1 社の入札があった入札例を示す。

10

【0038】

また、図 7 (b) は、キーワード「刺身」に対する入札額の大小に応じた出現頻度の大小関係の概念を示す円グラフである。すなわち、バナー広告欄 1、バナー広告欄 2、バナー広告欄 3 各々において、A 社、B 社、C 社各々の広告が出現する頻度はこのグラフの様に表わされる。一方、図 7 (c) は、各キーワード別の広告情報が、バナー広告欄 1 に出現する出現頻度の大小関係の概念（実線で表わされる）を示す円グラフである。すなわち、バナー広告欄 1 において、各キーワード別に対応した広告情報が出現する頻度はこのグラフの様に表わされる。このグラフは、A 社～F 社各々の広告がバナー広告欄 1 に出現する頻度をも表わす（点線で表わされる）。

20

【0039】

そして、図 4～6 は、このような出現頻度に従って、広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化する様子の一例を示している。本例では変化は以下の様になっている。

【0040】

バナー広告欄 1 : A 社 D 社 C 社
 バナー広告欄 2 : D 社 B 社 F 社
 バナー広告欄 3 : F 社 A 社 E 社

【0041】

従来の入札広告による画像広告情報掲示では、入札額に応じて広告が表示されるスペースが固定的であった。すなわち、固定的な広告スペースに入札額に応じて入札情報が割り当てられるのみだった。また、固定的であるが故に、ある一定の入札額上位数社だけしか表示できなかった。

30

【0042】

一方、本発明の広告入札方法を用いた画像広告情報掲示では、上述したように表示頻度、表示時間、表示場所（広告枠中の広告欄）、広告の大きさ（表示領域）等、広告表示を柔軟に変化させることができるようになっている。従って、必ずしも入札額が最上位の企業のみが、目を引きやすい上方のスペースに固定的に表示されるような広告態様のみならず、やや目を引きにくい下方のスペースに長時間表示させるような態様を選択することもできる。また、入札額に応じて、広告主の数に限りなく、いろいろな形式の広告表示を採

40

【0043】

図 8 は、本発明による広告入札の手順を含む広告方法の手順を示すシーケンス図である。まず、広告情報入札決定サーバ 200 からキーワードを含む出展通知が入札者端末 100 (100a, 100b, 100c...) に送信され (1)、入札者が入札者端末 100 を通じて入札を行なう (2)。そして、広告情報入札決定サーバ 200 が入札決定を行

50

う(3)。その後、発言者端末300から発信されたキーワードを含む発言情報を受信すると(4)、広告情報入札決定サーバ200は、当該発言情報に基づく送信情報に広告情報を埋め込む(5)。そして、広告情報が埋め込まれた送信情報(広告情報埋め込み済送信情報)を閲覧者端末400に送信する(6)。

【0044】

上記(1)のステップにおける出展通知を送る入札者端末100の対象の決定方法としては様々なものがある。例えば、予め所定のキーワードに対応したキーワードがキーワード蓄積部203に登録されている登録者総て又は一部の者に送信することができる。特に通知対象を決定する方法については限定されない。また、(1)のステップのタイミング、すなわち入札日時についても限定はなく、(1)のステップの頻度、すなわち入札機会の数の設定についても特に限定はない。

10

【0045】

図9は、入札・表示方式決定部206において行なわれる、図8における入札決定(3)の手順の詳細を示すフローチャートである。まず、入札・表示方式決定部206の入札者判定部206a、入札額判定部206bが、受信した入札通知に含まれる入札者識別情報に基づく入札者端末(入札者)100、入札額を判定する(ステップS10)。判定された入札者、入札額はキーワードごとにキーワード別入札者登録部206cに登録される。

【0046】

入札者識別情報としては、一般的なインターネットメールにおいて使用されるメールアドレス、掲示板等のサイトへの書き込みやインターネット電話の如きVoIP(Voice over Internet Protocol)で使用されるIP(Internet Protocol)アドレス、テレビ電話において使用される電話番号等、各種のものが使用されるが、入札者を特定できるものならば特に限定はされない。入札者識別情報の入札通知への含ませ方、埋め込み方には以下のようなものがあるが、特に限定はされない。入札額についても、入札者識別情報と同様の方法で入札通知に含ませることができる。

20

【0047】

- ・IPアドレスをキー変換し、ヘッダまたはフッタに埋め込む(metagタグを埋め込んでもよい)。
- ・テキストメールの場合、メールアドレスを埋め込む。

30

【0048】

そして、入札者判定部206aは、キーワード別入札登録部206cを参照し、キーワード抽出部204で抽出、識別されたキーワード毎に、入札者が複数名存在するか否かを判定する(ステップS11)。図7(b)に示したように、一つのキーワードに対し入札者が複数の場合(ステップS11; YES)、表示頻度決定部206d(又は表示時間決定部206e)は、所定のキーワードを入札する入札者の入札額に基づき、各入札者の広告情報の表示頻度(又は表示時間)を決定する(ステップS12)。また、図7(a)の「新宿」のように、判定対象キーワードの入札者が複数でない場合は(ステップS11; NO)、さらにキーワード抽出部204にて他のキーワードが抽出され、入札者判定部206aにて入札者が判定されると(ステップS13; YES)、ステップS10に戻り、さらに抽出された他のキーワードについて、ステップS10からステップS12の操作が行なわれる。

40

【0049】

そして、ステップS13で他のキーワードが抽出されない場合(ステップS13; NO)、表示領域決定部206fは、図7(c)に示すように、入札者の数に応じて広告情報の表示領域を設定する(ステップS14)。ここでの設定方法として、キーワード毎に表示領域を固定してもよいが(図4~6におけるバナー広告欄をキーワード毎に固定して割り当てる)、より表示態様に柔軟性を持たせるため、図4~6で示したようにキーワード毎に表示領域を変更するようにしてもよい。

【0050】

50

図8の(4)において広告情報が埋め込まれる対象として本例では、図4～6に示したチャットシステムや掲示板等、一般発言者のコメントとしての発言情報の集合体を予定している。しかしながら、広告情報が埋め込まれる対象としては特に限定されることはなく、(6)のステップにおいて一般閲覧者の閲覧対象である送信情報になり得るものであれば何でもよい。例えば、運営者自身が提供する一般閲覧者に対する各種ニュース等の配信情報を、広告情報が埋め込まれる送信情報とし、このような配信情報に広告情報を埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成することもできる。

【0051】

図8の(5)において、広告情報埋め込み部205は、図9のステップにおいて設定された表示量(表示頻度、表示時間、表示領域)に従って、広告情報の表示態様が時間経過に応じて変化するように、複数の広告情報を送信情報に埋め込み、広告情報埋め込み済送信情報を生成する。尚、埋め込まれる広告情報としては、広告情報管理部207に蓄積された広告情報そのもののみならず、他の箇所(他のURL等)から取寄せられ、送信情報に埋め込まれるものもここでいう広告情報に含まれる。

10

【0052】

また、本発明において、広告情報入札決定サーバ200に情報を提供し、かつ広告情報入札決定サーバ200から情報を発信する媒体としては、実施の形態で説明したインターネットメールがあるが、このインターネットメールは、携帯電話間のメールも通常のパーソナルコンピュータ(PC)間のメールをも含む。

【0053】

また、広告情報入札決定サーバ200によって入札された広告情報が掲示されるサイトとしては、多数の人間が閲覧するチャットシステム、電子掲示板等の書き込み掲示板、情報検索サイト等がある。さらには、ブログ、SNS(Social Networking Site)、Wiki等においても、本発明の広告入札方法にて入札された広告情報が掲示され得る。このようなサイトの運営者は、通信キャリア会社、インターネットプロバイダ、その他一般のホームページ運営者を含む。

20

【0054】

本実施形態では、広告情報が直接画像内に埋め込まれた例を示したが、広告情報はいわゆる送信情報に埋め込むことができる。例えば送信情報としてのテキストに対し、ポップアップ広告としての広告情報を埋め込むようにしても良い。例えば、同じテキストでもHTMLのH1タグ(ヘディングタグ)に広告が割り振られた場合、これがより大きな画像に広告が割り振られたときのケースと同じものとして扱うことができる。H1タグは一般的にページタイトルに用いられ、ページタイトルに割り当てられる広告は、そうでないものよりも重要度が増すはずと考えられるからである。さらには、H2タグ、H3タグのようにタグの属性としての重要度が低下するにつれ、広告としての扱いの重要度も下がるようにすることができる。従って、重要度が低いタグほど小さな画像に広告が割り当てられるよう本発明を構成することもできる。

30

【0055】

また、キーワード募集に対する入札段階においては、ネットワークのみならず郵送など他の手段で広告主は入札に参加することができる。

40

【0056】

また、入札に対する信頼を高めるため、各入札者毎の広告情報の表示頻度、表示時間、表示領域等の入札結果、さらには審査過程(入札された広告内容を審査し、内容の妥当性をチェックする過程)をネットワークを通じて公表することもできる。また、表示頻度、表示時間、表示領域等により初期入札最低額を設定し、とりあえず入札するという悪意ある入札を防ぐとともに、入札の過密状態を防ぐことが好ましい。また、上低額又は所定順位以上の入札額のみに入札を許可することにより、入札の過密状態を防ぐことも可能である。また、広告主が広告掲載要望を取り下げた場合、二番目以降高額な入札額を支払った広告主に対し、順次広告を掲示する権利が与えられるようにしてもよい。

【0057】

50

以上、本発明の各種実施形態を説明したが、本発明は前記実施形態において示された事項に限定されず、明細書の記載、並びに周知の技術に基づいて、当業者がその変更・応用することも本発明の予定するところであり、保護を求める範囲に含まれる。

【産業上の利用可能性】

【0058】

本発明の広告入札方法によれば、複数の広告主が入札し得るとともに、広告表示の態様に柔軟性をもたせることが可能となる。そのため、サービス運営主はより多くの広告収入を得られるのみならず、各広告主の入札額に応じて表示量を設定し、表示量に応じて広告主に広告提供機会を割り当てることが可能となる。従って、より多くの広告主に広告提供の機会を与えることが可能となる。また、閲覧者はより多くの広告を閲覧することが可能となる。

10

【図面の簡単な説明】

【0059】

【図1】本発明のネットワークを媒体とした広告入札を含む広告方法の概念及び広告情報提供システムの図。

【図2】広告情報入札決定サーバの構成を示すブロック図。

【図3】広告情報入札決定サーバの入札・表示方式決定部のブロック図。

【図4】一般閲覧者端末の発言情報表示部に表示された発言情報の例。

【図5】一般閲覧者端末の発言情報表示部に表示された発言情報の例。

【図6】一般閲覧者端末の発言情報表示部に表示された発言情報の例。

20

【図7】本発明における広告入札方法を実行するに当たっての入札の概念を示す図。

【図8】本発明による広告方法の手順を示すシーケンス図。

【図9】広告情報入札決定サーバの入札・表示方式決定部における入札決定の手順を示すフローチャート。

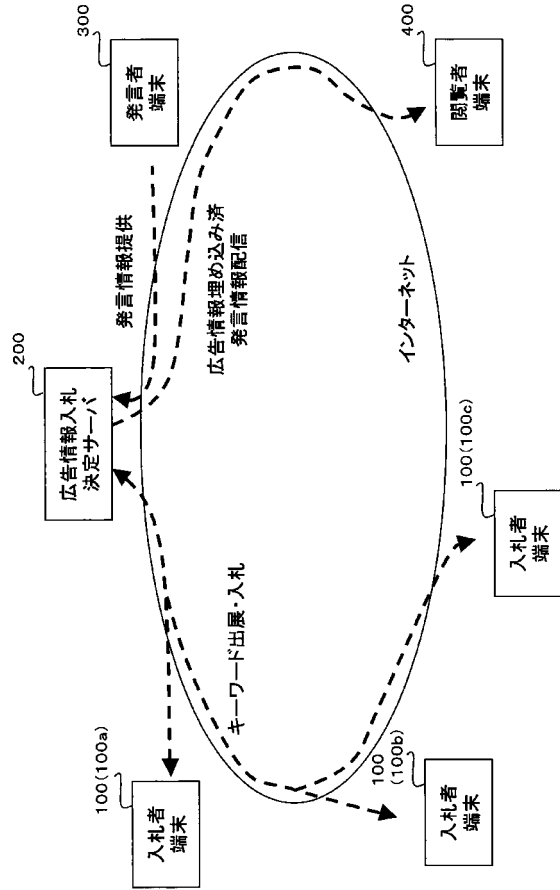
【符号の説明】

【0060】

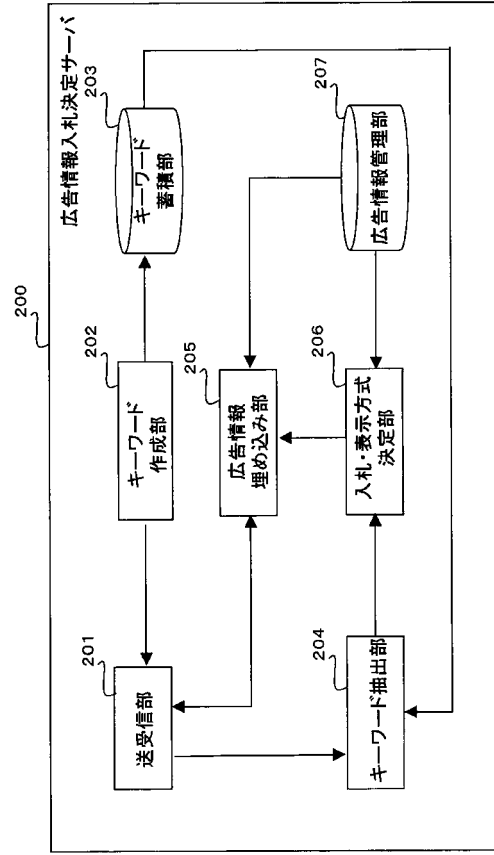
100	情報提供者端末
200	広告情報入札決定サーバ(広告情報提供サーバ)
201	送受信部
202	キーワード作成部
203	キーワード蓄積部
204	キーワード抽出部
205	広告情報埋め込み部
206	入札・表示方式決定部
207	広告情報管理部
300	発言者端末
400	閲覧者端末

30

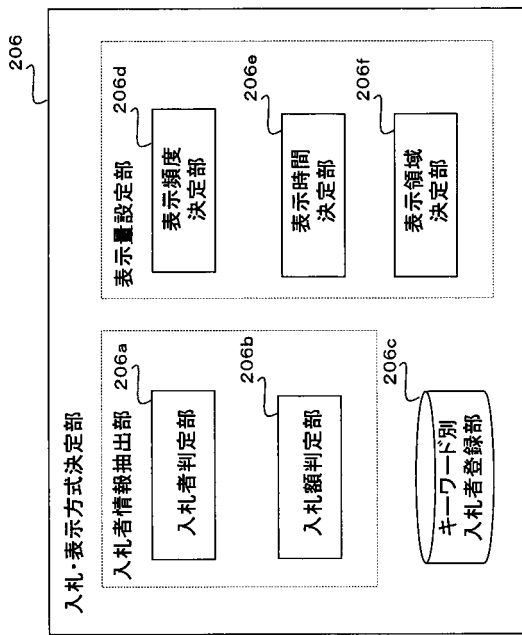
【 図 1 】



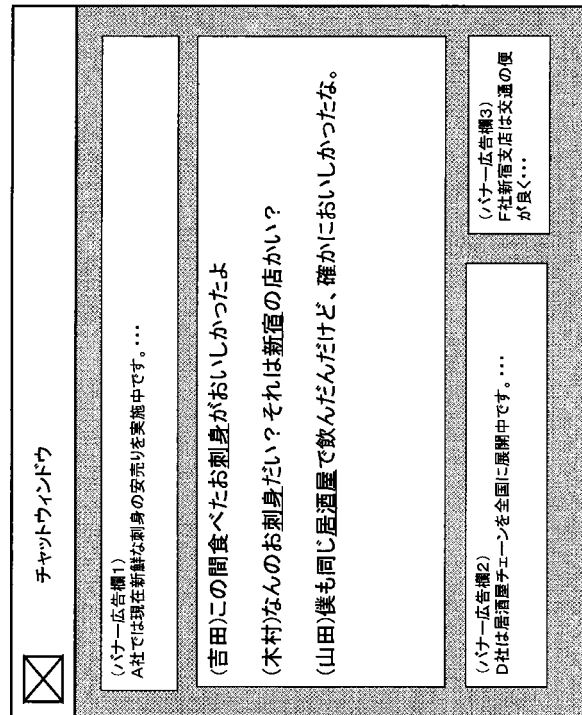
【 図 2 】



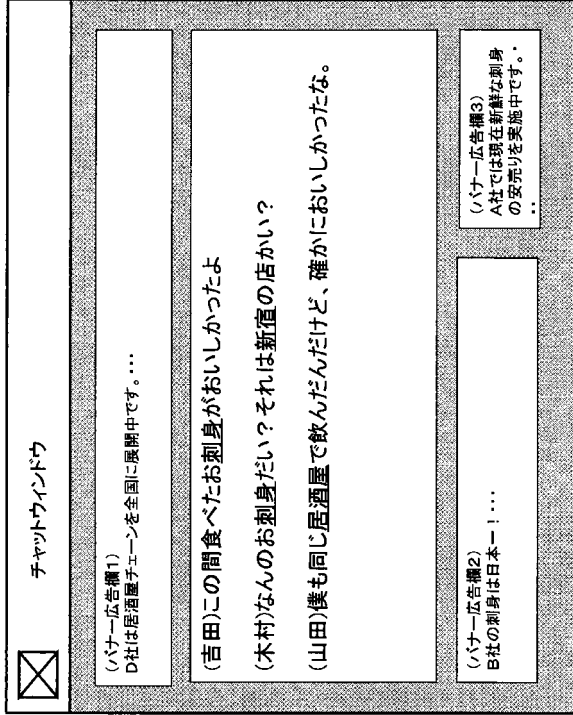
【 図 3 】



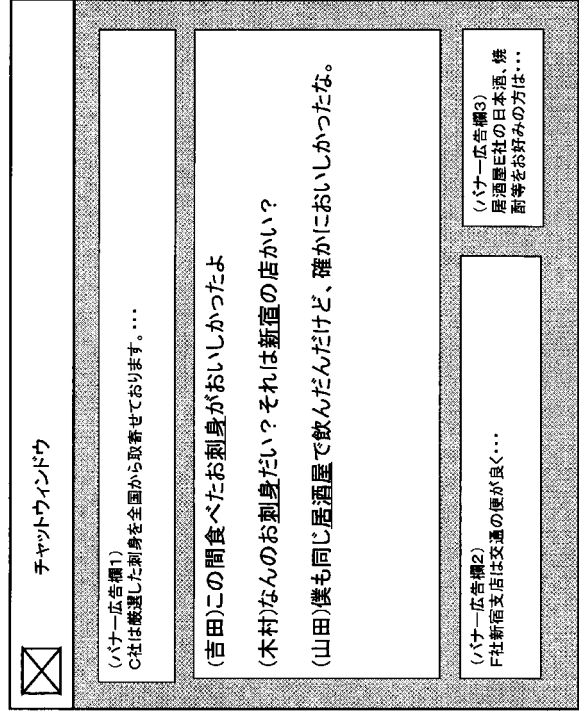
【 図 4 】



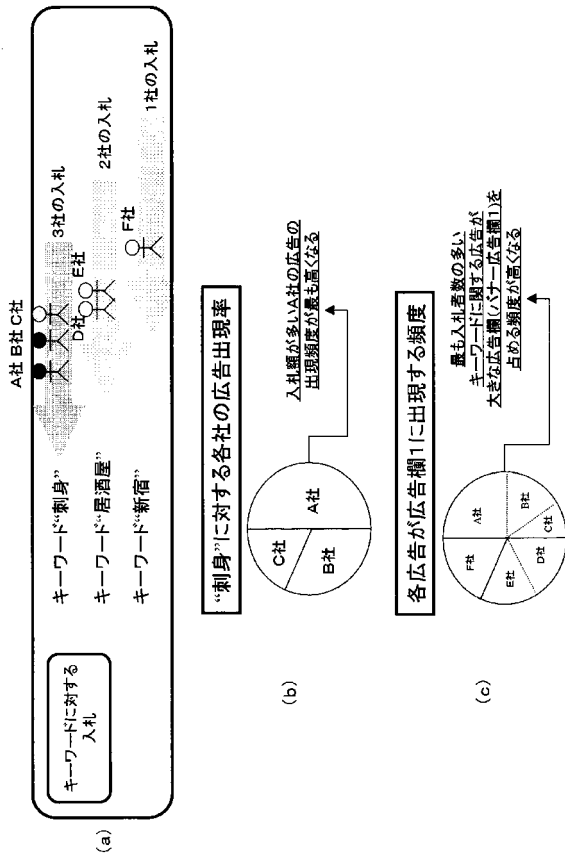
【 図 5 】



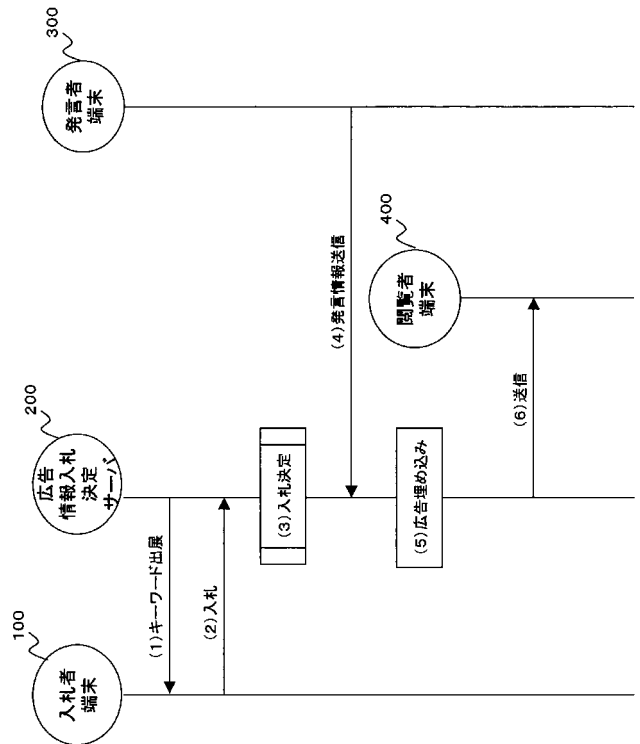
【 図 6 】



【 図 7 】



【 図 8 】



【 図 9 】

