

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 特 許 公 報 (B 2)

(11) 特許番号

特許第3482998号  
(P3482998)

(45) 発行日 平成16年1月6日(2004.1.6)

(24) 登録日 平成15年10月17日(2003.10.17)

(51) Int.Cl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	
G 0 6 F 17/60	3 3 0	G 0 6 F 17/60	3 3 0
	Z E C		Z E C
	3 3 4		3 3 4
G 0 7 F 17/40		G 0 7 F 17/40	

請求項の数4(全 12 頁)

(21) 出願番号	特願2000-82474(P2000-82474)	(73) 特許権者	391058635 株式会社クリムソン 奈良県奈良市杉ヶ町35番地
(22) 出願日	平成12年3月23日(2000.3.23)	(72) 発明者	西田 亘雄 大阪府吹田市津雲台2丁目3番地2号
(65) 公開番号	特開2001-266011(P2001-266011A)	(74) 代理人	100107711 弁理士 磯兼 智生
(43) 公開日	平成13年9月28日(2001.9.28)		
審査請求日	平成12年3月23日(2000.3.23)		
審判番号	不服2002-17500(P2002-17500/J1)		
審判請求日	平成14年9月11日(2002.9.11)		
		合議体	
		審判長 小林 信雄	
		審判官 山本 穂積	
		審判官 久保田 健	
		(56) 参考文献	特開 平9-233232 (J P, A) 特開 平10-63749 (J P, A) 特開 平10-243468 (J P, A) 特開 平11-85841 (J P, A)

(54) 【発明の名称】 電子商取引管理サーバ及び電子商取引方法

1

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】 電気通信回線によるネットワーク上で1以上のユーザコンピュータに接続される電子商取引を管理するサーバであって、  
商品の見本を展示し前記電子商取引を支援する2以上の店舗について店舗の位置情報と店舗の属性情報とを記憶する店舗情報記憶手段と、  
ユーザコンピュータから送信される住所情報と顧客情報とを受け付ける住所情報受付手段と、  
受け付けた住所情報に基づいて前記店舗情報記憶手段より、この住所情報に示される住所に最も近い位置に存在する店舗の属性情報を抽出する担当店舗抽出手段と、  
抽出された店舗の属性情報が示す店舗と受け付けた顧客情報が示す顧客とを関連付けて記憶する担当顧客記憶手段と、

2

各店舗ごとに各店舗に支払う手数料を算出するための手数料算出データを記憶する店舗手数料記憶手段と、  
前記ユーザコンピュータに、前記抽出された店舗の属性情報の少なくとも一部を通知する担当店舗通知手段と、  
前記ユーザコンピュータから取引注文を受け付けた場合に、前記担当顧客記憶手段からこの取引注文をした顧客に関連付けられた店舗を抽出する手数料取得店舗抽出手段と、  
この抽出された店舗について、前記店舗手数料記憶手段に所定の手数料算出データを新たに追加する手数料追加手段とを有する電子商取引管理サーバ。  
【請求項2】 前記電子商取引管理サーバにおいて、前記店舗情報記憶手段は、店舗の位置情報を記憶することに代えて、店舗の担当エリアを記憶し、前記店舗抽出手段は、前記住所情報に示される住所に最

10

も近い位置に存在する店舗の属性情報を抽出することに代えて、前記住所情報に示される住所を前記担当エリア内に持つ店舗の属性情報を抽出する請求項 1 に記載の電子商取引管理サーバ。

【請求項 3】 電気通信回線によるネットワークを通じて行なわれる電子商取引方法であって、商品提供者側のコンピュータにおいて、

商品の見本を展示し電子商取引を支援する 2 以上の店舗の位置を店舗情報記憶手段により登録する店舗位置登録ステップと、

顧客から送られる住所情報と顧客情報とを住所情報受付手段により受け付ける住所情報受付ステップと、

受け付けた住所情報と登録した店舗の位置とに基づいて、この住所情報に示される住所に最も近い店舗を担当

店舗抽出手段により抽出し、前記顧客情報が示す顧客の担当店舗として担当顧客記憶手段により登録する担当店舗登録ステップと、

前記顧客に担当店舗を担当店舗通知手段により通知する担当店舗通知ステップと、

顧客との取引が成立すると、この顧客の担当店舗に支払う所定の手数料を算出するためのデータを手数料追加手段により手数料記憶手段に登録する手数料登録ステップとを有する電子商取引方法。

【請求項 4】 前記電子商取引方法において、前記店舗登録ステップに代えて、

商品の見本を展示し電子商取引を支援する 2 以上の店舗の担当エリアを店舗情報記憶手段に登録する担当エリア登録ステップを有し、

前記担当店舗登録ステップは、前記住所情報に示される住所に最も近い店舗を店舗抽出手段により抽出することに代えて、前記住所情報に示される住所が担当エリアに存在する店舗を店舗抽出手段により抽出する請求項 3 に記載の電子商取引方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】この発明は電子商取引に関し、特に、電子商取引を支援する店舗を活用して行なわれる電子商取引に関する。

【0002】

【従来の技術】近年インターネットの発達によりいわゆる電子商取引が盛んに行なわれている。特に、商品提供者が消費者に対してインターネットを介して通信販売を行なう対消費者向けの電子商取引の進展は目覚ましい。対消費者向けの電子商取引の仕組みを以下に簡単に説明する。まず、商品提供者は電子商取引を管理するサーバ上に提供しようとする商品に関する写真、説明等の情報を表示する電子商取引用のホームページを登録し、これをインターネット上で消費者に公開する。消費者はこのホームページを見て購入したい商品があると、この商品を購入する意思を示す情報と、氏名、住所等の消費者に

関する情報とを前記サーバへと送信する。商品提供者はこれらの情報に基づいて商品を消費者へと発送する。代金の決済は銀行振込、着払い、クレジットカード決済などにより行なわれる。

【0003】ところで、このような電子商取引においては通常のカatalogやテレビ番組を通じた通信販売と同様、消費者は商品を直接手にとって見るができないという問題がある。また、商品によっては取り付けなどの消費者にとっては困難な作業が必要になるものもあり、このような商品は通信販売を行ないたくても行なうことができない。このような問題に対処して、Catalogによる通信販売の分野においては一部店舗販売を併用するという方法も取られている。これは地域に協力店舗を設置しておき、この店舗を通じてCatalogを配布するとともに商品を陳列し、顧客が店舗に来ることにより実際に商品を手にとって検分することができるようにしている。また、この店舗によって商品取り付け等のアフターサービスを提供することもできる。

【0004】このような店舗を併用したCatalog通信販売においては、顧客はまず最初に店舗からCatalogを提供される。即ち、店舗が営業の拠点となっているのでCatalogを手にした顧客は店舗がどこにあるのかは当然に知っている。また、店舗側ではCatalog販売に貢献した見返りとして、店舗で顧客が商品を購入した場合や店舗が配布したCatalogから顧客が商品を購入した場合に一定のロイヤリティが支払われる。このロイヤリティの額は、店舗において商品が購入された場合は店舗での売上の集計から算出することができる。また、配布したCatalogから商品が購入された場合は、Catalogに添付される商品購入を請求するはがきなどに店舗の識別子を予め記入しておきこれを顧客に利用してもらうことで、配布したCatalogにより購入された商品の売上を集計でき、これからロイヤリティを算出することができる。

【0005】

【発明が解決しようとする課題】上記のような、店舗を使って商品を展示することや商品取り付けサービス等を提供する方法はインターネットを利用した電子商取引においても用いることができ、これにより通信販売における問題は解決することができるであろう。しかし、インターネットを利用した電子商取引において上記のような商品の展示等を行なう店舗を併用した販売を行なおうとすると次のような問題が生じる。まず、このような電子商取引においては、顧客はまず商品提供者が運営する電子商取引用のホームページのURL (Uniform Resource Locator) をブラウザに自ら打ち込んだり、検索用のホームページから探し出したり、他のホームページのリンクをたどったりすることで、このインターネット上に公開された電子商取引用のホームページの閲覧を行なう。従って、上記のような店舗を設けたとしても、ホームページを見ている顧客は店舗の場所を知らない場合が多い

と考えられる。

【0006】また、店舗側の観点に立つと店舗の展示商品を見た顧客が自己のコンピュータを用いて商品を購入するような場合、商品の売上と店舗との関連付けがなされないために上記のようなロイヤリティの計上がなされないことになる。同様にホームページ上から先に商品を購入した顧客が、その後店舗で商品取り付け等のアフターサービスを受けるような場合、顧客や商品をその都度特定することは容易ではなく、やはりロイヤリティの計上は困難である。このようにロイヤリティが計上されないと、店舗のモラルが低下し各店舗の管理にも支障が生じる。

【0007】また、インターネットを通じて得られた顧客をリピーターとして販売促進活動を行ったりサービスを提供することは、インターネットの性質上容易であり積極的に進められるべきである。しかし、この場合でも店舗を利用しているにもかかわらず店舗に対して情報を残さない顧客に対しては店舗側としては対処のしようがなく、折角の販売促進機会を失うことになる。本発明はこのような問題に鑑み、電子商取引を支援する店舗を利用した電子商取引において、顧客には支援する店舗についての情報を提供するとともに、店舗に対してもロイヤリティを確実に加算でき、また、顧客情報も提供し得るようにすることを目的とする。

【0008】

【課題を解決するための手段】以上課題を解決するために、本発明は次のような構成を有する。まず、請求項1に記載の発明は、電気通信回線によるネットワーク上で1以上のユーザコンピュータに接続される電子商取引を管理するサーバにおいて、2以上の店舗について店舗の位置情報と店舗の属性情報とを記憶する店舗情報記憶手段と各店舗ごとに各店舗に支払う手数料を算出するための手数料算出データを記憶する店舗手数料記憶手段とを設けておく。「店舗の属性情報」は店舗名、店舗の電話番号、店舗のファックス番号等の店舗の属性を示す情報で構成され、店舗の位置情報を含んでもよい。そして、住所情報受付手段によりユーザコンピュータから送信される住所情報と顧客情報とを受け付ける。「顧客情報」としては、顧客を特定できる情報であれば足り、例えば、顧客の氏名、顧客のID、顧客のユーザアカウント、顧客の電子メールアドレス等が挙げられる。さらに、担当店舗抽出手段により、受け付けた住所情報に基づいて前記店舗情報記憶手段から、この住所情報に示される住所に最も近い位置に存在する店舗の属性情報を抽出し、抽出された店舗の属性情報が示す店舗と受け付けた顧客情報が示す顧客とを担当顧客記憶手段に関連付けて記憶する。なお、担当顧客記憶手段は「店舗」と「顧客」を関連付けて記憶するが、これは特定の顧客から特定の店舗が導きだせるように記憶しておけばよく、例えば、店舗を店舗情報により表わし、顧客を顧客情報によ

り表わしてもよいが、別の表現、即ち店舗や顧客の識別子等により表わしても差し支えない。そして、担当店舗通知手段により前記ユーザコンピュータに抽出された店舗の属性情報の少なくとも一部を通知する。この店舗情報の通知は直ちに行なってもよいし、ユーザコンピュータからの要求があった後に通知してもよい。さらに、前記ユーザコンピュータから取引注文を受け付けた場合には、手数料取得店舗抽出手段が、顧客記憶手段からこの取引注文を行なった顧客に関連付けられた店舗を抽出して、手数料追加手段がこの抽出された店舗について、前記店舗手数料記憶手段に所定の手数料算出データを新たに追加する。なお、手数料算出データの追加は、手数料に関する数値を累積的に加算していくような方法であってもよいし、手数料に関するデータを注文取引を受け付ける度に個々に記憶していくような方法であってもよい。

【0009】このような構成により、店舗を利用する可能性の高い顧客情報が店舗に関連づけられて記憶されていき、ユーザコンピュータから取引注文を受け付ける度に、担当店舗の手数料すなわちロイヤリティを算出するためのデータが追加されて記憶されていくことになる。

【0010】請求項2に記載の発明は、前記電子商取引管理サーバにおいて、前記店舗抽出手段は、店舗の位置情報を記憶することに代えて、店舗の担当エリアを記憶している。そして、前記店舗情報記憶手段は前記住所情報に示される住所に最も近い位置に存在する店舗の店舗情報を抽出することに代えて、前記住所情報に示される住所を担当エリア内に持つ店舗の店舗情報を抽出する。これは予め店舗ごとに担当エリアを定めてある場合に、この担当エリアに顧客が送信してきた住所が存在するかどうかの判断により、この顧客を担当することになる店舗を抽出するようにしたものである。

【0011】

【0012】請求項3に記載の発明は、電気通信回線によるネットワークを通じて行なわれる電子商取引方法において、商品提供者側のコンピュータで、店舗位置登録ステップにより2以上の店舗の位置を登録し、住所情報受付ステップで顧客から送られる住所情報と顧客情報とを受け付ける。そして、担当店舗登録ステップで受け付けた住所情報に基づいて、この住所情報に示される住所に最も近い店舗を抽出し、前記顧客情報が示す顧客の担当店舗として登録する。一方、担当店舗通知ステップにおいて前記顧客に担当店舗を通知する。さらに、手数料登録ステップにより、顧客との取引が成立するとこの顧客の担当店舗に支払う所定の手数料を算出するためのデータを登録する。このような動作により、店舗側では顧客情報が示す顧客の担当店舗として登録され、取引が成立する度に担当店舗に支払う手数料即ちロイヤリティを算出するためのデータが登録されていくことになる。

【0013】請求項4に記載の発明では、前記電子商取

引方法において、前記店舗登録ステップに代わる担当エリア登録ステップにおいて2以上の店舗の担当エリアを登録し、前記担当店舗登録ステップは、前記住所情報に示される住所に最も近い店舗を抽出することに代えて、前記住所情報に示される住所が担当エリアに存在する店舗を抽出する。この抽出された店舗はやはり前記顧客情報が示す顧客の担当店舗として登録される。この電子商取引方法では、やはり予め店舗の担当エリアが決まっている場合において、この担当エリアを元にして、顧客から送られた住所情報に示される住所を含む担当エリアを持つ店舗をこの顧客の担当店舗として登録し、また、この顧客へ担当店舗の通知を行なう。

【0014】

【0015】

【発明の実施の形態】以下、図面を用いて本発明の実施の形態について説明する。まず、本発明に適用される電子商取引の形態について簡単に述べておく。この電子商取引においては、インターネット上で商品を提供するに際して電子商取引を支援する実在の店舗が用いられることが特徴となる。具体的に説明すると、まず、商品提供者はインターネット上の電子商取引管理サーバに電子商取引用のホームページを設け取引する商品の写真、説明等を顧客に提示する。一方、顧客が存在すると想定される地域ごとに支援店舗を設置し、ここに商品の見本を展示する。また、支援店舗は商品の取り付けや修理等のアフターサービスも行なう。

【0016】このような支援店舗をもつことで、顧客がホームページを閲覧し気に入った商品を見つけたが実際に商品を確認しないと購入には不安があるような場合、前記の支援店舗へ行くことで商品を確認することができる。そして商品の購入を決めた場合は前記ホームページから商品を注文することで商品を得ることができる。また、例えば自動車ハンドルのような商品においては、顧客は商品を購入しても自分では取り付けができないような場合もある。このようなときに前記ホームページを通じて購入した自動車ハンドルを前記支援店舗へ持ち込み、自己の自動車に取り付けてもらうこともできる。本発明はこのような形態の電子商取引に好適なものであり、顧客と支援店舗の利便性を向上させるものである。

【0017】図1に本実施の形態に係る電子通信回線によるネットワークを概念的に表わす図を示す。図1におけるネットワークは電気通信回線としてインターネットを使用し、商品提供者側で運営する電子商取引管理サーバA、顧客が操作するユーザコンピュータB、支援店舗Cが操作する店舗コンピュータCより構成される。なお、図ではユーザコンピュータB、店舗コンピュータCは1台ずつしか示されていないが、実際は複数のユーザコンピュータB、店舗コンピュータCが接続される。これらのコンピュータの内、本発明に關与するのは電子商取引管理サーバAとユーザコンピュータBである。ま

た、ここでは電気通信回線によるネットワークとしてインターネットを利用しているが双方向性の通信ができればどのようなネットワークでもよい。

【0018】電子商取引管理サーバA、ユーザコンピュータB、店舗コンピュータCはそれぞれ、一般的なコンピュータであり中央処理装置としてのCPUを中心として作業領域となるRAM、制御プログラム等を記憶するROM、アプリケーションソフトや各種データを記憶するハードディスク、情報の入力を行なうためのキーボードやマウス、情報を出力するためのモニタやプリンタ、通信を行なうためのルータもしくはターミナルアダプタやデータサービスユニット、モデムなどを含んでいる。

【0019】図2に電子商取引管理サーバAの本発明に係る部分の構成を機能的に表わした機能ブロック図を示す。これらの機能は電子商取引管理サーバAにこれらの機能を実現させるソフトウェアを組み込むことにより実現される。この電子商取引管理サーバAにおいて特に本発明に係る部分は、住所情報受付部101、顧客ID生成部102、担当店舗抽出部103、店舗情報記憶部104、担当顧客記憶部105、担当店舗通知部106、顧客ID受付部107、取引注文受付部108、手数料取得店舗抽出部109、手数料追加部110、店舗手数料記憶部111により構成される。なお、この電子商取引管理サーバAはユーザコンピュータBに商品提示を行なうホームページの公開を行ない、このホームページを介して商品の受注を行なうという機能を当然に有するが、これらの機能は公知であるので説明は省略する。

【0020】住所情報受付部101は、ユーザコンピュータBから送られてくる顧客属性情報を受け付ける。顧客属性情報には住所情報と顧客を特定する顧客情報が含まれる。具体的には、前記の商品提示を行なうホームページに図3に示すようなユーザコンピュータBを使用する顧客の属性を入力するような会員登録フォーム画面200を表示するようなリンクが設定されており、この画面を通じて顧客は自己の属性情報を入力する。属性の入力は「氏名」「住所」「電話番号」「ファックス番号」「電子メールアドレス」「生年月日」「職業」のような属性を示す項目をキーボード及びマウス等を使用して入力ボックス201~207へ入力することにより行なう。また、性別はラジオボタン208の選択により指定する。これらの属性の内、「氏名」「住所」「電話番号」「ファックス番号」「電子メールアドレス」は顧客を特定できるので顧客情報と考えることができる。

【0021】この会員登録フォーム画面200には「担当店舗によるサービスを希望する住所」を記入する入力ボックス209が設けられている。これは、前記支援店舗のサービスを受けるに当たっては顧客の住所に近い支援店舗をこの顧客を担当する店舗と設定するのが通常であるが、顧客によっては例えば職場の住所に近い店舗をサービスを受ける店舗として希望するような場合があ

る。このように自己の住所以外の住所を基礎にしてサービスを受ける店舗を定めたいような場合には顧客はこの入力ボックス 2 0 9 に希望する住所を入力する。ここへ住所が入力された場合はこの住所データが住所情報となり、入力されない場合は入力ボックス 2 0 2 に入力される顧客の住所データが住所情報となる。顧客側では以上のような入力が完了した後、電子商取引管理サーバへこの登録フォームを送る場合は送信ボタン 2 1 0 を選択し、送信を取りやめるときはキャンセルボタン 2 1 1 を選択する。送信ボタン 2 1 0 が選択されると登録フォームに入力された顧客属性情報が電子商取引管理サーバへと送られ、住所情報受付部 1 0 1 がこれを受け付ける。

【 0 0 2 2 】顧客 ID 生成部 1 0 2 は住所情報受付部 1 0 1 が受け付けた属性情報に基づいて登録フォームを送信してきた顧客に対して固有の顧客 ID を付与する。この顧客 ID と顧客属性情報は担当顧客記憶部 1 0 5 へと送られる。店舗情報記憶部 1 0 4 は、複数の支援店舗の位置情報を含む各店舗の属性情報を記憶している。図 4 に店舗の属性情報についての記憶内容を模式的に表わした図を示す。この図において、各行が一つの店舗についての情報を示しており、各列が記憶している項目を表わしている。項目としては個々の店舗に割り振られる店舗 ID 3 0 1 があり、位置情報として緯度データ 3 0 2、経度データ 3 0 3 がある。その他に店舗名、店舗住所、電話番号、ファックス番号などの店舗の属性も記憶されている。また店舗情報記憶部 1 0 4 には地図データも記憶されている。

【 0 0 2 3 】担当店舗抽出部 1 0 3 は、住所情報受付部 1 0 1 が受け付けた住所情報に基づいて店舗情報記憶部 1 0 4 から、住所情報に示される住所に最も近い位置に存在する店舗を抽出する。具体的には、担当店舗抽出部 1 0 3 は住所と経度・緯度との関連を記憶する経度・緯度テーブルを記憶しており、これに基づいて住所情報に示される住所を経度・緯度へと変換する。そして、住所情報受付部 1 0 1 に記憶されている各店舗の緯度データ 3 0 2 及び経度データ 3 0 3 を用いて、住所情報に示される住所と各店舗との間の距離を計算する。そして、最も距離の短い店舗の店舗 ID を抽出する。抽出された店舗 ID は担当顧客記憶部 1 0 5 へ送られる。なお、ここでは抽出された店舗と住所情報に示される住所との距離が 2 0 km 以上の場合は支援店舗として遠すぎるので店舗 ID は担当顧客記憶部 1 0 5 へは送らない。

【 0 0 2 4 】担当顧客記憶部 1 0 5 は、顧客の属性情報を記憶する。顧客の属性情報には担当店舗抽出部 1 0 3 で抽出された店舗 ID が含まれる。即ち、担当顧客記憶部 1 0 5 は抽出された店舗と受け付けた顧客情報が示す顧客とを関連付けて記憶することになる。図 5 に担当顧客記憶部 1 0 5 が記憶する顧客属性情報の内容を模式的に表わす図を示す。この図において、各行が一人の顧客

についての情報を示しており、各列が記憶している項目を表わしている。項目としては前述した顧客 ID 4 0 1 があり、顧客名 4 0 2 やその他の住所、電話番号、ファックス番号等の顧客の属性が記憶されている。そして、担当店舗として前記担当店舗抽出部 1 0 3 が抽出した店舗 ID が記憶される。なお、担当店舗抽出部 1 0 3 が店舗 ID を送ってこない場合はこの顧客 ID に対する店舗 ID 4 0 3 のエリアは空欄を示すデータが書き込まれるようになっている。

10 【 0 0 2 5 】担当店舗通知部 1 0 6 は担当店舗抽出部 1 0 3 が抽出した店舗の属性情報を前記ユーザコンピュータへと通知する。具体的には、担当店舗抽出部 1 0 3 が新たに店舗 ID を抽出して担当顧客記憶部 1 0 5 にこの店舗 ID が新たに記憶されると、担当店舗通知部 1 0 6 はこの新たに記憶された店舗 ID を抽出して店舗情報記憶部 1 0 4 からこの店舗 ID を持つ店舗の「店舗名」「住所」「電話番号」「ファックス番号」等の属性情報を抽出する。さらに、この店舗の「住所」に基づいて店舗情報記憶部 1 0 4 に記憶されている地図データから店舗を含む近隣の地図データを抽出する。そして、これらの店舗を特定するための属性情報と抽出した地図データとをユーザコンピュータ B へと送信する。なお、ここでは新たに顧客に付与された顧客 ID も一緒にユーザコンピュータ B へ送られるものとする。また、担当顧客記憶部 1 0 5 の顧客 ID に対する店舗 ID 4 0 3 のエリアに空欄を示すデータがある場合には担当店舗通知部 1 0 6 は「店舗なし」というテキストデータをユーザコンピュータ B へ送るものとする。

30 【 0 0 2 6 】顧客 ID 受付部 1 0 7 は、ユーザコンピュータ B から送信される顧客 ID を受け付ける。具体的には、前述のようにして顧客 ID を生成された顧客が前記ホームページから商品を購入しようとする場合には顧客 ID を入力するようになっている。そして、ここに入力された顧客 ID が電子商取引管理サーバへと送信されるので、これを顧客 ID 受付部 1 0 7 は受け付ける。取引注文受付部 1 0 8 は、顧客が前記ホームページから商品を選択して注文した場合に送られてくる、商品の指定等を含む商品注文情報を受け付ける。なお、この受け付けられた商品注文情報と顧客 ID とは電子商取引管理サーバ内の図示しない商品の受注を行なう取引機能部分へと送られ、商品の発送処理、代金清算処理等が行なわれる。手数料取得店舗抽出部 1 0 9 は、商品注文情報を受け付けることにより取引が成立すると、顧客 ID 受付部 1 0 7 が受け付けた顧客 ID に基づき担当顧客記憶部 1 0 5 から、この取引注文をした顧客の担当店舗の店舗 ID を抽出する。なお、前述したように担当顧客記憶部 1 0 5 の顧客 ID に対応する店舗 ID が記憶されていない場合があり得る。このような場合は、手数料取得店舗抽出部 1 0 9 は店舗 ID を抽出できずに処理を終える。

50 【 0 0 2 7 】店舗手数料記憶部 1 1 1 は、前記各店舗ご

との手数料即ちロイヤリティを算出するための手数料算出データを記憶する。この手数料算出データは、取引ごとの属性情報の一部として記憶される。図6に店舗手数料記憶部111が記憶する取引属性情報の内容を模式的に表わす図を示す。この図において各行は各取引についての属性情報を示している。記憶される項目としては、取引ごとに付与される取引番号501を主キーとして、取引の成立した日時データ、取引された商品の商品番号、取引された商品の数量、取引をした顧客の顧客ID等の属性情報が含まれ、さらに、前記手数料取得店舗抽出部109が抽出した店舗ID502が記憶されている。このように一つの取引ごとに店舗IDが記憶されていくので、このデータより特定の店舗IDの取引回数を抽出することができ、これに基づいて手数料が算出できることになる。即ち、ここでは店舗ID自体が手数料算出データを形成する。なお、前記手数料取得店舗抽出部109が店舗IDを抽出できなかった場合は、店舗ID502のエリアには空欄を示すデータが書き込まれる。手数料追加部110は、手数料取得店舗抽出部109が抽出した担当店舗の店舗IDに対応する店舗手数料記憶部111の記憶領域へ所定の手数料算出データを新たに追加する。具体的には、手数料追加部110は商品注文情報により特定される取引に取引番号を付与し、商品注文情報と取引時間と顧客IDから取引ごとの属性情報を生成して、これらの属性情報に関連する前記手数料取得店舗抽出部109が抽出した店舗IDを手数料算出データとして店舗手数料記憶部111へ送り記憶させる。

【0028】続いて、以上のような構成をもつ電子商取引管理サーバAを中心としたシステムの動作について説明する。まず、電子商取引値管理サーバAにおける、担当店舗を顧客へ通知するとともに、担当店舗と顧客と関連付ける動作について説明する。図7にこの動作を表わすフローチャートを示す。なお、前提として店舗情報記憶部104には複数の店舗について図4に示すような店舗属性情報が収集され登録されているものとする。まず、最初に顧客がユーザコンピュータBを使って電子商取引管理サーバAに接続し、商品提供者が設置した電子商取引用のホームページをブラウザソフトウェアにより閲覧する。そして、顧客は会員登録をすべく、このホームページにリンクが設定してある図3に示すような会員登録フォーム画面200を呼び出し、必要な属性情報を入力して電子商取引管理サーバAへとこの入力した顧客属性情報を送信する。

【0029】この顧客情報および住所情報を含んでいる顧客属性情報を住所情報受付部101は受け付け(s101)、顧客ID生成部102は受け付けられた顧客情報から顧客IDを生成して、これを担当顧客記憶部105へ登録する(s102)。一方、担当店舗抽出部103は受け付けられた住所情報を経度・緯度へと変換して(s103)、店舗情報記憶部104が記憶している各

店舗の経度・緯度から受け付けた住所と各店舗の住所との距離を計算する(s104)。そして、最も距離の近い店舗の店舗IDを抽出する(s105)。ここで、担当店舗抽出部103はこの最も短い距離が20km以下かどうかを判断する(s106)。そして、20km以下の時は担当顧客記憶部105に新たに記憶された顧客IDの記憶領域に抽出された店舗IDを関連付けて記憶させる(s107)。また、担当店舗通知部106は、この店舗IDから店舗に関する属性情報を呼び出し、地図データと共にユーザコンピュータBへと通知する(s108)。一方、最も近い距離が20kmを超える場合は、担当店舗抽出部103は担当顧客記憶部105に店舗IDを送ることはなく、担当店舗通知部106は「店舗無し」という表示用のテキストデータをユーザコンピュータBへと通知する。以上で顧客に担当店舗を通知すると共に、顧客と担当店舗を関連付ける動作は完了する。

【0030】このようにして、顧客は指定した住所に支援店舗がある場合は支援店舗の名称、住所、電話番号、ファックス番号等の店舗に関する属性情報を得るとともに、店舗の近隣の地図データを得ることができる。従って、実際に商品を手にとり確かめたい場合や商品のアフターサービスを受けたいような場合に、このデータを頼りに目的の店舗を探しだすことができる。また、顧客の属性情報と店舗IDとが関連付けられて記憶されるので、店舗側では店舗コンピュータCから電子商取引管理サーバAへ接続することで、どのような顧客の担当店舗となったのかを知ることができ、これらの顧客に対して販売促進活動等を直接行なうことができる。

【0031】次に、各店舗に手数料算出データを追加する動作について説明する。図8にこの動作を表わすフローチャートを示す。ここでも、最初に顧客がユーザコンピュータBを使って電子商取引管理サーバAに接続し、商品提供者が設置した電子商取引用のホームページをブラウザソフトウェアにより閲覧する。ここで顧客が商品を購入しようとする、ホームページ上で注文する商品を選択し、発注する商品の数、顧客IDを入力して送信を確定すると、商品注文情報及び顧客IDが電子商取引管理サーバAへと送られる。

【0032】電子商取引管理サーバAでは、顧客ID受付部107が顧客IDを受け付け、取引注文受付部108が商品注文情報を受け付ける(s201)。続いて、手数料取得店舗抽出部109が受け付けられた顧客IDに基づいて担当顧客記憶部105にこの顧客IDを持つ顧客の担当店舗がないかどうかを検索する(s202)。ここで担当店舗がある場合、即ち対応する店舗IDが見つかったときは、手数料取得店舗抽出部109はこの店舗IDを抽出して、手数料追加部110へ送り、手数料追加部110は取引番号を生成すると共に、商品注文情報等から取引の属性情報を生成して、これらを抽

出された店舗IDと合わせて店舗手数料記憶部111へ記憶させる(204)。一方、担当店舗がない場合、即ち対応する店舗IDが見つからないときは、手数料追加部110は取引番号と取引の属性情報を生成して、これらのみを店舗手数料記憶部111へ記憶させる(205)。以上で各店舗に手数料を追加する動作は完了する。

【0033】このような動作を行なうことにより、店舗手数料記憶部111には手数料を算出するためのデータが蓄積され、これを用いて各支援店舗に支払われるべき手数料の算出を行なうことができる。具体的には、取引回数に応じて手数料が定まる場合は、各支援店舗IDを集計しこれに一定の手数料額をかけることで手数料の総額を得ることができる。また、商品の売上に応じて手数料額を算出する場合は、各店舗IDに対応して記憶される商品番号をもとに図示しない商品マスタから商品価格を導きだし、これに、同様に各店舗IDに対応して記憶される商品の個数をかけ合わせ、これらを積算することで各店舗に対応する商品の売上を得ることができるので、これに一定のロイヤリティ率をかけ合わせれば手数料を算出することができる。

【0034】また、店舗手数料記憶部111には取引の属性情報が記憶されているので、店舗側では店舗コンピュータCから電子商取引管理サーバAへと接続して、これらの取引の属性情報を得ることができる。そして、この取引の属性情報と前記担当顧客の属性情報を用いれば、自己の店舗が担当する顧客について、どのような属性をもつ顧客が、いつ、どのような商品を、どのくらい、いくらで購入してかというデータを得ることができる。従って、これに基づいて展示する商品を選定したり、個々の顧客の嗜好に応じた販売促進活動を行なうことができる。

【0035】なお、上記の実施の形態では店舗情報記憶部104においては店舗の属性情報に店舗の位置情報を記憶させたが、位置情報に代えて各店舗の担当エリア情報を記憶させることもできる。図9に店舗の位置情報に代えて各店舗の担当エリア情報を記憶させた場合の属性情報の内容を模式的に表わす図を示す。この図はやはり、各行が一つの店舗についての情報を示しており、各列が記憶している項目を表わしている。この図が図4に示す店舗の属性情報の内容を表わす図と相違するのは、図4における緯度データ302および経度データ303の項目に代えて、担当エリアデータ350が設けられている点である。図において担当エリアデータは、地域における市町村ごとに付与された市町村識別子によって表される。例えば、一番上の店舗ID「AA0081」について見てみる。ここで、「A101」はA県のX町を表わす市町村識別子、「A102」がA県のY町を表わす市町村識別子、「A103」がA県のZ町を表わす市町村識別子であるものとする。すると、「AA0081」を店舗IDとしてもつ

店舗の担当エリアデータ350は「A101/A102/A103」であるのでは担当エリアはA県のX町、Y町及びZ町であることがわかる。

【0036】このように、各店舗の属性情報として店舗の担当エリアデータを記憶させる場合、担当店舗抽出部103は、受け付けた住所情報に示される住所が属する担当エリアをもつ店舗を抽出することになる。具体的には、担当店舗抽出部103に各市町村とこれらに予め付与される市町村識別子との関係を示した市町村識別子テーブルを記憶させておき、受け付けた住所情報に示される住所を市町村識別子へ変換させる。そして、変換して得られた市町村識別子が関連付けられている店舗IDを店舗情報記憶部104から抽出するようにさせる。なお、住所情報に示される住所を担当エリアにもつ店舗はない場合もあるので、この場合は、担当店舗抽出部103はなにも抽出しない。

【0037】このように、店舗情報記憶部104に店舗の担当エリアを記憶させた場合の電子商取引管理サーバAの動作を簡単に説明しておく。図10にこの動作を表わすフローチャートを示す。最初はやはり顧客が会員登録フォームに記入し送信してくる顧客情報や会員情報を含む顧客属性データを住所情報受付部101が受け付け(301)、顧客ID生成部102が受け付けられた顧客情報から顧客IDを生成して、これを担当顧客記憶部105へ登録する(302)。そして、担当店舗抽出部103は、住所情報を市町村識別子へと変換し店舗情報記憶部104からこの市町村識別子をもつ店舗IDを検索する(303)。ここで、店舗IDがあった場合は、抽出される店舗IDを新たに記憶された顧客IDの記憶領域に記憶し担当店舗として登録する(304、305)。そして、担当店舗通知部106は、この店舗IDから店舗に関する属性情報を呼び出してユーザコンピュータBへ送信する(306)。一方、前記市町村識別子を持つ店舗IDがなかった場合は、担当店舗通知部106はユーザコンピュータBへ「担当店舗なし」のテキストデータを送信する(304、307)。このように店舗の属性情報に担当エリアデータを使用すると距離の計算を行なう必要がなくなり電子商取引管理サーバAの負荷を低減させることができる。また、ここでは担当エリアを市町村識別子により表したがたとえば、担当店舗の位置を経度・緯度で表わしておき、これを中心とした半径20km以内を担当エリアとして表現するようなことも可能である。

【0038】それから、上記実施の形態においては住所情報に示される住所と、すべての店舗との距離を算出するようにしているが、これは上記のようなエリアデータを併用することで計算量を少なくすることができる。即ち、例えば各店舗が存在する都道府県を示す情報をエリアデータとして記憶しておき、住所情報に示される住所がこれらのエリアデータ含まれるかどうかをまず判断し

て、含まれるものだけ距離を算出するようにすれば計算量を減らすことができる。さらに、上記実施の形態においては担当店舗を抽出するタイミングとして顧客が会員登録をするときとしているが、これも限定されるものではない。例えば、商品の購入時に顧客の住所等が送られるようにしているのであれば、商品の取引が行なわれる度に担当店舗を抽出して登録・更新していくようにしてもよい。

【0039】同様に、担当店舗を顧客のユーザコンピュータBへ送るタイミングも顧客が会員登録したときである必要はなく、例えば、担当店舗を知りたい顧客から担当店舗情報を要求する指示が電子商取引管理サーバAへ送られたときにはじめて担当店舗情報をユーザコンピュータBへ送るようにしてもよい。また、上記実施の形態では顧客IDを生成して顧客を管理しているが、これは顧客情報に含まれる顧客名等をそのまま使用すれば、必ずしも顧客IDを使用する必要はない。そして、上記実施の形態では手数料算出データとして店舗IDをそのまま使用しているが、これは手数料が最終的に算出できればどのようなデータでもよい。例えば、取引回数によって手数料が定まるのであれば取引回数を累積的にカウントするようにしてもよく、手数料そのものを累積的もしくは取引ごとに個々に記憶するようにしてもよい。

#### 【0040】

【発明の効果】以上の説明から、本発明は次のような効果を奏する。まず、請求項1に記載の電子商取引管理サーバでは、支援店舗を用いる電子商取引において、店舗側で近隣の住所に存在する顧客と店舗とが関連付けられるので、どのような顧客が自己の店舗を利用するかを知ることができ、販売促進活動等に役立てることができるとともに、ユーザコンピュータから取引注文を受けるたびに担当店舗の手数料を算出するためのデータが自動的に記録されていくので、多数の担当店舗に対して多数の顧客が存在する場合にも容易かつ確実に各担当店舗に対する手数料を算出することができる。

【0041】請求項2に記載の電子商取引管理サーバでは、担当エリアに基づいて店舗を抽出するので距離の計算をする必要がなくなり負荷が軽減される。

【0042】請求項3に記載の電子商取引方法では、支援店舗を用いて行なわれる電子商取引において、支援店舗に近隣の顧客が登録されることになるので、来店の可能性が高い顧客を知ることができる。従って、この顧客情報に基づいて販売促進活動やサービス活動を行なうことでさらに全体の収益をあげることができる。また、取引が成立する度に担当店舗に対する所定の手数料を算出

するためのデータが確実に登録されていくので、担当店舗のモチベーションを維持し、適性な各店舗の管理を行なうことができる。

【0043】請求項4に記載の電子商取引方法では、予め店舗の担当エリアを決めておけるので、店舗規模や処理能力に応じて担当エリアの大きさを設定することで、顧客に対して不満の生じないサービスを提供することができる。

#### 【図面の簡単な説明】

10 【図1】実施の形態に係るネットワーク構成を示す図である。

【図2】電子商取引管理サーバの機能ブロック図である。

【図3】会員登録フォーム画面の例を示す図である。

【図4】店舗情報記憶部における店舗属性情報の内容を示す図である。

【図5】担当顧客記憶部における顧客属性情報の内容を示す図である。

20 【図6】店舗手数料記憶部における取引属性情報の内容を示す図である。

【図7】電子商取引管理サーバの担当店舗を顧客へ通知し、担当店舗と顧客とを関連付ける動作を示すフローチャートである。

【図8】電子商取引管理サーバの各店舗へ手数料算出データを追加する動作を示すフローチャートである。

【図9】店舗情報記憶部における店舗属性情報の内容の他の例を示す図である

30 【図10】図9の店舗属性情報を用いた電子商取引管理サーバAにおける担当店舗を顧客へ通知し、担当店舗と顧客とを関連付ける動作を示すフローチャートである。

#### 【符号の説明】

A 電子商取引管理サーバ

B ユーザコンピュータ

101 住所情報受付部

102 顧客ID生成部

103 担当店舗抽出部

104 店舗情報記憶部

105 担当顧客記憶部

106 担当店舗通知部

40 107 顧客ID受付部

108 取引注文受付部

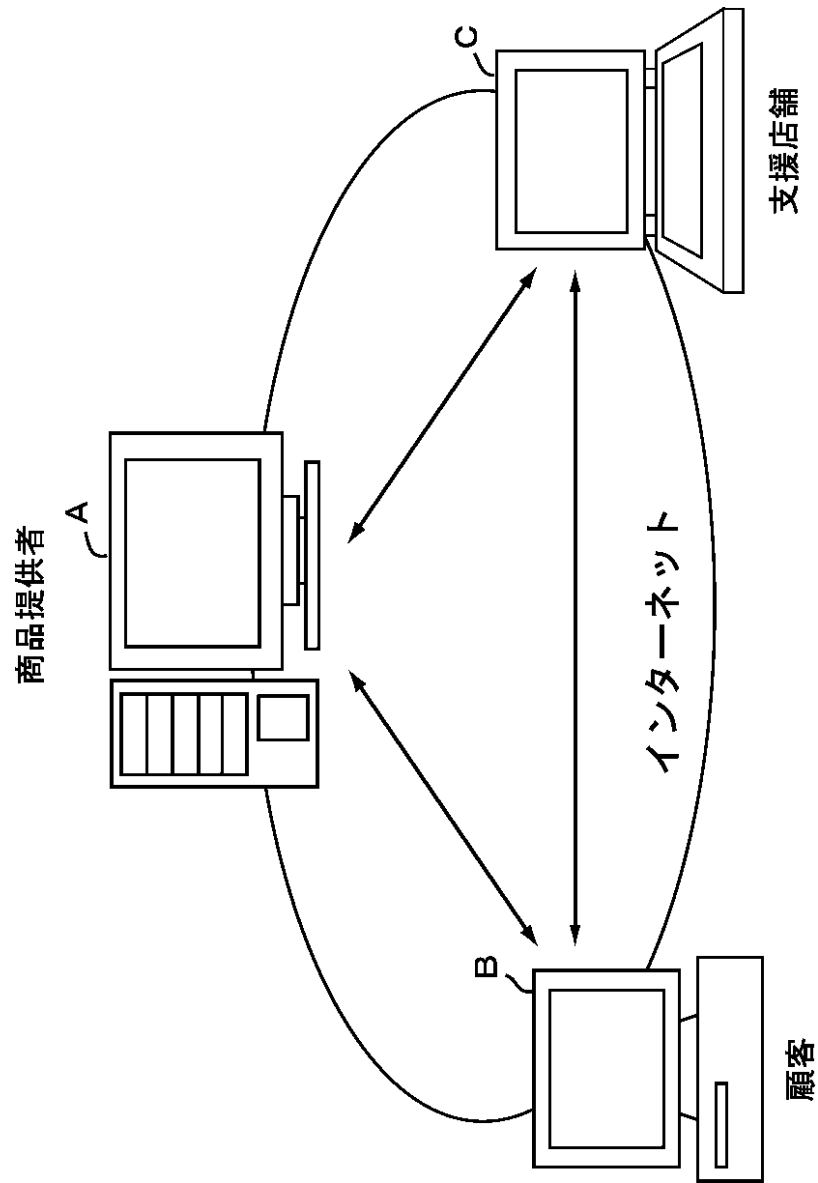
109 手数料取得店舗抽出部

110 手数料追加部

111 店舗手数料記憶部



【図1】



【図 3】

200

会員登録フォーム

氏名  201

住所  202

電話番号  203

FAX番号  204

e-mail  205

生年月日  年  月  日

性別 男  女  206

職業  207

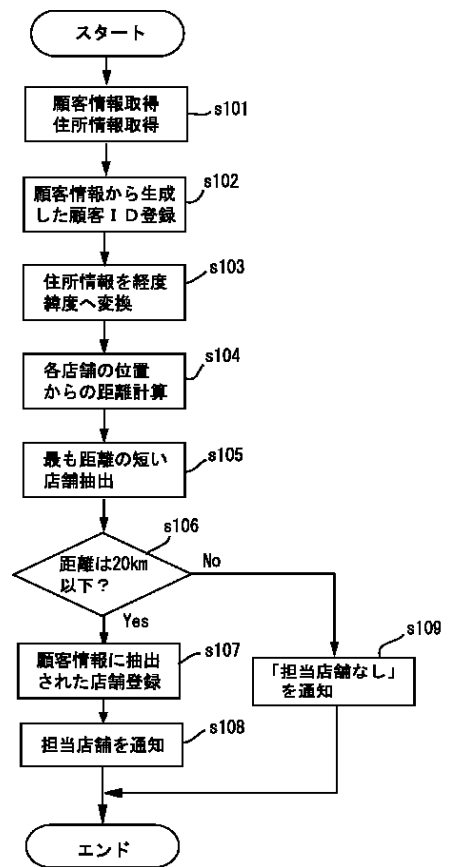
担当店舗によるサービス希望する住所  209

210  211

【図 4】

301	AA0081	302	34.44	303	135.34
	AA0398		38.30		140.58
	AA0192		40.55		133.35
	AA0498		28.08		128.59
	AA0081		48.43		137.05
	AA0039		33.36		136.40
	⋮		⋮		⋮

【図 7】



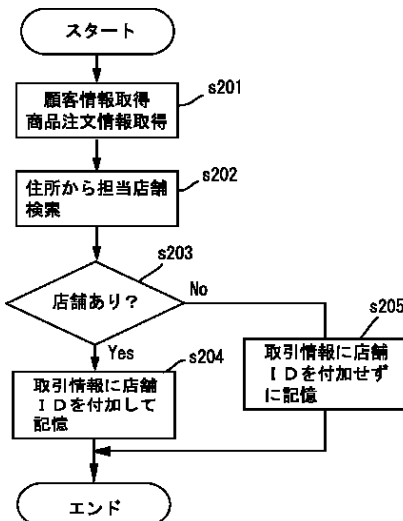
【図 5】

401	402	403
CA0302	山口 かつみ	AA0081
CA0303	佐藤 浩一	AA0398
CA0304	坂上 卓夫	AA0192
CA0305	江藤 小枝子	AA0498
CA0306	古庄 光司	AA0081
CA0307	荒木 久美子	AA0039
⋮	⋮	⋮

【図 6】

501	502
X0010	AA0081
X0020	AA0081
X0030	AA0131
X0040	AA0008
X0050	AA0081
X0060	AA0039
⋮	⋮

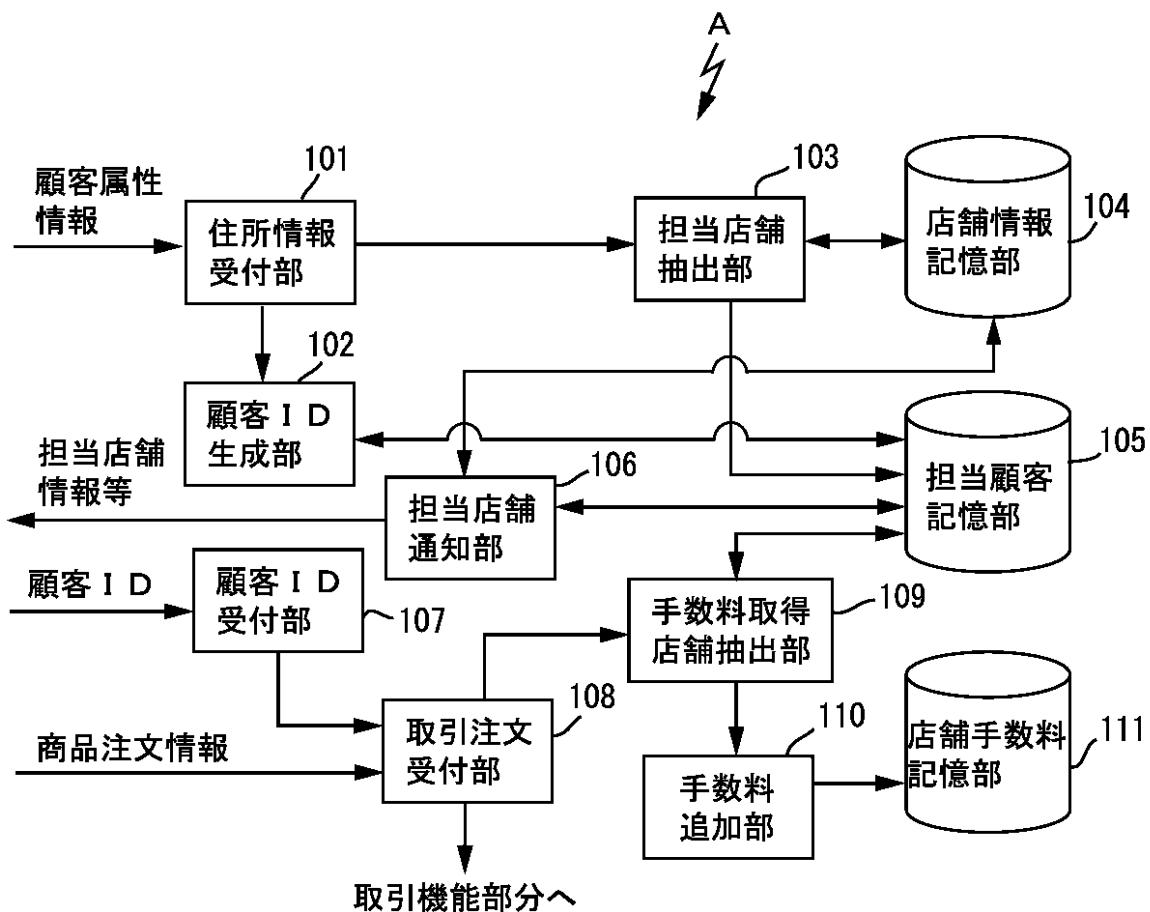
【図 8】



【図 9】

301	350
AA0081	A101/A102/A103
AA0398	T232/T233
AA0192	H039/H040/H041/H042
AA0498	K434/K435
AA0081	F110/F111/F112
AA0039	E001/E002
⋮	⋮

【図 2】



【図 1 0】

