

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 特 許 公 報 (B 2)

(11) 特許番号

特許第3306419号
(P3306419)

(45) 発行日 平成14年7月24日(2002.7.24)

(24) 登録日 平成14年5月10日(2002.5.10)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I
G 0 6 F 13/00	5 4 0	G 0 6 F 13/00 5 4 0 P
17/60	3 2 6	17/60 3 2 6
	5 0 4	5 0 4

請求項の数 5 外国語出願 (全 8 頁)

(21) 出願番号	特願2001-194425(P2001-194425)	(73) 特許権者	500192528 株式会社ワイワイワイネット 東京都新宿区左門町11番地1
(22) 出願日	平成13年6月27日(2001.6.27)	(72) 発明者	宮崎 淳 東京都新宿区西早稲田2丁目21番16号 第8松仲ビル 株式会社ワイワイワイネ ット内
(65) 公開番号	特開2002-91356(P2002-91356A)	(72) 発明者	岡本 文孝 東京都新宿区西早稲田2丁目21番16号 第8松仲ビル 株式会社ワイワイワイネ ット内
(43) 公開日	平成14年3月27日(2002.3.27)	(74) 代理人	100089705 弁理士 社本 一夫 (外5名)
審査請求日	平成13年8月7日(2001.8.7)	審査官	竹井 文雄
(31) 優先権主張番号	特願2000-192510(P2000-192510)		
(32) 優先日	平成12年6月27日(2000.6.27)		
(33) 優先権主張国	日本 (J P)		
早期審査対象出願			

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 インターネット上の広告システム

1

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】 インターネット上の広告システムであって、広告サーバサイトと、インターネット上にウェブページを提供し、かつ会員ユーザのeメールアドレスを有している少なくとも1つのパートナーウェブサイトを備えている広告システムにおいて、広告サーバサイトは、

(a) 複数の広告バナーを該広告バナーそれぞれの識別情報とともに記憶している第1のデータベースと、

(b) 第1のデータベースに記憶された広告バナーの識別情報と同一の識別情報を有し、それにより広告バナーと関連つけられている詳細な広告コンテンツを記憶している第2のデータベースと、

(c) 第1のデータベースに記憶された少なくとも1つの広告バナーをパートナーウェブサイトに提供して、該

2

パートナーウェブサイトで提供するウェブページ上に広告バナーを呈示させる広告バナー提供手段と、

(d) パートナーウェブサイトのウェブページがユーザの端末にブラウジングされ、該ページ上の広告バナーがクリックされたときに、広告バナーの識別情報及び該ユーザのeメールアドレスを、パートナーウェブサイトに受け取る手段と、

(e) 受け取った識別情報と同一の識別情報を有する広告コンテンツを検索し、受け取ったeメールアドレスのユーザ端末に該広告コンテンツをeメールで配信する手段とを備えていることを特徴とする広告システム。

【請求項2】 インターネット上の広告システムであって、広告サーバサイトと、インターネット上にウェブページを提供する少なくとも1つのパートナーウェブサイトを備えている広告システムにおいて、広告サーバ

10

イトは、

(a) 複数の広告バナーを該広告バナーそれぞれの広告識別情報とともに記憶している第 1 のデータベースと、

(b) 第 1 のデータベースに記憶された広告バナーの広告識別情報と同一の広告識別情報を有し、それにより広告バナーと関連つけられている詳細な広告コンテンツを記憶している第 2 のデータベースと、

(c) ユーザの e メールアドレスを含んだユーザ情報を記憶する第 3 のデータベースと、

(d) 第 1 のデータベースに記憶された少なくとも 1 つの広告バナーをパートナーウェブサイトを提供して、該パートナーウェブサイトが提供するウェブページ上に広告バナーを呈示させる広告バナー提供手段と、

(e) ユーザがパートナーウェブサイトのウェブページにアクセスしたときに、該ユーザの e メールアドレスが第 3 のデータベースに記憶されているどうかを判定する手段と、

(f) ユーザの e メールアドレスが第 3 のデータベースに記憶されていると判定された場合、該ユーザの端末にブラウジングされた広告バナーをユーザがクリックしたときに、広告バナーの広告識別情報及び該ユーザの識別情報を、パートナーウェブサイトから受け取る手段と、

(g) ユーザの e メールアドレスが第 3 のデータベースに記憶されていないと判定された場合、ユーザの端末にブラウジングされたウェブページ上の広告バナーであって、該バナーの広告識別情報及びユーザに割り当てられた一意的なユーザ識別情報が、広告サーバサイトの e メールアドレスを示すメールタグとともに埋め込まれている広告バナーをクリックしたときに、ユーザの端末から、該広告バナーの広告識別情報及びユーザ識別情報を含んだ空の e メールを受け取り、かつ、該 e メール of e メールアドレスをユーザ識別情報とともに第 3 のデータベースに記憶する手段と、

(h) 受け取った広告識別情報を有する広告コンテンツを第 2 のデータベースから検索し、かつ受け取ったユーザ識別情報を有する e メールアドレスを第 3 のデータベースから検索し、該 e メールアドレスのユーザ端末に該広告コンテンツをインターネットを介して e メールで配信する手段とを備えていることを特徴とする広告システム。

【請求項 3】 請求項 1 又は 2 記載の広告システムにおいて、パートナーウェブサイトは、ネットゲームプロバイダ、チャットルームプロバイダ、E コマースプロバイダの少なくとも 1 つであることを特徴とする広告システム。

【請求項 4】 請求項 1 ~ 3 いずれかに記載の広告システムにおいて、広告バナー提供手段は、複数の広告バナーをパートナーウェブサイトを提供して、該パートナーウェブサイトのウェブページ上に、同時に複数の広告バナーが呈示されるように構成されていることを特徴とす

る広告システム。

【請求項 5】 請求項 1 ~ 4 いずれかに記載の広告システムにおいて、広告バナー提供手段は、複数組の広告バナーをパートナーウェブサイトを提供して、該パートナーウェブサイトのウェブページ上に、所定の時間毎に広告バナーの組が切り替えられて呈示されるよう構成されていることを特徴とする広告システム。

【発明の詳細な説明】

【 0 0 0 1 】

10 【産業上の利用分野】本発明は、ユーザにインターネットを介して広告を配信する技術に関し、より詳細には、広告バナーに関連する詳細な広告情報を、簡単にかつ確実に e メールでユーザに配信できるようにした、インターネット上の広告システムに関する。

【 0 0 0 2 】

20 【従来の技術】インターネット上の様々なウェブページは、今日、広告バナーを載せている。ウェブページ上の広告バナーをユーザがクリックすると、ユーザ端末は、該広告バナーの広告主のウェブページを主催するサーバに接続され、該サーバは、ユーザが、該バナーにリンクされたページのコピーをユーザ端末で見ることができるようにする。ユーザは、広告バナーにリンクされたコンテンツを受け取るためには、広告バナーをクリックするだけでよいが、ユーザがこのようなリンクを追いかけて広告ページを閲覧することができない場合がある。ページへのリンクを追いかけてコンテンツを見ることは、時間を必要とするだけでなく、ビューアにとって非常に厄介である場合がある。その結果、チャットルーム及びゲームサイトに参加している場合、仕事場でコンピュータを使用している場合等において、ユーザはバナーのリンクを追いかけることが不可能となる場合がある。よって、ユーザが広告バナーにリンクされたページを閲覧したと考えたとしても、該ユーザは閲覧を断念せざるを得ない。このようなユーザのページ訪問の断念は、広告バナーの広告主にとってビジネス効果を上げることができない要因となる。また、ユーザが広告バナーにリンクされたページを閲覧する余裕があったとしても、バナーを見たときではなく、その後いつかの時点でページの内容を見たいと考える場合が多々ある。

40 【 0 0 0 3 】しかしながら、汎用のインターネット上の広告システムにおいては、広告バナーを見た時点で該広告バナーに関連するコンテンツを見ることができない又は気が進まないユーザの要求を満たすことが不可能であった。本発明は、このような従来例の問題点に鑑みてなされたものである。したがって、本発明の目的は、ユーザが広告バナーに関連するコンテンツを、ワンクリック操作のみによって得ることができ、そしてその後の任意の時点で、該コンテンツを見ることができるようにするためのインターネット上の広告システムを提供することである。

【 0 0 0 4 】

【課題を解決するための手段】上記した目的を達成するために、本発明は、インターネット上の広告システムであって、広告サーバサイトと、インターネット上にウェブページを提供し、かつ会員ユーザのeメールアドレスを有している少なくとも1つのパートナーウェブサイトを備えている広告システムにおいて、広告サーバサイトが、(a)複数の広告バナーを該広告バナーそれぞれの識別情報とともに記憶している第1のデータベースと、(b)第1のデータベースに記憶された広告バナーの識別情報と同一の識別情報を有し、それにより広告バナーと関連つけられている詳細な広告コンテンツを記憶している第2のデータベースと、(c)第1のデータベースに記憶された少なくとも1つの広告バナーをパートナーウェブサイトに提供して、該パートナーウェブサイトのウェブページがユーザの端末にブラウジングされ、該ページ上の広告バナーがクリックされたときに、広告バナーの識別情報及び該ユーザのeメールアドレスを、パートナーウェブサイトに受け取る手段と、(e)受け取った識別情報と同一の識別情報を有する広告コンテンツを検索し、受け取ったeメールアドレスのユーザ端末に該広告コンテンツをeメールで配信する手段とを備えていることを特徴とする広告システムを提供する。

【 0 0 0 5 】上記した本発明の広告システムにおいて、広告バナーを、ウェブページ上に呈示する代わりに、パートナーウェブサイトに配信されるeメール中に含ませてもよい。

【 0 0 0 6 】また、本発明は、インターネット上の広告システムであって、広告サーバサイトと、インターネット上にウェブページを提供し、かつ会員ユーザのeメールアドレスを有している少なくとも1つのパートナーウェブサイトを備えている広告システムにおいて、広告サーバサイトが、(a)複数の広告バナーを該広告バナーそれぞれの広告識別情報とともに記憶している第1のデータベースと、(b)第1のデータベースに記憶された広告バナーの識別情報と同一の広告識別情報を有し、それにより広告バナーと関連つけられている詳細な広告コンテンツを記憶している第2のデータベースと、(c)ユーザのeメールアドレスを含んだユーザ情報を記憶する第3のデータベースと、(d)第1のデータベースに記憶された少なくとも1つの広告バナーをパートナーウェブサイトに提供して、該パートナーウェブサイトのウェブページ上に広告バナーを呈示させる広告バナー提供手段と、(e)ユーザがパートナーウェブサイトのウェブページにアクセスしたときに、該ユーザのeメールアドレスが第3のデータベースに記憶されているどうかを判定する手段と、(f)ユーザのeメールアドレスが第3のデータベースに記憶されていると判

定された場合、該ユーザの端末にブラウジングされた広告バナーをユーザがクリックしたときに、広告バナーのAD識別情報及び該ユーザの識別情報を、パートナーウェブサイトに受け取る手段と、(g)ユーザのeメールアドレスが第3のデータベースに記憶されていないと判定された場合、ユーザの端末にブラウジングされたウェブページ上の広告バナーであって、該バナーのAD識別情報及びユーザに割り当てられた一意的なユーザ識別情報が、広告サーバサイトのeメールアドレスを示すメールアドレスタグとともに埋め込まれている広告バナーをクリックしたときに、ユーザの端末から、該広告バナーのAD識別情報及びユーザ識別情報を含んだ空のeメールを受け取り、かつ、該eメールのeメールアドレスをユーザ識別情報とともに第3のデータベースに記憶する手段と、(h)受け取ったAD識別情報を有する広告コンテンツを第2のデータベースから検索し、かつ受け取ったユーザ識別情報を有するeメールアドレスを第3のデータベースから検索し、該eメールアドレスのユーザ端末に該広告コンテンツをインターネットを介してeメールで配信する手段とを備えていることを特徴とする広告システムを提供する。

【 0 0 0 7 】

【発明の実施の形態】図1は、本発明に係るインターネット上の広告システムのブロック図を示している。該広告システムは、広告サーバサイト3、及び該広告ウェブサイトのパートナーであるウェブサイトに4を備えている。広告サーバサイト3は、GIFイメージ等からなる広告バナーをパートナーウェブサイトに4に提供する広告バナー提供サーバ31と、ユーザの少なくともeメールアドレスを含んでいるユーザ情報を受け取って該広告サーバサイトに3に格納するユーザ登録サーバ32と、ユーザの端末2にeメールで広告バナーに関連したコンテンツを配信するコンテンツメーリングサーバ33とを備えている。各ユーザ端末2は、インターネット1に接続可能なパーソナルコンピュータ又は携帯電話端末である。

【 0 0 0 8 】広告サーバサイト3はまた、バナー提供サーバ31に接続された広告バナーデータベース34と、ユーザ登録サーバ32に接続されたユーザデータベース35と、コンテンツメーリングサーバ33に接続された広告コンテンツデータベース36とを備えている。

【 0 0 0 9 】広告バナーデータベース34は、GIFイメージ等からなる広告バナーを広告識別情報(ADID)とともに記憶しており、該広告バナーは、バナー提供サーバ31によって読み出されて、パートナーウェブサイトに4に提供される。ユーザデータベース35は、ユーザ情報として、各ユーザのeメールアドレスを格納し、さらに可能であれば、ユーザ名、ユーザ登録日、性別、年齢、趣味、バナークリック回数、等も記憶する。ユーザ情報は、一般に、会員であるユーザの情報を通常保持しているパートナーウェブサイトに4から、得られ

る。コンテンツデータベース36は、バナーデータベース34中のそれぞれの広告バナーに対応する、広告バナー関連のコンテンツを記憶している。広告バナー及び該バナーに関連するコンテンツは、同一のAD IDが付与されている。広告バナーに関連するコンテンツは、テキスト情報、イメージ情報、又はこれらの組み合わせとして形成される。

【0010】パートナーウェブサイト4は、ウェブページを提供しているネットゲームサービスサイト、チャットルームサービスサイト、及びEコマースサイトの少なくとも1つである。ただし、パートナーウェブサイト4は、これらに限定されるものではない。各パートナーウェブサイト4は、バナー提供サーバ31によってバナーデータベース35から読み出された、予め契約されている広告バナーを受け取り、自身のウェブページ上に該広告バナーを配置する。広告バナーは、特定のパートナーウェブサイト4に含まれるメールサーバから配信されるeメール上に配置することも可能である。

【0011】次に、図1に示した広告システムにより詳細な構成を、図2に示したフローチャートを参照してその動作を説明することによって、明確にする。動作は、ユーザが特定のパートナーウェブサイト4、例えばネットゲームウェブページを提供しているパートナーウェブサイト4にアクセスすることによって、ステップS1で開始される。ネットゲームウェブページには、広告サーバ・サイト3からの広告バナーが少なくとも1つ呈示されている。そして、ステップS2において、該ネットゲームウェブページがユーザ端末2にブラウジングされる。ネットゲームをしている最中に、ユーザの端末2に現れたバナーに興味を持ったとき、ステップS3において該バナーをクリックすると、クリックされたバナーに埋め込まれているAD IDがパートナーウェブサイト4に転送される。すると、ステップS4において、プレーヤが該パートナーウェブサイト4の会員であるかどうか、したがって、パートナーウェブサイト4が少なくとも彼/彼女のeメールアドレスを含んだ情報をすでに保有しているかどうかを判定する。ユーザ情報を保有している場合、ステップS5において、パートナーウェブサイト4は、ユーザ情報を受け取ったAD IDとともに、広告サーバサイト3に転送する。

【0012】広告サーバサイト3では、ユーザ情報がユーザ登録サーバ32によって、ユーザデータベース35に記憶又は更新され、その後、ユーザ情報及びクリックされたバナーのAD IDがコンテンツメーリングサーバ33に転送される。コンテンツメーリングサーバ33は、ステップS6において、受け取ったSD-IDと同一の識別情報を有する、広告バナー関連のコンテンツをコンテンツデータベース36から読み出し、受け取ったeメールアドレスのユーザ端末2に、インターネット1を介してeメールとして配信する。広告バナー関連の

コンテンツは、eメールに添付してもよく、またeメールテキスト自身として配信してもよい。したがって、広告バナーに関連したコンテンツをユーザにeメールで配信することができる。これにより、ユーザはゲームを阻害されることなく楽しみながら、ワンクリック操作を行うだけで、広告バナーに関連したコンテンツを得ることが可能となる。クリックされたバナーのAD IDもまた、ユーザデータベース35に格納され、これにより、ユーザの興味及びパフォーマンスに基づいた履歴情報を構築することができる。

10 【0013】一方、ステップS4において、ユーザがパートナーウェブサイト4の会員ではないと判定された場合(これは、ユーザのeメールアドレスを該ウェブサイト4が保有していないことを意味する)、ウェブサイト4は、ステップS7において、ユーザ端末に、彼又は彼女のeメールアドレスを入力するためのダイアログを送る。ステップS8において、ユーザがeメールアドレスを入力したと判定すると、ステップS8からステップS5に移行する。ユーザが自分のeメールアドレスの入力を欲しない場合は、ステップS9において、パートナーウェブサイト4は、ユーザに対して、広告バナーに関連するコンテンツを送ることができない旨のメッセージを送る。

20 【0014】パートナーウェブサイトが提供するウェブページ上で、会員であるユーザのみがゲーム等を楽しむことができる場合、該ウェブサイト4は、通常、会員であるユーザのeメールアドレスを含んだ情報を保有している。したがって、広告サーバサイト3は、パートナーウェブサイト4から、ウェブページ上のバナーをクリックしたユーザのeメールアドレスを容易に得ることができる。このことは、パートナーウェブサイト4からユーザ端末2に対して配信されるeメールに1又は複数の広告バナーが載せられている場合にも、ユーザのeメールアドレスがウェブサイト4にすでに格納されていることから、同様に言えることである。これにより、ユーザは、後の自由な時間に、広告バナーに関連するコンテンツを見ることができる。

30 【0015】図3は、本発明に係る広告システムの他の例の動作を示すフローチャートである。ステップS21及びS22において、ユーザがパートナーウェブサイト4のウェブページにアクセスし、該ページがユーザ端末にブラウジングされる。すると、ステップS23において、パートナーウェブサイト4は、ユーザの識別情報をサーチする。該サーチは、ユーザIDとして機能するクッキー又は一意的な番号がユーザ端末にすでに割り当てられているかどうかを判定し、割り当てられている場合には、ユーザIDが格納されているかどうかを判定することによって実行される。ユーザIDがステップS23において発見された場合、工程はステップS24に進み、パートナーウェブサイト4は、ユーザIDを用いて、

eメールアドレスを含んだユーザ情報がユーザデータベース35にすでに記憶されているかどうかを、広告サーバサイト3に問い合わせる。

【0016】ユーザデータベース35にユーザ情報がすでに格納されている場合、ステップS25において、ウェブサイト4は、少なくとも1つのバナーに該ユーザIDを埋め込み、該バナーがウェブページ上に表示される。ステップS26において、該バナーをユーザがクリックすると、埋め込まれているユーザID及びAD IDが、広告サーバサイト3に転送される。すると、ステップS27において、受け取ったユーザID及びAD IDを用いて、eメールアドレス及びバナー関連のコン

```
<form method="post" action="mailto:xxxx@(AD server)">
  <input type="hidden" name="subject" value="AD ID-END-USER ID">
  <input type="image" arc="BANNER.gif">
</form>
```

上記説明から明らかなように、フォームタグはバナーのAD IDも含んでいる。パートナーウェブサイト4はまた、クッキーとしてユーザIDをユーザ端末2に送る。

【0018】続いて、ステップS29において、ユーザがバナーをクリックしたときに、図4に示したようなメッセージボックスがポップアップされる。ステップS30において、ユーザが該メッセージボックス内のOKボタンをクリックすると、空のeメールが、ユーザのeメールアドレス、ユーザID及びAD IDとともに、広告サーバサイト3に送られる。送られたeメールアドレスは、ステップS31において、ユーザIDとともにユーザデータベース35に記憶され、これにより、eメールアドレスがユーザIDにより検索可能となる。したがって、ステップS26において、コンテンツメーリングサーバ33は、eメールにより、広告バナーに関連するコンテンツをユーザ端末2に配信することができる。このようにしてeメールアドレスとユーザIDとを記憶した後は、エンドユーザは、ワンクリックだけの操作で、広告バナーに関連するコンテンツを得ることができる。

【0019】本発明に係る広告システムは、種々に変形が可能である。例えば、広告バナー提供サーバ31は、データベース35から複数の広告バナーを読み出し、これら広告バナーをパートナーウェブサイト4の1つのウェブページ上に同時に載せて、ユーザ端末2のモニタスクリーンに同時にブラウジングさせることができる。また、異なる広告バナーの組を、所定時間の経過毎にウェブページに取り替えて表示することもできる。これらいずれの場合でも、1つのウェブページ上のバナーを2つ以上クリックすることが可能となる。

【0020】上記したように、ユーザ端末2として、パーソナルコンピュータ又は携帯電話端末が用いられる。しかしながら、携帯電話端末は、現在のところ、パートナーウェブサイト4によって一意的なユーザIDが割り当て

* テンツがデータベース35及び36からそれぞれ検索され、該コンテンツがユーザ端末にeメールで配信される。

【0017】一方、ユーザID及びユーザ情報(すなわちeメールアドレス)のいずれかがステップS23及びS24において発見されない場合、工程はステップS28に進み、パートナーウェブサイト4は、空のeメールを送るためのメールtoタグ、及びユーザに割り当てた一意的なIDを含んだファームタグを、少なくとも1つのバナーに埋め込む。該バナーはウェブページに挿入されて、ユーザ端末2にブラウジングされる。ファームタグは、例えば、以下のように記述される。

られている場合にのみ、ユーザ端末として使用可能である。これは、現在のところ、携帯電話端末に、クッキーを用いた個別識別機能が具備されていないからである。このような機能が付加されれば、ユーザIDが割り当てられていない携帯電話端末であっても、ユーザ端末2として使用可能である。

【0021】本発明に係る広告システムは、ユーザ及び広告主の双方にとって極めて有効な広告システムであり、さらには、広告バナーを載せるウェブページを提供するパートナーサイトにとっても有効なシステムである。本発明の有効性を示すと、従来のインターネット上の広告システムにおいては、広告バナーをクリックすることによりリンクされたウェブページにアクセスするユーザの数は、全体ユーザの1%程度であるといわれている。これは、本明細書において上記した制限及び環境による困難性に起因するものである。本発明の広告システムによれば、広告バナーに関連するコンテンツがeメールで配信されるので、ユーザは詳細な広告情報すなわちバナー関連のコンテンツを自由時間にしかも反復的に見ることができる。さらに、単一のクリック操作でコンテンツを得ることができる。また、このように広告コンテンツを簡便にかつ制限無く配信することができる広告システムは、広告主の商品販売に多大な影響を及ぼすことができる。さらに、従来、1訪問当たり1クリックのみが、パートナーウェブサイトに関して計数されており、該パートナーウェブサイトにとって、比較的低いコスト-パー-クリック(CPC)となっている。しかしながら、本発明の広告システムにおいては、パートナーウェブサイトのウェブページ上で、ユーザが広告バナーをクリックしても、ユーザを広告主のウェブページに強制的に連れ去ることにならず、複数の広告バナーがユーザ端末に同時にブラウジングされ、かつ、ブラウジングされたすべてのバナー関連のコンテンツをeメールによって容易に配信することが可能である。したがって、ユーザ

がバナーをクリックする度に、クリック回数が計数され、これにより、パートナーウェブサイトの広告収入の増大につながる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】本発明に係るインターネット上の広告システムの概略構成を説明するためのブロック図である。

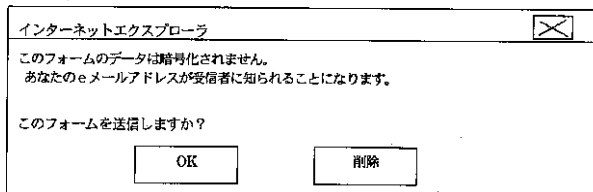
【図 2】図 1 に示した広告システムの第 1 の実施例の動 *

* 作を説明するためのフローチャートである。

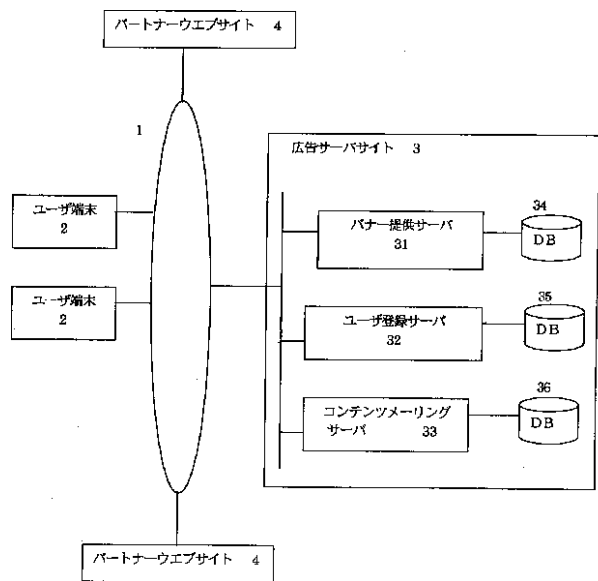
【図 3】図 1 に示した広告システムの第 2 の実施例の動作を説明するためのフローチャートである。

【図 4】広告バナーがクリックされたときに、空の e メールを送るためにポップアップされるメッセージボックスすなわちメッセージダイアログを示す図である。

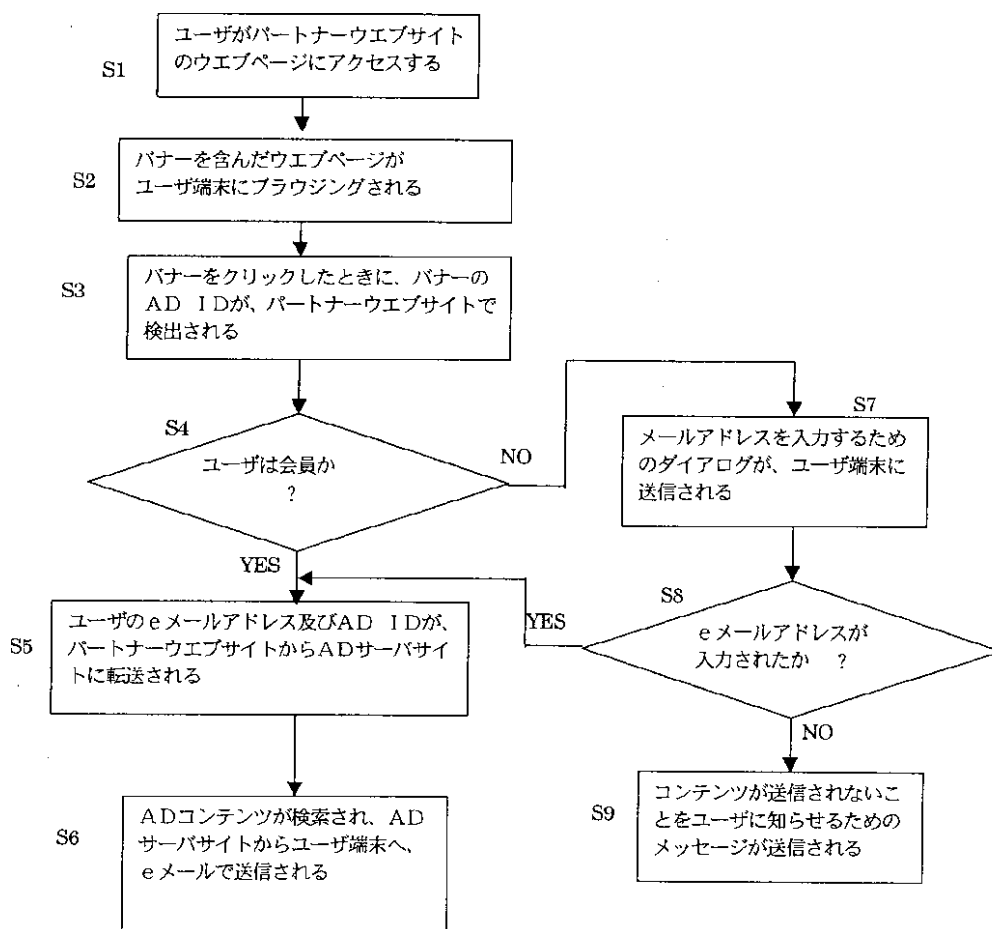
【図 4】



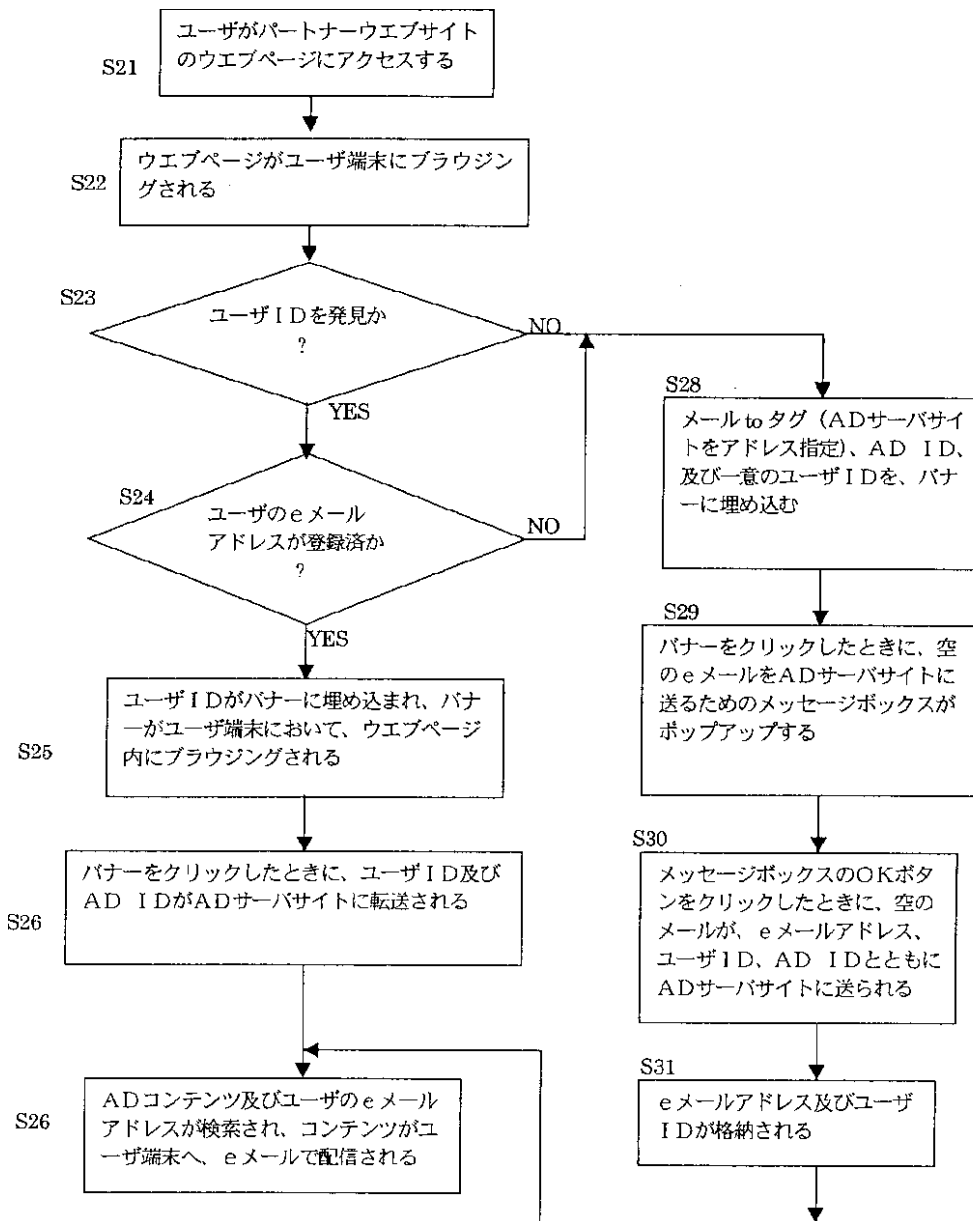
【図 1】



【図2】



【図 3】



フロントページの続き

(56) 参考文献 特開2001 - 147870 (J P , A)
 特開2000 - 194636 (J P , A)
 特開 平 9 - 50441 (J P , A)
 特開2001 - 306940 (J P , A)
 特開2002 - 41396 (J P , A)
 高木秀明, Business Style, 日経WebCOMPANY, 日本, 日経事業出版社, 2000年11月 8日, 第1巻第2号, p. 58 - p. 65

(58) 調査した分野(Int.Cl.⁷, D B名)

G06F	13/00	540
G06F	17/60	326
G06F	17/60	504