

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第3539950号
(P3539950)

(45) 発行日 平成16年7月7日(2004.7.7)

(24) 登録日 平成16年4月2日(2004.4.2)

(51) Int. Cl.⁷

G06F 17/60

F I

G06F 17/60 3 2 6

G06F 17/60 Z E C

請求項の数 16 (全 15 頁)

(21) 出願番号	特願2002-541589 (P2002-541589)	(73) 特許権者	000151092
(86) (22) 出願日	平成13年10月11日 (2001.10.11)		株式会社電通
(86) 国際出願番号	PCT/JP2001/008930		東京都港区東新橋1丁目8番1号
(87) 国際公開番号	W02002/039340	(74) 代理人	100059959
(87) 国際公開日	平成14年5月16日 (2002.5.16)		弁理士 中村 稔
審査請求日	平成14年9月25日 (2002.9.25)	(74) 代理人	100067013
(31) 優先権主張番号	特願2000-344954 (P2000-344954)		弁理士 大塚 文昭
(32) 優先日	平成12年11月13日 (2000.11.13)	(74) 代理人	100082005
(33) 優先権主張国	日本国 (JP)		弁理士 熊倉 禎男
早期審査対象出願		(74) 代理人	100065189
			弁理士 穴戸 嘉一
		(74) 代理人	100096194
			弁理士 竹内 英人
		(74) 代理人	100074228
			弁理士 今城 俊夫

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 広告枠取引方法及びシステム

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

広告情報に対する広告被視聴対価を設定する設定手段を備えた広告主端末と、
前記広告情報を表示する表示装置及び前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴するか否かを指定する指定手段を備えた視聴者端末と、
前記指定手段により前記広告情報を視聴することの可否が指定されたときに、当該指定の結果に応じて前記広告情報に対する広告被視聴対価をリアルタイムで変更する可変手段とを備え、
前記設定手段は、
複数の広告情報及び当該広告情報に対応する広告被視聴対価情報をそれぞれ記憶する広告情報データベースと、
所定の条件に基づいて前記視聴者端末を利用する視聴者にマッチする広告情報及び当該広告情報に対応する広告被視聴対価情報を前記広告情報データベースから選択するマッチング広告選択手段と、
所定の情報に基づいて広告選択画面を作成して前記表示装置に表示させるように前記視聴者端末に指示する広告選択画面作成手段と
を備えていることを特徴とする広告枠取引システム。

【請求項2】

前記指定手段は、
前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴することが指定された場合に、前記視聴

10

20

者端末の前記表示装置の前記広告選択画面に表示された広告情報に基づいて当該広告情報の視聴スタイル情報を作成する視聴スタイル情報作成手段と、
前記視聴スタイル情報作成手段で作成された前記視聴スタイル情報に基づいて広告挿入箇所情報を作成する広告挿入箇所情報作成手段と、
前記視聴スタイル情報作成手段で作成された前記視聴スタイル情報に基づいて挿入広告指示情報を作成する挿入広告指示情報作成手段と
を備えていることを特徴とする請求項 1 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 3】

前記挿入広告指示情報に基づいて広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告情報データを出力する広告サーバと、
前記広告挿入箇所情報及び前記広告サーバから出力された前記広告情報データに基づいて該広告情報データ及びコンテンツ・データを組み合わせたデータを作成し、当該データに基づいて前記表示装置に広告情報付きコンテンツを表示させるように前記視聴者端末に指示するコンテンツ・サーバと
を更に備えていることを特徴とする請求項 2 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 4】

前記可変手段は、前記指定手段により前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴することが指定されなかった場合に該広告情報に対する該広告被視聴対価を変更する変更手段と、
前記変更手段によって変更された前記広告被視聴対価に対応する情報を作成してリアルタイムで前記表示装置の前記広告選択画面に表示させるように前記視聴者端末に指示する変更広告選択画面作成手段と
を備えていることを特徴とする請求項 1 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 5】

前記視聴者端末を利用する視聴者のものを含む顧客情報を記憶する顧客情報データベースと、
前記視聴者端末を利用する前記視聴者のものを含む顧客別広告視聴履歴情報を記憶する顧客別広告視聴履歴データベースと、
広告情報の広告推奨情報を入力する広告推奨入力手段と、
前記広告推奨入力手段により入力された前記広告推奨情報、前記顧客情報データベースに記憶された前記視聴者の前記顧客情報及び前記顧客別広告視聴履歴データベースに記憶された前記視聴者の前記顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨優先順位情報を作成する広告推奨優先順位決定手段と
を更に備えていることを特徴とする請求項 1 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 6】

前記広告情報の被視聴履歴情報を検索する広告被視聴状況検索手段を更に備え、
前記可変手段は、前記広告被視聴状況検索手段により検索された前記広告情報の被視聴履歴情報に基づき、被視聴条件別の広告被視聴対価を変更するか否かを判断し、該判断の結果に応じて、前記広告被視聴対価を変更することを特徴とする請求項 1 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 7】

設定手段を備えた広告主端末と、表示装置及び指定手段を備えた視聴者端末とを含む広告枠取引システムにおける広告枠取引方法であって、
広告主端末に設けられた設定手段により広告情報に対する広告被視聴対価を設定する段階と、
表示装置により前記広告情報を表示しかつ指定手段により前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴するか否かを指定する段階と、
前記広告情報を視聴することの可否を指定したときに、該指定の結果に応じて前記広告情報に対する前記広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる段階と
を具備し、

10

20

30

40

50

前記設定する段階は、複数の広告情報及び当該広告情報に対応する広告被視聴対価情報を広告情報データベースにそれぞれ記憶する段階と、
所定の条件に基づいて前記広告情報を視聴する視聴者にマッチする広告情報及び当該広告情報に対応する広告被使用対価情報を前記広告情報データベースから選択する段階と、
所定の情報に基づいて広告選択画面を作成して前記表示装置に表示させるように前記視聴者端末に指示する段階と
を具備することを特徴とする広告枠取引方法。

【請求項 8】

前記指定する段階は、
前記指定手段により前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴することが指定された場合に、前記表示装置の前記広告選択画面に表示された情報に基づいて前記広告情報の視聴スタイル情報を作成する段階と、
前記作成された視聴スタイル情報に基づいて広告挿入箇所情報を作成する段階と、
前記作成された視聴スタイル情報に基づいて挿入広告指示情報を作成する段階と
を具備することを特徴とする請求項 7 に記載の広告枠取引方法。

【請求項 9】

前記挿入広告指示情報に基づいて広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告情報データを出力する段階と、
前記広告挿入箇所情報及び前記出力された広告情報データに基づいて該広告情報データ及びコンテンツ・データを組み合わせたデータを作成し、当該データに基づいて前記表示装置に広告情報付きコンテンツを表示させるように前記視聴者端末に指示する段階と
を更に具備することを特徴とする請求項 8 に記載の広告枠取引方法。

【請求項 10】

前記可変する段階は、
前記指定手段により前記広告被視聴対価が設定された広告情報を視聴することが指定されなかった場合に該広告情報の該広告被視聴対価を変更する段階と、
変更された前記広告情報の前記広告被視聴対価に対応する情報を作成してリアルタイムで前記表示装置の前記広告選択画面に表示させるように前記視聴者端末を指示する段階と
を具備することを特徴とする請求項 7 に記載の広告枠取引方法。

【請求項 11】

前記視聴者端末を利用する視聴者のものを含む顧客情報を顧客情報データベースに記憶する段階と、
前記視聴者端末を利用する視聴者のものを含む顧客別広告視聴履歴情報を顧客別広告視聴履歴データベースに記憶する段階と、
広告情報の推奨情報を入力する段階と、
前記入力された前記広告推奨情報、前記顧客情報データベースに記憶された前記視聴者の前記顧客情報及び前記顧客別広告視聴履歴データベースに記憶された前記視聴者の前記顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨優先順位情報を作成する段階と
を更に具備することを特徴とする請求項 8 に記載の広告枠取引方法。

【請求項 12】

前記広告情報の被視聴履歴情報を検索する段階を更に具備し、
前記可変する段階は、前記検索された広告情報の被視聴履歴情報に基づき、被視聴条件別の広告被視聴対価を変更するか否かを判断し、該判断の結果に応じて、前記広告被視聴対価を変更する段階を具備することを特徴とする請求項 8 に記載の広告枠取引方法。

【請求項 13】

広告選択画面を表示するための表示装置と該広告選択画面に表示された広告を選択するかどうかを指定するための指定手段とを備えた視聴者端末と、
広告情報に対する広告被視聴対価を設定するための広告主端末と、
複数の広告情報及び当該広告情報に対する広告被視聴対価情報をそれぞれ記憶する広告情報データベースと、所定の条件に基づいて前記視聴者端末の視聴者にマッチする広告情報

及び当該広告情報に対応する広告被視聴対価情報を前記広告情報データベースから選択するマッチング広告選択手段と、所定の情報に基づいて広告選択画面を作成して前記視聴者端末の前記表示装置に当該広告選択画面を表示させるように指示する広告選択画面作成手段とを含む、可変手段とを備え、

前記可変手段は、前記視聴者端末についての前記広告の被視聴履歴情報を検索する広告被視聴状況検索手段と、需要と供給がマッチする価格で取引されるように前記広告情報に対する前記広告被視聴対価を変更する変更手段と、前記変更手段によって変更された前記広告の前記広告被視聴対価に対応する情報を作成してリアルタイムで前記表示装置の前記広告選択画面に表示させるように前記視聴者端末に指示する変更広告画面作成手段とを更に備えていることを特徴とする広告枠取引システム。

10

【請求項 14】

前記指定手段は、前記表示装置の前記広告選択画面に表示された情報に基づいて、前記広告被視聴対価が設定された広告を視聴することを指定した場合の広告の視聴スタイル情報を作成する視聴スタイル情報作成手段と、

前記視聴スタイル情報作成手段で作成された前記視聴スタイル情報に基づいて広告挿入箇所情報を作成する広告挿入箇所情報作成手段と、

前記視聴スタイル情報作成手段で作成された前記視聴スタイル情報に基づいて挿入広告指示情報を作成する挿入広告指示情報手段とを備えていることを特徴とする請求項 13 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 15】

20

前記挿入広告指示情報に基づいて広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告データを出力する広告サーバと、

前記広告挿入箇所情報及び前記広告サーバから出力された前記広告データに基づいて該広告データ及びコンテンツ・データを組み合わせたデータを作成し、当該データに基づいて前記表示装置に広告付きコンテンツを表示させるように前記視聴者端末に指示するコンテンツ・サーバと

を更に備えていることを特徴とする請求項 14 に記載の広告枠取引システム。

【請求項 16】

前記視聴者端末の視聴者のものを含む顧客情報を記憶する顧客情報データベースと、

前記視聴者端末の視聴者のものを含む顧客別広告視聴履歴情報を記憶する顧客別広告視聴履歴データベースと、

30

広告の推奨情報を入力する広告推奨入力手段と、

前記広告推奨入力手段により入力された前記広告推奨情報、前記顧客情報データベースに記憶された前記視聴者端末の視聴者の顧客情報及び前記顧客別広告視聴履歴データベースに記憶された該視聴者端末の視聴者の顧客別広告視聴履歴情報に基づき、該視聴者端末に対する広告推奨優先情報を作成する広告推奨優先順位決定手段と

を更に備えていることを特徴とする請求項 13 に記載の広告枠取引システム。

【発明の詳細な説明】

発明の分野

本発明は、テレビ、衛星通信等の情報を伝達する媒体（メディア）による放送等における広告枠の取引に関し、特にこれらのメディアによる放送等における広告枠のオープン・マーケット（公開市場）方式による広告枠取引方法及びシステムに関する。

40

発明の背景

従来、テレビ、衛星通信等の情報を伝達する媒体（メディア）による放送、特に民間無料放送における広告枠は、広告主である企業と広告枠を提供する媒体との間を広告代理店（即ち、広告会社）が仲介することにより取引されている。

近年、衛星通信やインターネット等の通信網の発達、コンピュータ技術の発展等により、従来の通信システムを利用したテレビや衛星放送等のメディアに加えて、インターネット等を介したオンライン・メディアが急速に利用されるようになってきている。

さらに、デジタル技術の進化によって、番組と広告が分離され、独立して扱うことが可能

50

になると、広告枠という概念も、番組にくっついた番組広告枠という視聴数を加味しないものから、視聴者一人一人が見る単体での視聴者広告枠を基準に考えるようになってきている。

広告主が特定の指標でカテゴライズしたターゲットごとに集積した視聴者広告枠をターゲット広告枠と呼ぶことにする。

また、オンライン・メディアの急速な利用に伴い、そのオンライン・メディアによる放送に対して、「何時」、「何処で」、「誰が」見ているのかというような視聴状況を、容易に特定/判別することができる技術も開発されるようになってきた。

そのように視聴状況を容易に把握することができるようになってくると、広告マーケットでは、ターゲットである視聴者を絞ったターゲット広告が要求されるようになり、それに対応できる方法やシステムが開発されている。

しかしながら、上述したような従来の方法やシステムを用いて、ターゲットを絞ったターゲット広告を広告主が要求するようになってくると、特定のターゲット広告枠に多くの広告主が集中する一方で、他のターゲット広告枠に対しては広告主の要求が少ないか或いはほとんどないような状況が生じて、需要に対して供給が不足するターゲット広告枠と、需要よりも供給が多い余剰があるターゲット広告枠とが存在するようになるという問題点があった。

発明の目的及び概要

本発明は、上記従来の技術における問題点に鑑みてなされたものであり、複数の広告主がそれぞれのターゲット広告枠ごとに広告被視聴対価を可変的に設定し、自由価格競争を行うことにより、市場原理（競争原理）に基づき、ターゲット広告枠の適正価格設定及び適正配分を可能にする方法及びシステムを提供することをその課題とする。

本発明の上記課題は、視聴者情報に基づき視聴者を選択し、選択した視聴者に対して広告の提供者が広告の広告被視聴対価を設定する設定手段と、広告被視聴対価が設定された広告を選択された視聴者が視聴するか否かを指定する指定手段と、指定手段により視聴者が広告を視聴することの可否を指定したときに、指定の結果に応じて広告の提供者が広告の広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる可変手段とを備えている広告枠取引システムによって達成される。

本発明の上記課題は、視聴者情報に基づき視聴者を選択する段階と、選択した視聴者に対して広告の提供者が広告の広告被視聴対価を設定する段階と、広告被視聴対価が設定された広告を選択された視聴者が視聴するか否かを指定する段階と、視聴者が広告を視聴することの可否を指定したときに、指定の結果に応じて広告の提供者が広告の広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる段階とを具備することを広告枠取引方法によって達成される。

本発明の広告枠取引システムでは、設定手段は、視聴者情報に基づき視聴者を選択し、選択した視聴者に対して広告の提供者が広告の広告被視聴対価を設定し、指定手段は、広告被視聴対価が設定された広告を選択された視聴者が視聴するか否かを指定し、可変手段は、指定手段により視聴者が広告を視聴することの可否を指定したときに、指定の結果に応じて広告の提供者が広告の広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる。

【図面の簡単な説明】

図1は、本発明による広告枠取引システムの一実施例の構成を示す概略ブロック図である；

図2は、図1の広告枠取引システムの動作を説明するためのフロー図である；

図3は、図1の広告枠取引システムの動作を説明するためのフロー図である；

図4は、図1の広告枠取引システムの動作を説明するためのフロー図である；

図5は、図1の広告枠取引システムの動作を説明するためのフロー図である；

図6は、図1の広告枠取引システムの端末の表示装置に表示される広告選択画面の一例を示す図である；

図7は、図1の広告枠取引システムの端末の表示装置に表示される広告選択画面の他の一例を示す図である；

10

20

30

40

50

図 8 は、図 1 の広告枠取引システムにおける広告視聴条件の一例を説明するための図である；及び

図 9 は、本発明による広告枠取引システムの別の実施例の構成を示す概略ブロック図である。

実施例

以下、図面を参照して、本発明の広告枠取引方法及びシステムの実施例を詳細に説明する。

図 1 は、本発明による広告枠取引システムの一実施例の構成を示す概略ブロック図である。

本実施例の広告枠取引システム 1 の主要部は、広告属性情報及び被視聴条件別の広告被視聴対価を入力/変更する広告条件入力/変更部 10 と、広告条件入力/変更部 10 により入力/変更された広告属性情報及び広告被視聴対価を記憶するアド・マーケット・データベース 11 と、広告条件入力/変更部 10 により入力/変更された広告属性情報及び広告被視聴対価を判別してアド・マーケット・データベース 11 に登録/上書き登録するアド・マーケット更新指示部 12 と、コンテンツのコンテンツ ID、コンテンツ視聴予定時刻情報、及び日時・天候情報を入力し、視聴状況を把握して、視聴状況情報を出力するコンテンツ視聴状況把握部 13 と、顧客情報、視聴状況情報、及び広告視聴履歴に基づき、視聴者にマッチする広告のピックアップ条件を作成して出力する広告ピックアップ条件作成部 14 と、広告ピックアップ条件作成部 14 から出力された広告のピックアップ条件に基づき、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報をアド・マーケット・データベース 12 からピックアップするマッチング広告ピックアップ部 15 と、広告の推奨情報（推奨広告指定、推奨文、特別インセンティブ等）を入力して出力する広告推奨入力部 16 と、広告推奨情報、顧客情報及び顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨プライオリティ情報を生成して出力する広告推奨プライオリティ決定部 17 と、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報並びに広告推奨プライオリティ情報に基づき、広告選択画面を作成して出力する広告選択画面作成部 18 と、広告選択画面に表示された広告及び当該広告の対価を見た視聴者がコンテンツに対してどの広告をどう挿入するかを決定した視聴スタイル情報を出力する広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部 19 と、広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部 19 で作成された前記視聴スタイル情報に基づき、広告挿入箇所情報をコンテンツ・サーバに出力する広告挿入箇所指示部 20 と、広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部 19 で作成された前記視聴スタイル情報に基づき、挿入広告指示情報を広告サーバに出力する広告データ送信指示部 21 と、広告の被視聴履歴を検索するために利用する広告視聴状況検索部 22 とを備えている。

図 1 の広告枠取引システム 1 は、更に、受信した挿入広告指示情報に基づき、広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告データを出力する広告サーバ 23 と、広告挿入箇所情報及び広告データに基づき、コンテンツ・データと広告データとを組み合わせて広告付きコンテンツ・データとして出力するコンテンツ・サーバ 24 と、視聴者の属性や嗜好性等の顧客情報を記憶する顧客データベース 25 と、視聴者の広告視聴履歴（又は上限回数まで視聴した広告の ID 情報）を記憶する顧客別広告視聴履歴データベース 26 と、コンテンツ X の案内画面（視聴申込み画面）、視聴者広告選択画面及び/又は広告付きコンテンツを表示する表示装置 27 を含む端末 28 とを備えている。

次に、図 2 ~ 図 5 のフロー図を参照して、図 1 のシステムの動作を詳細に説明する。

広告主又は広告代理店は、新規に決定された/変更により決定された、広告 A に対する広告属性情報及び被視聴条件 n 別の広告被視聴対価 $P(A, n)$ を、広告条件入力・変更部 10 から入力して、アド・マーケット更新指示部 12 に出力する（ステップ S1）。

アド・マーケット更新指示部 12 により、入力した広告 A に対する広告属性情報及び被視聴条件 n 別の広告被視聴対価 $P(A, n)$ が新規に決定されたものである場合には、それをアド・マーケット・データベース 11 に登録し、受信した広告 A に対する広告属性情報及び被視聴条件 n 別の広告被視聴対価 $P(A, n)$ が変更により決定されたものである場

10

20

30

40

50

合には、既に登録されているものを更新してアド・マーケット・データベース11に書き登録する(ステップS2)。

顧客登録している視聴者の端末28に、図6または図7に示すようなコンテンツXの案内画面(視聴申込み画面)をコンテンツ・サーバ24より呼出して、端末28の表示装置27に表示する(ステップS3)。ここで、視聴者が広告付きコンテンツXを視聴することを希望する場合には、視聴者広告選択画面の呼出を指示する(ステップS4)。

上記呼出しの指示が行われると、既に登録されている視聴者の顧客ID番号を顧客データベース25に出力する(ステップS5)と共に、コンテンツXのコンテンツID及びコンテンツ視聴予定時刻情報をコンテンツ視聴状況把握部13に出力する(ステップS6)。また、日時・天候情報を外部カレンダー・時計及び気象情報提供装置(図示省略)からコンテンツ視聴状況把握部13に出力する(ステップS7)。

10

上記ステップS5に続いて、視聴者の属性や嗜好性等の顧客情報を、顧客データベース25から広告ピックアップ条件作成部14及び広告推奨プライオリティ決定部17にそれぞれ出力する(ステップS8)。

上記ステップS6及び上記ステップS7に続いて、視聴状況情報をコンテンツ視聴状況把握部13から広告ピックアップ条件作成部14に出力する(ステップS9)。

更に、後述するステップS23で、視聴者の広告視聴履歴(又は上限回数まで視聴した広告のID情報)を顧客別広告視聴履歴データベース26から広告ピックアップ条件作成部14及び広告推奨プライオリティ決定部17にそれぞれ出力する(ステップS10)。

広告ピックアップ条件作成部14により、上記顧客情報、上記視聴状況情報、及び上記広告視聴履歴に基づき、視聴者にマッチする広告のピックアップ条件を作成してマッチング広告ピックアップ部15に出力する(ステップS11)。

20

上記ステップS2及び上記ステップS11で、マッチング広告ピックアップ部15により、広告のピックアップ条件に基づき、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報をアド・マーケット・データベース11からピックアップする(ステップS12)。

視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報を広告選択画面作成部18に出力する(ステップS13)。

広告代理店又はその他のアドミニストレータ-は、広告の推奨情報(推奨広告指定、推奨文、特別インセンティブ、推奨セット指標等)を広告推奨入力部16より入力して広告推奨プライオリティ決定部17に出力する(ステップS14)。

30

広告推奨プライオリティ決定部17により、上記ステップS14に示すような広告代理店又はその他のアドミニストレータ-からの広告推奨情報、上記ステップS8に示すような顧客情報、及び上記ステップS10に示すような顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨プライオリティ情報を生成して広告選択画面作成部18に出力する(ステップS15)。

広告選択画面作成部18により、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報並びに広告推奨プライオリティ情報に基づき、広告選択画面を作成して視聴者の端末28の表示装置27に出力して、表示装置27に広告選択画面を表示させる(ステップS16)。

40

次いで、視聴者は、表示装置27に表示される、図6または図7に示すような視聴広告選択画面に表示された広告及び対応する広告の対価を見て、視聴しようとしているコンテンツに対して、どの広告をどのように挿入するかを決定し、その決定した情報を視聴者の端末28から広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部19に出力する(ステップS17)。

広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部19により、上記決定された情報に基づき、広告挿入箇所情報を、広告挿入箇所指示部20を介して、コンテンツ・サーバ24に出力し、コンテンツ・サーバ24が入力した広告挿入箇所情報に基づき、広告データの挿入準備を行う(ステップS18)。

また、広告付きコンテンツ視聴スタイル決定部19により、上記決定された情報に基づき

50

、挿入広告指示情報を、広告データ送信指示部 2 1 を介して、広告サーバ 2 3 に出力する (ステップ S 1 9)。

広告サーバ 2 3 により、入力した挿入広告指示情報に基づき、広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告データをコンテンツ・サーバ 2 4 に出力する (ステップ S 2 0)。

上記ステップ S 1 8 及びステップ S 2 0 に続いて、コンテンツ・サーバ 2 4 により、広告挿入箇所情報及び広告データに基づき、コンテンツ・データと広告データとを組み合わせて広告付きコンテンツ・データとして視聴者の端末 2 8 に出力する (ステップ S 2 1)。そして、視聴者は、広告付きのコンテンツ X を視聴する (ステップ S 2 2)。この段階では、広告 A が視聴者によって見られたものと想定するが、広告 A が視聴者によって見られたことを確認できる手段により、視聴者による広告 A の視聴確認を行うようにしてもよい。

10

次に、視聴された広告 A の ID 及び他の広告の ID を視聴状況データと共に顧客別広告視聴履歴データベース 2 6 に出力して、顧客別広告視聴履歴データベース 2 6 内の対応する情報を更新して、以下のステップ S 2 4 及び上記ステップ S 1 0 に進む (ステップ S 2 3)。

顧客別広告視聴履歴データベース 2 6 を参照して各広告の被視聴履歴データを計算し、その計算結果を広告視聴状況検索部 2 2 及びアド・マーケット更新指示部 1 2 にそれぞれ出力する (ステップ S 2 4)。

アド・マーケット更新指示部 1 2 により、各広告の被視聴履歴データを受信して、条件別の上限視聴数に達した広告については、アド・マーケット・データベース 1 1 において、その条件についての登録を削除すると共に、条件変更が必要な広告については、変更指示をアド・マーケット・データベース 1 1 に出力して、上記ステップ S 1 2 に進む (ステップ S 2 5)。

20

更に、上記ステップ S 2 4 に続いて、広告 A の広告主 (または広告代理店) は、広告視聴状況検索部 2 2 により、広告 A の被視聴履歴を検索して、被視聴条件 n 別の広告被視聴対価 $P(A, n)$ を変更すべきか否かを検討し、変更する場合には新しい広告被視聴対価 $P(A, n)$ を決定して、上記ステップ S 1 に進む (ステップ S 2 6)。他方、変更しない場合には、動作を終了する (ステップ S 2 7)。

ここで、図 8 に広告被視聴条件の一例を示す。

上述したシステムの特徴は、3つのポイントに分類することができる。

30

1. 視聴者による視聴者広告の自由設定 (上記ステップ S 1 7 ~ S 2 1 参照)

視聴者が、「どの広告をどれだけ見るか又は見ないか」という視聴形式を自分の意志で選択することができる。そして、選択された視聴形式によって、視聴者が見ようとする有料番組の視聴料金が変動する。

2. 広告主による広告被視聴対価自由設定及びリアルタイム変動 (上記ステップ S 1、S 2 及び S 2 6)

広告主は、広告を見せたいターゲット (視聴者) の広告被視聴対価を自由に設定できる。これにより、広告主は、ターゲット (視聴者) をより明確に割り振ることができる。また、広告主は、自分の広告がターゲット (視聴者) にどれだけ見られているかをウォッチし、それにより広告被視聴対価をリアルタイムで変動することができる。その結果、広告枠の取引 (売買) に市場原理 (競争原理) を採り入れることにより、ニーズとシーズがマッチした広告枠の適正料金設定が可能になる。

40

3. 広告代理店による広告セットの自由設定 (上記ステップ S 1 4、S 1 5)

広告主からの需要、即ち、そのターゲット (視聴者) に対して支払うことができる広告被視聴対価の一覧を常に見せられ、コンテンツを見るたびに広告を選択しなければならないということは、視聴者にとって非常に煩雑な作業となりうる。そこで、広告代理店 (その他のアドミニストレータ) が挿入される広告のセットを、視聴者毎に、自動的に設定して推奨することにより、視聴者が利用し易いようにすることができる。例えば、視聴料金が一番安くなるように少なくとも一つ以上の広告が選択されてセットになる「価格重視セット」や自動車関連の広告が優先的に選択されてセットになる「自動車関連セット」等が考

50

えられる。

図9は、本発明による広告枠取引システムの別の実施例の構成を示すブロック図である。本実施例の広告枠取引システム100の主要部は、広告属性情報及び被視聴条件別の広告被視聴対価を入力/変更する広告条件入力/変更部110と、広告条件入力/変更部110により入力/変更された広告属性情報及び広告被視聴対価を記憶するアド・マーケット・データベース111と、広告条件入力/変更部110により入力/変更された広告属性情報及び広告被視聴対価を判別してアド・マーケット・データベース111に登録/上書き登録するアド・マーケット更新指示部112と、広告ID、広告視聴予定時刻情報、及び日時・天候情報を入力し、広告視聴状況を把握して、広告視聴状況情報を出力する視聴状況把握部113と、顧客情報、視聴状況情報、及び広告視聴履歴に基づき、視聴者に10 マッチする広告のピックアップ条件を作成して出力する広告ピックアップ条件作成部114と、広告ピックアップ条件作成部114から出力された広告のピックアップ条件に基づき、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報をアド・マーケット・データベース112からピックアップするマッチング広告ピックアップ部115と、広告の推奨情報(推奨広告指定、推奨文、特別インセンティブ等)を入力して出力する広告推奨入力部116と、広告推奨情報、顧客情報及び顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨プライオリティ情報を生成して出力する広告推奨プライオリティ決定部117と、視聴者にマッチする広告情報とそれに対応する属性情報及び対価情報並びに広告推奨プライオリティ情報に基づき、広告選択画面を作成して出力する広告選択画面作成部118と、広告選択画面に表示された広告及び広告被視聴対価を見た視聴者が10 視聴することを希望する広告を指定した場合に、指定された広告を視聴者に送信するように指示する広告指示情報を出力する広告送信指示部129と、広告の被視聴履歴を検索するために利用する広告視聴状況検索部122とを備えている。

図9の広告枠取引システム100は、更に、広告送信指示部129から出力された広告指示情報に基づき、指定された広告の広告データを出力する広告サーバ123と、視聴者の属性や嗜好性等の顧客情報を記憶する顧客データベース125と、視聴者の広告視聴履歴(又は上限回数まで視聴した広告のID情報)を記憶する顧客別広告視聴履歴データベース126と、コンテンツXの案内画面(視聴申込み画面)、視聴者広告選択画面及び/又は広告付きコンテンツを表示する表示装置127を含む端末128とを備えている。即ち、図9のシステムは、コンテンツを含まないこと、従ってコンテンツに関連する構30 成要素を含まないことを除けば、図1のシステムの構成と類似するものであり、図9のシステムの動作は、上述した図1のシステムの動作に関する説明を読めば、上記した図9のシステム構成に関する説明から容易に理解することができるので、その説明を省略する。上述したように、本発明によれば、視聴者情報に基づき視聴者を選択し、選択した視聴者に対して広告の提供者が広告の広告被視聴対価を設定する設定手段と、広告被視聴対価が設定された広告を選択された視聴者が視聴するか否かを指定する指定手段と、指定手段により視聴者が広告を視聴することの可否を指定したときに、指定の結果に応じて広告の提供者が広告の広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる可変手段とを備えている広告枠取引システムを提供する。

本発明の広告枠取引システムは、表示装置を有する端末を更に備え、設定手段は、複数の40 広告情報及び広告情報に対応する広告被視聴対価情報をそれぞれ記憶する広告情報データベースと、所定の条件に基づいて視聴者にマッチする広告情報及び広告情報に対応する広告被視聴対価情報を広告情報データベースから選択するマッチング広告選択手段と、所定の情報に基づいて広告選択画面を作成して表示装置に表示させるように端末に指示する広告選択画面作成手段とを備えて構成してもよい。

本発明の広告枠取引システムでは、指定手段は、視聴者が広告被視聴対価が設定された広告を視聴することを指定した場合に、表示装置の広告選択画面に表示された情報に基づいて視聴者が広告の視聴スタイル情報を作成する視聴スタイル情報作成手段と、視聴スタイル情報作成手段で作成された視聴スタイル情報に基づいて広告挿入箇所情報を作成する広告挿入箇所情報作成手段と、視聴スタイル情報作成手段で作成された視聴スタイル情報に50

基づいて挿入広告指示情報を作成する挿入広告指示情報作成手段とを備えて構成してもよい。

本発明の広告枠取引システムは、挿入広告指示情報に基づいて広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告データを出力する広告サーバと、広告挿入箇所情報及び広告サーバから出力された広告データに基づいて広告データ及びコンテンツ・データを組み合わせたデータを作成し、データに基づいて表示装置に広告付きコンテンツを表示させるように端末に指示するコンテンツ・サーバとを更に備えて構成してもよい。

本発明の広告枠取引システムでは、可変手段は、視聴者が広告被視聴対価が設定された広告を視聴することを指定しなかった場合に広告の提供者が広告の広告被視聴対価を変更する変更手段と、変更手段によって変更された広告の広告被視聴対価に対応する情報を作成してリアルタイムで表示装置の広告選択画面に表示させるように端末に指示する変更広告選択画面作成手段とを備えて構成してもよい。

本発明の広告枠取引システムは、視聴者のものを含む顧客情報を記憶する顧客情報データベースと、視聴者のものを含む顧客別広告視聴履歴情報を記憶する顧客別広告視聴履歴データベースと、広告の推奨情報を入力する広告推奨入力手段と、広告推奨入力手段により入力された広告推奨情報、顧客情報データベースに記憶された視聴者の顧客情報及び顧客別広告視聴履歴データベースに記憶された視聴者の顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨優先順位情報を作成する広告推奨優先順位決定手段とを更に備えて構成してもよい。

本発明の広告枠取引システムは、広告の被視聴履歴情報を検索する広告被視聴状況検索手段を更に備え、可変手段は、広告被視聴状況検索手段により検索された広告の被視聴履歴情報に基づき、被視聴条件別の広告被視聴対価を変更するか否かを判断し、判断の結果に応じて、広告被視聴対価を変更するように構成してもよい。

また、本発明によれば、視聴者情報に基づき視聴者を選択する段階と、選択した視聴者に対して広告の提供者が広告の広告被視聴対価を設定する段階と、広告被視聴対価が設定された広告を選択された視聴者が視聴するか否かを指定する段階と、視聴者が広告を視聴することの可否を指定したときに、指定の結果に応じて広告の提供者が広告の広告被視聴対価をリアルタイムで変更できる段階とを具備する広告枠取引方法を提供する。

本発明の広告枠取引方法では、設定する段階は、複数の広告情報及び広告情報に対応する広告被視聴対価情報を広告情報データベースにそれぞれ記憶する段階と、所定の条件に基づいて視聴者にマッチする広告情報及び広告情報に対応する広告被視聴対価情報を広告情報データベースから選択する段階と、所定の情報に基づいて広告選択画面を作成して表示装置に表示させるように端末に指示する段階とを具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、指定する段階は、視聴者が広告被視聴対価が設定された広告を視聴することを指定した場合に、表示装置の広告選択画面に表示された情報に基づいて視聴者が広告の視聴スタイル情報を作成する段階と、作成された視聴スタイル情報に基づいて広告挿入箇所情報を作成する段階と、前記作成された視聴スタイル情報に基づいて挿入広告指示情報を作成する段階とを具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、挿入広告指示情報に基づいて広告挿入箇所毎にそれぞれ指定された広告データを出力する段階と、広告挿入箇所情報及び出力された広告データに基づいて広告データ及びコンテンツ・データを組み合わせたデータを作成し、データに基づいて表示装置に広告付きコンテンツを表示させるように端末に指示する段階とを更に具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、可変する段階は、視聴者が広告被視聴対価が設定された広告を視聴することを指定しなかった場合に広告の提供者が広告の広告被視聴対価を変更する段階と、変更された広告の広告被視聴対価に対応する情報を作成してリアルタイムで表示装置の広告選択画面に表示させるように端末に指示する段階とを具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、視聴者のものを含む顧客情報を顧客情報データベース記憶する段階と、視聴者のものを含む顧客別広告視聴履歴情報を顧客別広告視聴履歴データベ

10

20

30

40

50

ースに記憶する段階と、広告の推奨情報を入力する段階と、入力された広告推奨情報、顧客情報データベースに記憶された視聴者の顧客情報及び顧客別広告視聴履歴データベースに記憶された視聴者の顧客別広告視聴履歴情報に基づき、広告推奨優先順位情報を作成する段階とを更に具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、広告の被視聴履歴情報を検索する段階を更に具備し、可変する段階は、検索された広告の被視聴履歴情報に基づき、被視聴条件別の広告被視聴対価を変更するか否かを判断し、判断の結果に応じて、広告被視聴対価を変更する段階を具備するようにしてもよい。

本発明の広告枠取引方法では、あらかじめ広告データを端末の記憶部に記憶しておき、コンテンツ再生中の広告挿入箇所毎に、コンテンツ再生を中断し、それぞれ指定された広告データを、記憶部から呼び出して、表示装置に表示させるように端末に指示する段階を更に具備するようにしてもよい。

10

本発明の広告枠取引方法では、指定された広告データを出力し、表示装置に、広告データを表示させるように端末に指示する段階を更に具備するようにしてもよい。

本発明では、上述したように、広告主が、視聴者が見る広告視聴時間を、広告枠単位で、対価を払って買い取るものという考え方の基に、複数の広告主が、それぞれのターゲット広告枠ごとに広告被視聴対価を可變的に設定し、自由価格競争を行うことによって、市場原理（競争原理）によって、ターゲット広告枠の適正価格設定と適正配分を可能にすることができる。

この価格設定は、コンピュータ・システムによって、リアルタイムに変更可能であり、流動的である。

20

競合状況や、視聴環境の変化に対応して、常に、視聴者広告枠の価値判断が行われることになる。

また、本物の市場と異なるのは、広告を視聴することの価値を非常に認めている視聴者は、自分の広告枠をマイナスの対価をもらって見る、つまりお金を支払ってでも広告を見るということも有り得る。

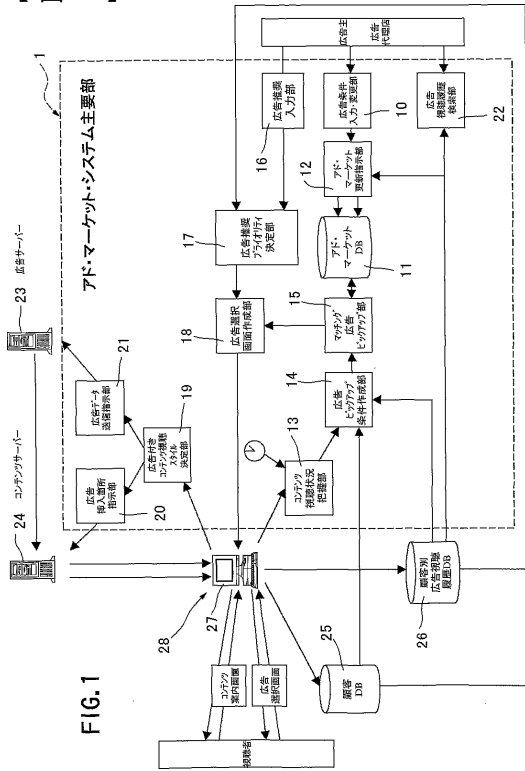
視聴者は、ある広告に関する、自分にとっての広告被視聴対価が、これから高くなるか低くなるかを予想して、今この広告を見るべきかを判断することにもなる。これは、視聴者広告枠取引が、株取引（証券取引）に近くなるともいける。

さらに、視聴者は、どの広告をいくらの対価を受け取って見るかを事前に選択できるため、広告飛ばしを不可能にする機能や広告視聴確認機能に対し、抵抗感なく受け入れるようになるため、広告が本来の価値で判断されるようになる。

30

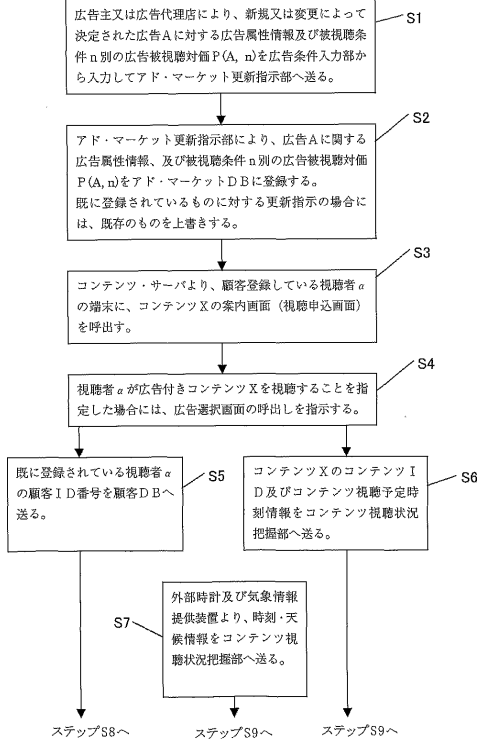
上述のように構成することにより、消費者によって、広告被視聴対価を自由に設定することができ、市場原理を利用した広告枠の適正配分を行うことができ、その結果、広告枠に対する需要と供給がマッチした価格で、広告枠が取引されるようになり、消費者及び広告主に対してそれぞれの要望に応じた広告枠を適宜に提供することができる。

【 図 1 】



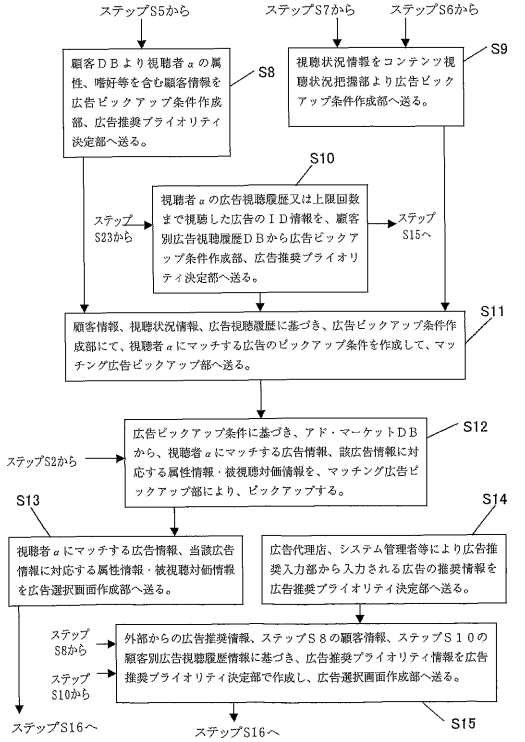
【 図 2 】

FIG. 2



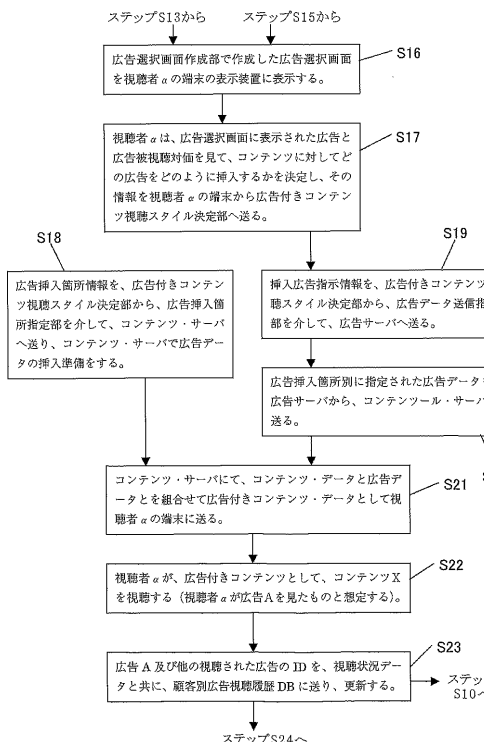
【 図 3 】

FIG. 3

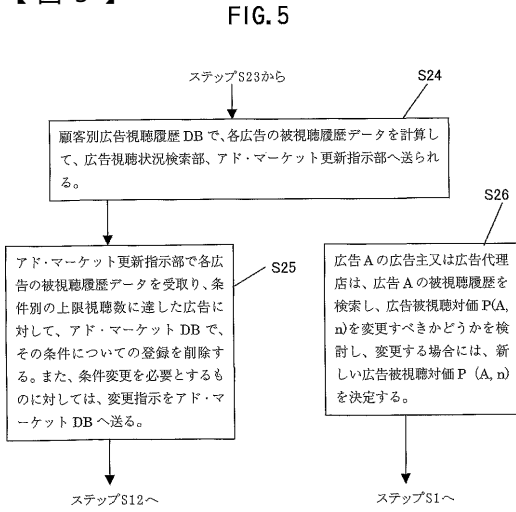


【 図 4 】

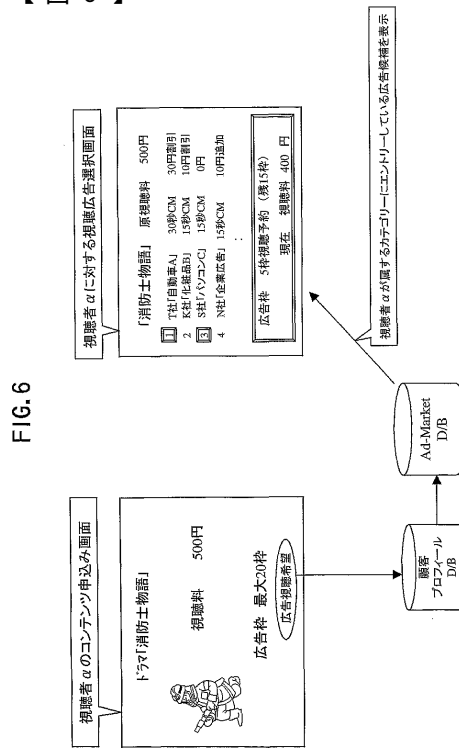
FIG. 4



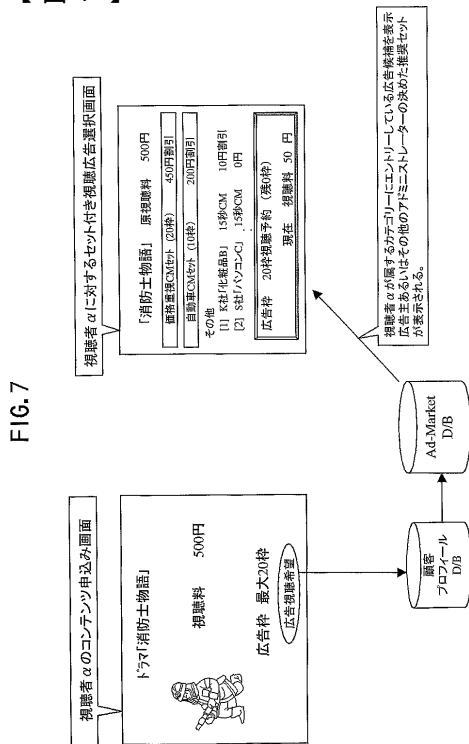
【 図 5 】



【 図 6 】



【 図 7 】



【 図 8 】

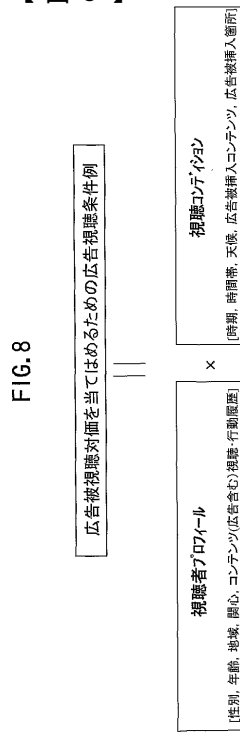


FIG. 7

FIG. 8

【 図 9 】

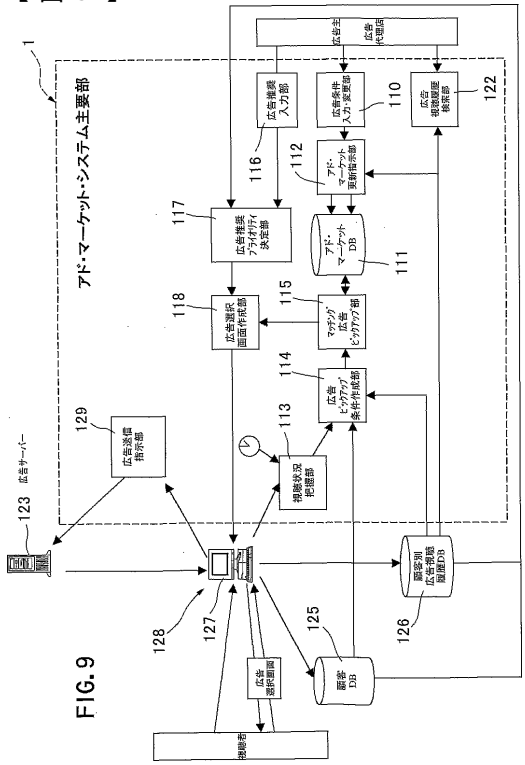


FIG. 9

フロントページの続き

(74)代理人 100084009

弁理士 小川 信夫

(74)代理人 100082821

弁理士 村社 厚夫

(74)代理人 100086771

弁理士 西島 孝喜

(74)代理人 100084663

弁理士 箱田 篤

(72)発明者 飯島 章夫

東京都世田谷区野毛 2 - 1 0 - 1 1 - 5 0 7

(72)発明者 湯川 朋彦

東京都練馬区東大泉 1 - 2 - 1 7 - 7 0 6

審査官 吉 田 耕一

(56)参考文献 特開 2 0 0 0 - 2 9 9 8 4 6 (J P , A)

特開 2 0 0 0 - 1 3 8 9 1 5 (J P , A)

特開 2 0 0 0 - 1 6 5 3 3 5 (J P , A)

特開平 9 - 1 3 4 3 7 1 (J P , A)

(58)調査した分野(Int.Cl.⁷, D B名)

G06F 17/60

JICSTファイル(JOIS)

INSPEC(DIALOG)