

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第4152599号
(P4152599)

(45) 発行日 平成20年9月17日(2008.9.17)

(24) 登録日 平成20年7月11日(2008.7.11)

(51) Int.Cl.		F I
G06Q 30/00	(2006.01)	G06F 17/60 302E
H04N 7/173	(2006.01)	G06F 17/60 316
		G06F 17/60 326
		G06F 17/60 332
		H04N 7/173 640A

請求項の数 5 (全 17 頁)

(21) 出願番号	特願2001-77156 (P2001-77156)	(73) 特許権者	000102728
(22) 出願日	平成13年3月16日(2001.3.16)		株式会社エヌ・ティ・ティ・データ
(65) 公開番号	特開2002-281482 (P2002-281482A)		東京都江東区豊洲三丁目3番3号
(43) 公開日	平成14年9月27日(2002.9.27)	(74) 代理人	100064908
審査請求日	平成17年11月18日(2005.11.18)		弁理士 志賀 正武
		(74) 代理人	100101465
			弁理士 青山 正和
		(74) 代理人	100108453
			弁理士 村山 靖彦
		(72) 発明者	多田 宗弘
			東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会
			社エヌ・ティ・ティ・データ内
		(72) 発明者	加藤 治彦
			東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会
			社エヌ・ティ・ティ・データ内
			最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 コンテンツ流通支援サーバシステム及び方法

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

入力される販売対象のコンテンツに関する情報であるコンテンツ情報をコンテンツ情報データベースに書き込むコンテンツ情報入力手段と、

入力される前記コンテンツの販売価格を値下げするための条件と、その条件を満たしたときの値下げ方法とを含んだ情報である値下げ情報を、前記コンテンツ情報とともに前記コンテンツ情報データベースに書き込む値下げ情報入力手段と、

前記コンテンツ情報データベースから前記コンテンツ情報を読み出し、該コンテンツ情報を情報ウェブページに書き込み、該情報ウェブページのアクセス先を、複数の遠隔の装置に対して通知するコンテンツ情報提供手段と、

前記情報ウェブページの購入ボタンが押されると前記コンテンツの購入申込の数をカウントアップする申込受付手段と、

前記コンテンツに付加することができる付加コンテンツの情報を付加情報ウェブページに書き込み、該付加情報ウェブページのアクセス先を複数の遠隔の装置に対して通知し、前記付加情報ウェブページから入力される該付加コンテンツを、前記コンテンツに付加する付加要求として受け付ける付加要求受付手段と、

前記付加要求に応じて、前記付加コンテンツの付加要求元に、前記付加コンテンツを付加することに対する価格の支払要求を送信する対価要求手段と、

購入申し込みを受けた前記コンテンツの前記値下げ情報を前記コンテンツ情報データベースから読み出し、該値下げ情報と、前記受け付けた前記コンテンツの購入申込の数と、

10

20

前記付加コンテンツの付加要求に応じて支払われる対価とに基づいて、前記コンテンツの販売価格を計算する値下げ手段と、

前記値下げした販売価格を、前記コンテンツの販売元の端末を含む前記遠隔の装置に送信する販売価格提供手段と

を備えるコンテンツ流通支援サーバシステム。

【請求項2】

前記購入申込受付手段が、前記購入申込を受け付ける申込受付期間を前記遠隔の装置に送信し、前記申込受付期間のみ、前記ウェブページから入力される前記購入申込を受け付ける請求項1記載のコンテンツ流通支援サーバシステム。

【請求項3】

前記付加コンテンツを付加するコンテンツに対する希望条件を予め入力して、希望条件データベースに書き込む希望条件入力手段と、

前記コンテンツ情報データベースと前記希望条件データベースとを参照し、前記コンテンツ情報に合致する希望条件を検索する第1の検索手段と

を更に備え、

前記コンテンツ情報提供手段が、前記検索の結果、前記入力した希望条件を満たすコンテンツ情報が検索された場合、そのコンテンツ情報を前記希望条件の入力元の端末に送信する請求項1記載のコンテンツ流通支援サーバシステム。

【請求項4】

購入したいコンテンツに関する条件である購入所望コンテンツ条件を入力して、希望条件データベースに書き込むコンテンツ条件入力手段と、

前記コンテンツ情報データベースと前記希望条件データベースとを参照し、前記コンテンツ情報に合致する購入所望コンテンツ条件を検索する第2の検索手段と

を更に備え、

前記コンテンツ情報提供手段が、前記検索の結果、前記入力した購入所望コンテンツ条件を満たすコンテンツのコンテンツ情報が検索された場合、そのコンテンツ情報を前記購入所望コンテンツ条件の入力元の端末に送信する請求項1記載のコンテンツ流通支援サーバシステム。

【請求項5】

コンテンツ情報入力手段が、入力される販売対象のコンテンツに関する情報であるコンテンツ情報をコンテンツ情報データベースに書き込むステップと、

値下げ情報入力手段が、入力される前記コンテンツの販売価格を値下げするための条件と、その条件を満たしたときの値下げ方法とを含んだ情報である値下げ情報を、前記コンテンツ情報とともに前記コンテンツ情報データベースに書き込むステップと、

コンテンツ情報提供手段が、前記コンテンツ情報データベースから前記コンテンツ情報を読み出し、該コンテンツ情報を情報ウェブページに書き込み、該情報ウェブページのアクセス先を、複数の遠隔の装置に対して通知するステップと、

購入申込受付手段が、前記情報ウェブページの購入ボタンが押されると前記コンテンツの購入申込の数をカウントアップするステップと、

付加要求受付手段が、前記コンテンツに付加することができる付加コンテンツの情報を付加情報ウェブページに書き込み、該付加情報ウェブページのアクセス先を複数の遠隔の装置に対して通知し、該付加コンテンツを前記コンテンツに付加する付加要求を、前記付加情報ウェブページからの入力により受け付けるステップと、

対価要求手段が、前記付加要求に応じて、前記付加コンテンツの付加要求元に、前記付加コンテンツを付加することに対する価格の支払要求を送信するステップと、

値下げ手段が、購入申し込みを受けた前記コンテンツの前記値下げ情報を前記コンテンツ情報データベースから読み出し、該値下げ情報と、前記受け付けた前記コンテンツの購入申込の数と、前記付加コンテンツの付加要求に応じて支払われる対価とに基づいて、前記コンテンツの販売価格を計算するステップと、

販売価格提供手段が、前記値下げした販売価格を、前記コンテンツの販売元の端末を含

10

20

30

40

50

む前記遠隔の装置に送信するステップと
とを有するコンテンツ流通支援方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、コンピュータを利用してコンテンツの流通を支援するための技術に関する。

【0002】

本発明は、コンピュータが取扱える様々な種類のコンテンツ全般に適用できるものであるが、そのうち、テレビジョン放送（以下、TV放送）の番組として放送されるコンテンツ（以下、TV番組コンテンツ）を例にとり以下の説明を行う。

10

【0003】

【従来の技術】

民間のテレビ放送局（以下、民間TV局）は、2種類の放送枠、すなわち、TV番組コンテンツの放送枠（以下、番組放送枠）と、コマーシャルメッセージとしてのコンテンツ（以下、CMコンテンツ）の放送枠（以下、CM放送枠）とを設けている。民間TV局は、広告主にCM放送枠を販売し、CM放送枠の売上げをもとに、TV番組コンテンツの制作会社（以下、TV番組コンテンツ制作会社）からTV番組コンテンツを購入して、その制作会社との間で取決められた番組放送枠で、購入したTV番組コンテンツを放送する。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】

20

民間TV局は、CM放送枠の売上げ、つまり広告主からの広告料によって経営されている。一般に、全国放送の民間TV局には、視聴者数が多い等の理由から、CM放送枠の人气が高く広告主がつきやすいが、ローカル放送やCATV等の民間TV局（以下、ローカルTV局と総称する）には、全国放送に比べて視聴者数が少ない等の理由から、CM放送枠の人气が低く広告主がつきづらい。このため、ローカルTV局は、経営上、高価で高視聴率が見込めるTV番組コンテンツを購入することが難しい。このことは、更に、ローカルTV局に広告主をつきづらくしている。

【0005】

一方、広告主は、放送される全てのTV番組コンテンツに関して情報を取得できるとは限らない。そのため、広告主は、CM放送枠を購入するときの基準として、近接の番組枠で放送されるTV番組コンテンツの内容ではなく、放送時間帯や放送対象地域などを基準にしてCM放送枠を購入することがある。故に、近接の番組放送枠で放送されるTV番組コンテンツの視聴率が悪かったり、視聴者年齢層が広告ターゲット年齢層と大きく異なったりすることがあり得るので、たとえ高い値段でCM放送枠を購入しそのCM放送枠でCMコンテンツを放送しても、大きな広告効果が得られるとは限らない。

30

【0006】

ところで、一旦放送されたTV番組コンテンツ（以下、放送済みTV番組コンテンツ）が、それを放送した民間TV局とは別の民間TV局に販売されて放送される、つまり、TV番組コンテンツの再利用が行なわれることがある。TV番組コンテンツを再利用するためには、TV番組コンテンツ制作会社が各々の別の民間TV局に放送済みTV番組コンテンツを案内するか、別の民間TV局がTV番組コンテンツ制作会社に放送済みTV番組コンテンツの案内を要求するか等が行なわれると考えられる。これでは、TV番組コンテンツの再利用が円滑に行なわれているとは言い難い。

40

【0007】

従って、本発明の目的は、高価なコンテンツを購入しやすくできるようにすることにある。

【0008】

本発明の別の目的は、販売対象のコンテンツに関する情報を販売前に知ることができるようにすることにある。

【0009】

50

本発明のまた別の目的は、コンテンツの再利用を比較的円滑に行うことができるようにすることにある。

【0010】

本発明のまた更に別の目的は、コンテンツ配信業者に広告主をつきやすくできるようにすることにある。

【0011】

【課題を解決するための手段】

本発明に従うコンテンツ流通支援サーバシステムは、販売対象のコンテンツに関する情報であるコンテンツ情報を入力するコンテンツ情報入力手段と、コンテンツの販売価格を値下げするための条件とその条件を満たしたときの値下げ方法とを含んだ情報である値下げ情報を入力する値下げ情報入力手段と、コンテンツ情報を複数の遠隔の装置に提供するコンテンツ情報提供手段と、コンテンツの購入申込を受け付ける購入申込受付手段と、受け付けた購入申込の数と上記入力した値下げ情報とに基づいてコンテンツの販売価格を値下げする値下げ手段と、値下げした販売価格をコンテンツの販売元の端末を含む上記遠隔の装置に提供する販売価格提供手段とを備える。

10

【0012】

本発明に従うシステムによれば、一つのコンテンツについて購入申込を複数受け付け、それら複数の購入申込元にコンテンツを一斉に販売することができる。これにより、複数の者（この「者」は、勿論、自然人だけでなく、法人、法人格を有しない団体等を含んでも良い）が共同して一つのコンテンツを購入することとなるので、コンテンツの実際の販売価格を、本来の販売価格（例えば、コンテンツの提供元が希望する販売価格）よりも安くすることができる。

20

【0013】

好適な実施形態では、上記購入申込受付手段が、上記購入申込を受け付ける申込受付期間を上記遠隔の装置に提示し、提示した申込受付期間のみ購入申込を受け付ける。この実施形態によれば、たとえ、コンテンツが本来の販売価格より安くなったことがわかって、申込受付期間を過ぎたら購入することができないので、販売価格が下がるまでコンテンツの購入を見合わせる等のような、コンテンツ流通の阻害原因を抑えることが図れる。また、そのため、コンテンツの購入者の増加が期待でき、一つのコンテンツをより多くの者で共同して購入することが図れる。

30

【0014】

好適な実施形態によれば、コンテンツ流通支援サーバシステムが、コンテンツに付加することができる付加コンテンツをコンテンツに付加する付加要求を受け付ける付加要求受付手段と、付加要求に応じて付加コンテンツの付加要求元に付加コンテンツを付加することの対価の支払いを要求する対価要求手段とを更に備え、上記値下げ手段が、上記要求に応じて支払われる対価に基づいて上記販売価格を値下げする。

【0015】

この実施形態によれば、付加コンテンツが販売対象のコンテンツに付加されることの対価が支払われることでコンテンツの販売価格を値下げできるので、コンテンツの流通を一層支援することができる。

40

【0016】

また、この実施形態によれば、コンテンツをTV番組コンテンツ、付加コンテンツをCMコンテンツ、コンテンツの購入申込元をローカルTV局とした場合、一つのコンテンツが、CMコンテンツ付きで複数のローカルTV局に提供され得る。これにより、コンテンツに付加されたCMコンテンツは、複数のローカルTV局にコンテンツが購入された場合は、複数の地方で放送されるので、そのCMコンテンツの視聴者数は従来よりも多くなる。このため、ローカルTV局に広告主が付きやすくなる。

【0017】

好適な実施形態では、コンテンツ流通支援サーバシステムが、付加コンテンツを付加するコンテンツに対する希望条件を予め入力する希望条件入力手段と、上記入力したコンテン

50

ツ情報の中から、上記入力した希望条件を満たすコンテンツ情報を検索する第1の検索手段とを更に備え、上記コンテンツ情報提供手段が、上記第1の検索手段による検索の結果、上記入力した希望条件を満たすコンテンツ情報があったときに、そのコンテンツ情報を上記希望条件の入力元の端末に提供する。

【0018】

この好適な実施形態によれば、コンテンツをTV番組コンテンツ、付加コンテンツをCMコンテンツ、コンテンツの購入申込元をローカルTV局とした場合、CMコンテンツの提供元である広告主は、自身が希望する条件にマッチしたコンテンツの情報を受取ることができ、その受取った情報を参考に、コンテンツに付加できるCMコンテンツのCM放送枠を購入することが可能になる。これにより、広告主は、販売対象のコンテンツに関する情報を販売前に知ることができ、その内容に応じてCM放送枠を購入するか否かを決められるので、コンテンツのターゲット視聴者層とCMコンテンツのターゲット視聴者層とが異なる等のミス回避を回避することができ、効果的に広告活動を展開することができる。

10

【0019】

また、この好適な実施形態によれば、販売対象であるコンテンツに関する情報の案内が自動的に行なわれる。それにより、コンテンツの再利用を比較的円滑に行うことができるようになる。

【0020】

好適な実施形態では、コンテンツ流通支援サーバシステムが、購入したいコンテンツに関する条件である購入所望コンテンツ条件を入力するコンテンツ条件入力手段と、上記入力したコンテンツ情報の中から、入力した購入所望コンテンツ条件を満たすコンテンツのコンテンツ情報を検索する第2の検索手段とを更に備え、上記コンテンツ情報提供手段が、上記第2の検索手段による検索の結果、上記入力した購入所望コンテンツ条件を満たすコンテンツのコンテンツ情報があったときに、そのコンテンツ情報を上記購入所望コンテンツ条件の入力元（例えば、上述したローカルTV局）の端末に提供する。

20

【0021】

本発明に従うコンテンツ流通支援方法は、販売対象のコンテンツに関する情報であるコンテンツ情報を入力するステップと、コンテンツの販売価格を値下げするための条件とその条件を満たしたときの値下げ方法とを含んだ情報である値下げ情報を入力するステップと、コンテンツ情報を複数の遠隔の装置に提供するステップと、コンテンツの購入申込を受け付けるステップと、受け付けた購入申込の数と上記入力した値下げ情報とに基づいてコンテンツの販売価格を値下げするステップと、値下げした販売価格をコンテンツの販売元の端末を含む上記遠隔の装置に提供するステップとを有する。

30

【0022】

本発明のシステムの機能はコンピュータにより実施することができるが、そのためのコンピュータプログラムは、ディスク型ストレージ、半導体メモリ及び通信ネットワークなどの各種媒体を通じてコンピュータにインストール又はロードすることができる。

【0023】

【発明の実施の形態】

以下、図面を参照して本発明の実施の形態を説明する。

40

【0024】

図1は、本発明の一実施形態に係るシステムの全体構成を示すブロック図である。

【0025】

本実施形態では、一つのTV番組コンテンツ（以下、単に「コンテンツ」と言う）に対して各ローカルTV局から購入申込みを所定期間受け付けるコンテンツ販売支援サーバ（以下、「サーバ」と略称する）9が備えられる。サーバ9は、一つのコンテンツについて複数のローカルTV局から購入申込を受けたときは、上記所定期間終了後、それら複数のローカルTV局にコンテンツが一斉に販売されるようにする。これにより、複数のローカルTV局が共同して一つのコンテンツを一括購入することとなるので、コンテンツの実際の販売価格を本来の提供価格よりも安くすることができる。

50

【 0 0 2 6 】

また、本実施形態では、サーバ 9 は、一つのコンテンツに対して C M 放送枠（以下、「広告枠」と言う）を設定し、広告枠付きでコンテンツを販売するようにする。これにより、コンテンツが上記のように複数のローカル T V 局に購入された場合は、そのコンテンツに付加された広告枠における C M コンテンツは複数の地方で放送されるので、その C M コンテンツの視聴者数は従来よりも多くなる。このため、ローカル T V 局に広告主が付きやすくなる。

【 0 0 2 7 】

以下、本実施形態について具体的に説明する。

【 0 0 2 8 】

図 1 に示すように、インターネット 1 のような通信ネットワークに、ローカル T V 局システム 3 と、広告主システム 5 と、コンテンツ制作会社システム 7 と、サーバ 9 とが接続されている。なお、説明の便宜上、ローカル T V 局システム 3、広告主システム 5、及びコンテンツ制作会社システム 7 は、一つだけしか図示していないが、実際には複数存在する。

10

【 0 0 2 9 】

ローカル T V 局システム 3 は、ローカル T V 局において使用されるパーソナルコンピュータ等のコンピュータシステムである。ローカル T V 局システム 3 は、オペレータからの要求に応じて、サーバ 9 にアクセスし、ローカル T V 局が希望するコンテンツの種類、概要、ターゲット視聴者層、販売価格帯などの条件（以下、「ローカル T V 局希望条件」と言う）をサーバ 9 に入力する。

20

【 0 0 3 0 】

また、ローカル T V 局システム 3 は、上記入力したローカル T V 局希望条件を満たすコンテンツ情報（これについては後述する）をサーバ 9 が保持しているときは、サーバ 9 から、そのコンテンツ情報が記載された W e b ページ（以下、条件マッチコンテンツ情報ページ）へアクセスすることを要求するためのコマンドと、そのページにアクセスするためのパスワードとを含んだ電子メールを受信する。ローカル T V 局システム 3 は、オペレータからの要求に応じて、条件マッチコンテンツ情報ページにアクセスし、そのページ上で、そのページに記載されているコンテンツ情報を持つコンテンツを購入するか否かを入力する。

30

【 0 0 3 1 】

広告主システム 5 は、広告主が使用するパーソナルコンピュータ等のコンピュータシステムである。広告主システム 5 は、オペレータからの要求に応じて、サーバ 9 にアクセスし、広告主が希望するコンテンツの種類、概要、ターゲット視聴者層、広告枠の販売価格帯などの条件（以下、「広告主希望条件」と言う）をサーバ 9 に入力する。

【 0 0 3 2 】

また、広告主システム 5 は、広告枠の購入要求を受け付けるための W e b ページ（以下、広告枠購入用ページ）へアクセスするためのショートカットコマンド等を含んだ広告枠購入受付メール（詳細は後述する）をサーバ 9 から受信する。広告主システム 5 は、オペレータからの要求に応じて、広告枠購入用ページにアクセスし、そのページ上で、広告主が希望する広告枠の購入金額を入力する。

40

【 0 0 3 3 】

コンテンツ制作会社システム 7 は、コンテンツの制作会社において使用されるパーソナルコンピュータ等のコンピュータシステムである。コンテンツ制作会社システム 7 は、オペレータの要求に応じて、サーバ 9 にアクセスし、コンテンツ制作会社が販売対象とするコンテンツに関する情報（以下、コンテンツ情報）をサーバ 9 に入力する。コンテンツ情報は、コンテンツの属性情報（例えば、コンテンツの種類（例えば、ドラマ、音楽番組、バラエティなど）、概要（例えば、ドラマのあらすじ、出演者など）、制作会社情報（例えば、管轄放送地域、従業員数など）、見込み視聴率、ターゲット視聴者層（例えば、性別、年齢など））と、再生時間長と、コンテンツの希望提供価格と、その割引率（コンテ

50

ンツの購入申込をするローカルTV局の数に応じた割引率、例えば、購入申込をするローカルTV局の数が1つ増える度に1%割引く)と等を含む情報である。また、コンテンツが、再利用対象のコンテンツ、つまり、一旦放送されたコンテンツであれば、コンテンツ情報には、視聴履歴(例えば、平均視聴率など)や、実際の視聴者層(例えば、性別、年齢など)等の情報も含まれる。また、コンテンツ情報には、広告枠、その販売価格(以下、広告枠価格)、及びその割引率(以下、広告割引率)をサーバ9が設定したときは、広告枠に関する情報(広告枠価格、広告割引率、及び放送可能時間長など、以下、広告枠情報)も含まれる。

【0034】

サーバ9は、ローカルTV局希望条件と広告主希望条件を格納するためのデータベース(以下、希望条件情報DB)11と、コンテンツ情報を格納するためのデータベース(以下、コンテンツ情報DB)13とを備える。希望条件情報DB11は、ローカルTV局希望条件を格納するためのディレクトリ(以下、ローカルTV局用ディレクトリ)15と、広告主希望条件を格納するためのディレクトリ(以下、広告主用ディレクトリ)17とを有している。

10

【0035】

サーバ9は、ローカルTV局システム3からローカルTV局希望条件の入力を受けて、それを希望条件情報DB11内のローカルTV局用ディレクトリ15に格納する。また、サーバ9は、広告主システム5から広告主希望条件の入力を受けて、それを希望条件情報DB11内の広告主用ディレクトリ17に格納する。更に、サーバ9は、コンテンツ制作会社システム7からコンテンツ情報の入力を受けて、それをコンテンツ情報DB13に格納する。

20

【0036】

サーバ9は、コンテンツ情報を格納したときは、そのコンテンツ情報を持つコンテンツに対し、コンテンツの再生時間長に応じて広告枠を、コンテンツの希望提供価格に応じて広告枠価格を、及び、コンテンツの希望提供価格の割引率(以下、コンテンツ割引率)に応じて広告割引率を、それぞれ設定する。そして、サーバ9は、設定した広告枠、広告枠価格及び広告割引率を含む広告枠情報を、その広告枠情報を持つコンテンツのコンテンツ情報に含むように、コンテンツ情報DB13に格納する。なお、サーバ9は、「コンテンツの希望提供価格 広告枠価格」を満たすように広告枠価格を設定し、「コンテンツ割引率 広告割引率」を満たすように広告割引率を設定する。

30

【0037】

サーバ9は、広告枠、広告枠価格、及び広告割引率を設定したときは、ローカルTV局用ディレクトリ15内とコンテンツ情報DB13内とを参照し、上記格納したコンテンツ情報と合致するローカルTV局希望条件を検索する(ここでは、ローカルTV局希望条件を検索する場合について説明しているが、勿論、サーバ9は、新たにローカルTV局希望条件が入力されたときに、コンテンツ情報DB13にアクセスして、格納したローカルTV局希望条件を満たすコンテンツ情報を検索することもできる)。

【0038】

上記検索の結果、上記格納したコンテンツ情報と合致するローカルTV局希望条件(以下、検索ヒットしたローカルTV局希望条件と言う)があれば、サーバ9は、そのコンテンツ情報を掲載した条件マッチコンテンツ情報ページを生成し、そのページを所定の場所に格納する。そして、サーバ9は、上記検索ヒットしたローカルTV局希望条件の提供元のローカルTV局システム3に、条件マッチコンテンツ情報ページへアクセスすることを要求するためのコマンドと、そのページにアクセスするためのパスワードとを含んだ電子メールを送信する。サーバ9は、条件マッチコンテンツ情報ページにアクセス要求されて上記パスワードが正確に入力されたときは、図2に示すような条件マッチコンテンツ情報ページ51をローカルTV局システム3に提供する。サーバ9は、このページ51上で、このページ51に掲載したコンテンツ情報を持つコンテンツの購入申込を受けたとき、具体的には、「購入する」ボタン53が押されたときは、コンテンツの購入申込の数をカウ

40

50

トアップする。サーバ9は、コンテンツの購入申込を一定期間受け付ける。

【0039】

サーバ9は、コンテンツの購入申込の数をカウントアップしたときは、カウントアップした購入申込数と、コンテンツ割引率と、コンテンツの希望提供価格とを基に、コンテンツの提供価格を計算する。具体的には、サーバ9は、カウントアップした購入申込数が1であるときは、「コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格 - 最初に設定した広告枠価格」という式でコンテンツの提供価格を算出し、カウントアップした購入申込数が2以上であるときは、「コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格 × コンテンツ割引率 - 最初に設定した広告枠価格 × 広告割引率」という式でコンテンツの提供価格を算出する。なお、これらの式は一例であって、コンテンツの提供価格を算出するための式は、上記式に限定されない。

10

【0040】

また、サーバ9は、コンテンツの購入申込の数をカウントアップしたときは、カウントアップした購入申込数と、広告割引率と、最初に設定した広告枠価格とを基に、広告枠価格を更新する。具体的には、サーバ9は、「更新する広告枠価格 = 最初に設定した広告枠価格 × 広告割引率 × コンテンツの購入申込数」という式で、広告枠価格を更新する。なお、その式は一例であって、広告枠を更新するための式は、その式に限定されない。

【0041】

サーバ9は、コンテンツの提供価格及び広告枠価格を更新したときは、更新したそれらの情報を、そのコンテンツのコンテンツ制作会社システム7、そのコンテンツの購入申込をしたローカルTV局システム3、及び予めサーバ9に登録されている全てのローカルTV局のシステムの少なくともいずれか一つのコンピュータシステムに例えば電子メールで送信する。

20

【0042】

サーバ9は、コンテンツの購入申込の受付期間中の所定タイミングに、或いはその受付期間の終了後に、広告枠の購入要求の受け付けを開始し、広告主用ディレクトリ17内とコンテンツ情報DB13内とを参照して、販売対象のコンテンツのコンテンツ情報と合致する広告主希望条件を検索する（ここでは、広告主希望条件を検索する場合について説明しているが、勿論、サーバ9は、新たに広告主希望条件が入力されたときに、コンテンツ情報DB13にアクセスして、広告枠の購入要求の受付中である全コンテンツのうち、新たに入力された広告主希望条件を満たすコンテンツのコンテンツ情報を検索することもできる）。

30

【0043】

上記検索の結果、サーバ9は、そのコンテンツ情報と合致する広告主希望条件（以下、検索ヒットした広告主希望条件と言う）があれば、その広告主希望条件の提供元の広告主システム5に、広告枠購入受付メールを送信する。広告枠購入受付メールとは、コンテンツの購入申込状況を示す情報（例えば、コンテンツの購入申込を受けた数）、広告枠情報、広告枠の購入要求の受付期間を示す情報、及び、上述した広告枠購入用ページにアクセスするためのショートカットコマンドを含んだ電子メールである。本実施形態では、サーバ9は、広告枠価格をいわゆるオークション形式で決定するようにし、広告主が広告枠購入用ページに広告枠の購入希望金額を入力するときの参考として、上記更新した広告枠価格を広告枠購入受付メールに載せて送信する。

40

【0044】

サーバ9は、広告主システム5に広告枠購入用ページがアクセスされてそのWebページに広告枠の購入希望金額が入力されたときは、その購入希望金額を記載したWebページ（以下、広告枠購入状況ページ）を生成し、そのWebページのURLを広告主システム5に通知する。広告枠購入状況ページを生成した後、サーバ9は、広告枠購入用ページに広告枠の購入希望金額が入力されて、その購入希望金額が過去に入力された購入希望金額のうち最も高いときは、その購入希望金額を広告枠購入状況ページ上に更新する。

【0045】

50

サーバ9は、広告枠の購入要求の受付期間後、最高額の購入希望金額を実際の広告枠価格として、その広告枠価格と、コンテンツの購入申込の受付期間終了時点におけるコンテンツの提供価格とを記載した電子メールを、コンテンツ制作会社システム7、コンテンツの購入申込をしたローカルTV局のローカルTV局システム3、及び、最高額の購入希望金額を入力した広告主の広告主システム5に送信する。送信した電子メールに記載した提供価格で、広告枠が付加されたコンテンツが、購入申込をした全てのローカルTV局に一斉に販売される。

【0046】

以下、図3～図7を参照して、上述した実施形態においてコンテンツが販売されるときの流れを説明する。

10

【0047】

まず、図3に示すように、ローカルTV局システム3が、オペレータの要求に応じて、サーバ9にアクセスし、ローカルTV局希望条件を入力して(ステップS1)、それをサーバ9に送信する(S2)。サーバ9は、ローカルTV局システム3から受信したローカルTV局希望条件を、希望条件情報DB11内のローカルTV局用ディレクトリ15に格納する(S3)。

【0048】

同様に、広告主システム5が、オペレータの要求に応じて、サーバ9にアクセスし、広告主希望条件を入力して(S4)、それをサーバ9に送信する(S5)。サーバ9は、広告主システム5から受信した広告主希望条件を、希望条件情報DB11内の広告主用ディレクトリ17に格納する(S6)。

20

【0049】

また、図4に示すように、コンテンツ制作会社システム7が、オペレータの要求に応じて、サーバ9にアクセスし、コンテンツの属性情報、希望提供価格、及びコンテンツ割引率を含んだコンテンツ情報を入力し(S7)、それをサーバ9に送信する(S8)。

【0050】

サーバ9は、コンテンツ制作会社システム7から受信したコンテンツ情報を、コンテンツ情報DB13に格納する(S9)。その後、サーバ9は、格納したコンテンツ情報を持つコンテンツに対し、広告枠、広告枠価格、及び広告割引率を設定し、設定した広告枠等を含む広告枠情報を、その広告枠情報を持つコンテンツのコンテンツ情報に含むように、コンテンツ情報DB13に格納する(S10)。

30

【0051】

そして、サーバ9は、ローカルTV局用ディレクトリ15内とコンテンツ情報DB13内とを参照し、上記格納したコンテンツ情報と合致するローカルTV局希望条件を検索する(S11)。その検索の結果、検索ヒットしたローカルTV局希望条件がなければ(S12でNO)、サーバ9は、コンテンツ制作会社システム7及びローカルTV局システム3(若しくはそれらのうちの少なくとも一方)にその旨を通知する(S13)。

【0052】

ステップS12において、検索ヒットしたローカルTV局希望条件があれば(S12でYES)、図5に示すように、サーバ9は、図4のステップS9で格納したコンテンツ情報を掲載した条件マッチコンテンツ情報ページを生成し、そのWebページを所定の場所に格納する(S14)。そして、サーバ9は、上記検索ヒットしたローカルTV局希望条件の提供元のローカルTV局システム3に、条件マッチコンテンツ情報ページへアクセスすることを要求するためのコマンド等を含んだ上記電子メールを送信する(S15)。

40

【0053】

ローカルTV局システム3は、その電子メールをサーバ9から受信したときは、オペレータの要求に応じて、上記コマンドを起動し、それにより要求されるパスワードを正確に入力することで条件マッチコンテンツ情報ページにアクセスし、そのWebページ上で、そのWebページに掲載されたコンテンツ情報を持つコンテンツを購入するか否かを入力する(S16)。

50

【 0 0 5 4 】

サーバ9は、ローカルTV局システム3から、コンテンツを購入する旨（コンテンツの購入申込）を受けたときは（S17でYES）、コンテンツの購入申込の数をカウントアップし、カウントアップした購入申込数、コンテンツ割引率、及びコンテンツの希望提供価格を基に、上述した式を用いてコンテンツの提供価格を計算し、且つ、カウントアップした購入申込数、広告割引率、及び最初に設定した広告枠価格を基に、上述した式を用いて広告枠価格を更新する（S18）。そして、サーバ9は、更新したコンテンツの提供価格及び広告枠価格を、ローカルTV局システム3に送信して表示させる（コンテンツ制作会社システム7、或いは、予めサーバ9に登録されている全てのローカルTV局のシステムにも送信してもよい）（S19、S20）。

10

【 0 0 5 5 】

その後、図6に示すように、サーバ9は、コンテンツの購入申込の受付期間中の所定タイミングに、或いはその受付期間の終了後に（S21）、広告主用ディレクトリ17内とコンテンツ情報DB13内とを参照し、そのコンテンツのコンテンツ情報と合致する広告主希望条件を検索する（S22）。その検索の結果、サーバ9は、検索ヒットした広告主希望条件があれば（S23でYES）、その広告主希望条件の提供元の広告主システム5に、広告枠購入受付メールを送信する（S24）。ステップS23において、検索ヒットした広告主希望条件がなければ（S23でNO）、サーバ9は、予めサーバ9に登録されている全ての広告主の広告主システムに広告枠購入受付メールを送信する（S25）。

20

【 0 0 5 6 】

広告主システム5は、サーバ9から広告枠購入受付メールを受信し（S26）、そのメールに記載されている情報から広告主が広告枠の購入を希望したときは（S27でYES）、オペレータからの要求に応じて、広告枠購入用ページにアクセスしてそのWebページに広告枠の購入希望金額を入力する（S28）。

【 0 0 5 7 】

サーバ9は、広告枠の購入希望金額が入力されたときは、広告枠購入状況ページを生成し、そのWebページに、入力された広告枠の購入希望金額を記載し（S29）、広告枠購入状況ページのURLを広告主システムに通知する（S30）。

【 0 0 5 8 】

その後、図7に示すように、サーバ9は、広告枠購入用ページに他の広告主システムから広告枠の購入希望金額が入力されて（S31でYES）、その購入希望金額が過去に入力された購入希望金額のうち最も高いときは（S32でYES）、その購入希望金額を広告枠購入状況ページ上に更新する（S33）。

30

【 0 0 5 9 】

サーバ9は、広告枠の購入要求の受付期間が終了したら（S34でYES）、その受付期間で入力された最高額の購入希望金額を実際の広告枠価格として、その広告枠価格と、コンテンツの購入申込の受付期間終了時点におけるコンテンツの提供価格とを記載した電子メールを、コンテンツ制作会社システム7、コンテンツの購入申込をしたローカルTV局のローカルTV局システム3、及び、最高額の購入希望金額を入力した広告主の広告主システム5に送信する（S35～S38）。送信した電子メールに記載した提供価格で、広告枠が付加されたコンテンツが、購入申込をした全てのローカルTV局に一斉に販売される。

40

【 0 0 6 0 】

以上、上述した実施形態によれば、一つのコンテンツについて複数のローカルTV局から購入申込を受け付け、所定期間終了後に、それら複数のローカルTV局にコンテンツを一斉に販売することができる。これにより、複数のローカルTV局が共同して一つのコンテンツを購入することとなるので、コンテンツの実際の提供価格を、コンテンツ制作会社が希望する提供価格よりも安くすることができる。

【 0 0 6 1 】

また、上述した実施形態によれば、広告主は、自身が希望する条件にマッチしたコンテン

50

ツの情報を受取ることができ、その受取ったコンテンツの情報を参考に、広告枠を購入することができる。これにより、広告主は、販売対象のコンテンツに関する情報を販売前に知ることができ、その内容に応じて広告枠を購入するか否かを決められるので、コンテンツのターゲット視聴者層とCMコンテンツのターゲット視聴者層とが異なる等のミス回避を回避することができ、効果的に広告活動を展開することができる。

【0062】

また、上述した実施形態によれば、コンテンツ制作会社は、コンテンツ制作会社システム7を用いてコンテンツ情報をサーバ9に入力しさえすれば、一方、ローカルTV局は、ローカルTV局システム3を用いてローカルTV局希望条件をサーバ9に入力しさえすれば、販売対象であるコンテンツに関する情報の案内が自動的に行なわれる。それにより、コンテンツの再利用を比較的円滑に行うことができるようになる。

10

【0063】

また、上述した実施形態によれば、サーバ9が、一つのコンテンツに対して広告枠を設定し、広告枠付きでコンテンツを販売するようにする。これにより、コンテンツが上記のように複数のローカルTV局に購入された場合は、そのコンテンツに付加された広告枠におけるCMコンテンツは複数の地方で放送されるので、そのCMコンテンツの視聴者数は従来よりも多くなる。このため、ローカルTV局に広告主が付きやすくなる。

【0064】

以上、本発明の好適な実施形態を説明したが、これは本発明の説明のための例示であって、本発明の範囲をこの実施形態にのみ限定する趣旨ではない。本発明は、他の種々の形態でも実施することが可能である。

20

【0065】

例えば、第1の別の実施形態では、サーバ9が、コンテンツの購入を希望するローカルTV局のコンピュータシステム3から、購入希望するコンテンツに広告枠の付加を認めるか否かの選択を受け付け、その選択の結果に応じて、コンテンツの提供価格及び広告枠価格を更新し、コンテンツを販売するようにしても良い。具体的には、例えば以下に記載する式で、サーバ9は、コンテンツの提供価格及び広告枠価格をそれぞれ更新する。

【0066】

(1) 広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込の数が1以下である場合。

【0067】

この場合、サーバ9は、広告枠の付加を認めるローカルTV局に提示するコンテンツの提供価格を、次の式

コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格 - 最初に設定した広告枠価格... (1)

を用いて算出し、広告枠価格を、次の式

広告枠価格 = 最初に設定した広告枠価格... (2)

を用いて算出する。

【0068】

(2) 広告枠の付加を認めないローカルTV局からの購入申込の数が1以下である場合。

【0069】

この場合、サーバ9は、広告枠の付加を認めないローカルTV局に提示するコンテンツの提供価格を、次の式

コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格... (3)

を用いて算出する(広告枠の付加が認められないので、広告枠価格は算出されない)。

【0070】

(3) 広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込の数が2以上である場合。

【0071】

この場合、サーバ9は、広告枠の付加を認めるローカルTV局に提示するコンテンツの提供価格を、次の式

コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格 × コンテンツ割引率 - 最初に設定した広告枠価格 × 広告割引率... (4)

50

を用いて算出し、広告枠価格を、次の式

広告枠価格 = 最初に設定した広告枠価格 × 広告割引率 × 広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込数... (5)

を用いて算出する。

【0072】

(4) 広告枠の付加を認めないローカルTV局からの購入申込の数が2以上である場合。

【0073】

この場合、サーバ9は、広告枠の付加を認めないローカルTV局に提示するコンテンツの提供価格を、

コンテンツの提供価格 = コンテンツの希望提供価格 × コンテンツ割引率... (6)

を用いて算出する(広告枠の付加が認められないので、広告枠価格は算出されない)。

【0074】

この第1の別の実施形態を、図8を参照して具体的に説明する。

【0075】

図8に示すように、この第1の別の実施形態において、例えば、コンテンツ制作会社システム7が、コンテンツ希望提供価格を「100」、コンテンツ割引率を「購入申込数が2つのとき「0.8」、3つのとき「0.6」、...」のように設定したとする。そして、サーバ9が、広告枠価格を、「コンテンツ希望提供価格 広告枠価格」という上記関係を満たす価格、例えば「20」とし、広告割引率を、「コンテンツ割引率 広告枠割引率」という上記関係を満たす率、例えば、「購入申込数が2つのとき「0.8」、3つのとき「0.6」、...」のように設定したとする。

【0076】

この場合において、広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込の数が1である場合、図8に示すように、広告枠システム5に提示される広告枠価格は、上記(2)式により、最初に設定された広告枠価格「20」であり、コンテンツの提供価格(つまりローカルTV局が支払う購入価格)は、上記(1)式により、 $100 - 20 = 80$ となる。

【0077】

また、広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込の数が2以上、例えば2である場合、図8に示すように、提示される広告枠価格は、上記(5)式により、 $20 \times 0.8 \times 2 = 32$ であり、コンテンツ提供価格は、上記(4)式により、 $100 \times 0.8 - 20 \times 0.8 = 64$ となる。また、購入申込数が3である場合、図8に示すように、提示される広告枠価格は、上記(5)式により、 $20 \times 0.6 \times 3 = 36$ であり、コンテンツ提供価格は、上記(4)式により、 $100 \times 0.6 - 20 \times 0.6 = 48$ となる。

【0078】

一方、広告枠の付加を認めないローカルTV局からの購入申込の数が1である場合は、コンテンツの提供価格は、上記(3)により、値下げなしの100のままである。

【0079】

また、広告枠の付加を認めないローカルTV局からの購入申込の数が2以上、例えば2である場合、図8に示すように、コンテンツ提供価格は、上記(6)式により、 $100 \times 0.8 = 80$ となる。また、購入申込数が3である場合、図8に示すように、コンテンツ提供価格は、 $100 \times 0.6 = 60$ となる。

【0080】

また、特に図示しないが、広告枠の付加を認めるローカルTV局と広告枠の付加を認めないローカルTV局の両タイプのローカルTV局から購入申込があった場合は、所定の方法で、提示される広告枠価格及びコンテンツ提供価格が決定される。例えば、購入申込の数が3つであって、その内訳として、広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込の数が2、広告枠の付加を認めないローカルTV局からの購入申込が1である場合、提示される広告枠価格及びコンテンツ提供価格は以下ようになる。すなわち、提示される広告枠価格は、購入申込数は3つであっても広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込数が2つなので、 $20 \times 0.8 \times 2 = 32$ となる。また、この観点から、コンテン

10

20

30

40

50

ツ提供価格であって、広告枠の付加を認める各ローカルTV局へのコンテンツ提供価格は、 $100 \times 0.6 - 20 \times 0.8 = 54$ になり、広告枠の付加を認めないローカルTV局へのコンテンツ提供価格は、 $100 \times 0.6 = 60$ になる。

【0081】

なお、コンテンツ希望提供価格及びコンテンツ割引率が上記設定のときに、いわゆるオークション形式で広告枠価格を決定する場合、コンテンツ提供価格は、例えば、「コンテンツ提供価格 = 「コンテンツ希望提供価格 × コンテンツ割引率 - オークションにより決定した広告枠価格 ÷ 広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込数」という式によって算出される。例えば、オークションにより決定した広告枠価格が「50」であり、広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込数が2である場合は、コンテンツ提供価格は、 $100 \times 0.8 - 50 \div 2 = 55$ になり、広告枠の付加を認めるローカルTV局からの購入申込数が3である場合は、コンテンツ提供価格は、 $100 \times 0.6 - 50 \div 3 = 43$ になる。

10

【0082】

ところで、上記実施形態及びこの第1の別の実施形態では、コンテンツが販売されることによって得られるコンテンツ制作会社の収入が、コンテンツ希望提供価格を大幅に上回ったり、最終的な広告枠価格が、オークション等により最初に設定された広告枠価格を大幅に上回ったりすることがあり得る。この場合、サーバ9は、コンテンツ希望提供価格と実際の収入との差額（以下、コンテンツ価格差額）や、最終的な広告枠価格と最初に設定された広告枠価格との差額（以下、広告枠価格差額）を、所定の方法で対処する。例えば、サーバ9は、コンテンツ価格差額については、コンテンツ制作会社がその全額を取得するように処理する、或いは、その一部をコンテンツ提供価格の値下げに利用し、広告枠価格差額については、その全額をコンテンツ提供価格の値下げに利用する、或いは、その一部を広告主に還元するように処理する。

20

【0083】

第2の別の実施形態では、サーバ9は、ローカルTV局から購入申込を所定の数以上受取ったときに、コンテンツ制作会社に正式なコンテンツ購入申込をするための処理を実行するようにし、購入申込を上記所定の数以上受けなかったときは、上記の処理を行わないで、購入申込が所定数以上集まらなかった旨を、コンテンツ制作会社システム7に通知する。

30

【0084】

また、第3の別の実施形態では、サーバ9は、コンテンツ割引率、広告枠価格及び広告割引率を基にコンテンツ提供価格を値下げしたときは、ローカルTV局用ディレトリ15内を参照する。もし、コンテンツ提供価格を値下げすることによって、検索ヒットしたローカルTV局希望条件が新たに見つかったときは、サーバ9は、その旨を、そのローカルTV局希望条件の提供元のローカルTV局システムに通知して、購入するか否かの回答を受け付ける。購入する旨の回答を受けたときは、サーバ9は、広告枠価格及びコンテンツ提供価格を更新して、更新した広告枠価格及びコンテンツ提供価格を、所定のコンピュータシステム3, 5, 7に通知する。

【0085】

また、第4の別の実施形態では、1つのコンテンツについて広告主を複数つけて、より一層、コンテンツの提供価格を安くすることが図れる。そのための具体的な方法の例としては、1つのコンテンツについて広告枠を複数設ける方法や、一つの広告枠に広告主を複数つけて、それら複数の広告主間で、広告の再生時間長などを取決める方法等がある。

40

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の一実施形態に係るシステムの全体構成を示すブロック図。

【図2】条件マッチコンテンツ情報ページを示す図。

【図3】ローカルTV局希望条件及び広告主希望条件が希望条件情報DB11に格納されるまでの流れを示す図。

【図4】サーバ9がコンテンツ情報を受けたときの流れを示す図。

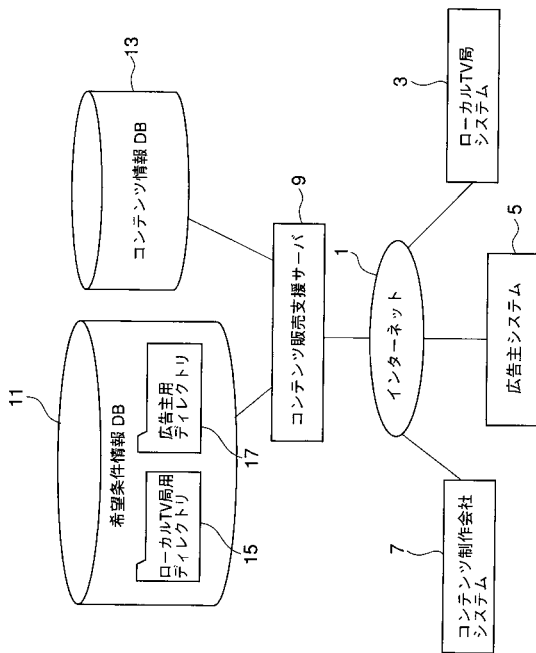
50

- 【図5】サーバ9がコンテンツ情報を受けたときの流れを示す図。
- 【図6】実際の広告枠価格が決定されるときの流れを示す図。
- 【図7】実際の広告枠価格が決定されるときの流れを示す図。
- 【図8】第1の別の実施形態を具体的に説明するための図。

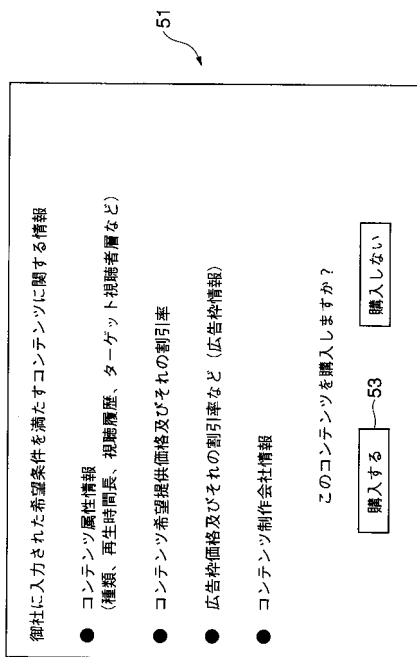
【符号の説明】

- 1 インターネット
- 3 ローカルTV局システム
- 5 広告主システム
- 7 コンテンツ制作会社システム
- 9 コンテンツ販売支援サーバ
- 11 データベース(希望条件情報DB)
- 13 データベース(コンテンツ情報DB)
- 15 ディレクトリ(ローカルTV局用ディレクトリ)
- 17 ディレクトリ(広告主用ディレクトリ)

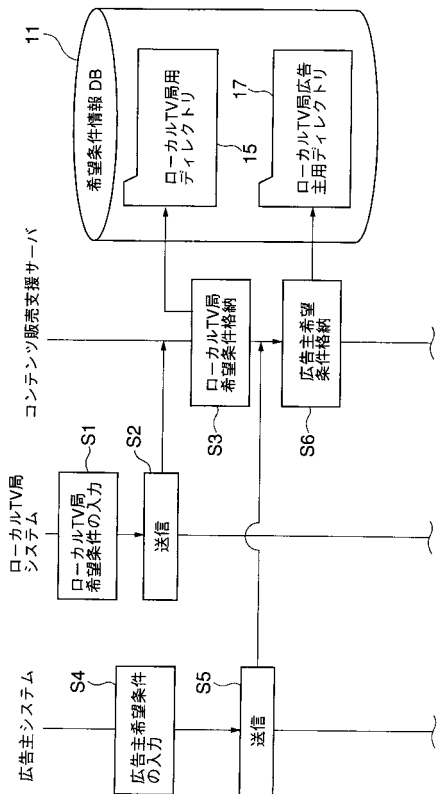
【図1】



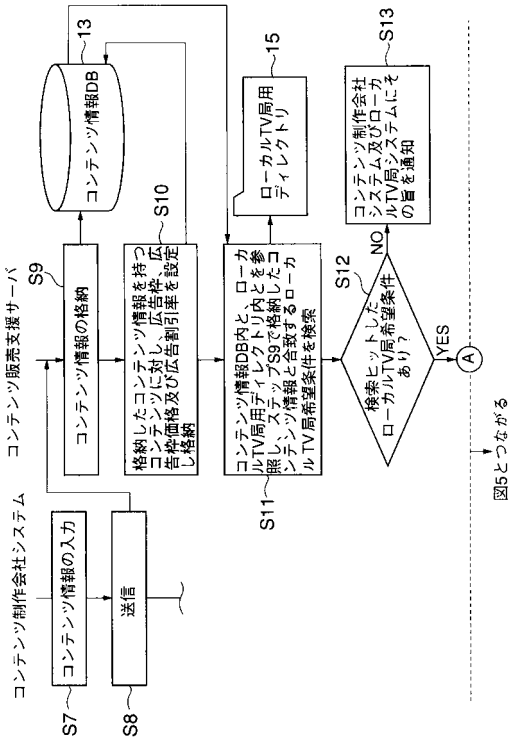
【図2】



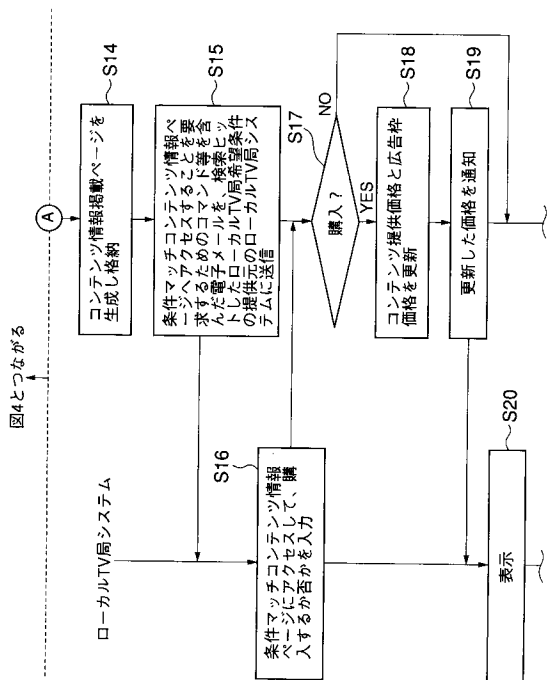
【 図 3 】



【 図 4 】



【 図 5 】



【 図 6 】

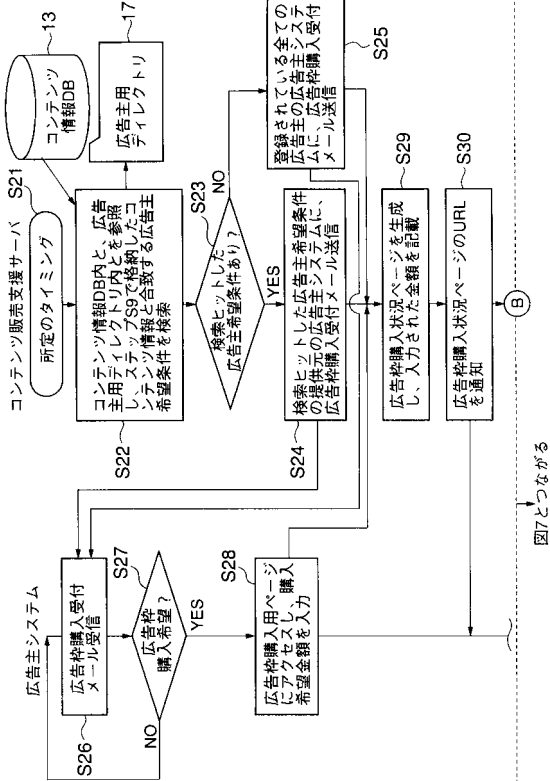
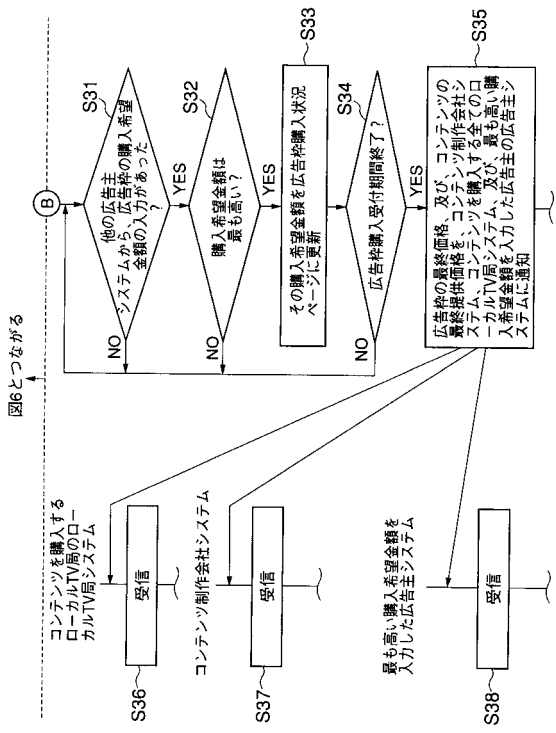


図4とつながる

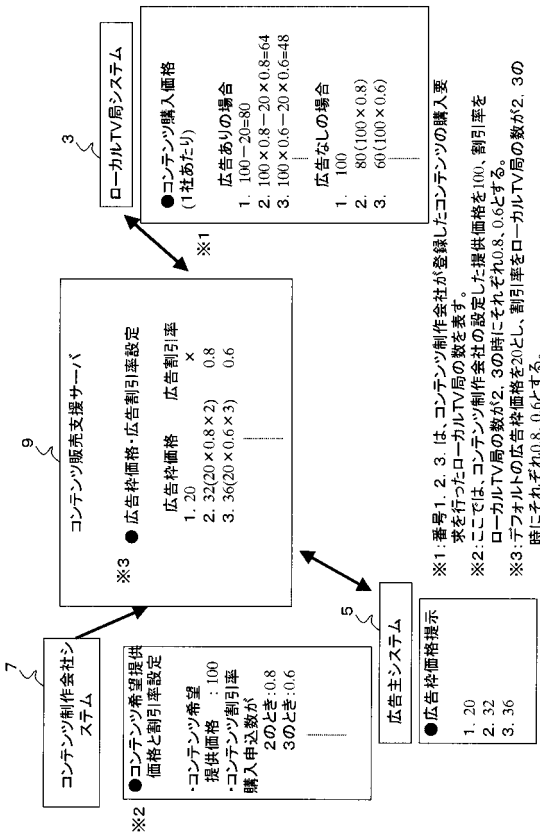
図5とつながる

図7とつながる

【 図 7 】



【 図 8 】



フロントページの続き

- (72)発明者 加藤 由香
東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ内
- (72)発明者 渡辺 啓之
東京都江東区豊洲三丁目3番3号 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ内

審査官 川崎 優

- (56)参考文献 m-commerceの胎動(急速に立ち上がるモバイルEC市場), Mobile Media Magazine, 株式会社シーメディア, 2000年12月13日, 第9巻第1号, 16-23頁
2. 共同購入, インターネットビジネス白書, ソフトバンクパブリッシング株式会社, 2000年12月1日, 66頁

(58)調査した分野(Int.Cl., D B名)

G06Q 10/00-50/00
H04N 7/16-173
G06F 17/30
H04H 20/00-60/98