

(19)日本国特許庁(JP)

(12)特許公報(B1)

(11)特許番号
特許第7389513号
(P7389513)

(45)発行日 令和5年11月30日(2023.11.30)

(24)登録日 令和5年11月21日(2023.11.21)

(51)国際特許分類 F I
G 0 6 Q 30/0241(2023.01) G 0 6 Q 30/0241 4 4 6

請求項の数 10 (全21頁)

<p>(21)出願番号 特願2022-108372(P2022-108372)</p> <p>(22)出願日 令和4年7月5日(2022.7.5)</p> <p>審査請求日 令和4年7月25日(2022.7.25)</p> <p>審査番号 不服2022-20108(P2022-20108/J1)</p> <p>審判請求日 令和4年12月12日(2022.12.12)</p> <p>特許権者において、権利譲渡・実施許諾の用意がある。 早期審査対象出願</p>	<p>(73)特許権者 519091041 J P G A M E S 株式会社 東京都千代田区九段北一丁目14番16号</p> <p>(74)代理人 100125092 弁理士 佐藤 玲太郎</p> <p>(74)代理人 100144048 弁理士 坂本 智弘</p> <p>(72)発明者 田畑 端 東京都千代田区九段北1丁目14番16号 J P G A M E S 株式会社内</p> <p>合議体 審判長 岩間 直純 審判官 山内 裕史 審判官 富澤 哲生</p>
--	--

最終頁に続く

(54)【発明の名称】 広告システム、広告方法、広告プログラム

(57)【特許請求の範囲】

【請求項1】

メタバース空間における広告システムであって、
制御部を含むサーバ装置と、
前記サーバ装置とネットワークを介して通信可能に接続される少なくとも1つの端末装置と、を備え、
前記制御部は、
前記メタバース空間に係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する広告表示部と、
広告表示が特定のものに偏りが生じないように、1つの広告対象に係る広告が所定回数以上となると他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、又は、当該広告に対する消費者側のユーザが広告主の店舗を訪れる人数や回数に応じて他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、複数の広告間において平等な広告表示量を提供する広告自動切換え部と、
企業、団体、商品及びサービスの少なくとも1つを広告対象とし、前記広告対象であるアバターアイテムの対応付け状態の変化履歴と、広告主側のユーザ情報とに基づいて、アバターアイテムに対応付けるアイテム価値情報及びアイテム属性情報の少なくとも一方に関して、市場における市場流通量の多い汎用品であるか又は希少性の高い貴重品であるかを考慮して、広告アバターを作成又は更新するアバター広告部と、を備え、
前記広告アバターは、

10

20

前記広告対象の化身であり、前記一般広告としての看板の外観を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成された前記消費者側のユーザに係るユーザアバターとの間で、テキストベースのチャットを動作させるテキストチャット機能及び音声ベースのチャットを動作させる音声会話機能を含むコミュニケーションシステムを通じて、自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作し、

また、性別、年齢及びリピータか否かの少なくとも1つを含む、前記店舗に来店した又は来店しようとしている前記ユーザアバターの属性とに基づいて、前記ユーザアバターが見ている前で、前記アバター広告部によって、宣伝効果が高いと判断される容姿として前記広告対象の着ぐるみに変身したり、又は、複数の異なる容姿に分身したりする動作をし、

10

さらにまた、前記アバター広告部によって、前記店舗を訪れる前記ユーザアバターの言語、民族に対応して各別の態様で登場したり、又は、前記ユーザアバターが多数同時に前記店舗を訪れた際にはその対応として多数同時に登場したりする動作をし、

前記広告アバターと前記ユーザアバターは、前記消費者側のユーザのフレンドリストを管理するフレンドリスト機能を含むグループ管理システムを通じて、前記広告対象に係る前記広告主側と前記消費者側という関係が前記メタバース空間内でフレンドとして取り扱われる、広告システム。

【請求項2】

前記メタバース空間に係る様々な画面は、前記メタバース空間を前記消費者側のユーザの端末装置にダウンロードする間のロード画面を含む、請求項1に記載の広告システム。

20

【請求項3】

前記広告アバターと前記ユーザアバターは、各アバターが所有するアイテムを管理するアイテム管理機能及びアバター同士がアイテムを交換する交換機能を含む第2のアバターシステムを通じて、互いにフレンドとして、前記広告アバターは色合い、デザイン、機能性、装飾性、付属品の有無の少なくとも1つを含む前記広告対象のアイテム属性に応じて、前記ユーザアバターは性別、年齢、リピータか否かの少なくとも1つを含む前記ユーザアバターの属性に応じて、前記広告アバターと前記ユーザアバターは、前記広告対象について共に体験イベントをし、前記体験イベントを通じたフレンドとしての会話は、前記コミュニケーションシステムを通じて、身構えることなく自然になされたものとして収集される、請求項1に記載の広告システム。

30

【請求項4】

前記ユーザアバターは、各種イベントの作成を行うイベントエディタ機能を含むRPGシステムを通じて、フレンドとなった前記広告アバターとともに、冒険イベントに参加し、互いに助け合いながら、所定の成果を挙げることにより、ギフトオブジェクトを付与されたり、前記広告アバターに対応する商品を購入する際には割引して販売されたりする、請求項1に記載の広告システム。

【請求項5】

前記広告アバターは、前記ユーザアバターに係るユーザ識別情報であって、前記ユーザアバターが過去に特定の分野の前記広告対象に対応する広告アバターと所定回数以上のコンタクトがあったか否かについての前記ユーザ識別情報を参照して、コンタクト済みの広告主の新たな広告対象に対応する広告アバターとして、又は、まだコンタクトしたことのない他の広告主の広告対象に対応する広告アバターとして、画面に登場する、請求項1に記載の広告システム。

40

【請求項6】

前記広告アバターは、同一の広告対象に対応して複数作成される、請求項1に記載の広告システム。

【請求項7】

前記広告アバターは、対応する広告対象に希少価値がある場合、レアリティが高いキャラクターとして出現頻度を絞ることにより、自ら登場することがなく、画面の中に潜んでいる当該広告アバターをそれとのコンタクトを欲する前記ユーザアバターから探索され発

50

見された後に登場する、請求項 1 に記載の広告システム。

【請求項 8】

前記広告アバターは、前記広告対象のイメージキャラクターを適用して作成される、請求項 1 に記載の広告システム。

【請求項 9】

メタバース空間における広告システムにより実行される広告方法であって、
前記広告システムは、
制御部を含むサーバ装置と、
前記サーバ装置とネットワークを介して通信可能に接続される少なくとも 1 つの端末装置と、を備え、
前記制御部に、
前記メタバース空間に係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する広告表示ステップと、

広告表示が特定のものに偏りが生じないように、1 つの広告対象に係る広告が所定回数以上となると他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、又は、当該広告に対する消費者側のユーザが広告主の店舗を訪れる人数や回数に応じて他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、複数の広告間において平等な広告表示量を提供する広告自動切換えステップと、

企業、団体、商品及びサービスの少なくとも 1 つを広告対象とし、前記広告対象であるアバターアイテムの対応付け状態の変化履歴と、広告主側のユーザ情報とに基づいて、アバターアイテムに対応付けるアイテム価値情報及びアイテム属性情報の少なくとも一方に関して、市場における市場流通量の多い汎用品であるか又は希少性の高い貴重品であるかを考慮して、広告アバターを作成又は更新するアバター広告ステップと、を実行させ、

前記広告アバターは、

前記広告対象の化身であり、前記一般広告としての看板の外観を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成された前記消費者側のユーザに係るユーザアバターとの間で、テキストベースのチャットを動作させるテキストチャット機能及び音声ベースのチャットを動作させる音声会話機能を含むコミュニケーションシステムを通じて、自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作し、

また、性別、年齢及びリピータか否かの少なくとも 1 つを含む、前記店舗に来店した又は来店しようとしている前記ユーザアバターの属性とに基づいて、前記ユーザアバターが見ている前で、前記アバター広告ステップによって、宣伝効果が高いと判断される容姿として前記広告対象の着ぐるみに変身したり、又は、複数の異なる容姿に分身したりする動作をし、

さらにまた、前記アバター広告ステップによって、前記店舗を訪れる前記ユーザアバターの言語、民族に対応して各別の態様で登場したり、又は、前記ユーザアバターが多数同時に前記店舗を訪れた際にはその対応として多数同時に登場したりする動作をし、

前記広告アバターと前記ユーザアバターは、前記消費者側のユーザのフレンドリストを管理するフレンドリスト機能を含むグループ管理システムを通じて、前記広告対象に係る前記広告主側と前記消費者側という関係が前記メタバース空間内でフレンドとして取り扱われる、広告方法。

【請求項 10】

メタバース空間における広告システムを実行する広告プログラムであって、
前記広告システムは、
制御部を含むサーバ装置と、
前記サーバ装置とネットワークを介して通信可能に接続される少なくとも 1 つの端末装置と、を備え、
前記制御部に、
前記メタバース空間に係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する広告表示機能と、

10

20

30

40

50

広告表示が特定のものに偏りが生じないように、1つの広告対象に係る広告が所定回数以上となると他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、又は、当該広告に対する消費者側のユーザが広告主の店舗を訪れる人数や回数に応じて他の広告対象に係る広告に切り替えることにより、複数の広告間において平等な広告表示量を提供する広告自動切換え機能と、

企業、団体、商品及びサービスの少なくとも1つを広告対象とし、前記広告対象であるアバターアイテムの対応付け状態の変化履歴と、広告主側のユーザ情報とに基づいて、アバターアイテムに対応付けるアイテム価値情報及びアイテム属性情報の少なくとも一方に関して、市場における市場流通量の多い汎用品であるか又は希少性の高い貴重品であるかを考慮して、広告アバターを作成又は更新するアバター広告機能と、を実行させ、

10

前記広告アバターは、

前記広告対象の化身であり、前記一般広告としての看板の外観を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成された前記消費者側のユーザに係るユーザアバターとの間で、テキストベースのチャットを動作させるテキストチャット機能及び音声ベースのチャットを動作させる音声会話機能を含むコミュニケーションシステムを通じて、自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作し、

また、性別、年齢及びリピータか否かの少なくとも1つを含む、前記店舗に来店した又は来店しようとしている前記ユーザアバターの属性とに基づいて、前記ユーザアバターが見ている前で、前記アバター広告機能によって、宣伝効果が高いと判断される容姿として前記広告対象の着ぐるみに変身したり、又は、複数の異なる容姿に分身したりする動作をし、

20

さらにまた、前記アバター広告機能によって、前記店舗を訪れる前記ユーザアバターの言語、民族に対応して各別の態様で登場したり、又は、前記ユーザアバターが多数同時に前記店舗を訪れた際にはその対応として多数同時に登場したりする動作をし、

前記広告アバターと前記ユーザアバターは、前記消費者側のユーザのフレンドリストを管理するフレンドリスト機能を含むグループ管理システムを通じて、前記広告対象に係る前記広告主側と前記消費者側という関係が前記メタバース空間内でフレンドとして取り扱われる、広告プログラム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

30

【0001】

本開示は、広告システム、広告方法、広告プログラムに関する。

【背景技術】

【0002】

メタバース空間内における広告アバターシステムに関し、さまざまなアバターサービス提供事業者に対して、広告主が占有している各社の広告キャラクターなどを広告アバターとして利用できるようにし、ユーザが広告アバターを選択し、各アバターサービス内で多くの他のユーザに、広告情報伝達手段として機能するように積極的に操作する広告アバターとして従事させることにより、アバターを広告媒体として効果的に活用することを可能にする技術が知られている（例えば、特許文献1参照）。

40

【先行技術文献】

【特許文献】

【0003】

【文献】特開2012-027672号公報

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0004】

しかしながら、上記の従来技術では、メタバース空間内の広告対象のアイテムに対応付けられている情報が、購入を検討するユーザにとって不十分であり、取引の活性化を促進することが難しい。

50

【 0 0 0 5 】

そこで、本発明は、会社、団体、商品又はサービス等を、あたかも生きているような存在（アバター）として表現し、抵抗感のない広告を行うことを目的とする。

【課題を解決するための手段】

【 0 0 0 6 】

本発明に係る1つの観点は、メタバース空間における広告システムであって、前記メタバース空間に係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する広告表示部と、複数の広告間において、平等な広告表示量を提供する広告自動切換え部と、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも1つを広告対象とする広告アバターを作成するアバター広告部とを備え、前記広告アバターは、前記一般広告を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成されたユーザアバターとの間で自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作する。

10

【発明の効果】

【 0 0 0 7 】

本発明によれば、会社、団体、商品又はサービス等を、あたかも生きているような存在（アバター）として表現し、抵抗感のない広告を行うことができる。

【図面の簡単な説明】

【 0 0 0 8 】

【図1 a】本実施形態に係る広告システムのブロック図（その1）である。

【図1 b】本実施形態に係る広告システムのブロック図（その2）である。

【図1 c】本実施形態に係る広告システムのブロック図（その3）である。

20

【図2】広告システムの機能の概要を示す図である。

【図3】メタバース空間の画面に表示された広告システムの一例を示す図である。

【図4】図3の中の広告アバターを拡大して示す図である。

【図5】図1 bのサーバ装置の機能を示す概略的なブロック図である。

【図6】関連するシステムとしてのアバターシステム [I] の機能の概要を示す図である。

【図7】関連するシステムとしてのアバターシステム [I I] の機能の概要を示す図である。

【図8】関連するシステムとしてのコミュニケーションシステムの機能の概要を示す図である。

【図9】関連するシステムとしてのグループ管理システムの機能の概要を示す図である。

30

【図10】関連するシステムとしてのRPGシステムの機能の概要を示す図である。

【図11】関連するシステムとしてのホストシステムの機能の概要を示す図である。

【図12】関連するシステムとしてのサプライヤーシステムの機能の概要を示す図である。

【図13】関連するシステムとしてのマジックパスポートの機能の概要を示す図である。

【発明を実施するための形態】

【 0 0 0 9 】

以下、添付図面を参照しながら実施形態について詳細に説明する。なお、添付図面では、見やすさのために、複数存在する同一属性の部位には、一部のみしか参照符号が付されていない場合がある。また、図示されているそれぞれの構成要素の数は、例示的に示しているものであり、各構成要素の属性により、図示されている1つの構成要素を複数の構成要素で構成したり、図示されている複数の構成要素を1つの構成要素で構成したりしてもよい。

40

【 0 0 1 0 】

（広告システムの構成例）

本実施形態における広告システム1の構成について、説明する。

【 0 0 1 1 】

図1 aは、本実施形態における広告システム1の構成の一例を示すブロック図（その1）である。図1 aに示すように、広告システム1は、サーバ装置10と、端末装置20とを備えており、サーバ装置10と端末装置20は、互いに、ネットワーク30を介して通信可能に接続している。なお、図1 aにおいて、サーバ装置10を1つ、端末装置20を

50

2つ、それぞれ図示しているが、広告システム1は、その具体的な用途において、必要に応じ、複数のサーバ装置10、1つ又は3つ以上の端末装置20を備えてもよい。

【0012】

図1bは、サーバ装置10の構成の一例を示すブロック図(その2)である。図1bに示すように、サーバ装置10は、通信部11と、制御部12と、記憶部13とを備える。通信部11は、ネットワーク30を介して、外部装置である端末装置20とデータの送受信を行う。ネットワーク30の態様は特に限定されないが、その態様がインターネットである場合には、通信部11は、インターネットに接続する機能を有する。

【0013】

制御部12は、各種の情報処理を実行するものであり、CPU(Central Processing Unit)及びメモリを有する。CPUがメモリを用いて、サーバ装置10に記憶される情報処理プログラムを実行することによって、各種の情報処理が実行される。記憶部13は、サーバ装置10において保存される各種のデータを記憶する。各種のデータの主な例としては、ユーザに関するユーザ情報、登録された広告に関する広告情報等が挙げられる。なお、サーバ装置10に記憶されるユーザ情報及び広告情報等の一部は、サーバ管理者によって手動で入力されることもありうる。そのため、サーバ装置10は、サーバ管理者が入力を行うためのユーザインターフェースとして、入力部及び出力部(表示部)を備えていてもよい。

【0014】

ここで、本実施形態においては、サーバ装置10を1つの一体的な構成として説明するが、サーバ装置10は、既述のとおり、機能及び/又は役割に応じて役割分担した複数のサーバ装置10群であってもよい。例えば、サーバ装置10は、広告を記憶するデータサーバと、ネットワークサービスを提供するサービスサーバとを各別を含む構成であってもよいし、ネットワークサービスの一環として商品等(「商品等」とは、商品の他に、サービス<役務>を含む意味である。以下同様。)を提供するサービスを行う場合、商品等の提供と課金とを行うショップサーバを別を含む構成であってもよい。

【0015】

図1cは、端末装置20の構成の一例を示すブロック図(その3)である。図1cに示すように、端末装置20は、通信部21と、制御部22と、記憶部23と、入力部24と、表示部25とを備える。通信部21は、ネットワーク30を介して、サーバ装置10とデータの送受信を行う。記述のとおり、ネットワーク30の態様は特に限定されないが、サーバ装置10の通信部11と同趣旨において、通信部21は、インターネットに接続する機能を有する。例えば、通信部21は、無線LANを介してインターネット通信を行う通信モジュールであってもよい。このほかにも、通信部21は、モバイル通信網を介して通信を行うものであってもよい。

【0016】

制御部22は、端末装置20において実行される各種の情報処理を実行するものであり、CPU及びメモリを有する。端末装置20においては、CPUがメモリを用いて、端末装置20に記憶された情報処理プログラムを実行することによって、各種の情報処理が実行される。なお、本実施形態においては、端末装置20は、後述するメニュー画像等を表示するためのシステムプログラムと、メタバース空間MVにおける広告システム1に参加するためのアプリケーションプログラムである広告アプリケーションとを記憶している。このほかにも、端末装置20には、後述する地図表示プログラムやゲームプログラム等、その他のアプリケーションプログラムが記憶されていてもよい。制御部22のCPUは、これらの各種プログラムを実行する。

【0017】

記憶部23は、端末装置20において用いられる各種のデータを記憶する。本実施形態においては、サーバ装置10から受信した広告のデータ、及び、後述する位置履歴情報のデータ等を記憶する。

【0018】

10

20

30

40

50

入力部 24 は、ユーザによる入力を受け付けるものであり、タッチパネル、ボタン、スティック等の任意の入力装置である。表示部 25 は、処理された各種の情報が出力されるものであり、液晶のディスプレイは、入力部 24 と共用のものであってもよい。

【0019】

なお、図 1c では図示していないが、以上のほかに、端末装置 20 は、自機の位置に関する位置情報を検出する位置検出部を備えてもよい。位置検出部の態様は特に限定されないが、例えば、位置検出部は、GNSS (Global Navigation Satellite System) を用いて位置情報を検出してよい。この場合、位置検出部は、いわゆる GNSS センサーであり、例えば、GPS (Global Positioning System) センサーなどである。このほかにも、ビーコンを用いての位置検出、携帯電話基地局からの電波や無線アクセスポイントからの電波に基づいての位置検出、加速度センサー等によって端末装置 20 の動きを検出しての位置検出 (算出)、カメラによって撮像される画像に基づいての位置検出、マイクによって検出される周囲の音に基づいての位置検出、端末装置 20 とは異なる他の装置からの情報の取得に基づいての位置検出などでもよい。

10

【0020】

詳しくは後述するが、以上の構成において、サーバ装置 10 は、広告コンテンツ (以下、「広告」という。) を記憶し、端末装置 20 に広告を提供する。広告には、メタバース空間 MV に係る画面に表示されるものであり、看板などの一般広告のほか、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも 1 つを広告対象とするアバター広告が含まれる。広告は、画像及び / 又は音を含むコンテンツであり、3次元の動画によって提供されるが、ユーザの嗜好性、端末装置 20 の仕様や利用時の状況などに応じて、静止画であってもよいし、音のみのコンテンツであってもよい。

20

【0021】

端末装置 20 は、ネットワークサービスに参加するユーザが有する情報処理装置である。本実施形態においては、端末装置 20 は、ネットワークサービスを利用することが可能な端末装置であればよく、例えば、携帯電話、スマートフォン、タブレット端末、PC (パーソナルコンピュータ)、VR (仮想現実) デバイス、ゲームコンソール等といった情報処理端末を用いることができる。また、端末装置 20 は、いわゆる多機能端末であって、一般的な多機能デバイスが有する各種の機能 (入力機能、出力 (表示) 機能、情報処理機能、ネットワーク通信機能、通話機能、カメラ機能等) のうちのいくつかを有している。これらの機能を活用して、端末装置 20 は、サーバ装置 10 から広告を受信し、受信した広告を再生する。

30

【0022】

(メタバース空間)

広告システム 1 は、サーバ装置 10、端末装置 20 によって形成されるメタバース空間 MV の中に構築されるが、メタバース空間 MV の一例について、説明する。

【0023】

メタバース空間 MV とは、コンピュータやコンピュータネットワークの中に構築された、3次元の仮想空間やそのサービスを指すが、本実施形態においては、メタバース空間 MV は、次のようにして形成される。すなわち、メタバース空間 MV の形成は、主に、ゲームの分野において進展してきたが、本実施形態に係るメタバース空間 MV は、このゲームの世界で形成されてきたメタバース空間 MV から、ゲームのルールを取り除いたものである。そして、残ったサイバー空間をメタバース空間 MV として活用する。この残ったサイバー空間としてのメタバース空間 MV は、具体的には、キャラクター (アバター)、世界 (環境)、マルチプレイオンライン機能が主な要素となる。

40

【0024】

このようにして形成されたメタバース空間 MV は、空間性能としては、例えば、空間接続人数が数百万人、同時表示数がスマートフォンで 50 ~ 100 人程度、PC (パーソナルコンピュータ) で 100 人以上程度である。ただし、これらの規模は、クライアントの

50

処理に依存する。

【0025】

ユーザがメタバース空間MVに参加するための端末装置20は、前述のとおり、携帯電話、スマートフォン、タブレット端末、PC（パーソナルコンピュータ）、VR（仮想現実）デバイス、ゲームコンソール等であってよい。

【0026】

ユーザがメタバース空間MVに参加するためのアプリケーションは、ダウンロード版、クラウドストリーミング版、UE（アンリアルエンジン）などが使用されてよい。

【0027】

本実施形態に係る広告システム1は、このようなメタバース空間MVの中で単体として構築されてもよいし、他の関連するシステムと組み合わせて総合的なメタバースシステムの中のシステムとして構築されてもよい。また、メタバースシステムには、必要に応じて、各種の外部サービスと組み合わせてもよい。これらの他の関連するシステム及び外部サービスについては、項をあらためて、後記する。

10

【0028】

（広告システムの適用例）

図2から図4を参照して、本実施形態に係る広告システム1の適用例の概要について説明する。図2は、広告システム1の機能の概要を、図3は、メタバース空間MVの画面に表示された広告システム1の一例を、図4は、図3の中の広告アバターAD（AD2）を拡大して、それぞれ示している。

20

【0029】

広告システム1は、メタバース空間MVで広告を展開する機能を備えており、図2に示すように、メタバース空間MVに係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する機能群である広告表示機能151F、複数の広告間において、平等な広告表示量を提供する広告自動切換え機能152F、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも1つを広告対象とする広告アバターADを作成するアバター広告機能153Fを含んでよい。そして、広告アバターADは、一般広告を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成されたユーザアバターSUとの間で自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作する。なお、各機能は、後記するように、広告表示部151、広告自動切換え部152、アバター広告部153によって達成される。

30

【0030】

ここで、メタバース空間MVに係る様々な画面には、メタバース空間MVを表す画面はもちろんのこと、それ以外にも、例えば、メタバース空間MVをユーザの端末装置20にダウンロードする間のロード画面を含んでもよい。

【0031】

広告自動切換え機能152Fでは、一般広告又は広告アバターADがメタバース空間MVに係る様々な画面に表示された回数をカウントし、1つの広告対象に係る広告が所定回数以上となると他の広告対象に係る広告に切り替えるようにしてもよい。これにより、メタバース空間MV内の広告システム1が活性化され、多数のユーザに利用されやすいものとなる。

40

【0032】

図3及び図4は、メタバース空間MV内における広告システム1の一例を示している。図3に示す例では、メタバース空間MVのある街角において、ある企業の商品を取り扱う店舗が設けられており、各種の広告素材が描画されている。店舗の2階以上には一般広告として各種の看板広告が描画されている一方、店舗の玄関口及び左端の路上には広告アバターADが描画されている。玄関口の広告アバターAD1は、店舗の従業員又は店舗や当該企業の分身としての広告アバターであり、左端の路上の広告アバターAD2は、ある商品の化身としての広告アバターである。広告アバターAD1の前方には、当該店舗に関心を示しているユーザアバターSUが描画されている。広告アバターAD1、AD2及びユーザアバターSUは、メタバース空間MV内を基本的に自由に移動できる。

50

【 0 0 3 3 】

図 4 では、図 3 の広告アバター A D 2 を拡大して示している。広告アバター A D 2 は、自らが化身している商品について、そのすばらしさを宣伝している。ユーザアバター S U は、店舗や看板広告などの外観を見るだけでなく、特定の商品が化身した広告アバター A D 2 の宣伝に関心を惹かれることとなる。

【 0 0 3 4 】

なお、ここでは、広告アバター A D 1 , A D 2 を、擬人化して、人間の容姿をしたアバターとして描画しているが、描画にあたっては、人間の容姿に限る必要はない。例えば、企業の顔ともいべき広告アバター A D 1 は、当該企業のロゴを模したのものとしてもよいし、商品の広告アバター A D 2 は、例えば商品がワニ革のハンドバックであれば、企業イメージを損なわない範囲で、ワニを、ある程度リアルに、又は、デフォルメして、いわば着ぐるみのような容姿のものとして描画してもよい。さらには、当該企業に係る広告対象のイメージキャラクターがあれば、それを適用して広告アバター A D 1 , A D 2 に転用してもよい。また、来店した、又は、来店しようとしているユーザアバター S U の属性（例えば、性別、年齢、リピータか否かなど）に応じて、ユーザアバター S U が見ている前で、宣伝効果が高いと判断される容姿に変身させるようにしてもよいし、複数の異なる容姿に分身するようにしてもよい。このように、アバターは、多様な容姿（描画されたときの容姿）を有することができる。

【 0 0 3 5 】

このように広告システム 1 を構成することにより、アバター広告について、メタバース空間 M V の中で、企業、団体、商品又はサービスなど、本来、人格や形を持たない存在にボディ（アバター）と心を与えて宣伝をさせることができ、「宣伝用着ぐるみの超進化 D X 版」ともいべき広告システム 1 とすることができる。

【 0 0 3 6 】

あらためて整理すると、企業、団体、商品又はサービスなどの広告対象自らが広告アバターになって、自らを宣伝することにより、あたかも生きていくような温かみのある存在として抵抗感のない宣伝を行い、広告然としたものに比べて、ユーザアバター S U にとってコンタクトする敷居を下げることができる。換言すると、従来のネット広告、物理的広告などは、広告主側から消費者側に対する一方通行といえることができるが、アバター広告は、基本的に、広告主側と消費者側の間で双方向のコミュニケーションをとることができる。

【 0 0 3 7 】

さらに、広告システム 1 では、広告アバター A D とユーザアバター S U は、メタバース空間 M V 内でフレンドとして取り扱われることが好ましい。具体的な情報処理について詳しくは後記するが、広告アバター A D とユーザアバター S U との出会いは、両アバターが互いに新たにフレンドを作る行為として定義される。これにより、広告アバター A D とユーザアバター S U は、互いにフレンドとして、広告対象をそれぞれの特性に応じて共に体験をし、体験を通じたフレンドとしての会話は、身構えることなく自然に収集されたデータとして、広告対象の広告の効果測定、広告対象に対する消費性向に係る情報に転換されることになる。

【 0 0 3 8 】

広告システム 1 では、ユーザアバター S U が、フレンドとなった広告アバター A D とともに、冒険イベントに参加できるようにしてもよい。例えば、冒険イベントに両アバターが参加し、互いに助け合いながら、所定の成果を挙げることにより、ユーザアバター S U にギフトオブジェクトを付与したり、広告アバター A D（例えば、前述した商品の化身である広告アバター A D 2）に対応する商品を購入するユーザアバター S U には割引して販売したりするようにしてもよい。

【 0 0 3 9 】

広告システム 1 では、広告アバター A D は、ユーザアバター S U に係るユーザ識別情報を参照して画面に登場するようにしてもよい。例えば、広告システム 1 を訪れたユーザア

10

20

30

40

50

バター S U が過去に特定の分野の商品に対応する広告アバター A D と所定回数以上のコンタクトがある場合、コンタクト済みの企業の新商品に対応する広告アバター A D を自動的に登場させたり、まだコンタクトしたことのない他の企業の商品に対応する広告アバター A D を自動的に登場させたりするようにしてもよい。

【 0 0 4 0 】

広告システム 1 では、広告アバター A D は、同一の広告対象に対応して複数作成されるようにしてもよい。広告システム 1 は、世界各国のユーザバター S U が訪れることが可能であり、広告アバター A D は、24 時間、365 日、年中無休で登場することができる。そうすると、例えば、同一の広告対象に対応する広告アバター A D であっても、訪れるユーザバター S U の言語、民族に対応した各別の広告アバター A D が登場するようにしてもよい。もちろん、多数のユーザバター S U が同時に訪れた際の対応として、多数の広告アバター A D が同時に登場するようにしてもよい。

10

【 0 0 4 1 】

広告システム 1 では、広告アバター A D は、リアリティが高いキャラクターとして出現頻度を絞ることにより、ユーザバター S U から探索された後に登場するようにしてもよい。例えば、希少価値のある広告対象に対応する広告アバター A D は、通常状態では自ら登場することがなく、それとのコンタクトを欲するユーザバター S U が広告システム 1 の表示されている画面の中に潜んでいる当該広告アバター A D を探索し、発見した場合に画面上に登場するようにしてもよい。ユーザバター S U にとっては、お目当ての、又は、知る人ぞ知る広告対象を探し出す興味性を充足することができる。

20

【 0 0 4 2 】

(広告システムにおける処理)

次に、図 5 を参照して、上述した広告システム 1 に関連したサーバ装置 10 の機能的な処理について説明する。図 5 は、上述した広告システム 1 に関連したサーバ装置 10 の機能を示す概略的なブロック図である。

【 0 0 4 3 】

サーバ装置 10 は、図 5 に示すように、記憶部門として、アイテム情報記憶部 140 と、広告対象情報記憶部 142 と、ユーザ情報記憶部 144 と、アバター情報記憶部 146 とを含み、処置部門として、広告表示部 151 と、広告自動切換え部 152 と、アバター広告部 153 とを含む。

30

【 0 0 4 4 】

アイテム情報記憶部 140、広告対象情報記憶部 142、ユーザ情報記憶部 144、アバター情報記憶部 146 の各記憶部門は、図 1 b に示したサーバ装置 10 の記憶部 13 により実現できる。なお、アイテム情報記憶部 140 からアバター情報記憶部 146 の各記憶部門の設定は、説明の便宜を考慮して機能別に分類したものであり、同様の機能が動作するのであれば、一の記憶部内に記憶されるデータの一部又は全部が、他の記憶部内に記憶されてもよい。

【 0 0 4 5 】

広告表示部 151、広告自動切換え部 152、アバター広告部 153 の各処理部門は、図 1 b に示したサーバ装置 10 の制御部 12 が、適宜、記憶部 13 や通信部 11 と連携し、記憶部 13 内の 1 つ以上のプログラムを実行することで実現できる。各記憶部門と同様に、広告表示部 151 からアバター広告部 153 の各処理部門の設定は、説明の便宜を考慮して機能別に分類したものであり、同様の機能が動作するのであれば、一の処理部の機能の一部又は全部が、他の処理部により実現されてもよい。

40

【 0 0 4 6 】

各記憶部門について、説明する。アイテム情報記憶部 140 には、メタバース空間 M V 内で存在するすべての広告対象に係るアバターアイテムに関するアイテム情報が記憶される。アイテム情報は、アイテム I D ごとに、アイテム種別 I D 及び履歴情報を含んでよい。アイテム I D は、個々のアバターアイテムに付与される固有の識別子であり、アイテム種別 I D は、アバターアイテムの種別を表す固有の識別子である。例えば、アバターが人

50

間の化身であれば、性別、年齢（世代）、メガネ、靴、服装、髪型、装身具といった種別であってよい。履歴情報は、売買、モデルチェンジ等によって広告対象に変化があったときなどに、その変化をアバターアイテムに反映するための変更履歴に関する。

【 0 0 4 7 】

広告対象情報記憶部 1 4 2 には、広告システム 1 に広告対象として登録されている、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも 1 つに関する広告対象情報が記憶される。広告対象情報は、広告対象 ID ごとに、マーケット ID、広告主のユーザ ID、広告対象アイテム情報、及び販売情報を含んでよい。マーケット ID は、広告システム 1 においてマーケットが複数存在する場合などに備え、マーケットごとに付与される識別子である。マーケット ID には、メタバース空間 M V の中でのマーケットの位置情報等が対応付けられてよい。広告対象アイテム情報は、広告対象とされているアバターアイテムのアイテム ID や、アイテム種別 ID 等を含んでよい。販売情報は、販売日時や販売金額等の情報を含んでよい。

10

【 0 0 4 8 】

ユーザ情報記憶部 1 4 4 には、広告の対象となる消費者側の各ユーザに関するユーザ情報が記憶される。ユーザ情報は、ユーザ ID ごとに、ユーザ名、ユーザアバター ID、所持アイテム情報、ポイント数、及びユーザパラメータを含んでよく、さらに、ユーザのプロフィール（趣味や好み、活動内容等）を表すユーザプロフィール情報を含んでもよい。ユーザ情報は、広告システム 1 において、店舗を訪れたユーザアバター S U の消費性向として、アバター広告に反映されうるものであり、広告アバター A D とユーザアバター S U との間の双方向のやり取りに根差した広告、宣伝に資する。

20

【 0 0 4 9 】

ユーザ情報の細目については、次のとおりである。ユーザ ID は、ユーザ登録時に自動的に生成される ID、ユーザ名は、各ユーザが自身で広告システム 1 に登録した名前、ユーザアバター ID は、ユーザが利用するユーザアバター S U を表す ID である。ユーザアバター ID には、ユーザアバター S U を描画するためのアバター描画情報が対応付けられてよい。所持アイテム情報は、ユーザに対応付けられているアバターアイテムに関する各種情報であり、アバターアイテム ID ごとに、アイテム種別 ID、アイテム価値、アイテム属性、及び関心情報を含んでよい。

【 0 0 5 0 】

所持アイテムに係るアイテム価値は、ユーザアバター S U が所持しているアバターアイテムの価値であって、広告システム 1 で販売する際の価格に相関する価値としてもよい。アイテム属性は、アバターアイテムに対応付けられうる商品等の個性（例えば、色合い、デザイン、機能性、装飾性、付属品の有無など）を表してよい。関心情報は、対応するアバターアイテムに対する他のユーザの関心に関する情報である。

30

【 0 0 5 1 】

ポイント数は、アバターアイテムの売買で利用可能な所定ポイント（電子媒体の一例）の所持数を表す。所定ポイントは、メタバース空間 M V 内で利用可能な通貨の形態や、暗号資産の形態であってもよい。また、所定ポイントは、現実の通貨（例えば円やドル等）と交換可能であってよく、この場合の交換レートは適宜変動してよい。本実施形態では、広告システム 1 において、広告対象のアバターアイテムを売買することまでは含まないものとして想定されているが、ユーザアバター S U の所定ポイントの所持数、すなわち、所持金、考えている予算などの情報を広告システム 1 に反映させることにより、広告アバター A D がユーザアバター S U に紹介する商品等の選択に資する。

40

【 0 0 5 2 】

ユーザパラメータは、ユーザに対応付け可能な任意のパラメータであり、ユーザ属性、活動情報、賞獲得履歴、及びフォロワー数を含んでよい。ユーザパラメータは、これらの事項及びその内容に限定されるものではなく、ユーザの人気度（広告システム 1 あるいはメタバース空間 M V 内での認知度）を測るパラメータとして、ユーザの状況を示す事項を広く含むうる。例えば、ユーザアバター A D が広告アバター A D と共に冒険イベントを体

50

験し、その体験で得た経験値（例えば、当該冒険の中で、広告主であるキャンプ用品店の広告アバター A D と野外キャンプを行い、キャンプに必要な、あるいは、望ましいアイテムやその仕様について得た知見を数値化したもの）が含まれる。

【 0 0 5 3 】

ユーザ属性は、メタバース空間 M V 内におけるユーザの属性であり、例えば通常属性に対して、ある特定の広告主の広告アバター A D と既にフレンドになっているユーザ、広告システム 1 を利用してアバター広告の広告対象となったアイテムの購入実績があるユーザ、人気度（認知度）が高いユーザや影響度が大きいユーザ（すなわち、いわゆるインフルエンサー）、ステータスが高いユーザなどに特別に付与される特別属性が用意されてもよい。なお、人気度や影響度等は、現実におけるユーザの人気度等と関連してもよい。

10

【 0 0 5 4 】

活動情報は、メタバース空間 M V 内におけるユーザの活動（アクティビティ）に関するパラメータ（情報）である。ユーザの活動は、例えばユーザによるコンテンツ配信活動及びコンテンツ視聴活動やライブ配信活動及びライブ視聴活動のほか、複数のユーザが参加して行うゲームやパーティ、ユーザ同士の会話、メタバース空間 M V 内の移動など、行事、催し、催し物に限らず、各種の出来事、事象を含む広い意味での活動全般としてのイベント活動等を含んでよい。活動情報には、前述したメタバース空間 M V 内での冒険イベントのほか、広告対象の体験イベント（お試しキャンペーンなど）が含まれてもよい。具体的には、活動情報は、それぞれの活動について、メタバース空間 M V 内の滞在時間、ログイン時間や回数などを含んでよい。

20

【 0 0 5 5 】

賞獲得履歴は、イベントがコンテストや冒険の形態である場合において、メタバース空間 M V 内におけるユーザの賞獲得の履歴情報である。例えば、賞獲得履歴は、メタバース空間 M V 内で実行される各種コンテストや冒険における受賞履歴（入賞回数、優勝回数等）を含んでよい。なお、上述した活動情報と同様、賞獲得履歴は、通常属性のユーザを含むすべてのユーザに対して収集されてもよいが、サーバ装置 1 0 の処理負荷を低減したいとの要求がある場合には、特別属性のユーザに対してのみ収集及び管理されてもよい。

【 0 0 5 6 】

フォロワー数は、当該ユーザに対するフォロワーの数を表しており、例えば、ユーザが各種コンテンツ（例えば、広告システム 1 で取り扱われている広告対象に関するコンテンツ）を配信するユーザである場合等に算出可能としてもよいし、配信しないユーザを含めて全ユーザについて算出可能としてもよい。フォロワー数の多いユーザが広告システム 1 を訪れることにより、広告システム 1 そのものの宣伝効果が得られる。

30

【 0 0 5 7 】

アバター情報記憶部 1 4 6 には、広告アバター A D を描画するためのアバター描画情報が記憶される。アバター描画情報は、各アバター I D に、人間の化身であれば、顔パーツ I D、髪型パーツ I D、服装パーツ I D 等が対応付けられる。顔パーツ I D、髪型パーツ I D、服装パーツ I D 等の容姿に係るパーツ情報は、アバターを特徴付けるパラメータであり、広告主であるユーザにより選択されてよい。例えば、広告アバター A D に係る顔パーツ I D、髪型パーツ I D、服装パーツ I D 等の容姿に係る情報は、性別、年齢（世代）別、広告主の業種別、広告アバター A D の役割別などに応じて、複数種類用意される。また、これらの各 I D は、広告アバター A D が人間とは異なる容姿、すなわち、実在する動物、想像上の動物、各種のロゴやデフォルメされた着ぐるみなどに化身する場合には、それらの容姿に応じて調整される。

40

【 0 0 5 8 】

広告表示部 1 5 1 は、一のユーザ（広告主）からの一の広告対象の広告表示指示に基づいて、当該一のアバターアイテムの対応付け状態を、当該一のユーザに対応付けられた状態に設定する。広告表示される広告対象の態様は、看板などの一般広告と、広告アバター A D の双方を含む。なお、広告対象がアバター広告の後、売買されたような場合には、広告主側のユーザからの広告対象に係るアバターアイテムの広告表示指示と、消費者側のユ

50

ーザからの当該アバターアイテムに対する購入指示との組み合わせに基づいて、当該アバターアイテムの対応付け状態を、当該広告主側のユーザに対応付けられていた状態から、当該消費者側のユーザに対応付けられる状態へと変更し、広告対象から外すようにしてもよい。

【 0 0 5 9 】

広告自動切換え部 1 5 2 は、広告表示部 1 5 1 による広告表示が特定のものに偏りが生じないように、所定の条件が成立すると、他の広告表示に切り換える。例えば、一般広告又は広告アバター A D がメタバース空間 M V に係る様々な画面に表示された回数をカウントし、1 つの広告対象に係る広告が所定回数以上となると他の広告対象に係る広告に切り替えるようにしてもよい。また、当該広告に対する消費者側のユーザの反応（例えば、広告主の店舗を訪れるユーザアバター S U の人数や回数）に応じて、他の広告対象に係る広告に切り替えるようにしてもよい。

10

【 0 0 6 0 】

アバター広告部 1 5 3 は、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも 1 つを広告対象とする広告アバター A D を作成する。広告アバター A D の作成にあたっては、広告対象であるアバターアイテムの対応付け状態の変化履歴と、広告主側のユーザ情報とに基づいて、アバターアイテムに対応付けるアイテム価値情報及びアイテム属性情報の少なくとも一方を考慮しつつ、作成又は更新する。例えば、対応付けられる広告対象のアバターアイテム（商品等）が、市場流通量の多い汎用品であるか、希少性の高い貴重品（例えば、いわゆる一品ものや限定生産のもの）であるかを考慮して、広告アバター A D を作成する。

20

【 0 0 6 1 】

対応付け状態の変化履歴は、アバターアイテムごとに記憶され、広告主側のユーザが変化履歴を確認可能としてよい。具体的には、対応付け状態の変化履歴は、広告主側のユーザの入力指示に応じて、アバターアイテムとともに、当該ユーザの端末装置 2 0 の表示部 2 5 に表示されるようにしてよい。その際、対応付け状態の変化履歴は、当該ユーザの端末装置 2 0 の表示部 2 5 に表示されたアバターアイテムを当該ユーザがタップすることにより、当該アバターアイテムの変化履歴が表示されるようにしてよいし、広告アバター A D が装着しているアバターアイテムとその変化履歴とが対応して表示されてもよい。なお、対応付け状態の変化履歴は、当該広告主側のユーザが許容する場合には、他の広告主側のユーザ（すなわち、市場で競合する広告主側のユーザ）も見ることができるよう、当該他の広告主側のユーザの端末装置 2 0 の表示部 2 5 に表示されるようにしてよい。その際、すべてのアバターアイテムに係る変化履歴が表示されるようにしてもよいし、当該広告主側のユーザが許容したアバターアイテムの変化履歴のみが表示されるようにしてもよい。

30

【 0 0 6 2 】

なお、図 5 では図示していないが、処理部門には、調査部を更に設けるようにしてもよい。調査部は、調査対象のアバターアイテムごとに、当該アバターアイテムを所持する過去及び/又は現在のユーザに係るユーザパラメータの値に基づいて、顧客満足度が得られているかどうかを調査する。例えば、広告システム 1 を利用した後に、あるアバターアイテムを購入した消費者側のユーザに対し、購入後の使用状況について、満足度を得られているかどうかを調査するようにしてもよい。調査の結果は、例えば、前述した、アバターアイテムのアイテム価値を高める要素があるか否か、アバターアイテムのアイテム属性を向上させる要素があるか否かの分析に資する。そして、その分析結果をアバター広告の内容に反映することにより、広告システム 1 の発展に寄与することができる。

40

【 0 0 6 3 】

（広告システムの拡張例）

広告システム 1 は、前述したように、メタバース空間 M V の中で、他の関連するシステムと組み合わせることにより、総合的なメタバースシステムとして拡張されてもよい。関連するシステムとしては、例えば、アバターシステム [I] S 1、アバターシステム [I I] S 2、コミュニケーションシステム S 3、グループ管理システム S 4、R P G（ロー

50

ルプレイングゲーム)システムS5、ホストシステムS6、サプライヤー(サービス提供者)システムS7、マジックパスポートS8などがありうる。他の関連するシステムを概略的に示せば、次のとおりである。

【0064】

アバターシステム[I]S1は、ユーザのアバター(分身)を産み出す機能を備えており、図6に示すように、写真から自動的にアバターを作成するアバター自動作成機能S11F、アバターの見た目をカスタマイズするアバターカスタム機能S12F、アバターが自由に衣装を変更するアバター着替機能S13F、いろいろなエモートを再生するエモート機能S14Fを含んでよい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

10

【0065】

アバターシステム[II]S2は、ユーザのアイテムを管理する機能を備えており、図7に示すように、アバターが所有するアイテムを管理するアイテム管理機能S21F、アバター同士がアイテムを交換する交換機能S22F、店舗やアバター同士でアイテムを売買する売買・バザー機能S23Fを含んでよい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

【0066】

コミュニケーションシステムS3は、ユーザ同士のコミュニケーション機能を備えており、図8に示すように、テキストベースのチャットを動作させるテキストチャット機能S31F、音声ベースのチャットを動作させる音声会話機能S32F、任意のユーザや運営にメッセージを送信するメッセージ機能S33Fを含んでよい。ここで、音声会話機能S32Fは、モーションと音声を同時に扱う技術によって、モーションと音声がずれることなく音声ベースのチャットを再生することが好ましい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

20

【0067】

グループ管理システムS4は、仲間と一緒に楽しむための機能を備えており、図9に示すように、ユーザのフレンドリストを管理するフレンドリスト機能S41F、グループ行動をアシストする様々なコマンドや初心者メンバーをサポートするグループコマンド機能S42F、同じ趣向のユーザをマッチングさせるコミュニティ機能S43Fを含んでよい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

30

【0068】

RPGシステムS5は、ユーザに主人公体験を与える機能を備えており、図10に示すように、アバターのレベルやステータスの管理を行うレベル管理機能S51F、会話や謎解き、戦闘などのイベントの作成を行うイベントエディタ機能S52F、ノンプレイヤーキャラクターの管理を行うNPC(AIアバター)機能S53F、メタAIとAIアバターが連携してサポートするエモーションセンサー機能S54Fを含んでよい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

【0069】

ホストシステムS6は、主催者として情報を届ける機能を備えており、図11に示すように、VTubeなど、外部のリアルタイムキャラクターと同期させメタバース空間MVに同期して招き入れる外部キャラクター機能S61F、動画のリアルタイム配信をメタバース空間MVで表示するリアルタイム配信機能S62Fを含んでよい。これらの各機能は、図5において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

40

【0070】

サプライヤーシステムS7は、サービス提供者として広告システム1を利用してもらう側に提供する機能を備えており、図12に示すように、広告主側の店舗の決済端末を活用した特産品の管理とマーケットシステムであるワールドバザー機能S71F、アバター(ユーザ)を行動履歴でカテゴライズし、サービス提供者向けUI(ユーザインターフェース)であるアバタースキャン機能S72Fを含んでよい。これらの各機能は、図5におい

50

て、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

【 0 0 7 1 】

マジックパスポート S 8 は、メタバース空間 M V を自由に行き来する機能を備えており、図 1 3 に示すように、異なるメタバース空間 M V を自由に行き来できる越境 I D システム機能 S 8 1 F、クレジットカード、キャッシュレス、仮想通貨を取り扱う越境ウォレットシステム機能 S 8 2 F、N F T の登録、売買、越境を管理する N F T システム機能 S 8 3 F を含んでよい。これらの各機能は、図 5 において、対応する各処理部門が設けられることにより実行される。

【 0 0 7 2 】

メタバースシステムは、さらに、次のような外部サービスを組み合わせてもよい。外部サービスとしては、例えば、V R (仮想現実) デバイス、ゲーム専用ハード、E C (電子商取引) サイト、L I V E (ライブ) 配信サービス、N F T (非代替性トークン) マーケット、S N S (ソーシャルネットワーキングサービス)、自動翻訳サービスなどがありうる。

10

【 0 0 7 3 】

以上のように、広告システム 1 を含めた総合的なメタバースシステムを構築することにより、様々な企業や団体がメタバース空間 M V を活用したサービスを行うことができ、そして、ユーザは、メタバース空間 M V を自由に行き来して、種々の便益を得ることができる。

【 0 0 7 4 】

以上、各実施形態について詳述したが、特定の実施形態に限定されるものではなく、特許請求の範囲に記載された範囲内において、種々の変形及び変更が可能である。また、前述した実施形態の構成要素の全部又は複数を組み合わせることも可能である。

20

【 符号の説明 】

【 0 0 7 5 】

1 広告システム

1 0 サーバ装置

1 1 通信部

1 2 制御部

1 3 記憶部

30

2 0、2 0 A、2 0 B 端末装置

2 1 通信部

2 2 制御部

2 3 記憶部

2 4 入力部

2 5 表示部

3 0 ネットワーク

1 4 0 アイテム情報記憶部

1 4 2 広告対象情報記憶部

1 4 4 ユーザ情報記憶部

40

1 4 6 アバター情報記憶部

1 5 1 広告表示部

1 5 2 広告自動切換え部

1 5 3 アバター広告部

M V メタバース空間

A D, A D 1, A D 2 広告アバター

S U ユーザアバター

50

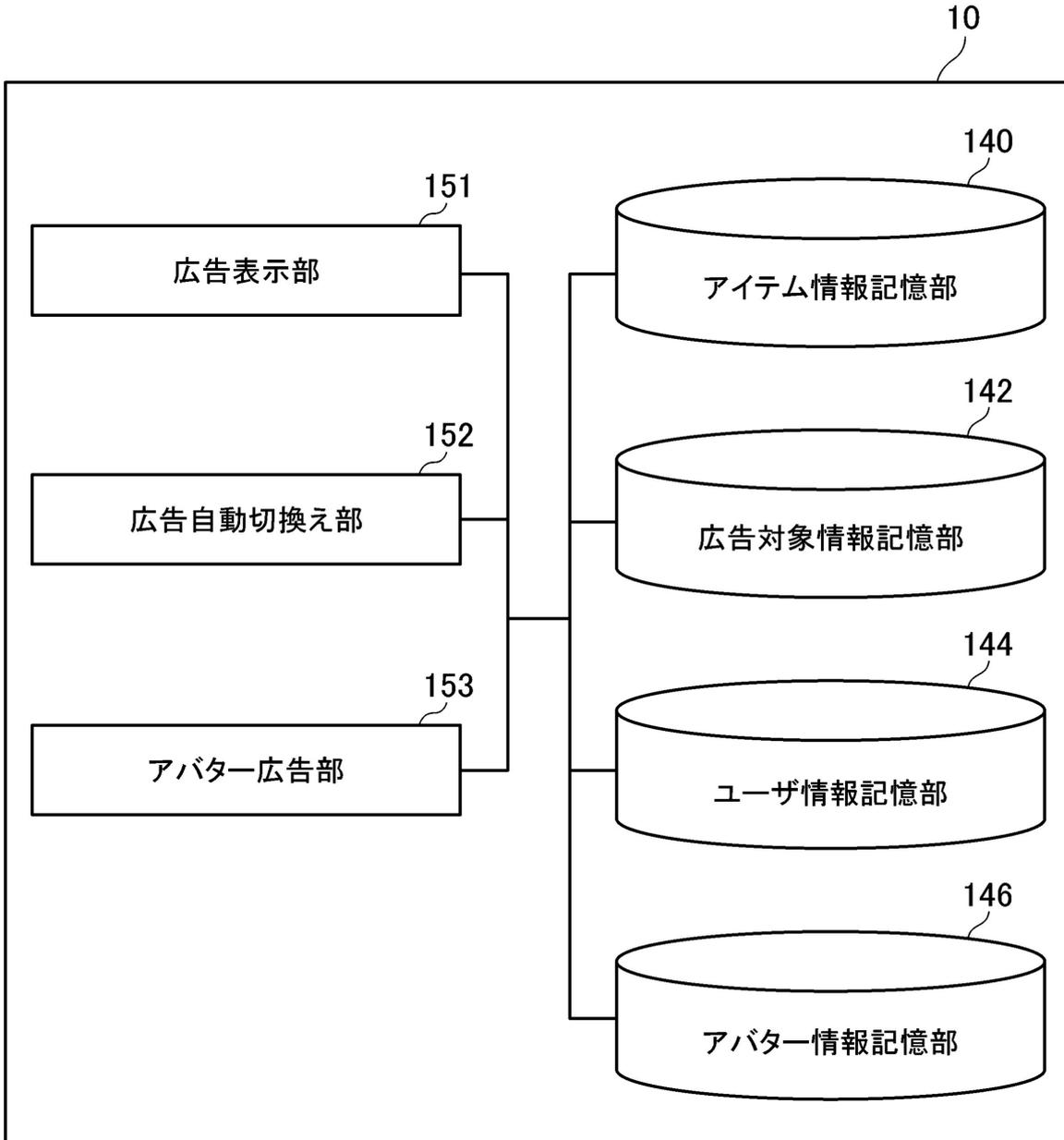
【要約】 (修正有)

【課題】メタバース空間において、広告対象をアバターとして表現し、抵抗感のない宣伝を行う広告システム、広告方法及び広告プログラムを提供する。

【解決手段】メタバース空間MVにおける広告システムにおいて、サーバ装置10は、メタバース空間MVに係る様々な画面に、一般広告を含む各種の広告を表示する広告表示部151と、複数の広告間において、平等な広告表示量を提供する広告自動切換え部152と、企業、団体、商品及びサービスの少なくとも1つを広告対象とし、一般広告を利用しつつ自らを宣伝し、別途作成されたユーザアバターとの間で自動的にコミュニケーションを行う意思をもって動作するアバターを生成するアバター広告部153と、を備える。

【選択図】図5

10



20

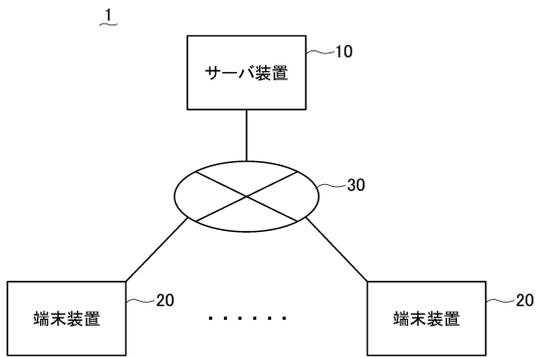
30

40

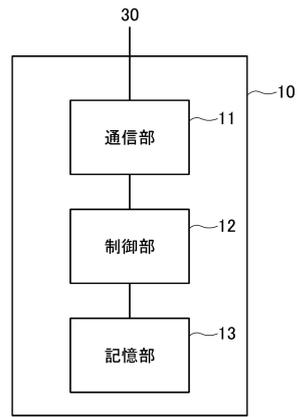
50

【図面】

【図 1 a】

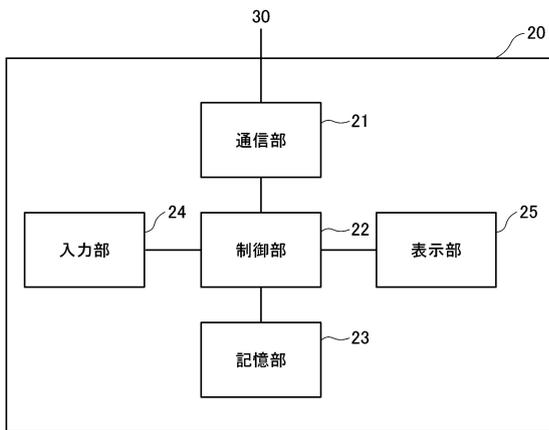


【図 1 b】

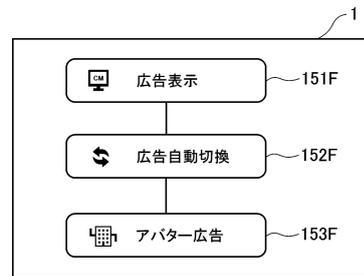


10

【図 1 c】



【図 2】



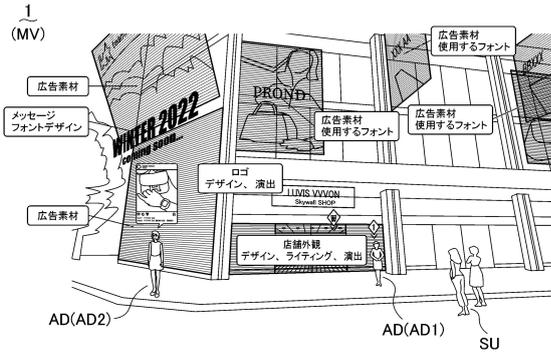
20

30

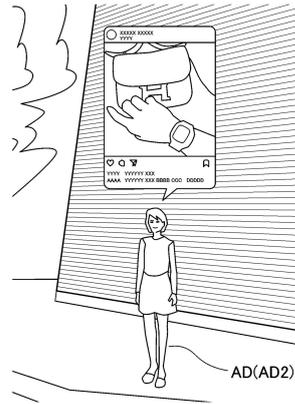
40

50

【図3】

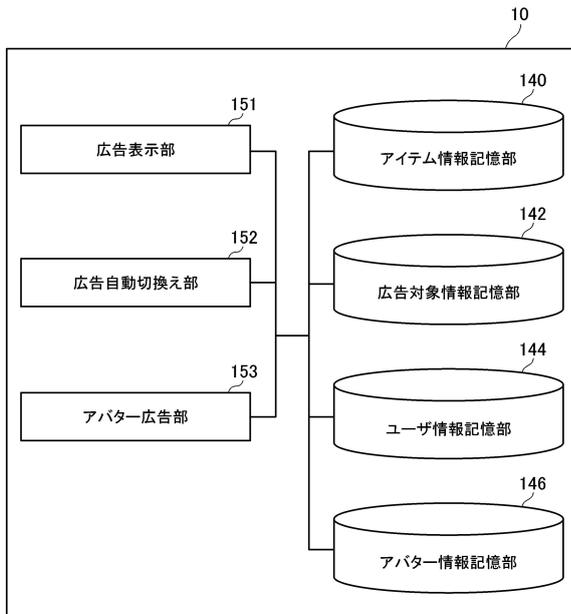


【図4】



10

【図5】



【図6】



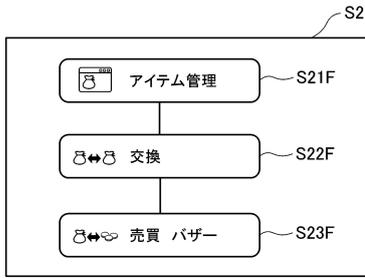
20

30

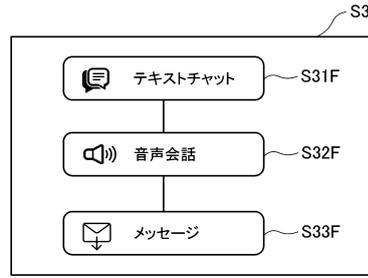
40

50

【図 7】

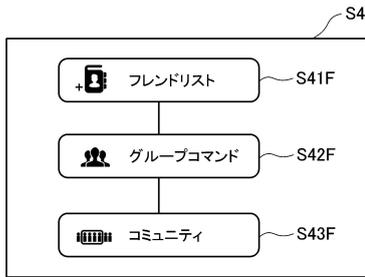


【図 8】

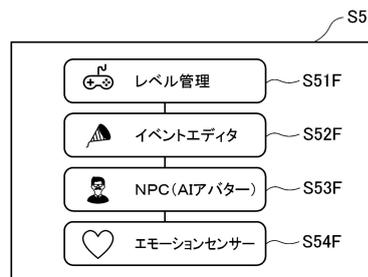


10

【図 9】

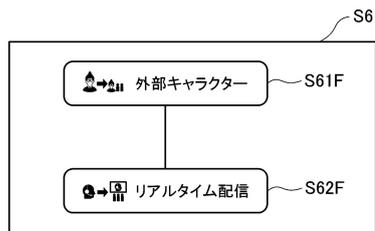


【図 10】

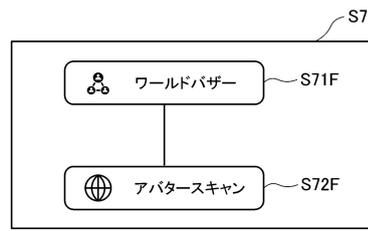


20

【図 11】



【図 12】

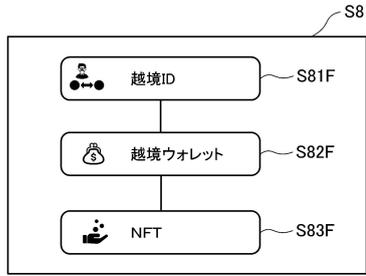


30

40

50

【 図 13 】



10

20

30

40

50

フロントページの続き

- (56)参考文献 特開2012-027672(JP,A)
特開2012-177981(JP,A)
特開2008-077173(JP,A)
特開2018-005705(JP,A)
特開2022-022112(JP,A)
特開2022-024558(JP,A)
"DAC メタバース領域で国内発の広告販売を開始「ROBLOX」の広告枠販売へ", [online], RTB SQUARE, 2022年05月25日, 全頁, [2022年8月8日検索], インターネット<URL: <https://rtbsquare.work/archives/42476>>
"注目される「メタバース」チャットボットと組み合わせ期待できる効果", [online], EXIIS-Lab, 2022年01月28日, 全頁, [2022年8月8日検索], インターネット<URL: <https://www.exiis-lab.com/metaverse/>>
"メタバースという新たな世界観", [online], 株式会社ナムココミュニケーション, 2021年05月14日, 全頁, [2022年8月8日検索], インターネット<URL: <http://namujapan.com/blog/trendinfo/20210514/>>
- (58)調査した分野 (Int.Cl., DB名)
G06Q 10/00-99/00