公告本

742099

A4
C4

543325

申請日期	90 年 8 月 28 日
案號	90121221
類別	H04N 5/76, 5/445, 7/16

（以上各欄由本局填註）

發明 新型 專利說明書

一、發明 新型 名稱	中文	控制廣告之再生的方法及裝置
	英文	
二、發明 創作 人	姓名	(1) 飯島章夫 (2) 甲斐昭彥 (3) 有村剛志
	國籍	(1) 日本 (2) 日本 (3) 日本
	住、居所	(1) 日本國東京都世田谷區野毛二－一〇－一一－五〇七 (2) 日本國東京都足立區西綾瀨一－六－六－五〇七 (3) 日本國東京都千代田區一橋一－二－二
三、申請人	姓名（名稱）	(1) 住友商事股份有限公司 住友商事株式会社 (2) 電通股份有限公司 株式会社電通
	國籍	(1) 日本 (2) 日本
	住、居所（事務所）	(1) 日本國大阪府大阪市中央區北浜四丁目五番三三號 (2) 日本國東京都中央區築地一丁目一一番一〇號
	代表人姓名	(1) 岡素之 (2) 成田豐

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

裝 訂 線

（由本局填寫）

承辦人代碼：	A6 B6
大　　類：	
ＩＰＣ分類：	

本案已向：

國（地區）	申請專利，申請日期：	案號：	，□有　□無主張優先權
日本	2000 年　2 月 29 日	2000-53305	☑無主張優先權

有關微生物已寄存於：　　，寄存日期：　　，寄存號碼：

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁各欄）

裝　訂　線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

A7
B7

五、發明說明（ 1）

技術領域

本發明係關於控制記憶於接收側的記憶裝置之廣告的再生之方法、裝置、以及記憶使與前述方法同樣的次序在電腦實行之程式的記錄媒體。

背景技術

習知上，提案有：於接收包含節目信號之廣播信號的接收機設置記憶部，將預定插入節目之廣告總括地預先發送於各接收機，或預先以郵寄等配送於接收者，使之記憶於接收機的記憶部，以指定的時序讀出記憶之廣告，使之顯示於接收機之廣告顯示技術。

進而，作爲改良上述之廣告顯示技術者，提案有：將適合於各接收機的收視者之廣告選擇性地使之記憶於收視者，使顯示這些廣告之廣告顯示技術。

在接收機依據期望選擇性地記憶廣告而顯示之上述的廣告顯示技術中，各廣告主於發送或配送之廣告資料附加：特定成爲該廣告之對象的收視者層之資料，例如特定當成對象之收視者層的年齡、性別、興趣等之資料。於接收機側，收視者預先記憶特定收視者本身所屬之收視者層之個人資料，例如，收視者本身的年齡、性別、興趣等之資料。

接收機接收或安裝廣告資料以及被附加的資料時，比較被附加於各廣告資料之資料，與記憶於接收機之個人資料，在一致（或部份一致）之情形，將該廣告資料記憶於

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 2）

記憶部，在不一定之情形，不記憶該廣告資料而放棄。因此，在記憶部只記憶爲廣告對象之收視者層與收視者本身所屬之收視者層之一致度高的廣告。或者預先以郵寄等將上述之廣告資料配送於收視者側，收視者將所期望之廣告記憶於接收機。

將此選擇性記憶之廣告資料在接收機單單以被記憶之順序以指定之時序依序讀出而顯示。

但是，一般廣告主想要打出廣告時，不太詳細考慮廣告的收視期間（顯示期間）或接收機的數目等，購入顯示廣告之時段。

因此，關於被指定的顯示期間短的廣告或殘餘之顯示期間短的廣告，在該期間內爲了達成指定的總顯示次數，需要提升各接收機之該廣告的顯示頻度。即，需要優先讀出、顯示殘餘顯示期間短的廣告。

爲了掌握這些之顯示的狀況，在主機側需要準備在某一定期間內確認之結構。

又，關於接單之總顯示次數多的廣告，或至總顯示次數爲止之殘餘顯示次數多的廣告，爲了在指定期間內達成該總顯示次數，需要提升各接收機之該廣告的顯示頻度。即，需要優先讀出、顯示殘餘顯示次數多的廣告。

爲了達成廣告之接單的總顯示次數，於全部接收機之個個中，最低限度必要的平均廣告顯示次數（最低平均顯示次數，即爲了達成廣告之接單的總顯示次數，於全部接收機之個個中，必要的最低顯示次數）可以藉由將廣告的

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 3）

接單的總顯示次數以全部接收機數除而計算。即，爲了在指定的期間內完成指定的總顯示次數，於各接收機中，需要提升至最低平均顯示次數爲止的殘餘顯示次數多的廣告的顯示頻度。但是，在選擇性地記憶廣告，顯示記憶的廣告之接收機中，也有沒有記憶之廣告。即，於各廣告中，記憶該廣告之接收機的數目不同。因此，在至少1台的接收機沒有記憶該廣告的情形，記憶該廣告之其它的全部的接收機即使個別達成最低平均顯示次數，也無法達成總顯示次數。又，例如即使爲被記憶在全部的接收機之廣告，在某接收機無法達成最低平均顯示次數之情形，也變成無法達成接單的總顯示次數。爲了補足該顯示次數之不足部份，需要在其它的接收機進行很多的顯示。又，也需要避免在特定的接收機之顯示次數變成過多。因此，記憶某廣告之各接收機具有只相互補足該廣告的顯示次數的不足部份之餘裕，而且，某廣告不過多被顯示於各接收機地，以最低平均顯示次數爲基礎決定在各接收機當成均等的目標之顯示次數，將該均等之在各接收機的作爲目標的顯示次數（以下，稱爲目標平均顯示次數）使用爲上述之最低平均顯示次數之代替，需要優先讀出、顯示至此目標平均顯示次數爲止的殘餘顯示次數多的廣告。因此，爲了在指定的期間內完成指定的總顯示次數，於各接收機中，需要提升至目標平均顯示次數爲止之殘餘顯示次數多的廣告之顯示頻度。

又，於如上述之習知的接收機的記憶部記憶有：特定

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 4）

成爲廣告之對象的收視者層之資訊，以及特定接收機的收視者所屬之收視者層之資訊一致之廣告。但是，一致度在所記憶之各廣告並不相同。即，於所記憶之廣告之中，也有最適合於接收機的收視者之廣告，也可能包含普通適合之廣告或不太適合之廣告等。在考慮廣告的效果以及效率之情形，期望優先讀出、顯示一致度高的廣告。

又，如上述之習知的接收機般地，在依序顯示記憶之廣告的方式中，廣告經常以相同順序被重覆顯示。又，在採用：每1個之廣告被顯示便計算各廣告的顯示之優先順位，由該優先順位高的廣告依序顯示之方式之情形，有相同廣告連續被顯示之可能性。但是，如經常以相同順序顯示廣告、連續顯示相同之廣告，無法吸引收視者之注意。即，在考慮廣告之效果以及效率之情形，經常以相同順序顯示廣告、連續顯示同一廣告變成不理想。因此，期望以某次序顯示廣告後，預定新的顯示次序，依循該預定顯示次序顯示廣告。

又，上述之目標平均顯示次數的值對於記憶廣告之各接收機係相同。即，特定成爲廣告之對象之收視者層之資訊與特定接收機之收視者所屬的收視者層之資訊的一致度完全未被反映。在考慮廣告的效率之情形，對於與該廣告的一致度低的收視者與一致度高的收視者之兩方，不希望分配相同的顯示次數。因此，需要反映廣告與收視者之一致度，而且，接收機相互補足廣告的顯示次數的不足部份，而且，某廣告在各接收機不過多被顯示地設定顯示次數

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 5）

，將該顯示次數，即對應一致度各接收機地被決定之當成目標的顯示次數（以下，稱爲目標顯示次數）使用爲上述目標平均顯示次數之代替，優先讀出、顯示此目標顯示次數多的廣告。

進而，需要使廣告之顯示儘可能與該廣告之對象的收視者的生活時間一致，於該時間帶中，優先地讀出顯示。

又，於廣告中，存在車、醫藥品、食品等之屬性（即，廣告所宣傳之商品的所屬領域），收視者側也存在對於屬性之喜好。收視者之對於屬性的喜好也有因天候、氣候而改變之情形。需要藉由收視者對於喜好之屬性，進行投票行爲，想看之屬性的廣告優先被讀出、顯示。

又，在決定應優先顯示之廣告之際，如進行只依據1個之決定要素之判斷，在綜合之判斷中，有選擇不成爲最優先之廣告的情形。因此，希望依據複數的決定要素，綜合地決定應優先顯示之廣告。

又，也有需要藉由由接收機接受回饋，隨時變更上述設定之條件，由發送側控制出稿廣告的顯示。

進而，需要對應指定的廣播節目，因應廣告主的期望而顯示特定的廣告之機構。期望於此機構中，在指定廣告被發訊之情形，顯示該廣告，在未被發訊之情形，由其它之廣告中依循上述條件而被顯示。

因此，本發明之目的在於提供：依據被記憶於各接收機側之各廣告的顯示期間，決定各廣告的顯示的優先順位，依循該優先順位顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 6）

法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：依據被記憶於各接收機側之各廣告的目標平均顯示次數（至目標平均顯示次數爲止之殘餘顯示次數），決定各廣告的顯示的優先順位，依循該優先順位顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：依據被記憶於各接收機測知各廣告當成對象的收視者層與接收機之收視者的收視者層之一致的程度，決定各廣告的顯示的優先順位，依循該優先順位顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：對於被記憶於各接收機側之各廣告，分配預定顯示次序，依循該次序顯示廣告，而且，在廣告的顯示後，分配新的預定顯示次序，依循該次序，顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：將被記憶於各接收機側之各廣告配合屬於成爲該廣告之對象之收視者層的收視者的生活時間，優先顯示地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 7）

記憶媒體。

本發明之目的在於提供：使之顯示接收機的收視者對於被記憶於接收機側的各廣告的屬性之喜好，而且，依據收視者顯示之對於廣告的屬性之喜好，決定各廣告的顯示的優先順位，依循該優先順位顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：決定反映成爲各廣告之對象之收視者層與接收機的收視者的收視者層之一致的程度之各接收機的各廣告之必要的顯示次數，即，當成目標的顯示次數（目標顯示次數），依據該目標顯示次數（至目標顯示次數爲止之殘餘顯示次數），決定各廣告的優先順位，依循該優先順位，顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

本發明之目的在於提供：綜合判斷複數的優先順位的決定要素，於各廣告賦予優先順位，依循該優先順位顯示廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

進而，本發明之目的在於提供：收集成爲在接收機之廣告的被顯示之實績的履歷，以被合計之結果爲基礎，由發送側加上接收機的顯示控制地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 8）

又，本發明之目的在於提供：可以指定應最優先顯示之廣告，在該被指定的廣告被記憶於接收機側之情形，最優先地顯示該廣告地進行控制之廣告資料再生方法、裝置、以及記憶使與前述方法相同之次序在電腦實行之程式之記憶媒體。

發明之揭示

本發明係一種於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的收視期間，具備：（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的收視期間之資料的步驟；以及（２）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之步驟；以及（３）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的個個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係一種於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 9）

再生的收先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的再生次數，具備：（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟；以及（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之步驟；以及（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的個個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明之特徵爲：於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中進行該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

本發明之特徵爲：於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係對應記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

本發明係一種於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 10）

之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的收先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述要素包含時刻，具備：（１）爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料，爲了特定想要優先顯示前述廣告之時間帶，選擇時間帶資料，將時間帶的重要度愈大顯示愈重的分量之係數值分配於選擇之前述時間帶資料，將選擇之前述時間帶資料與顯示被分配於該時間帶資料之前述係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之步驟；以及（３）讀出被分配於對應在前述步驟（２）所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值之步驟；以及（４）依據前述係數值，決定在前述之被記憶的個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述要素進而包含：前述廣告資料是否爲已經被再生或等待再生之區別，進而具備：（１）由前述被記憶之廣告資料之中，檢測出被再生之廣告資料之步驟；以及（２）前述被檢測出之廣告資料成爲比等待再生之其它的前述廣告資料還低的預定再生次序地，對於前述個個之被記憶的廣告資料決定顯示分量之係數之步驟；（３）依據根據前述要素之全部的前述係數值，決定前述被記憶之廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 1）

要素進而包含：成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，進而具備：（１）由分別包含特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料各廣告地選擇特定成爲廣告之對象的收視者層之分類，分配選擇之各分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值，將顯示前述之選擇的分類的第１資料與顯示被分配於前述選擇之各分類的係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）由前述收視者層特定用分類資料選擇特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之分類，將顯示前述選擇之分類之第２資料記憶於前述收視者側之步驟；以及（３）依據顯示顯示前述選擇之分類的第１資料之中的與顯示前述選擇之分類的第２資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的係數值之步驟；以及（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，其特徵爲：前述要素進而包含：對於廣告所宣傳之對象物所屬之領域的重要度，進而具備：（１）各廣告地選擇表示在廣告所宣傳之對象物所屬之領域之廣告屬性資料，將該選擇之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之步驟；以及（３）前述接收

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 12

機的收視者因應需要使被分配於前述廣告屬性資料之係數值增加或減少之步驟；以及（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，其特徵爲進而具備：對應分量之前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，其特徵爲進而具備：對於前述廣告資料之個個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之步驟；以及在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，因應其，以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之步驟。

本發明係前述之廣告資料再生方法，爲一種於收視者側記憶複數的廣告資料，在前述收視者側的接收機再生該廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：於前述收視者側具備：（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之步驟；以及（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之步驟；以及（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之個個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定個個之前述廣告資料的

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 13

在前述接收機之適合的再生次數之步驟。

本發明係一種具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的收視期間，具備：（１）將被附加於前述廣告資料之顯示該廣告資料的收視期間之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及（２）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之手段；以及（３）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的手段。

本發明係一種具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的再生次數，具備：（１）將被附加

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 14

於前述廣告資料之顯示該廣告資料的再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之手段；以及（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的手段。

本發明之特徵爲：藉由將顯示前述（１）之再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段，被賦予相關於前述廣告資料之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中進行該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

本發明之特徵爲：藉由將顯示前述（１）之再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段，被賦予相關於前述廣告資料之前述再生次數係係對應記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

本發明係一種具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 15

廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素包含時刻，具備：（１）將爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料所選擇之特定想要優先顯示前述廣告之時間帶用的時間帶資料，與對於前述時間帶資料被分配之時間帶的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之手段；以及（３）由前述（１）之手段讀出被分配於對應藉由在前述（２）之手段所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值，將該讀出之係數值當成表示前述時間帶的重要度之係數值而決定之手段。

本發明係前述的廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素進而包含前述廣告資料是否爲已經被再生或等待再生之區別，進而具備：（１）由前述被記憶之廣告資料之中，檢測出被再生之廣告資料之手段；以及（２）前述被檢測出之廣告資料成爲比等待再生之其它的前述廣告資料還低的預定再生次序地，對於前述個個之被記憶的廣告資料決定顯示分量之係數之手段。

本發明係前述之廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素進而包含成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，進而具備：（１）將由分別包含被附加於前述廣告資料之各廣告地特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料被選擇之顯示特定成爲廣告之對象的收視者層之第１被

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 19

選擇之分類，與被分配於前述第1被選擇之分類之被選擇的分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及（2）記憶由前述收視者層特定用分類資料被選擇之顯示特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之第2被選擇之分類之資料之手段；以及（3）依據顯示顯示前述第1被選擇之分類的資料之中的與顯示前述第2被選擇之分類的資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的程度愈高，顯示愈重的分量之一致度的係數值之手段。

本發明係前述之廣告資料再生裝置，其特徵爲：前述要素進而包含：對於在廣告中宣傳之對象物所屬之領域的重要度，進而具備：（1）各廣告地獲得表示在廣告所宣傳之對象物所屬之領域之廣告屬性資料，將該獲得之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之手段；以及（2）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之手段；以及（3）前述接收機的收視者因應需要使被分配於前述廣告屬性資料之係數值增加或減少之手段。

本發明係前述之廣告資料再生裝置，其特徵爲進而具備：前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之手段。

本發明係前述之廣告資料再生裝置，其特徵爲進而具

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 17）

備：對於前述廣告資料之個個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之手段；以及在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，回應其，以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之手段。

本發明係一種具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及在前述收視者側再生前述廣告資料之接收機之廣告資料再生裝置，其特徵爲具備：（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之手段；以及（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之手段；以及（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之個個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定個個之前述廣告資料的在前述接收機之適合的再生次數之手段。

本發明係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的收先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的收視期間，前述次序係具備

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 18）

：（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的收視期間之資料的步驟；以及（２）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之步驟；以及（３）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的個個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的收先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：前述要素包含前述廣告資料的再生次數，前述次序係具備：（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟；以及（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之步驟；以及（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的個個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明之特徵爲：於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中進行該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 19

本發明之特徵爲：於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係對應記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

本發明係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的收先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：前述要素包含時刻，前述次序係具備：（１）爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料，爲了特定想要優先顯示前述廣告之時間帶，選擇時間帶資料，將時間帶的重要度愈大顯示愈重的分量之係數值分配於選擇之前述時間帶資料，將選擇之前述時間帶資料與顯示被分配於該時間帶資料之前述係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之步驟；以及（３）讀出被分配於對應在前述步驟（２）所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值之步驟；以及（４）依據前述係數值，決定在前述之被記憶的個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 20）

述優先順位之步驟。

本發明係一種前述之記錄媒體，其特徵爲：前述要素進而包含：前述廣告資料是否爲已經被再生或等待再生之區別，前述次序進而具備：（１）由前述被記憶之廣告資料之中，檢測出被再生之廣告資料之步驟；以及（２）前述被檢測出之廣告資料成爲比等待再生之其它的前述廣告資料還低的預定再生次序地，對於前述個個之被記憶的廣告資料決定顯示分量之係數之步驟；（３）依據根據前述要素之全部的前述係數值，決定前述被記憶之廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係一種前述的記錄媒體，其特徵爲：前述要素進而包含：成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，前述次序進而具備：（１）由分別包含特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料各廣告地選擇特定成爲廣告之對象的收視者層之分類，分配選擇之各分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值，將顯示前述之選擇的分類的第１資料與顯示被分配於前述選擇之各分類的係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）由前述收視者層特定用分類資料選擇特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之分類，將顯示前述選擇之分類之第２資料記憶於前述收視者側之步驟；以及（３）依據顯示顯示前述選擇之分類的第１資料之中的與顯示前述選擇之分類的第２資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 21）

示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的係數值之步驟；以及（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係一種前述之記錄媒體，其特徵爲：前述要素進而包含：對於廣告所宣傳之對象物所屬之領域的重要度，進而具備：（１）各廣告地選擇表示在廣告所宣傳之對象物所屬之領域之廣告屬性資料，將該選擇之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之步驟；以及（２）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之步驟；以及（３）前述接收機的收視者因應需要使被分配於前述廣告屬性資料之係數值增加或減少之步驟；以及（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之個個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

本發明係一種前述之記錄媒體，其特徵爲：前述次序進而具備：對應分量之前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之步驟。

本發明係一種前述之記錄媒體，其特徵爲：前述次序進而具備：對於前述廣告資料之個個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之步驟；以及在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，回應其，以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之步驟。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 22）

本發明係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，於前述收視者側之接收機再生該廣告資料之次序於電腦實行之程式的記錄媒體，其特徵爲：前述次序係於前述收視者側具備：（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之步驟；以及（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之步驟；以及（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之個個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定個個之前述廣告資料的在前述接收機之適合的再生次數之步驟。

實施發明用之最好形態

以下，說明本發明之實施形態。

首先，說明本發明之基本概念。本發明係於接收機預先記憶收視者所期望之廣告，將該被記憶之複數的廣告依循依據廣告主決定之必要的要素之優先順位，由發送側（主機側）藉由傳送命令而使顯示於接收機，以謀求廣告效果之提升者。

決定被記憶之廣告的優先順位之要素例如有：（１）被記憶於各接收機之各廣告的收視期間（顯示期間）、（２）各廣告的接單之再生次數（顯示次數），即在全部接

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 23）

收機的總再生次數（總顯示次數）、（３）各廣告當成對象之收視者層與各接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度、（４）廣告主指定之優先顯示時間、（５）被分配於各接收機所記憶之各廣告的預定再生順序（預定顯示順序）、（６）爲了達成各廣告的總顯示次數，在各接收機所必要之顯示次數（在各接收機之目標的顯示次數）、（７）各廣告本身所屬之範疇，即，對於廣告之屬性之接收機的收視者的喜好之程度。將這些之個個之要素轉換爲顯示分量之值，對於分量值之合計大的廣告給予高的優先順位。進而，作爲決定所記憶之廣告的優先順位之要素，有：（８）藉由中斷指示顯示特定之ＩＤ的廣告之中斷命令（廣告指定命令）。

圖１係以表形式顯示本發明之廣告的顯示之優先順位的決定方法之概念圖。

圖１之上段之表係顯示決定各廣告ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６之顯示的優先順位用之計算要素名，與對於計算要素之控制係數名，與對於各廣告所適用之控制係數值，與適用於控制係數之控制變數，下段之表係與上段之表關連，各廣告地顯示顯示對於各廣告之收視者的一致之程度之一致度值，與對於各廣告之優先順位之決定要素之值，與優先順位之表。

計算要素係包含；顯示期間、與收視者層特定用分類、與預定顯示順序、與平均顯示次數、與優先顯示時間、與收視者之嗜好（廣告屬性）。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 24）

計算要素之顯示期間係對應上述（１）之收視期間之要素。顯示期間要素係以記憶在各接收機之各廣告的顯示期間爲基礎而計算之分量值，以控制係數Ｔｘ來表示。控制係數Ｔｘ與時間之經過一齊地變化，殘餘顯示期間愈短，成爲愈大之值。

計算要素的收視者層特定用分類係成爲求得上述（３）之一致度之際的基礎之要素，廣告主爲了特定成爲廣告之對象的收視者層，委託廣告時所輸入之資料。特定收視者層之資訊例如大分爲地域、性別、年齡等之複數的項目，各項目被分類爲複數之分類（範疇）。例如，項目，即大分類爲「性別」之情形，被小分類爲所謂「男性」之範疇與所謂「女性」之範疇。廣告主爲了特定成爲廣告之對象的收視者層之故，對於收視者層特定用分類之各範疇，分配表示分量之值。分量值以控制係數Ｃｐｑ來表示，對於重視之範疇分配以大的值。廣告主分配之值係固定值，並不變化。此分量值於接收機中，只被反映於該收視者所屬之部份。

計算要素之預定顯示順序係對應上述（５）之預定顯示順序之要素。預定顯示順序要素係以對於被記憶在各接收機之各廣告而被分配之預定的顯示之順序爲基礎而被計算之分量值，以控制係數Ｊｎ來表示。控制係數Ｊｎ係廣告一被顯示而被變更。控制係數Ｊｎ在預定顯示順序愈上位，成爲愈大之值。

計算要素之目標平均顯示次數係對應上述（６）之顯

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 25）

示次數之要素。目標平均顯示次數要素係以達到目標平均顯示次數爲止之殘餘顯示次數爲基礎而被計算之分量值，以控制係數Ｋａ（Ｋａ係於殘留顯示次數適用係數之值）來表示。目標平均顯示次數之值係藉由在將各廣告之接單的總顯示次數以全部接收機的數目除所求得之值（最低平均顯示次數）乘上係數而求得。對於各廣告所求得之目標平均顯示次數之值（初期值）係對於記憶該廣告之全部的接收機爲相同。殘餘顯示次數係藉由廣告被顯示１次由平均顯示次數減去１而求得。控制係數Ｋａ係殘留顯示次數成爲０時，也成爲０。

此目標平均顯示次數只不夠爲表示目標值者，殘留顯示次數成爲０時，係達成在該接收機之目標。但是，在此實施形態中，殘留顯示次數即使成爲０之廣告，也有被顯示之情形。因此，殘餘顯示次數也有小於０（成爲負值）之情形。例如，在依據複數的計算要素決定廣告的顯示之優先順位之情形，或關於廣告，殘留顯示次數即使爲０，其它的計算要素之值大之情形，有該廣告之優先順位變高而被顯示之情形。又，接收機由發送側接收以最優先顯示此廣告用之廣告指定命令（參考Ｅ２）之情形，此廣告被顯示。其結果爲：該廣告之殘留顯示次數成爲－１。

別的構成也可能爲不顯示殘留顯示次數成爲０之廣告之構成。又，請留意此目標平均顯示次數與目標顯示次數（第２實施形態）係不同。

一致度值（Ｃｔ）係顯示廣告視爲對象之收視者層與

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 26）

收視者本身所屬之收視者層之一致的程度。於接收機側，收視者由收視者層特定用分類資料選擇顯示收視者本身所屬之收視者層之範疇，當成個人資料而記憶。對於被顯示於個人資料之範疇的各廣告主所分配的控制係數Ｃｐｑ之合計係成爲顯示上述（３）之一致度之值。控制係數Ｃｔ係於個個之廣告素材其初期值爲常數值，在控制變數適用命令以外並不變化。例如，在控制係數Ｃｐｑ（Ｃａｘ、Ｃｂｘ、Ｃｃｘ、Ｃｄｘ）乘上控制變數Ｘｎ（Ｘ２～Ｘ５）之情形，在控制變數Ｘｎ爲１以外之值的情形，控制係數Ｃｐｑ之值變化之故，一致度值Ｃｔ之值也變化。控制係數Ｃｔ在一致之程度愈高，變成愈大。

計算要素之優先顯示時間係對應於上述（４）之優先顯示時間之要素。優先顯示時間要素之值，即優先顯示時間值（Ｈｘ）係以在廣告主指定之時間帶優先顯示廣告爲目的之要素，雖然全部的接收者成爲對象，但是依據進行顯示之時間帶，被反映之數值會改變。即，在現在時刻與被指定之時間帶一致之情形，設對於該時間代之值爲有效。

計算要素之收視者的嗜好係對應上述（７）之收視者的嗜好之要素。廣告屬性（Ｆｘ）係顯示廣告到底屬於哪個範疇。廣告屬性例如被分爲車、食品、電器產品等之範疇，個個賦予分量而顯示。被賦予此Ｆｘ（Ｆ１～Ｆｎ）之初期的數值於全部之廣告中雖係均等之值，但是藉由接收機之輸入裝置（輸入系統）而被輸入之喜歡／不喜歡之

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 27）

投票，每次一定之數值增減於各範疇。即，例如，在爲所喜好之廣告爲車之情形，稱爲車之範疇的值全部增加一定值，比起屬於其它範疇之廣告，優先度上升。在此情形，屬於車之範疇的廣告變成容易被顯示。又，在不被喜好之情形，反之，優先度下降，不易被顯示。

藉由控制變數適用命令而被適用之控制變數Ｘｎ（在圖１中爲Ｘ１～Ｘ９）係決定個別之控制係數（Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ）之重要度者，在發送側（主機側）中，依據由接收機來之履歷（廣告的顯示狀況等之履歷）的回饋或營業資訊等，決定哪個係數應優先之係數。藉由對於全部的控制係數Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ，乘上被設定於個個之係數之Ｘｎ（Ｘ１～Ｘ９），可以決定重視哪個之控制係數。此控制變數之適用命令最後在全部的控制係數被總計之前階段，即在計算以下說明之決定要素（Ｓｕｍ）之前被進行。例如，在顯示的最終期限被迫近之際，於次數以及（或）期限之值，即控制係數Ｔｘ以及（或）Ｋａ乘上大的值，於其它之控制係數乘上小的值，藉由如此，可以提升次數以及期限之優先度。

決定要素（Ｓｕｍ）係顯示控制變數Ｘｎ被適用之控制係數Ｔｘ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ之值與Ｃｔ值的合計（即，Ｔｘ’、Ｊｎ’、Ｋａ’、Ｈｘ、Ｆｘ’、Ｃａｘ’、Ｃｂｘ’、Ｃｃｘ’、Ｃｄｘ’之值的合計）。此合計值係綜合顯示各廣告之分量之值，依據此值，決

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 28）

定最終之優先順位。控制係數Ｔｘ係依時間而變化，控制係數Ｋａ以及Ｊｎ係依廣告之顯示而變化，控制係數Ｈｘ係依時刻而變化，控制係數Ｆｘ係依收視者之投票而變化之變數。進而，控制變數（Ｘｎ）被適用於全部的控制係數之故，控制係數之值係依控制變數之值而變化。因此，控制係數之合計值（Ｓｕｍ）也依時間、廣告之顯示、時刻、收視者之投票、控制變數而變化。

優先順位（Ｎ）係由決定要素（Ｓｕｍ）之值之大者依序分配上位之號碼者，此係最終之優先順位。接收機依循此優先順位，顯示所記憶之廣告。

接著，依據圖面說明本發明之一實施形態。

圖２係顯示本發明之廣告顯示控制系統之發送側的裝置之構成。發送側之裝置係具備：處理、控制部３１，處理、控制部３１係進行：主機裝置３０之全體的控制、廣告資料以及附加資料的管理、製作、編輯以及發送接收、各接收機之收視者的個人資料之管理、關於由各接收機所回收之各廣告的顯示狀況之履歷資料的管理、發送於接收機之控制命令的製作以及管理、多種的計算用資料的製作以及管理、關於經營管理用資料之製作以及管理等之處理。處理、控制部３１接合有：記憶部３２、輸入部３３、計時部３４、發送部３５、接收部３６。

輸入部３３係由各頻道之廣播公司接受節目資料以及廣播排程資料３７（３７ａ～ｎ），而且，由各廣告之委託者或廣告代理商接受廣告資料以及關於該廣告之附加資

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 29）

料３８（３８ａ～ｎ），將接受之資料記憶於記憶部３２，在處理、控制部３１處理記憶之資料，透過發送部３５發送於接收機４０（４０ａ～４０ｎ）。

又，接收部３６接收被儲存在接收機４０之履歷資料，在處理、控制部３１處理該資料，記憶於記憶部３２。

圖３係顯示本發明之廣告顯示控制系統之接收側的裝置之構成。接收側之裝置的主要部份係接收機４０。

接收機４０具備處理、控制部４１，處理、控制部４１接續有：記憶部４２、輸入部４３、計時部４４、發送部４５、接收部４６、聲音、畫像資訊輸出部４７。

處理、控制部４１係進行接收機４０之全體的控制、廣告之顯示的控制、關於各廣告之顯示狀況之履歷資料的管理等之處理。

接收機４０係由主機裝置３０接受節目資料與廣告資料以及關於該廣告之附加資料３８，在處理、控制部４１處理接受之資料，透過聲音、畫像資訊輸出部４７，輸出於聲音、畫像輸出裝置４８。又，接收機４０例如係與ＣＳ、ＢＳ、地上波、纜線等任意之有線以及無線之廣播進行通訊接收之接收裝置。

接著，參考圖４～圖１６，說明第１廣告顯示控制系統之動作的實施例。在此實施例中，作爲廣告的優先順位的計算要素係使用：圖１所示之顯示期間（控制係數Ｔｘ）、與收視者層特定用分類（控制係數Ｃｐｑ）、與預定顯示順序（控制係數Ｊｎ）、與目標平均顯示次數（控制

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 30）

係數Ｋａ）、與優先顯示時間（控制係數Ｈｘ）、與收視者之嗜好（廣告屬性）（Ｆｘ）。

圖４係顯示在接收側，即接收機４０之準備步驟。

Ａ．在接收側之準備步驟

Ａ１．於步驟１，接收機４０之收視者例如由被顯示在記載於發送側（利用主機裝置３０經營廣播事業之公司等）所準備而被提供給收視者之調查用紙或圈記號用紙等之收視者層特定用分類資料之複數的範疇選擇賦予特徵於收視者本身所屬之收視者層之資料，於步驟２，將顯示這些之選擇之範疇的資料透過輸入部４３以及處理、控制部４１記憶於記憶部４２。

又，於接收機４０中，在輸入部４３具備：ＧＵＩ或鍵盤等之輸入裝置，而且，將由收視者層特定用分類資料選擇範疇用之軟體載入記憶部４２，在聲音、畫像輸出裝置４８顯示收視者層特定用分類資料，利用上述之輸入裝置，選擇範疇而輸入亦可。

收視者層特定用分類資料被大分類爲複數的項目，各項目被小分類爲複數的分類。以下，將此小分類稱爲範疇。如參考圖１之例，收視者層特定用分類資料被大分類爲４個之分類（項目）：地域（Ｃａｘ）、性別（Ｃｂｘ）、年齡（Ｃｃｘ）、興趣（Ｃｄｘ）。進而，分類Ｃａｘ被小分類爲ｍ各之範疇：地域Ａ（Ｃａ１）至地域ｍ（Ｃａｍ），分類Ｃｂｘ被分類爲２個之範疇：男性（Ｃｂ１）以及女性（Ｃｂ２），分類Ｃｃｘ被分類爲５個

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 31）

之範疇：１９歲以下（Ｃｃ１）至６５歲以上（Ｃｃ５），分類Ｃｄｘ被分類爲３個之範疇：興趣Ａ（Ｃｄ１）至興趣Ｃ（Ｃｄ３）。於此實施例中，例如，接收機４０之收視者住於地域Ａ、爲男性、１９歲以下、具有興趣Ｃ之情形，選擇範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３，作爲個人資料由輸入部４３輸入這些資料，記憶於記憶部４２。

又，於此個人資料也可以包含：顯示該收視者簽訂之收費廣播之頻道號碼（廣播公司名）之資料，或其它之資料（例如，顯示電話號碼、信用卡號碼、工作地方之名稱等之資料）。

又雖係任意，也可以藉由將此個人資料登錄於主機裝置３０之記憶部３２，能夠製作多種的收視者資料。將個人資料傳送於主機裝置４０之方法爲任意，例如，有：由接收機４０之發送部４５通過電話線路等之線路３９，直接地發送於主機裝置３０之接收部３６之方法、記載於紙張以傳真或郵寄等發送之方法、記錄於磁碟或光碟等之記錄媒體以郵寄等發送之方法、通過電話等以口頭傳達之方法等。

又，例如，年齡層、性別、興趣等不同之複數的收視者（例如，家族）使用１個之接收機之情形，或一個收視者具有複數的興趣之情形，爲了反映該全部之特徵，於個別之大分類中，需要指定複數的範疇。因此，接收機４０之收視者也可以選擇１個之分類中的複數個的範疇而構成

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 32）

，或預先以接收機個別登錄複數的收視者。在預先於接收機個別登錄複數的收視者之情形，例如於接收機設置辨識各收視者用之選擇按鈕，各收視者使用（收視廣播）接收機時，按下辨識該收視者之選擇按鈕。

接收機４０之記憶部４２係記憶進行上述之步驟用之程式。

圖５係顯示於廣播側，即主機裝置３０之分析收視者資料之步驟。

Ｂ．在廣播側之收視者資料分析步驟

Ｂ１．於步驟１中，主機裝置３０求得可以接收廣播之範圍內之住民的屬於收視者層特定用分類之各分類的各範疇（Ｃａ１～Ｃｄ３）之收視者數（Ｓａ１～Ｓｄ３）。求得此收視者數之方法爲任意。例如，在接收部３６接收由接收機４０之發送部４５被發送之個人資料，記憶於記憶部３２之情形，以該資料爲基礎，可以在處理、控制部３１計算對於各範疇之收視者數。又，在藉由住民之市場調查等而獲得資料之情形，將對於以該資料爲基礎而獲得之各範疇之收視者數由輸入部３３經過處理、控制部３１而記憶於記憶部３２。

又，Ｓａ１係屬於範疇Ｃａ１之收視者數，Ｓａ２係屬於Ｃａ２之收視者數，以下，同樣地，在表示範疇之標號與表示收視者數之標號中，右側之２文字相同之標號被賦予相關。

由屬於各範疇之收視者數知道成爲廣告之對象的收視

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 33）

者之人數，即市場之大小。市場之大小可以爲決定廣告之顯示次數或期間等之概略之際的大概目標。又，變成可以推測廣告之效果，即觀看廣告之人數，可以將該資料利用於廣告時段之販賣時。又，代替屬於各範疇之收視者數，也可以計算接收機數。

使用於屬於各範疇之收視者數（接收機數）之計算的個人資料的輸入方法爲任意。例如，在上述Ａ１之工程中，於主機裝置３０登錄很多個人資料之情形，可以將其加以使用。

作爲別的個人資料取得方法，例如，於可以接收廣告資料之１個之地域內，進行市場調查（藉由紙張或口頭之調查），取得住民之個人資料，合計屬於收視者層特定用分類之各範疇之人數。關於住民之個人資料，也可以不是對於全部民，而以抽樣檢查之手法隨機選擇住民而取得。由該隨機選擇而取得之個人資料，算出屬於各範疇之人數的百分比，藉由將該百分比乘上全住民數，可以概算全住民中的屬於各範疇之人數。進而，作爲計算屬於各範疇之收視者所有之接收機數之方法，例如可以乘上接收機的普及率。

例如，某廣告Ａ以屬於收視者層特定用分類資料之某分類Ｃｘｘ之範疇Ｃｘ２之收視者爲對象，廣播之接收範圍內之全住民數爲１００００人，對於人數之接收機的普及率爲９０％，住民之５％屬於範疇Ｃｘ２之情形，可以計算廣告Ａ被記憶在４５０台（１００００Ｘ０．９Ｘ

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 34）

０．０５）之接收機。

進而，關於各頻道（Ｃｈ１～Ｃｈｎ），調查屬於各範疇之收視者數，即，調查幾人之收視者屬於哪個頻道的哪個分類的哪個範疇。例如，藉由獲得頻道１之分類Ｃａｘ之範疇Ｃａ１有幾人、Ｃａ２幾人、Ｃａ３幾人、…、Ｃｄ２幾人、Ｃｄ３幾人、頻道２之分類Ｃａｘ之範疇Ｃａ１幾人、…、頻道３之分類Ｃａｘ之範疇Ｃａ１幾人、…之類的資料，可以製作更詳細之資料。此種資料例如藉由求得全收視者之屬於各範疇的收視者數與各頻道之收視率，將其相乘而可以概算出。

又，在由多數的接收機之收視者可以獲得個人資料（包含顯示各收視者所屬之收視者層之資料、顯示收費廣播等之簽約的頻道號碼之資料、以及其它之資料）之情形，在主機裝置３０可以製作更詳細之資料。

顯示屬於被記憶在記憶部３２之各範疇的收視者（接收機）數之資料係被使用於後述的第２實施例之目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）之計算。

主機裝置３０之記憶部３２係記憶進行上述之步驟用之程式。

圖６係顯示在廣播側，即主機裝置３０之廣告資料的準備、發送步驟。

Ｃ．在廣播側之廣告資料的準備、發送系統。

Ｃ１．於步驟１中，主機裝置３０由廣告之委託者接受廣告資料、廣告之顯示期間資料、廣告之總顯示次數資

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 35）

料、賦予特徵於廣告視爲對象之收視者層之資料（收視者層特定用分類資料）、顯示要優先顯示廣告之時間帶之資料（優先顯示時間資料）、以及顯示廣告之領域之資料（廣告屬性資料），由輸入部３３輸入，透過處理、控制部，記憶於記憶部３２。

廣告資料係顯示廣告之畫像以及聲音之資料。顯示期間資料係顯示該廣告之顯示之期間，例如，顯示之最終日的日期或顯示之日數等之資料。廣告之總顯示次數資料係顯示接單之顯示次數之資料。收視者層特定用分類資料係特定廣告視爲對象之收視者層之資料（圖１之收視者層特定用分類）。優先顯示時間資料係顯示想要優先顯示該廣告之時間帶（時刻）之資料。廣告屬性資料係顯示廣告宣傳之商品所屬之領域（廣告屬性）之資料，廣告屬性例如被分類爲汽車、保險、食料品等。

廣告主爲了特定廣告視爲對象之收視者層，預先對於收視者層特定用分類資料之各分類的各範疇分配顯示分量之值。

廣告主例如由被顯示在記載於發送側（利用主機裝置３０經營廣播事業之公司等）所準備而被提供給廣告主之調查用紙或圈記號等之用紙之收視者層特定用分類資料之複數的範疇選擇、記入顯示廣告視爲對象之收視者層之範疇。接著，決定、記入顯示如何重視屬於選擇之範疇之收視者之值（顯示重要度之值）。接著，將被記入上述用紙之顯示廣告視爲對象之收視者層之範疇與對於範疇顯示被

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 36）

分配之重要度之值的資料與廣告資料賦予相關，由主機裝置３０之輸入部３３透過處理、控制部３１記憶於記憶部３２。

又，也可以於主機裝置３０中，於輸入部３３具備有ＧＵＩ或鍵盤等之輸入裝置，而且，將由收視者層特定用分類資料選擇範疇，分配顯示重要度之值用之軟體載入記憶部３２，於主機裝置３０顯示收視者層特定用分類資料，利用上述之輸入裝置，選擇範疇，決定值而輸入。

於圖１之例中，收視者層特定用分類資料係被大分類爲４個之分類：Ｃａｘ、Ｃｂｘ、Ｃｃｘ、Ｃｄｘ，各分配被小分類爲複數之範疇（Ｃａ１～Ｃａｍ、Ｃｂ１～Ｃｂ２、Ｃｃ１～Ｃｃ５、Ｃｄ１～Ｃｄ３）。

廣告主對於重視之範疇分配大的值。又，分配於１個之分類之各範疇之值的合計值成爲１００地分配數值。例如，在廣告ＣＭ１之分類Ｃｂｘ（性別）中，範疇Ｃｂ１（男性）分配８０，範疇Ｃｂ２（女性）分配２０，這些之合計爲１００。此顯示ＣＭ１雖以男性與女性之兩方爲對象，但是以８０對２０之比率重視男性。又，例如，在ＣＭ５之分類Ｃｄｘ中，於範疇Ｃｄ１分配９０、範疇Ｃｄ２分配０、範疇Ｃｄ３分配１０。此係將屬於範疇Ｃｄ１之收視者層與屬於範疇Ｃｄ２之收視者層與屬於範疇Ｃｄ３之收視者層以９０對０對１０之比率重視。又，所謂０之值係意指完全不考慮以該收視者層爲對象。

又，廣告主爲了特定想要顯示廣告之時間帶，對於優

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 37）

先顯示時間資料的各時間帶分配顯示分量之值。

廣告主力如由被顯示在記憶於上述之調查用紙或圈記號等之用紙之優先顯示時間資料之複數的時間帶選擇想要優先顯示廣告之時間帶（１或複數的時間帶），決定、記入顯示如何重視該時間帶之值（顯示重要度之值）。接著，將顯示選擇之時間帶與對於該時間帶顯示被分配之重要度之值之優先顯示時間資料與廣告資料賦予相關，由主機裝置３０之輸入部３３透過處理、控制部３１記憶於記憶部３２。

又，也可以於主機裝置３０中，於輸入部３３具備有ＧＵＩ或鍵盤等之輸入裝置，而且，將由優先顯示時間資料選擇時間帶，分配顯示重要度之值用之軟體載入記憶部３２，於主機裝置３０顯示優先顯示時間資料，利用上述之輸入裝置，選擇時間帶，決定值而輸入。

圖１中，優先顯示時間資料被分類爲６個之時間帶Ｈ１（１點～５點）、Ｈ２（５點～９點）、Ｈ３（９點～１３點）、Ｈ４（１３點～１５點）、Ｈ５（１７點～２１點）、Ｈ６（２１點～１點）。廣告主對於想要顯示廣告之時間帶，即重視之時間帶分配大的值。又，分配於全部之時間帶之值的合計值成爲１００地分配數值。例如，在廣告ＣＭ４中，於時間帶Ｈ１、Ｈ２、Ｈ３分配０，於Ｈ４分配２０，於Ｈ５分配６０，於Ｈ６分配２０，這些之合計爲１００。此係顯示廣告主關於ＣＭ４之顯示時間帶，將Ｈ１、Ｈ２、Ｈ３、Ｈ４、Ｈ５、Ｈ６之時間帶

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 38）

以０對０對０對２０對６０對２０之比率重視，期望於Ｈ４、Ｈ５、Ｈ６之時間帶（特別是Ｈ５之時間帶）優先顯示。又，０之值係意指不期望在該時間帶被顯示。

進而，廣告主爲了特定藉由廣告所被宣傳之商品之所屬之領域（屬性），指定廣告屬性。廣告屬性例如有：車、食品、電器產品等。廣告主與上述相同地，例如，由被記載於調查用紙或圈記號等之用紙之廣告屬性資料選擇與該廣告之屬性一致之廣告屬性，將顯示其之廣告屬性資料與廣告資料賦予相關，由主機裝置３０之輸入部３３透過處理、控制部３１記憶於記憶部３２。又，也可以於主機裝置３０中，於輸入部３３具備有ＧＵＩ或鍵盤等之輸入裝置，而且，將選擇廣告屬性用之軟體載入記憶部３２，於主機裝置３０顯示廣告屬性資料，利用上述之輸入裝置，選擇廣告屬性而輸入。

圖１之例中，廣告屬性係被顯示於計算要素名「收視者之嗜好（廣告屬性）」之欄位，廣告ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４之廣告屬性係Ｆ１，ＣＭ３、ＣＭ６之廣告屬性係Ｆ２，ＣＭ５之廣告屬性係Ｆ３。又，此處所顯示之標號Ｆ１～Ｆ３係顯示廣告屬性，即廣告（廣告所宣傳之商品）之所屬的領域。

Ｃ２．於步驟２中，處理、控制部３１對於被記憶在記憶部３２之收視者層特定用分類資料之各分類的各範疇（圖１之Ｃａ１～Ｃｄ３），將屬於該範疇之收視者數資料（Ｓａ１～Ｓｄ３）賦予相關。（又，Ｓａ１～Ｓｄ３

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 39）

係被使用於第２廣告顯示控制系統之動作的實施例所說明之計算上限顯示次數之工程。）

Ｃ３．於步驟３中，處理、控制部３１計算對於被記憶之各廣告的目標平均顯示次數。目標平均顯示次數係將廣告之接單的總顯示次數除以全部接收機數，求得在全部接收機的個個最低限度所必要之平均的顯示次數（最低平均顯示次數），藉由對該最低平均顯示次數乘上係數而獲得。

但是，如上述般地，在全部接收機之中，也有沒有記憶該廣告之接收機，又，即使記憶該廣告，也有在期限內無法達成最低平均顯示次數之接收機。因此，對於記憶某廣告之接收機，分配對於該廣告被計算之最低平均顯示次數於達成接單之總顯示次數有困難。因此，藉由對最低平均顯示次數乘上係數，記憶該廣告之各接收機具有只相互補足該廣告之顯示次數的不足份之餘裕，而且，決定在各接收機不過多顯示該廣告之均等的視爲目標之顯示次數（目標平均顯示次數）。

乘於最低平均顯示次數之係數值例如以包含很多之人數的收視者層爲對象之廣告，即記憶該廣告之接收機的數目被判斷爲多之情形，其值變小。又，相反地，以包含少之人數的收視者層爲對象之廣告，即記憶該廣告之接收機的數目被判斷爲少之情形，其值變大。此係數值例如可以由：過去的廣告之顯示實績之資料，或關於在上述之Ａ說明之調查等所獲得之收視者層的人數等之資料，或關於廣

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 40）

告主指定之廣告視爲對象之收視者層之資料等經驗地決定。

例如，設關於屬於某領域之廣告，接單之總顯示次數爲１００００次，全部接收機之數目爲５００台。又，設記憶屬於該領域之廣告之接收機的比例由過去的資料等統計上知道爲全部接收機的５０％。於此種情形，對於全部接收機中的各接收機之最低平均顯示次數成爲２０次（１００００／５００）。將此最低平均顯示次數（２０次）以記憶屬於該領域之廣告的接收機的比例（５０％，即０．５）除之。（（１００００／５００）／０．５＝４０）。即，對於最低平均顯示次數，將記憶屬於該領域之廣告的接收機的比例當成係數使用。藉由此，概算出在記憶廣告之各接收機的廣告之最低限度必要的顯示次數。此顯示次數值進而適用使具有餘裕用之係數，決定目標平均顯示次數。

Ｃ４．於步驟４中，處理、控制部３１於記憶在記憶部３２之廣告資料附加ＩＤ資料、顯示期間資料、收視者層特定用分類資料（Ｃａ１～Ｃｄ３）、優先顯示時間資料（Ｈｘ）、廣告屬性資料（Ｆ１～Ｆ３）、目標平均顯示次數資料，製作對接收機４０之發送用的資料。廣告的ＩＤ資料係顯示廣告的辨識號碼之資料，在接單廣告時或記憶廣告資料時分配。

對於其它之廣告也進行與Ｃ１～Ｃ４同樣之工程，於廣告資料連結附加資料。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 41）

Ｃ５．於步驟５中，處理、控制部３１複數個彙整廣告資料與附加資料之組而當成１個之套件（package），隨時或定期地由發送部３５發送於接收機４０。又，套件也有只包含１組之廣告資料與附加資料之組之情形。廣告資料以及附加資料可以以任意之有線方式或無線方式之其一發送，但是在本實施例中，係以無線方式發送。（又，在第１實施例之情形，在接收機４０不使用收視者數資料Ｓａ１～Ｓｄ３之故，也可以不於發送之附加資料包含收視者數資料。）

關於新接單之廣告，進行與上述Ｃ１～Ｃ５（步驟１～５）同樣之工程。

主機裝置３０之記憶部３２記憶進行上述步驟用之程式。

圖７係顯示在接收側，即接收機４０之廣告資料的接收、選擇、記憶步驟。

Ｄ．在接收側之廣告資料的接收、選擇、記憶步驟

Ｄ１．於步驟１中，接收機４０以接收部４６接收由主機裝置３０之發送部３５以無線方式被發送來之廣告資料與附加資料之套件。

Ｄ２．於步驟２中，處理、控制部４１比較被附加於接收之各廣告資料的附加資料中的收視者層特定用分類資料（Ｃａ１～Ｃｄ３）與被記憶於接收機４０之個人資料中的顯示收視者所屬之範疇之資料，依據比較結果，決定

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 42）

是否將該廣告資料以及附加資料記憶於記憶部４２。在此比較中，抽離包含在接收的附加資料中的收視者層特定用分類資料中之範疇之中的對應於被顯示於個人資料中的範疇之範疇，檢查廣告主是否選擇收視者之選擇的範疇，即，數值是否被分配於該範疇。

在此實施例中，設爲在被記憶於記憶部４２之個人資料中包含顯示：範疇Ｃａ１（地域Ａ）、Ｃｂ１（男性）、Ｃｃ１（１９歲以下）、Ｃｄ３（興趣Ｃ）之資料。處理、控制部４１檢查接收之附加資料中的收視者層特定用分類資料（Ｃａ１～Ｃｄ３）中的範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３，檢查廣告主是否選擇那些範疇，即，數值是否被分配於那些範疇。

Ｄ２ａ．在０以外之數值被分配於上述４個範疇中的哪一個之情形，判斷爲廣告主選擇之收視者層與收視者本身所屬之收視者層至少部份一致，於步驟３中處理、控制部４１將該廣告資料以及附加資料記憶於記憶部４２。

Ｄ２ｂ．在數值０被分配於上述４個範疇之全部的情形，判斷爲完全沒有一致，於步驟４中，處理、控制部４１不記憶該廣告資料以及附加資料而放棄。

上述選擇之是否將廣告資料記憶於記憶部４２之判斷的基準係對於收視者選擇之範疇的全部，０是否被分配。但是，作爲別的方法，例如，也可以依據對於收視者選擇之各範疇被分配之值的合計，決定是否記憶廣告，例如，也可以只記憶合計在指定之值以上之廣告。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 43）

進而，在已經接收相同廣告之情形，放棄之。

接收機４０之記憶部４２係記憶進行上述之步驟用之程式。

圖８係顯示在發送側，即主機裝置３０之廣告命令信號製作步驟。

Ｅ．在發送側之廣告命令信號製作步驟

Ｅ１．主機裝置３０製作由發送部３５與節目資料一齊地發送之廣告命令信號。廣告命令信號係包含：顯示命令、削除命令、控制變數適用命令、廣告指定命令等。

於步驟１中，主機裝置３０之處理、控制部３１於廣告命令信號插入顯示命令。顯示命令係使接收機４０之處理、控制部４１由記憶部４２讀出、顯示廣告之命令。顯示命令係包含：顯示在由廣告命令信號之接收至經過指定時間後（例如，１０秒）進入廣告時段之信號與廣告時段之長度（例如，１８０秒）。上述之指定時間係設定爲接收機４０以接收部４６接收廣告命令信號後至完成廣告的顯示準備爲止之時間以上。

又，關於現場廣播之節目排程沒有確定的節目，可以在主機裝置３０自由設定廣告時段之長度。

Ｅ２．於步驟２中，處理、控制部３１判斷是否有由接收機４０之記憶部４２應削除之廣告資料，在有之情形，於步驟３中，於廣告命令信號插入削除命令。削除命令係：主機裝置３０之處理、控制部３１將判斷到達接單之

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 44）

總顯示次數之廣告，或顯示決定繼續中止之旨意的資料透過輸入部３３被記憶於記憶部３２之廣告等由接收機４０之記憶部４２削除用之命令。是否到達接單之總顯示次數之判斷係依據由各接收機４０所回饋之履歷資料的合計結果而判斷。關於履歷資料，在以下之Ｈ說明。

Ｅ３．於步驟４中，處理、控制部３１判斷是否接受以最優先顯示特定之廣告之指示。此指示係由廣告主所進行者，在以最優先顯示特定之廣告的情形，與該指示一齊地，該廣告之ＩＤ資料由輸入部３３被輸入。接受以最優先顯示特定之廣告之指示，而且，在該廣告之ＩＤ資料被輸入之情形，於步驟５中，製作廣告指定命令，插入廣告命令信號。廣告指定命令係指示以最優先顯示特定的廣告之命令，於此命令包含：應以最優先顯示之廣告的ＩＤ資料。

接收機４０在接收廣告命令信號時，廣告指定命令被包含於其中，而且，對應以廣告指令命令被指示之ＩＤ資料之廣告存在於記憶部４２之情形，由記憶部４２讀出該廣告、顯示之。在不存在之情形，顯示於優先順位之順序。

Ｅ４．於步驟６中，處理、控制部３１依據由各接收機４０所回饋之履歷資料的合計結果或營業資訊（例如，包含廣告主來之指定等），變更包含在廣告命令信號的控制變數適用命令之控制變數Ｘｎ之值。控制變數適用命令對接收機４０之處理、控制部４１指示適用於６種之控制

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 45）

係數（Ｔｘ、Ｋａ、Ｊｎ、Ｃｐｑ、Ｈｘ、Ｆｘ）之個個之係數（變數Ｘｎ）之值的命令。

例如，在由履歷資料判別雖然顯示期限迫近，但是有多數的殘留顯示次數之廣告資料被記憶於接收機４０之記憶部４２之情形，或廣告主指示盡快完成特定之廣告的訂購的顯示次數之情形，或由於某種理由，需要快速完成特定之廣告的顯示（接單之顯示次數）之情形，提升該廣告的優先順位，需要更多地顯示。即，爲了提升廣告的顯示的優先順位，需要增加成爲優先順位之基礎的係數值。在此種情形，變更適用於６種的控制係數（Ｔｘ、Ｋａ、Ｊｎ、Ｃｐｑ、Ｈｘ、Ｆｘ）之個個的係數（變數Ｘｎ）之值，藉由使各控制係數之值變化，提升成爲對象之廣告的顯示的優先順位。就，關於控制變數的決定方法，在以下之Ｈ５說明。

Ｅ５．於步驟７中，處理、控制部３１由發送部３５與節目資料一齊地將廣告命令信號發送於接收機４０。節目資料以及廣告命令信號雖可以以任意的有線以及無線之廣播形態發送，但是在本實施例中，以無線方式多重或重疊發送。

廣告命令信號之發送的時序係以被記憶在記憶部３２之節目排程資料爲基礎而決定。節目排程資料例如係包含：廣告時段之開始以及終了時間等，廣告命令信號考慮讀出接收機４０記憶之廣告至可以顯示準備爲止之時間，在廣告時段開始之少許之前發送。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 46）

又，在現場廣播之廣告時段的開始以及終了時間不確定之廣播的情形，主機裝置３０之操作員在適當之時期由輸入部３３輸入發送廣告命令信號用之指示。

主機裝置３０之記憶部３２係記憶進行上述之步驟用之程式。

圖３、圖１０、圖１１、圖１２、圖１３係連續之１個之流程，顯示決定在接收側，即接收機４０之被記憶的廣告資料的優先順位，而進行顯示之步驟。

Ｆ．在接收側之被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟

Ｆ１．於圖９之步驟１中，接收機４０之處理、控制部４１以由主機裝置３０接收而記憶在記憶部４２之廣告資料的附加資料中的目標平均顯示次數資料（目標平均顯示次數）爲基礎，決定顯示關於被記憶在各接收機之各廣告的目標平均顯示次數之分量之值（圖１之控制係數Ｋａ）之初期值。控制係數Ｋａ係藉由於到達目標平均顯示次數爲止之殘留顯示次數乘上係數而求得（Ｋａ＝殘留顯示次數Ｘ係數）。例如，在想要使控制係數Ｋａ之值與殘留顯示次數之值相同之情形，設乘於殘留顯示次數之係數爲１，而且，之後設在步驟２３所適用之控制變數Ｘ７之值爲１。

廣告每被顯示１次，由殘留顯示次數減去１。殘留顯示次數一成爲０，控制係數Ｋａ成爲０。又，如上述般地

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 47）

，此目標平均顯示次數係表示當成目標之顯示次數，依據情形，也有該殘留顯示次數變成小於０（成爲負值）之情形。

在圖１之例中，ＣＭ１之控制係數Ｋａ之值爲４０、ＣＭ２爲１００、ＣＭ３爲５０、ＣＭ４爲４０、ＣＭ５爲７０、ＣＭ６爲３０。在處理、控制部４１只以此時間點之控制係數Ｋａ之值爲基礎，決定廣告之優先順位之情形，由高的順序，成爲ＣＭ２、ＣＭ５、ＣＭ３、ＣＭ１以及ＣＭ４、ＣＭ６。

Ｆ２．於步驟２中，處理、控制部４１預定被記憶之各廣告的顯示順序，決定顯示對於該預定顯示順序之分量之值（圖１之控制係數Ｊｎ）之初期值。

初期之預定顯示順序可以以適當之任意的方法決定。例如，可以使用：由先前被記憶者依序分配上位之預定顯示順序之方式，或以被附加在各廣告資料之ＩＤ號碼的字母或數字之順序分配預定顯示順序之方法等。

初期之控制係數Ｊｎ之分配中，將對於預定顯示順序爲最下位之廣告的控制係數當成指定的最低值，預定顯示順序每上升１個，附加指定的增加值。在圖１之實施例中，設控制係數Ｊｎ之最低值爲１０００，設增加值爲１００。在圖１之例中，ＣＭ６係其預定顯示順序爲最下位，因此，該控制係數之值爲１０００。ＣＭ５之預定顯示順序係由下起爲第２位，其之控制係數之值爲１０００＋１００，即１１００。ＣＭ４之預定顯示順序係由下起

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 48）

第３位，其控制係數之值爲１１００＋１００，即１２００。同樣地被計算之ＣＭ１之控制係數之值爲１５００，ＣＭ２爲１４００、ＣＭ３爲１３００。

各廣告之控制係數Ｊｎ在廣告一被顯示便被更新。即，處理、控制部４１使對於被顯示之廣告之控制係數Ｊｎ之值降低，使對於未被顯示之廣告的控制係數Ｊｎ之值變高。關於更新控制係數Ｊｎ之方法，在以下之Ｆ２２中詳細說明。

處理、控制部４１在此時間點，只以控制係數Ｊｎ之值爲基礎，決定廣告之優先順位之情形，由高的順序，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６。

Ｆ３．於步驟３中，處理、控制部４１於使反映對於被記憶的各廣告的領域（廣告屬性）之收視者的嗜好之值（控制係數Ｆｘ）分配初期值。即，接收機４０之處理、控制部４１初期對於全部的廣告屬性分配相同之初期值，記憶於記憶部４１。

接收機４０之輸入部４３具備：對於收視者所收視之廣告，表示（投票）是否喜歡或嫌惡用之投票按鈕（「喜歡按鈕」以及「嫌惡按鈕」），收視者一在廣告之顯示中按下「喜歡按鈕」，對於具有與該廣告之廣告屬性相同的廣告屬性之全部的廣告之控制係數Ｆｘ的值增加，一按下「嫌惡按鈕」，對於具有與該廣告之廣告屬性相同的廣告屬性之全部的廣告之控制係數Ｆｘ的值減少。關於此投票按鈕之動作，在以下之Ｆ２３（步驟３３之說明）中詳細

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 49）

說明。

控制係數Ｆｘ之值不增加過頭地，即，具有特定的廣告屬性之廣告的優先度不上升過頭地設定上限值，而且，具有特定的廣告屬性之廣告的優先度不下降過頭地設定下限值。上述的初期值例如設定爲上限值與下限值之中間值。

在圖１之例中，顯示初期值爲５０、下限值爲０、上限值爲１００，投票按鈕被按下複數次後之對於各廣告的屬性之控制係數Ｆｘ之值。圖１中，對於廣告ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４之廣告屬性（Ｆ１）之控制係數Ｆｘ之值爲７０，顯示「喜歡按鈕」被按下很多次。對於ＣＭ３、ＣＭ６之廣告屬性（Ｆ２）之控制係數Ｆｘ之值爲２０，顯示「嫌惡按鈕」被按下很多次。對於ＣＭ５之廣告屬性（Ｆ３）之控制係數Ｆｘ之值爲５０，係顯示投票按鈕未被按過，或「喜歡按鈕」與「嫌惡按鈕」被按下相同之次數。在只以此時間點之控制係數Ｆｘ之值爲基礎而決定廣告的優先順位之情形，由高的順序起，ＣＭ１與ＣＭ２與ＣＭ４爲一位、ＣＭ３與ＣＭ６爲二位、ＣＭ５成爲三位。

Ｆ４．於步驟４中，處理、控制部４１將控制係數Ｆｘ設定爲初期值後，以由計時部４４所獲得之成爲日期以及時刻之基礎的資料爲基礎判定是否經過指定期間（例如，１週、１個月等），在經過指定期間之情形，回到步驟３，將對於全部之廣告的控制係數Ｆｘ重置爲初期值。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 50

在沒有經過指定期間之情形，進入步驟５。

對於具有特定之屬性的廣告的控制係數Ｆｘ之值經過某期間，如被維持在高的狀態，在其之期間中，其它的廣告不易被顯示。又，反之，對於具有特定之屬性的廣告的控制係數Ｆｘ之值經過某期間，如被維持在低的狀態，在其之期間中，該廣告不易被顯示。在考慮廣告之效率的情形，如上述之反映收視者的嗜好之偏頗的廣告顯示之期間多餘地被維持很長係不理想。因此，在經過指定期間時，將對於全部之廣告的控制係數Ｆｘ重置爲初期值。

又，也可以對於某種之廣告屬性之控制係數Ｆｘ到達上限值或下限值時，將對於全部的廣告之控制係數Ｆｘ重置爲初期值而構成。藉由此，例如，可以防止只對於具有特定之屬性的廣告的控制係數Ｆｘ之值變高，優先度提升，多餘地妨礙其它的廣告的顯示。又，反之，可以防止只對於具有特定之屬性的廣告的控制係數Ｆｘ之值變低，優先度變低，該廣告之顯示多餘地被妨礙。

Ｆ５．於步驟５中，處理、控制部４１以被記憶於記憶部４２之廣告資料的附加資料中的顯示期間資料爲基礎，決定顯示關於被記憶之各廣告的顯示期間之分量，即關於殘留顯示期間之分量之值（圖１之控制係數Ｔｘ）。控制係數Ｔｘ係如下述般地計算。

ｉ．以顯示之最終期限之日期與對接收機發送廣告之日期爲基礎，求得全顯示期間（Ｔｔ）。

Ｔｔ＝（最終期限的日期）－（廣告發送之日期）

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 51）

ｉｉ．以顯示的最終期限的日期與現在的日期爲基礎，求得殘留顯示期間（Ｔｒ）。

Ｔｒ＝（最終期限之日期）－（現在之日期）

ｉｉｉ．求得對於全顯示期間之殘留顯示期間的比率，求得於該比率乘上係數（在本例爲１０００）之值Ｔｘ’。

Ｔｘ’＝（Ｔｒ／Ｔｔ）Ｘ１０００

值Ｔｘ’係殘留顯示期間愈短變得愈小。

ｉｖ．由指定之係數（在本例中爲１０００）減去期間係數Ｔｘ’，求得期間係數Ｔｘ。

Ｔｘ＝１０００－Ｔｘ’

成爲計算殘留顯示期間之際的日期以及時刻之基礎的資料在計時部４４被產生。在以１日爲單位而計算顯示期間之情形，每經過１日（即每日），處理、控制部４１計算控制係數Ｔｘ，更新該值（參考步驟８）。控制係數Ｔｘ在殘留顯示期間成爲０時，成爲最大值（１０００）。

又，廣告中也有顯示期間只是１日之廣告，在該種廣告中，顯示的最終期限的日期與廣告發送的日期（開始廣告之顯示的日期）成爲相同。在此種情形，在上述之ｉ的步驟所進行的全顯示期間（Ｔｔ）之值成爲０。在Ｔｔ＝０之情形，無法或的後續的ｉｉｉ之步驟的計算式之答案。因此，處理、控制部４１在上述ｉ之步驟之後，判定Ｔｔ是否爲０，在Ｔｔ爲０之情形，不進行上述之ｉｉ～

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 52）

ｉｖ之步驟，對控制係數Ｔｘ分配最大值，在Ｔｔ不爲０之情形，進行上述之ｉｉ～ｉｖ之步驟，計算Ｔｘ。

在圖１之例中，Ｃｍ１之控制係數Ｔｘ之值爲８００、ＣＭ２爲７００、ＣＭ３爲４００、ＣＭ４爲３００、ＣＭ５爲５００、ＣＭ６爲１００。在處理、控制部４１只以此時間點之控制係數Ｔｘ之值爲基礎而決定廣告之優先順位之情形，由高的順序起，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ５、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ６。

Ｆ６．於步驟６中，處理、控制部４１對於各廣告，檢查是否記憶Ｔｒ之值（在上述之步驟５之步驟ｉｉ所求得之值），即由最終期間之日期減去現在的日期之值成爲比０小之廣告，在有Ｔｒ＜０之廣告的情形，於步驟７中，由記憶部４２削除該廣告資料以及附加資料。又，被記憶在記憶部４２之廣告的ＩＤ資料以及關於該廣告的顯示狀況之履歷資料（在以下之說明中進行說明）至發送於主機裝置３０爲止，係保持在記憶部４２。

Ｆ７．接著，於步驟８中，處理、控制部４１以由計時部４４所獲得之成爲日期以及時刻之基礎的資料爲基礎，檢查是否經過指定時間，例如１日。在經過指定時間之情形，處理、控制部４１之動作回到步驟５，再度計算控制係數Ｔｘ。在沒有經過指定時間之情形，進入圖１０之步驟９。

Ｆ８．於圖１０之步驟９中，接收機４０等待由主機裝置３０之發送部３５與節目資料一齊被發送之廣告命令

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 53）

信號。接收機４０之接收部４６沒有接收廣告命令信號之情形，回到圖９之步驟４，反覆步驟４以後之動作。接收機４０一在接收部４６接收到廣告命令信號，動作進入步驟１０。廣告命令信號係包含：顯示命令、削除命令、控制變數適用命令、廣告指定命令等，接收機４０之處理、控制部４１由廣告命令信號讀出這些命令，依循此等命令進行處理。

Ｆ９．於步驟１０中，處理、控制部４１在判斷於接收部４６接收之廣告命令信號中並未包含削除命令，而且，以削除命令所指示之廣告的廣告資料以及附加資料並未被記憶於記憶部４２之情形，於步驟１１中，處理、控制部４１由記憶部４２削除成爲削除之對象的廣告資料以及附加資料。又，廣告ＩＤ以及履歷資料在將那些資料發送於主機裝置４０爲止加以保持。

在削除命令未被包含於廣告命令信號之情形，以及雖然包含削除命令，但是成爲削除之對象的廣告未被記憶於記憶部４２之情形，直接進入步驟１２。

Ｆ１０．於步驟１２中，處理、控制部４１判斷廣告指定命令是否被包含在廣告命令信號中。在廣告指定命令未被包含之情形，進入圖１１之步驟１９（Ｆ１４）。

在有包含廣告指定命令之情形，於步驟１３中，讀出包含在廣告指定命令之ＩＤ資料，於步驟１４中，判斷具有該ＩＤ資料之廣告是否被記憶在記憶部４２。於步驟１４中，判斷以廣告指定命令所指定的廣告未被記憶於記

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 54）

憶部４２之情形，進入圖１１之步驟１９（Ｆ１４）。在判斷爲有被記憶之情形，處理、控制部４１於步驟１５中，由記憶部４２讀出該廣告，而且，回應包含在廣告命令信號之顯示命令，於由顯示命令所指定的時間開始之廣告時段中，將該廣告於聲音、畫像輸出裝置４８最優先顯示。接著，處理、控制部４１之動作進入步驟１６。

Ｆ１１．於步驟１６中，接收機４０之處理、控制部４１由在包含於廣告命令信號之顯示命令所指定的廣告時段之長度減去在廣告指定命令所指定之廣告的長度（顯示時間），判斷是否殘留廣告時段。在判斷沒有殘留可以顯示其它廣告之時間之情形，動作步驟進入圖１２之步驟２６。在判斷殘留可以顯示其它之廣告的時間之情形，進入圖１１之步驟１７。

Ｆ１２．於圖１１之步驟１７中，接收機４０之處理、控制部４１由在廣告指定命令所指定而被顯示的廣告之殘留顯示次數減去１。又，該廣告之廣告ＩＤ資料以及履歷資料在將彼等資料發送於主機裝置４０爲止加以保持。接著，處理、控制部４１計算對於該廣告之殘留顯示次數之份量（控制係數Ｋａ），記憶於記憶部４２。

Ｆ１３．接著，於步驟１８中，處理、控制部４１更新顯示對於被記憶之各廣告的預定顯示順序之份量之值（控制係數Ｊｎ）。處理、控制部４１原樣維持預定顯示順序比在步驟１５所顯示之廣告還上位之廣告的控制係數Ｊｎ，設在步驟１５所顯示之廣告的控制係數爲最低值，

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 55）

對於預定顯示順序比在步驟１５所顯示之廣告還下位之各廣告的控制係數加上增加值（１００），使對於這些廣告之控制係數Ｊｎ之值一位份地增加。（關於更新控制係數Ｊｎ之方法，在以下之Ｆ２２中詳細說明。）

又，步驟１６～１８可以在顯示中進行以廣告指定命令所指定的廣告。

Ｆ１４．於步驟１９中，處理、控制部４１由計時部４４讀出現在時刻。接著，處理、控制部４１讀出被分配於包含在記憶部４２所記憶之各廣告的附加資料之優先顯示時間資料的複數的時間帶（Ｈ１～Ｈ６）之個個的控制係數（Ｈｘ）之中的對於現在時刻所屬之時間帶而被分配之控制係數（Ｈｘ）。

圖１之例中，例如，對於時間帶Ｈ６（２１點～１點），ＣＭ１被分配０、ＣＭ２爲２０、ＣＭ３爲０、ＣＭ４爲２０、ＣＭ５爲３０、ＣＭ６爲０。對於時間帶Ｈ６被分配之這些的控制係數在一天之中，只有２１點至１點之間有效，成爲提升此時間帶之ＣＭ２、ＣＭ４、ＣＭ５之優先度。藉由使用此控制係數Ｈｘ，廣告主可以某種程度指定要顯示廣告之時間帶。

例如，現在時刻爲２２點，在處理、控制部４１只以該時間點之控制係數Ｈｘ之值爲基礎而決定廣告的優先順位之情形，由高的順序起，第一位爲ＣＭ５、第二位爲ＣＭ２與ＣＭ４，第三位爲ＣＭ１與ＣＭ３與ＣＭ６。

Ｆ１５．接著，於步驟２０中，處理、控制部４１讀

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 56）

出對於各廣告之全部的控制係數Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ。在此實施例中，接收機的收視者屬於收視者層特定用分類資料中的範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之故，關於Ｃｐｑ，Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之值被讀出。

Ｆ１６．於步驟２１中，處理、控制部４１由廣告命令信號讀出控制變數適用命令，只限於該次將以該控制變數適用命令所指定的變數值（Ｘｎ）適用於控制係數（Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ），重新決定控制係數。即，處理、控制部４１由控制變數適用命令讀出控制變數Ｘ１～Ｘ９，個別乘上對應之控制係數，計算新的控制係數值Ｔｘ’（＝Ｔｘ×Ｘ１）、Ｃａｘ’（＝Ｃａｘ×Ｘ２）、Ｃｂｘ’（＝Ｃｂｘ×Ｘ３）、Ｃｃｘ’（＝Ｃｃｘ×Ｘ４）、Ｃｃｘ’（＝Ｃｄｘ×Ｘ５）、Ｊｎ’（＝Ｊｎ×Ｘ６）、Ｋａ’（＝Ｋａ×Ｘ７）、Ｈｘ’（＝Ｈｘ×Ｘ８）、Ｆｘ’（＝Ｆｘ×Ｘ９）。又，在不使某控制變數值改變之情形，使對於該控制係數之控制變數Ｘｎ之值成爲１。

此步驟期望在計算一致度Ｃｔ之值的步驟（參考步驟２４、Ｆ１７），以及合計全部的控制係數（Ｔｘ、Ｃｐｑ（Ｃｔ）、Ｋａ、Ｊｎ、Ｈｘ、Ｆｘ）之值的步驟（參考步驟２５、Ｆ１８）之前進行。藉由此步驟２３之處理，可以由主機側控制重視哪種計算要素。

又，如上述般地，殘留顯示次數之值也有成爲負值之

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 57）

情形。爲了對應該種情形，例如，關於控制變數Ｘ７，在殘留顯示次數爲負值之情形，使控制係數Ｋａ之值變低地，利用預先決定之控制變數之值（例如，Ｘ７≒０（Ｘ７＝０或幾乎爲０）），在殘留顯示次數爲正值或０之情形，也可以使用由由主機裝置３０接收之控制變數適用命令所指示之變數值，以構成接收機４０。

動作步驟往圖１２之步驟２２繼續。

Ｆ１７．於步驟２２中，處理、控制部４１以記憶在記憶部４２之廣告資料的附加資料中的收視者層特定用分類資料爲基礎，決定顯示對於被記憶之各廣告視爲對象之收視者層與接收機的收視者層特定用分類資料所屬之收視者層的一致的程度之份量的值（一致度值Ｃｔ）。

一致度Ｃｔ係藉由合計對於被包含在記憶部４２所記憶的各廣告資料的附加資料之收視者層特定用分類資料（Ｃａ１～Ｃｄ３）之全部範疇中的與收視者之所屬的範疇一致的範疇而被分配的數值（即，於該數值適用控制變數之數值）而獲得。

上述之收視者屬於範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３。又，在此例中，在上述步驟２３中，適用於Ｃｐｑ（Ｃａｘ、Ｃｂｘ、Ｃｃｘ、Ｃｄｘ）之控制變數（Ｘ２、Ｘ３、Ｘ４、Ｘ５）之值全部設爲１。在此情形，如圖１之下段之表所示般地，表示對於上述之收視者的ＣＭ１之一致度之數值Ｃｔ（＝Ｃａ１’＋Ｃｂ１’＋Ｃｃ１’＋Ｃｄ３’）成爲４０＋８０＋１０＋１０＝

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 58）

１４０。以下同樣地，對於ＣＭ２爲２５０、對於ＣＭ３爲１１０、對於ＣＭ４爲２００、對於ＣＭ５爲９０、對於ＣＭ６爲１７０。

處理、控制部４１只以此控制係數Ｃｔ之值爲基礎而決定廣告的優先順位之情形，由高的順位起，成爲ＣＭ２、ＣＭ４、ＣＭ６、ＣＭ１、ＣＭ３、ＣＭ５。

Ｆ１８．於步驟２３中，處理、控制部４１各廣告地合計控制係數Ｔｘ’與Ｋａ’與Ｊｎ’與Ｈｘ’與Ｆｘ’與Ｃｔ之值，求得決定要素（圖１之決定要素（Ｓｕｍ））。接著，於步驟２４中，處理、控制部４１以此決定要素（Ｓｕｍ）爲基礎，由決定要素之大的順序，決定各廣告的最終之顯示的優先順位（圖１之收先順位（Ｎ））。

圖１之例的情形，即，接收機的收視者屬於範疇Ｃａ１、Ｃｂ、Ｃｃ１、Ｃｄ３，現在時刻屬於時間帶Ｈ６，全部的控制變數Ｘｎ（Ｘ１～Ｘ９）爲１之情形的ＣＭ１～ＣＭ６之決定要素（Ｓｕｍ）之值成爲２５５０、２５４０、１８８０、１８３０、１８４０、１３２０，依據決定要素Ｓｕｍ之優先順位Ｎ（１位～６位）由高的順位起，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ５、ＣＭ４、ＣＭ６。

Ｆ１９．接著，於步驟２５中，處理、控制部４１回應被包含在廣告命令信號之顯示命令，由記憶裝置４２以被決定之優先順位之順序讀出在由指定之時間所指定之時段內可以顯示之廣告資料，由聲音、畫像資訊輸出部４７

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 59）

輸出於聲音、畫像輸出裝置４８而使之顯示。

又，在上述之步驟１５中，廣告被顯示之情形，由記憶裝置４２以被決定之優先順位之順序讀出在殘留之廣告時段內可以顯示之廣告可以顯示之廣告資料，在步驟１５之廣告的顯示終了之後的時間起，由聲音、畫像資訊輸出部４７輸出於聲音、畫像輸出裝置４８而使之顯示。

處理、控制部４１對於被顯示之廣告，由殘留顯示次數之值減去被顯示之次數之值（通常爲１），於記憶部４２記憶該更新之殘留顯示次數之值。

Ｆ２０．於步驟２６，處理、控制部４１計算顯示關於殘留顯示次數之分量之值（控制係數Ｋａ），記憶於記憶部４２。

Ｆ２１．於步驟２７中，處理、控制部４１更新顯示對於被記憶之各廣告的預定顯示順序之分量之值（控制係數Ｊｎ）。

例如，預定顯示順序爲最上位之廣告由記憶部４２被讀出，透過聲音、畫像資訊輸出部４７顯示於聲音、畫像輸出裝置４８之情形，處理、控制部４１將對於該廣告之控制係數設定爲最低值（１０００），於對於第２位以下之各廣告的控制係數加上前述之增加值，各１位份地增加控制係數Ｊｎ之值。在此例中，在ＣＭ１被顯示之情形，ＣＭ１之控制係數被變更爲最低值１０００，於ＣＭ２～ＣＭ６之控制係數分別加上１００。其結果爲：ＣＭ２之控制係數之值成爲１５００、ＣＭ３爲１４００、ＣＭ４

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 60）

爲１３００、ＣＭ５爲１２００、ＣＭ６爲１１００。只依據此被更新之控制係數Ｊｎ之下次的顯示的優先順位由高的順序起，成爲ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６、ＣＭ１。

又，例如，廣告時段長，處理、控制部４１以依據控制係數Ｊｎ之優先順位的高的順序連續由記憶部４２讀出複數的廣告，透過聲音、畫像資訊輸出部４７在聲音、畫像輸出裝置４８連續顯示之情形，在該顯示終了後，彙整再計算控制係數Ｊｎ。例如，由控制係數Ｊｎ之值的高的順序起，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６之順序，ＣＭ１～ＣＭ３係以該順序連續地被讀出而顯示。在此情形，彙整ＣＭ１～ＣＭ３以該順序往最下位側推延，與上述同樣地分配控制係數。即ＣＭ１之控制係數爲１２００、ＣＭ２爲１１００、ＣＭ３爲１０００。ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６其個別之順序只高３位份之故，於個別之原來的控制係數附加３位份之增加值（３００）。

又，處理、控制部４１在決定顯示之優先順位之際，使用複數的決定要素之情形，有其它之決定要素（１或複數）被設成優先者。因此，由控制係數Ｊｎ之值的高的順序起，即使成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６之順序，有具有中間的控制係數值Ｊｎ之廣告，例如ＣＭ３先被讀出而顯示之情形。又，廣告指定命令被包含在廣告顯示命令，該廣告指定命令例如指定

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 61）

ＣＭ３之情形，處理、控制部４１都不考慮任何之控制係數值（因此，即使ＣＭ３之控制係數值Ｊｎ並非最高值），以最優先讀出顯示ＣＭ３。在此種情形，具有比ＣＭ３還上位之控制係數Ｊｎ之廣告，即ＣＭ１以及ＣＭ２之控制係數Ｊｎ維持爲原樣，於ＣＭ３分配最低值１０００，於具有比ＣＭ３還下位之控制係數Ｊｎ之廣告，即ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６之控制係數Ｊｎ分別附加增加值１００。其結果爲：只依據此控制係數Ｊｎ之下次的顯示的優先順位由高的順序起，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４、ＣＭ５、ＣＭ６、ＣＭ３。

動作步驟由圖１２之步驟２７往圖１３之步驟２８繼續。

Ｆ２２．於圖１３之步驟２８中，處理、控制部４１檢查在顯示廣告中，接收機４０之輸入部４３之投票按鈕是否被按下。

收視者在廣告之顯示中按下「喜歡按鈕」，即一投票於「喜歡」，處理、控制部４１將顯示對於該廣告之廣告屬性，收視者投票「喜歡」之投票資訊記憶於記憶部４２。又，一按下「嫌惡按鈕」，即投票「嫌惡」，處理、控制部４１將顯示對於該廣告之廣告屬性，收視者投票「嫌惡」之投票資訊記憶於記憶部４２。又，處理、控制部４１即使在１個廣告之顯示中，收視者進行複數次之投票，只將１次之投票當成有效投票記憶於記憶部４２。

處理、控制部４１在顯示廣告後，讀出被記憶於記憶

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 62）

部４２之投票資訊。在有記憶顯示收視者在廣告之顯示中按下「喜歡按鈕」，即投票「喜歡」之投票資訊之情形，處理、控制部４１於步驟２９中，使只增加指定值之對於具有與該廣告的廣告屬性相同的廣告屬性之全部的廣告的控制係數Ｆｘ。反之，在有記憶顯示按下「嫌惡按鈕」，即投票「嫌惡」之投票資訊之情形，處理、控制部４１於步驟２９中，使只減少指定值之對於具有與該廣告的廣告屬性相同的廣告屬性之全部的廣告的控制係數Ｆｘ。

例如，在圖１之例中，廣告ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４之廣告屬性爲Ｆ１（例如車）、ＣＭ３、ＣＭ６之廣告屬性爲Ｆ２（例如食品）、ＣＭ５之廣告屬性爲Ｆ３（例如化妝品）。又，控制係數Ｆｘ之初期值被設爲５０，上限值爲１００，下限值爲０。

收視者在收視車的廣告之ＣＭ１之際，按下「喜歡按鈕」之情形，對於ＣＭ１所屬之廣告屬性Ｆ１之數值只增加指定值，對於具有其它之廣告屬性之廣告，優先度變高。即，車的廣告的優先度，即ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４之優先度變得比ＣＭ３、ＣＭ５、ＣＭ６還高。收視者在收視食品之廣告之ＣＭ３之際，按下「嫌惡按鈕」之情形，對於ＣＭ３所屬之廣告屬性Ｆ２之數值只減少指定值，對於具有其它之廣告屬性之廣告，優先度變低。即，食品的廣告的優先度，即ＣＭ３、ＣＭ６之優先度變成比ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ４、ＣＭ５還低。於廣告之顯示中，按鈕未被按下之情形，對於該廣告之廣告屬性之控制係數Ｆｘ

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 63）

並無變化。

又，處理、控制部４１對於新被發訊之廣告，分配對應該廣告之廣告屬性之在接收機４０的現在的控制係數Ｆｘ。例如，新被發訊之廣告ＣＭＸ之廣告屬性爲Ｆ１，對於接收機４０之廣告屬性Ｆ１之現在的控制係數Ｆｘ之值爲７０之情形，對於廣告ＣＭＸ之廣告屬性Ｆ１，被分配７０。

在步驟３３之後，動作步驟回到圖９之步驟４，進行與上述同樣之動作。

接收機４０之記憶部４２記憶進行上述之步驟用之城市。

圖１４係顯示關於在接收側，即接收機４０之廣告顯示之履歷資料之記憶步驟。

Ｇ．關於在接收測知廣告顯示之履歷資料的記憶步驟。

Ｇ１．廣告在各接收機４０被顯示之情形，於步驟１中，處理、控制部４１於被記憶於記憶部４２之各廣告的ＩＤ資料連結履歷資料加以記憶。履歷資料係包含顯示該廣告被顯示之次數之資料。

在需要更詳細之資料的情形，接收機４０關於各廣告，製作包含：該廣告被顯示之日期時間以及在那時被調諧之頻道號碼、該廣告之各頻道之被顯示的次數、該廣告之合計的被顯示次數、發送此履歷資料之發送機（收視者）之ＩＤ號碼、此收視者之屬性等之履歷資料。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 64）

Ｇ２．於步驟２中，接收機４０以接收部４６接收由主機裝置３０之發送部３５被發送之履歷資料發送命令時，將儲存之廣告的ＩＤ資料以及履歷資料由發送部４５通過線路３９，發送於主機裝置３０之接收部３６。

又，於步驟２中，接收機３０自發地、定期地將儲存之廣告的ＩＤ資料以及履歷資料發送於主機裝置３０亦可。

主機裝置３０將在接收部３６接收之履歷資料記憶於記憶部３２。

Ｇ３．在將廣告之ＩＤ資料以及履歷資料發送於主機裝置３０之後，於步驟３中，處理、控制部４１檢查對於被記憶於記憶部４２之廣告，削除命令是否被發行，與殘留顯示期間是否比０少（Ｔｒ＜０）。

對於削除命令未被發行，殘留顯示期間在０以上之廣告，於步驟４中，處理、控制部４１原樣維持廣告之ＩＤ資料，只將發送之履歷資料由記憶部４２削除。

關於接受削除命令之廣告與殘留顯示期間比０小之廣告，於步驟５中，處理、控制部４１將廣告之ＩＤ資料與履歷資料之兩方由記憶部４２削除。

接收機４０之記憶部４２記憶進行上述之步驟用之程式。

圖１５係顯示在發送側，即主機裝置３０之由接收機４０回饋之履歷資料的處理、控制步驟。

Ｈ．在發送側之由接收側回饋之履歷資料的處理、控

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 65）

制步驟

Ｈ１．於步驟１中，主機裝置３０由發送部３５對於各接收機４０發送履歷資料發送命令，使接收機４０之處理、控制部４１由記憶部４２讀出履歷資料由發送部４５發送。又，也可以由接收機４０自發地定期地發送履歷資料而構成。

Ｈ２．主機裝置３０將由各接收機４０之發送部４５經由線路３９被發送來之履歷資料在接收部３６接收，記憶於記憶部３２。

Ｈ３．於步驟２中，首先，處理、控制部３１以在該次之接收所獲得之履歷資料爲基礎，求得在全部之接收機４０之各廣告的被顯示的次數之合計。接著，將此次之合計次數與累積以前獲得而記憶在記憶部３２之履歷資料而獲得之合計次數，求得在該時間點之在全部接收機被顯示之次數。

Ｈ４．於步驟３中，處理、控制部３１比較在上述Ｈ３之工程所求得之在全部接收機４０被顯示之次數與在廣告之接單時所決定之總顯示次數，求得各廣告之殘留顯示次數。

Ｈ５．於步驟４中，處理、控制部３１以在上述Ｈ４求得之殘留顯示次數爲基礎，製作各廣告之顯示用的控制用資料，於步驟５中，將該控制用命令包含於廣告命令信號。處理、控制部３１之該處理步驟係如下述。

Ｈ５ａ．對於總顯示次數之殘留顯示次數在成爲０以

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 66）

下之情形，於下一廣告命令信號使包含對於該廣告之削除命令。

Ｈ５ｂ．對於總顯示次數之殘留顯示次數比０還多之情形，首先，求得在殘留顯示期間之間，要達成總顯示次數所必要之每單位時間之顯示次數。

首先，由某期間內之廣告之被顯示次數求得每單位時間之顯示次數（實績顯示次數）。例如，將由廣告資料之發送日起至履歷資料之獲得日爲止被顯示之次數以該期間之日數除，求得每一日之被顯示次數。接著，比較該實績顯示次數與必要之顯示次數，在必要之顯示次數大之情形，爲了提升該廣告之優先順位，變更被包含在下一廣告命令信號的控制變數適用命令之控制變數Ｘｎ之值。

到底變更對於哪個控制係數之控制變數（Ｘｎ），可以經驗地決定，或以在系統稼動，經過一段時間後所獲得之統計資料爲基礎而決定，記憶於記憶部３２。又，因應狀況，將顯示於哪個控制係數適用哪種控制變數（Ｘｎ）之資料由輸入部３３輸入，在處理、控制部３１插入於廣告命令信號亦可。

例如，於圖１之例中，設爲想要提升殘留顯示期間之短的廣告的優先順位。在該情形，使被包含在控制變數適用命令之控制變數Ｘ１之值增加。例如，設適用於圖１之控制係數Ｔｘ之控制變數Ｘ１之值爲１０。於控制係數Ｔｘ一乘上控制變數１０，ＣＭ１～ＣＭ６之決定要素（Ｓｕｍ）分別成爲９７５０、８８４０、５４８０、

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 67）

４５３０、６３４０、２２２０。依據這些決定要素之優先順位由上起，成爲ＣＭ１、ＣＭ２、ＣＭ５、ＣＭ３、ＣＭ４、ＣＭ６。在此例中，殘留顯示期間最短（即，控制係數Ｔｘ之值最大）之ＣＭ１之優先順位成爲第１位，殘留之顯示期間第２短之ＣＭ２之優先順位成爲第２位。新被決定之ＣＭ１與ＣＭ２之優先順位雖與原來之優先順位相同，但是成爲殘留顯示期間短之順序。殘留顯示期間第３短之廣告ＣＭ５之優先順位由第４位上升１等級成爲第３位，殘留顯示期間第４短之ＣＭ３之優先順位由第３位下降１等級成爲第４位。在更重視殘留顯示期間之短的廣告之情形，乘上更大之控制變數即可。

優先順位上升方式音乘上之控制變數（Ｘｎ）之大小而不同。

主機裝置３０之記憶部３２記憶進行上述之步驟用之程式。

圖１６係顯示在發送側，即主機裝置３０產生以由接收側，即接收機４０所回饋的履歷資料爲基礎之統計資料之步驟。

Ｉ．在發送側產生以由接收側所回饋的履歷資料爲基礎之統計資料之步驟

Ｉ１．處理、控制部３１在顯示個頻道之廣告的被顯示次數之資料被包含於在接收部３６接收，被記憶於記憶部３２之履歷資料之情形，於步驟１中，將對於個廣告之由以前所獲得的履歷資料而求得之個頻道的合計的被顯示

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 68）

次數與由此次之履歷資料所求得之各頻道的合計之被顯示的次數相加，求得在該計算時間點之全部接收機的各頻道的被顯示次數。

Ｉ２．於步驟２中，處理、控制部３１檢查對於記憶在記憶部３２之各廣告，是否到達廣告之顯示期限，或是否達成總顯示次數之其一。在判斷爲到達廣告之顯示期限（顯示期間屆滿）或達成總顯示次數之情形，處理、控制部３１以履歷資料爲基礎，進行以下之步驟。

又，爲了在中途結束廣告，顯示中止之資料被輸入之情形，判斷在該資料被輸入之時間點爲顯示期間屆滿。

Ｉ２ａ．於步驟３中，求得各頻道之該廣告的被顯示次數。

Ｉ２ｂ．於步驟４中，求得廣告委託者決定之總顯示次數與在各頻道之被顯示的次數之比率。

又，例如，也可以在全部接收機被顯示之總顯示次數比廣告委託者決定之總顯示次數還多之情形，或由於廣告在中途被結束等，比廣告委託者決定之總顯示次數還少之情形，求得全部之被顯示次數與在各頻道之被顯示次數之比率。

Ｉ２ｃ．於步驟５中，對應經營各頻道之公司，依循上述之比率分配廣告主支付之廣告費用。

主機裝置３０之記憶部３２記憶進行上述之步驟用之程式。

以上，完成由主機裝置３０接受廣告之委託，在各接

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 69）

收機４０顯示廣告，廣告之顯示完了後，將廣告費用分配於各廣播（節目）公司之一連串的步驟。

接著，說明第２之廣告顯示控制系統之動作的實施例。

在此實施例中，作爲廣告之優先順位之計算要素，係使用：顯示期間（控制係數Ｔｘ）、與收視者層特定用分類Ｉ控制係數Ｃｐｑ）、與預定顯示順序（控制係數Ｊｎ）、與目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）、與優先顯示時間（控制係數Ｈｘ）、與收視者之嗜好（廣告屬性）（Ｆｘ）。即，在第２實施例中，代替第１實施例使用之目標平均顯示次數（控制變數Ｋａ），使用目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）。

在上述第１實施例使用之目標平均顯示次數（Ｋａ）係對於記憶該廣告之全部的接收機爲相同之值。即，沒有考慮關於各接收機之收視者所屬之收視者層之分量。例如，在圖１之實施例中，廣告主以ＣＭ３之收視者層特定要素之分類Ｃｄｘ於範疇Ｃｄ１分配８０、於範疇Ｃｄ２分配１０、於範疇Ｃｄ３分配１０。此係意指屬於範疇Ｃｄ１之收視者層與屬於範疇Ｃｄ２之收視者層與屬於範疇Ｃｄ３之收視者層以８０對１０對１０之比率重視。但是，ＣＭ３即使被記憶於屬於重視之範疇Ｃｄ１（興趣Ａ）之收視者之接收機，被記憶於屬於不太重視之範疇Ｃｄ３（興趣Ｃ）之收視者之接收機，個別之接收機的目標平均顯示次數，即顯示分量之控制係數之初期值相同。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 70）

因此，被重視之收視者、未被重視之收視者都同等觀看該廣告。此在考慮廣告之效果以及效率之情形，並不太好。

因此，在第２實施例中，代替目標平均顯示次數（控制係數Ｋａ）使用考慮各廣告之對象的收視者層與各接收機的收視者之收視者層的一致度之顯示次數，即目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）。

第２實施例除了將目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）代替目標平均顯示次數（控制係數Ｋａ）使用外，與第１實施例類似。因此，在以表形式顯示廣告之顯示的優先順位之決定方法的概念之情形，係類似於圖１所示之表。即，成爲將圖１之計算要素名「目標平均顯示次數」以及控制係數名「Ｋａ」之部份置換爲「目標顯示次數」以及「Ｋｕ」之表。

第２實施例之動作與第１實施例之廣告顯示控制系統之動作共通之部份很多之故，只說明不同之部份。

Ａ’．在接收側之準備步驟

Ａ’之步驟係對應於在上述之第１實施例之Ａ說明之步驟（圖４所示之步驟）之步驟，進行與在Ａ說明之步驟同樣的步驟。

接收機４０之記憶部４２記憶進行上述之步驟用之程式。

Ｂ’．在廣播側之收視者資料分析步驟

Ｂ’．之步驟係對應於在上述之第１實施例之Ｂ說明之步驟（圖５之步驟）之步驟，進行與在Ｂ說明之步驟同

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 71）

樣的步驟。

主機裝置３０之記憶部３２記憶進行上述之步驟用之程式。

圖１７係對應圖６之圖，顯示在以下之Ｃ’說明之在廣播側的廣告資料的準備、發送步驟。

Ｃ’．在廣播側之廣告資料的準備、發送步驟

此處說明之步驟除了一部份，對應在上述第１實施例之Ｃ說明之步驟（圖６之步驟）。

Ｃ１’做爲步驟１，進行與在實施例之Ｃ１說明之步驟（圖６之步驟１）同樣的步驟。

Ｃ２’作爲步驟２，進行與在實施例之Ｃ２說明之步驟（圖６之步驟２）同樣的步驟。

Ｃ３’於步驟３中，處理、控制部３１在記憶於記憶部３２之廣告資料附加：ＩＤ資料、顯示期間資料、收視者層特定用分類資料（Ｃａ１～Ｃｄ３）、優先顯示時間資料（Ｈｘ）、廣告屬性資料（Ｆ１～Ｆ３）、總顯示次數資料、收視者數資料（Ｓａ１～Ｓｄ３），製作對接收機４０發送用之資料。

在第２實施例中，作爲廣告的優先順位之計算要素，不使用目標平均顯示次數之故，不進行在第１實施例之Ｃ的Ｃ３說明之步驟（圖６之步驟３）。

Ｃ４’．作爲步驟４，進行與在上述之第１實施例的Ｃ５說明之步驟（圖６之步驟５）同樣的步驟。即，於此步驟中，處理、控制部３１複數個彙整廣告資料與附加資

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 72)

料，當成1個之套件，隨時或定期由發送部35往接收機40發送。但是，與第1實施例之情形不同，在第2實施例中，目標平均顯示次數資料並未包含在附加資料，代替其而包含總顯示次數資料與收視者數資料（Sa1～Sd3）。

主機裝置30之記憶部32記憶進行上述之步驟用之程式。

D'．在接收側之廣告資料的接收、選擇、記憶步驟

D'之步驟係對應在上述之第1實施例的D說明之步驟（圖7之步驟）之步驟，進行與在D說明之步驟同樣的步驟。

接收機40之記憶部42記憶進行上述之步驟用之程式。

E'．在發送側之廣告命令信號製作步驟

E'之步驟係對應在上述第1實施例之E說明之步驟（圖8之步驟）之步驟，進行與在E說明之步驟同樣的步驟。但是，在第2實施例中，不同處爲將在第1實施例所使用之目標平均顯示次數（控制變數Ka）置換爲目標顯示次數（控制係數Ku）。即，在第2實施例中，控制變數Xn之中的控制變數X7係不對於控制係數Ka，而係對於控制係數Ku而被適用之控制變數。

主機裝置30之記憶部32記憶進行上述之步驟用之程式。

F'．在接收側之被記憶的廣告資料之優先順位決定

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 73）

以及顯示步驟

F’之步驟係對應在上述之第1實施例之F說明之步驟（圖9、圖11、圖12、圖13之步驟）之步驟，進行與在F說明之步驟同樣的步驟。但是，在第2實施例中，代替在第1實施例所使用之目標平均顯示次數（控制變數Ka），使用目標顯示次數（控制變數Ku）。因此，於在第1實施例之F說明之步驟之中的控制變數Ka關連之步驟不同。在以下之說明中，詳細說明與第1實施例不同之部份。

F1’．於步驟1中，主機裝置30之處理、控制部31以由接收機40接收記憶在記憶部32之廣告資料的附加資料中的總顯示次數資料（接單之總顯示次數（K）），以及收視者層特定用分類資料（Ca1～Cd3），與個範疇之收視者數資料（Sa1～Sd3）爲基礎，求得被記憶於各接收機之各廣告的目標顯示次數隻值，決定顯示關於該值之分量之值（控制係數Ku）之初期值。

目標顯示次數係顯示成爲各接收機之各廣告的顯示次數之大略目標之目標值者，廣告每被顯示，減少至此目標顯示次數爲止之殘留顯示次數。關於此殘留顯示次數，也與第1實施形態之目標平均顯示次數之殘留顯示次數的情形相同，殘留顯示次數之值也有變成小於0（成爲負值）之情形。

以下，說明本發明之特徵之1之考慮各廣告之對象之收視者層與各接收機之收視者之收視者層的一致之程度而

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 74）

記憶之１個之廣告之目標顯示次數的計算步驟。此步驟係在接收機４０之處理、控制部４１進行。

Ｆ１’ａ．讀出對於接收機４０之收視者所屬之各範疇之控制係數Ｃｐｑ之值。例如，收視者屬於範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之情形，關於ＣＭ１，讀出被分配於Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之控制係數４０、８０、１０、１０。

Ｆ１’ｂ．將對於各範疇之控制係數Ｃｐｑ以對於被包含在包含該範疇之分類之全範疇被分配之數值的合計（在本實施例爲１００）除之，以比率（ＲＣｐｑ）求得被分配之數值的分量。此處，被分配於各大分類之全範疇的數值之合計爲１００之故，Ｃｐｑ／１００成爲被分配之數值的比率。

Ｒｐｑ＝Ｃｐｑ／１００

如利用上述之例來說明，關於ＣＭ１，可以獲得：對於範疇Ｃａ１，Ｒａ１＝０．４（＝Ｃａ１／１００＝４０／１００）、對於範疇Ｃｂ１，Ｒｂ１＝０．８、對於範疇Ｃｃ１，Ｒｃ１＝０．１、對於範疇Ｃｄ３，Ｒｄ３＝０．１之合計４個的比率之值。

Ｆ１’ｃ．於廣告之接單的顯示次數（Ｋ）個別乘上在上述之Ｆ１’ｂ之步驟所求得之各Ｒｐｑ。藉由此計算，可以獲得於廣告之接單的顯示次數Ｋ將對於該廣告之收視者的一致的程度賦予相關之值（ＫＲｐｑ）。

ＫＲｐｑ＝Ｋ×Ｒｐｑ＝Ｋ×（Ｃｐｑ／１００）

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 75)

例如，ＣＭ１之Ｋ爲１００００次之情形，可以獲得４個之ＫＲｐｑ之值，即ＫＲａ１＝４０００（＝１００００×０．４）、ＫＲｂ１＝８０００（＝１００００×０．８）、ＫＲｃ１＝１０００（＝１００００×０．１）、ＫＲｄ３＝１０００（＝１００００×０．１）。

Ｆ１’ｄ．將屬於接收機４０之收視者所屬之各範疇之全收視者數（或，記憶顯示屬於該範疇之個人資料之接收機之數）（Ｓｐｑ）由附加資料抽出。又，接收機４０之收視者屬於複數之範疇之故，Ｓｐｑ之種類也只與該範疇相同數目。

在此例中，收視者屬於範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之故，抽出Ｓａ１、Ｓｂ１、Ｓｃ１、Ｃｄ３之值。

Ｆ１’ｅ．將於上述之Ｆ１’ｃ之步驟中，與收視者所屬之各範疇之一致的程度相關而求得之個別的ＫＲｐｑ之值個別以在對應於個別之範疇之上述的Ｆ１’ｄ之步驟所抽出的Ｓｐｑ之值除之。藉由此計算，可以複數個求得考慮屬於各範疇之收視者數（接收機數）之在各接收機之廣告的顯示次數（Ｋｃ）。

Ｋｃ＝ＫＲｐｑ／Ｓｐｑ＝Ｋ×（Ｃｐｑ／１００）／Ｓｐｑ

在此例中，可以獲得４個之Ｋｃ之值。例如，設：Ｓａ１爲５００人、Ｓｂ１爲２００人、Ｓｃ１爲

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 76)

１０００人、Ｓｄ３爲５０００人，作爲４個之Ｋｃ之值，可以獲得８（＝ＫＲａ１／Ｓａ１＝４０００／５００）、４０（＝ＫＲｂ１／Ｓｂ１＝８０００／２００）、１（＝ＫＲｃ１／Ｓｃ１＝１０００／１０００）、０．２（＝ＫＲｄ３／Ｓｄ３＝１０００／５０００）。

Ｆ１’ｆ．選擇在上述之Ｆ１’ｅ之步驟中所計算之複數個的Ｋｃ之值之中的最大的值，設該值爲最終的Ｋｃ之值。在上述之例中，設４０爲Ｋｃ之值。藉由於該值乘上適當之係數（例如，顯示統計上求得之餘裕之係數），算出考慮一致之程度之目標顯示次數（Ｋｕ）。

Ｋｕ＝Ｋｃ×係數＝（Ｋ×（Ｃｐｑ／１００）／Ｓｐｑ）×係數

將此當成顯示目標顯示次數之分量的控制係數Ｋｕ使用。

Ｆ２’～Ｆ７’．作爲步驟２～８，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ２～Ｆ７說明之步驟（圖９之步驟２～８）同樣的步驟。

Ｆ８’．作爲步驟９，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ８說明之步驟（圖１０之步驟９）同樣的步驟。但是，成爲被包含在此步驟接收之廣告命令信號之控制變數適用命令之對象之控制係數爲：顯示期間（控制係數Ｔｘ）、與收視者層特定用分類（控制係數Ｃｔ（Ｃｐｑ））、與預定顯示順序（控制係數Ｊｎ）、與目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）、與優先顯示時間（控制係數Ｈｘ）、與收視

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 77）

者之嗜好（廣告屬性）（Ｆｘ）。

Ｆ９’～Ｆ１１’．作爲步驟１０～１６，進行在第１實施例之Ｆ的Ｆ９～Ｆ１１說明之步驟（圖１０步驟１０～１６）同樣的步驟。

Ｆ１２’．於步驟１７中，接收機４０之處理、控制部４１由以廣告指定命令所指定而被顯示之廣告的殘留顯示次數（至目標顯示次數爲止之殘留顯示次數）減去１。此廣告之廣告ＩＤ資料以及履歷資料係保持至將那些資料發送於接收機４０爲止。接著，處理、控制部４１計算對於該廣告之殘留顯示次數之分量（控制係數Ｋｕ），記憶於記憶部４２。

Ｆ１３’．作爲步驟１８，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ１３說明之步驟（圖１１之步驟１８）同樣的步驟。

Ｆ１４’．作爲步驟１９，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ１４說明之步驟（圖１１之步驟１９）同樣的步驟。

Ｆ１５’．接著，於步驟２０中，處理、控制部４１讀出對於各廣告之全部的控制係數Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋｕ、Ｈｘ、Ｆｘ。在此實施例中，與第１實施例同樣地，接收機之收視者屬於收視者層特定用分類資料中的範疇Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３。因此，關於Ｃｐｑ，Ｃａ１、Ｃｂ１、Ｃｃ１、Ｃｄ３之值被讀出。

Ｆ１６’．於步驟２１中，處理、控制部４１由廣告命令信號讀出控制變數適用命令，只限於該次將以該控制變數適用命令所指定的變數值（Ｘｎ）適用於控制係數（

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 78）

Ｔｘ、Ｃｐｑ、Ｊｎ、Ｋａ、Ｈｘ、Ｆｘ），重新決定控制係數。即，處理、控制部４１由控制變數適用命令讀出控制變數Ｘ１～Ｘ９，個別乘上對應之控制係數，計算新的控制係數值Ｔｘ’（＝Ｔｘ×Ｘ１）、Ｃａｘ’（＝Ｃａｘ×Ｘ２）、Ｃｂｘ’（＝Ｃｂｘ×Ｘ３）、Ｃｃｘ’（＝Ｃｃｘ×Ｘ４）、Ｃｃｘ’（＝Ｃｄｘ×Ｘ５）、Ｊｎ’（＝Ｊｎ×Ｘ６）、Ｋｕ’（＝Ｋｕ×Ｘ７）、Ｈｘ’（＝Ｈｘ×Ｘ８）、Ｆｘ’（＝Ｆｘ×Ｘ９）。

此步驟係期望在合計全部之控制係數之值的步驟（參考步驟２３、Ｆ１８’）之前進行。

Ｆ１７’．作爲步驟２２，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ１７說明之步驟（圖１２之步驟２２）同樣的步驟。

Ｆ１８’．於步驟２３中，處理、控制部４１各廣告地合計控制係數Ｔｘ’與Ｋｕ’與Ｊｎ’與Ｈｘ’與Ｆｘ’與Ｃｔ之值，求得決定要素（Ｓｕｍ）。接著，於步驟２４中，處理、控制部４１以此決定要素（Ｓｕｍ）爲基礎，由決定要素之大的順序，決定各廣告的最終之顯示的優先順位（Ｎ）。

Ｆ１９’．接著，於步驟２５中，處理、控制部４１回應被包含在廣告命令信號之顯示命令，由記憶裝置４２以被決定之優先順位之順序讀出在由指定之時間所指定之時段內可以顯示之廣告資料，由聲音、畫像資訊輸出部４７輸出於聲音、畫像輸出裝置４８而使之顯示。

又，在上述之步驟１５中，廣告被顯示之情形，由記

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 79）

憶裝置４２以被決定之優先順位之順序讀出在殘留之廣告時段內可以顯示之廣告可以顯示之廣告資料，在步驟１５之廣告的顯示終了之後的時間起，由聲音、畫像資訊輸出部４７輸出於聲音、畫像輸出裝置４８而使之顯示。

處理、控制部４１對於被顯示之廣告，由至目標顯示次數爲止之殘留顯示次數之值減去被顯示之次數之值（通常爲１），於記憶部４２記憶該更新之殘留顯示次數（至目標顯示次數爲止之殘留顯示次數）之值。

Ｆ２０’．於步驟２６，處理、控制部４１計算顯示關於殘留顯示次數之分量之值（控制係數Ｋｕ），記憶於記憶部４２。

Ｆ２１’．作爲步驟２７，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ２１說明之步驟（圖１２之步驟２７）同樣的步驟。

Ｆ２２’．作爲步驟２８～２９，進行與在第１實施例之Ｆ的Ｆ２２說明之步驟（圖１３之步驟２８以及２９）同樣的步驟。

在步驟２９之後，動作步驟回到步驟４，進行與上述同樣之動作。

接收機４０之記憶部４２記憶進行上述之步驟用之程式。

Ｇ’．關於在接收側之廣告顯示之履歷資料的記憶步驟

Ｇ’之步驟係對應在上述第１實施例之Ｇ說明之步驟（圖１４之步驟）的步驟，進行與在Ｇ說明之步驟同樣的

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 80）

步驟。

接收機４０之記憶部４２記憶進行上述之步驟用之程式。

H’．在發送側之由接收機所回饋的履歷資料之處理、控制步驟

H’之步驟係對應在上述第１實施例之H說明之步驟（圖１５之步驟）的步驟，進行與在H說明之步驟同樣的步驟。但是，不同處爲在第２實施例中，代替在第１實施例使用之目標平均顯示次數（控制變數Ｋａ），使用目標顯示次數（控制係數Ｋｕ）。即，不同爲成爲被包含在廣告命令信號之控制變數適用命令的對象之控制係數之中，對於目標平均顯示次數之控制係數Ｋａ被置換爲對於目標顯示次數之控制係數Ｋｕ。

主機裝置３０之記憶部３２係記憶進行上述之步驟用之程式。

I’．產生在發送側之以由接收側所回饋之履歷資料爲基礎之統計資料之步驟

I’之步驟G’之步驟係對應在上述第１實施例之I說明之步驟（圖１６之步驟）的步驟，進行與在I說明之步驟同樣的步驟。

主機裝置３０之記憶部３２係記憶進行上述之步驟用之程式。

以上，完成由主機裝置３０接受廣告之委託，在各接收機４０顯示廣告，廣告之顯示完了後，將廣告費用分配

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 81）

於各廣播（節目）公司之第２實施例之一連串的步驟。

又，於本發明中，收視者層特定用分類資料之大分類以及各大分類之小分類（範疇）之種類可以因應需要適當增加或減少。又，廣告主對於各範疇分配數值（分量值）之際的限制以及規則，也可以任意地變更。

又，於本發明中，優先顯示時間之時間帶之種類因應需要可以適當增加或減少。又，廣告主對於各時間帶分配數值（分量值）之際的限制以及規則，也可以任意變更。

又，於決定優先順位之情形，某廣告之控制係數之值與別的廣告之控制係數之值相同，優先順位成爲相同之情形，例如，將先記憶者先顯示，被附加於廣告之ＩＤ號碼爲上位者先顯示。

又，在上述中，雖顯示由發送側發送廣告資料以及附加資料，在接收側選擇廣告資料以及附加資料而記憶之例，但是也可以在發送側於磁碟或光碟等之記錄媒體記憶廣告資料以及附加資料，將該記錄媒體傳遞給接收側。

又，在上述之實施形態中，由發送側所接受之廣告之中，選擇適合於接收機之收視者之廣告，記憶於接收機（參考上述Ｄ）。但是，在接收機具有充分之記憶容量以及處理能力之情形，也可以構成爲：不進行選擇廣告而記憶之處理（參考上述Ｄ２），全部記憶由發送側接受之廣告資料以及附加資料，對於記憶之全部廣告，進行上述Ｆ之處理（決定處理優先順位而顯示之處理）。

又，關於決定廣告之優先順位之要素（計算要素），

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 82）

在上述實施形態使用之要素之外，例如，也可以將一週間之星期幾或各地域之天氣等當成計算要素使用。

關於將一週間的星期幾之重要度當成廣告之優先順位的計算要素使用之情形，簡單說明之。廣告主由星期日至星期六爲止之７個日子中選擇要見到廣告之星期幾的日子（１或複數），分配顯示該星期幾之重要度的值。對於星期幾之重要度係以與關於上述之實施形態的時間帶的重要度的決定方法相同之方法決定。廣告主例如於星期日分配０、星期一爲０、星期二爲０、星期三爲０、星期四爲０、星期五爲３０、星期六爲１０、星期日爲６０地，合計值成爲１００，於各星期幾之日子分配顯示重要度之值。將此資料附加於廣告資料。對於星期幾如此分配值之情形，在接收機４０中，於星期五、星期六以及星期日（特別是星期日），此廣告之「關於星期幾之重要度」之值變高，成爲提高此廣告的優先順位之１個因素。關於由星期一至星期四，此廣告之「關於星期幾之重要度」爲０之故，此因素不成爲提高優先順位之因素。

接著，簡單說明將關於天氣之重要度當成廣告的優先順位的計算要素使用之情形。廣告主例如由３種天氣，即「晴天」、「多雲」、「下雨」之中，選擇適於見到廣告之天氣，分配顯示該天氣之重要度之值。例如，在飲料水之在晴天可以預見販賣量之增加的商品的廣告之情形，廣告主，對於「晴天」分配高的值。例如，於晴天分配８０、多雲分配２０、下雨分配０地，合計值成爲１００，於

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 83）

各天氣分配顯示重要度之值。將此資料附加於廣告資料。

發送側之主機裝置３０於傳送於接收機４０之廣告命令信號中插入顯示各地域之天氣之天氣資料。此天氣資料係包含：辨識地域之地域資料（收視者層特定用分類資料中的地域資料Ｃａ１～Ｃａｍ），與辨識該廣告命令信號之製作時的各地域之天氣之地域天氣資料。接收機４０一接收廣告命令信號，由被記憶於該接收機４０之個人資料之中，讀出辨識該接收機４０之收視者居住之地域之地域資料。在上述之第１實施形態中，收視者將辨識地域Ａ之地域資料Ｃａ１記憶於接收機４０。接著，接收機４０之處理、控制部４１由被包含在廣告命令信號之天氣資料之中，讀出顯示該接收機４０之收視者居住之地域的天氣之資料。在此例中，處理、控制部４１讀出天氣資料中之關連於地域資料Ｃａ１之地域天氣資料。藉由此處理，接收機４０可以判別接收廣告命令信號時之該地域的天氣。接收機４０讀出各廣告之對於天氣所被分配之值，依據該值以及其它之值，進行各廣告之優先順位之計算。

如此例般地，關於於「晴天」分配８０、於「多雲」分配２０、於「下雨」分配０之顯示重要度之值之廣告，在接收機４０中，天氣被判別爲「晴天」之情形，此廣告之「關於天氣之重要度」之值變高，成爲提高此廣告之優先順位之１個因素。在天氣被判別爲下雨之情形，此廣告之「關於天氣之重要度」爲０之故，此要素不成爲提高優先順位之因素。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 84）

在上述之將關於天氣的重要度當成廣告的優先順位之計算要素使用之構成例中，將顯示各地預知天氣的天氣資料插入廣告命令信號，發送於接收機４０。但是，將天氣資料傳送於接收機４０之方法並不限定於此。例如，也可以構成爲：利用任意之無線或有線之廣播或通訊，定期地將天氣資料發送於接收機４０，接收機４０自動地接收該天氣資料。

又，在上述之實施形態中，雖顯示再生聲音以及畫像之兩方之例，但是本發明之廣告資料再生方法，也可以適用於只是聲音化畫像之其中一方之再生。

發明之效果

如以上說明般地，本申請案之發明其特徵爲：在使收視者側記憶複數之廣告資料，於接收機再生該被記憶之廣告資料之情形，對於廣告資料之個個，實行關於顯示之優先性之份量賦予，依據該份量賦予，決定個個之廣告資料之在前述接收機之再生的優先順位，回應廣告資料再生命令，依循該優先順位再生前述被記憶之廣告資料。

因此，本申請案之發明係廣告主可以依據廣告固有之特性，於廣告賦予份量賦予，以最一致於該廣告之固有的特性之條件，於收視者再生個個廣告，能夠提升該廣告主所希望之廣告效果。

如此，本申請案之發明與習知的廣告以固定順序被再生之廣告再生技術相比，具有可以顯著提升廣告之宣傳效

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 85）

果之技術效果。

又，在本發明中，對顯示期間短之廣告賦予高的優先順位，優先讀出而顯示之故，具有顯示期間即使短，也可以達成指定的顯示次數之效果。

又，在本發明中，爲了在指定之期間內完成指定的總顯示次數，設定在各接收機所必要之各廣告的目標平均顯示次數，各接收機地對至各廣告之目標平均顯示次數爲止之殘留顯示次數之多的廣告賦予高的優先順位，優先地讀出顯示。因此，即使殘留很多之顯示次數，也可以在指定之顯示期間內達成指定的顯示次數，而且，具有防止在特定之接收機過多顯示某廣告之效果。

又，在本發明中，對特定廣告視爲對象之收視者層之資訊與特定接收機之收視者所屬之收視者層之資訊之一致度高的廣告，賦予高的優先順位，優先地讀出顯示。即，假定收視者可能想看之廣告優先被顯示之故，可以引起收視者之注意。因此，具有廣告之效果以及效率顯著提升之效果。進而，對於收視者，可以優先見到想要見到之廣告，或可能引起興趣之廣告之故，很合適。

又，在本發明中，決定廣告之預先顯示順序，由預定顯示順序之上位起依序分配高的優先順位，優先地讀出顯示，而且，在顯示廣告後，決定新的預定顯示順序，再度，由預定顯示順序之上位起依序分配高的優先順位，優先地讀出顯示。因此，與以相同順序反覆顯示廣告之情形，或相同廣告連續被顯示之情形相比，可以引起收視者之注

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 86）

意，具有顯著提升廣告之效果以及效率之效果。

又，在本發明中，將被記憶於各接收機側之各廣告優先顯示於配合該廣告視爲對象之收視者之生活之時間帶以及適合於該廣告所宣傳之商品的性質之時間帶。因此，假定收視者可能想要見到之廣告在收視者收視之時間帶優先被顯示，可以引起收視者之注意之故，具有廣告之效果以及效率顯著提升之效果。

又，在本發明中，使接收機之收視者顯示對於被記憶於接收機側之各廣告的屬性之喜好，而且，依據收視者顯示之對於廣告之屬性之喜好，決定各廣告之顯示的優先順位，依循該優先順位顯示廣告。因此，對於收視者，可以優先顯示適合於該收視者之廣告之故，具有收視者可以多獲得期望之資訊之效果。

又，在本發明中，各接收機地反應廣告與收視者之一致之程度，而且，接收機相互補足廣告之顯示次數之不足份，達成指定之總顯示次數，而且，在各接收機不過多顯示某廣告地設定目標顯示次數，對至目標顯示次數爲止之殘留顯示次數多的廣告賦予高的優先順位，優先地讀出顯示。因此，即使殘留很多之顯示次數，在指定之顯示期間內可以達成指定的顯示次數，而且，具有防止在特定的接收機過多顯示某廣告之效果。又，假定收視者可能想見到之廣告被多次顯示，可以引起收視者之注意之故，具有廣告之效果以及效率顯著提升之效果。又，對於收視者，適合於該收視者之廣告的顯示次數變多，不適合之廣告的顯

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 87）

示次數變少之故，具有收視者可以多獲得期望之資訊之效果。

又，在本發明中，藉由綜合地考慮複數的優先順位之決定要素，可以進行不偏於特定之決定要素之優先順位賦予之故，具有被賦予於各廣告之優先順位的妥當性變高之效果。

又，在本發明中，在主機側確認在接收機之廣告的顯示狀況，因應顯示狀況，由主機側進行被記憶於各接收機之廣告的顯示之控制。即，對於全部之接收機，可以由主機側進行更高精度之廣告顯示控制。因此，例如由於不測之事態，在接收機之通常的廣告顯示動作中，由廣告主接單之總顯示次數無法在指定期間達成之情形，藉由主機側控制接收機，具有可以在指定期間內達成必要之顯示次數之效果。

又，在本發明中，可以指定應最優先顯示之廣告，在該被指定之廣告未被記憶於接收機之情形，最優先地顯示該廣告地進行控制。因此，廣告主在指定顯示廣告之日期、時間帶、節目等之情形，可以如該指定地顯示廣告之故，具有能滿足廣告主之效果，而且，具有容易販賣廣告時段之效果。又，在要緊急顯示某廣告之情形，具有可以容易將該廣告插入期望之廣告時段之效果。

圖面之簡單說明

圖 1 係以表形式顯示本發明之廣告的顯示之優先順位

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 88）

的決定方法之概念。

圖2係顯示本發明之廣告顯示控制系統之發送側的裝置之構成。

圖3係顯示本發明之廣告顯示控制系統之接收側的裝置之構成。

圖4係顯示在接收側之準備步驟之流程圖。

圖5係顯示分析於廣播側之收視者資料之步驟的流程圖。

圖6係顯示在廣播側之廣告資料的準備、發送步驟之流程圖。

圖7係顯示在接收側之廣告資料的接收、選擇、記憶步驟之流程圖。

圖8係顯示在發送側之廣告命令信號製作步驟之流程圖。

圖9係顯示在接收側之被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟之流程圖。

圖10係接續於圖9之流程圖，顯示在接收測知被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟。

圖11係接續於圖10之流程圖，顯示在接收測知被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟。

圖12係接續於圖11之流程圖，顯示在接收測知被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟。

圖13係接續於圖12之流程圖，顯示在接收側之被記憶的廣告資料的優先順位決定以及顯示步驟。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

五、發明說明（ 89）

圖１４係顯示在接收側之關於廣告顯示之履歷資料的記憶步驟之流程圖。

圖１５係顯示在發送側之由接收側所回饋的履歷資料的處理、控制步驟之流程圖。

圖１６係顯示在發送側產生以由接收側所回饋的履歷資料爲基礎之統計資料的步驟的流程圖。

圖１７係顯示第２實施例之在發送側的廣告資料的準備、發送步驟之流程圖。

元件對照表

３０：主機裝置

３１：處理、控制部

３２：記憶部

３３：輸入部

３４：計時部

３５：發送部

３６：接收部

４０：接收機

４１：處理、控制部

４２：記憶部

４３：輸入部

４４：計時部

４５：發送部

４６：接收部

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

A7
B7

五、發明說明（ 90）

４７：聲音、畫像資訊輸出部

４８：聲音、畫像輸出裝置

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

A5
B5

四、中文發明摘要（發明之名稱：　控制廣告之再生的方法及裝置　）

提供再生記憶在接收側之廣告資料的方法、裝置、以及記錄再生順序之記錄媒體。對於記憶在接收側之複數的廣告資料（４２）之個個，實行關於再生之優先性之份量賦予，依據該份量賦予，決定個個之廣告資料的在接收機（４０）之再生的優先順位，回應廣告資料再生命令，依循前述優先順位再生前述被記憶之廣告資料。

英文發明摘要（發明之名稱：　）

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁各欄）

裝

訂

線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

圖 1

計算要素名	控制係數名			對於各廣告之控制係數值						控制變數
				CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	
顯示期間	Tx			800	700	400	300	500	100	X1
收視者層特定用分類資料	Cpq	Cax (地域)	Ca1(地域 A)	40	100	20	30	10	40	X2
			Ca2(地域 B)	0	0	60	10	10	10	
			.	.	.	.	.	.	.	
			.	.	.	.	.	.	.	
			.	.	.	.	.	.	.	
			Cam(地域 m)	20	0	0	20	10	30	
		Cbx (性別)	Cb1(男性)	80	50	30	70	60	80	X3
			Cb2(女性)	20	50	70	30	40	20	
		Ccx (年齡)	Cc1(～19 歲)	10	50	50	30	10	40	X4
			Cc2 (20～34)	20	30	35	30	10	25	
			Cc3 (35～49)	40	20	15	20	20	15	
			Cc4 (50～64)	20	0	0	10	20	10	
			Cc5(65 歲～)	10	0	0	10	40	10	
		Cdx (興趣)	Cd1(興趣 A)	50	20	80	10	90	30	X5
			Cd2(興趣 B)	40	30	10	20	0	60	
			Cd3(興趣 C)	10	50	10	70	10	10	
預定顯示順序	Jn			1500	1400	1300	1200	1100	1000	X6
目標平均顯示次數	Ka			40	100	50	40	70	30	X7
優先顯示時間	Hx	H1 (1:00～5:00)		0	0	0	0	30	0	X8
		H2 (5:00～9:00)		0	20	0	0	20	20	
		H3 (9:00～13:00)		0	20	50	0	0	30	
		H4 (13:00～17:00)		0	20	0	20	0	20	
		H5 (17:00～21:00)		100	20	50	60	20	30	
		H6 (21:00～1:00)		0	20	0	20	30	0	
收視者之嗜好（廣告屬性）	Fx			70 (F1)	70 (F1)	20 (F2)	70 (F1)	50 (F3)	20 (F2)	X9
接收機之收視者屬於範疇 Ca1、Cb1、Cc1、Cd3，而且，控制變數 X2~X5 之個個之值爲 1 之情形的一致度值：Ct(Ct=Ca1 x X2+Cb1 x X3+Cc1 x X4+Cd3 x X5)				140	250	110	200	90	170	
接收機之收視者屬於 Ca1、Cb1、Cc1、Cd3，現在時刻屬於 H6，而且全部之控制變數之值爲 1 之情形的決定要素：Sum(Sum=Tx x X1+Ct+Jn x X6+Ku x X7+Hx x X8+Fx x X9)				2550	2540	1880	1830	1840	1320	
優先順位：N				1	2	3	5	4	6	

圖 2

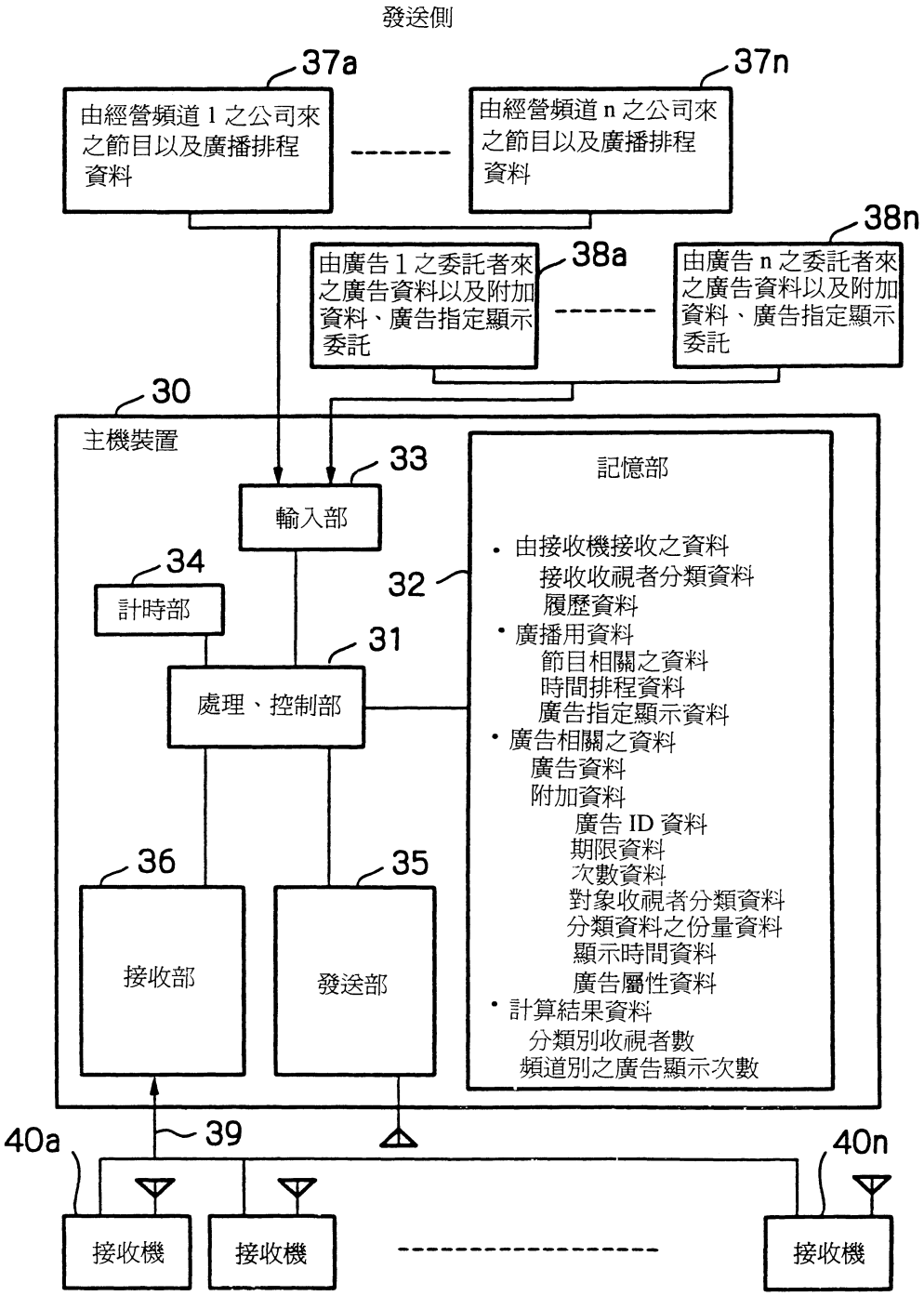

發送側
37a
由經營頻道 1 之公司來之節目以及廣播排程資料
37n
由經營頻道 n 之公司來之節目以及廣播排程資料
38n
由廣告 1 之委託者來之廣告資料以及附加資料、廣告指定顯示委託
38a
由廣告 n 之委託者來之廣告資料以及附加資料、廣告指定顯示委託
30
主機裝置
33
輸入部
34
計時部
31
處理、控制部
36
接收部
35
發送部
記憶部
32
• 由接收機接收之資料
接收收視者分類資料
履歷資料
• 廣播用資料
節目相關之資料
時間排程資料
廣告指定顯示資料
• 廣告相關之資料
廣告資料
附加資料
廣告 ID 資料
期限資料
次數資料
對象收視者分類資料
分類資料之份量資料
顯示時間資料
廣告屬性資料
• 計算結果資料
分類別收視者數
頻道別之廣告顯示次數
40a
39
40n
接收機
接收機
接收機

圖 3

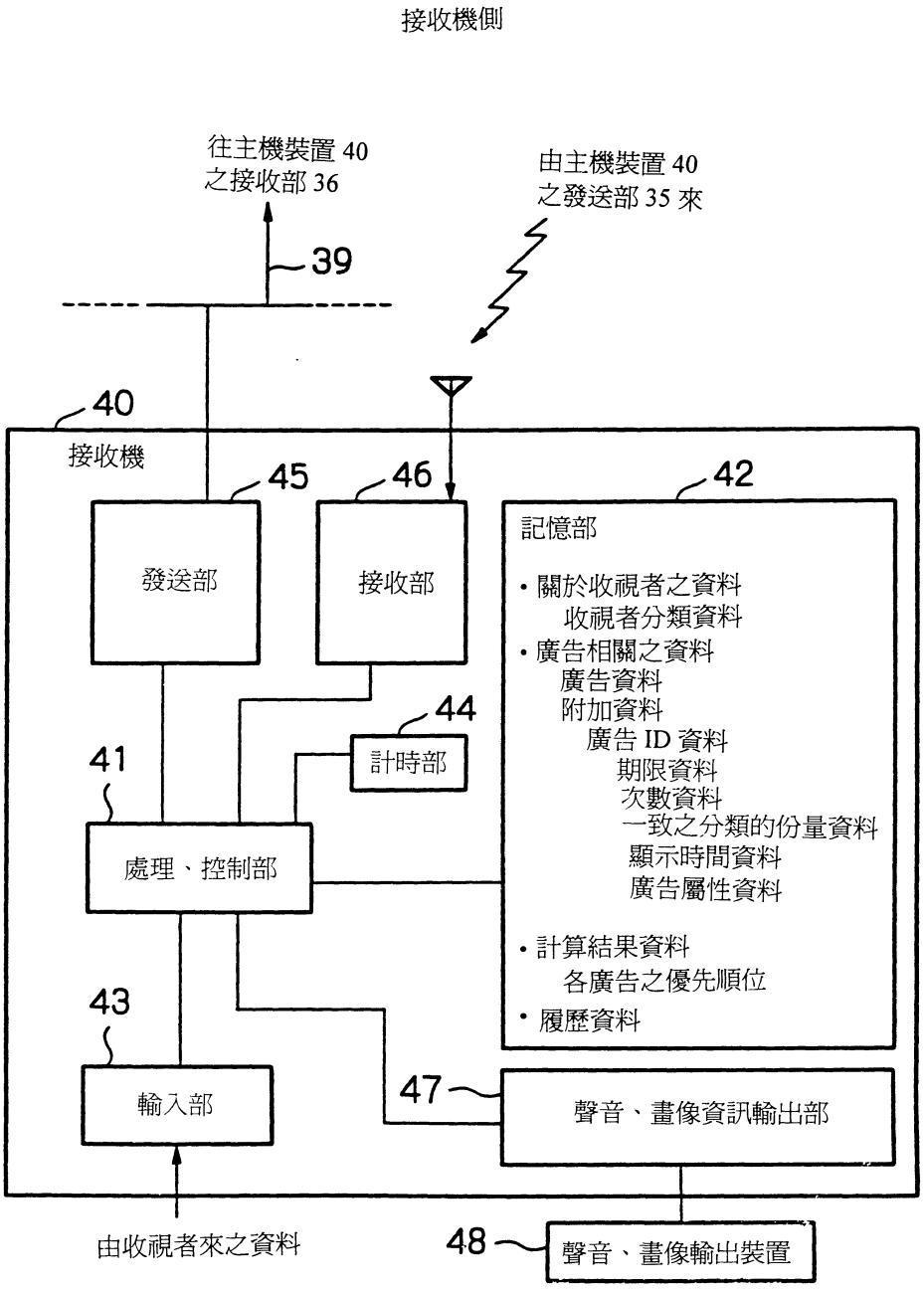

接收機側
往主機裝置 40
之接收部 36
由主機裝置 40
之發送部 35 來
39
40
接收機
45
46
42
發送部
接收部
記憶部
• 關於收視者之資料
收視者分類資料
• 廣告相關之資料
廣告資料
附加資料
廣告 ID 資料
期限資料
次數資料
一致之分類的份量資料
顯示時間資料
廣告屬性資料
• 計算結果資料
各廣告之優先順位
• 履歷資料
44
計時部
41
處理、控制部
43
輸入部
47
聲音、畫像資訊輸出部
由收視者來之資料
48
聲音、畫像輸出裝置

圖 4

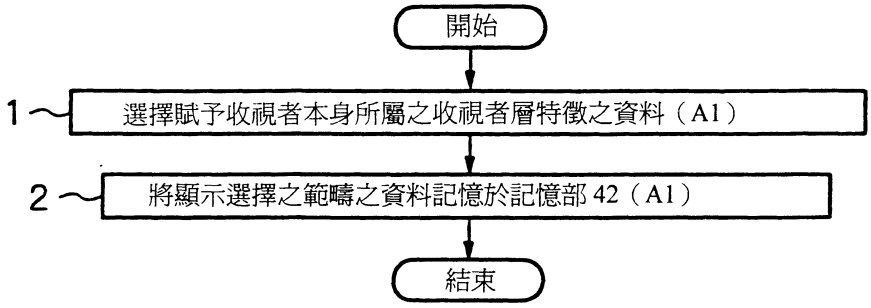

開始
1
選擇賦予收視者本身所屬之收視者層特徵之資料（A1）
2
將顯示選擇之範疇之資料記憶於記憶部 42（A1）
結束

圖 5

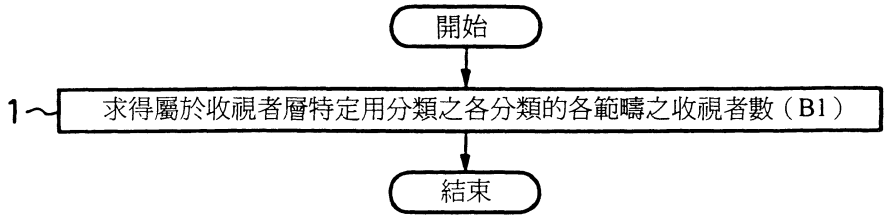

開始
1
求得屬於收視者層特定用分類之各分類的各範疇之收視者數（B1）
結束

圖 6

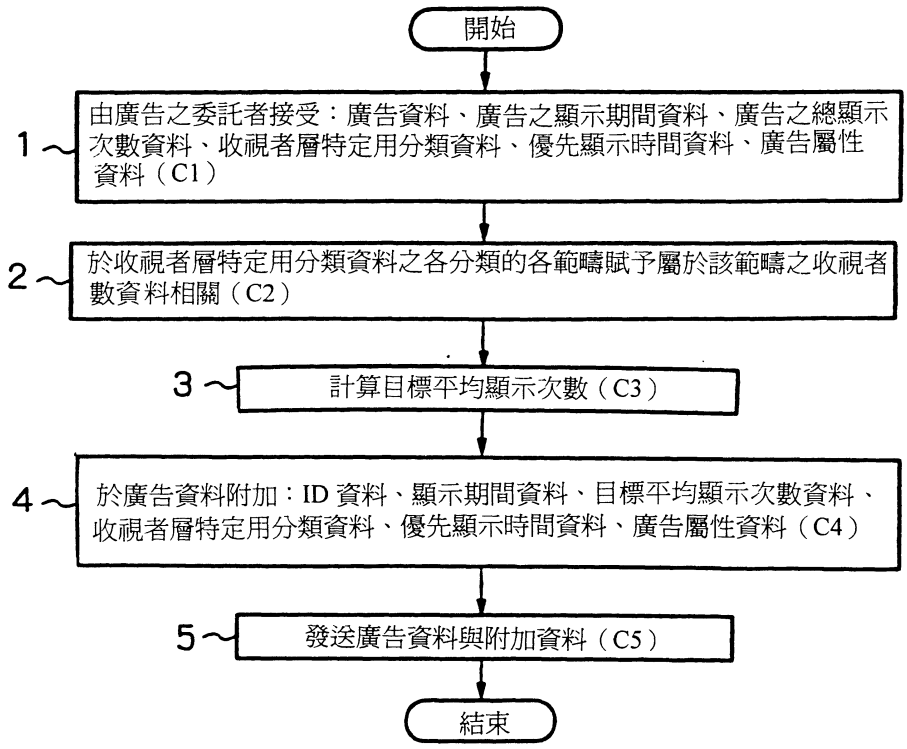

開始
1
由廣告之委託者接受：廣告資料、廣告之顯示期間資料、廣告之總顯示次數資料、收視者層特定用分類資料、優先顯示時間資料、廣告屬性資料（C1）
2
於收視者層特定用分類資料之各分類的各範疇賦予屬於該範疇之收視者數資料相關（C2）
3
計算目標平均顯示次數（C3）
4
於廣告資料附加：ID 資料、顯示期間資料、目標平均顯示次數資料、收視者層特定用分類資料、優先顯示時間資料、廣告屬性資料（C4）
5
發送廣告資料與附加資料（C5）
結束

圖 7

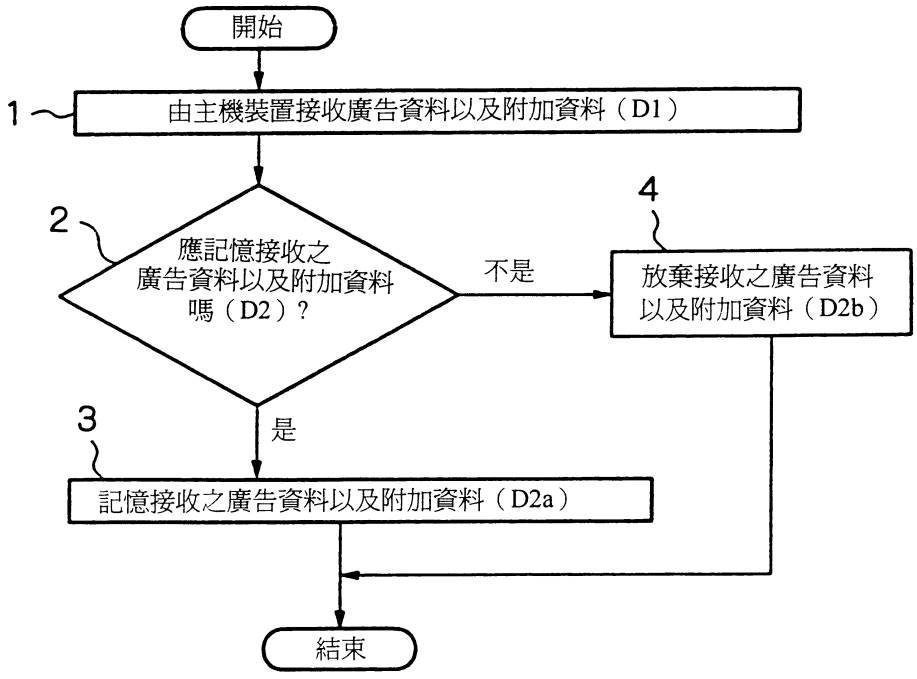

開始
1
由主機裝置接收廣告資料以及附加資料（D1）
2
應記憶接收之
廣告資料以及附加資料
嗎（D2）？
不是
4
放棄接收之廣告資料
以及附加資料（D2b）
是
3
記憶接收之廣告資料以及附加資料（D2a）
結束

圖 8

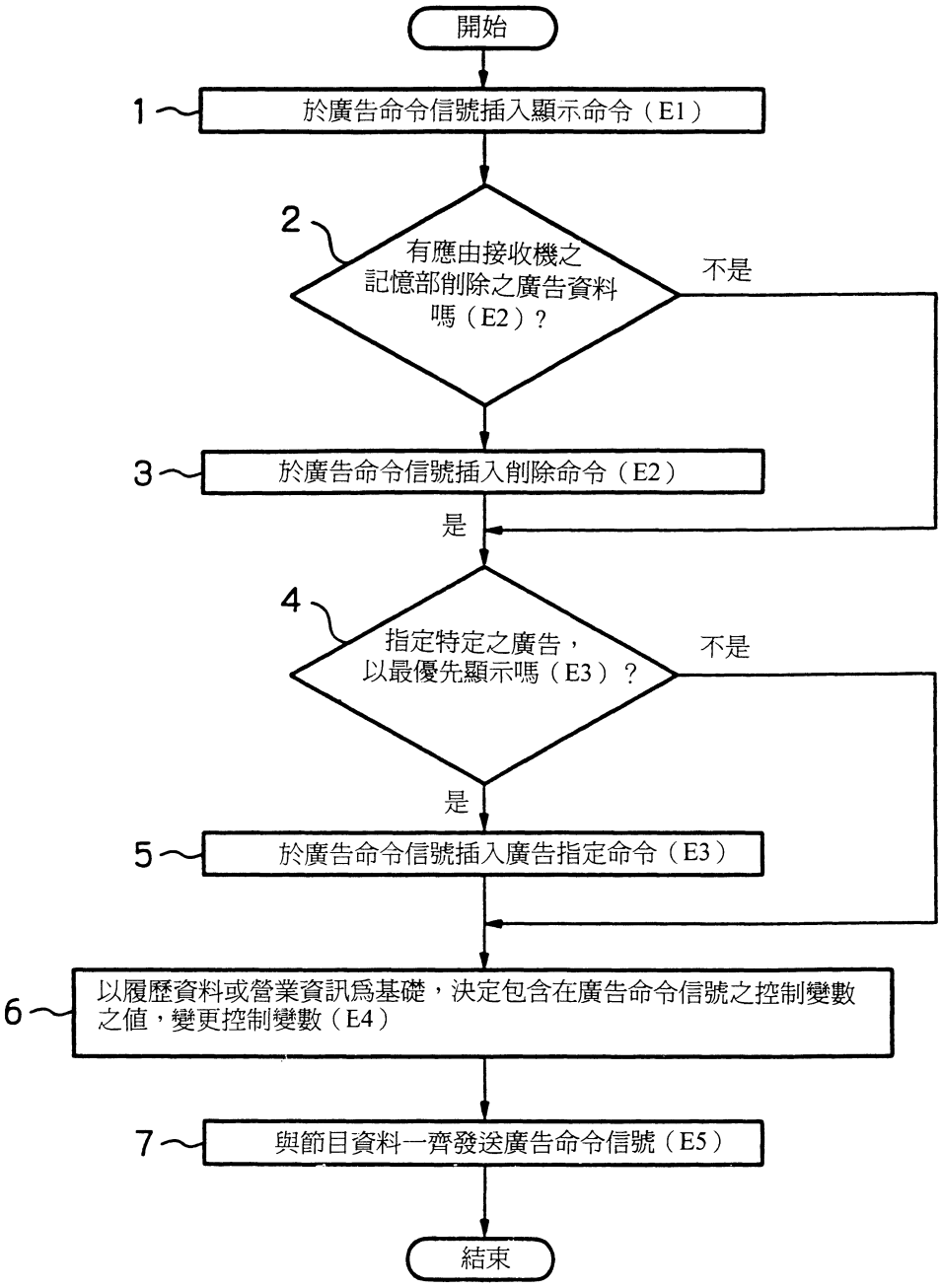

開始
1
於廣告命令信號插入顯示命令（E1）
2
有應由接收機之記憶部削除之廣告資料嗎（E2）？
不是
3
於廣告命令信號插入削除命令（E2）
是
4
指定特定之廣告，以最優先顯示嗎（E3）？
不是
是
5
於廣告命令信號插入廣告指定命令（E3）
6
以履歷資料或營業資訊爲基礎，決定包含在廣告命令信號之控制變數之值，變更控制變數（E4）
7
與節目資料一齊發送廣告命令信號（E5）
結束

圖 9

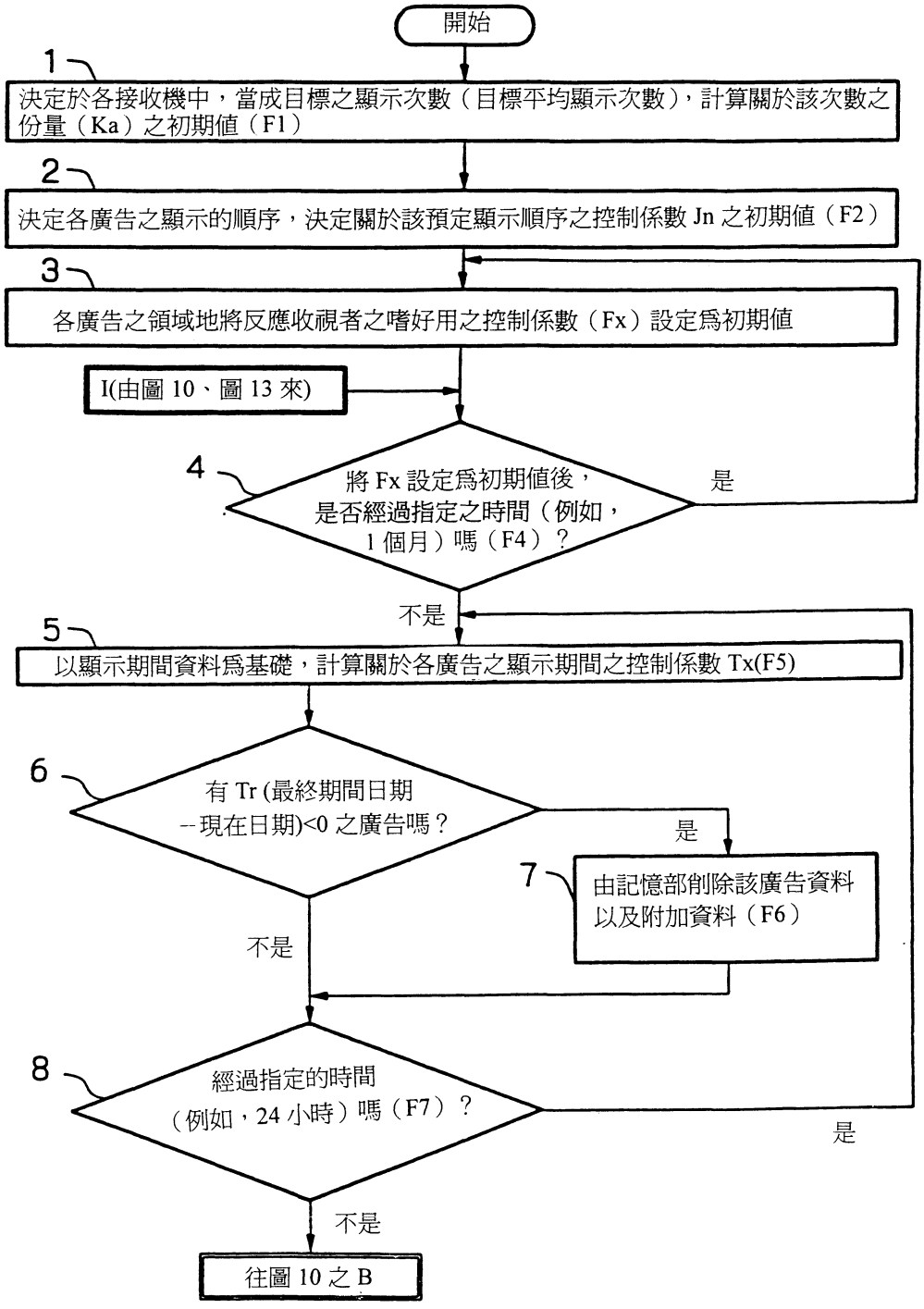

開始
1
決定於各接收機中，當成目標之顯示次數（目標平均顯示次數），計算關於該次數之份量（Ka）之初期值（F1）
2
決定各廣告之顯示的順序，決定關於該預定顯示順序之控制係數 Jn 之初期值（F2）
3
各廣告之領域地將反應收視者之嗜好用之控制係數（Fx）設定爲初期值
I(由圖 10、圖 13 來)
4
將 Fx 設定爲初期值後，是否經過指定之時間（例如，1 個月）嗎（F4）？
是
不是
5
以顯示期間資料爲基礎，計算關於各廣告之顯示期間之控制係數 Tx(F5)
6
有 Tr (最終期間日期－現在日期)<0 之廣告嗎？
是
7
由記憶部削除該廣告資料以及附加資料（F6）
不是
8
經過指定的時間（例如，24 小時）嗎（F7）？
是
不是
往圖 10 之 B

圖 1 0

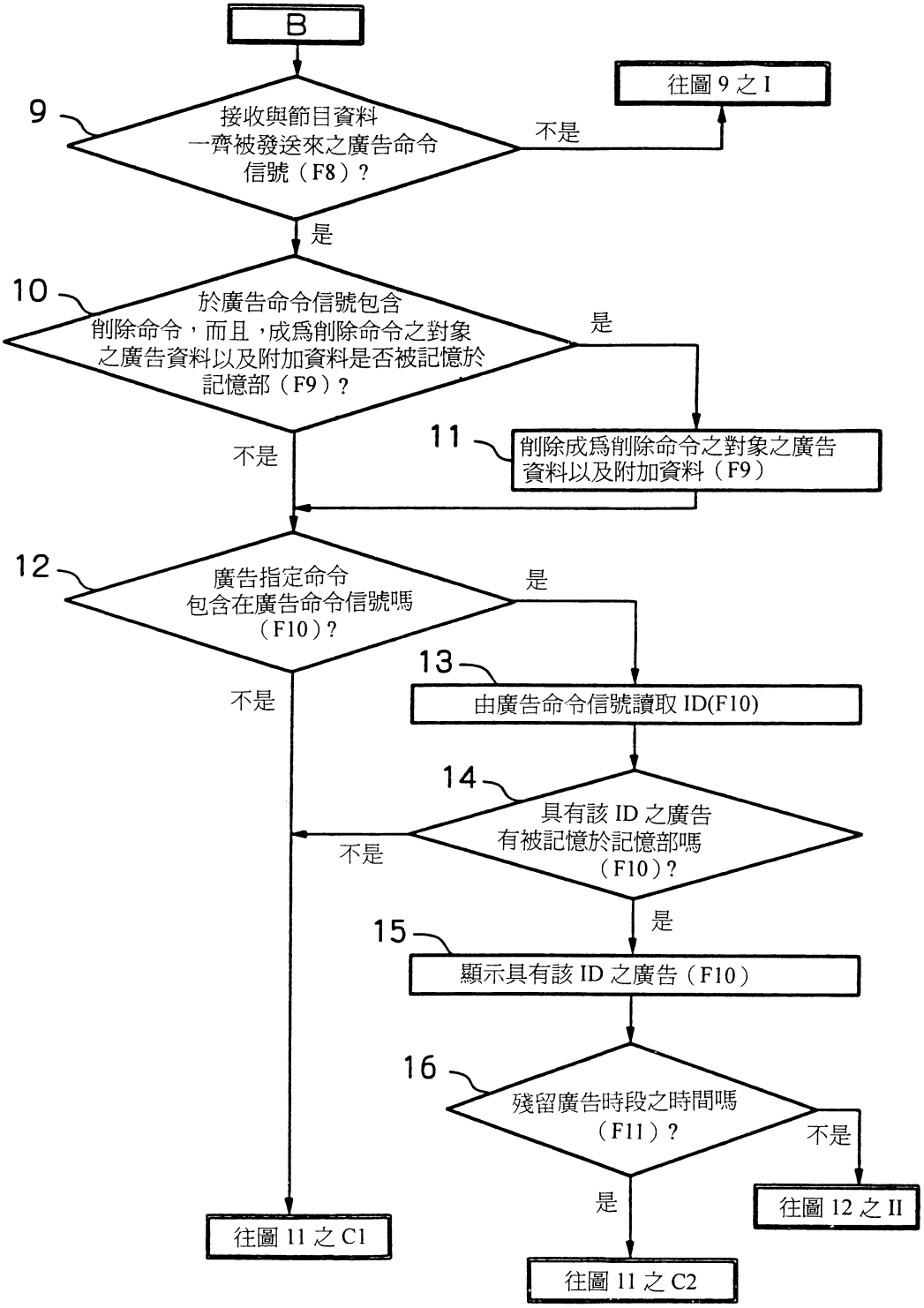

B
9
接收與節目資料
一齊被發送來之廣告命令
信號（F8）？
不是
往圖 9 之 I
是
10
於廣告命令信號包含
削除命令，而且，成爲削除命令之對象
之廣告資料以及附加資料是否被記憶於
記憶部（F9）？
是
不是
11
削除成爲削除命令之對象之廣告
資料以及附加資料（F9）
12
廣告指定命令
包含在廣告命令信號嗎
（F10）？
是
不是
13
由廣告命令信號讀取 ID(F10)
14
具有該 ID 之廣告
有被記憶於記憶部嗎
（F10）？
不是
是
15
顯示具有該 ID 之廣告（F10）
16
殘留廣告時段之時間嗎
（F11）？
不是
是
往圖 12 之 II
往圖 11 之 C1
往圖 11 之 C2

圖 1 1

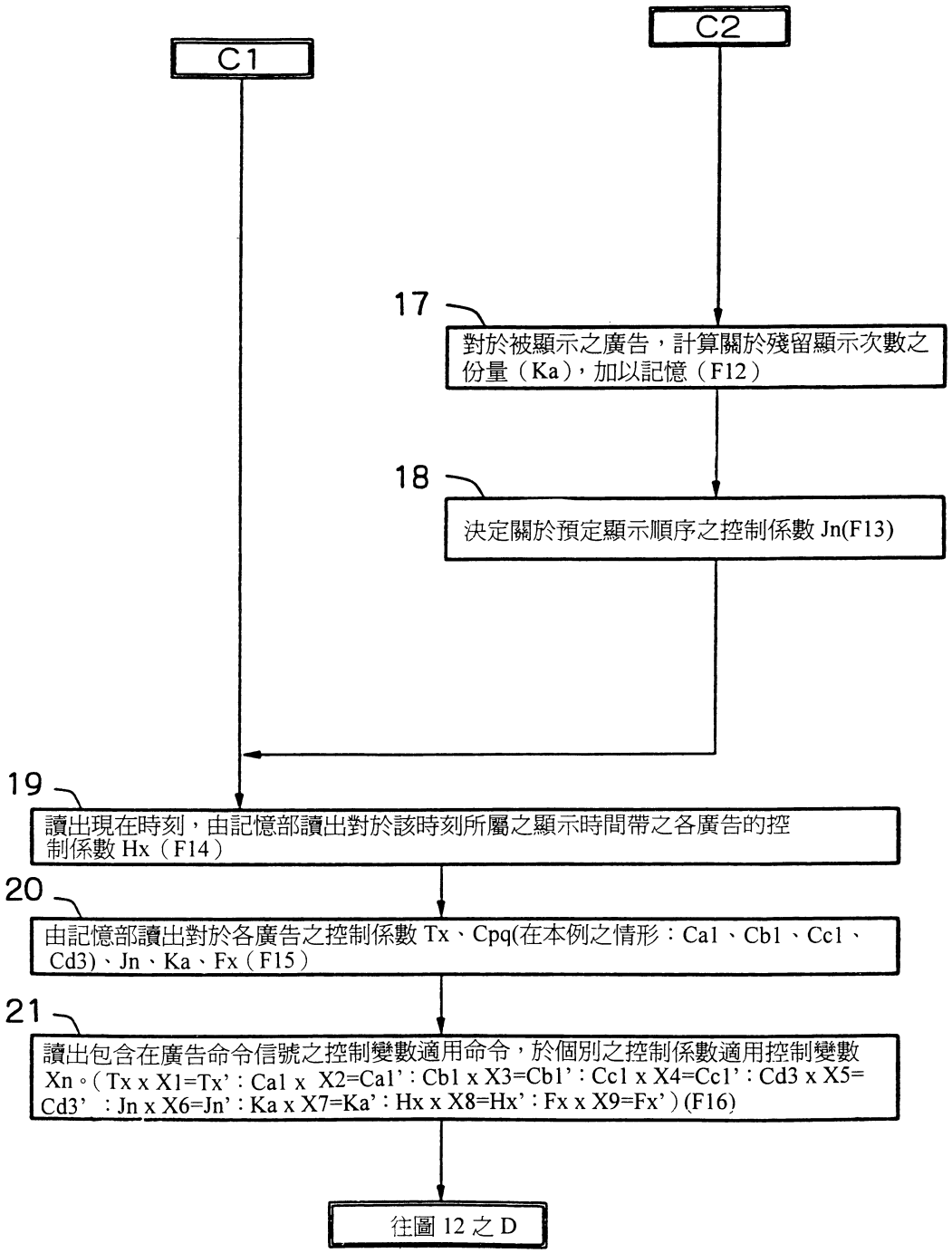

C1
C2
17
對於被顯示之廣告，計算關於殘留顯示次數之份量（Ka），加以記憶（F12）
18
決定關於預定顯示順序之控制係數 Jn(F13)
19
讀出現在時刻，由記憶部讀出對於該時刻所屬之顯示時間帶之各廣告的控制係數 Hx（F14）
20
由記憶部讀出對於各廣告之控制係數 Tx、Cpq(在本例之情形：Ca1、Cb1、Cc1、Cd3)、Jn、Ka、Fx（F15）
21
讀出包含在廣告命令信號之控制變數適用命令，於個別之控制係數適用控制變數 Xn。(Tx x X1=Tx'：Ca1 x X2=Ca1'：Cb1 x X3=Cb1'：Cc1 x X4=Cc1'：Cd3 x X5=Cd3'：Jn x X6=Jn'：Ka x X7=Ka'：Hx x X8=Hx'：Fx x X9=Fx') (F16)
往圖 12 之 D

圖 1 2

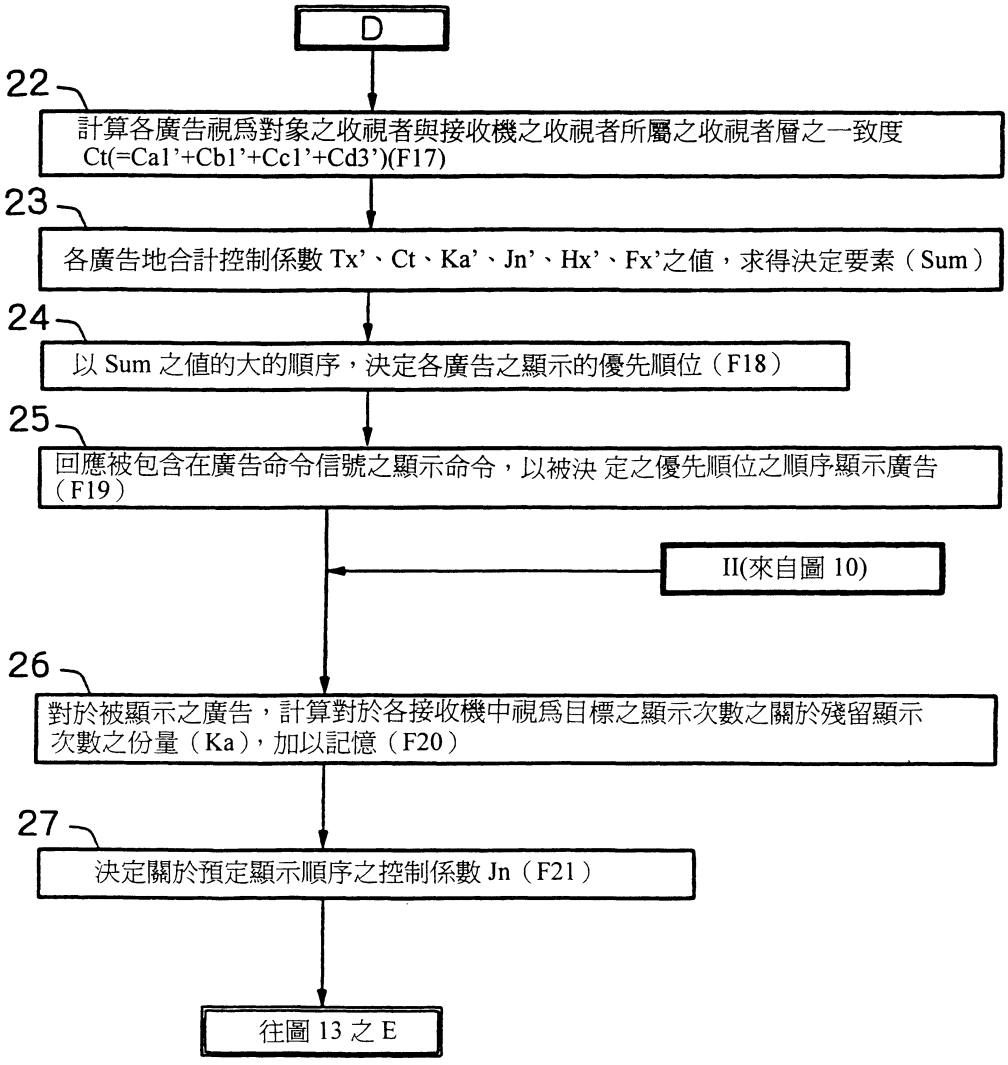

D
22
計算各廣告視爲對象之收視者與接收機之收視者所屬之收視者層之一致度 Ct(=Ca1'+Cb1'+Cc1'+Cd3')(F17)
23
各廣告地合計控制係數 Tx'、Ct、Ka'、Jn'、Hx'、Fx'之值，求得決定要素（Sum）
24
以 Sum 之值的大的順序，決定各廣告之顯示的優先順位（F18）
25
回應被包含在廣告命令信號之顯示命令，以被決 定之優先順位之順序顯示廣告（F19）
II(來自圖 10)
26
對於被顯示之廣告，計算對於各接收機中視爲目標之顯示次數之關於殘留顯示次數之份量（Ka），加以記憶（F20）
27
決定關於預定顯示順序之控制係數 Jn（F21）
往圖 13 之 E

圖 1 3

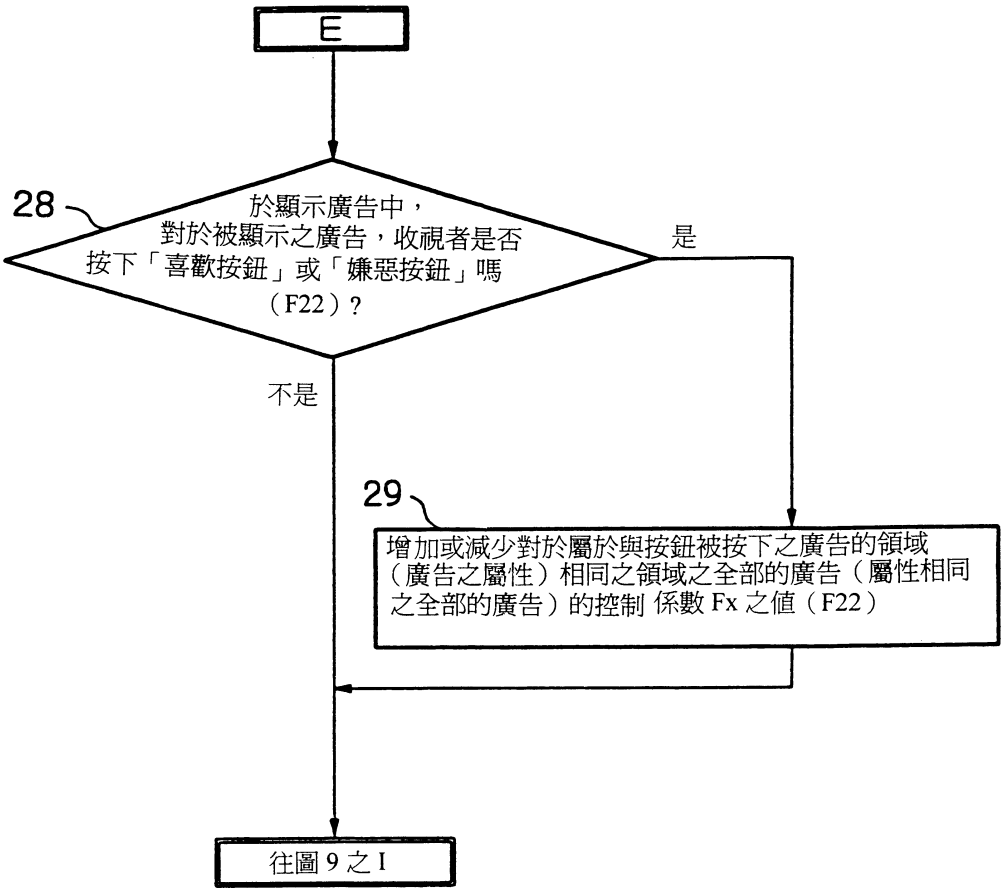

E
28
於顯示廣告中，
對於被顯示之廣告，收視者是否
按下「喜歡按鈕」或「嫌惡按鈕」嗎
（F22）？
是
不是
29
增加或減少對於屬於與按鈕被按下之廣告的領域
（廣告之屬性）相同之領域之全部的廣告（屬性相同
之全部的廣告）的控制 係數 Fx 之值（F22）
往圖 9 之 I

圖 1 4

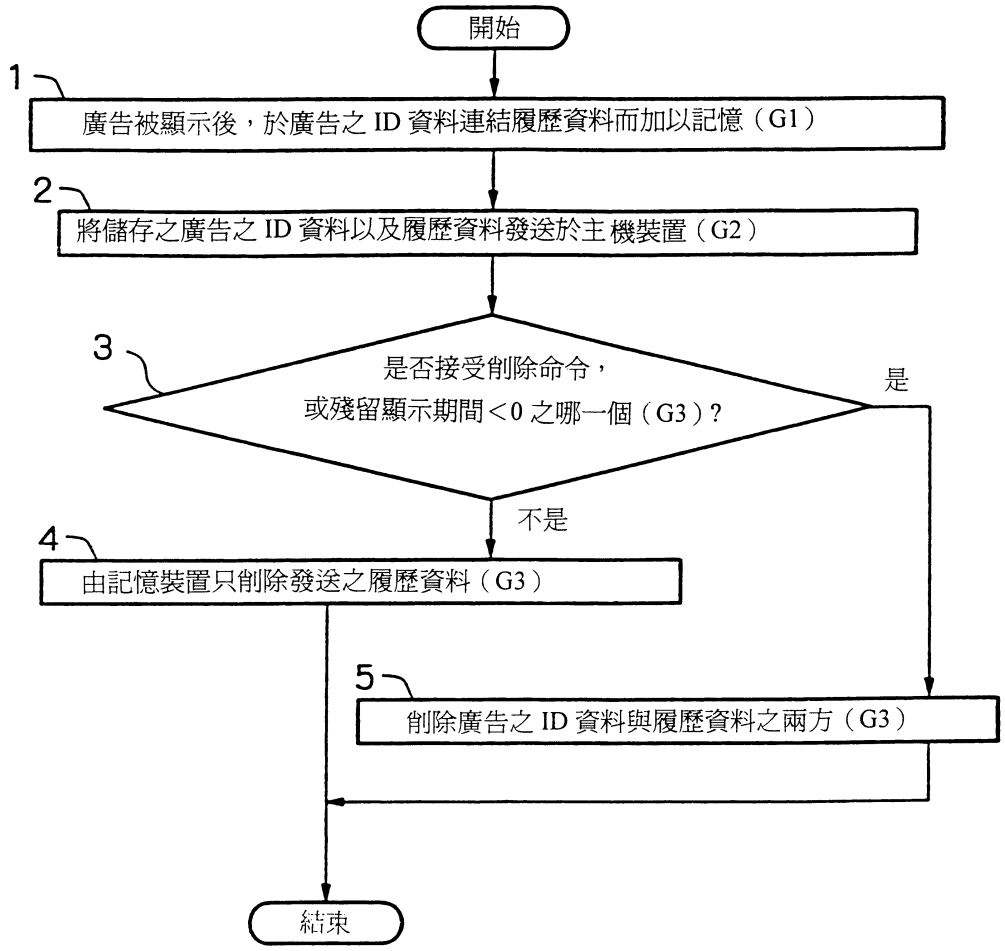

開始
1
廣告被顯示後，於廣告之 ID 資料連結履歷資料而加以記憶（G1）
2
將儲存之廣告之 ID 資料以及履歷資料發送於主機裝置（G2）
3
是否接受削除命令，
或殘留顯示期間＜0 之哪一個（G3）?
是
不是
4
由記憶裝置只削除發送之履歷資料（G3）
5
削除廣告之 ID 資料與履歷資料之兩方（G3）
結束

圖 1 5

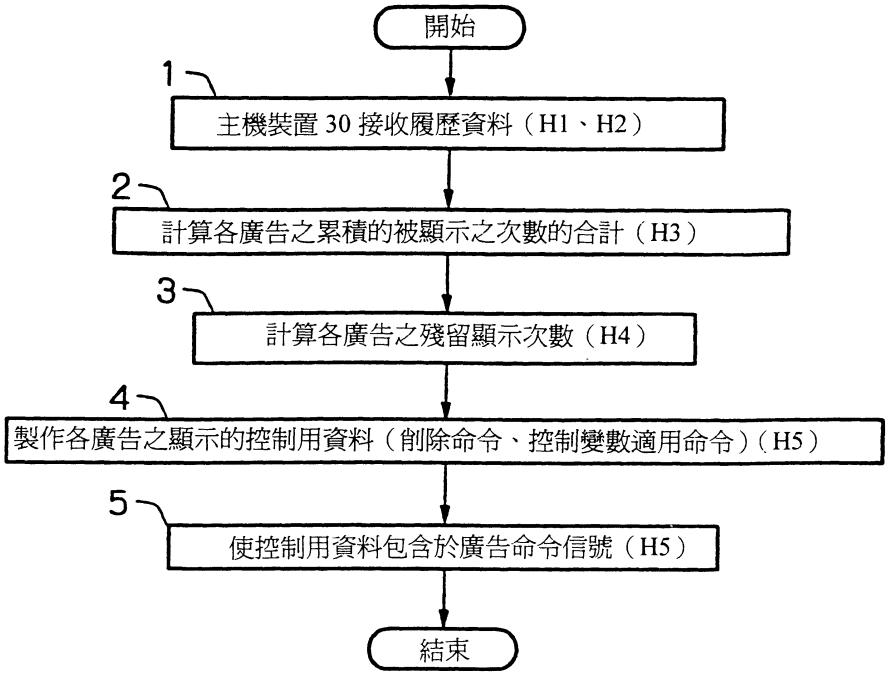

開始
1
主機裝置 30 接收履歷資料（H1、H2）
2
計算各廣告之累積的被顯示之次數的合計（H3）
3
計算各廣告之殘留顯示次數（H4）
4
製作各廣告之顯示的控制用資料（削除命令、控制變數適用命令）（H5）
5
使控制用資料包含於廣告命令信號（H5）
結束

圖 1 6

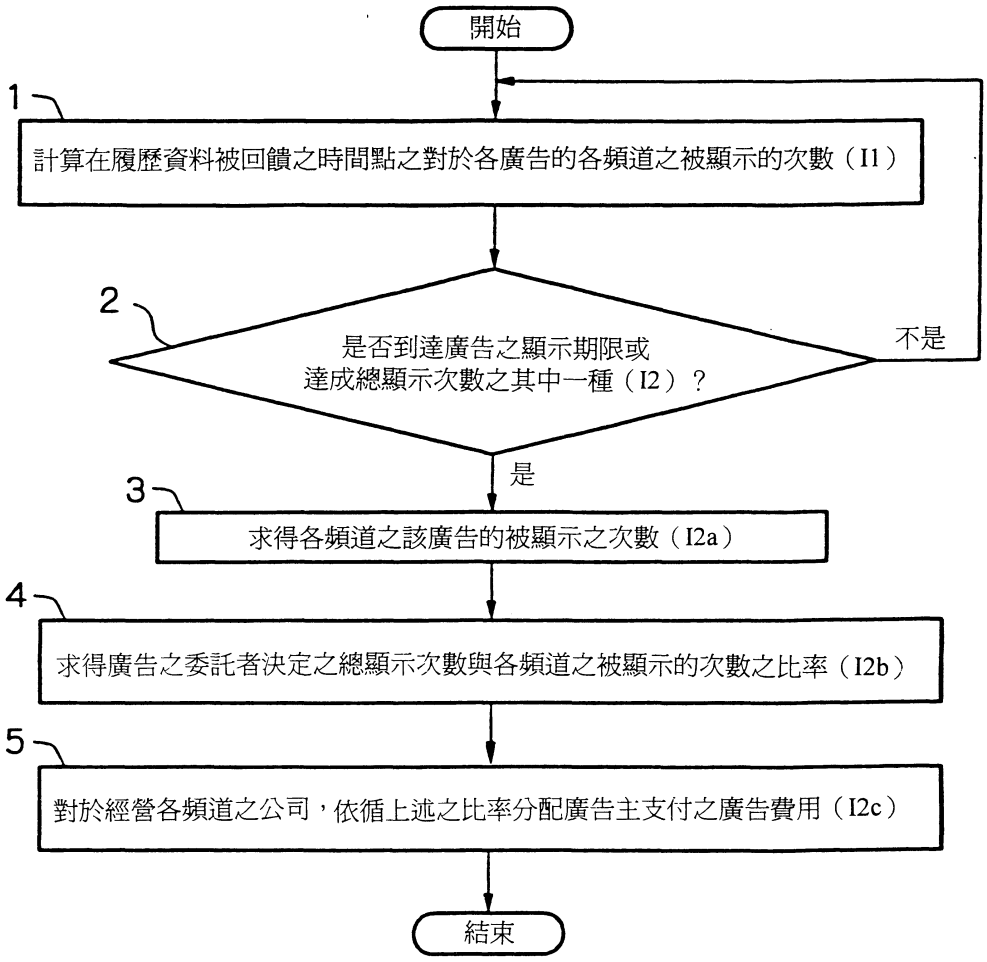
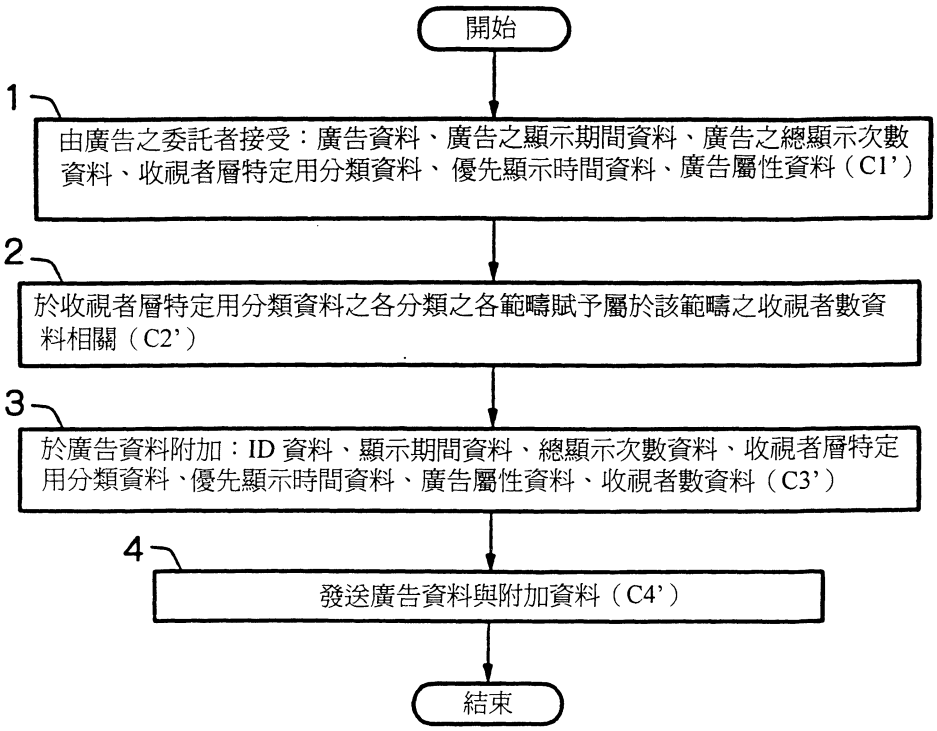

開始
1
計算在履歷資料被回饋之時間點之對於各廣告的各頻道之被顯示的次數（I1）
2
是否到達廣告之顯示期限或
達成總顯示次數之其中一種（I2）？
不是
是
3
求得各頻道之該廣告的被顯示之次數（I2a）
4
求得廣告之委託者決定之總顯示次數與各頻道之被顯示的次數之比率（I2b）
5
對於經營各頻道之公司，依循上述之比率分配廣告主支付之廣告費用（I2c）
結束

圖 1 7


開始
1
由廣告之委託者接受：廣告資料、廣告之顯示期間資料、廣告之總顯示次數資料、收視者層特定用分類資料、優先顯示時間資料、廣告屬性資料（C1’）
2
於收視者層特定用分類資料之各分類之各範疇賦予屬於該範疇之收視者數資料相關（C2’）
3
於廣告資料附加：ID 資料、顯示期間資料、總顯示次數資料、收視者層特定用分類資料、優先顯示時間資料、廣告屬性資料、收視者數資料（C3’）
4
發送廣告資料與附加資料（C4’）
結束

六、申請專利範圍

第 90121221 號專利申請案

中文申請專利範圍修正本

民國 92 年 4 月11日修正

1．一種廣告資料再生方法，其係於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的收視期間，

具備：（1）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的收視期間之資料的步驟；以及

（2）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之步驟；以及

（3）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及

（4）依據前述係數值，決定前述之被記憶的各個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

2．一種廣告資料再生方法，其係於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

年 月 日 修正 補充

六、申請專利範圍

再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的再生次數，

具備：（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟；以及

（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之步驟；以及

（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及

（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的各個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

３．如申請專利範圍第２項記載之廣告資料再生方法，其中於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中再生該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

４．如申請專利範圍第２項記載之廣告資料再生方法，其中於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係對應記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

５．一種廣告資料再生方法，其係於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝 訂 線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：

前述要素包含時刻，

具備：（１）爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料，爲了特定想要優先顯示前述廣告之時間帶，選擇時間帶資料，將時間帶的重要度愈大顯示愈重的分量之係數值分配於選擇之前述時間帶資料，將選擇之前述時間帶資料與顯示被分配於該時間帶資料之前述係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之步驟；以及

（３）讀出被分配於對應在前述步驟（２）所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值之步驟；以及

（４）依據前述係數值，決定在前述之被記憶的各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

６．如申請專利範圍第１至５項之其中一項所記載之廣告資料再生方法，其中前述要素進而包含：成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，進而具備：

（１）由分別包含特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料各廣告地選擇特

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

定成爲廣告之對象的收視者層之分類，分配選擇之各分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值，將顯示前述之選擇的分類的第1資料與顯示被分配於前述選擇之各分類的係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（2）由前述收視者層特定用分類資料選擇特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之分類，將顯示前述選擇之分類之第2資料記憶於前述收視者側之步驟；以及

（3）依據顯示顯示前述選擇之分類的第1資料之中的與顯示前述選擇之分類的第2資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的係數值之步驟；以及

（4）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

7．如申請專利範圍第1至5項之其中一項所記載之廣告資料再生方法，其中前述要素進而包含：對於廣告所宣傳之對象物所屬之領域的重要度，進而具備：

（1）各廣告地選擇表示在廣告所宣傳之對象物所屬之領域之廣告屬性資料，將該選擇之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（2）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之步驟；以及

（3）前述接收機的收視者因應需要使被分配於前述

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

年 月 日 修正 補充

六、申請專利範圍

廣告屬性資料之係數值增加或減少之步驟；以及

（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

８．如申請專利範圍第１至５項之其中一項所記載之廣告資料再生方法，其中進而具備：對應分量之前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之步驟。

９．如申請專利範圍第１至５項之其中一項所記載之廣告資料再生方法，其中進而具備：

對於前述廣告資料之各個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之步驟；以及

在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，因應其以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之步驟。

１０．一種廣告資料再生方法，其係於收視者側記憶複數的廣告資料，在前述收視者側的接收機再生該廣告資料之廣告資料再生方法，其特徵爲：

於前述收視者側具備：

（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之步驟；以及

（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之步驟；以及

（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝 訂 線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之各個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定各個之前述廣告資料的在前述接收機之適合的再生次數之步驟。

１１．一種廣告資料再生裝置，其係具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的收視期間，具備：

（１）將被附加於前述廣告資料之顯示該廣告資料的收視期間之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及

（２）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之手段；以及

（３）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的手段。

１２．一種廣告資料再生裝置，其係具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

年 月 日 修正 補充

六、申請專利範圍

，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的再生次數，具備：

（１）將被附加於前述廣告資料之顯示該廣告資料的再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及

（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之手段；以及

（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的手段。

１３．如申請專利範圍第１２項記載之廣告再生裝置，其中藉由將顯示前述（１）之再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段，被賦予相關於前述廣告資料之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中進行該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

１４．如申請專利範圍第１２項記載之廣告再生裝置，其中藉由將顯示前述（１）之再生次數之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段，被賦予相關於前述廣告資料之前述再生次數係係對應記憶前述廣告之個別的收視者

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝 訂 線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

１５．一種廣告資料再生裝置，其係具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及關於記憶之個別的前述廣告資料，對於決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行優先性愈高，給予愈重的分量之份量賦予，藉由該份量賦予決定表示給予之分量的係數值之手段；以及依據前述係數值，決定前述廣告資料之在前述收視者側之接收機的再生的優先順位之手段；以及依循前述優先順位，在前述收視者側再生前述廣告資料之手段之廣告資料再生裝置，其特徵爲：

前述要素包含時刻，具備：

（１）將爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料所選擇之特定想要優先顯示前述廣告之時間帶用的時間帶資料，與對於前述時間帶資料被分配之時間帶的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及

（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之手段；以及

（３）由前述（１）之手段讀出被分配於對應藉由在前述（２）之手段所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值，將該讀出之係數值當成表示前述時間帶的重要

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

A8
B8
C8
D8
92. 4. 11
年 月 日
補充

六、申請專利範圍

度之係數值而決定之手段。

16．如申請專利範圍第11至15項之其中一項所記載之廣告資料再生裝置，其中前述要素進而包含成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，進而具備：

（1）將由分別包含被附加於前述廣告資料之各廣告地特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料被選擇之顯示特定成爲廣告之對象的收視者層之第1被選擇之分類，與被分配於前述第1被選擇之分類之被選擇的分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值之資料與前述廣告資料賦予相關而記憶之手段；以及

（2）記憶由前述收視者層特定用分類資料被選擇之顯示特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之第2被選擇之分類之資料之手段；以及

（3）依據顯示顯示前述第1被選擇之分類的資料之中的與顯示前述第2被選擇之分類的資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的程度愈高，顯示愈重的分量之一致度的係數值之手段。

17．如申請專利範圍第11至15項之其中一項所記載之廣告資料再生裝置，其中前述要素進而包含：對於在廣告中宣傳之對象物所屬之領域的重要度，進而具備：

（1）各廣告地獲得表示在廣告所宣傳之對象物所屬

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

A8
B8
C8
D8

六、申請專利範圍

之領域之廣告屬性資料，將該獲得之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之手段；以及

（２）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之手段；以及

（３）前述接收機的收視者因應需要使被分配於前述廣告屬性資料之係數值增加或減少之手段。

１８．如申請專利範圍第１１至１５項之其中一項所記載之廣告資料再生裝置，其中進而具備：前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之手段。

１９．如申請專利範圍第１１至１５項之其中一項所記載之廣告資料再生裝置，其中進而具備：

對於前述廣告資料之各個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之手段；以及

在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，回應其以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之手段。

２０．一種廣告資料再生裝置，其中一種具備：於收視者側記憶複數的廣告資料之手段；以及在前述收視者側再生前述廣告資料之接收機之廣告資料再生裝置，其特徵爲具備：

（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之手段；以及

（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之手段；以及

（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之各個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定各個之前述廣告資料的在前述接收機之適合的再生次數之手段。

２１．一種電腦可實行之記錄媒體，其係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的收視期間，前述次序係具備：

（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的收視期間之資料的步驟；以及

（２）依據前述收視期間，決定前述廣告資料的殘餘收視期間之步驟；以及

（３）決定前述殘餘收視期間愈短顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及

（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的各個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

２２．一種電腦可實行之記錄媒體，其係一種記錄使

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：

前述要素包含前述廣告資料的再生次數，前述次序係具備：

（１）於前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟；以及

（２）依據前述再生次數，決定前述廣告資料的殘餘再生次數之步驟；以及

（３）決定前述殘餘再生次數愈多顯示愈重的分量之係數值的步驟；以及

（４）依據前述係數值，決定前述之被記憶的各個廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

２３．如申請專利範圍第２２項記載之記錄媒體，其中於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係決定在記憶前述廣告的個別的收視者側的接收機中進行該廣告的次數的目標值之被均等分配的目標平均再生次數。

２４．如申請專利範圍第２２項記載之記錄媒體，其中於前述（１）之前述廣告資料附加顯示該廣告資料的再生次數之資料的步驟之前述再生次數係對應記憶前述廣告

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

年 月 日 修正 補充

六、申請專利範圍

之個別的收視者側之接收機的成爲前述廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致的程度，各接收機地決定之決定記憶前述廣告之個別的收視者側之接收機再生該廣告的次數的目標值之目標再生次數。

２５．一種電腦可實行之記錄媒體，其係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，關於記憶之個別的前述廣告資料，依據決定各廣告資料的再生的優先性之要素，實行份量賦予，依循依據前述份量賦予之分量，決定前述廣告資料的在前述收視者側之接收機的再生的優先順位，依循前述優先順位再生前述廣告資料之次序於電腦實行之程式之記錄媒體，其特徵爲：

前述要素包含時刻，前述次序係具備：

（１）爲了特定應優先再生廣告之時刻，由包含複數的時間帶資料之優先顯示時間資料，爲了特定想要優先顯示前述廣告之時間帶，選擇時間帶資料，將時間帶的重要度愈大顯示愈重的分量之係數值分配於選擇之前述時間帶資料，將選擇之前述時間帶資料與顯示被分配於該時間帶資料之前述係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（２）判別現在時刻係屬於哪個時間帶之步驟；以及

（３）讀出被分配於對應在前述步驟（２）所判別的前述時間帶之時間帶資料的前述係數值之步驟；以及

（４）依據前述係數值，決定在前述之被記憶的各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝 訂 線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

。

２６．如申請專利範圍第２１至２５之其中一項所記載之記錄媒體，其中前述要素進而包含：成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層的一致度，前述次序進而具備：

（１）由分別包含特定收視者層之複數的分類之複數的項目所形成之收視者層特定用分類資料各廣告地選擇特定成爲廣告之對象的收視者層之分類，分配選擇之各分類的重要度愈大，顯示愈重的分量之係數值，將顯示前述之選擇的分類的第１資料與顯示被分配於前述選擇之各分類的係數值之資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（２）由前述收視者層特定用分類資料選擇特定前述接收機的收視者之所屬的收視者層之分類，將顯示前述選擇之分類之第２資料記憶於前述收視者側之步驟；以及

（３）依據顯示前述選擇之分類的第１資料之中的與顯示前述選擇之分類的第２資料一致之分類之前述被分配的係數值之資料，決定表示成爲廣告之對象的收視者層與接收機的收視者之所屬的收視者層之一致度的係數值之步驟；以及

（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

２７．如申請專利範圍第２１至２５之其中一項所記載之記錄媒體，其中前述要素進而包含：對於廣告所宣傳

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）
裝
訂
線
經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

之對象物所屬之領域的重要度，前述次序進而具備：

（１）各廣告地選擇表示在廣告所宣傳之對象物所屬之領域之廣告屬性資料，將該選擇之前述廣告屬性資料附加於前述廣告資料之步驟；以及

（２）對於前述廣告屬性資料，分配表示對於以該廣告屬性資料所顯示之領域的重要度之係數值之步驟；以及

（３）前述接收機的收視者因應需要使被分配於前述廣告屬性資料之係數值增加或減少之步驟；以及

（４）依據根據前述要素的全部的前述係數值，決定前述被記憶之各個的廣告資料的在前述接收機的再生的前述優先順位之步驟。

２８．如申請專利範圍第２１至２５之其中一項所記載之記錄媒體，其中前述次序進而具備：對應分量之前述係數值適用別的係數值，使前述係數值變化之步驟。

２９．如申請專利範圍第２１至２５之其中一項所記載之記錄媒體，其中前述次序進而具備：對於前述廣告資料之各個，附加辨識廣告資料用之辨識資料之步驟；以及在前述辨識資料被包含在指示前述廣告資料的再生之命令的情形，回應其以最優先再生被記憶之前述廣告資料中的以前述辨識資料被辨識之廣告資料之步驟。

３０．一種電腦可實行之記錄媒體，其係一種記錄使：於收視者側記憶複數的廣告資料，於前述收視者側之接收機再生該廣告資料之次序於電腦實行之程式的記錄媒體，其特徵爲：

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製

六、申請專利範圍

前述次序係於前述收視者側具備：

（１）記憶在前述接收機收視前述廣告資料之收視者之賦予特徵於該收視者所屬之收視者層之資料之步驟；以及

（２）記憶賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之資料預先被附加之前述廣告資料之步驟；以及

（３）依據賦予特徵於前述收視者之所屬的收視者層之前述資料，與被附加於被記憶在前述收視者側之各個的前述廣告資料之賦予特徵於成爲前述廣告資料之對象的收視者層之前述資料的一致的程度，決定各個之前述廣告資料的在前述接收機之適合的再生次數之步驟。

（請先閱讀背面之注意事項再填寫本頁）

裝 訂 線

經濟部智慧財產局員工消費合作社印製