



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 119856193 A

(43) 申请公布日 2025. 04. 18

(21) 申请号 202280099126.1

(51) Int.Cl.

(22) 申请日 2022.08.16

G06Q 30/02 (2006.01)

(85) PCT国际申请进入国家阶段日
2025.02.13

(86) PCT国际申请的申请数据
PCT/JP2022/030996 2022.08.16

(87) PCT国际申请的公布数据
W02024/038509 JA 2024.02.22

(71) 申请人 无限相信信息株式会社
地址 日本

(72) 发明人 高桥聪

(74) 专利代理机构 北京尚诚知识产权代理有限公司 11322
专利代理师 龙淳 徐飞跃

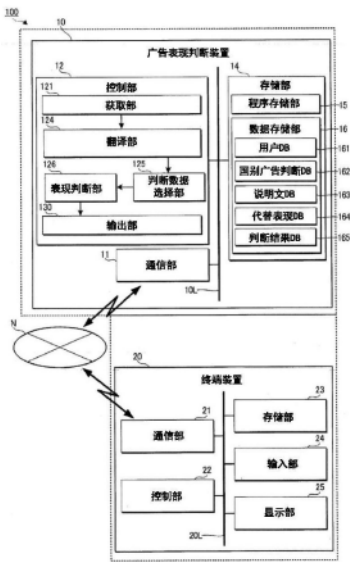
权利要求书2页 说明书15页 附图9页

(54) 发明名称

广告表现判断装置和存储介质以及程序

(57) 摘要

本发明提供一种广告表现判断装置等,通过对每个国家以列表的方式显示广告表现可否使用,能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。上述广告表现判断装置包括:存储部,其存储有判断数据,该判断数据是基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现可否使用的数据;获取部,其获取广告表现;翻译部,其对于广告表现,获取被翻译成每个国家的语言的语言表现;表现判断部,其对于广告表现,基于判断数据来判断每个国家的使用可否;和输出部,其输出显示数据,该显示数据以列表的方式显示广告表现的每个国家的语言表现和每个国家的使用可否。



1. 一种广告表现判断装置,其包括:

存储部,其存储有判断数据,该判断数据是基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现可否使用的数据;

获取部,其获取所述广告表现;

翻译部,其对于所述广告表现,获取被翻译成所述每个国家的语言的语言表现;

表现判断部,其对于所述广告表现,基于所述判断数据来判断所述每个国家的使用可否;和

输出部,其输出显示数据,该显示数据以列表的方式显示所述广告表现的所述每个国家的语言表现和所述每个国家的使用可否。

2. 如权利要求1所述的广告表现判断装置,其中,

所述判断数据对于多个所述审查指南的每一个审查指南,包含在至少一个国家不可使用的广告表现的所述每个国家的语言表现和所述每个国家的使用可否。

3. 如权利要求1或2所述的广告表现判断装置,其中,

所述广告表现是包含于网络广告中的广告表现,

所述获取部基于所述网络广告的URL来获取所述广告表现,

所述显示数据包含对于所述广告表现至少按所述每个国家显示不可使用的数量的数据。

4. 如权利要求1至3中任一项所述的广告表现判断装置,其中,

所述显示数据包含进行以下显示的数据,即:

对所述广告表现中的被判断为在至少一个国家不可使用的广告表现附加了强调显示的所述网络广告的显示;和

当使光标对准被附加了所述强调显示的所述广告表现时,至少显示该广告表现不可使用的国家的弹出显示。

5. 如权利要求3或4所述的广告表现判断装置,其中,

所述网络广告是视频,

所述获取部基于所述网络广告的URL,从所述视频的声音文本数据获取所述广告表现。

6. 如权利要求1至5中任一项所述的广告表现判断装置,其中,

所述显示数据包含进行以下显示的数据,即:

世界地图的显示;

在所述世界地图上至少表示该广告表现不可使用的国家的位置的标记显示;和

与所述标记显示建立关联且至少显示该广告表现不可使用的国家的弹出显示。

7. 如权利要求1至6中任一项所述的广告表现判断装置,其中,

所述显示数据包含显示所述广告表现在该国不可使用的理由的数据。

8. 一种计算机可读存储介质,其存储有使计算机执行广告判断处理的程序,所述广告判断处理基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现,其中,

所述广告判断处理包括:

获取广告表现的步骤;

对于所述广告表现,获取被翻译成所述每个国家的语言的语言表现的步骤;

对于所述广告表现,基于所述审查指南,判断所述每个国家的使用可否的步骤;和

输出显示数据的步骤,所述显示数据以列表的方式显示所述广告表现的所述每个国家的语言表现和所述每个国家的使用可否。

9.一种使计算机执行广告判断处理的程序,所述广告判断处理基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现,其中,

所述广告判断处理包括:

获取广告表现的步骤;

对于所述广告表现,获取被翻译成所述每个国家的语言的语言表现的步骤;

对于所述广告表现,基于所述审查指南,判断所述每个国家的使用可否的步骤;和

输出显示数据的步骤,所述显示数据以列表的方式显示所述广告表现的所述每个国家的语言表现和所述每个国家的使用可否。

广告表现判断装置和存储介质以及程序

技术领域

[0001] 本发明涉及判断广告表现可否使用的广告表现判断装置等。

背景技术

[0002] 作为判断广告表现的装置,例如有专利文献1那样的显示信息判断装置。该装置通过对在日本药机法、景表法等法令下无法使用的消息进行数据库化,并对所输入的广告消息是否存在于数据库中进行检索,从而判断该广告消息可否使用。

[0003] 现有技术文献

[0004] 专利文献

[0005] 专利文献1:日本特开2019-079275公报。

发明内容

[0006] 发明要解决的问题

[0007] 然而,关于无法使用的广告显示的法令种类在各国之间并不相同,因此有时在某个国家被禁止的广告表现能够在其他国家使用。相反,在本国理所当然能够使用的广告表现有时在其他国家无法使用。例如“婴儿奶瓶”在日本当然可以使用。但是,在巴西、印度,“婴儿奶瓶”与婴儿的肥胖相关,不能作为广告表现来使用。而且,Google(注册商标)AD、TikTok(注册商标)AD等的每个广告媒体具有广告审查指南,基于该广告审查指南对各国进行广告审查。因此,即使是在某个国家通过了审查的广告表现,有时也无法通过其他国家的广告审查。

[0008] 关于这一点,也考虑将法令种类、指南的数据库设为世界规格,将各国的广告表现分别与其他国家的法令种类、指南对照来判断可否使用。但是,按各国翻译广告表现并分别进行判断非常费事。例如在以各国为对象运用网络广告、视频广告的情况下,需要通过各国的广告审查。在该情况下,对于每个广告表现发现广告表现能够在哪个国家使用(使用OK)、无法在哪个国家使用(使用NG)并不容易。

[0009] 考虑到这样的情况,本发明的目的在于提供一种广告表现判断装置等,通过以列表的方式显示广告表现在各国可否使用,从而能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。

[0010] 用于解决问题的技术手段

[0011] 为了解决上述问题,本发明的广告表现判断装置具有:存储部,其存储有判断数据,该判断数据是基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现可否使用的数据;获取部,其获取广告表现;翻译部,其对于广告表现,获取被翻译成每个国家的语言的语言表现;表现判断部,其对于广告表现,基于判断数据来判断每个国家的使用可否;和输出部,其输出显示数据,该显示数据以列表的方式显示广告表现的每个国家的语言表现和每个国家的使用可否。根据本方式的装置,对于所获取的广告表现,以列表的方式显示每个国家的语言表现和每个国家的使用可否,因此能够一目了然地判别该广告表现能够

在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。因此,可知该广告表现在各国是否满足广告审查,所以能够一目了然地掌握该广告表现可通过哪个国家的广告审查。

[0012] 在本发明的优选方式中,判断数据对于多个审查指南的每一个审查指南,包含在至少一个国家不可使用的广告表现的每个国家的语言表现和每个国家的使用可否。如果使用本方式的判断数据来判断广告表现,则按照每个审查指南可知该广告表现在各国满足哪个广告审查。因此,在按照审查指南向多个国家发出广告时,能够容易地确认该广告表现可通过哪个国家的广告审查。

[0013] 在本发明的优选的方式中,广告表现是包含于网络广告中的广告表现,获取部基于网络广告的URL来获取广告表现,显示数据包含对于广告表现至少按每个国家显示不可使用的数量的数据。根据本方式,基于网络广告的URL来获取广告表现,因此能够一次性地判断网络广告中所包含的广告表现。由此,能够大幅节省广告表现判断的工夫和时间。而且,由于至少包含按每个国家显示不可使用的广告表现的数量的数据,因此能够容易地知道之后修改何种程度的广告表现才能通过广告审查。

[0014] 在本发明的优选方式中,显示数据包含进行以下显示的数据,即:对广告表现中的被判断为在至少一个国家不可使用的广告表现附加了强调显示的网络广告的显示;和当使光标对准被附加了强调显示的广告表现时,至少显示该广告表现不可使用的国家的弹出显示。根据本方式,在网络广告上能够一目了然地知道哪个广告表现无法在哪个国家使用。

[0015] 在本发明的优选的方式中,网络广告是视频,获取部基于网络广告的URL,从视频的声音文本数据获取广告表现。根据本方式,即使网络广告是视频,也从该视频所包含的声音文本数据获取广告表现,因此能够与网络广告不是视频的情况同样地判断广告表现。由此,即使网络广告是视频,也能够以列表的方式显示在各国广告表现可否使用,因此能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。而且,由于能够一次性地判断网络广告的视频网站所包含的广告表现,因此能够大幅节省广告表现判断的工夫和时间。

[0016] 在本发明的优选方式中,显示数据包含进行以下显示的数据,即:世界地图的显示;在世界地图上至少表示该广告表现不可使用的国家的位置的标记显示;和与标记显示建立关联且至少显示该广告表现不可使用的国家的弹出显示。根据本方式,能够在世界地图上的位置理解该广告表现在哪个国家不可使用。特别是在多个国家不可使用的情况下,也一目了然地知道在哪个国家或地区不可使用。另外,在显示数据中包含弹出显示,该弹出显示与世界地图上的标记显示相关联,至少显示其广告表现不可使用的国家,因此,一目了然地知道世界地图上的标记显示所示的不可使用的国家。

[0017] 在本发明的优选方式中,显示数据包含显示广告表现在该国不可使用的理由的数据。根据本方式,可知广告表现在该国不可使用的理由,因此容易修改广告表现。

[0018] 在本发明的优选实施方式中,本发明的存储介质存储有使计算机执行广告判断处理的程序,广告判断处理基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现,其中,广告判断处理包括:获取广告表现的步骤;对于广告表现,获取被翻译成每个国家的语言的语言表现的步骤;对于广告表现,基于审查指南,判断每个国家的使用可否的步骤;和输出显示数据的步骤,显示数据以列表的方式显示广告表现的每个国家的语言表现和每个国家的使用可否。通过由计算机读取并执行本方式的存储介质的程序,能够执行广

告判断处理,能够使计算机作为广告表现判断装置发挥功能。

[0019] 为了解决上述问题,本发明的程序是使计算机执行广告判断处理的程序,广告判断处理基于涉及广告的审查指南来对多个国家中的每个国家判断广告表现,其中,广告判断处理包括:获取广告表现的步骤;对于广告表现,获取被翻译成每个国家的语言的语言表现的步骤;对于广告表现,基于审查指南,判断每个国家的使用可否的步骤;和输出显示数据的步骤,显示数据以列表的方式显示广告表现的每个国家的语言表现和每个国家的使用可否。通过执行本方式的程序,能够执行广告判断处理,能够使计算机作为广告表现判断装置发挥功能。

[0020] 发明效果

[0021] 根据本发明,通过以列表的方式显示广告表现在各国可否使用,能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。

附图说明

[0022] 图1是表示本发明的第一实施方式的广告表现判断系统的结构例的图。

[0023] 图2是表示广告表现判断装置和终端装置的结构例的框图。

[0024] 图3是表示国别广告判断DB的具体例的图。

[0025] 图4是表示说明文DB的具体例的图。

[0026] 图5是表示代替表现DB的具体例的图。

[0027] 图6是表示判断结果DB的具体例的图。

[0028] 图7是表示第一实施方式的字词输入画面的具体例的图。

[0029] 图8是表示第一实施方式的广告表现的判断结果显示画面的具体例的图。

[0030] 图9为表示第一实施方式的广告判断处理的具体例的流程图。

[0031] 图10是表示图9的广告表现判断处理的具体例的流程图。

[0032] 图11是表示第二实施方式的广告表现判断装置和终端装置的结构例的框图。

[0033] 图12是表示第二实施方式的网站URL输入画面的具体例的图。

[0034] 图13是表示第二实施方式的广告表现的判断结果显示画面的具体例的图。

[0035] 图14是表示第二实施方式的弹出显示的具体例的图。

[0036] 图15是表示第二实施方式的弹出显示的其他具体例的图。

[0037] 图16为表示第二实施方式的广告判断处理的具体例的流程图。

[0038] 图17是表示第三实施方式的广告表现判断装置和终端装置的结构例的框图。

[0039] 图18是表示第三实施方式的视频网站URL输入画面的具体例的图。

[0040] 图19是表示第三实施方式的广告表现的判断结果显示画面的具体例的图。

[0041] 图20是表示第三实施方式的弹出显示的具体例的图。

[0042] 图21是表示第三实施方式的弹出显示的其他具体例的图。

[0043] 图22是表示第三实施方式的广告判断处理的具体例的流程图。

[0044] 图23是表示第一变形例的广告表现的判断结果显示画面的具体例的图。

[0045] 图24是表示第二变形例的广告表现的判断结果显示画面的具体例的图。

具体实施方式

[0046] <第一实施方式>

[0047] 以下,参照附图对本发明的第一实施方式进行说明。在第一实施方式中例示了具有本发明的广告表现判断装置10的广告表现判断系统100。图1是表示第一实施方式的广告表现判断系统100的结构的图。图1的广告表现判断系统100具有广告表现判断装置10和终端装置20。

[0048] 广告表现判断系统100以列表的方式显示所获取的广告表现在各国可否使用。本实施方式的广告表现判断装置10能够基于涉及广告的审查指南(以下,简称为“广告审查指南”)来对各国判断广告表现可否使用,并将其结果以列表的方式显示于终端装置20。这样,通过以列表的方式显示从终端装置20获取的广告表现在各国可否使用,能够一目了然地判别该广告表现在哪个国家能够使用、在哪个国家不能使用。

[0049] 广告表现判断装置10例如由将终端装置20作为客户端的服务器计算机构成。广告表现判断装置10可以构成为以多台进行分散处理,另外也可以由设置于1台服务器装置的多个虚拟机构成。此外,广告表现判断装置10可以由个人计算机构成,也可以由云服务器构成。广告表现判断装置10和终端装置20构成为能够经由因特网等的网络N来相互通信。

[0050] 终端装置20是由用户利用的信息处理装置。终端装置20例如是智能手机、平板电脑、PDA(Personal Digital Assistant:个人数字助理)等便携终端、台式个人计算机、笔记本型个人计算机等。通过在终端装置20中输入与广告表现相关的信息(例如包含广告表现的字词、短语、URL:Uniform Resource Locator等),以列表的方式显示该广告表现在各国可否使用。另外,虽然例示了在网络N上连接有一个终端装置20的情况,但也可以连接有两个以上的终端装置20。

[0051] 图2是表示图1的广告表现判断装置10和终端装置20的具体结构例的框图。如图2所示,广告表现判断装置10具有通信部11、控制部12和存储部14。通信部11、控制部12和存储部14分别与总线10L连接,能够相互进行信息(数据)的交换。

[0052] 通信部11通过有线或无线与网络N连接,在与终端装置20之间进行信息(数据)的收发。通信部11作为因特网、内部网的通信接口发挥功能,例如能够进行使用了TCP/IP、Wi-Fi(注册商标)、蓝牙(注册商标)的通信等。

[0053] 控制部12统一控制广告表现判断装置10整体。控制部12由MPU(Micro Processing Unit:微处理单元)等集成电路构成。控制部12包括CPU(Central Processing Unit:中央处理器)、RAM(Random Access Memory:随机存取存储器)、ROM(Read Only Memory:只读存储器)。控制部12将必要的程序加载到ROM,将RAM作为作业区域来执行该程序,由此进行各种处理。

[0054] 存储部14是存储由控制部12执行的各种程序、由这些程序使用的数据的存储介质(计算机可读取的有形的存储介质:a tangible storage medium)的例示。存储部14由硬盘、光盘、磁盘等存储装置构成。存储部14的结构不限于此,也可以由RAM或闪存等半导体存储器等构成存储部14。例如也能够由SSD(Solid State Drive:固态驱动器)构成存储部14。

[0055] 存储部14包括程序存储部15、数据存储部16等。程序存储部15存储由控制部12执行的各种程序。控制部12从程序存储部15读出必要的程序来执行各种处理。

[0056] 在数据存储部16中存储用户DB161(用户数据库)、国别广告判断DB162(国别广告

判断数据库)、说明文DB163(说明文数据库)、代替表现DB164(代替表现数据库)、判断结果DB165(判断结果数据库)等。在用户DB161中包含预先登记的用户ID、公司名、姓名等。用户DB161不限于此,也可以包含用户的住址、部门、性别等。

[0057] 图3是表示国别广告判断DB162的具体例的图。在国别广告判断DB162中存储有用于对每个国家判断广告表现可否使用的判断数据。具体而言,在国别广告判断DB中,例如图3所示,对于判断对象国家(日本(JP)、美国(US)、英国(UK)、中国(CN)、韩国(KR)等),存储有包含各国的广告表现可否使用(OK或NG)的判断数据。例如,如图3所示,本实施方式的判断数据是按照多个广告审查指南的每一个广告审查指南,收集了在某个国家成为使用NG(不可使用)的广告表现(字词、短语等)的数据。由此,能够对于每个广告审查指南判断各国广告表现可否使用,因此容易判断以哪个广告审查指南通过哪个国家的广告审查。这样,国别广告判断DB162构成存储部,该存储部存储有基于涉及广告的广告审查指南来对多个国家判断广告表现可否使用的判断数据。

[0058] 图3的国别广告判断DB162所示的判断数据中存储有将在某个国家成为使用NG的广告表现与多个广告审查指南进行对照而得到是否在其他国家也是使用NG的结果。例如,在广告审查指南中,如果在日本成为使用NG的广告表现在美国不是使用NG,则在美国设为使用OK(可使用)。图3的广告表现包含该国的语言的表述和语言的类别。

[0059] 在图3的广告表现中,OK/NG的类别(使用NG、使用OK、服务范围外等)、NG理由(不可使用理由)、代替表现等与每个广告审查指南相关联。广告审查指南例如是AD网络(Ad Network)的广告审查指南。AD网络是收集多个广告媒体(网站、社交媒体、博客等)来制作广告分发网络,并向这些媒体集中分发广告的机制。

[0060] 在AD网络中分别规定了独自的广告审查指南,广告审查指南的内容按分发目的地的每个国家而不同。这是因为每个国家的法令种类、文化(culture)不同。在广告审查指南中,通过对于每个国家限制不当显示的法令种类、文化,还提示了使用NG的广告表现。例如,日本的法令包括与确保医药品、医疗设备等的品质、有效性和安全性等相关的法律(以下,简称为药机法)、不当奖品类以及不当显示防止法(以下,简称为景表法)、药事法等法律(包括法律、政令、省令)、劳动基准法等。作为这样的广告审查指南,例如可举出Amazon(注册商标)AD、Facebook(注册商标)AD、Google(注册商标)AD、Instagram(注册商标)AD、TikTok(注册商标)AD、Yahoo(注册商标)AD、YouTube(注册商标)AD等。另外,广告审查指南不限于这些AD网络的审查指南,也可以是基于各国的法令种类、文化等而确定的其他指南。

[0061] 在广告审查指南中成为使用NG的广告表现根据国家而不同,也根据AD网络的种类(Yahoo(注册商标)AD、TikTok(注册商标)AD等)而不同。例如将图3的审查指南A设为基于Yahoo(注册商标)AD,将审查指南B设为基于TikTok(注册商标)AD。于是,根据图3可知,例如作为广告表现的“避孕药”在TikTok(注册商标)AD中,在日本和中国为使用NG,与此相对,在美国、英国和韩国为使用OK。另外,可知作为广告表现的“NFT”在Yahoo(注册商标)AD中在日本、美国、英国为使用OK,但在韩国为使用NG,可知在中国就超出了Yahoo(注册商标)AD的服务范围外。根据这样的国别广告判断DB,能够对每个国家判断每个广告审查指南的广告表现有无使用。

[0062] 图4是表示说明文DB163的具体例的图。说明文DB163存储有包含广告表现成为使用NG的理由的说明文。如图4所示,说明文DB163按每个国家将成为使用NG的广告表现与成

为该NG理由的说明文和引用编号建立关联。此外,如图4所示,不仅限于说明文字,其NG依据等也可以与广告表现建立关联。虽然在说明文DB163中未图示,但也可以设置备注的栏。在备注栏中存储例如基于法令种类、文化的详细理由等。例如,在广告表现“ハリ(紧致)”中,也可以在备注的栏中存储“联想到皮肤”,并使其能够如后述的图14那样进行弹出显示SC42。说明文DB163中的说明文能够通过引用编号与其他数据库(国别广告判断DB162、判断结果DB165)的NG理由的栏建立关联。例如在图3的国别广告判断DB162中,作为广告表现的“避孕药”在日本为使用NG,在其NG理由一栏中为“JP2a”,因此其NG理由为图4的“JP2a”的说明文(在日本为基于审查指南B的使用NG)。

[0063] 图5是表示代替表现DB164的具体例的图。代替表现DB164存储成为使用NG的广告表现的代替表现。如图5所示,代替表现DB164将该代替表现和引用编号与在各国成为使用NG的广告表现建立关联。另外,并不仅限于图5那样的代替表现,其注意事项等也可以与代替表现相关联。在图6的代替表现DB164中,例示了日本的广告表现的代替表现的一部分,但也可以存储其他国家的广告表现的代替表现。这些代替表现等能够通过引用编号与其他数据库(国别广告判断DB162、判断结果DB165)的代替表现的栏建立关联。例如在图3的国别广告判断DB162中,作为广告表现的“はり(紧致)”在日本为使用NG,在该代替表现的栏中为“JP1b”,所以该代替表现成为图4的“JP1b”的代替表现(青春)。

[0064] 图6是表示判断结果DB165的具体例的图。判断结果DB165存储对获取的广告表现进行判断的结果。基于存储于该判断结果DB165中的数据生成后述的显示数据。另外,在图6中,例示了存储1个广告表现“避孕药”的判断结果的情况,但不限于此,在一次性判断网络广告(网络广告)等中包含的多个广告表现的情况下,也可以将这些多个广告表现的判断结果依次附加编号而存储。

[0065] 图2的控制部12包括获取部121、翻译部(翻译获取部)124、判断数据选择部125、表现判断部126、输出部130。这些控制部12的各构成要素可以由物理电路构成,也可以由CPU可执行的程序构成。控制部12的结构不限于图2所示的结构。

[0066] 获取部121经由通信部11而从终端装置20获取广告表现。获取部121例如根据能够由终端装置20的浏览器显示的广告表现判断服务网站的输入画面中输入的信息(字词、短语等)来获取广告表现。该广告表现判断服务网站是提供本发明的广告表现判断服务的网站。获取部121经由通信部11从终端装置20获取在广告表现的判断中所利用的广告审查指南的类别。获取部121例如根据在终端装置20上由浏览器显示的网站的上述输入画面中输入的信息(审查指南A、审查指南B等),获取广告审查指南的类别。

[0067] 翻译部124是获取通过将获取部121所获取的广告表现翻译成每个国家的语言而获得的语言表现的翻译获取部。具体而言,翻译部124将由获取部121获取的广告表现翻译成各国的语言表现,来获取每个国家的语言表现。在广告表现的翻译中,可以利用设置于广告表现判断装置10中的翻译引擎,也可以利用外部装置的翻译引擎。另外,在广告表现的翻译中,也可以利用基于外部网站的翻译引擎。此外,各国的语言表现下的广告表现未必需要获取翻译后的内容。例如,由于国别广告判断DB162的判断数据中存储有各国的语言表现的广告表现,所以翻译部124可以利用判断数据来获取每个国家的语言表现。例如在由获取部121获取的广告表现为日文的情况下,如果在国别广告判断DB162的判断数据中有日文的广告表现,则也能够获取该广告表现的英文、中文、韩文等语言表现。

[0068] 判断数据选择部125基于由获取部121获取的广告审查指南的类别来选择判断数据。判断数据选择部125从国别广告判断DB162中选择由获取部121获取的广告审查指南的判断数据。例如,如果由获取部121获取的类别是审查指南B,则从国别广告判断DB162中选择审查指南B的判断数据。

[0069] 表现判断部126基于判断数据来判断由翻译部124翻译的各广告表现在每个国家是否可使用。表现判断部126基于由判断数据选择部125选择的判断数据(例如审查指南B的判断数据)来判断该广告表现在每个国家可否使用(使用NG或使用OK),并将该判断结果存储于判断结果DB165中。

[0070] 输出部130输出显示数据,该显示数据以列表的方式显示上述广告表现在每个国家可否使用。输出部130基于判断结果DB165的判断结果来生成并输出显示数据。这里的显示数据是用于在广告表现判断服务网站上显示的数据。由此,在由终端装置20的浏览器显示的广告表现判断服务网站中,能够以列表的方式显示该广告表现在每个国家可否使用(使用NG或使用OK)。由此,能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。

[0071] 接着,参照图2对终端装置20的结构例进行说明。图2所示的终端装置20包括通信部21、控制部22、存储部23、输入部24和显示部25。通信部21、控制部22、存储部23、输入部24和显示部25分别与总线20L连接,能够相互进行信息(数据)的交换。

[0072] 通信部21通过有线或无线与网络N连接,在与广告表现判断装置10之间进行信息(数据)的收发。通信部21作为因特网、内部网的通信接口发挥功能,例如能够进行使用了TCP/IP、Wi-Fi(注册商标)、蓝牙(注册商标)的通信等。

[0073] 控制部22统一控制终端装置20整体。控制部22由MPU(Micro Processing Unit:微处理单元)等集成电路构成。控制部22包括CPU(Central Processing Unit:中央处理器)、RAM(Random Access Memory:随机存取存储器)、ROM(Read Only Memory:只读存储器)。控制部22将必要的程序加载到ROM,将RAM作为作业区域来执行该程序,由此进行各种处理。

[0074] 存储部23包括程序存储部231、数据存储部232等。程序存储部231作为存储由控制部22执行的多个应用程序的存储介质(计算机可读取的有形的存储介质:a tangible storage medium)而发挥功能。存储部23可以由硬盘构成,也可以由闪存等半导体存储器构成。例如,存储部23可以由SSD(Solid State Drive:固态驱动器)构成。

[0075] 输入部24具有键盘和鼠标等,接受来自用户的操作输入并向控制部22发送与操作内容对应的控制信号。输入部24也可以包括触摸面板。显示部25是液晶显示器、有机EL显示器等,按照来自控制部22的指示来显示各种信息。显示部25例如通过浏览器来显示网站,基于广告表现判断装置10的显示数据来显示后述的字词输入画面SC10、广告表现的判断结果显示画面SC20。

[0076] 在此,作为显示部25所显示的输入画面的例示,图7示出了字词输入画面的结构例。在图7的字词输入画面SC10中,显示用于输入字词或短语的第一输入栏SC11、输入广告审查指南的类别的第二输入栏SC12、开始广告表现的判断的检查按钮SC13、重置输入的重置按钮SC14等。如图7所示,第二输入栏SC12通过下拉菜单等进行输入。可以不通过下拉菜单而直接输入广告审查指南的类别,也可以通过单选按钮等进行输入。

[0077] 接下来,图8示出显示部25所显示的广告表现的判断结果显示画面的结构例。在图

8的判断结果显示画面SC20中显示有表示判断结果的检查结果栏SC211。在检查结果栏SC211中分别显示广告表现显示栏SC212、广告审查指南显示栏CS213、各国可否使用列表SC214。在广告表现显示栏SC212中,显示图7的第一输入栏SC11中输入的广告表现。在广告审查指南显示栏CS213中显示图7的第二输入栏SC12中输入的广告审查指南的类别。在图8的广告审查指南显示栏CS213中,也可以显示与图7的第二输入栏SC12同样的下拉菜单。由此,也能够容易地显示基于其他广告审查指南的判断结果。

[0078] 在各国可否使用列表SC214中,以列表的方式显示广告表现在每个国家可否使用。在各国可否使用列表SC214中,分别按每个国家显示语言类别栏SC24、本国语言标记栏SC25、NG理由栏SC26、代替表现栏SC27等。语言类别栏SC24显示该国的语言的类别。例如,日本是日文,美国或英国是英文,中国是中文,韩国是韩文。中文通过显示简体和繁体,不仅能够判断中国大陆,还能够判断中国台湾等中的广告表现。在本国语言标记栏SC25中,显示从判断结果DB165翻译成该国的语言的广告表现。在NG理由栏SC26中显示与判断结果DB165的NG理由相关联的说明文DB163的说明文。在代替表现栏SC27中显示与判断结果DB165的代替表现相关联的代替表现DB164的代替表现。

[0079] 图8例示了在第一输入栏SC11中输入“避孕药”作为广告表现,在第二输入栏SC12中输入审查指南B作为广告审查指南的类别的情况下的判断结果。根据图8的判断结果可以一目了然地知道:作为广告表现的“避孕药”,基于审查指南B,在日本和中国使用NG(不可使用),但在美国、英国和韩国使用OK(可使用)。由此,在美国、英国和韩国也可以直接使用广告表现,但在日本和中国发出广告的情况下,也容易知道需要改变广告表现。因此,即使不在所有国家改变广告表现,仅在判断为使用NG的国家改变广告表现,也能够使各国的广告审查容易通过。

[0080] 如图8所示,也可以在判断结果显示画面SC20中显示侧边栏SC28。在侧边栏SC28中,也可以显示输入广告表现的第一输入栏SC11、输入广告审查指南的类别的第二输入栏SC12、开始广告表现的判断的检查按钮SC13、重置输入的重置按钮SC14等。另外,显示画面不限于图7和图8所示的画面。

[0081] 接着,参照图9对第一实施方式的广告表现判断装置10所进行的广告判断处理进行说明。图9为表示第一实施方式的广告判断处理的具体例的流程图。第一实施方式的广告判断处理通过控制部12(获取部121、翻译部124、判断数据选择部125、表现判断部126、输出部130等)从程序存储部15读出所需的程序并执行。

[0082] 图9的广告判断处理中,首先在步骤S110中控制部12进行用户认证。在用户认证中,在终端装置20显示ID和密码的输入画面(省略图示)。当输入ID和密码来认证用户时,在步骤S120中,控制部12使终端装置20显示图7所示那样的字词输入画面SC10。然后,在步骤S130中,控制部12判断是否输入了字词。具体而言,若控制部12判断为输入了字词和广告审查指南的类别,并点击了检查按钮SC13,则控制部12移至步骤S140的处理。

[0083] 在步骤S140中,控制部12获取广告表现。具体而言,获取部121获取被输入到图7的第一输入栏SC11中的字词以作为广告表现。此时,获取部121还获取被输入到图7的第二输入栏SC12中的广告审查指南的类别。

[0084] 接着,在步骤S150中,控制部12对于广告表现获取各国的语言表现。具体而言,翻译部124将由获取部121获取的广告表现翻译成除了输入语言之外的各国的语言,从而获取

关于广告表现的各国的语言表现。例如在用日文输入广告表现的情况下,翻译为日文以外的英文、中文(简体、繁体)、韩文等。如果用英文输入广告表现,则翻译为英文以外的日文、中文(简体、繁体)、韩文等。

[0085] 接着,在步骤S160中,控制部12进行广告表现判断处理。在广告表现判断处理中,对于该广告表现判断在各国可否使用(使用NG或使用OK)。

[0086] 在此,图10示出广告表现判断处理的流程图的具体例。图10的广告表现判断处理由控制部12(判断数据选择部125、表现判断部126)处理。首先,在步骤S161中,判断数据选择部125选择判断数据并对各国判断广告表现。具体而言,判断数据选择部125基于由获取部121获取的广告审查指南的类别,从国别广告判断DB162中选择判断数据。例如在图7中由获取部121获取的类别是审查指南B,所以从图3的国别广告判断DB162选择审查指南B的判断数据。

[0087] 接着,表现判断部126在步骤S162至步骤S164中,基于判断数据选择部125所选择的判断数据,判断可否在各国使用该广告表现。具体而言,在步骤S162中,表现判断部126判断在判断数据选择部125所选择的判断数据中是否有该广告表现。例如,判断在图6的输入画面中输入的语言的广告表现是否在所选择的判断数据中。但是,不限于此,也可以判断所翻译的所有语言下的广告表现是否在所选择的判断数据中。这是因为,如果在判断数据中存在任一语言的广告表现,则有可能在任一国家使用NG。

[0088] 在步骤S162中,表现判断部126在判断为广告表现没有在判断数据中的情况下,在步骤S164中,该广告表现在各国为使用OK,不进行步骤S165至步骤S168的处理,在步骤S169中将判断结果存储于判断结果DB165中。

[0089] 与此相对,在步骤S162中,表现判断部126在判断为所选择的判断数据中有该广告表现的情况下,在步骤S163中,在该广告表现为NG的国家设为使用NG(不可使用),在除此以外的国家设为使用OK(可使用)。例如在图7中输入“避孕药”作为广告表现,在通过审查指南B的判断数据进行判断的情况下,在图3的审查指南B的判断数据中作为广告表现有“避孕药”,因此在该广告表现为NG的日本和中国设为使用NG,除此以外的美国、英国、韩国设为使用OK。

[0090] 在步骤S165中,表现判断部126判断该广告表现在NG的国家是否存在其NG理由。表现判断部126如果在步骤S165中判断为存在NG理由,则在步骤S166中将该NG理由追加到判断结果中。具体而言,例如表现判断部126判断在所选择的判断数据的NG理由栏中是否有图4的说明文DB163的引用编号。此时,表现判断部126若判断为在判断数据的NG理由栏中存在引用编号,则将该引用编号也追加于判断结果的NG理由中。这样,例如在图6的NG理由栏中追加了JP2a和CN2a的引用编号。另一方面,若在步骤S165中表现判断部126判断为在该广告表现为NG的国家没有该NG理由,则移至步骤S167的处理。

[0091] 在步骤S167中,表现判断部126判断在该广告表现为NG的国家是否存在其代替表现。表现判断部126若在步骤S167中判断为有代替表现,则在步骤S168中将该代替表现追加到判断结果并移至步骤S169的处理。具体而言,例如表现判断部126判断在所选择的判断数据的代替表现栏中是否有图5的代替表现DB164的引用编号。此时,表现判断部126若判断为在判断数据的代替表现栏中存在引用编号,则将该引用编号也追加到判断结果的代替表现栏中。另一方面,在步骤S167中,若表现判断部126判断为在该广告表现为NG的国家没有其

代替表现,则移至步骤S169的处理。在步骤S169中,表现判断部126将以上的判断结果存储于判断结果DB165中,结束一系列的广告表现判断处理,移至图9的步骤S170的处理。

[0092] 然后,在图9的步骤S170中,输出部130使终端装置20显示判断结果。具体而言,输出部130根据判断结果DB165的判断结果,生成以列表的方式显示广告表现在每个国家可否使用的显示数据,并显示于广告表现判断服务网站。由此,在由终端装置20的浏览器显示的广告表现判断服务网站中,例如在图8那样的判断结果显示画面SC20中以列表的方式显示广告表现在每个国家可否使用。此外,显示数据也可以是由终端装置20的专用应用程序显示的数据。在该情况下,例如也可以使终端装置20下载专用应用程序,终端装置20通过该专用应用程序从通信部21接收显示数据并使显示部25显示判断结果显示画面SC20。

[0093] 这样,在第一实施方式中,当在输入画面SC10中输入了字词和审查指南的类别并点击了检查按钮时,获取所输入的字词作为广告显示,根据所输入的审查指南的判断数据来判断可否在各国使用该广告显示。然后,生成判断结果的显示数据,使终端装置20显示判断结果。由此,在终端装置20中,以列表的方式显示所输入的广告表现在每个国家可否使用,因此能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。

[0094] 而且,能够按照每个审查指南进行广告表现的判断,能够在判断结果显示画面SC40中显示该广告表现是否在各国满足广告审查。因此,能够一目了然地知道该广告表现在各国满足哪个广告审查,所以也能够一目了然地知道该广告表现通过了哪个国家的广告审查。另外,在本实施方式中,例示了在输入画面SC10中输入字词的情况,但未必限于字词,例如也可以输入短语等。在输入画面SC10中输入了短语的情况下,获取部121获取该短语作为广告表现。

[0095] <第二实施方式>

[0096] 对本发明的第二实施方式进行说明。在以下例示的各方式中,对于具有实质上相同的功能结构的构成要素,通过标注相同的附图标记而省略重复说明。在第一实施方式中,例示了通过在输入画面中输入字词、短语来获取该字词作为广告表现的情况。在第二实施方式中,例示通过在输入画面中输入网络广告的URL来提取该网络广告中包含的字词并作为广告表现而获取的情况。

[0097] 由于在作为网络广告而被显示的图像中,如图14所示那样包含有多个字词,因此,根据国家的不同,有时作为广告表现而成为使用NG。然而,在第一实施方式中,必须逐个判断网络广告的所有字词,因此非常花费工夫和时间。因此,在第二实施方式中,提取网络广告中所包含的全部字词,一次获取多个广告表现并进行判断,并对于该网络广告上的每个字词显示判断结果。由此,能够大幅节省广告表现判断的工夫和时间。

[0098] 图11是表示第二实施方式的广告表现判断装置和终端装置的结构例的框图,与图2对应。图11与图2的不同之处在于,获取部121包括字词提取部123。图12是表示第二实施方式的网络广告的网站URL输入画面SC30的具体例的图,与图7对应。在图12中,与图7的不同点在于,在第一输入栏SC11中输入网站URL,而不是输入字词。

[0099] 图13至图15是表示第二实施方式的广告表现的判断结果显示画面SC40的具体例的图,与图8对应。图13至图15与图8的不同之处在于,代替侧边栏SC28,而在检查结果栏SC41中具有网络广告的网站显示栏SC42和NG数量显示栏SC415。如图13所示,在第二实施方式的判断结果显示画面SC40中,将所输入的URL的网络广告显示在网站显示栏SC42中,对其

所包含的广告表现中的存在使用NG的国家的广告表现附加强调显示SC422。

[0100] 作为强调显示SC422,例如图13所示,对于存在使用NG的国家的广告表现,可以用框包围,也可以改变颜色。另外,如图13所示,也可以对强调显示SC422附加编号显示SC423。在图13中,由于对“ハリ(紧致)”附加了强调显示SC422,所以能够一目了然地知道存在该“ハリ(紧致)”成为使用NG的国家。

[0101] 在图13的各国可否使用列表SC214中,显示如鼠标悬停那样地重叠了光标的广告显示在各国可否使用。在图13中,由于在附加了强调显示SC422的“ハリ(紧致)”上重叠了光标,所以对于“ハリ(紧致)”这样的广告表现显示各国可否使用列表SC214。

[0102] 在图13的各国可否使用列表SC214的旁边显示NG数量显示栏SC415。NG数量显示栏SC415显示各国的NG数量。这里的NG数量是包含于网络广告中的多个广告表现中的在各国成为使用NG的广告表现的数量。根据图13可知,在该网络广告的网站中,在审查指南A中包含20个在日本使用NG的广告表现和15个在美国使用NG的广告表现。该NG数量也包括如图13的“ハリ(紧致)”那样在两个国家以上成为使用NG的情况。

[0103] 如图14所示,也可以在将光标重叠于广告显示时,弹出显示SC424出现。在弹出显示SC424中,显示使用NG的国家和用该国家的语言表现的广告表现。另外,如图14所示,也可以在弹出显示SC424也显示NG理由。另外,如图14所示,也可以在网站显示栏SC42的侧部显示滚动条SC425而能够滚动网络广告的显示。并且,如图15所示,也可以在弹出显示SC424也显示代替表现。

[0104] 在图13至图15的广告表现的判断结果显示画面SC40中,与图8同样地显示广告审查指南显示栏CS213。在该广告审查指南显示栏CS213中,也可以显示与图8的第二输入栏SC12同样的下拉菜单。在该判断结果显示画面SC40中,也可以显示与图12同样的输入网站URL的第一输入栏SC11、开始广告表现的判断的检查按钮SC13、重置输入的重置按钮SC14等。另外,显示画面不限于图12至图15所示的画面。

[0105] 接着,参照图16说明第二实施方式的广告表现判断装置10所进行的广告判断处理。图16是表示第二实施方式的广告判断处理的具体例的流程图,与图9对应。第二实施方式的广告判断处理通过控制部12(获取部121、字词提取部123、翻译部124、判断数据选择部125、表现判断部126、输出部130等)从程序存储部15读出所需的程序并执行。

[0106] 在图16中,在步骤S120中控制部12显示图12的网站URL输入画面SC30这一点与图9不同。在步骤S130中,控制部12判断在图12的第一输入栏SC11中是否输入了网站URL而不是输入了字词,这一点也与图9不同。具体而言,在图12的网站URL输入画面SC30中输入网站URL和广告审查指南的类别,当控制部12判断为点击了检查按钮SC13时,控制部12移到步骤S132的处理。

[0107] 然后,在步骤S132中,字词提取部123从该网站URL的网络广告中提取字词,在步骤S140中,获取部121获取该网络广告中包含的1个或2个以上的广告表现,这一点与图9不同。字词提取部123例如利用基于AI(人工智能)等机器学习的已学习模型、自然语言处理来提取网络广告所包含的字词。另外,网络广告中所包含的字词的提取方法并不限于此,也可以使用任意的办法。在图16的步骤S150中,将所获取的1个或2个以上的广告表现分别翻译成各国的语言,实施图16的步骤S160。在图16的步骤S160中也进行图10的广告表现判断处理。在第二实施方式的广告表现判断处理中,对所有的广告表现分别进行广告判断处理,其

判断结果存储于判断结果DB165中。

[0108] 在图16的步骤S170中,输出部130根据判断结果DB165的判断结果,生成显示数据并输出,由此使终端装置20显示图13所示的判断结果显示画面SC40。在第二实施方式的显示数据中,包括对在广告表现中的在至少一个国家被判断为不可使用的广告表现附加了强调显示的网络广告的显示。对广告表现附加了强调显示的网络广告的显示被显示于图13的网站显示栏SC42中。

[0109] 在第二实施方式的显示数据中,还包含当在附加了强调显示SC422的广告显示上重叠光标时,显示可否在各国使用该广告显示的数据。在图13中,由于在附加了强调显示SC422的“ハリ(紧致)”上重叠了光标,所以对于“ハリ(紧致)”这样的广告表现显示各国可否使用列表SC214。根据图13能够一目了然地知道:“ハリ(紧致)”基于审查指南A在日本和美国为使用NG,而在英国和韩国为使用OK。进而,还可知道基于审查指南A在中国为服务范围外。

[0110] 在第二实施方式的显示数据中,也包括显示网络广告所包含的多个广告表现中的在各国成为使用NG的广告表现的数量(例如图13的NG数量)的数据。根据图13可知,在该网络广告的网站中,在审查指南A中包含20个在日本使用NG的广告表现和15个在美国使用NG的广告表现。若将被判断为使用NG的广告表现修改并重新判断为使用OK,则图13的NG数量也减少。由此,能够容易地知道之后要修改何种程度的广告表现才能通过审查指南A的广告审查。

[0111] 在第二实施方式的显示数据中,还包含显示弹出显示SC424的数据,其在使光标对准被附加了强调显示的广告表现时,至少显示该广告表现成为使用NG(不可使用)的国家。在弹出显示SC424中也可以包含该广告表现的NG理由(参照图14)、代替表现(参照图15)。由此,能够容易地修改被判断为使用NG的广告表现。

[0112] 根据这样的第二实施方式,通过提取网络广告中所包含的全部字词,从而能够获取并判断网络广告中所包含的多个广告表现。而且,能够对于该网络广告上的每个字词显示判断结果。这样,根据第二实施方式,在终端装置20中以列表的方式显示网络广告所包含的广告表现在每个国家可否使用,因此在网络广告上能够一目了然地知道该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。而且,由于能够一次性地判断网络广告的网站所包含的所有广告表现,因此能够大幅节省广告表现判断的工夫和时间。

[0113] <第三实施方式>

[0114] 对本发明的第三实施方式进行说明。在第二实施方式中,例示了包含广告表现的网络广告为图像的情况,但在第三实施方式中,例示包含广告表现的网络广告为视频的情况。近年来,网络广告的视频发布大幅增加。在该网络广告的视频网站中,根据国家不同,有时也包含使用NG的广告表现。因此,在第三实施方式中,例示通过在输入画面SC11中输入网络广告的视频URL来提取该网络广告的视频中包含的字词并作为广告表现而获取的情况。

[0115] 图17是表示第三实施方式的广告表现判断装置和终端装置的结构例的框图,与图11对应。在图17中,与图11的不同之处在于,在获取部121中设置了文本转换部122。在网络广告为视频网站的情况下,将声音转换为文本后提取字词。文本转换部122例如利用基于AI(人工智能)等机器学习的已学习模型将网络广告的视频所包含的声音转换为文本。另外,文本转换方法不限于此,例如也可以利用对声音进行文本转换的引擎或网站。另外,也可以获取在视频网站对声音进行文本转换后的数据。在获取了声音被文本转换后的数据的情况

下,也可以不设置文本转换部122。

[0116] 图18是表示第三实施方式的网络广告的视频网站URL输入画面SC50的具体例的图,与图12对应。在图18中,在向第一输入栏SC11输入视频网站URL这一点上与图12不同。

[0117] 图19至图21是表示第三实施方式的广告表现的判断结果显示画面SC60的具体例的图,与图13至图15对应。在图19至图21中,在代替网站显示栏SC42而显示文本提取文显示栏SC62这一点上与图13至图15不同。在文本提取文显示栏SC62中,对视频中所包含的语音的文本数据或被嵌入到视频中的文字等进行文本显示。如图19所示,在第三实施方式的判断结果显示画面SC60中,在文本提取文显示栏SC62中对所输入的视频网站URL的网络广告进行文本显示,对其所包含的广告表现中的存在使用NG的国家的广告表现附加强调显示SC422。

[0118] 作为第三实施方式的强调显示SC422,例如如图19所示,对于存在使用NG的国家的广告表现,可以用框包围,也可以改变颜色。另外,如图19所示,也可以对强调显示SC422附加编号显示SC423。在图19中,对文本显示的“ハリ(紧致)”附加强调显示SC422。这样,即使在视频中作为该广告表现的“ハリ(紧致)”以声音表现,由于该广告表现以文本显示,所以也能够一目了然地知道存在该广告表现为使用NG的国家。

[0119] 在图19的各国可否使用列表SC214中,显示如鼠标悬停那样地重叠光标的广告显示在各国可否使用。在图19中,由于在附加了强调显示SC422的“ハリ(紧致)”上重叠了光标,所以对于“ハリ(紧致)”这样的广告表现显示各国可否使用列表SC214。

[0120] 在图19的各国可否使用列表SC214的旁边显示NG数量显示栏SC415。NG数量显示栏SC415显示各国的NG数量。这里的NG数量是网络广告所包含的多个广告表现中的在各国使用NG的广告表现的数量。根据图19可知,在该网络广告的网站中,在审查指南A中包含15个在日本使用NG的广告表现和10个在美国使用NG的广告表现。该NG数量也包括如图19的“ハリ(紧致)”那样在两个国家以上成为使用NG的情况。

[0121] 如图20所示,也可以在将光标重叠于广告显示时,弹出显示SC424出现。在弹出显示SC424中,显示使用NG的国家和用该国家的语言表现的广告表现。另外,如图20所示,在弹出显示SC424也可以显示NG理由。另外,如图20所示,也可以在文本提取文显示栏SC62的侧部显示滚动条SC425,使文本提取文的显示能够滚动。并且,如图21所示,也可以在弹出显示SC424也显示代替表现。

[0122] 在图19至图21的广告表现的判断结果显示画面SC60中,与图13至图15同样地显示广告审查指南显示栏CS213。在该广告审查指南显示栏CS213中,也可以显示与图8的第二输入栏SC12同样的下拉菜单。在该判断结果显示画面SC40中,也可以显示与图18同样的输入视频网站URL的第一输入栏SC11、开始广告表现的判断的检查按钮SC13、重置输入的重置按钮SC14等。另外,显示画面不限于图18至图21所示的画面。

[0123] 接着,参照图22说明第三实施方式的广告表现判断装置10所进行的广告判断处理。图22是表示第三实施方式的广告判断处理的具体例的流程图,与图16对应。第三实施方式的广告判断处理通过控制部12(获取部121、文本转换部122、字词提取部123、翻译部124、判断数据选择部125、表现判断部126、输出部130等)而从程序存储部15中读取所需的程序并被执行。

[0124] 在图22中,在步骤S120中控制部12使图18的视频网站URL输入画面SC50显示这一

点与图16不同。在步骤S130中,控制部12判断是否在图16的第一输入栏SC11中输入了视频网站URL,这一点也与图16不同。具体而言,在图18的视频网站URL输入画面SC50中输入视频网站URL和广告审查指南的类别,当控制部12判断为点击了检查按钮SC13时,控制部12移到步骤S131的处理。

[0125] 然后,在步骤S131中,文本转换部122从该视频网站URL的网络广告对声音进行文本转换,在步骤S132中,字词提取部123从该文本化后的网络广告提取字词,在步骤S140中,获取部121获取文本化后的网络广告所包含的一个或两个以上的广告表现。这一点与图16不同。字词提取部123例如利用基于AI(人工智能)等机器学习的已学习模型、自然语言处理,提取文本化后的网络广告所包含的字词。另外,网络广告中所包含的字词的提取方法并不限于此,也可以使用任意的的方法。在图22的步骤S150中,将所获取的一个或两个以上的广告表现分别翻译成各国的语言,实施图22的步骤S160。在图22的步骤S160中也进行图10的广告表现判断处理。在第三实施方式的广告表现判断处理中,对所有的广告表现分别进行广告判断处理,其判断结果存储于判断结果DB165中。在图22的步骤S170中,输出部130根据判断结果DB165的判断结果来生成显示数据并输出,由此使终端装置20显示图19所示的判断结果显示画面SC60。

[0126] 在第三实施方式的显示数据中,还包含当在附加了强调显示SC422的广告显示上重叠光标时,显示可否在各国使用该广告显示的数据。此外,在第三实施方式的显示数据中,还包括显示网络广告所包含的多个广告表现中的在各国使用NG的广告表现的数量(例如如图19的NG数量)的数据。在第三实施方式的显示数据中,还包含显示弹出显示SC424的数据,其在使光标对准被附加了强调显示的广告表现时,至少显示该广告表现使用NG(不可使用)的国家。此外,它们的详细内容与第二实施方式相同,因此在此省略详细的说明。

[0127] 根据这种第三实施方式,即使网络广告为视频,也从该视频所包含的语音文本数据中获取广告表现,因此能够与第二实施方式那样的网络广告不是视频的情况(文本或图像等的情况)同样地对广告表现进行判断。由此,即使网络广告是视频,也能够以列表的方式显示广告表现在各国可否使用,因此能够一目了然地判别该广告表现能够在哪个国家使用、无法在哪个国家使用。而且,由于能够一次性地判断网络广告的视频网站所包含的所有广告表现,因此能够大幅节省广告表现判断的工夫和时间。

[0128] <变形例>

[0129] 本发明并不限于上述的各实施方式,例如能够进行以下说明的各种应用、变形。另外,这些变形的方式以及上述的各实施方式也能够适当组合任意选择的一个或者多个。另外,只要是本领域技术人员,就能够在技术方案所记载的范围内想到各种变形例或修改例,这是显而易见的,这些变形例或修改例当然也属于本发明的技术范围。

[0130] (1)参照图23对判断结果显示画面的第一变形例进行说明。图23是表示第一变形例的广告表现的判断结果显示画面SC70的具体例的图,与图8对应。判断结果显示画面SC70包含世界地图显示栏SC72,追加了表示在该世界地图上广告表现为使用NG(不可使用)的国家的位置的标记显示SC73。由此,不仅能够如图23那样在地图上显示被主要显示的国家(日本、美国、英国、中国、韩国),还能够在地图上显示除此以外的使用NG的国家或地区。

[0131] 在该情况下,例如如图23所示,通过在各可否使用列表SC214中追加了其他NGSC71的显示,在NGSC71的显示上重叠光标时,可以通过标记显示SC73示出在主要显示的国家以

外成为使用NG的国家或地区的位置。此外,可以添加弹出显示SC74,其显示被附加了标记显示SC73的使用NG国家、NG理由等。例如,根据图23可知,作为广告表现的“婴儿奶瓶”,基于审查指南A,在日本、美国、英国、韩国均为使用OK,而在印度和巴西为使用NG。而且可知其NG理由(与婴儿的肥胖相关)。如果这样知道NG理由,则容易修改广告表现。这在其他实施方式、变形例中也相同。也可以在弹出显示SC74中追加该国的代替表现。

[0132] 在这样的第一变形例的输出部130生成的显示数据中,包含世界地图显示和至少表示在世界地图上其广告表现为使用NG(不可使用)的国家的位置的标记显示。由此,能够使终端装置20显示判断结果显示画面SC70,因此能够通过世界地图上的位置来理解该广告表现在哪个国家成为使用NG。特别是在多个国家使用NG的情况下,也能够一目了然地知道在哪个国家或地区是NG。另外,显示数据中也可以包含弹出显示,该弹出显示与世界地图上的标记显示相关联,至少显示其广告表现为使用NG(不可使用)的国家。由此,能够一目了然地知道通过世界地图上的标记显示来示出的使用NG的国家。

[0133] (2) 参照图24对判断结果显示画面的第一变形例进行说明。图24是表示第二变形例的广告表现的判断结果显示画面SC80的具体例的图,与图23对应。判断结果显示画面SC80是在文化(culture)上成为使用NG的例子。在广告审查指南中,不仅包含该国的法令种类,还包含在文化上成为使用NG的广告表现。在这样的情况下,通过利用世界地图,能够一目了然地知道哪个地区为使用NG。例如,根据图24,作为广告表现的“猪”,基于审查指南A,在日本、美国、英国、韩国均为使用OK,而通过在其他NG上重叠光标,能够一目了然地知道在埃及、科威特、马来西亚、巴基斯坦、沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国等中为使用NG。而且,还知道其NG理由(在文化上广告中无法使用)。

[0134] (3) 在上述各实施方式和各变形例的判断结果显示画面中,主要显示的国家(日本、美国、英国、中国、韩国)不限于此。在第一实施方式的字词输入画面SC10中,例示了在第一输入栏SC11中输入成为广告表现的字词的情况,但不限于此,也可以在第一输入栏SC11中输入成为广告表现的短语。在第二实施方式和第三实施方式中,例示了字词提取部123提取网络广告的字词的情况,但不仅是字词,也可以提取短语。

[0135] 附图标记的说明

[0136] 100…广告表现判断系统,10…广告表现判断装置,11…通信部,12…控制部,14…存储部,15…程序存储部,16…数据存储部,20…终端装置,21…通信部,22…控制部,23…存储部,24…输入部,25…显示部,121…获取部,122…文本转换部,123…字词提取部,124…翻译部,125…判断数据选择部,126…表现判断部,130…输出部,231…程序存储部,161…用户DB,162…国别广告判断DB,163…说明文DB,164…代替表现DB,165…判断结果DB,N…网络,SC10…字词输入画面,SC11…第一输入栏,SC12…第二输入栏,SC13…检查按钮,SC14…重置按钮,SC20…判断结果显示画面,SC211…检查结果栏,SC212…广告表现显示栏,CS213…广告审查指南显示栏,SC214…各国可否使用列表,SC24…语言种类栏,SC25…本国语言标记栏,SC26…理由栏,SC27…代替表现栏,SC28…侧边栏,SC40…判断结果显示画面,SC41…检查结果栏,SC415…数量显示栏,SC42…网站显示栏,SC422…强调显示,SC423…编号显示,SC424…弹出显示,SC425…滚动条,SC60…判断结果显示画面,SC62…文本提取文显示栏,SC70…判断结果显示画面,SC72…世界地图显示栏,SC73…标记显示,SC74…弹出显示,SC80…判断结果显示画面。

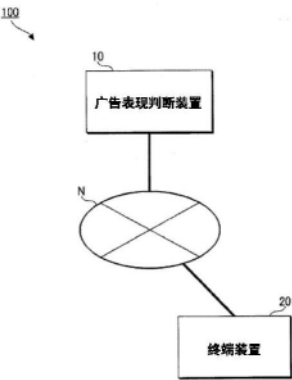


图1

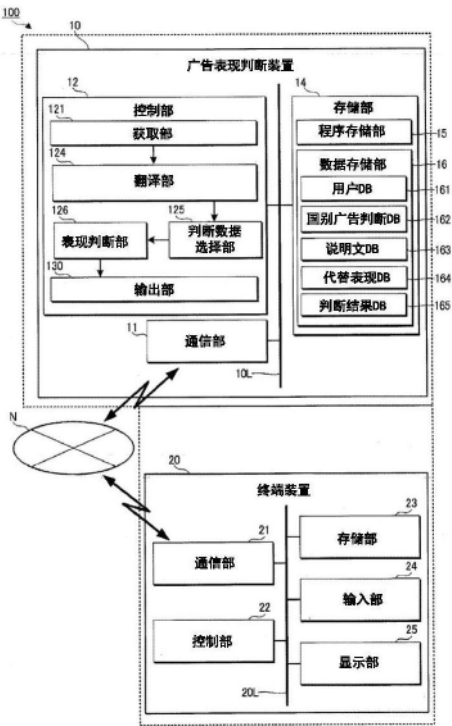


图2

162						
国别广告判断DB						
审查指南A						
序号	国家	日本 (JP)	美国 (US)	英国 (UK)	中国 (CN)	韩国 (KR)
	语言	日文	英文	英文	中文 (简体·繁体)	韩文
1	广告表现	NFT	NFT	NFT	NFT·NFT	NFT
	OK/NG	OK	OK	OK	服务区域外	NG
	NG理由				CN1a	KR1a
	代替表现					
2	广告表现	はり	Skin tension	Skin tension	皮肤紧张度·皮膚緊張度	탄력
	OK/NG	NG	NG	OK	服务区域外	OK
	NG理由	JP1a	US1a		CN1a	
	代替表现	JP1b				
审查指南B						
序号	国家	日本 (JP)	美国 (US)	英国 (UK)	中国 (CN)	韩国 (KR)
	语言	日文	英文	英文	中文 (简体·繁体)	韩文
1	广告表现	P2P	P2P	P2P	点対点·點對點	NFT
	OK/NG	NG	OK	OK	NG	OK
	NG理由	JP2a			CN2a	
	代替表现					
2	广告表现	避妊具	contraceptive	contraceptive	避孕药·避孕藥	司章丕
	OK/NG	NG	OK	OK	NG	OK
	NG理由	JP2a			CN2a	
	代替表现					

图3

163		
说明文DB		
日本 (JP)		
引用序号	NG依据	说明文
JP1a	审查指南A	在日本基于广告审查指南A不可使用
JP2a	审查指南B	在日本基于广告审查指南B不可使用
JP3a	药事法·景表法	基于日本的药事法·景表法不可使用
JP4a	劳动基准法	基于日本的劳动基准法不可使用
美国 (US)		
引用序号	NG依据	说明文
US1a	审查指南A	在美国基于广告审查指南A不可使用
US2a	审查指南B	在美国基于广告审查指南B不可使用
英国 (UK)		
引用序号	NG依据	说明文
UK1a	审查指南A	在英国基于广告审查指南A不可使用
UK2a	审查指南B	在英国基于广告审查指南B不可使用
中国 (CN)		
引用序号	NG依据	说明文
CN1a	审查指南A	中国为广告审查指南A的服务区域外
CN2a	审查指南B	在中国基于广告审查指南B不可使用
韩国 (KR)		
引用序号	NG依据	说明文
KR1a	审查指南A	在韩国基于广告审查指南A不可使用
KR2a	审查指南B	在韩国基于广告审查指南B不可使用

图4

164			
代替表现DB			
日本 (JP)			
引用序号	广告表现	代替表现	注意事项
JP1b	紧致	青春	避免联想到皮肤
JP2b	不输给年龄	感受不到年龄	避免成为夸张表现

图5

165

判断结果DB						
序号	国家	日本 (JP)	美国 (US)	英国 (UK)	中国 (CN)	韩国 (KR)
	语言	日文	英文	英文	中文 (简体・繁体)	韩文
1	广告表现	避妊具	contraceptive	contraceptive	避孕药・避孕套	避孕药
	审查指南	B	B	B	B	B
	OK/NG	NG	OK	OK	NG	OK
	NG理由	JP2a			CN2a	
	代替表现					

图6

SC10

字词输入

请输入字词 SC11

请输入广告审查指南。 SC12

审查指南B

SC14 SC13

检查 重置

图7

SC20

SC211 广告表现判断结果

SC28 字词输入 SC11

检查结果 SC212

SC13 SC14

广告审查指南 SC12

日本NG 美国OK 英国OK 中国NG 韩国OK

日文 英文 英文 中文 韩文

避妊具 contraceptive contraceptive 避孕药・避孕套 避孕药

在日本基于广告审查指南B不可使用 在中国基于广告审查指南B不可使用

SC24 SC25 SC26 SC27

图8

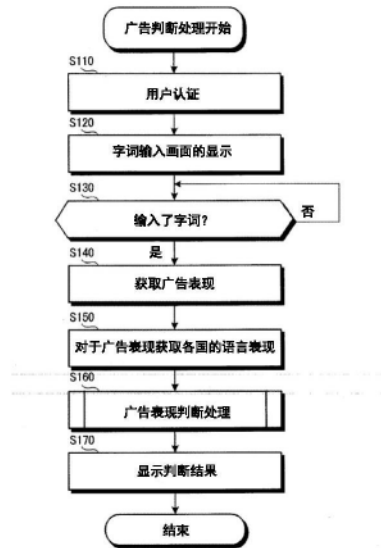


图9

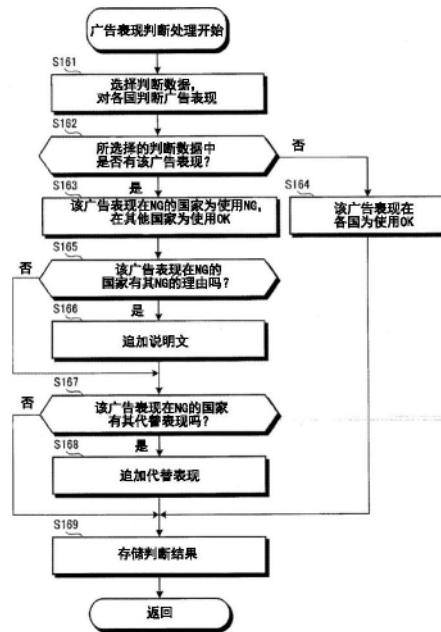


图10

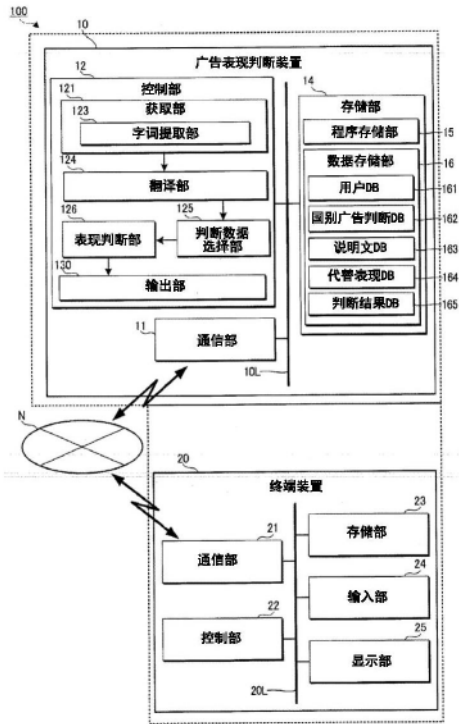


图11

SC30

网络广告的网站URL输入

请输入网络广告的网站URL。 SC11

请输入广告审查指南。 SC12

审查指南A

SC14 SC13

检查 重置

图12

SC40

SC41 广告表现判断结果

检查结果 SC213 SC12

SC214 SC415 广告审查指南 审查指南A SC42 SC425

NG数量

日本NG	20
美国NG	15
英国OK	0
中国OK	0

输入网站URL SC11

检查 重置 SC13 SC14

SC423 SC422

売上 日本ー

ハルと潤いを取り戻す!

〇〇発酵食品

图13

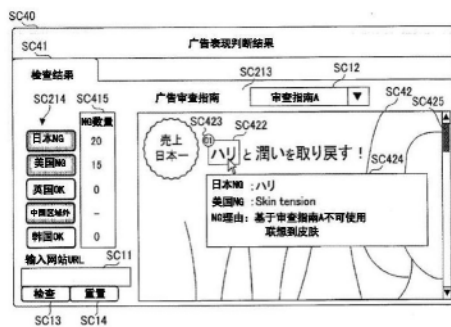


图14

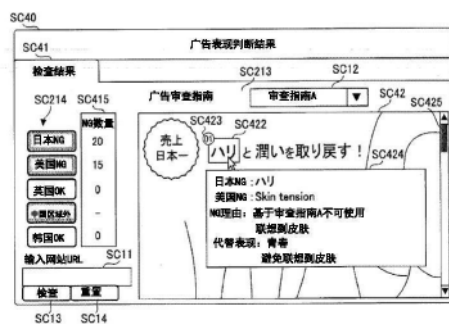


图15

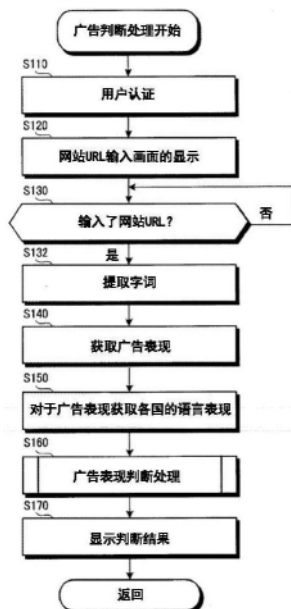


图16

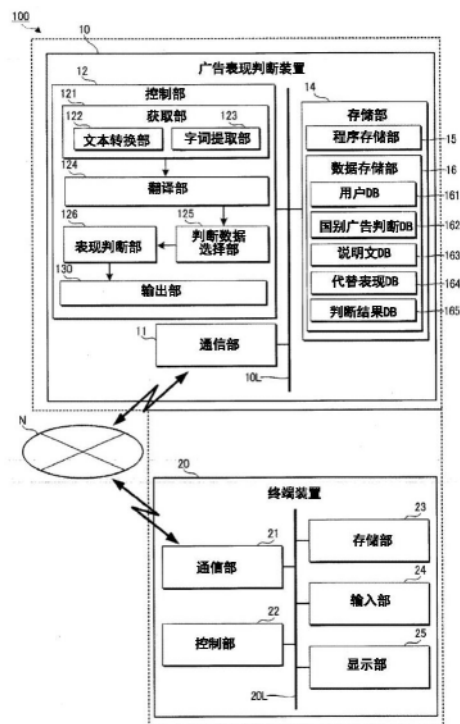


图17

SC50

网络广告的视频网站URL输入

请输入网络广告的视频网站URL。 SC11

请输入广告审查指南。 SC12

审查指南A ▼

SC14 SC13

检查 重置

图18

The screenshot shows a Japanese e-commerce website. At the top, there's a navigation bar with 'SC60' and 'SC61'. Below it, a header section contains 'SC213' and 'SC12'. The main content area is divided into two columns. The left column, labeled 'SC214' and 'SC415', contains a table with product categories and their counts:

NG数量	NG数量
日本NG	15
米国NG	0
英国OK	0
中国OK	-
韓国OK	0

The right column, labeled 'SC62' and 'SC425', contains a section titled '文庫探検文' (Library Exploration Text). It includes a search bar with '市立図書館A' (Municipal Library A) and a dropdown menu. Below the search bar, there's a list of products with their prices and descriptions. The first product is 'SC62' with a price of '¥1,100'. The description for 'SC62' is: 'こんにちは。〇〇です。今日はですね。皆さんに食べてもらいたい〇〇食材のお話です。お肌を内側からケアする商品です。もちろんスキンケアは大事です。でも、お肌のケアは、食べるもので決まります。〇〇と〇〇を取り混ぜる。そんな〇〇食材を使った商品です。ぜひ皆さんも食べてみて下さいね。この商品、実はいただいてもお洒落です。後ほど購入サイトを紹介しますね。' (Hello. I am O.O. Today, I would like to tell you about the O.O. ingredients that I want you to eat. It's a product that cares for your skin from the inside. Of course, skincare is important. But, skin care is determined by what you eat. O.O. and O.O. are mixed together. It's a product that uses such O.O. ingredients. Please try it yourself. This product is actually stylish even if you eat it. I will introduce the purchase site later.)

图19



图20

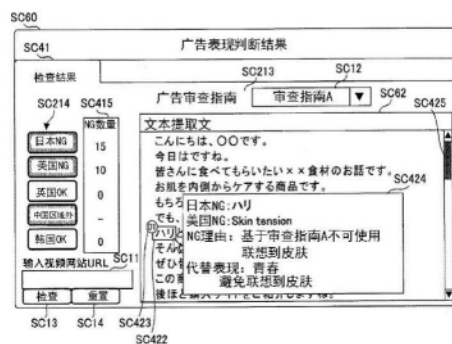


图21

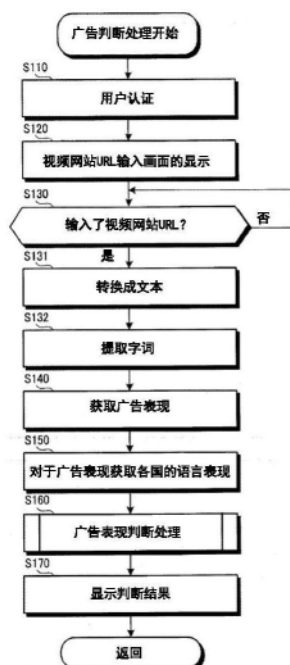


图22

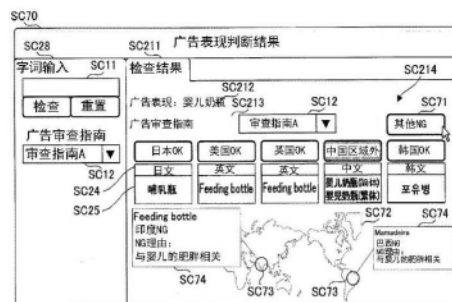


图23

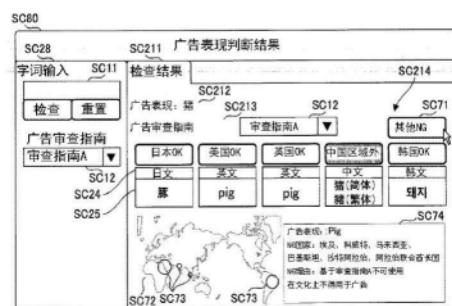


图24