

(19) 日本国特許庁 (JP)

(12) 特 許 公 報 (B2)

(11) 特許番号

特許第4898570号
(P4898570)

(45) 発行日 平成24年3月14日 (2012. 3. 14)

(24) 登録日 平成24年1月6日 (2012. 1. 6)

(51) Int. Cl.

F I

G 0 9 F 19/00 (2006. 01)

G 0 9 F 19/00 Z

G 0 6 Q 30/02 (2012. 01)

G 0 6 F 17/60 3 2 6

G 0 6 Q 10/00 (2012. 01)

G 0 6 F 17/60 1 5 0

請求項の数 4 (全 17 頁)

(21) 出願番号 特願2007-160522 (P2007-160522)
 (22) 出願日 平成19年6月18日 (2007. 6. 18)
 (62) 分割の表示 特願平9-254615の分割
 原出願日 平成9年9月19日 (1997. 9. 19)
 (65) 公開番号 特開2007-287170 (P2007-287170A)
 (43) 公開日 平成19年11月1日 (2007. 11. 1)
 審査請求日 平成19年6月22日 (2007. 6. 22)

(73) 特許権者 000005049
 シャープ株式会社
 大阪府大阪市阿倍野区長池町2番2号
 (74) 代理人 100091096
 弁理士 平木 祐輔
 (72) 発明者 湯浅 夏樹
 大阪府大阪市阿倍野区長池町2番2号
 シャープ株式会社内
 (72) 発明者 伊原 正典
 大阪府大阪市阿倍野区長池町2番2号
 シャープ株式会社内

審査官 宮本 昭彦

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 広告装置及び広告方法並びに情報処理プログラムを記録した記録媒体

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項 1】

主サービス情報、オンライン広告情報、主サービス情報の詳細情報およびオンライン広告情報の詳細情報を記憶する記憶手段と、

インターネットを介して利用者側の端末と通信し、前記利用者側の端末の入力手段でのクリックおよび文字入力を検出する入力検出手段と、

インターネットを介して前記利用者側の端末と通信し、前記利用者側の端末の表示手段に表示させる表示内容出力する表示内容出力手段と、

前記表示内容出力手段が出力する表示内容を、少なくとも、前記主サービス情報および前記オンライン広告情報の同時表示と、文字入力画面表示と、前記主サービス情報の詳細情報および前記オンライン広告情報の詳細情報の同時表示とで切り替える表示内容切替手段と、

前記入力検出手段が検出した、前記主サービス情報および前記オンライン広告情報の同時表示における前記オンライン広告情報に対するクリックに応じて、前記表示内容切替手段が、前記表示内容出力手段が出力する表示内容を、前記主サービス情報および前記オンライン広告情報の同時表示から前記文字入力画面に切り替えるように制御を行うとともに、前記入力検出手段が検出した、前記利用者側の端末の表示手段に前記文字入力画面が表示されている状態での前記入力手段による文字入力が、所定の条件を満たしているかどうかを判断し、前記所定の条件を満たしている場合、前記表示内容切替手段が、前記表示内容出力手段が出力する表示内容を前記主サービス情報の詳細情報および前記オンライン広

10

20

告情報の詳細情報の同時表示に切り替えるように制御を行う制御手段と、
を備えることを特徴とする広告提供装置。

【請求項 2】

前記所定の条件は、予め設定した文字列が入力されることであることを特徴とする請求項 1 記載の広告提供装置。

【請求項 3】

前記所定の条件は、前記入力画面において入力が必要であるすべての入力項目に文字入力が行われていることであることを特徴とする請求項 1 又は 2 に記載の広告提供装置。

【請求項 4】

前記所定の条件は、前記主サービス情報および前記オンライン広告情報の同時表示の前記オンライン広告情報において広告されている対象の商品名が入力されることであることを特徴とする請求項 1 乃至 3 のいずれか 1 項に記載の広告提供装置。

10

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、インターネットホームページ等のオンライン情報処理システムにおいて、宣伝・広告を行うオンライン広告システムや、スタンドアロンのゲームマシン等に応用され、宣伝・広告を行う広告装置及び広告方法並びに情報処理プログラムを記録した記録媒体に関するものである。

【背景技術】

20

【0002】

従来の宣伝・広告は、放送や新聞などによるユーザー側の状態を意識しない宣伝・広告が一般的であったが、近年インターネット等の発達にともない、オンライン広告も出始めてきている。

【0003】

オンライン広告でよく使われているものとして、以下の二つがあげられる。

1. ホームページ上のバナー広告表示 (Yahoo (登録商標) のホームページ等)

2. 広告表示専用プログラムによる広告表示 (ハイパーネット (登録商標) の Hot Cafe (登録商標) 等)

1 は、最もよく使われているタイプのオンライン広告で、インターネットホームページ等の画面の一部に垂れ幕状や横幕状の長方形の広告 (一般にバナー広告と呼ばれている) を表示するものである。この広告をクリックすることで、広告主のホームページにジャンプできるようになっていたり、広告されている商品を購入できるようになっている場合がある。

30

【0004】

2 は、一部のインターネットプロバイダがプロバイダ料金を低減させるために行なわれているもので、専用のソフトウェアを使い、そのソフトウェアが一定期間毎に広告情報をダウンロードし、画面に常に広告を表示し続けるというものである。こちらでも広告をクリックすることで、広告主のホームページにジャンプできたり、商品を購入できるようになっている。これによれば、ユーザは、広告を強制的にダウンロードさせられ見せられる代わり、プロバイダへの料金負担を軽減できる。

40

【0005】

また、特開平 9 - 83678 号公報には、商品の広告をアクセスした人の中でどれだけの人が実際に商品を注文したかを調査できるオンライン広告システムおよび方法が開示されている。

【0006】

さらに、1997 年 8 月 4 日の日経産業新聞には、「まずゲームを提供し、終了後に動画 CM を流す」という、インターネット上の新しい広告が紹介されている。これは、「ガチャロボ (登録商標)」と呼ばれる子供向け玩具販売機の「ガチャボン (登録商標)」をイメージした画像をクリックすると、ゲームを楽しめるウィンドウが開き、そのゲーム終

50

了後に協賛企業のＣＭが動画で流れ、プレゼントの抽選に応募できる仕組みである。このようなインターネット広告は、クリックしてもらえる頻度の低さが課題となっており、遊びの要素を盛り込むことで興味を引いてもらい、広告効果を高めるとしている。

【発明の開示】

【発明が解決しようとする課題】

【０００７】

しかしながら、従来のオンライン広告では、放送型の広告と同様に、被広告者に対し、当人の嗜好に関係なく、広告供給者からの一方的な情報提供にとどまり、その広告内容に無関心な人に対しての広告効果はほとんどなかった。

【０００８】

10

一方、オンライン広告に関心のある人が利用する場合は、被広告者が本人の意思に応じてより詳しい情報を、利用者のクリック等により比較的容易に閲覧できることが可能である。ところが、その広告にどの程度の関心があるかを広告主が確認するすべは、従来のオンライン広告では考慮されていなかった。また、広告主が被広告者が広告を見たことを確認する手法も考慮されていないという課題があった。

【０００９】

また、従来のオンライン広告では「クリックレイト」（バナー広告がクリックされた回数）によってその広告に対する料金等を決める動きもあるが、クリックレイトは、誰かが故意に繰り返しクリックすれば、その広告に興味がなくてもカウントが上がってしまうので、クリックレイトでは広告効果の指標としてそれほど信頼のおけるものにはなり得ない。

20

【００１０】

さらに、従来のオンライン広告では、広告をクリックしても被広告者の要求している情報が得られるわけでないので、多少の関心があってもクリックしないでやりすごしてしまうことが多いと考えられる。

【００１１】

また、上記の特開平９－８３６７８号公報に記載されたオンライン広告システムおよび方法では、商品の広告をアクセスした人の中でどれだけの人実際に商品を注文したかは調査できるが、広告自体についてどれだけ興味を持ってもらえたかについては判断がつかない。

30

【００１２】

そして、上記のゲーム終了後に動画ＣＭを流す方式については、確かにクリックしてもらえる頻度は向上するかもしれないが、ゲーム後に動画ＣＭをきちんと見てもらえるかどうかについては判断がつかない。

【００１３】

本発明は、上記のような課題を解決するためになされたものであって、利用者による広告の関心度を調べ、広告主が広告者の閲覧状況を把握できるように構成することにより、広告主の広告意図の伝達状況や被広告者の広告への関心を把握することが可能となると共に、被広告者が本来目的とする主サービス情報に広告情報を付随させ、それらの詳細情報を同時に表示させるようにすることで着実な広告を行うことを可能とする広告装置及び広告方法並びに情報処理プログラムを記録した記録媒体を提供することを目的とする。

40

【課題を解決するための手段】

【００１４】

本発明の一観点によれば、インターネットを介して、利用者側の表示装置に表示させる主サービス情報とオンライン広告情報とを提供する広告提供装置であって、前記利用者側の表示装置での文字入力を検出する入力検出手段と、主サービス情報及びオンライン広告情報を記憶する記憶手段とを有し、前記入力検出手段により前記利用者側の表示装置での文字入力が、所定の条件を満たしているかどうかを検出することを特徴とする広告提供装置が提供される。前記入力検出手段の検出結果は、入力文字が予め設定した文字列であるかどうかであることが好ましい。また、前記入力検出手段が、さらに、入力が必要である

50

全ての入力項目に文字入力が行なわれたかどうかを検出することが好ましい。

【0015】

ここで、本発明による利用者側での一表示例について、図1の概念図を用いて説明する。図1(a)に示すように、従来のもものでは、主サービス情報の情報Aと共に広告情報である情報Bが表示された状態で、利用者が情報Bをクリックすると、詳細広告情報である情報B'が表示されるものであった。これに対して、本発明は、図1(b)に示すように、主サービス情報の情報Aと共に広告情報である情報Bが表示された状態で、利用者が情報Bをクリックすると、その利用者による入力を検出して、主サービスの詳細情報である情報A'と共に詳細広告情報である情報B'を表示するようにしたものである。

【0016】

したがって、本発明によれば、広告をクリックすることによってユーザの欲しい情報が見られるようにすることで、ユーザに広告を見てもらおう動機付けを強くすることができる。

【0017】

また、本発明によれば、単なるクリックだけではなく、1. クリック位置を判定したり(例えば、商品名の文字を順番にクリックしていく動作を判定)、2. 商品名の一部を空欄にして、ユーザにその空欄を埋めてもらうようにしたり、3. 商品に関するアンケートに回答させたりクイズに解答させたりすることで、広告主は、被広告者がどの程度広告の内容を理解したかを判定できるようになり、広告主に納得のいく広告が可能となる。

【0018】

したがって、本発明によれば、上記1~3を応用して、4. クリックの位置判定や、空欄の埋め具合や、アンケートやクイズの回答(解答)状況を、広告料金を決めるのに役立てることもできるようになる。

【0019】

さらに、本発明によれば、5. クリックの位置判定や、空欄の埋め具合や、アンケートやクイズの回答(解答)状況によって、広告内容(表示内容)を変更したり、6. クリックの位置判定や、空欄の埋め具合や、アンケートやクイズの回答(解答)状況によって、主サービスに関連した情報の内容(表示内容)を変更したり、7. 広告がクリックされた時の、主サービスへの回答(解答)状況によって、広告内容(表示内容)を変更したり、8. 広告がクリックされた時の、主サービスへの回答(解答)状況によって、主サービスに関連した情報の内容(表示内容)を変更したりするような処理を行なうこともできる。

【発明の効果】

【0020】

以上説明したように、本発明によれば、広告主が被広告者に対し行っている広告の伝達状況が把握できるとともに、被広告者の得たい情報を広告を閲覧した後に提供することで、従来の不特定多数に対する広告に比べ、意図的に広告内容を伝えることを可能とする。

【0021】

従来であれば、被広告者が広告バナーなどをクリックするか、専用のブラウザーを用いることで初めて、広告が行われていたが、本発明によれば、被広告者が得たい情報を得るために、従来からあるインターネットなどにおける対話型インターフェースを用い、広告主からの設問等に回答(解答)することにより、広告意図がどの程度伝達されているかを記録した後、はじめて被広告者の求める情報が提供される構造により、広告の効果を広告主が確認するとともに、被広告者が得たい情報を得るために、広告を閲覧したことを確認できる広告を可能とする。

【発明を実施するための最良の形態】

【0022】

以下、本発明の実施の形態について、図面を参照して説明する。以下では、本発明の実施形態を説明するために、数日後に行なわれる複数のサッカーの試合結果を予想して投票

10

20

30

40

50

させるインターネット上のオンラインサービスを例にして説明する。

【 0 0 2 3 】

〔 実施形態 1 〕

図 2 は、本発明による実施形態 1 の広告装置の基本構成を示すブロック図である。図 2 に示すように、本実施形態の広告装置は、数日後に行なわれる複数のサッカーの試合結果を予想して投票させるサービスを行なうものであり、サービス利用者の入力を検出する「入力検出手段」101と、主サービスの詳細情報と詳細広告とを同時に表示するように出力する「表示内容出力手段」102と、主サービスの情報や広告の情報などを記憶する「記憶手段」103と、これらの手段を制御する「制御手段」104とで構成される。そして、必要に応じて、ネットワークにつなげるための手段を備え、オンラインサービスを可能とするものである。

10

【 0 0 2 4 】

図 3 は、本実施形態の処理内容を説明するためのフローチャートである。図 3 の処理フローについて、利用者側で図 4 に示すような初期画面から図 5 に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。最初、画面には、図 4 のように、主サービスの情報と広告の情報との二つが表示されている。利用者により広告の部分がクリックされたら（S201）、広告装置では、入力検出手段 101 によりそれを検出し、主サービスに関する詳細情報と詳細広告とを同時に表示するように表示内容出力手段 102 に指示し、利用者側では図 5 のような表示が行われる（S202）。

【 0 0 2 5 】

20

なお、図 5 の表示例では、主サービスの詳細情報として、主サービスに関するワンポイントアドバイスを表示するようになっている。ここで、その詳細情報（ワンポイントアドバイス）や、詳細広告は、初めの画面でどの広告がクリックされたかによって変化させることができる。例えば、A 社の広告がクリックされたら、ワンポイントアドバイス A と詳細広告 A を表示し、B 社の広告がクリックされたら、ワンポイントアドバイス B と詳細広告 B を表示すると言った具合である。

【 0 0 2 6 】

その後、利用者が図 5 の画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち（S203）、「戻る」がクリックされたら元の画面（図 4）を表示して戻る（S204）。

【 0 0 2 7 】

30

また、図 4 の表示がなされている状態で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら（S205）、主サービスの処理を行なう（S206）。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る（S207）。

【 0 0 2 8 】

ここで、主サービスの処理とは、図 4 のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいはPK戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力（画面の該当部分をクリック）し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【 0 0 2 9 】

40

なお、広告のところのクリックだけでなく、主サービスのところに表示されているチーム名をクリックすると、そのチームの詳細情報と、そのチームのスポンサーの詳細広告を同時に表示するような処理も同様の仕組みで作れることは明らかであろう。

【 0 0 3 0 】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、詳細広告も見必要があるもので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

【 0 0 3 1 】

〔 実施形態 2 〕

図 6 は本発明による実施形態 2 の広告装置の基本構成を示すブロック図であり、これは

50

図 2 を用いて説明した上記実施形態 1 に表示内容切替手段 1 0 5 が追加されたものである。実施形態 2 は、請求項 3 に記載の発明の実施形態であり、図 6 の入力検出手段 1 0 1 が、商品名の文字が順番に正しくクリックされたかどうかを検出する手段になっている。

【 0 0 3 2 】

図 7 は、実施形態 2 の処理内容を説明するためのフローチャートである。図 7 の処理フローについて、利用者側で図 8 に示すような初期画面から図 5 に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。

【 0 0 3 3 】

ステップ S 3 0 1 で、利用者側の画面において、図 8 のような主サービスの情報と広告情報とを表示する。利用者により広告の部分の商品名の文字が順番にクリックされると (S 3 0 2)、広告装置では入力検出手段 1 0 1 がそれを検出する。そして、表示内容切替手段 1 0 5 は、画面表示を切替えて、主サービスに関する詳細情報と、詳細広告を同時に表示するように表示内容出力手段 1 0 2 に指示し、利用者側では図 5 のような表示が行われる (S 3 0 3)。

【 0 0 3 4 】

なお、図 5 の表示例では、主サービスの詳細情報として、主サービスに関するワンポイントアドバイスを表示するようになっている。ここで、その詳細情報 (ワンポイントアドバイス) や、詳細広告は、初めの画面でどの広告がクリックされたかによって変化させることができる。例えば、A 社の広告の商品名の文字が順番にクリックされたら、ワンポイントアドバイス A と詳細広告 A を表示し、B 社の広告の商品名の文字が順番にクリックされたら、ワンポイントアドバイス B と詳細広告 B を表示すると言った具合である。

【 0 0 3 5 】

その後、利用者が図 5 の画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち (S 3 0 4)、
「戻る」がクリックされたら元の画面を表示して戻る (S 3 0 5)。

【 0 0 3 6 】

また、図 8 の表示がなされている状態で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら (S 3 0 6)、主サービスの処理を行なう (S 3 0 7)。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る (S 3 0 8)。

【 0 0 3 7 】

ここで、主サービスの処理とは、図 8 のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいは P K 戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力 (画面の該当部分をクリック) し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【 0 0 3 8 】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、まず、最初の画面の広告に書いてある商品名を正しく認識する必要があるので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

【 0 0 3 9 】

〔実施形態 3〕

実施形態 3 は、請求項 4 に記載の発明の実施形態であり、図 6 の入力検出手段 1 0 1 が、商品名が正しく入力されたかどうかを検出する手段になっている。この手段として、さらに二つの種類とし、それぞれの実施形態を実施形態 3 - 1 及び実施形態 3 - 2 として説明する。実施形態 3 - 1 は商品名を入力させる時に画面を切替えるものであり、実施形態 3 - 2 は最初の画面のまま商品名を入力させるものである。

【 0 0 4 0 】

図 9 は、実施形態 3 - 1 の処理内容を説明するためのフローチャートである。図 9 の処理フローについて、利用者側で図 1 0 に示すような初期画面から図 1 1 の画面を介して、図 1 2 又は図 5 に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。

【 0 0 4 1 】

ステップS 4 0 1で、利用者側の画面において、図1 0のような主サービスの情報と広告情報とを表示し、その画面の余白には「商品名を覚えて広告をクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ」等と表示しておく。利用者により広告の部分がクリックされると(S 4 0 2)、広告装置の表示内容切替手段1 0 5は、画面表示を切替えて、図1 1に示すような商品名の入力を促す画面を表示するように表示内容出力手段1 0 2に指示し、利用者側ではその図1 1のような表示が行われる(S 4 0 3)。

【0 0 4 2】

図1 1では、広告とともに表示することで利用者に容易に商品名を入力できるようになっているが、ここで広告を表示させないことで、利用者が商品名を覚えないと主サービスの詳細情報や詳細広告の画面に切替えられないようにすることもできる。

10

【0 0 4 3】

もし、図1 1の画面において、ステップS 4 0 4で利用者により「戻る」ボタンが押されたら、元の画面(図1 0)を表示して戻る(S 4 0 5)。

【0 0 4 4】

もし、図1 1の画面において、ステップS 4 0 6で利用者による商品名の入力が正しく入力できなかつたら、広告装置の入力検出手段1 0 1でそれを検出し、図1 2のような間違いである旨を示す表示を利用者側に出力するようにして(S 4 0 7)、ステップS 4 0 9へ進む。

【0 0 4 5】

もし、図1 1の画面において、ステップS 4 0 6で利用者により商品名が正しく入力できていたら、広告装置の入力検出手段1 0 1でそれを検出し、ステップS 4 0 8に進み、表示内容切替手段1 0 5では、画面を切替えて、主サービスに関する詳細情報と詳細広告を同時に表示するように表示内容出力手段1 0 2に指示し、利用者側では図5のような表示が行われ、ステップS 4 0 9に進む。

20

【0 0 4 6】

その後、ステップS 4 0 9では利用者が画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち、「戻る」がクリックされたら元の画面を表示して戻る(S 4 0 5)。

【0 0 4 7】

また、図1 0の画面において、ステップS 4 0 2で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら(S 4 1 0)、主サービスの処理を行なう(S 4 1 1)。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る(S 4 1 2)。

30

【0 0 4 8】

ここで、主サービスの処理とは、図1 0のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいはPK戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力(画面の該当部分をクリック)し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【0 0 4 9】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、最初の画面の広告に書いてある商品名を正しく入力する必要があるので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

40

【0 0 5 0】

次いで、実施形態3 - 2について説明する。図1 3は、実施形態3 - 2の処理内容を説明するためのフローチャートである。図1 3の処理フローについて、利用者側で図1 4に示すような初期画面から図5に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。

【0 0 5 1】

ステップS 5 0 1で、利用者側の画面において、図1 4のような主サービスの情報と広告情報とを表示し、その画面の余白には「商品名を覚えて広告をクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ」等と表示しておく。そして、ステップS 5 0 2において、広告の商品名の部分で。。。となっている部分に正しい商品名が利用者により入力されれば

50

、広告装置の入力検出手段によりそれが検出される。すると、表示内容切替手段 105 は、画面表示を切替えて、主サービスに関する詳細情報と詳細広告とを同時に表示するように表示内容出力手段 102 に指示し、利用者側では図 5 のような表示が行われる (S503)。

【0052】

その後、ステップ S504 では利用者が画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち、「戻る」がクリックされたら元の画面を表示して戻る (S505)。

【0053】

また、図 14 の画面において、ステップ S502 で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら (S506)、主サービスの処理を行なう (S507)。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る (S508)。

10

【0054】

ここで、主サービスの処理とは、図 14 のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいは PK 戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力 (画面の該当部分をクリック) し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【0055】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、最初の画面の広告に書いてある商品名を正しく入力する必要があるので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

20

【0056】

〔実施形態 4〕

実施形態 4 は、請求項 5 に記載の発明の実施形態であり、図 6 の入力検出手段 101 が、商品に関するアンケートに回答させてそのアンケートの回答結果の内容を確認する手段になっている。

【0057】

図 15 は、実施形態 4 の処理内容を説明するためのフローチャートである。図 15 の処理フローについて、利用者側で図 16 に示すような初期画面から、図 17 を介して、図 18 又は図 5 に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。

30

【0058】

ステップ S601 で、利用者側の画面において、図 16 のような主サービスの情報と広告情報とを表示し、その画面の余白には「広告をクリックしてアンケートに回答すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ」等と表示しておく。そして、利用者により広告の部分がクリックされたら (S602)、広告装置の表示内容切替手段 105 は、画面表示を切替えて、図 17 のようなアンケートの入力を促す画面を表示するように表示内容出力手段 102 に指示し、利用者側ではその図 17 のような表示が行われる (S603)。

【0059】

もし、図 17 の画面において、利用者により「戻る」ボタンが押されたら (S604)、ステップ S605 に進み、元の画面を表示して戻る。

40

【0060】

もし、図 17 の画面において、アンケートがきちんと入力されなかったら (S606)、広告装置の入力検出手段 101 でそれを検出し、表示内容切替手段 105 が表示内容出力手段 102 に指示して、利用者側に図 18 のようなきちんとした入力をするように促す表示を出力をして、ステップ S603 へ戻る (図 18 の表示例では、利用者により「再度アンケート画面へ」が押されたら、ステップ S603 に戻るようになっている)。

【0061】

なお、アンケートの回答内容がきちんとしているかどうかの判定については、1) 空欄がないかどうかでチェック、2) 商品名を答えさせるアンケート項目を作って、正しく商品名が入力されているかどうかでチェック、等の方法で行なえば良い。

50

【 0 0 6 2 】

また、図 1 7 の表示例では、回答欄が記述式になっているが、選択式にしても良いことは言うまでもない（選択式にすると請求項 7 に記載の発明に相当）。

【 0 0 6 3 】

もし、図 1 7 の画面において、ステップ S 6 0 6 で、利用者によりアンケートがきちんと入力されたと判定されれば、広告装置の入力検出手段 1 0 1 でそれを検出し、表示内容切替手段 1 0 5 が、画面を切替えて、図 5 のように主サービスに関する詳細情報と詳細広告とを同時に表示するよう、表示内容出力手段 1 0 2 に指示する（S 6 0 8 ）。

【 0 0 6 4 】

その後、利用者が画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち（S 6 0 9 ）、
「戻る」がクリックされたら元の画面を表示して戻る（S 6 0 5 ）。

【 0 0 6 5 】

また、図 1 6 の画面において、ステップ S 6 0 2 で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら（S 6 1 0 ）、主サービスの処理を行なう（S 6 1 1 ）。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る（S 6 1 2 ）。

【 0 0 6 6 】

ここで、主サービスの処理とは、図 1 6 のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいは P K 戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力（画面の該当部分をクリック）し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【 0 0 6 7 】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、アンケートに回答する必要があるので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

【 0 0 6 8 】

なお、上記実施形態 4 では、画面を切替えてアンケートに回答させる例を示したが、実施形態 3 - 2 のように、最初の画面上でアンケートに回答させても良い。

【 0 0 6 9 】

〔 実施形態 5 〕

実施形態 5 は、請求項 6 に記載の発明の実施形態であり、図 6 の入力検出手段 1 0 1 が、商品に関するクイズに解答させてそのクイズに正解したかどうかを確認する手段になっている。

【 0 0 7 0 】

図 1 9 は、実施形態 5 の処理内容を説明するためのフローチャートである。図 1 9 の処理フローについて、利用者側で図 2 0 に示すような初期画面から、図 2 1 を介して、図 2 2 又は図 5 に示すような画面表示を行う場合を例にして説明する。

【 0 0 7 1 】

ステップ S 7 0 1 で、利用者側の画面において、図 2 0 のような主サービスの情報と広告情報とを表示し、その画面の余白には「広告をクリックしてクイズに正解すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ」等と表示しておく。そして、利用者により広告の部分がクリックされたら（S 7 0 2 ）、広告装置の表示内容切替手段 1 0 5 は、画面表示を切替えて、図 2 1 のようなクイズを行なう画面を表示するように表示内容出力手段 1 0 2 に指示し、利用者側ではその図 2 1 のような表示が行われる（S 7 0 3 ）。図 2 1 では、広告とともに表示することで、利用者が広告に書かれている内容のクイズに容易に解答できるようになっているが、ここで広告を表示させないことで、よりクイズの難易度を上げることでもできる。

【 0 0 7 2 】

もし、図 2 1 の画面において、ステップ S 7 0 4 で、利用者により「戻る」ボタンが押されたら、ステップ S 7 0 5 へ進み、元の画面を表示して戻る。

【 0 0 7 3 】

なお、図 2 1 の例では、解答欄が記述式になっているが、選択式にしても良いことは言うまでもない。

【 0 0 7 4 】

もし、図 2 1 の画面において、ステップ S 7 0 6 で、利用者がクイズに正解できなかったら、広告装置の入力検出手段 1 0 1 でそれを検出し、表示内容切替手段 1 0 5 が画面を切替えて表示内容出力手段 1 0 2 に指示して、利用者側に図 2 2 のような間違いである旨を示す表示を出力するようにして (S 7 0 7)、ステップ S 7 0 9 に進む。

【 0 0 7 5 】

もし、図 2 1 の画面において、ステップ S 7 0 6 で、利用者によるクイズの解答が正解であれば、広告装置の入力検出手段 1 0 1 でそれを検出し、表示内容切替手段 1 0 5 が画面を切替えて表示内容出力手段 1 0 2 に指示して、利用者側に図 5 のような主サービスに関する詳細情報と詳細広告とを同時に表示するよう出力する (S 7 0 8)。

【 0 0 7 6 】

なお、利用者によるクイズの解答が正解かどうかは、予め設定された入力 that 得られたかどうかを、入力検出手段 1 0 1 により検出することにより実現されるものである。

【 0 0 7 7 】

その後、利用者が画面の「戻る」ボタンをクリックするまで待ち (S 7 0 9)、「戻る」がクリックされたら元の画面を表示して戻る (S 7 0 5)。

【 0 0 7 8 】

また、図 2 0 の画面において、ステップ S 7 0 2 で、利用者により広告の部分がクリックされず、主サービスの部分がクリックされたら (S 7 1 0)、主サービスの処理を行なう (S 7 1 1)。そして、処理終了でなければ、また最初に戻る (S 7 1 2)。

【 0 0 7 9 】

ここで、主サービスの処理とは、図 1 6 のような画面表示の場合、その画面にどのチームとどのチームが対決するのかが示されているので、利用者が、どちらのチームが勝つか、あるいは P K 戦になるのかを予想して、その予想の内容を入力 (画面の該当部分をクリック) し、全予想を埋めたら、その予想内容を主サービスを提供している側に送信することである。

【 0 0 8 0 】

本実施形態によれば、利用者は、主サービスの詳細情報を見るためには、クイズに正解しなければならないので、従来のものより広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

【 0 0 8 1 】

なお、上記実施形態 5 では、画面を切替えてクイズに解答させる例を示したが、実施形態 3 - 2 のように、最初の画面上でクイズに解答させても良い。

【 0 0 8 2 】

〔 実施形態 6 〕

図 2 3 は、実施形態 6 の処理内容を説明するためのフローチャートである。実施形態 6 の基本的な動作は、上記実施形態 4 や実施形態 5 と同様であるが、図 2 3 のステップ S 8 0 3 でクイズやアンケートを行なった後、ステップ S 8 0 4 でその回答 (解答) 内容に応じて、表示内容切替手段 1 0 5 が、主サービスの詳細情報 (例：ワンポイントアドバイス) や、詳細広告情報の内容を変更して表示するように表示内容出力手段 1 0 2 に指示する点異なる。

【 0 0 8 3 】

これは、例えばクイズで満点をとった場合はより詳しいワンポイントアドバイスを表示し、ほとんど間違いだった場合は、あまり参考にならないワンポイントアドバイスを表示するというような処理をすることができる。

【 0 0 8 4 】

したがって、利用者がより詳しいワンポイントアドバイスを得るためには、クイズで満

10

20

30

40

50

点をとったり、アンケートに充実した回答を行なわなければならない、商品内容に関するクイズを行った場合などは、利用者がその商品内容をより詳しく理解する動機付け行なうことになる。即ち、本実施形態によれば、より、広告効果を累進することができ、スポンサーに納得のいく広告が可能となる。

【 0 0 8 5 】

〔実施形態 7〕

次いで、実施形態 7 として、本発明による広告装置を実現するか、本発明による広告方法を実行するために用いるコンピュータ読み取り可能なプログラムやデータを提供する方法について、その実施形態を以下に説明する。

【 0 0 8 6 】

この手段は、上記したような実施形態の広告装置を実現するか又は広告方法を実行するために用いるプログラムやデータを保持した記録媒体として提供される。記録媒体としては、具体的には R O M (リード・オンリー・メモリー)、フラッシュメモリー、フロッピーディスク、ハードディスク、光磁気ディスク、C D - R O M、D V D 等が想定できる。そして、プログラムやデータを記録した記録媒体を上記した形で流通させることにより、本発明の広告装置又は広告方法の実施化を容易にする。

【 0 0 8 7 】

コンピュータ等の情報処理装置にこうした記録媒体をインストールすることによって、本発明の広告装置、又は本発明の広告方法を実現できる装置を構成することができ、その装置により、記録媒体から読み出されたかかるプログラムやデータにしたがって、広告を行うことができる。

【 0 0 8 8 】

なお、上記のいずれの実施形態でも、数日後に行なわれる複数のサッカーの試合結果を予想して投票させるインターネット上のオンラインサービスを例に説明したが、本発明はこれに限定されるものではなく、例えば、ネットワーク上ではなく、スタンドアロン型のゲームマシン等にも適用できることは明らかである。

【 0 0 8 9 】

なお、詳細に説明しなかったが、上記のような様々な表示内容は記憶手段 1 0 3 に記憶されているものであり、上記のような入力検出手段 1 0 1、表示内容出力手段 1 0 2、記憶手段 1 0 3 のそれぞれの処理は制御手段 1 0 4 により制御されるものである。

【 0 0 9 0 】

なお、上記では説明しなかったが、上記のような様々な利用者の入力に基づく入力検出手段 1 0 1 の検出結果を、例えば記憶手段 1 0 3 に記憶するなどして、観察評価することにより、利用者による広告の関心度を調べることができ、広告主が広告者の閲覧状況を把握できるように構成できるので、広告主の広告意図の伝達状況や被広告者の広告への関心を把握することが可能となるものである。

【産業上の利用可能性】

【 0 0 9 1 】

本発明は、広告装置に利用可能である。

【図面の簡単な説明】

【 0 0 9 2 】

【図 1】本発明による利用者側での一表示例を示す概念図であり、(a) は従来のものを示し、(b) は本発明によるものを示す図である。

【図 2】本発明の実施形態 1 の基本構成を示すブロック図である。

【図 3】実施形態 1 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 4】実施形態 1 の初期画面を示す図である。

【図 5】実施形態の主サービスの詳細情報と詳細広告とが同時表示された画面を示す図である。

【図 6】実施形態 2 の基本構成を示すブロック図である。

【図 7】実施形態 2 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 8】実施形態 2 の初期画面を示す図である。

【図 9】実施形態 3 - 1 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 10】実施形態 3 - 1 の初期画面を示す図である。

【図 11】実施形態 3 - 1 において利用者に商品名を入力させる画面を示す図である。

【図 12】実施形態 3 - 1 において利用者により入力された商品名が間違っていた時の画面を示す図である。

【図 13】実施形態 3 - 2 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 14】実施形態 3 - 2 の初期画面を示す図である。

【図 15】実施形態 4 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 16】実施形態 4 の初期画面を示す図である。

10

【図 17】実施形態 4 において利用者にアンケートを入力させる画面を示す図である。

【図 18】実施形態 4 において利用者のアンケートがきちんと入力されなかった時の画面を示す図である。

【図 19】実施形態 5 の処理内容を示すフローチャートである。

【図 20】実施形態 5 の初期画面を示す図である。

【図 21】実施形態 5 において利用者にクイズに解答させる画面を示す図である。

【図 22】実施形態 5 において利用者がクイズに正解しなかった時の画面を示す図である。

。

【図 23】実施形態 6 の処理内容を示すフローチャートである。

【符号の説明】

20

【0093】

101 入力検出手段

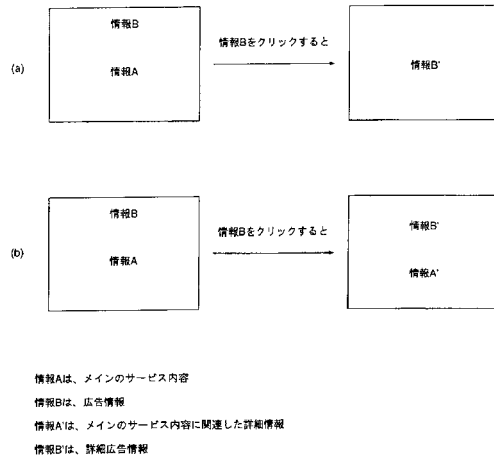
102 表示内容出力手段

103 記憶手段

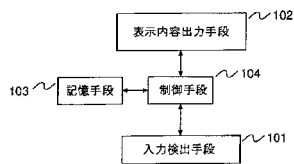
104 制御手段

105 表示内容切替手段

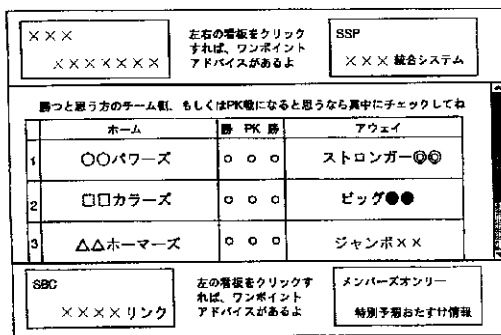
【図 1】



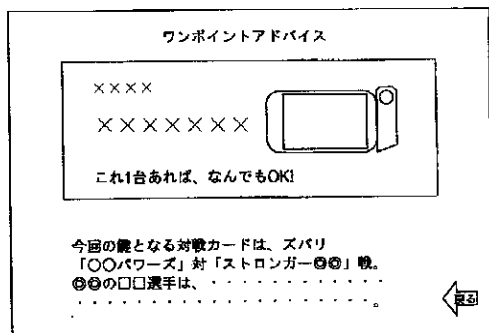
【図 2】



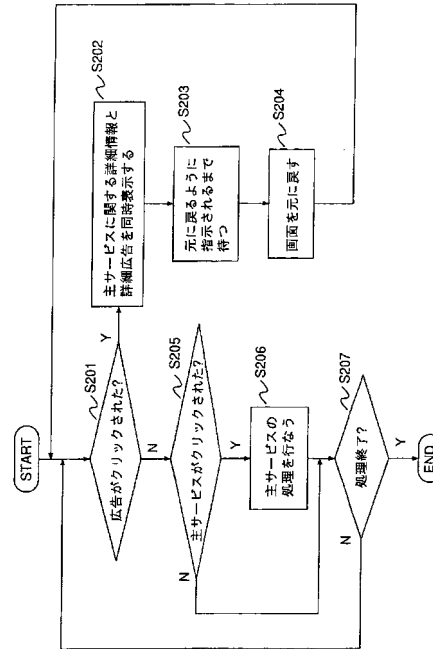
【図 4】



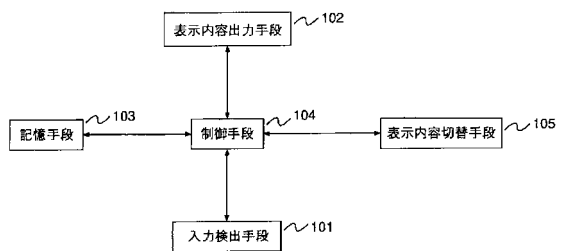
【図 5】



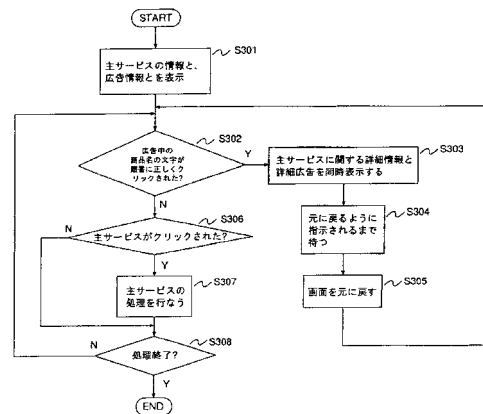
【図 3】



【図 6】



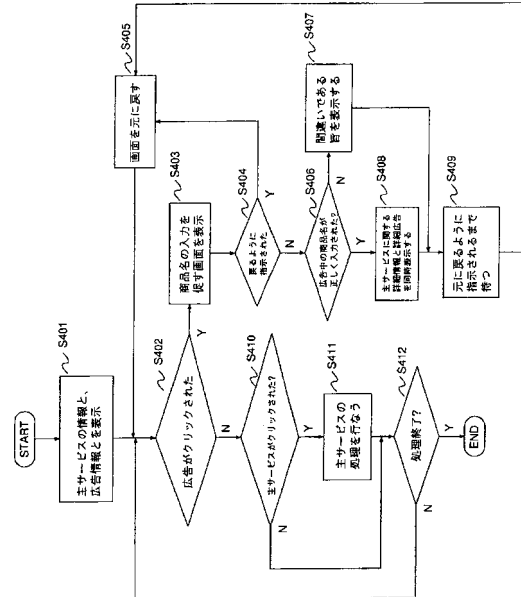
【図 7】



【図 8】

×××	商品名の文字を順番にクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSP ×××統合システム
勝つと思う方のチーム側、もしくはPK戦になると思うなら真中にチェックしてね		
ホーム	勝 PK 勝	アウェイ
1 ○○パワーズ	○ ○ ○	ストロンガー◎◎
2 □□カラース	○ ○ ○	ビッグ●●
3 △△ホーマーズ	○ ○ ○	ジャンボ××
SBC ××××リンク	商品名の文字を順番にクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSS ×××ヘルプ

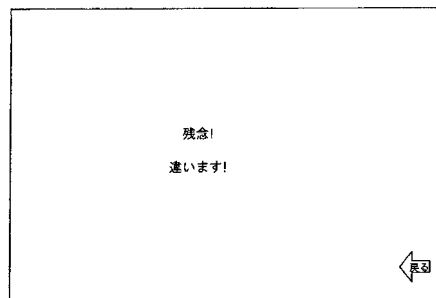
【図 9】



【図 10】

×××	商品名を覚えて広告をクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSP ×××統合システム
勝つと思う方のチーム側、もしくはPK戦になると思うなら真中にチェックしてね		
ホーム	勝 PK 勝	アウェイ
1 ○○パワーズ	○ ○ ○	ストロンガー◎◎
2 □□カラース	○ ○ ○	ビッグ●●
3 △△ホーマーズ	○ ○ ○	ジャンボ××
SBC ××××リンク	商品名を覚えて広告をクリックすれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSS ×××ヘルプ

【図 12】



【図 11】

ワンポイントアドバイスへGO!

××××

××××××××

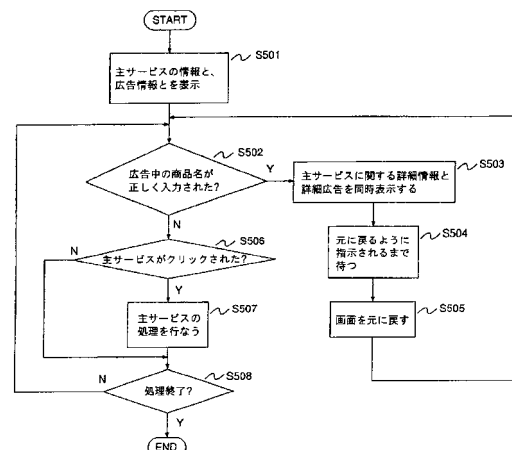
これ1台あれば、なんでもOK!

さあ、この商品の名前は何かでしょうか?

入力

戻る

【図 13】



【 図 1 4 】

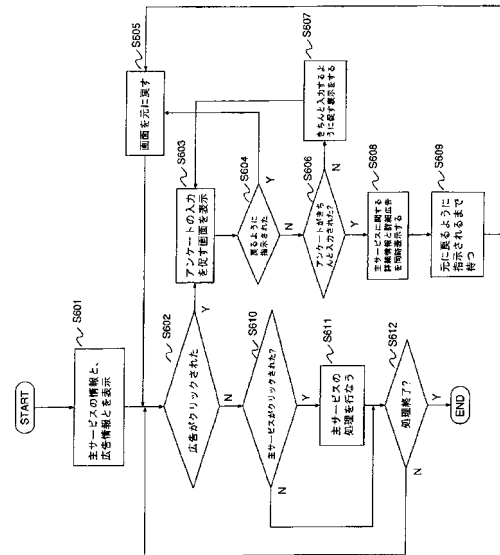
× × × ×		正しい商品名を入力すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSS	○○○○統合システム
パワー○○○○				

勝つと思う方のチーム側、もしくはPK戦になると思うなら真中にチェックしてね

	ホーム	勝 PK 勝	アウェイ
1	○○パワーズ	○ ○ ○	ストロングラー③③
2	□□カラーズ	○ ○ ○	ビッグ●●●
3	△△ホーマーズ	○ ○ ○	ジャンボ××

SSC	正しい商品名を入力すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSS	× × × × ○ ○ ○ ○
-----	------------------------------	-----	-----------------

【 図 1 5 】



【 図 1 6 】

× × ×	広告をクリックしてアンケートに回答すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSP × × × / 統合システム
× × × × × × ×		

勝つと思う方のチーム名、もしくはPK戦になると思う方真中にチェックしてね		
	ホーム	アウェイ
1	○ ○ パワーズ	○ ○ ○ スترونガー◎◎
2	□ □ カラーズ	○ ○ ○ ビッグ●●●
3	△ △ ホームーズ	○ ○ ○ ジャンボ × ×

98C	広告をクリックしてアンケートに回答すれば、ワンポイントアドバイスがあるよ	SSS × × × / ヘルプ
× × × / リンク		

【 図 1 8 】

アンケートは全項目をきちんと
入力してくださいますよう
よろしくお願い申し上げます

再度アンケート画面へ

【 図 1 7 】

アンケート

××××

××××××××



1. 一着目に入っている点は?

2. 一番の不満点は?

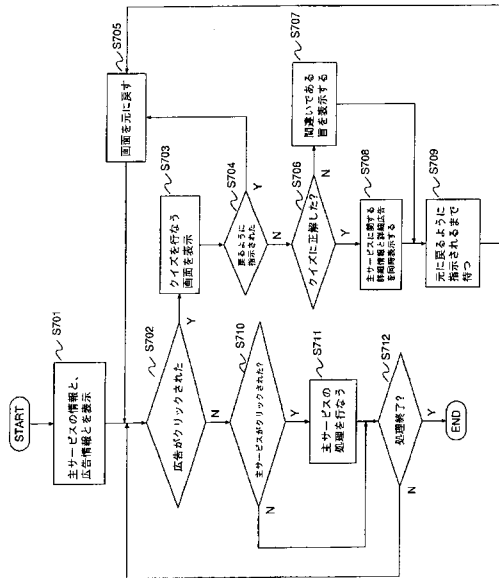
3. 追加して欲しい機能は?

4.

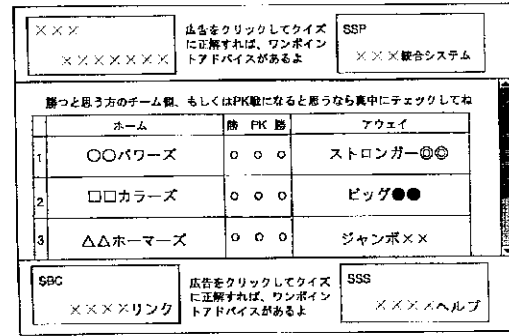
第7号



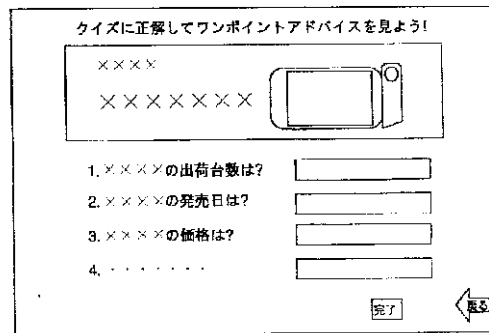
【 図 1 9 】



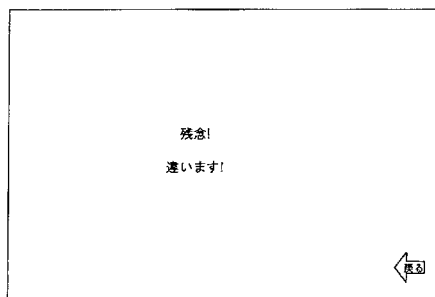
【 図 2 0 】



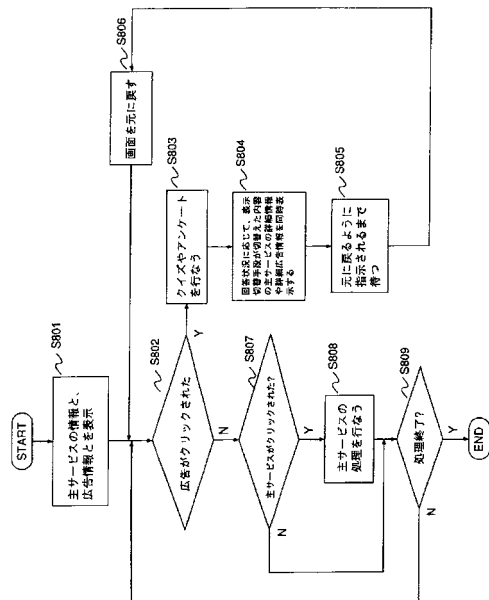
【 図 2 1 】



【 ㄨ 2 2 】



【 図 2 3 】



フロントページの続き

(56)参考文献 国際公開第97/021183(WO,A1)

倉木 良樹, 実践オンライン・コミュニケーション術 第13回 インターネット広告, CYBIZ, 日本, 株式会社サイビズ, 1997年 9月 1日, 第2巻, p.136-137

山田 祥平, もう悩まない!! Windows95で始めるインターネット, INTERNET magazine, 日本, 株式会社インプレス, 1996年 3月 1日, 第14号, p.155-161

ハーマン エリック, CGI入門 - 原理、技法、Perlスクリプト, 日本, 株式会社プレンティスホール出版, 1997年 6月10日, 第1版, p.197-213

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)

G09F 19/00

G06Q 30/00

G06Q 50/00