

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特許公報(B2)

(11) 特許番号

特許第5737519号
(P5737519)

(45) 発行日 平成27年6月17日 (2015. 6. 17)

(24) 登録日 平成27年5月1日 (2015. 5. 1)

(51) Int. Cl.		F I	
HO 4 N 21/258 (2011. 01)		HO 4 N 21/258	
HO 4 N 21/431 (2011. 01)		HO 4 N 21/431	
GO 6 F 13/00 (2006. 01)		GO 6 F 13/00	5 4 O P

請求項の数 13 (全 27 頁)

(21) 出願番号	特願2011-512597 (P2011-512597)	(73) 特許権者	509287407
(86) (22) 出願日	平成21年6月2日 (2009. 6. 2)		アーモンドネット インコーポレーテッド
(65) 公表番号	特表2011-525730 (P2011-525730A)		ALMONDNET, INC.
(43) 公表日	平成23年9月22日 (2011. 9. 22)		アメリカ合衆国 10012 ニューヨーク
(86) 国際出願番号	PCT/US2009/046033		ニューヨーク スイート 302 ス
(87) 国際公開番号	W02009/149129		プリング ストリート 134
(87) 国際公開日	平成21年12月10日 (2009. 12. 10)	(74) 代理人	100068618
審査請求日	平成24年6月1日 (2012. 6. 1)		弁理士 粁 経夫
(31) 優先権主張番号	12/131, 824	(74) 代理人	100104145
(32) 優先日	平成20年6月2日 (2008. 6. 2)		弁理士 宮崎 嘉夫
(33) 優先権主張国	米国 (US)	(74) 代理人	100109690
			弁理士 小野塚 薫
		(74) 代理人	100135035
			弁理士 田上 明夫

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 オンラインユーザプロフィールに基づいて選択されかつそのプロフィールに関連したTVプログラムまたはチャンネルから提供されるターゲットTV広告

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

コンピュータが自動的に実行する方法であって、

第1のTVプログラムまたはチャンネルの表示に関連して、第1のTV広告を提示するための手配を自動的に実行することを含み、

(a) 前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと、複数のオンラインユーザプロフィールのうち第1のオンラインユーザプロフィールとの関係を、前記第1のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に識別することで、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルを視聴するユーザを推定し、前記第1のオンラインユーザプロフィールは、前記複数のオンラインユーザプロフィールのうち前記第1のオンラインユーザプロフィール以外のオンラインユーザプロフィールからの情報よりも、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロフィールであり、

(b) 前記第1のオンラインユーザプロフィールは、前記推定されたユーザのオンラインユーザインタフェースデバイスである第1のデバイスと関連し、

(c) 前記第1のTV広告を、前記第1のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に選択し、

(d) 前記第1のTV広告と、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルとを、前記第1のオンラインユーザプロフィールを含む前記複数のオンラインユーザプロフィールのそれぞれに関連する、対応したセットトップボックス識別情報を有するセットトップボック

スである第2のデバイスを介して提示することを特徴とする、コンピュータが実行する方法。

【請求項2】

(a) 複数のオンラインユーザプロファイルのうちの前記第1のオンラインユーザプロファイルと、第1のTVプログラムまたはチャンネルとの間の関係を、前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に識別することで、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルを視聴するユーザを推定し、前記第1のオンラインユーザプロファイルは、前記複数のオンラインユーザプロファイルのうちの前記第1のオンラインユーザプロファイル以外のオンラインユーザプロファイルからの情報よりも、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロファイルであり、

10

(b) 前記第1のオンラインユーザプロファイルは、前記推定されたユーザのオンラインユーザインタフェースデバイスである第1のデバイスと関連し、

(c) 前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて第1のTV広告を自動的に選択し、

(d) セットトップボックスである第2のデバイスを介して前記第1のTVプログラムまたはチャンネルを提示することに関連して、前記第1のオンラインユーザプロファイルを含む前記複数のオンラインユーザプロファイルのそれぞれに関連する、対応したセットトップボックス識別情報を有する前記セットトップボックスを介して、前記第1のTV広告を提示するための手配をしまたは指令を伝送する、各工程を自動的に行うことを特徴とする方法。

20

【請求項3】

(a) 複数のオンラインユーザプロファイルのうちの前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて第1のTV広告の選択表示を受け入れ、

(b) 前記第1のオンラインユーザプロファイルは、オンラインユーザインタフェースデバイスである第1のデバイスと関連し、

(c) 前記第1のオンラインユーザプロファイルと、第1のTVプログラムまたはチャンネルとの間の関係を、前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて識別することで、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルを視聴するユーザが推定され、前記第1のオンラインユーザプロファイルは、前記複数のオンラインユーザプロファイルのうちの前記第1のオンラインユーザプロファイル以外のオンラインユーザプロファイルからの情報よりも、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロファイルであり、前記推定されたユーザは、前記第1のオンラインユーザプロファイルに関連する前記第1のデバイスを使用し、

30

(d) セットトップボックスである第2のデバイスを介した前記第1のTVプログラムまたはチャンネルの提示に関連して、前記第1のオンラインユーザプロファイルを含む前記複数のオンラインユーザプロファイルのそれぞれに関連する、対応したセットトップボックス識別情報を有する前記セットトップボックスを介して、前記第1のTV広告を提示するための手配をしまたは指令を伝送する、各工程を自動的に行うことを特徴とする、コンピュータが実行する方法。

40

【請求項4】

(a) 複数のオンラインユーザプロファイルのうちの前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて、第1のTV広告を選択し、

(b) 前記第1のオンラインユーザプロファイルは、オンラインユーザインタフェースデバイスである第1のデバイスと関連し、

(c) 前記第1のオンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づき、かつ第1のTVプログラムまたはチャンネルを視聴するユーザが推定される、前記第1のオンラインユーザプロファイルと前記第1のTVプログラムまたはチャンネルとの間の関係の指示を受け取り、前記第1のオンラインユーザプロファイルは、前記複数のオンライ

50

ンユーザプロフィールのうちの前記第1のオンラインユーザプロフィール以外のオンラインユーザプロフィールからの情報よりも、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロフィールであり、前記推定されたユーザは、前記第1のオンラインユーザプロフィールに関連する前記第1のデバイスを使用し、

(d) セットトップボックスである第2のデバイスを介した前記第1のTVプログラムまたはチャンネルの提示に関連して、前記第1のオンラインユーザプロフィールを含む前記複数のオンラインユーザプロフィールのそれぞれに関連する、対応したセットトップボックス識別情報を有する前記セットトップボックスを介して、前記第1のTV広告を提示するための手配をしまたは指令を伝送する、各工程を自動的に行うことを特徴とする、コンピュータが実行する方法。

10

【請求項5】

(a) 第1のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づき、かつ第1のTVプログラムまたはチャンネルを視聴するユーザが推定される、複数のオンラインユーザプロフィールのうちの第1のオンラインユーザプロフィールと第1のTVプログラムまたはチャンネルとの間の関係の指示を受け取り、前記第1のオンラインユーザプロフィールは、前記複数のオンラインユーザプロフィールのうちの前記第1のオンラインユーザプロフィール以外のオンラインユーザプロフィールからの情報よりも、前記第1のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロフィールであり、

20

(b) 前記第1のオンラインユーザプロフィールは、前記推定されたユーザのオンラインユーザインタフェースデバイスである第1のデバイスと関連し、

(c) 前記第1のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて、第1のTV広告の選択表示を受入れ、

(d) セットトップボックスである第2のデバイスを介した前記第1のTVプログラムまたはチャンネルの提示に関連して、前記第1のオンラインユーザプロフィールを含む前記複数のオンラインユーザプロフィールのそれぞれに関連する、対応したセットトップボックス識別情報を有する前記セットトップボックスを介して、前記第1のTV広告を提示するための手配をしまたは指令を伝送する、各工程を自動的に行うことを特徴とする、コンピュータが実行する方法。

30

【請求項6】

さらに、第2のTVプログラムまたはチャンネルの提示に関連して、第2のTV広告を提示するための自動手配を含み、

(e) 前記第2のTVプログラムまたはチャンネルと、複数のオンラインユーザプロフィールのうちの第2のオンラインユーザプロフィールとの関係を、前記第2のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に識別することで、前記第2のTVプログラムまたはチャンネルを視聴する第2のユーザを推定し、前記第2のオンラインユーザプロフィールは、前記複数のオンラインユーザプロフィールのうちの前記第2のオンラインユーザプロフィール以外のオンラインユーザプロフィールからの情報よりも、前記第2のTVプログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロフィールであり、

40

(f) 前記第2のオンラインユーザプロフィールは、前記推定された第2のユーザのオンラインユーザインタフェースデバイスである第3のデバイスと関連し、

(g) 前記第2のTV広告を、前記第2のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に選択し、

(h) 前記第2のTV広告と、前記第2のTVプログラムまたはチャンネルとを、前記セットトップボックスを介して提示し、

(i) 前記第1、第2のTV広告の一方を、前記第1のオンラインユーザプロフィールと第2のオンラインユーザプロフィールとの間の相違により、前記第1、第2のTVプログラムまたはチャンネルの一方に関連して提示するために選択することを特徴とする請求項

50

1 記載の方法。

【請求項 7】

さらに自動的に、

(e) 第 2 の TV プログラムまたはチャンネルと、複数のオンラインユーザプロフィールのうち第 2 のオンラインユーザプロフィールとの関係を、前記第 2 のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて自動的に識別することで、前記第 2 の TV プログラムまたはチャンネルを視聴する第 2 のユーザを推定し、前記第 2 のオンラインユーザプロフィールは、前記複数のオンラインユーザプロフィールのうち前記第 2 のオンラインユーザプロフィール以外のオンラインユーザプロフィールからの情報よりも、前記第 2 の TV プログラムまたはチャンネルと密接に関連する情報を有することを示すオンラインユーザプロフィールであり、

10

(f) 前記第 2 のオンラインユーザプロフィールは、前記推定された第 2 のユーザのオンラインユーザインタフェースデバイスである第 3 のデバイスと関連し、

(g) 前記第 2 のオンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて第 2 の TV 広告を自動的に選択し、

(h) 前記第 2 の TV プログラムまたはチャンネルの提示に関連して、前記セットトップボックスを介して前記第 2 の TV 広告を提示するための手配をしまたは指令を伝送し、

(i) 前記第 1、第 2 の TV 広告の一方を、前記第 1 のオンラインユーザプロフィールと前記第 2 のオンラインユーザプロフィールとの間の相違により、前記第 1、第 2 の TV プログラムまたはチャンネルの一方に関連して提示するために選択することを特徴とする請求項 2 記載の方法。

20

【請求項 8】

前記第 1 の TV プログラムに関係する前記第 1 のオンラインユーザプロフィールからの情報は、ユーザに関する人口統計学的情報、および/または、ユーザのオンライン活動に関する情報、および/または、ユーザに関する公表された情報を含んでいることを特徴とする請求項 1 ~ 7 のいずれかに記載の方法。

【請求項 9】

前記第 1 のオンラインユーザプロフィールと前記セットトップボックス識別情報は、前記第 1 のオンラインユーザプロフィールに情報が含まれるユーザに関する個人的に識別可能な情報を用いることなく関連付けられ、および/または、前記第 1 のデバイスと前記セットトップボックスは、前記第 1 のデバイスと前記セットトップボックスとが共通のローカルエリアネットワークに接続されていることによって関連付けられることを特徴とする請求項 1 ~ 8 のいずれかに記載の方法。

30

【請求項 10】

前記第 1 の TV 広告は、前記第 1 の TV プログラムの遅延した提示に関連して提供されることを特徴とする請求項 1 ~ 9 のいずれかに記載の方法。

【請求項 11】

前記第 1 の TV 広告は、前記第 1 の TV プログラムの提示の直前または直後に提供されることを特徴とする請求項 1 ~ 10 のいずれかに記載の方法。

【請求項 12】

40

前記関係の自動的な識別は、前記セットトップボックスを介して前記第 1 の TV プログラムが提示されたときに実行されることを特徴とする請求項 1 ~ 11 のいずれかに記載の方法。

【請求項 13】

請求項 1 ~ 12 の何れかの方法を実行するために構成されかつ接続された少なくとも 1 つのコンピュータ、またはコンピュータで読み取り可能な指令をエンコードする有形的表現媒体を構成する物品を含むシステムであって、少なくとも 1 つのコンピュータに前記指令が与えられたとき、前記請求項 1 ~ 12 のいずれかの方法を実行するために、前記少なくとも 1 つのコンピュータに指示することを特徴とするシステム。

【発明の詳細な説明】

50

【技術分野】

【0001】

本発明の分野は、オンラインユーザプロファイルに基づいてターゲットされるTV広告を提示することに関する。特に、オンラインユーザプロファイルに基づいて選択され、そのオンラインユーザプロファイルで識別された関係に対するTVプログラムまたはチャンネルに関連した、ターゲットTV広告を提供するためのシステム及びその方法を記述する。

【背景技術】

【0002】

種々のシステム及びその方法は、最近のユーザ/視聴者/顧客行動に基づいたターゲット広告を対象としている。これらのシステムの多くは、個人的な識別情報(PII)の収集に基づいて、ある行動を示した個人と、その個人に的を絞った広告とを関連づけることを可能にしている。

10

【0003】

あるシステムでは、PIIを収集することなしに、広告の的を絞ることができる。しかし、このようなシステムにおいて、一般的に、広告は、非個人的な識別情報が測定されまたは収集される媒体と同一の媒体によって配信される。例えば、多くの食料品店は、いわゆるPIIにリンクされる必要のない「会員カード」を配布している。買い物客は、チェックアウト時に、このカードを提示し、種々の割引を受ける。これにより、店側は、購入品目のリストとそのカードを関連付けることができる。そして、このシステムでは、システムが買い物客の購入嗜好を「学習」するにつれて、買い物客の以前の購入行動、または、過去の購入に基づいてシステムが予測した買い物客の希望に合わせたクーポン券の発行が開始される。

20

【0004】

別の例では、オンライン広告は、PIIを用いることなく、インターネットによるユーザのオンライン行動に基づいて的を絞ることができる。ブラウザがクッキーを利用することにより、広告サーバが、インターネットサイトの訪問者(より正確には、訪問者によって用いられるコンピュータまたは他のデバイス)を認識するために、その広告サーバが以前に広告を配信したか、または、その訪問者が、広告サーバにリンクした同一又は異なるサイトにおいて、前もってサーチし、コンテンツにアクセスし、またはその広告を視聴することになる。

30

【0005】

広告サーバは、サイト訪問者の以前の行動に基づいて、再び、PIIを必ずしも用いることなく、そのサイト訪問者に対して将来配信する広告を特定することができる。例えば、ユーザが、オンライン旅行サイト上で、南カリフォルニアへの航空券をサーチした場合、その後、ユーザが別のオンラインサイトを訪問している間に、この広告サーバ(オンライン旅行サイトからのユーザのサーチ情報を収集した、または受け取ったサーバ)は、ドイツのターゲットオンライン広告をユーザのコンピュータに配信することができる。

【0006】

種々の広告をどのように的を絞るかは、「クロスメディア」の配信、即ち、ユーザの行動に基づいたある媒体、または別の媒体で学習された人口統計学的情報を介して、1つの広告が提示されるとき、かなり難しい問題となる。

40

クロスメディア広告の1つの例は、TV広告の表現であり、このTV広告は、オンラインユーザプロファイルに基づいて的が絞られる。しかし、1つの困難は、オンラインアクセスデバイス(例えば、インターネットに接続されるコンピュータ)及び対応するTV装置(セットトップボックス等)に関連付ける必要から起こる。PIIの使用により、適切な関連付けを容易にすることができる。いくつかの方法が、PIIを用いることなく、コンピュータ及びTVユニットに関連付けられるように開発されてきた。

【0007】

50

この方法は、例えば、本発明者であるロイ シェケディ (Roy Shkedi) の名前で 2007 年 4 月 17 日に出願された米国特許出願番号第 11/736,544 号 (発明の名称「オンライン行動に基づくターゲット TV 広告」) に開示されている。また、この方法は、ロイ シェケディおよびローネン シュロモ (Ronen Shlomo) の名前で 2007 年 12 月 31 日に出願された米国特許出願番号第 11/968,117 号 (発明の名称「TV 広告を用いた視聴または相互作用に基づくターゲットオンライン広告」) に開示されている。

これらの 2 つの出願は、その全体が参考としてここに包含されている。このような関連付けを確立するための他の方法は、存在しかつ将来においても開発されるであろう。

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

10

【0008】

しかしながら、これらの関連付けは、PII を用いるまたは用いないで成される。そして、家庭内のインターネットのコンピュータアクセス中に、収集されまたは発生されるオンラインユーザプロファイルからの情報は、ターゲット TV 広告を選択するのに用いることができ、この広告は、コンピュータに関連付けられる家庭内のセットトップボックスを介して表現される。

【0009】

しかし、家庭では、多数のユーザを含むので、問題は残っており、各ユーザは、独立にオンラインコンテンツにアクセスし、そして、個々にテレビを見る。

第 1 の家庭構成員に対するオンラインユーザプロファイル情報に基づいて選択されたターゲット広告は、第 2 の家庭構成員、特に、ターゲット広告が適切または有効でない人に提示した場合に消去されるかもしれない。

20

【0010】

例えば、父親のコンピュータが、娘によって見られるテレビに接続されたセットトップボックスに関連付けられていると、広告サーバが判断したとしても、娘がポップミュージックのショーを見ている間にテレビに表示された場合、広告サーバは、父親自身が彼のオンライン投資勘定をチェックしたと認識し、広告サーバに基づいてターゲットされた投資アドバイスのためのテレビ広告が、消去してしまうことになる。

【0011】

それゆえ、オンラインユーザプロファイルに基づいてターゲットされた TV 広告が、対応するユーザ (即ち、「ターゲット」) がテレビを見ている間、表示されている確率を増すためのシステム及び方法を提供することが望ましい。

30

【課題を解決するための手段】

【0012】

自動的なコンピュータ実装方法では、TV プログラムまたはチャンネルの提示に関連して、選択された TV 広告を自動的に提示するように構成されている。オンラインユーザプロファイルと TV プログラムまたはチャンネルの間の関係が識別される。この関係は、オンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいている。TV 広告は、オンラインユーザプロファイルからの情報の少なくとも一部に基づいて選択される。選択された TV 広告は、オンラインユーザプロファイルに関連している、対応するセットトップボックスの識別情報を有するセットトップボックスを介して、オンラインユーザプロファイルに関連して識別される TV プログラムまたはチャンネルに関連して提供される。

40

【0013】

オンラインユーザプロファイルに基づいて目標とされる TV 広告を表すための目的及び利点が、図面で説明されかつ以下の詳細な説明及び / または請求項に開示された実施形態に基づいて明らかになるであろう

【図面の簡単な説明】

【0014】

【図 1】図 1 は、オンラインユーザプロファイルが収集または発生される際の、オンラインユーザ、オンラインサイト、及び中央広告サーバとの間に例示的な相互関係を概略的に

50

示す図である。

【図2】図2は、ユーザセットトップボックス（STB）にターゲットTV広告を伝送する例示的な概略図である。

【図3A】図3Aは、選択されたTVプログラム中または選択されたTVチャンネル上のターゲットTV広告を表現するための例示的な方法を概略的に示す図である。

【図3B】図3Bは、選択されたTVプログラム中または選択されたTVチャンネル上のターゲットTV広告を表現するための例示的な方法を概略的に示す図である。

【図4】図4Aは、ターゲットTV広告と選択されたTVプログラムとを交互に配列した状態を示す図であり、図4Bと図4Cは、ターゲットTV広告を選択されたTVプログラムの直前または直後に表示する状態を示す各図である。

【図5】図5A～図5Eは、ターゲットTV広告を選択されたTVプログラムに空間的に結合する状態を概略的に示す各図である。

【図6】図6A及び図6Bは、従来の広告モデルを概略的に示す各図である。

【図7】図7は、例示的な広告モデルを概略的に示す図である。

【発明を実施するための形態】

【0015】

図面に示す実施形態は、例示的なものであり、本発明の開示または添付の請求項の範囲を制限するものではない。

本明細書及び添付請求項で使用される用語の幾つかについて、次のように定義する。

「テレビジョンプロバイダ（TVP）」は、任意の適切な伝送媒体を介して、契約者またはユーザにテレビジョンサービスを提供する事業者をいう。この伝送媒体には、同軸ケーブル、光ファイバーケーブル、ネットワークケーブル、電話線、衛星通信、VHF送信またはUHF送信、他の電波伝送、または、例えば、移動電話インフラを介した無線伝送、が含まれるが、これらに限定されるものではない。

【0016】

「インターネットサービスプロバイダ（ISP）」、または、同等の意味で使用される「オンラインアクセスプロバイダ」は、任意の適切な伝送媒体を介して、契約者またはユーザにオンラインアクセスを提供する事業者をいう。この伝送媒体には、同軸ケーブル、光ファイバーケーブル、ネットワークケーブル、電話線、衛星通信、無線通信（例えば、WiMax、WiFi、その他のIEEE 802無線プロトコル等）、VHF送信、または、UHF送信が含まれるが、これらに限定されるものではない。契約者は、オンラインアクセスによって、インターネット及びその無数のオンラインサイト、または、インターネットの後継となる将来のネットワークにアクセスすることが可能になる。

【0017】

ISP/TVPは、単一の事業者（または単一の事業者によって制御されたプロバイダ）において、1つ以上の契約者またはユーザにテレビサービス及びオンラインアクセスの両方を提供できる。このような事業者は、ここで、ISP/TVPと呼ぶ。ISPとTVPは、個別にラベル付けされたボックス図面上に概略的に表されるが、この図面では、ISPとTVPの場合の実装が、他の実装と同様に、独立した事業者であることを包含しており、共通のISP/TVPでは、両方のサービスを提供する。

【0018】

「セットトップボックス（STB）」は、テレビジョン（TVともいう。）とTV信号源とを接続する装置である。STBは、送信された信号を受信し、受信信号からコンテンツを抽出し、抽出されたコンテンツをTVに伝送して、このコンテンツが視聴者に表示される。TV信号源は、コンピュータネットワークケーブル（例えば、イーサネット、または、その他の伝送速度ケーブル）、衛星放送受信アンテナ、ケーブルテレビシステムに接続された同軸ケーブル、電話線またはデジタル加入者線（DSL）、無線ネットワーク接続、アンテナ（VHF、UHF、デジタル、その他）、または、他の適切な信号源とすることができる。コンテンツは、ビデオ（オーディオ部分を含む）、オーディオ、インターネットウェブページ、双方向ゲーム、または他のコンテンツを含むことができる。

10

20

30

40

50

【 0 0 1 9 】

S T B は、専用のテレビチューナーを有するものであっても、有しないものであってもよい。各 S T B は、一般的に、例えば、T V P が、特定の S T B に特定の信号またはプログラムを与えるように、対応する T V P によっていくつかの分類する識別情報を割り当てる。これにより、いくつかの要求、指令、質問のソース、または特定の S T B から受信した応答、あるいは他の目的のために、ソースを識別する。いくつかの例では、このような S T B の識別情報は、対応する T V P にのみ知られ、そして、外部通信に対しては有効ではない。S T B が、(直接、他の装置を介して、あるいは、対応する T V P を介して、インターネットにのみ接続され、また、ケーブルテレビ通信のインフラ等の別の信号源に平行に接続される) 信号源としてインターネットに接続されると、S T B の識別情報は、S T B I P アドレス(即ち、インターネットプロトコルアドレス)またはその一部分を含むことができる。この S T B は、インターネット及び他の信号源の両方に接続される場合、S T B の識別情報は、S T B I P アドレスに加えて他の信号源に特定の識別情報を含むことができる。

10

【 0 0 2 0 】

ある例では、S T B の識別情報は、スタティック型であり、別の例では、(特に、その場合には S T B I P アドレスを含む) S T B の識別情報は、ダイナミック型であり、時間的に変化することができる。ときには、S T B の識別情報は、S T B I P アドレスを含み、他の場合には、S T B s を識別するためにインフラ会社(例えば、ケーブル会社)によって用いられる識別情報となることができる。

20

【 0 0 2 1 】

その名称に係わらず、S T B は、文字通りテレビセットの上である必要はない。また、現在の技術では、S T B の物理的な配置場所は、テレビセット付近(例えば、メディア用キャビネット等の中)であることが多いが、このようにテレビセット付近に配置する必要もない。また、S T B は、文字通り「ボックス」である必要もない。さらに言えば、S T B は、例えば、回路板、集積回路、複数の集積回路一式、テレビのような他の「ボックス」に組み込まれたソフトウェア、ケーブルまたは他の接続部材、コンピュータ、建築設備または配線接続ボックスとして実装されていてもよい。すなわち、S T B は、他の機能を有するものであってもよく、または、何ら「ボックス」内に収容されることなく実装されるものであってもよい。

30

【 0 0 2 2 】

「デジタルビデオレコーダー(D V R)」または「パーソナルビデオレコーダー(P V R)」は、動画コンテンツを、ハードドライブのようなデジタルストレージ媒体にデジタルフォーマットで保存し、保存されたコンテンツを再生できるようにする装置である。D V R は、テレビに接続される単体の装置、S T B、または信号源を含むものであってもよく、または、D V R の保存機能及び再生機能を実行するようにコンピュータを動作させるソフトウェアを含むものであってもよい。

【 0 0 2 3 】

「ビデオオンデマンド(V O D)」は、ユーザからの要求に回答して信号源から送信される動画コンテンツを、ユーザが選択して視聴できるシステムである。典型的には、要求された動画コンテンツは、ユーザが選んだ時に視聴可能となり、また、ユーザの所望に応じて、一時停止、巻き戻し、または早送りを行うことができる。V O D システムは、コンテンツの「ストリーミング」(この場合、要求された動画コンテンツの構成要素の一部を、他の部分がまだ信号源から送信されている間に、視聴することができる)を実施するか、または、コンテンツの「ダウンロード」することができる。この場合、信号源から全構成要素が送信された後に、コンテンツが視聴可能になる。V O D システムによっては、ユーザが、双方向テレビシステムの一部として、ネットワークを介して動画コンテンツを選択及び視聴できる場合もある。

40

【 0 0 2 4 】

「双方向テレビ(双方向 T V、i T V、i d T V、または I T V)」は、テレビに配信

50

される動画コンテンツと視聴者が双方向通信することを可能にする任意のテレビジョンシステムである。双方向テレビは、「TVクロスオーバーリンク」を通じたウェブサイトへのアクセス、電子メール及びオンラインチャット、オンライン取引、または、(標準的なテレビの機能と比較して) 増強されたグラフィックスを含むが、これらに限定されるものではない。

【0025】

「インターネットプロトコルテレビ(IPTV)」は、インターネットプロトコル(IP)を使用するコンピュータネットワークを介して、テレビのコンテンツが配信されるシステムである。家庭内ユーザに対しては、IPTVは、多くの場合、ビデオオンデマンドと共に提供される。また、IPTVは、インターネットアクセス及びボイスオーバーIP(VoIP)のようなインターネットサービスを含むものであってもよい。IPTV、VoIP、及びインターネットアクセスからなる市販セットは、この業界で「トリプルプレイ(triple play)」と呼ばれることもある。また、「クワドラプルプレイ(quaduple play)」等々に相当する市販セットとなるように、他の通信サービス(例えば、移動体音声通信またはデータサービス)を追加することもできる。IPTVは、通常、閉じたネットワークインフラを使用するブロードバンドサービスプロバイダによって提供される。但し、インターネットまたは他の公開型コンピュータネットワークを介してIPTVを提供することも可能であり、この場合、インターネットTVまたはTVオーバーインターネットということもできる。IPTVは、企業LANまたは他の商用ネットワークを介して、動画またはその他のコンテンツを配信するために使用することもできる。

【0026】

「オンライン・ユーザインターフェースデバイス」は、例えばインターネットのようなりモートネットワークにアクセスするために使用される任意のユーザインターフェースデバイスをいう。オンライン・ユーザインターフェースデバイスには、携帯電話または携帯端末、パーソナルデジタルアシスタント(PDA)、または、ネットワークに接続されたコンピュータ(デスクトップ、ワークステーション、ノートブック、ラップトップ等)が含まれるが、これらに限定されるものではない。

【0027】

「オンラインアクセスデバイス」は、オンライン・ユーザインターフェースデバイスを、例えばインターネットのようなりモートネットワークに接続するために使用される任意の装置をいう。オンラインアクセスデバイスには、モデム、有線ルータまたは無線ルータ、無線アクセスポイント、有線ネットワークアダプタ(例えば、イーサネットアダプタ)、無線ネットワークアダプタ(例えば、IEEE 802.11、ED-VO、EDGE、HSPA、CDMA、GSM等)、または、光ファイバー用ネットワークアダプタ(例えば、ネットワークインターフェースユニット、または、光ネットワーク終端装置)が含まれるが、これらに限定されるものではない。相異なる種類のオンラインアクセスデバイスを単一の装置に統合することも可能であり、このような装置(例えば、LAN用のルータとしても機能するモデム)が使用される場合もある。オンライン・ユーザインターフェースデバイスとオンラインアクセスデバイスを単一の装置に統合することも可能であり、このような装置(例えば、イーサネットアダプタ、無線アダプタ、またはモデムが組み込まれたコンピュータ)が使用される場合もある。

【0028】

各オンラインアクセスデバイスは、一般的に、インターネットプロトコルアドレス(即ち、IPアドレス; IPv4の下で、現在、IPアドレスは、4つの数からなり、各々0~255にランク付けされる。即ち、32ビットアドレス; IPv6の下で、最終的に、IPアドレスは、128ビットアドレスである。)によってインターネット上で識別される。インターネット上の全てのデータ通信は、送信データが意図した目的地に到達できるように目的地IPアドレスを含んでいる。ある例では、オンラインデバイスは、スタティックIPアドレスを有し、一方、更に、より一般的な例では、オンラインアクセスデバイスは、ダイナミックで時々刻々変化するIPアドレスを有する。IPアドレスは、ここで

10

20

30

40

50

は、意図した目的地に到達するために、インターネットを介してデータが送信できるものとされているが、用語としては、機能的に等価なオンラインアクセスデバイスの識別情報を包含することを意図している。この識別情報は、このような送信データをインターネットまたは任意の後継機器のネットワークを介して意図した目的地に運ぶように用いられる。オンラインアクセスの識別情報の種々の例は、以下に記載されており、IPアドレスまたはその一部分からなる識別情報を含んでいる。

【0029】

「ユーザ（等価的に、加入者、契約者）」は、家庭内、オフィス、事業所、または他の場所、またはオンラインアクセスプロバイダまたはテレビサービスプロバイダによって提供された施設内の配信エンドポイントでオンラインアクセスまたはテレビサービスを受信する1人またはそれ以上を構成するものとされる。多数のユーザは、単一サイトまたは施設に配置することができる。

10

【0030】

テレビ広告またはプログラミングは、特定ユーザの1つのテレビセット、または多数のセットとすることができ、同様に、オンラインアクセスまたは広告配信は、特定のユーザの1つまたはそれ以上のコンピュータ或いは他のオンラインインターフェースデバイスを含むことができる。ある例では、多数の物理的な場所を有する事業所に、個別のオンラインサービスまたはテレビサービスを供することができる。しかし、他の例では、事業所は、多数の物理的な場所に提供されるサービスに繋がる内部LANまたはWANを有することもできる。また、いくつかのコンピュータ及びテレビは、携帯可能であり、遠隔地から提供されるサービスをアクセスすることができる。従って、「ユーザ」の用語は、提供されるサービスを受ける人または複数の人を指すものであり、かつこのような場合においては、固定のまたは単一場所を要求するものではない。

20

【0031】

ユーザプロフィールは、オンラインアクセスまたはTVサービスの特定のユーザに関する情報である。このプロフィール情報は、人口統計学的データとなり、観察されたオンラインまたはTVに関連したユーザの活動または行動、或いは、ユーザによって与えられた、またはユーザについて報告された公表された情報に基づいている。このプロフィール情報は、明確な（例えば、公表されたまたは報告された）または暗黙の（例えば、プロフィール内の他の情報に基づいて推定される）ものとなり得る。

30

【0032】

ユーザプロフィールは、オンラインユーザプロフィール、またはTVユーザプロフィールとも呼ぶことができ、これらのメディアの1つのみを介して収集または発生される情報を含んでいることが望ましい。ユーザプロフィールは、ユーザのコンピュータまたはセットトップボックス（例えば、ブラウザーのクッキーとして）に局所的に保存することができ、または1つ以上のサーバ、オンラインサイト、またはそれらの種々の組合せたものに遠隔的に保存することができる。単一の事業者は、このような多数の場所を制御でき、または別個の事業者は、個別に異なる場所を制御することができる。プロフィールの種々の部分は、適当な方法で互いにリンクまたは関連付けることができる。

例えば、プロフィールの各々は、共通のユーザ名、IPアドレス、または他のオンラインアクセスの識別情報、またはユーザコンピュータに置かれたクッキーまたはタグ上に含まれまたは言及される。保存方法または保存場所（地元または遠方、単一場所または分配された単一のまたは多数の事業者の制御）が何であれ、与えられたユーザに関連付けたプロフィール情報の全体は、「ユーザプロフィール」として集合的に呼ぶことができる。

40

【0033】

「行動ターゲティング」は、ユーザの行動（通常は、最近の行動）に基づいて選択された特定の広告を、そのユーザに配信することをいう。ここでいう行動には、ユーザが実行したオンライン検索またはテレビ検索、契約者がオンラインまたはテレビ上でアクセスしたコンテンツ、ユーザが、表示、クリック、または他の手段によってアクセスしたオンライン広告またはテレビ広告、ユーザによって行われたオンラインまたはテレビを介したシ

50

ショッピング、及びその他の任意の形でのユーザの以前のオンラインまたはテレビの活動が含まれるが、これらに限定されるものではない。

【 0 0 3 4 】

「中央広告サーバ(CAS)」は、オンラインサイトの訪問者またはテレビプログラムの視聴者に対する(テレビまたはオンライン)広告の配信を管理するコンピュータ・サーバである。ローカル広告サーバは、通常、単一のオンラインサイト運営者によって運営され、このサイト運営者のインターネットドメインに属するウェブサイトの訪問者またはテレビプログラムの視聴者に対して広告を配信するか、または、単一の広告主によって運営され、広告主が様々な他のサイトまたはテレビプログラム上で獲得した広告スペースに広告を配信する。サードパーティ広告サーバまたはリモート広告サーバは、通常、遠隔地に配置され、複数のサイト運営者が所有する複数のドメインに属するウェブサイトの訪問者または多数の広告主のテレビプログラムの視聴者に対して、様々な広告主の広告を配信する。リモート広告サーバは、広告配信のための中央ルートとして機能し、広告主及びサイト運営者がそのオンライン広告またはテレビ広告の配信を追跡し、また、インターネットまたはテレビシステムにわたる広告の切替及び配布を一箇所から管理することを可能にするものである。広告は、後の配信のためにCAS上に保存するか、広告要求の受信時にCASに送信してCASから配信するか、または、CASが受信してルーティングした広告要求に回答して別の配信源から配信することができる。サードパーティ広告サーバの例には、発行元中央広告サーバ(DFPとして知られる)のためのダブルクリック社の「DART」、及び、広告主中央広告サーバ(DFAと知られる)のためのダブルクリック社の「DART」が含まれる。

10

20

【 0 0 3 5 】

ある場合には、CASは、TVP、ISP、STBプロバイダ、またはモデムプロバイダ、オンラインコンテンツプロバイダ、プロファイル集積者、プロファイル配送者、広告ブローカー、広告ネットワーク、広告交換、広告代理店、オンライン広告主、テレビ広告スペースオーナー、またはテレビコンテンツプロバイダ、これらの事業者、または他の事業者の代表者またはプロキシによって、所有または使用される。ある場合には、CASは、ISPまたはTVPに独立に動作できる。

【 0 0 3 6 】

「プロファイルプロバイダ」は、広告を配信する対象者を特定する(ターゲティングするため)に使用されるプロファイル情報を収集する事業者をいう。プロファイルプロバイダはCASと連携しており、テレビ広告またはオンライン広告の対象者を特定するために、プロファイルプロバイダが収集したプロファイル情報の全てまたは一部がCASに受け渡される。オンラインまたはテレビの活動から得られるユーザプロファイル情報には、インターネットにアクセスしたユーザの(例えば、視聴されまたはアクセスされた、視聴されたオンラインコンテンツ、実行されたオンライン検索、作られたオンライン購入、またはこのような行動の時刻及び日付)の観察されたオンライン行動の情報、または、テレビ視聴者の観察した視聴または相互行動(例えば、視聴されたテレビプログラムまたは広告、双方向プログラムまたは広告に対する応答、またはこのような行動の時刻及び日付)、またはインターネットにアクセスしたユーザまたはテレビ視聴者から収集される人口統計学的情報が含まれる。

30

40

【 0 0 3 7 】

プロファイルプロバイダの例には、次のようなサーバを所有するかまたは使用する事業者が含まれるが、これに限定されるものではない。

そのサーバは、(1)ユーザが訪問したインターネットサイト・サーバ、(2)コンテンツ、画像、音声、動画、テキスト、または、オンラインアクセスデバイス(例えばモデムまたはルータ)を介して直接的または(例えばリダイレクトにより)間接的にオンライン・ユーザインターフェースデバイス(例えばコンピュータまたは他のオンライン・ユーザインターフェースデバイス)に送信されるこれらの任意の組合せ、を配信するサーバ、(3)コンテンツ、画像、音声、動画、テキスト、またはセットトップボックスを介して

50

テレビに送信されるこれらの任意の組合せ、を配信するサーバ、(4)オンラインアクセスデバイスを通じてオンライン・ユーザインターフェースデバイスに広告を配信する広告サーバ、(5)セットトップボックスを介してテレビにテレビ広告を配信する広告サーバ、(6)広告または広告へのリンクのクリック、広告の表示、特定のコンテンツへのリンクのクリック、検索、商品情報の要求、特定のコンテンツの受信、商品の購入、電話発信、または、明確に定義できる任意のユーザ行動から選択された他の行動のような、オンライン・ユーザインターフェースデバイスを通じて実行される行動を記録するサーバ、(7)広告または広告へのリンクのクリック、広告の表示、特定のコンテンツへのリンクのクリック、商品情報の要求、特定のコンテンツの受信、商品の購入、または、選択されかつ定義可能なユーザの他の活動等のユーザのテレビを通じて実行される行動を記録するサーバ、(8)ユーザのために、インスタントメッセージまたは任意の他の種類の通信手段を使用可能にするサーバである。

10

【0038】

プロファイルプロバイダの別の例は、(9)ブラウザのツールバーまたはデスクトップ検索ソフトウェアのような、(ユーザの許可の下に)ユーザのオンラインまたはテレビの行動が観察できる、ユーザのコンピュータ、または他のオンラインユーザインターフェースデバイス、またはユーザのセットトップボックス上に存在して、コンピュータプログラムに対して出資し、かつそのプログラムにアクセス可能な会社である。また、プロファイルプロバイダは、広い意味では、(10)行動プロファイル(観察されたオンライン行動、または観察された視聴、または視聴に関連する活動の情報)、または、(ユーザから提供される)人口統計学的プロファイルを集める任意の事業者(ISP, TVP, またはISP/TVPを含む)ということもできる。このプロファイルプロバイダは、一般的に、事業者が特定のプロファイルがユーザのコンピュータまたはテレビを通じて直接またはこのパラグラフで列挙されたように別の事業者から間接的に収集したかに関わらず、プロファイルが観察されまたは収集され、更に、プロファイルの日付及び時刻が、観察されまたは収集されるときに用いられるデバイス識別情報(例えば、セットトップボックス識別情報、またはオンラインアクセス識別情報)を含んでいる。

20

【0039】

ある場合には、ユーザオンラインまたは視聴活動が、テレビ(セットトップボックスを介して)またはオンラインユーザインターフェース装置(オンラインアクセスデバイスを介して)及びプロファイルプロバイダとの間の直接接続をもたらす。例えば、プロファイルプロバイダがオンラインの商取引サイトである場合、ユーザは、そのサイトで商品を購入し、そして、オンラインの商取引サイトは、そのユーザに対してプロファイルを生じさせる。他の例では、例えば、ユーザがオンライン商取引サイトにおいて買い物をする場合、商取引サイトがプロファイルプロバイダにユーザに関連する情報を報告するので、プロファイルプロバイダとユーザとの間で直接接触することはない。

30

ある状況下では、また、プロファイルプロバイダは、CASを所有するか、あるいは所有はしていなくとも制御するものであってもよい。この場合、CASは、別々の事業者の間のデータ伝送を要することなく、直ちにユーザプロファイルを利用することが可能となる。

40

【0040】

プロファイルプロバイダによってCASに提供されるプロファイルまたは部分プロファイルにどの程度のプロファイル情報を含めるかは、任意に決めることができる。例えば、ユーザのプロファイルが収集された時にそのユーザによって使用されたオンラインアクセスIPアドレス、またはセットトップボックスIP、または他のSTB識別情報を含むものであってもよい。このプロファイルは、例えば、プロファイル識別情報またはプロファイル名、またはログインID、を含むことができる。このプロファイルは、ユーザのSTBまたはオンラインユーザインターフェースデバイス上に置かれるクッキーまたはタグによって参照されるか、あるいはその中に含まれる。IPアドレスは、プロファイルプロバイダ自身によって提供されるものであってもよい。または、IPアドレスは、ユーザが、

50

何らかのオンラインまたはテレビでの活動を行うかまたは人口統計学的情報の1つを提供して、プロファイルプロバイダによりCASにリダイレクトされた時に、CASによって取得されるものであってもよい。

多数のセットトップボックスの識別情報またはオンラインアクセスの識別情報(例えば、IPアドレス)は、これらの識別情報が時間に対して変化する場合、単一のユーザプロフィールに関連付けることができる。

【0041】

別の例では、より豊富なプロフィールを使用することができ、プロフィールに、広範な閲覧履歴、出荷または購入の履歴、表示したコンテンツ、及び、ユーザの特徴またはユーザの行動に関連する他の情報のような、人口統計学的情報または行動情報を含めることができる。ある場合には、プロフィールは、PIIを含み、他の場合には、含まない。ここで、プロフィールプロバイダという用語は、事業者を指すものではあるが、プロフィールプロバイダに帰する多くのまたは大部分の動作は、実際には、コンピュータ、サーバ、これらのコンピュータまたはサーバ上で実行されるソフトウェア、ネットワーク接続用のハードウェアまたはソフトウェア、または、その他の設備のような、プロフィールプロバイダの管理制御下にある設備によって実行されるものである。それでも、このような動作を、その実行が自動的、半自動的、または、手動のいずれであるかにかかわらず、「プロフィールプロバイダ」によって実行されるという場合もある。

10

【0042】

「個人識別情報(PII)」は、特定の個人を識別するために使用可能な情報をいう。個人識別情報には、名前、社会保障番号(SSN)、誕生日、住所、電子メールアドレス、静的IPアドレス(存在する場合)、電話番号(家庭、職場、無線)、金融口座番号(銀行口座、クレジット口座、または任意の他の金融データ)、運転免許証番号、車両登録番号、車両許可番号、顔写真、指紋、筆跡または署名、または、特定の個人を識別するために役立つ任意の他の情報が含まれるが、これらに限定されるものではない。

20

【0043】

「非個人識別情報(non-PII)」は、その使用によって通常は特定の個人を識別できない個人情報をいう。この情報には、居住する都市、州、または国、年齢、性別、人種、民族、学校または職場(それらが十分に大きい場合)、給与または収入、趣味、動的に割り当てられたIPアドレス、訪問したオンラインサイト、実行したオンライン検索、または、人物を知るためには役立つけれども、それだけでは特定の個人を識別する情報を得ることができない他の情報が含まれるが、これらに限定されるものではない。

30

【0044】

「クッキー」は、ブラウザを使用するユーザのコンピュータにコンテンツを配信するサーバによって、ユーザのコンピュータ上に保存されたテキストファイルである。クッキーは、通常、そのクッキーを最初に保存したサーバと同じインターネットドメインに属するサーバのみによって、読み取りまたは上書き可能なものである。クッキーは、同じドメインと既に交信したことがあるコンピュータを識別するために使用することができ、また、そのコンピュータのユーザに固有の個人識別情報(PII)または非個人識別情報(non-PII)を保存するために使用することもできる。一例では、クッキーには、コンピュータのユーザが、そのサイトで以前に実行した検索、または、閲覧または訪問したページのような、非個人識別情報を保存することができる。別の例では、そのサイトにアクセスするためにユーザが使用したユーザ名、ユーザのカスタム設定、または、PIIの様々な構成要素を保存するために、クッキーを使用することができる。また、クッキーは、ユーザのコンピュータ上のソフトウェアによって作成、変更、または削除することも可能である。

40

【0045】

「テレビ広告」は、全画面動画広告、部分画面動画広告、バナー広告、テキスト広告、音声広告、または、テレビセットへの配信及びテレビセットによる視覚的または聴覚的な提示のために好適な任意の他の形式の広告をいう。

50

【 0 0 4 6 】

図 1 に概略示すように、オンラインユーザは、コンピュータ 3 4 及びモデム 3 2 を用いて、ユーザのインターネットサービスプロバイダ (I S P) 2 2 を介して、インターネット 1 0 にアクセスする。ユーザは、種々のオンライン活動に関係しているので、オンラインユーザプロフィールが 1 つ以上のプロフィールプロバイダ (例えば、中央広告サーバ (C A S) 4 0 またはオンラインサイト 5 0 の所有者またはコントローラ) によって収集されまたは生成される。

【 0 0 4 7 】

オンラインユーザプロフィールは、ユーザに関する人口統計学的情報を含むことができ、このプロフィールは、ユーザのオンライン行動に関する情報、または、ユーザによってまたはユーザに関して公表されたオンライン情報を含むことができる。これらのプロフィール情報のカテゴリーは、オーバーラップさせることができる。

10

【 0 0 4 8 】

人口統計学的情報の例は、年齢、ジェンダー (gender)、レース、民族性、宗教、教育レベル、収入、負債レベル、クレジット報告項目、仕事、または職業、就業状態、雇用者、結婚状態、両親の状態、家の所有者または賃借者、または地理的位置を含むものであるが、これらに限定されるものではない。行動情報の例は、視聴またはアクセスしたオンラインコンテンツ、実行されたオンラインサーチ、成されたオンライン購入、またはこのような行動の時間と日付を含むものであるが、これらに限定されるものではない。公表された情報の例は、ホビー、社会的またはレジャー行動、職業、即ち、仕事、または特定の主題領域におけるユーザの公表された利益を含むものであるが、これらに限定されるものではない。このプロフィールは、個人的に識別可能な情報またはそれ以外を含むことができる。

20

【 0 0 4 9 】

オンラインユーザプロフィールにおける情報は、ユーザのオンライン活動を追跡または記録することにより、または、求められた、追跡された、または記録された情報に基づいて推測することによって、ユーザからの情報を集めることによって獲得または生成することができる。

【 0 0 5 0 】

オンラインユーザプロフィール情報は、ユーザのコンピュータ (たとえば、クッキーとして) 上に局所的に、または遠隔に (たとえば、1 つ以上のサーバ、広告サーバ、またはオンラインサイト) 保存することができる。ある例では、全体のオンラインユーザプロフィールは、単一の位置で保存することができ、他の例では、オンラインユーザプロフィール情報は、多数の位置にわたり分配することができる。単一の事業者は、このような多数の位置を制御でき、また、個別の事業者は、分離した位置の異なる 1 つを制御することができる。

30

【 0 0 5 1 】

オンラインユーザプロフィールからの情報は、ユーザが T V を見ている間、オンラインユーザに対して提示するターゲット T V 広告を選択するのに用いることができる。

【 0 0 5 2 】

オンラインユーザプロフィールと対応するセットトップボックスとの間の関連 (T V サービスの適当なタイプ、たとえば、ケーブル、I P T V、V O D をユーザが受け入れることにより) は、ユーザの位置 (図 2 に示すように) にある T V にターゲット T V 広告のを配信または伝送できるように要求される。このような関連付けは、適当な方法で確率されまたは与えることができ、上記参照され、かつ包含される、米国特許出願番号第 1 1 / 7 3 6 5 4 4 号、および第 1 1 / 9 6 8 , 1 1 7 号に開示されている。

40

【 0 0 5 3 】

1 つの例では、オンラインユーザプロフィールとセットトップボックス識別情報は、各々同一の対応するオンラインアクセス識別情報 (たとえば、I P アドレス、またはその一部分、モデム、ネットワークアダプタ、ルータ、または他のオンラインアクセスデバイス

50

またはユーザインターフェースデバイス)に関連することによって、関連付けられる。

1つの実施において、オンラインアクセス識別情報及びセットトップボックス識別情報は、オンラインユーザプロフィールに参照されまたは含まれるオンラインアクセス識別情報によって関連付けることができる。

別の実施において、オンラインアクセス識別情報及び第1のセットトップボックスは、1つのデータベースに関連付けることができる。オンラインアクセス識別情報及びこのセットトップボックスは、必要とされた、望んだ、または要求された、ユーザに関する個人的な識別可能な情報を用いるまたは用いることなく関連付けることができる。

【0054】

別の例では、オンラインユーザプロフィールは、オンラインユーザインターフェースデバイス(たとえば、コンピュータ)から少なくとも一部発生しており、オンラインユーザプロフィール及びセットトップボックス識別情報は、共通のローカルエリアネットワーク(LAN)に接続される、セットトップボックス及びオンラインユーザインターフェースデバイスによって関連付けられる。このような装置の1つにおいて、セットトップボックスに対応するオンラインアクセス識別情報及びユーザインターフェースデバイスに対応するオンラインアクセス識別情報は、同一である(たとえば、図1,2に示すように、IPv4に従うインターネットにLANを接続するモデムの32ビットのIPアドレス)。このような装置の別の例では、セットトップボックスに対応するオンラインアクセス識別情報及びユーザインターフェースデバイスに対応するオンラインアクセス識別情報は、それぞれのオンラインアクセス識別情報の共通部分に分与される(たとえば、IPv6に従って用いられる128ビットIPアドレスのそれぞれの第1の64ビットに分与される)。他のこのような共通LAN装置が用いられる。モデム32とSTB36の間の接続は、図1,2に示され、このような接続は、前の段落で記載された内容を含む全ての実装において提示する必要がない。

【0055】

ターゲットTV広告は、適当な事業者からのユーザのセットトップボックス(STB)に(たとえば、図2に示すように、TVP24を介してCAS40から、オンラインサイト50からISP22を介してCAS40から、または他のサーバ、広告サーバ、またはオンラインサイトから)配信されまたは伝送される。ターゲットTV広告を選択する事業者は、広告を提供するために提示または配置され、または、別の事業者が、広告を提供するために提示または配置される。

これらの行動は、選択されたTV広告を伝送し、選択されたTV広告のタイトルまたは他の識別情報を伝送し、広告サーバに対してオンラインユーザに再指向し、または指示を伝送し、または選択されたTV広告を識別、配置、または提供するために用いる他の情報を伝送することを含んでいる。

【0056】

ターゲットTV広告は、その広告が提示されるときにSTB32に対して配信または伝送することができ、または、STB32またはデジタルビデオレコーダ(DVR; 図省略)に表示しそして保存する前に、その広告を配信または伝送することができる。

ターゲットTV広告は、TV38上のSTB32、または他の適当なTVディスプレイデバイスを介して提供される。

【0057】

ユーザ、特に、選択されるべきターゲットTV広告を生じさせるオンラインユーザプロフィールと同一のユーザが、TVを視聴しているとき、ターゲットTV広告が提供されることは望ましい。第1のユーザのオンラインユーザプロフィールに基づいてターゲットされるTV広告は、異なる、第2のユーザがTVを視聴しているときに提示された場合、おそらく浪費または無効にされる恐れがある。

【0058】

意図したターゲット(即ち、ユーザ)が、TVを視聴している間、ターゲットTV広告を提示する可能性は、ターゲットTV広告を好む特定のTVプログラムまたはチャンネル

10

20

30

40

50

に関連付けて、ターゲットTV広告を提示することによって増加させることができ、このTV広告は、オンラインユーザプロフィールからの情報の少なくとも一部に基づいて選択され、そうでなければ、そのプロフィール内の情報に関連付けられる。

このユーザは、そのユーザプロフィールに基づいて選択される、そうでなければ、関係した、TVプログラムまたはチャンネルに関連付けて提示されるならば、そのユーザ（ユーザオンラインプロフィールに基づく）をターゲットにしたTV広告を見るのがより多くなる。

【0059】

オンラインユーザプロフィールのいくつかの形式の情報は、このプロフィールと、上述した例を含むターゲットTV広告を配信するためのTVプログラムまたはチャンネルとの間の関係を識別するために考慮することができる。すでに述べたように、TVプログラムを選択し、またはオンラインユーザプロフィールをTVプログラムに関連付けるのに用いられるオンラインユーザプロフィールからの情報は、人口統計学的、行動的（即ち、観察したオンライン活動に基づいて）、ユーザによってまたはユーザ回りに宣言された、またはプロフィール情報の2つ以上の形式の組合せとすることができる。

【0060】

オンラインユーザプロフィール及びTVプログラムまたはチャンネルの間の関係の特別の例は、プロフィールに含まれる情報に基づいて識別されるが、以下のものに限定されない。：

(1) 旅行プログラムまたは旅行チャンネルの間の関係及び訪問したオンライン旅行サイトを有するユーザの履歴を含むオンラインユーザプロフィールを識別する。

(2) ユーザがオンラインで購入した、スポーツイベントに対するチケットに関する情報を、オンラインユーザプロフィールが含む場合に、スポーツプログラム、TVのスポーツイベント、またはスポーツチャンネルを選択する。

(3) ユーザが（オンラインで）購入したまたは音楽をダウンロードしたことをオンラインユーザプロフィールが示す場合に、音楽プログラム、TVのコンサート、または音楽チャンネル（多分、特定分野）を選択する。

(4) オンラインのブライダル登録のための登録情報、または結婚式に関連したオンラインサイトまたはその内容に関する情報を含む、オンラインユーザプロフィールに結婚式に関するTVプログラムを関連付ける。

(5) オンラインユーザプロフィールが、オンライン証券会社のための登録情報、オンラインフィナンシャルニュースを見ることの履歴、または個人銘柄の有価証券のページに対するオンラインアクセスに関する情報を含む場合に、フィナンシャルニュースのプログラムまたはチャンネルを選択する。

(6) オンラインユーザプロフィールが、家庭への販売のためのオンラインサーチ情報を含む場合に、不動産のプログラムまたはチャンネルを選択する。

(7) オンラインユーザプロフィールが、新聞のオンライン編集のための定期購読情報、または新聞の内容をオンラインで見ることの履歴を含む場合に、TVニュースのプログラムまたはチャンネルを選択する。

(8) 健康問題に焦点を当てるTVプログラムと、オンラインによる健康関連内容のユーザの視聴を示す情報を含むオンラインユーザプロフィールとの関係を識別する。

【0061】

(9) オンラインユーザプロフィール内の情報は、ユーザが28歳の男性であることを示している場合に、スポーツプログラムを選択する。

(10) オンラインユーザプロフィール内の情報は、ユーザが33歳の主婦であることを示している場合に、昼メロを選択する。

(11) ユーザが70歳以上であることを示すオンラインユーザプロフィールに対して、古典の、白黒映画を関連付ける。

(12) オンラインユーザプロフィールに、ソーシャルネットワークのオンラインサイトにおけるユーザの趣味として「乗馬」がリストされていると指示している場合に、馬または

10

20

30

40

50

他の動物に焦点を当てるTVプログラムを選択する。

(13) ユーザがスクエアダンスのためのオンラインフォーラムの登録会員であることを示すオンラインユーザプロフィールに、カントリー音楽のプログラムを関連付ける。

【0062】

最初の8つの例において、TVプログラムは、オンラインユーザプロフィールからの行動情報に基づいて関連しまたは選択される。：次の3つの例では、TVプログラムは、オンラインユーザプロフィールからの人口統計学情報に基づいて関連しまたは選択される。最後の2つの例では、TVプログラムは、ユーザの興味が宣言されたオンラインに基づいて関連しまたは選択される。

【0063】

ここに与えられた例は、特別のカットオフというよりむしろ種々のクラスの属性、または特性において、関連形式の例を再度示すことを意図している。たとえば、年齢は、任意に選択され、また異なる特定の年齢または年齢範囲に変えることができ、さらに、興味及びホビーの例は、任意的であり、考慮する中心に位置するものではない。同じことは、他の場所で与えられる例においても正しい。

【0064】

オンラインユーザプロフィールにおける情報は、どんなものであれ使用され、この情報は、オンラインプロフィールと、ユーザに対するターゲットTV広告を提示するのに適当な特定のTVプログラムまたはチャンネルの間の関係を識別するのに用いることができる。

図3Aの流れ図は、このような処理の一例を概略示すもので、ステップの順序は、例示的なものであり、必要または望むならば変えることができる。

【0065】

ターゲットTV広告とTVショーの両方は、オンラインユーザプロフィール内の情報に基づいて選択され、かつこのオンラインプロフィールに関連付けられるセットトップボックスを介して提示される。この処理の例示的変形例は、図3Bに示されている。セットトップボックスを介して見られるTVプログラムと、セットトップボックスに関連したオンラインユーザプロフィールとの間の関係が識別される。オンラインユーザプロフィールにおける情報に基づいて、関連したTVプログラムの提示に関連して、ターゲットTV広告は選択されかつセットトップボックスを介して提示される。

いずれの場合も(また、他の例において)、ターゲットTV広告は、オンラインユーザプロフィールに基づいて選択され、または他の場合に関連付けられた、TVプログラムまたはチャンネルの提示(ユーザのセットトップボックスを介して)に関連して自動的に提示することができる。

【0066】

例示の実施形態において、ユーザのセットトップボックスを介して視聴されるTVプログラム(ケーブル、IPTV、VOD、インターネットベースのソース、または他の適当なソースを介して、放送、ユニキャスト、または録音再生中に)は、モニターされ、そして、図3Aに示されるように、選択されたプログラムが、(即ち、セットトップボックスに関連したオンラインファイルに基づいて)認識される。

このようなモニタリングは、セットトップボックスによってローカルに処理され、セットトップボックスがその活動を報告するサーバによって遠隔処理され、さらに、TVプログラムをセットトップボックスに配信するサーバによって遠隔処理され、または、他の適当な装置によって遠隔処理される。

【0067】

こうして、プログラムが一旦認識されると、前もってまたは実時間のいずれかで選択されたターゲットTV広告は、このプログラムを配信するサーバによって、セットトップボックスによって、またはその目的のために構成されかつ接続された別のサーバによって、認識され、選択されたTVプログラムの中に挿入される。

【0068】

図3Bに示すように、別の例示的な実施形態において、セットトップボックスを介して

10

20

30

40

50

見られる、1つ、数個、多数、または全てのTVプログラムの各々と、多数のオンラインプロフィール内の各プログラムの性質及び情報に基づいた、セットトップボックスに関連した多数のオンラインユーザプロフィールの対応する1つとの間の関係が識別される。各オンラインプロフィール内の情報に基づいて選択されたターゲットTV広告は、対応するプロフィールと適合する(即ち、関連する)各TVプログラムと関連して提示することができる。

【0069】

目標とされた広告を選択するのに用いられるオンラインユーザプロフィールからの情報は、如何なる補正も行うことができ、或いは必要とせず、またはTVプログラム(同一ユーザのオンラインプロフィールから発生するものは別として)に関連しているオンラインユーザプロフィールからの情報と結合することができる。

10

【0070】

さらに、広告の選択及びプログラムの関係は、同一形式のプロフィール情報(たとえば、両方とも人口統計学的、両方とも行動的、両方とも公表された)に基づくことができ、または異なるタイプ(たとえば、一方は人口統計学的、他方は行動的)のオンラインユーザプロフィール情報に基づくことができる。広告選択及びプログラム関係が互いに相関性がある例において、プログラム関係及び広告選択の両方に対して、野球グッズのためのTV広告を提示するために、スポーツハイライトプログラムを選択することができる。そして、プログラム関係及び広告選択は、野球の殿堂のためのユーザの早期オンラインサーチに基づいている。

20

広告選択及びプログラム関係が結合されない(同一プロフィールから生じることを除く)例において、料理ショーが、レシピのためのユーザの早期オンラインサーチに関連して識別され、また、年収80,000ドル以上の収入を有する40歳の主婦であるユーザに基づいて選択された化粧品のための広告が、関連した料理ショーに対して提供される。

【0071】

1つの例では、第1のユーザが、オンラインによる車両保険をサーチし、また、対応するオンラインユーザプロフィールにおいて、このユーザは、年間18,000ドルが必要な大学にいる23歳の男性であることを示す。例示の方法は、車両保険(第1ユーザのセットトップボックスのオンライン行動に基づいて選択される)のためのTV広告の第1ユーザのセットトップボックスを介して、(第1ユーザの人口統計学的情報に基づいて選択される)MTVの「ザ リアル ワールド(The Real World)」の放映中に、提示することができる。

30

【0072】

同一の例示方法の下で、23歳の男性である第2のユーザは、年間に18,000ドルが必要な大学に在籍し、オンライン旅行サイトで特定の旅行地のために検索する人が、旅行先のフライト、または(第1ユーザのオンライン行動とは異なる第2ユーザのオンライン行動に基づいて選択される)目的地にあるホテルの売り込みのためのTV広告を受け入れることができる。このオンライン行動は、(第1ユーザの人口統計学的情報に適合するように発生する、第2ユーザの人口統計学的情報に基づいて選択される)「ザ リアル ワールド」の放映中に第2ユーザのセットトップボックスを介して提示される。

40

【0073】

別の例において、第1ユーザが、80年代のロックバンドを集めたコンサートのチケットをオンライン検索し、そして、対応するオンラインユーザプロフィールは、このユーザが、博士号を有し、年間170,000ドルを稼ぐ45歳の男性であることを示す。

例示の方法は、(第1ユーザの人口統計学的情報に関連して識別される)「ディスカバリーチャンネル」または「BBCアメリカ」のTVプログラムの放映中に、(第1ユーザのオンライン行動に基づいて選択される)特定分野の音楽編集のためのTV広告の第1ユーザのセットトップボックスを介して提示することができる。

【0074】

第2ユーザが同一のコンサートチケットをオンライン検索する場合は生じた場合、対応

50

する第2のオンラインユーザプロファイルは、第2ユーザが、準学士で年間収入が32,000ドルを有する37歳の女性であることを示す。

同一の例示的な方法の下で、(第2ユーザのオンライン行動に基づいて選択され、この点において、第1ユーザのオンライン行動に適合するように起こる)音楽編集のための同一のTV広告を、第2ユーザのセットトップボックスを介して示される「サーバイバー(Survivor)」(第2ユーザの異なる人口統計学的情報に関連して識別される)の放映中に提示することができる。

【0075】

別の例では、第1ユーザが自動車のためにオンライン検索し、そして、(必ずしも同一のオンラインセッション中ではないが)オンラインの本屋からのいくつかのミステリー小説を購入する。同一の家庭(または他の共通の場所)において、第2ユーザが、(多分、第1ユーザの検索とは異なる時間において)医療情報サイトを検索し、また、(第1ユーザが医療情報サイトを検索するとき、必ずしも同一のオンラインセッション中である必要はないが)市民戦争の戦場に関する1つ以上のオンラインサイトを検索する。

【0076】

これらの二人のユーザは、異なるコンピュータの使用を介して、または同一コンピュータにおける異なるユーザアカウントまたはユーザIDの使用を介して、ユーザプロファイルを明確にする。単一の家庭内(または他の単一の場所)の二人のユーザが、共通のオンラインアクセスIPアドレスまたは他の同様なオンラインアクセス識別情報(たとえば、コンピュータ、モデム、またはルータ)を共有する場合、それにもかかわらず、彼らのプロファイルは、異なるプロファイル識別情報(たとえば、異なるブラウザクッキー、その1つが各プロファイルに関連する。)によって明確にかつ区別することができる。

二人のユーザが異なるオンラインアクセス識別情報(たとえば、異なるIPアドレス、またはIPv6実装におけるその部分)を有する場合に、それぞれのプロファイルは、異なるプロファイル識別情報または異なるオンラインアクセス識別情報によって区別することができる。

【0077】

(セットトップボックス識別情報に両方が関連している)それらの明確なプロファイルに基づいて、1つの例示的な方法により、以下の提示を生じさせることができる。

(a)セットトップボックスを介して、CSIの放映または他の同様な犯罪ドラマ(第1ユーザのオンラインプロファイルに基づいて両方が選択される)の再生中に、自動車のTV広告を提示、

(b)同一のセットトップボックス(またはオンラインユーザプロファイルに関連し、そのユーザに共通の場所に置かれた、異なるセットトップボックス)を介して、「歴史チャンネル」プログラム(第2ユーザのオンラインプロファイルに基づいて両方が選択される)の再生中に、健康保険のためのTV広告を提示、

【0078】

別の例において、セットトップボックスに関連した一つのオンラインユーザプロファイルが、47歳の女性に対応する。この女性は、(1)ニューヨークタイムズのオンラインサイトを定期的に訪問し、そして、毎日クロスワードを行う。(2)オンラインで靴を購入し、そして(3)ヨガのためにオンライン討論グループに参加している。

同一の家庭にいる第2オンラインユーザプロファイルは、19歳の男性に対応する。この男性は、(4)オンラインビデオゲームサイトに定期的に訪問し、そして(5)ヘビーメタルバンドのオンラインファンクラブに参加している。

【0079】

この家庭内のセットトップボックス(及び両方のオンラインプロファイルに関連した)が、「ジェバディ」等で示されたゲームの視聴を検出する場合、ターゲットTV広告は、靴のため、またはヨガクラスのために提示される。その理由は、「ジェバディ」に関連し、かつこのTV広告が第1のオンラインユーザプロファイル内の情報に基づいて選択されるからである。このセットトップボックスが、MTVの音楽ビデオの視聴を検出する場合

10

20

30

40

50

、他方で、ターゲットTV広告が、コンピュータ設備またはビデオゲームソフトウェアを提示する。その理由は、MTVチャンネルは、第2のオンラインユーザプロファイル内の情報に関連し、かつ異なる広告は、この情報に基づいて選択されるからである。

【0080】

TVプログラムとオンラインユーザプロファイルの関係における識別は、各TVプログラムが視聴される実時間に行われ、またはこの時間の前に行われる。この時間前に行われる場合、このようなマッチング（即ち、関係の識別情報）は、セットトップボックスに関連した各プロファイル間で行われる。そして、(a)TVチャンネル内の全てのプログラムは、ユーザが加入したTVサービス内に含まれるか、または(b)これらのプログラムのみが、（このような好ましい時間にわたり記録された履歴、または所望の時間間隔でリフレッシュされる履歴を有する）セットトップボックスを介して前に視聴されたプログラムの履歴に基づいて選択される。

10

【0081】

TVプログラムとオンラインユーザプロファイルのマッチングは、セットトップボックスによってローカルに実行され、またはその目的のために構成されかつ接続された遠隔サーバ（多分、セットトップボックスにTVプログラムまたはTV広告を配信するサーバ）によって実行することができる。

TVプログラムとオンラインユーザプロファイルのマッチングに関連する情報は、セットトップボックスにローカルに保存され、またはその目的のために構成されかつ接続された遠隔サーバ（多分、セットトップボックスにTVプログラムまたはTV広告を配信するサーバ）に保存することができる。

20

【0082】

視聴されるすべてのプログラムは、セットトップボックスに関連したオンラインユーザプロファイルに、または十分にマッチングされたオンラインプロファイルが、セットトップボックスに関連するそれらのプログラムだけにマッチングさせることができる。

マッチングされたプログラムの各々は、与えられたセットトップボックスに関連した単一のオンラインユーザプロファイルだけにマッチングさせることができ、またはそのセットトップボックスに関連した十分にマッチングされたプロファイルにマッチングさせることができる。TVプログラム及びオンラインユーザプロファイルが十分によくマッチングされるとき、いくつかの適切な定量的なまたは定性的な基準を用いることができる。

30

【0083】

1つの例示的な実施形態において、TVプログラムは、オンラインプロファイルにおける（もしあれば）共通の変数に従うオンラインプロファイルに対する所定のTVプログラムと、TVプログラム特性またはTVプログラムの視聴者の平均的特性の何れかと、より良いマッチングを可能にするために、人口を見るプログラムの平均的な特性（たとえば、人口統計学的、趣味、または興味）と同様な、それらの特性（たとえば、そのテーマ、キーワード、またはカテゴリー）を識別するために分析することができる。

【0084】

たとえば、プロレスを好む（プロレス競技に関する知らせをオンラインでしばしば読むことに基づいて識別された）70歳の女性が、ユーザであると識別されるオンラインプロファイルを想像しよう。TVレスリングプログラムは、主として、18～34歳の男性、また25～40歳の幾人かの女性の平均的な人口統計学的年齢を有している。このレスリングプログラムの平均的な人口統計学的年齢は、オンラインユーザプロファイルの個人の人口統計学とは一致しないという事実にかかわらず、レスリングプログラムの主な話題（即ち、レスリング）のマッチングは、この実施において、第1ユーザの興味（即ち、またレスリング）が、コンピュータの使用者（即ち、70歳の女性）に対してターゲットTV広告の配信のためのTVレスリングプログラムを選択することで十分である。

40

【0085】

拡張された例示的な実施形態では、TVプログラムは、このプログラムに含まれる1つまたはいくつかの話題に基づくばかりではなく、そのプログラムを構成する個々のシーン

50

またはセグメントに基づいている。

このようなブレイクダウンは、オンラインプロフィールに基づく正しいTV視聴者を認識することを増加させ、広告が、時間中またはその時間後に提示される場合、特定のシーンまたはセグメントがTV画面に表示される。たとえば、スーパーボウルの30分間ショーは、ゲームの第1クォータのときよりも異なる形式の視聴者を引きずり込むかも知れない。このゲームは、次に、そのゲームの第4クォータのときよりも異なるタイプの視聴者を引きずり込むかも知れない。

このパラグラフにおいて記載された拡張した実施形態では、STBに関連したオンラインユーザプロフィールのマッチングレベル及びTVプログラムの異なるシーンまたはセグメントの特性及びTVプログラムの異なるシーンまたはセグメントに基づいて与えられたTVプログラムの異なるシーンまたはセグメントの中でTV広告の異なる選択を可能にする。

【0086】

前述の例示で示すように、オンラインユーザプロフィールにおける情報に基づいて的を絞った提示のために選択されたTV広告は、プロフィール情報に直接的に関連、または関連しない。異なる場合において、このプロフィールと選択された広告との間の関係は、直接的（たとえば、特定のコンサートチケットのためのオンライン検索して、そのコンサートのためのターゲットTV広告を得ること）であり、間接的（たとえば、ディズニーサイトでのオンライン閲覧して、アナハイムホテルのためのターゲットTV広告を得ること）であり、一般的に行動的（たとえば、ハンチングサイトでオンライン閲覧して、ピアのためのターゲットTV広告を得ること）または厳密に人口統計学的（たとえば、50歳の女性が、皺取りクリームのためのターゲットTV広告を得ること）である。同様に、プロフィール及びTVプログラムまたはチャンネルの間で識別される関係は、直接的（たとえば、ディズニーサイトでのオンライン閲覧して、ディズニープログラムまたはディズニーチャンネル中のターゲットTV広告を得ること）であり、間接的（たとえば、特定のコンサートチケットのためのオンライン探索して、同一分野の音楽プログラム中にターゲットTV広告を得ること）であり、一般的に行動的（たとえば、駆動ツールのためのオンラインショッピング、NASCARテレビ放送中にターゲット広告を得ること）であり、または厳密的に人口統計学的（たとえば、25歳の女性が、「グリモア ガールズ」の放映中にターゲットTV広告を得ること）である。

【0087】

開示されたシステム及び方法は、また、直感に反して考慮されるターゲットTV広告を配信するための機会を提供する。たとえば、プロレスイベントのためのチケットを得るためにオンライン検索する、70歳のリタイヤしたコンサートピアニストが、彼女のセットトップボックスを介して示された「WWE Raw」のエピソード中、クラシック音楽の演奏または録音のための広告が提示されること、一般的に利用されまたはより伝統的な広告モデルを用いて考慮される広告の機会が提供される。

【0088】

前述の例は、より一般的な広告モデルから出発していることを示す。図6Aに概略示すように、広告の従来マニュアル選択は、一般的にTV広告が意図されるTV広告及び視聴者の人口の平均的な人口統計学的プロフィールから始まる。TVプログラムは、プログラムを見る視聴者の人口の平均的な人口統計学的プロフィールに基づくTV広告を提示するために選択される。

【0089】

代わりに、図6Bに概略示すように、広告の従来マニュアル選択は、TVプログラム及びそのプログラムの視聴者の平均的な人口統計学的プロフィールから始まる、いくつかの例であろう。TV広告は、TV広告が意図される視聴者の人口の平均的な人口統計学的プロフィールに基づくプログラムを提示するために選択される。いずれの場合も、人工統計学的情報（即ち、平均的な人口統計学的プロフィール）は、視聴者の人口に対して適用され、また、TV広告と、その広告が提示されるTVプログラムとの間の中間リンクとし

てのみ役立つ。

【0090】

明確な対照において、ここに開示された例は、(a)個人のユーザ/視聴者のオンラインプロフィール、及び(b)TVプログラム及びオンラインプロフィールの間の関係の識別、この識別に関係するTVプログラムは、個人のユーザ(図7に概略的に示す)のプロファイルに関連したSTBを介して与えられた時間において見るということが知られている。

ターゲットTV広告は、オンラインプロフィールに基づいて選択され、そして、関連したSTBを介して(そのプロフィールに関係している)TVプログラムで提供される。図7において、二重頭の矢印で示すように、オンラインプロフィールまたはTVプログラムのいずれも、オンラインプロフィールにおける情報に基づく関係を識別するために捜すとき、開始点として役立つことができる。

10

【0091】

オンラインユーザプロフィールに関係する、TVプログラムまたはチャンネルに関連するターゲットTV広告の提供は、種々の方法で達成することができる。1つの例は、ターゲットTV広告104は、関係したTVプログラム102(図4A)と一時的にインターリーブされた状態で示すことができる。または、TVプログラム102(図4B及び図4C)の直前または直後、または、TV画面99(たとえば、図5A、図5Bにおけるように重なり合い、または図5C~図5Eのように並列配置)上で、関係したTVプログラム102と空間的に結合した状態で示される。関係したTVプログラム102は、他の一時的にインターリーブされ、または空間的に結合された広告(図示略)を含んでもよい、または含まなくてもよい。

20

【0092】

選択されたTV広告は、関係したプログラムに先立つ直前のTVプログラムの後半部分の間、または関係したプログラムの直後に続くTVプログラムの前半部分の間に提示することができる。これらの例では、ターゲットTV広告は、関係したTVプログラムの放映の直前、間、または直後、または関係したTVプログラムの遅延した提示(たとえば、レコーディング及びDVRを用いて後で見ることににより、またはビデオ・オンデマンド・システムを介して)の直前、間、または直後に提示することができる。

【0093】

広告サーバが、オンラインユーザプロフィールに(そのように選択され、または関係したプログラムに反して)関係した、またはこのプロフィールに基づいて選択されたTVチャンネルに関連する、ターゲットTV広告を提供するように選択する場合、そのとき、ターゲットTV広告は、上記に記載されるいずれの方法において、(a)選択されたまたは関係したチャンネルに示されたプログラムの放映中、(b)そのチャンネル上のあるプログラムのみの、異なる実施形態に従って示される。

30

【0094】

オンラインプロフィールに基づいて始めに選択され、またはそれ以外に関係したTVプログラムに関連する選択されたTV広告を提供する別の例において、TVプログラムは、オンラインプロフィールと他の、異なるTVプログラムとの間の関係を識別するための「アンカー」または開始点として用いることができる。たとえば、これは、選択されたまたは別の方法で関係したプログラムの提供中、セットトップボックスを介してTV視聴行動をモニターすることによってなされる。例示的な実施形態では、セットトップボックスを介して最初に選択されたプログラムの提供中、第1のTVプログラム及び異なる第2のTVプログラムの間で繰り返し切り替わるチャンネルが検出される。オンラインプロフィールと第2プログラムとの間の関係は、第1のTVプログラム中の観察されたチャンネル切換え行動に基づいて識別される。そして、オンラインプロフィールに基づいて選択されたターゲット広告は、第2のTVプログラムで提供される。

40

【0095】

別の例示的な実施形態では、異なる第2のTVプログラムのためのエントリーを視聴するために、第1のTVプログラム中のオンラインプログラムガイド(多分繰り返された)

50

の相談が検出され、また、オンラインプロフィール及び第2のTVプログラム間の関係が、その基準において識別され、そして、オンラインプロフィールに基づいて選択されたターゲット広告が、第2のTVプログラムで提供される。

【0096】

これらの実例の何れかにおいて、第2のTVプログラムへの興味が第1のTVプログラムへの興味で示される同一ユーザのオンラインプロフィールによって示されることの可能性が増加するために、第2のTVプログラムの特性及び第2のTVプログラムの視聴者の平均的な特性が、十分なマッチングで識別するオンラインプロフィールで比較され得る。オンラインプロフィールに関係した第1のTVプログラムの他の例は、関係した第1のTVプログラム中の観察したTV視聴行動に基づいた、別のプログラム及びオンラインプロ

10

【0097】

上述した例は、いろいろあるけれども、開示したシステム及び方法のわずかな例を記載している。また、特別に論じた種々の実施形態は、広い範疇に入るものであり、この中に含まれるターゲットTV広告は、(a)オンラインユーザプロフィールにおける行動的、人口統計学的、または公表の情報に基づいて選択される。(b)オンラインユーザの、行動的、人口統計学的、または公表の情報に基づいて関係しまたは選択された、TVプログラムまたはTVチャンネルに関連して提示される。数え切れない例、ケース、及び変形例が、実施形態のこのように広く開示されたクラスの範囲内に存在する。

【0098】

20

開示された幾つの実施例において、ここに必要なステップの各々は、単一の事業者（プロフィールプロバイダ等）または多数の異なる（または単一の事業者によって制御されたコンピュータシステムによって、または異なる事業者によってそれぞれ制御された多数のコンピュータシステムによって、等価化的に）事業者の共同によって実行される。

たとえば、各プログラムを選択するのに用いられるオンラインユーザプロフィール情報は、1つの事業者によって制御されたオンラインサイトによって制御され、一方、ターゲット広告を選択するのに用いられるオンラインユーザプロフィール情報は、別の事業者によって制御された広告サーバによって制御することができる。

【0099】

他の特定の例は、以下のことを含むが、これらに限定されるものではない。(a)単一の事業者は、オンラインユーザプロフィールの少なくとも一部を提供し、オンラインユーザプロフィールに基づくターゲットTV広告を選択し、このオンラインユーザプロフィールに基づくTVプログラムを選択し、そして、選択されたプログラムに関連した選択された広告の提示を行うことができる。(b)第1事業者は、第2事業者によって与えられたオンラインユーザプロフィール情報に基づくターゲットTV広告を選択し、第3事業者によって与えられたオンラインユーザプロフィール情報に基づくTVプログラムを選択し、そして、選択されたプログラムに関連した選択された広告の提示を行うことができる。(c)第1事業者は、オンラインユーザプロフィールに基づくターゲットTV広告を選択することができ、第2事業者は、オンラインユーザプロフィールに基づくTVプログラムを選択し、そして、選択されたプログラムに関連して選択された広告の提示を行うことができる。(d)第1事業者は、オンラインユーザプロフィールに基づくターゲットTV広告を選択し、第2事業者は、オンラインユーザプロフィールに基づくTVプログラムを選択し、TVプロバイダに選択された広告及び選択されたプログラムを伝送するように手配し、そして、TVプロバイダは、選択されたプログラムに関連した選択された広告の提示を行うことができる。数え切れない他のシナリオを実施することができる。

30

40

【0100】

上記例示の例は、ターゲットTV広告の配信を含んでいる。これらのTV広告は、広範囲のソース源または事業者によって提供することができる。上述の参照し、ここに包含された米国特許出願11/736,544号、及び11/968,117号は、ターゲットTV広告のための種々のソース源の例を開示する。

50

【0101】

ここで開示された実施形態において、収益は、広くて種々の方法において包含される事業者の間で発生しかつ分配される。上記参照した、いくつかの例は、参考としてここに包含されている米国特許出願 11/736,544号、及び 11/968,117号に開示されている。この特許出願の種々の例は、テレビ広告の目標とすることができる、プロフィールプロバイダを補償する特徴を含んでいる。

【0102】

本明細書に開示されたシステム及び方法は、汎用または専用のコンピュータまたはソフトウェアによってプログラムされる他のプログラム可能なハードウェアデバイス、または、電気配線によって「プログラム」されるハードウェアまたは設備、または、これらの組合せによって実装することができる。コンピュータプログラムまたは他のソフトウェアは、それが使用される場合、マイクロコード、オブジェクト指向型コード、または、ウェブ技術に基づくまたは分散型の複数のソフトウェアモジュールの組合せによってプログラミングされることによって、一時的または恒久的なストレージ、または、交換可能な媒体、RAM、ROM、CD-ROM、DVD-ROM、ハードドライブ、サムドライブ、フラッシュメモリ、光媒体、磁気媒体、半導体媒体、または、今後開発される任意のストレージに実装される。

10

【0103】

開示された例示的な実施形態及び方法の均等物は、本明細書の開示及び/または添付請求項の範囲に含まれるものである。開示された例示的な実施形態及び方法、及びその均等物は、本明細書の開示または添付請求項の範囲から逸脱することなく、変更可能である。

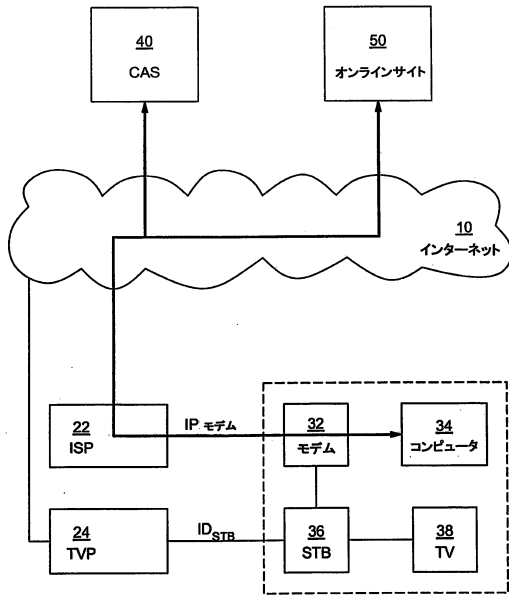
20

【0104】

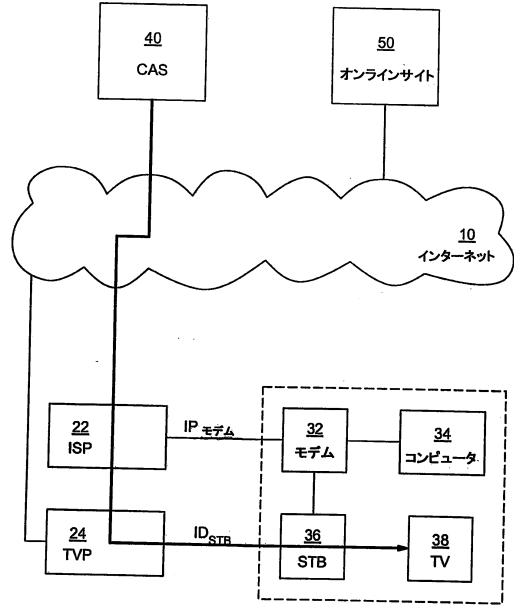
本明細書における開示及び添付請求項において、用語「または(or)」は、包含的な意味で用いられる。例えば、「犬または猫」は、「犬、猫、または両方」を意味する。例えば、「犬、猫、または鼠」は、「犬、猫、鼠、任意の2匹、または3匹全て」を意味する。例外は、(i)明示的に記載されている場合、または、(ii)特定の文脈において、選択肢のうち2つ以上が互いに排他的であり、「または(or)」が、互いに排他的でない選択肢を含む組合せのみを包含する場合である。(i)の場合の例として、「~のいずれか一方(either...or)」、「~のうちのみ(only one of...)」、または同様の言い回しがあげられる。本明細書における開示または添付請求項において、用語「含む(comprising)」、「含む(including)」、「有する(having)」、及びこれらの用語から派生する用語は、非限定的な意味で用いられるものであり、これらの用語の前に「少なくとも(at least)」を付加した場合と同じ意味を有するものである。

30

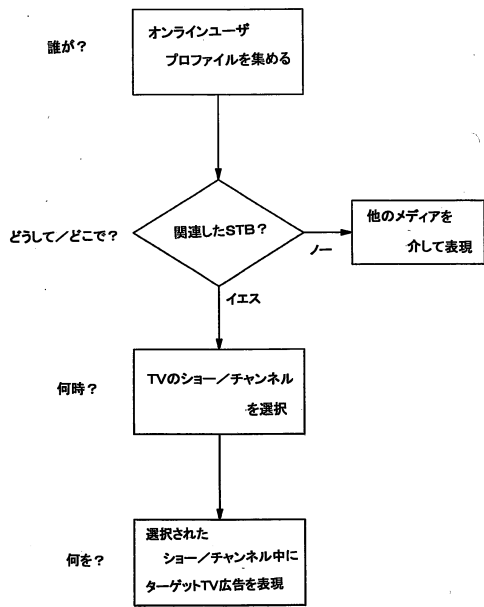
【図1】



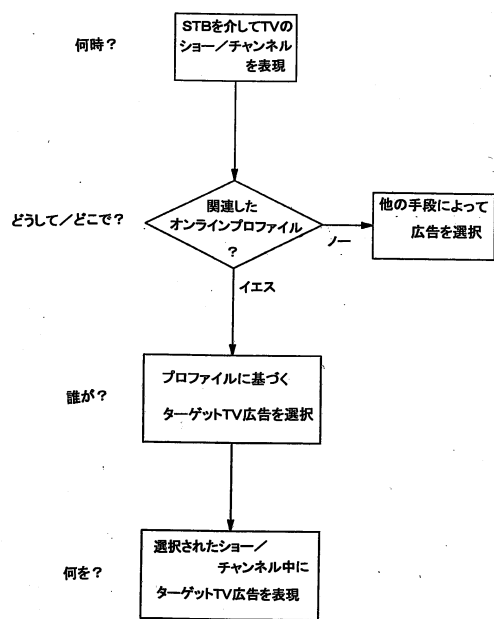
【図2】



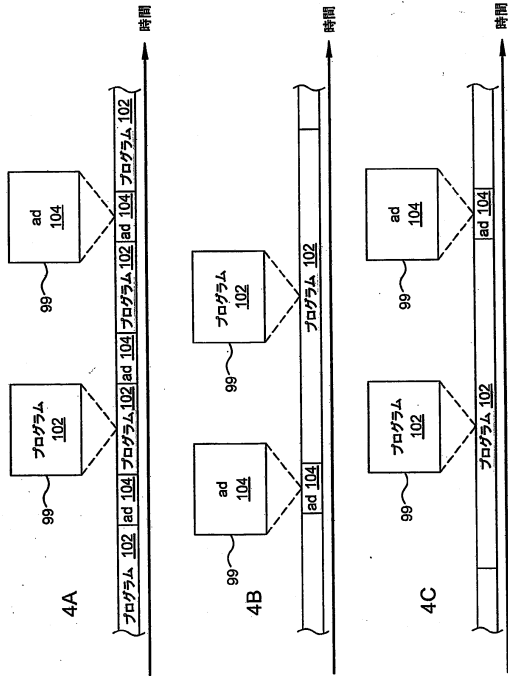
【図3A】



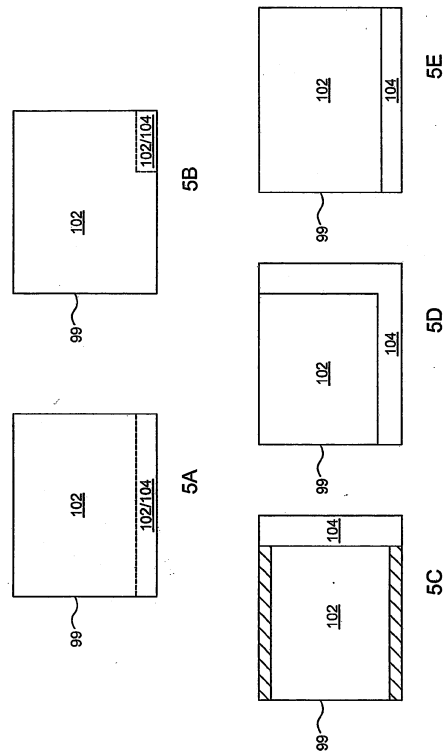
【図3B】



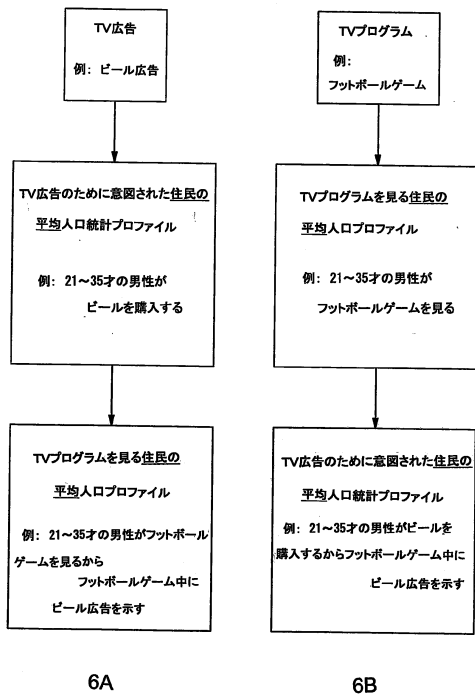
【 図 4 】



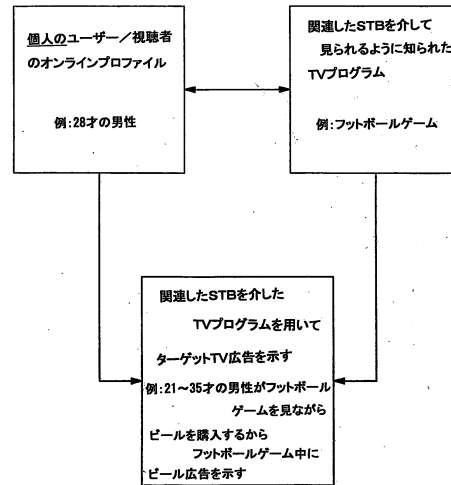
【 図 5 】



【 図 6 】



【 図 7 】



フロントページの続き

(74)代理人 100131266

弁理士 高 昌宏

(72)発明者 シュケディ ロイ

アメリカ合衆国 10012 ニューヨーク ニューヨーク スイート 302 スプリング ス
トリート 134

審査官 福西 章人

(56)参考文献 特開2008-125022(JP,A)

特開2006-324763(JP,A)

特開2005-311810(JP,A)

特表2004-507990(JP,A)

特開2004-320754(JP,A)

特開2002-366472(JP,A)

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)

H04N 21/00 - 21/858

H04N 5/38 - 5/46

H04H 60/00 - 60/98

G06F 13/00