

(19)日本国特許庁(JP)

(12)特許公報(B2)

(11)特許番号
特許第7180905号
(P7180905)

(45)発行日 令和4年11月30日(2022.11.30)

(24)登録日 令和4年11月21日(2022.11.21)

(51)国際特許分類

F I

H 0 4 N 21/266 (2011.01)

H 0 4 N 21/266

G 0 6 Q 30/02 (2012.01)

G 0 6 Q 30/02 3 9 8

請求項の数 18 (全21頁)

(21)出願番号 特願2020-533050(P2020-533050)
 (86)(22)出願日 平成30年11月20日(2018.11.20)
 (65)公表番号 特表2021-508192(P2021-508192 A)
 (43)公表日 令和3年2月25日(2021.2.25)
 (86)国際出願番号 PCT/KR2018/014243
 (87)国際公開番号 WO2019/124763
 (87)国際公開日 令和1年6月27日(2019.6.27)
 審査請求日 令和3年6月3日(2021.6.3)
 (31)優先権主張番号 10-2017-0176673
 (32)優先日 平成29年12月21日(2017.12.21)
 (33)優先権主張国・地域又は機関 韓国(KR)

(73)特許権者 520202315
 エニーポイント メディア 株式会社
 大韓民国 0 8 5 8 9 ソウル, ゲウムチ
 ェーグ, デジタルーロ 1 3 0 (ガサ
 ンードン, ナムサンプラザ, 1 5 エフ)
 ANYPOINT MEDIA CO.,
 LTD.
 (74)代理人 100166372
 弁理士 山内 博明
 (74)代理人 100115451
 弁理士 山田 武史
 (72)発明者 バク ウォンジャン
 大韓民国 1 3 5 2 3 京畿道城南市盆唐
 区板橋路430, 107棟402号(二
 梅洞 アルムマウル)

最終頁に続く

(54)【発明の名称】 個人向けホームショッピング放送システム

(57)【特許請求の範囲】

【請求項1】

一つ以上のプロセッサと、一つ以上のメモリと、前記一つ以上のメモリに保存され、前記一つ以上のプロセッサにより実行されるよう構成される一つ以上のプログラムとを有し、前記一つ以上のプログラムは、

ホームショッピングチャンネルを受信して提供する第1受信機～第n受信機（但し、nは2以上の自然数）から受信した前記ホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を基に、予め指定された第1商品分類～第k商品分類（但し、kは2以上の自然数）を有する商品分類基準の中から、前記第1受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第n受信機に対する商品分類グループを各々抽出する第1インストラクションと、

放送編成表に従って、予め指定された時間帯域に前記ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な基本商品に対する基本コンテンツを指定する第2インストラクションと、

複数のコンテンツのうち、前記予め指定された時間帯域に前記ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な第1商品に対する第1個人向けコンテンツを動的に選択しつつ、前記第1受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第n受信機に対する商品分類グループの中から、前記基本商品の商品分類および前記第1商品の商品分類の少なくとも一つを有する商品分類グループの個数が最大になるように、前記第1個人向けコンテンツを動的に選択する第3インストラクションと、

を有する個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項2】

前記一つ以上のプログラムは、

前記基本コンテンツおよび前記第 1 個人向けコンテンツを全て前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ伝送する第 1 伝送モード、前記第 1 受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループを基に前記基本コンテンツおよび前記第 1 個人向けコンテンツのうち、前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ各々伝送するコンテンツを選択して、前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ各々伝送する第 2 伝送モード、および前記第 1 受信機～前記第 n 受信機の少なくとも一つの受信機からの要請に従って、前記基本コンテンツおよび前記第 1 個人向けコンテンツのいずれか一つを前記少なくとも一つの受信機へ伝送する第 3 伝送モードのいずれか一つを行う第 4 インストラクション

をさらに有する請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

10

【請求項 3】

前記第 2 伝送モードは、

前記第 1 受信機～前記第 n 受信機のうち第 i 受信機（但し、i は 1 以上、n 以下の自然数）に対する商品分類グループが前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類を含めば、前記第 1 個人向けコンテンツを前記第 i 受信機へ伝送し、その他の場合、前記基本コンテンツを前記第 i 受信機へ伝送する請求項 2 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項 4】

前記基本商品と前記第 1 商品は、前記第 1 商品分類～前記第 k 商品分類のうち互いに異なる商品分類基準に属する請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

20

【請求項 5】

前記一つ以上のプログラムは、

前記予め指定された時間帯域に前記ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な第 2 商品に対する第 2 個人向けコンテンツ、乃至第 m 商品に対する第 m 個人向けコンテンツ（但し、m は 2 以上の自然数）を動的に選択しつつ、前記第 1 受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループの中から、前記第 1 商品の商品分類、前記第 2 商品の商品分類～前記第 m 商品に対する商品分類および前記基本商品の商品分類の少なくとも一つを有する個数が最大になるように、前記第 2 個人向けコンテンツ～前記第 m 個人向けコンテンツを動的に選択する第 5 インストラクション

をさらに有する請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

30

【請求項 6】

前記一つ以上のプログラムは、

前記第 1 個人向けコンテンツ、前記第 2 個人向けコンテンツ～前記第 m 個人向けコンテンツおよび前記基本コンテンツを全て前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ伝送する第 4 伝送モード、前記第 1 受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループを基に前記第 1 個人向けコンテンツ、前記第 2 個人向けコンテンツ～前記第 m 個人向けコンテンツおよび前記基本コンテンツのうち、前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ各々伝送するコンテンツを選択して、前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ各々伝送する第 5 伝送モード、および前記第 1 受信機～前記第 n 受信機の少なくとも一つの受信機からの要請に従って、前記第 1 個人向けコンテンツ、前記第 2 個人向けコンテンツ～前記第 m 個人向けコンテンツおよび前記基本コンテンツのいずれか一つを前記少なくとも一つの受信機へ伝送する第 6 伝送モードのいずれか一つを行う第 6 インストラクション

をさらに有する請求項 5 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

40

【請求項 7】

前記第 5 伝送モードは、

前記第 1 受信機～前記第 n 受信機のうち第 i 受信機（但し、i は 1 以上、n 以下の自然数）に対する商品分類グループが、

前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類を含めば、前記第 1 個人向けコンテンツを前記第 i 受信機へ伝送し、

前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類～第 p - 1 商品（但し、p

50

は2以上 m 以下の自然数)の商品分類を含まず、第 p 商品分類を含めば、第 p 個人向けコンテンツを前記第 i 受信機へ伝送し、

その他の場合、前記基本コンテンツを前記第 i 受信機へ伝送する請求項6に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項8】

前記基本商品と前記第1商品と前記第2商品～前記第 m 商品は、前記第1商品分類～前記第 k 商品分類のうち互いに異なる商品分類基準に属する請求項5に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項9】

前記視聴履歴は、前記第1受信機から受信された第1視聴履歴、乃至前記第 n 受信機から受信された第 n 視聴履歴を有し、

前記第1インストラクションは、

第 i 視聴履歴(但し、 i は1以上、 n 以下の自然数)を分析し、予め指定された期間中、前記第1商品分類に属する商品が前記第1受信機～前記第 n 受信機のうち第 i 受信機よりユーザ入力を基に前記ホームショッピングチャンネルが選択された時点から、前記ホームショッピングチャンネルを通じて第 i 受信機から第1閾値以上提供された第1基準回数、乃至前記第 k 商品分類に属する商品が前記第 i 受信機よりユーザ入力を基に前記ホームショッピングチャンネルが選択された時点から、前記ホームショッピングチャンネルを通じて前記第 i 受信機から前記第1閾値以上提供された第 k 基準回数を決定し、前記予め指定された期間中、前記第1商品分類に属する商品が前記第 i 受信機よりユーザ入力を基に前記ホームショッピングチャンネルが選択された時点から、前記ホームショッピングチャンネルを通じて前記第 i 受信機から前記第1閾値以上で第2閾値以下の時間の間提供された第1返送回数、乃至前記第 k 商品分類に属する商品が前記第 i 受信機よりユーザ入力を基に前記ホームショッピングチャンネルが選択された時点から、前記ホームショッピングチャンネルを通じて前記第 i 受信機から前記第1閾値以上で前記第2閾値以下の時間の間提供された第 k 返送回数を各々決定する第1サブインストラクションと、

前記第1返送回数対前記第1基準回数の割合である前記第1商品分類に対する第1返送率、乃至前記第 k 返送回数対前記第 k 基準回数の割合である前記第 k 商品分類に対する第 k 返送率を各々決定する第2サブインストラクションと、

前記第 i 視聴履歴を分析し、前記予め指定された期間中、前記第 i 受信機から前記ホームショッピングチャンネルを通じて前記第1商品分類に属する商品が提供された第1平均視聴時間、乃至前記予め指定された期間中、前記第 i 受信機から前記ホームショッピングチャンネルを通じて前記第 k 商品分類に属する商品が提供された第 k 平均視聴時間を各々算出する第3サブインストラクションと、

前記第1平均視聴時間および前記第1返送率を基に抽出された前記第1商品分類に対する関心指数、乃至前記第 k 平均視聴時間および前記第 k 返送率を基に抽出された前記第 k 商品分類に対する関心指数を予め指定された閾値と比較して、前記第1商品分類～前記第 k 商品分類のうち前記閾値以上の関心指数を持つ商品分類を前記第 i 受信機に対する商品分類グループに指定する第4サブインストラクションと、

を有する請求項1に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項10】

第 j 商品分類(但し、 j は1以上 k 以下の自然数)に対する関心指数は、

第1加重値と正規化された第 j 平均視聴時間を乗じた値から、第2加重値と正規化された第 j 返送率を乗じた値を減算したものである請求項9に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項11】

前記第1加重値と前記第2加重値は正数であり、前記第1加重値と前記第2加重値の合計は1である請求項10に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項12】

前記第3インストラクションは、

前記第 1 商品分類に対する平均売上額情報、乃至前記第 k 商品分類に対する平均売上額情報を基に、商品分類グループの個数が最大になるコンテンツが多数ある場合、前記第 1 受信機に対する予想売上額、乃至前記第 n 受信機に対する予想売上額の合計が最大になるように、前記第 1 個人向けコンテンツを選択する第 5 サブインストラクション

を有する請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項 1 3】

第 i 受信機（但し、i は 1 以上、n 以下の自然数）に対する予想売上額は、前記第 i 受信機に対する商品分類グループが前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類を含めば、前記第 1 商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、前記第 i 受信機に対する商品分類グループが前記第 1 商品の商品分類を含まなければ前記基本商品の商品分類に対する平均売上額に決定される請求項 1 2 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

10

【請求項 1 4】

前記第 5 インストラクションは、前記第 1 商品分類に対する平均売上額情報、乃至前記第 k 商品分類に対する平均売上額情報を基に、前記第 1 受信機に対する予想売上額、乃至前記第 n 受信機に対する予想売上額の合計が最大になるように、前記第 2 個人向けコンテンツ～前記第 m 個人向けコンテンツを選択する第 6 サブインストラクション

を有する請求項 5 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項 1 5】

第 i 受信機（但し、i は 1 以上、n 以下の自然数）に対する予想売上額は、

20

前記第 i 受信機に対する商品分類グループが前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類を含めば、前記第 1 商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、前記第 i 受信機に対する商品分類グループが前記基本商品の商品分類を含まず、前記第 1 商品の商品分類～第 p - 1 商品（但し、p は 2 以上 m 以下の自然数）の商品分類を含まず、第 p 商品分類を含めば、前記第 p 商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、その他の場合、前記基本商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、

前記第 1 受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループのうち、前記第 p - 1 商品の商品分類を含む商品分類グループの個数が前記第 p 商品の商品分類を含む商品分類グループの個数より大きい請求項 1 4 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

30

【請求項 1 6】

前記一つ以上のプログラムは、

前記第 1 受信機～前記第 n 受信機へ、前記第 1 受信機に対する商品分類グループに対する識別情報、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループに対する識別情報を各々伝送する第 7 インストラクション

をさらに有する請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【請求項 1 7】

前記 n は、前記ホームショッピングチャンネルを受信して提供可能な受信機のうち、予め指定された受信機の個数および前記ホームショッピングチャンネルを受信して提供可能な受信機の全体個数のいずれか一つである請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

40

【請求項 1 8】

前記第 1 受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第 n 受信機に対する商品分類グループは、前記第 1 商品分類～前記第 k 商品分類のうち一つ以上を含む請求項 1 に記載の個人向けホームショッピング放送システム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、個人向けホームショッピング放送システムに関する。

【背景技術】

50

【0002】

通信技術およびコンピューティング技術の発展に伴い、放送サービスも早期に発展している。一方、放送サービスの効率性を評価する目的として、放送サービスの視聴率が測定される。例えば、放送サービス提供者は、放送サービスを視聴する視聴者の放送サービス満足度などの品質を把握するための基準として視聴率を使用することができ、広告主は放送サービスに広告を出す場合、広告効果を判断するための基準として視聴率を使用することができる。

【0003】

視聴率は、例えば、地域、年齢、性別および学歴別に等しく分布された標本集団を選定した後、標本集団に提供された放送サービスに対する視聴形態情報を収集することによって測定される。

10

【0004】

しかし、従来の視聴率を測定する方式は、標本集団に対して測定されるため、実際の視聴率とは差異がある。また、視聴率を測定するために複雑な方式を用いるため、標本集団に対する視聴率さえ正確に測定することができない短所もある。

【0005】

これを改善するために、例えば、韓国電子通信研究所にて2012年8月17日付で出願、2017年6月22日付で登録された「視聴形態認識基盤の視聴率および広告効果分析方法およびシステム」という名称の韓国登録特許第10-1751708号（特許文献1）は、視聴者を撮影した映像の入力を受けて、これを基に視聴者認識情報を生成した後、これを基に視聴形態情報を生成することによって、より正確に標本集団の視聴率を測定する構成を開示している。

20

【0006】

しかし、登録特許第10-1751708号に開示されている方式もまた、視聴率を測定するためには、予め視聴者を登録するなどの複雑な方式をそのまま用いている。

【0007】

一方、返送率は、一般的にウェブサイトの接続者がウェブサイトに接続したものの、サイト内で他のページに接続したり、情報を得ずにそのまま離脱したりする割合を指す。より具体的には、返送率は、例えばウェブサイトが開始ページ、および開始ページにリンクされる下位階層ページを備えている場合、接続者が開始ページに接続したものの、下位階層ページへ接続せずに離脱する割合を指す。返送率が高いということは、接続者がウェブサイトに接続しても、製品を購入するような行動につながる可能性が低いことを意味し、返送率が低いということは接続者が製品を購入するような行動につながる可能性が高いことを意味する。従って、返送率は、特にインターネットのウェブサイトの評価するための基準として使用され得る。

30

【0008】

しかし、返送率は、特にウェブページなどのインターネットサービスにおいて適用される基準として、放送サービスにおいては適用されないという短所がある。即ち、放送サービスはウェブページとは異なり、コンテンツが連続的に提供される方法を採用しているため開始ページが存在せず、同様に下位階層ページも存在しない。従って、放送サービスにおいては、インターネットサービスに適用される返送率をそのまま適用することができない。

40

【0009】

一方、一般的にホームショッピングは、様々な商品またはサービスを購入するために、放送ネットワークまたは通信ネットワークを通じて提供するサービスを指す。ホームショッピングは、例えば放送ネットワークを用いる場合、ホームショッピング事業者が予め指定されたチャンネルを通じて視聴者の受信機へ商品に対するホームショッピングコンテンツを伝送し、視聴者がホームショッピングコンテンツを視聴して当該商品を購入する方式を用いて具現される。

【0010】

ホームショッピングに用いられる放送方式は、デジタル放送またはアナログ放送であり

50

、受信機は例えばホームショッピングコンテンツを受信して提供するテレビ、セットトップボックス、パーソナルコンピュータおよびコンピューティング機能を備えた移動通信端末（即ち、スマートフォン）などの装置を有することができる。

【0011】

視聴者は、例えば受信機に表示される決済インターフェースまたは電話注文などの方式を用いて、ホームショッピングコンテンツを通じて放送される商品を購入することができる。

【0012】

しかし、従来のホームショッピングは、下記のような短所がある。

【0013】

ホームショッピング事業者は、放送編成表に従って、ホームショッピングコンテンツを多数の視聴者に一括的に伝送している。即ち、既存のホームショッピングコンテンツは、ブロードキャスト形態で、全ての視聴者を対象に提供される。従って、特定グループの視聴者および特定視聴者などの限定された対象のためのホームショッピングコンテンツを提供することは不可能であるという短所がある。

【0014】

また、放送編成表に従って、予め指定されたホームショッピングコンテンツが一括で多数の視聴者に伝送されるため、視聴者は所望の商品を購入するために、当該商品を販売するホームショッピングコンテンツが放送されるまで、待たなければならないという問題点がある。

【0015】

一方、（株）CJOショッピングが2012年7月5日付で出願し、2014年1月16日付で公開された「オンラインホームショッピング連動販売システムおよびサーバ」という名称の韓国公開特許第10-2014-0006383号（特許文献2）は、ホームショッピングとオンラインショッピングとの連動を通じて、視聴者に適合した商品をホームショッピングチャンネルを通じて販売する方法を開示している。しかし、韓国公開特許第10-2014-0006383号に開示されている方法もまた、オンラインサーバから受信した販売商品の情報を基に、ホームショッピングチャンネルを通じて販売する商品を選定することしか開示されていない。従って、韓国公開特許第10-2014-0006383号に開示されている方法は、たとえより多くの視聴者に適合した商品を選択して放送することができるという効果があるとしても、上述した従来技術の問題点をそのまま有している。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0016】

【文献】韓国登録特許第10-1751708号

韓国公開特許第10-2014-0006383号

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0017】

本発明の目的は、視聴者のホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を用いて、特定視聴者に適合したホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供可能な個人向けホームショッピング放送システムを提供することにある。

【課題を解決するための手段】

【0018】

前記技術的課題を達成するために、本発明は、一つ以上のプロセッサと、一つ以上のメモリと、前記一つ以上のメモリに保存され、前記一つ以上のプロセッサにより実行されるよう構成される一つ以上のプログラムとを有し、前記一つ以上のプログラムは、ホームショッピングチャンネルを受信して提供する第1受信機～第n受信機（但し、nは2以上の自然数）から受信した前記ホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を基に、予め

10

20

30

40

50

指定された第1商品分類～第k商品分類（但し、kは2以上の自然数）を有する商品分類基準の中から、前記第1受信機に対する商品分類グループ、乃至前記第n受信機に対する商品分類グループを各々抽出する第1インストラクションと、放送編成表に従って、予め指定された時間帯域に前記ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な基本商品に対する基本コンテンツを指定する第2インストラクションと、複数のコンテンツのうち、前記予め指定された時間帯域に前記ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な1商品に対する第1個人向けコンテンツを動的に選択しつつ、前記第1受信機に対する品分類グループ、乃至前記第n受信機に対する商品分類グループの中から、前記基本商品の商品分類および前記第1商品の商品分類の少なくとも一つを有する商品分類グループの個数が最大になるように、前記第1個人向けコンテンツを動的に選択する第3インストラクションと、を有する個人向けホームショッピング放送システムを提供する。

10

【発明の効果】

【0019】

本発明によれば、視聴者のホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を用いて、特定視聴者に適合したホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができる。特に、本発明によって、定義された返送率を基に産出された関心指数を用いて各々の受信機に対して商品分類グループを指定し、商品分類グループを用いてホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができるため、より多数の視聴者の関心のあるホームショッピングコンテンツを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

20

【0020】

【図1】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムの例示的な構成を示すブロック図である。

【図2】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムが実行されるシステム環境を示す図面である。

【図3】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムが保存および実行を行うプログラムの例示的なブロック図である。

【図4】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムで使用されるホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を例示的に示す図面である。

【図5】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムで使用される商品分類基準を例示的に示す図面である。

30

【図6】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより抽出された受信機に対する商品分類グループを例示的に示す図面である。

【図7】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにおいて、受信機より個人向けコンテンツを選択する状態を例示的に示す図面である。

【図8】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより、受信機に対する個人向けコンテンツを選択して、伝送する状態を例示的に示す図面である。

【図9】本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより、受信機の要請に従って、個人向けコンテンツを伝送する状態を例示的に示す図面である。

【発明を実施するための形態】

40

【0021】

以下、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムの実施例を、添付した図面を参照しながら、より具体的に説明する。一方、本発明の実施例を説明するための図面において、説明の便宜上、実際の構成のうち一部のみを図示したり、一部を省略して図示したり、変形して図示したり、または縮尺が異なるように図示することがある。

【0022】

<第一の実施例>

図1は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムの例示的な構成を示すブロック図である。

【0023】

50

図1を参照すれば、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システム100は、一つ以上のプロセッサ110と、一つ以上のメモリ130と、一つ以上のメモリ130に保存され、一つ以上のプロセッサ110により実行されるよう構成される一つ以上のプログラム150とを有する。

【0024】

一つ以上のプロセッサ110は、一つ以上のメモリ130に保存された一つ以上のプログラム150を読み取って実行する。一つ以上のプロセッサ110は、例えば、 x 個（但し、 x は自然数）として図示されているが、例えば1個でありまたは複数個でもある。即ち、一つのプロセッサを用いて個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実行することもでき、または複数個のプロセッサが連動して個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実行することもできる。例えば、第1プロセッサが演算機能を実行し、第2プロセッサが通信機能を実行する方式を用いて、個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実行することもできる。

【0025】

一つ以上のメモリ130は、プログラム150を保存する。一つ以上のメモリ130は、例えば、記録および読み取り可能な非揮発性メモリ、または揮発性メモリなどの記録媒体である。一つ以上のメモリ130は、1個として図示されているが、複数個でもある。

【0026】

一つ以上のプログラム150は、例えば y 個（但し、 y は自然数）として図示されているが、例えば1個であり、または複数個でもある。即ち、一つのプログラムを用いて個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実現することもでき、または複数個のプログラムが連動して個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実現することもできる。例えば、第1プログラムが演算機能を実現し、第2プログラムが通信機能を実現する方式で、個人向けホームショッピング放送システム100の機能を実現することもできる。

【0027】

以下、一つ以上のプロセッサ110、一つ以上のメモリ130および一つ以上のプログラム150は、各々「プロセッサ110」、「メモリ130」および「プログラム150」と称する。

【0028】

図2は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムが実行されるシステム環境を示す図面である。

【0029】

図2を参照すれば、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムが実行されるシステム環境は、個人向けホームショッピング放送システム100と、第1受信機200-1～第 n 受信機200- n とを有する（但し、 n は2以上の自然数）。

【0030】

個人向けホームショッピング放送システム100は、放送ネットワークまたは通信ネットワークを通じてコンテンツ（以下、ホームショッピングコンテンツともいう）を第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ伝送する。個人向けホームショッピング放送システム100は、複数のホームショッピングコンテンツを第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ提供することもできる。特に、個人向けホームショッピング放送システム100は、編成表に従って、指定された基本コンテンツおよび複数のコンテンツのうち、選択された第1個人向けコンテンツおよび第2個人向けコンテンツの少なくとも一つを第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ提供することもできる。

【0031】

第1受信機200-1～第 n 受信機200- n は、例えば、デジタル放送を受信して提供するセットトップボックス、テレビ、パーソナルコンピュータおよびコンピューティング機能を備えた移動通信端末のいずれか一つである。本願明細書における「デジタル放送」は、デジタル地上波放送、デジタルケーブル放送、デジタル衛星放送、DMB放送、I

10

20

30

40

50

P-TV、OTT (Over The Top) およびVOD放送などの形態の放送サービスを指す。望ましくは、第1受信機200-1～第n受信機200-nは、例えば、IPTVのように双方向通信が可能であり、個人向けホームショッピング放送システム100とデータを送受信するよう構成されている。nは、ホームショッピングチャンネルを受信して提供可能な受信機の全体個数、および、ホームショッピングチャンネルを受信して提供可能な受信機のうち予め指定された受信機の個数のいずれか一つである。

【0032】

図3は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムが保存および実行を行うプログラムの例示的なブロック図である。

【0033】

図3を参照すれば、プログラム150は、第1インストラクション150-1～第3インストラクション150-3を有する。プログラム150は、第4インストラクション150-4～第7インストラクション150-7の少なくとも一つをさらに有することができる。また、第1インストラクション150-1は、第1サブインストラクション150-1-1～第4サブインストラクション150-1-4を有することができる。また、第3インストラクション150-3は、第5サブインストラクション150-3-1を有することができる。第5インストラクション150-5は、第6サブインストラクション150-5-1を有することができる。

【0034】

第1インストラクション150-1は、ホームショッピングチャンネルを受信して提供する第1受信機200-1～第n受信機200-nから受信したホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を基に、予め指定された第1商品分類～第k商品分類（但し、kは2以上の自然数）を有する商品分類基準の中から、第1受信機200-1に対する商品分類グループ乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループを各々抽出する。

【0035】

図4は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムで使用されるホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を例示的に示す図面である。

【0036】

図4を参照すれば、視聴履歴は第1受信機200-1から受信された第1視聴内訳、乃至第n受信機200-nから受信された第n視聴履歴を有することができる。

【0037】

例えば、ホームショッピングチャンネルがチャンネル53番に指定された場合、第1受信機200-1の第1視聴履歴は、第1受信機200-1でチャンネル53番を選択するユーザ入力が入力された時刻、およびチャンネル53番から離脱するユーザ入力が入力された時刻を有することができる。チャンネル53番から離脱するユーザ入力は、受信機の電源を終了するユーザ入力も有することができる。または、チャンネル53番から離脱するユーザ入力が入力された時刻の代わりに、チャンネル53番から離脱するユーザ入力が入力された時刻と、チャンネル53番を選択するユーザ入力が入力された時刻の差値、即ち、持続時間を有することもできる。

【0038】

個人向けホームショッピング放送システム100は、例えば第1受信機200-1～第n受信機200-nから各々第1視聴履歴～第n視聴履歴を受信することができる。

【0039】

図5は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムで使用される商品分類基準を例示的に示す図面である。

【0040】

図5を参照すれば、商品分類基準は階層的に設定され、例えば、「生活／キッチン」～「食品／健康」と表示された第1階層と、第1階層に従属的な第2階層、例えば「生活／キッチン」階層に対する「インテリア」～「寝具」と表示された第2階層と、第2階層に従属的な第3階層、例えば「寝具」階層に対する「ふとん」～「マットレス」と表示され

10

20

30

40

50

た第3階層で構成され得る。

【0041】

第1商品分類～第k商品分類は、例えば第1階層に係る商品分類である。しかし、第1商品分類～第k商品分類は、例えば第2階層に係る商品分類でもあり、第3階層に係る商品分類でもある。即ち、商品分類基準の商品分類の個数k個は、第1階層に係る商品分類の個数でもあり、第2階層に係る商品分類の個数でもあり、第3階層に係る商品分類の個数でもある。どの階層を使用するかは、個人向けホームショッピング放送システム100の管理者によって適宜決定され得る。

【0042】

図6は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより抽出された受信機に対する商品分類グループを例示的に示す図面である。

10

【0043】

図6を参照すれば、例えば、第1受信機200-1に対する商品分類グループは第1商品分類と第2商品分類とを有し、第2受信機(200-2)に対する商品分類グループは第2商品分類を有し、同様に第n受信機200-nに対する商品分類グループは第1商品分類と第2商品分類と第k商品分類とを有することができる。第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループ各々は、第1商品分類～第k商品分類の少なくとも一つを有することができる。

【0044】

第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループを抽出する過程について、より詳細に説明すると、以下のとおりになる。

20

【0045】

上述したとおり、視聴履歴は、第1受信機200-1から受信された第1視聴内訳、乃至第n受信機200-nから受信された第n視聴履歴を有する。例えば、第1受信機200-1～第n受信機200-nのうち第i受信機(但し、iは1以上、n以下の自然数)に対する商品分類グループを抽出する過程を説明する。

【0046】

第1インストラクション150-1は、第1サブインストラクション150-1-1～第4サブインストラクション150-1-4を有することができる。

【0047】

第1サブインストラクション150-1-1は、第i受信機から受信した第i視聴内訳を分析し、予め指定された期間中、第1商品分類に属する商品が第i受信機よりユーザ入力に基づきホームショッピングチャンネルが選択された時点から、ホームショッピングチャンネルを通じて第i受信機から第1閾値以上提供された第1基準回数、乃至第k商品分類に属する商品が第i受信機よりユーザ入力に基づきホームショッピングチャンネルが選択された時点から、ホームショッピングチャンネルを通じて第i受信機から第1閾値以上提供された第k基準回数を決定し、上述の予め指定された期間中、第1商品分類に属する商品が第i受信機よりユーザ入力に基づきホームショッピングチャンネルが選択された時点から、ホームショッピングチャンネルを通じて第i受信機から第1閾値以上で第2閾値以下の時間の間提供された第1返送回数、乃至第k商品分類に属する商品が第i受信機よりユーザ入力に基づきホームショッピングチャンネルが選択された時点から、ホームショッピングチャンネルを通じて第i受信機から第1閾値以上で第2閾値以下の時間の間提供された第k返送回数を各々決定する。

30

40

【0048】

予め指定された期間は、例えば一日、一週間および一ヶ月などの期間に設定され得る。

【0049】

第1閾値は、第1受信機200-1～第n受信機200-nがホームショッピングチャンネルを選択するユーザ入力を受信した後、信号処理して提供するまでの遅延時間を考慮して決定される値である。例えば、第1受信機200-1がホームショッピングチャンネル、例えばチャンネル53番を選択するユーザ入力を受信した後、チャンネル53番を信

50

号処理して提供するまで所定の時間が所要され得る。また、視聴者がホームショッピングチャンネルを選択するために、チャンネル番号ではなくチャンネルアップボタンを押すことによってチャンネルを変更することもできる。第1閾値はこのような時間を考慮して決定される。例えば、第1閾値は3秒である。

【0050】

第2閾値は、視聴者がホームショッピングチャンネルを選択した後、その内容を確認して継続して視聴するか、または他のチャンネルを視聴するかを決定するまでの所要時間を意味する。即ち、第2閾値は、チャンネルザッピング(zapping)を排除しつつ、視聴者がホームショッピングチャンネルを継続して視聴するかを選択するまで所要される時間を意味する。第2閾値は、例えば30秒である。

10

【0051】

第1基準回数～第k基準回数および第1返送回数～第k返送回数は、第1受信機200-1～第n受信機200-nにて視聴者がホームショッピングチャンネルに切り替えた時点で当該商品が放送されている場合を基準として決定され得る。即ち、視聴者がチャンネル転換なしでホームショッピングチャンネルを継続して視聴している場合、またはホームショッピングチャンネルが選択された時点で商品ではなく広告が提供される場合は、第1基準回数～第k基準回数、および第1返送回数～第k返送回数を決定することから除外することが望ましい。

【0052】

第2サブインストラクション(150-1-2)は、第1返送回数対第1基準回数の割合である第1商品分類に対する第1返送率乃至第k返送回数対第k基準回数の割合である第k商品分類に対する第k返送率を各々決定する。

20

【0053】

第1返送率は、第i受信機の視聴者が第1商品分類に属する商品に対する関心度を類推するために使用される。即ち、第1返送率が低ければ、第i受信機の視聴者は、第1商品分類に属する商品に対しては関心度が高いことを意味することになる。逆に第1返送率が高ければ、第i受信機の視聴者は、第1商品分類に属する商品に対しては関心度が低いことを意味することになる。

【0054】

第3サブインストラクション(150-1-3)は、第i視聴履歴を分析し、上述の予め指定された期間中、第i受信機からホームショッピングチャンネルを通じて第1商品分類に属する商品が提供された第1平均視聴時間、乃至上述の予め指定された期間中、第i受信機からホームショッピングチャンネルを通じて第k商品分類に属する商品が提供された第k平均視聴時間を各々算出する。

30

【0055】

第4サブインストラクション150-1-4は、第1平均視聴時間および第1返送率を基に抽出された第1商品分類に対する関心指数、乃至前記第k平均視聴時間および第k返送率を基に抽出された第k商品分類に対する関心指数を予め指定された閾値と比較して、第1商品分類～第k商品分類のうち閾値以上の関心指数を持つ商品分類を第i受信機に対する商品分類グループに指定する。

40

【0056】

第j商品分類(但し、jは1以上k以下の自然数)に対する関心指数は、例えば第1加重値と正規化された第j平均視聴時間を乗じた値から、第2加重値と正規化された第j返送率を乗じた値を減算した値に決定され得る。

【0057】

正規化された第j平均視聴時間は、例えば1～100の間の値を有することができ、正規化された第j返送率は、例えば1～100の間の値を有することができる。

【0058】

第1加重値および第2加重値は正数であり、第1加重値と第2加重値との合計は1である。第1加重値が0.8、第2加重値が0.2、閾値が50、正規化された第j平均視聴

50

時間が80、正規化された返送率が60であれば、第1加重値と正規化された第j平均視聴時間とを乗じた値から、第2加重値と正規化された第j返送率とを乗じた値を減算した値は52となり閾値より高い。この場合、第j商品分類は、第i受信機に対する商品分類グループに含まれる。

【0059】

上述の第1サブインストラクション150-1-1~第4サブインストラクション150-1-4を、i、jを適宜変更して行うことにより、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至、第n受信機200-nに対する商品分類グループを抽出することができる。

【0060】

第2インストラクション150-2は、放送編成表に従って、予め指定された時間帯域にホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な基本商品に対する基本コンテンツを指定する。即ち、個人向けホームショッピング放送システム100の放送政策に従って編成された放送編成表に従い、例えば2017年12月17日午後8時から午後8時30分までの時間帯域に放送される予定の基本商品に対する基本コンテンツが指定される。

【0061】

第3インストラクション150-3は、複数のコンテンツのうち、上述の予め指定された時間帯域に、例えば2017年12月17日午後8時から午後8時30分までの時間帯域に、ホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な第1商品に対する第1個人向けコンテンツを動的に選択する。第1個人向けコンテンツを動的に選択する場合、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループの中から、基本商品の商品分類および第1商品の商品分類の少なくとも一つを有する商品分類グループの個数が最大になるように、第1個人向けコンテンツを動的に選択する。

【0062】

基本商品および第1商品は、第1商品分類~第k商品分類のうち互いに異なる商品分類基準に属することが望ましい。即ち、基本商品と第1商品とが同じ商品分類に属すると、第1受信機200-1~第n受信機200-nの視聴者のうち、基本商品とは第1商品全体に対して関心のない視聴者がさらに多くなるためである。

【0063】

第3インストラクション150-3は、第5サブインストラクション150-3-1を有することができる。

【0064】

第5サブインストラクション150-3-1は、第1商品分類に対する平均売上額情報、乃至第k商品分類に対する平均売上額情報を基に、第1受信機200-1に対する予想売上額、乃至第n受信機200-nに対する予想売上額の合計が最大になるように、第1個人向けコンテンツを選択する。

【0065】

例えば複数のコンテンツのうち、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループの中から、基本商品の商品分類および第1商品の商品分類の少なくとも一つを有する商品分類グループの個数が最大になるコンテンツが多数ある場合、予想売上額を基準として第1個人向けコンテンツを選択することができる。

【0066】

第i受信機に対する予想売上額は、第i受信機に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第1商品の商品分類を含めば、第1商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、第i受信機に対する商品分類グループが第1商品の前記商品分類を含まなければ、基本商品の商品分類に対する平均売上額に決定され得る。

【0067】

プログラム150は、第4インストラクション150-4をさらに有することができる。

10

20

30

40

50

【0068】

第4インストラクション150-4は、基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツを全て第1受信機200-1～第n受信機200-nへ伝送する第1伝送モード、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200-nに対する商品分類グループを基に、基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツのうち、第1受信機200-1～第n受信機200-nへ各々伝送するコンテンツを選択して、第1受信機200-1～第n受信機200-nへ各々伝送する第2伝送モード、および第1受信機200-1～第n受信機200-nの少なくとも一つの受信機からの要請に従って、基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツのいずれか一つを当該受信機へ伝送する第3伝送モードのいずれか一つを行う。

10

【0069】

例えば、第1伝送モードは、ホームショッピングチャンネルを通じて基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツを全て伝送することであり、従来の放送システムでホームショッピングチャンネルに指定されたチャンネル番号を通じて、多重化方式で基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツを全て第1受信機200-1～第n受信機200-nへ伝送することである。

【0070】

例えば、第2伝送モードは、第1受信機200-1～第n受信機200-nのうち第i受信機（但し、iは1以上、n以下の自然数）に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第1商品の商品分類を含めば、第1個人向けコンテンツを第i受信機へ伝送し、その他の場合、基本コンテンツを第i受信機へ伝送することである。即ち、第2伝送モードによれば、第1受信機200-1の商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第1商品の商品分類だけを含むのであれば、第1個人向けコンテンツが第1受信機200-1へ伝送される。

20

【0071】

例えば、第3伝送モードは、第1受信機200-1～第n受信機200-nの少なくとも一つの受信機、例えば、第i受信機から基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツのいずれか一つを伝送せよという要請を受信して、当該要請に従って基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツのいずれか一つを第i受信機へ伝送する。

【0072】

例えば、第1受信機200-1の第1受信機から第1個人向けコンテンツを伝送せよという要請を受信すれば、個人向けホームショッピング放送システム100は、第3伝送モードを通じて第1個人向けコンテンツを第1受信機へ伝送することができる。

30

【0073】

<第二の実施例>

上述した第一の実施例は、個人向けホームショッピング放送システム100が基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツの少なくとも一つを第1受信機200-1～第n受信機200-nへ伝送する構成を基に説明された。

【0074】

しかし、第1受信機200-1～第n受信機200-nへ伝送可能な個人向けコンテンツの個数は1個、即ち、第1個人向けコンテンツに限定されない。

40

【0075】

本発明の第二の実施例によれば、プログラム150は、第5インストラクション150-5をさらに有することができる。

【0076】

第5インストラクション150-5は、複数のコンテンツのうち、上述の予め指定された時間帯域にホームショッピングチャンネルを通じて提供可能な第2商品に対する第2個人向けコンテンツ、乃至第m商品に対する第m個人向けコンテンツ（但し、mは2以上の自然数）を動的に選択する。第2個人向けコンテンツ～第m個人向けコンテンツを動的に選択する場合、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第n受信機200

50

－ n に対する商品分類グループの中から、第1商品の商品分類、第2商品の商品分類～第 m 商品に対する商品分類および基本商品の商品分類の少なくとも一つを有する商品分類グループの個数が最大になるように、第2個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツを動的に選択する。

【0077】

基本商品と第1商品と第2商品～第 m 商品とは、第1商品分類～第 k 商品分類のうち互いに異なる商品分類基準に属することが望ましい。即ち、基本商品と第1商品と第2商品～第 m 商品との少なくとも2個が同じ商品分類に属すれば、第1受信機200-1～第 n 受信機200- n の視聴者のうち基本商品と第1商品と第2商品～第 m 商品との全てに対して関心のない視聴者がさらに多くなるためである。

10

【0078】

第5インストラクション150-5は、第6サブインストラクション150-5-1を有することができる。

【0079】

第6サブインストラクション150-5-1は、第1商品分類に対する平均売上額情報、乃至第 k 商品分類に対する平均売上額情報を基に、第1受信機200-1に対する予想売上額、乃至第 n 受信機200- n に対する予想売上額の合計が最大になるように、第2個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツを選択する。

【0080】

第 i 受信機（但し、 i は1以上、 n 以下の自然数）に対する予想売上額は、第 i 受信機に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第1商品の前記商品分類を含めば、第1商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、第 i 受信機に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第1商品の商品分類～第 $p-1$ 商品（但し、 p は2以上 m 以下の自然数）の商品分類を含まず、第 p 商品分類を含めば、第 p 商品の商品分類に対する平均売上額に決定され、その他の場合、基本商品の商品分類に対する平均売上額に決定され得る。

20

【0081】

第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第 n 受信機200- n に対する商品分類グループのうち、第 $p-1$ 商品の商品分類を含む商品分類グループの個数は、第 p 商品の商品分類を含む商品分類グループの個数より大きいことが望ましい。

30

【0082】

例えば、 m が3である場合、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第 n 受信機200- n に対する商品分類グループのうち、第1商品の商品分類を含む商品分類グループの個数は、第2商品の商品分類を含む商品分類グループの個数より大きく、第2商品の商品分類を含む商品分類グループの個数は、第3商品の商品分類を含む商品分類グループの個数より大きい。

【0083】

上述したとおり、プログラム150は、第6インストラクション150-6をさらに有することができる。

【0084】

40

第6インストラクション150-6は、第1個人向けコンテンツ、第2個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツおよび基本コンテンツを全て第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ伝送する第4伝送モード、第1受信機200-1に対する商品分類グループ、乃至第 n 受信機200- n に対する商品分類グループを基に、第1個人向けコンテンツ、第2個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツおよび基本コンテンツのうち、第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ各々伝送するコンテンツを選択して、第1受信機200-1～第 n 受信機200- n へ各々伝送する第5伝送モードおよび第1受信機200-1～第 n 受信機200- n の少なくとも一つの受信機、例えば第 i 受信機（但し、 i は1以上、 n 以下の自然数）からの要請に従って、第1個人向けコンテンツ、第2個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツ及び基本コンテンツのいずれか一つを

50

第 i 受信機へ伝送する第 6 伝送モードのいずれか一つを行う。

【0085】

例えば、 m が 3 である場合、第 4 伝送モードは、ホームショッピングチャンネルを通じて基本コンテンツ、第 1 個人向けコンテンツ、第 2 個人向けコンテンツおよび第 3 コンテンツを全て伝送することで、従来の放送システムでホームショッピングチャンネルに指定されたチャンネル番号を通じて、基本コンテンツ、第 1 個人向けコンテンツ、第 2 個人向けコンテンツおよび第 3 個人向けコンテンツを全て第 1 受信機 200-1 ~ 第 n 受信機 200- n へ伝送することである。

【0086】

図 7 は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにおいて、受信機より個人向けコンテンツを選択する状態を例示的に示す図面である。

10

【0087】

第 1 受信機 200-1 は、視聴者からホームショッピングチャンネルを選択するユーザ入力を受信する。例えば、第 1 受信機 200-1 に対する商品分類グループが第 1 商品に対する商品分類を含み、基本商品に対する商品分類を含まない場合、第 1 受信機 200-1 は、個人向けホームショッピング放送システム 100 から伝送される基本コンテンツ、第 1 個人向けコンテンツ、第 2 個人向けコンテンツおよび第 3 個人向けコンテンツのうち、第 1 個人向けコンテンツを信号処理してユーザに提供することができる。

【0088】

例えば、 m が 3 である場合、第 5 伝送モードは、第 1 受信機 200-1 ~ 第 n 受信機 200- n のうち第 i 受信機（但し、 i は 1 以上、 n 以下の自然数）に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第 1 商品の商品分類を含めば、第 1 個人向けコンテンツを第 i 受信機へ伝送し、基本商品の商品分類を含まず、第 1 商品の商品分類を含まず、第 2 商品の商品分類を含めば、第 2 個人向けコンテンツを第 i 受信機へ伝送し、基本商品の商品分類を含まず、第 1 商品の商品分類 ~ 第 2 商品の商品分類を含まず、第 3 商品の商品分類を含めば、第 3 個人向けコンテンツを第 i 受信機へ伝送し、その他の場合、即ち第 i 受信機（但し、 i は 1 以上、 n 以下の自然数）に対する商品分類グループが基本商品の商品分類を含むか、または基本商品の分類、第 1 商品の商品分類 ~ 第 3 商品の商品分類を全て含まないのであれば、基本コンテンツを第 i 受信機へ伝送する。

20

【0089】

第 5 伝送モードを用いる場合、基本コンテンツ、第 1 個人向けコンテンツ ~ 第 m 個人向けコンテンツの少なくとも一つは、マルチキャスト方式またはユニキャスト方式を用いて、第 1 受信機 200-1 ~ 第 n 受信機 200- n の少なくとも一つに伝送され得る。

30

【0090】

従って、 m の個数は、第 4 伝送モードの場合よりより大きくてもよい。例えば m が 1000 なら、予め指定された 1000 個の個人向けコンテンツの少なくとも一つは、第 1 受信機 200-1 ~ 第 n 受信機 200- n の少なくとも一つに伝送され得る。

【0091】

従って、第 1 受信機 200-1 ~ 第 n 受信機 200- n 各々の視聴者に対して、より個人向けされたホームショッピングコンテンツを伝送することができる。

40

【0092】

図 8 は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより受信機に対する個人向けコンテンツを選択して、伝送する状態を例示的に示す図面である。

【0093】

即ち、第 5 伝送モードによれば、第 1 受信機 200-1 の商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第 1 商品の商品分類のみを含むのであれば、第 1 受信機 200-1 へは第 1 個人向けコンテンツが伝送される。第 2 受信機 200-2 の商品分類グループが基本商品の商品分類を含まず、第 1 商品の商品分類を含まず、第 2 商品の商品分類のみを含むのであれば、第 2 受信機 200-2 へは第 2 個人向けコンテンツが伝送される。第 n 受信機 200- n の商品分類グループが第 1 商品の商品分類を含まず、第 2 商品の商品分

50

類を含まないのであれば、第 n 受信機 $200-n$ へは基本コンテンツが伝送される。

【0094】

例えば、第6伝送モードは、第1受信機 $200-1$ ～第 n 受信機 $200-n$ の少なくとも一つの受信機から第1個人向けコンテンツ～第3個人向けコンテンツおよび基本コンテンツのいずれか一つを伝送せよという要請を受信して、当該要請に従って、第1個人向けコンテンツ～第3個人向けコンテンツおよび基本コンテンツのいずれか一つを当該受信機へ伝送する。

【0095】

図9は、本発明に係る個人向けホームショッピング放送システムにより受信機の要請に従って、個人向けコンテンツを伝送する状態を例示的に示す図面である。

10

【0096】

例えば、第1受信機 $200-1$ から第1個人向けコンテンツを伝送せよという要請を受信すれば、個人向けホームショッピング放送システム100は、第6伝送モードを通じて第1個人向けコンテンツを第1受信機 $200-1$ へ伝送することができる。

【0097】

第6伝送モードを用いる場合、基本コンテンツ、第1個人向けコンテンツ～第 m 個人向けコンテンツの少なくとも一つは、例えばVOD方式で第1受信機 $200-1$ ～第 n 受信機 $200-n$ の少なくとも一つへ各々伝送することができる。

【0098】

従って、 m の個数は、第4伝送モードの場合より、より大きくても良い。例えば、 m が1000なら、予め指定された1000個の個人向けコンテンツの少なくとも一つは、第1受信機 $200-1$ ～第 n 受信機 $200-n$ の少なくとも一つの受信機へVOD方式を用いて伝送され得る。

20

【0099】

<第三の実施例>

上述したとおり、プログラム150は、第7インストラクション150-7をさらに有することができる。

【0100】

第7インストラクション150-7は、第1受信機 $200-1$ ～第 n 受信機 $200-n$ へ、第1受信機 $200-1$ に対する商品分類グループに対する識別情報～第 n 受信機 $200-n$ に対する商品分類グループに対する識別情報を各々伝送する。

30

【0101】

例えば、第1受信機 $200-1$ は、自身に対する商品分類グループに対する識別情報を受信した後、これを基に、図7を参照して説明したとおり、コンテンツを選択して信号処理することができる。

【0102】

第1受信機 $200-1$ に対する商品分類グループが第1商品の商品分類を含み、基本商品の商品分類を含まないのであれば、例えば第1受信機 $200-1$ は、第1伝送モードを通じて伝送される基本コンテンツおよび第1個人向けコンテンツのうち、第1個人向けコンテンツを選択して、信号処理した後、視聴者に提供することができる。

40

【0103】

以上説明したとおり、本発明の実施例によれば、視聴者のホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を用いて特定視聴者に適合したホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができる。特に本発明によって、定義された返送率を基に産出された関心指数を用いて各々の受信機に対して商品分類グループを指定して、商品分類グループを用いてホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができるため、より多数の視聴者が関心のあるホームショッピングコンテンツを提供することができる。

【0104】

以上本発明の構成を具体的に説明したが、これは単に本発明を例示的に説明したに過ぎず、本発明が属する技術分野において通常の知識を有する者であれば、本発明の本質的な

50

特性から脱しない範囲内で様々な変形が可能である。

【0105】

従って、本明細書に開示されている実施例は、本発明を限定するためのものではなく、説明するためのものであり、このような実施例によって本発明の思想および範囲が限定されるものではない。本発明の範囲は、特許請求の範囲によって解釈されるべきであり、それと均等な範囲内にある全ての技術は、本発明の権利範囲に含まれるものとして解釈されるべきである。

【産業上の利用可能性】

【0106】

本発明によれば、視聴者のホームショッピングチャンネルに対する視聴履歴を用いて特定視聴者に適合したホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができる。特に本発明によって、定義された返送率を基に産出された関心指数を用いて各々の受信機に対して商品分類グループを指定して、商品分類グループを用いてホームショッピングコンテンツを動的に選択して提供することができるため、より多数の視聴者が関心のあ

10

【符号の説明】

【0107】

- 100 個人向けホームショッピング放送システム
- 110 プロセッサ
- 130 メモリ
- 150 プログラム
- 200 受信機

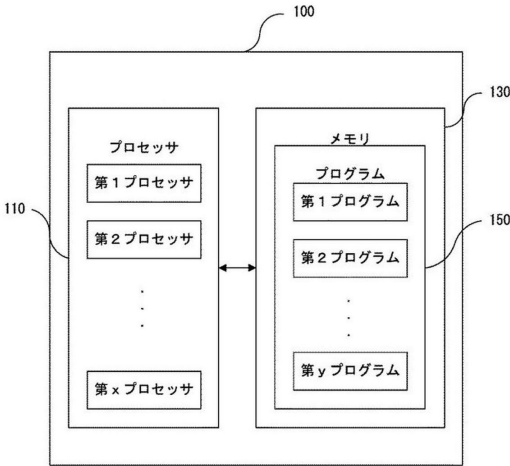
20

30

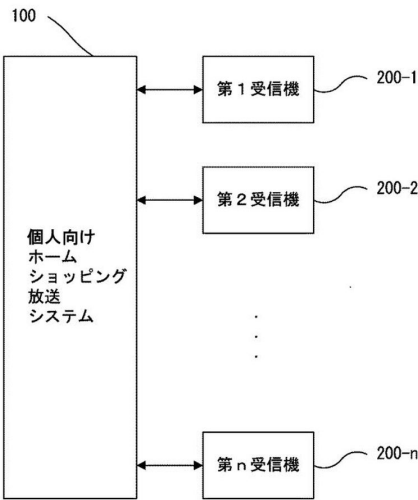
40

50

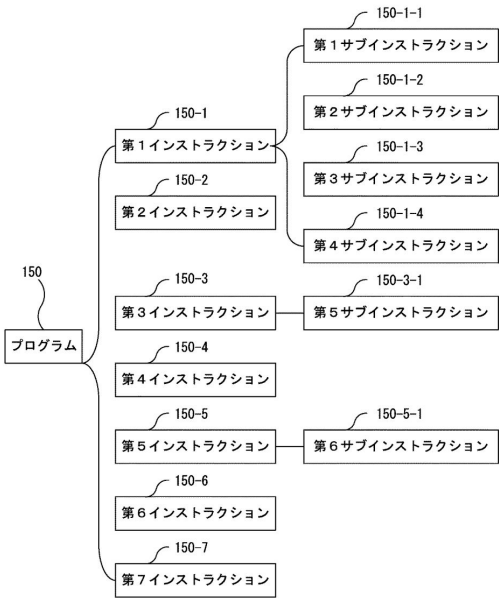
【図面】
【図 1】



【図 2】



【図 3】



【図 4】

第 1 受信機の I D	チャンネル 5 3 番	第 1 視聴履歴
AM 7 時 1 5 分 0 5 秒	AM 7 時 1 5 分 2 4 秒	
AM 7 時 5 0 分 2 3 秒	AM 7 時 5 0 分 2 5 秒	
AM 8 時 5 分 1 0 秒	AM 8 時 5 分 3 0 秒	
第 2 受信機の I D	チャンネル 5 3 番	第 2 視聴履歴
AM 7 時 2 5 分 0 5 秒	AM 7 時 2 5 分 2 4 秒	
AM 7 時 5 5 分 2 3 秒	AM 7 時 5 5 分 2 5 秒	
AM 8 時 1 5 分 1 0 秒	AM 8 時 1 5 分 3 0 秒	
...		第 n 視聴履歴
第 n 受信機の I D	チャンネル 5 3 番	
AM 7 時 3 5 分 0 5 秒	AM 7 時 3 5 分 2 4 秒	
AM 7 時 5 7 分 2 3 秒	AM 7 時 5 7 分 2 5 秒	
AM 8 時 5 2 分 1 0 秒	AM 8 時 2 5 分 3 0 秒	

10

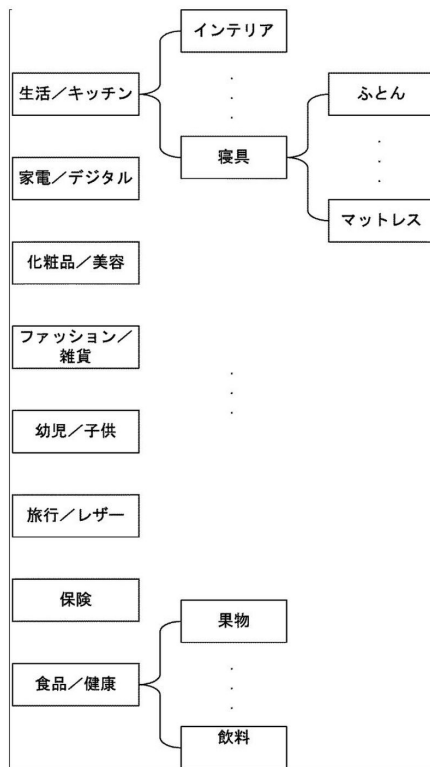
20

30

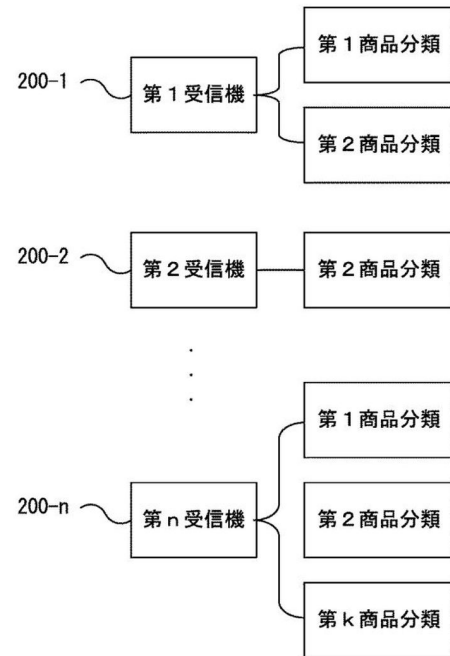
40

50

【図 5】



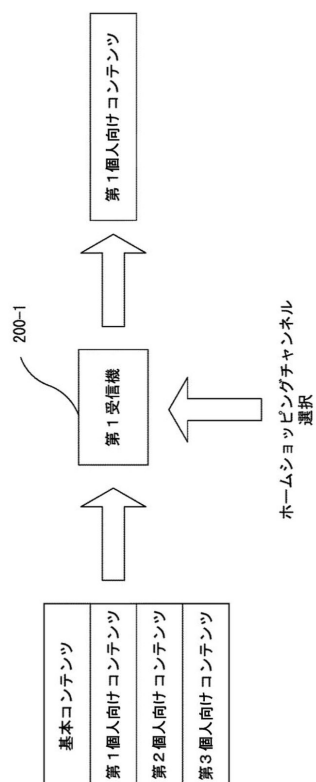
【図 6】



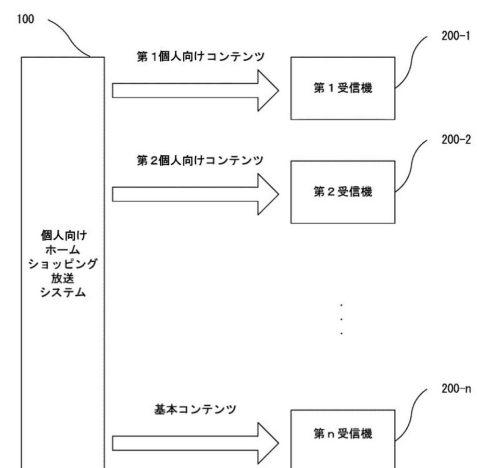
10

20

【圖 7】



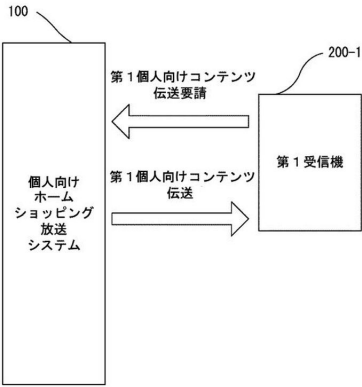
【図 8】



30

40

【図 9】



10

20

30

40

50

フロントページの続き

審査官 益戸 宏

(56)参考文献 韓国登録特許第1147050 (KR, B1)

米国特許出願公開第2016/0100207 (US, A1)

(58)調査した分野 (Int.Cl., DB名)

H04N 21/00-21/858

G06Q 30/00-30/08