

(12) 特許協力条約に基づいて公開された国際出願

(19) 世界知的所有権機関
国際事務局

(43) 国際公開日
2026年1月15日(15.01.2026)



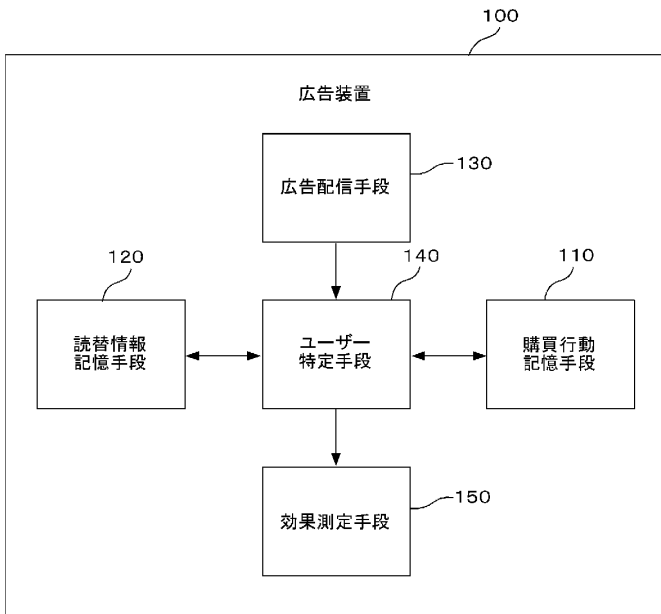
(10) 国際公開番号

WO 2026/013983 A1

- (51) 国際特許分類:
G06Q 30/0242 (2023.01) **G06Q 30/0251** (2023.01)
- (21) 国際出願番号: PCT/JP2025/008063
- (22) 国際出願日: 2025年3月6日(06.03.2025)
- (25) 国際出願の言語: 日本語
- (26) 国際公開の言語: 日本語
- (30) 優先権データ:
特願 2024-109938 2024年7月9日(09.07.2024) JP
- (71) 出願人: 株式会社イノベイト (**INNOVATE CO., LTD.**) [JP/JP]; 〒1000005 東京都千代田区丸の内 1-6-2 新丸の内センタービルディング (JP).
- (72) 発明者: 池田 雅人 (**IKEDA Masato**); 〒3360021 埼玉県さいたま市南区别所 2-1-14 (JP).
- (74) 代理人: 吉原 朋重 (**YOSHIHARA Tomoshige**); 〒1600022 東京都新宿区新宿 2-1-8 新宿フロントビル7階 (JP).
- (81) 指定国(表示のない限り、全ての種類の国内保護が可能): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BN, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CV, CZ, DE, DJ, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IQ, IR, IS, IT, JM, JO, KE, KG, KH, KN, KP, KR, KW, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LU, LY, MA, MD, MG, MK, MN, MU, MW, MX, MY, MZ,

(54) Title: ADVERTISING DEVICE

(54) 発明の名称: 広告装置



- 100 Advertising device
110 Purchase behavior storage means
120 Substitution information storage means
130 Advertisement distribution means
140 User identification means
150 Effect measurement means

(57) **Abstract:** [Problem] To improve the effect measurement accuracy for an advertisement distributed to a user terminal. [Solution] An advertising device comprising: a storage means that associates and stores first user identification information and purchase behavior information of a user identified using the first user identification information; a means for designating different second user identification information for each of a plurality of user terminals and distributing an advertisement related to predetermined product or service; a means for collating the first user identification information

[続葉有]

WO 2026/013983 A1

NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PA, PE, PG, PH, PL, PT,
QA, RO, RS, RU, RW, SA, SC, SD, SE, SG, SK, SL,
ST, SV, SY, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG,
US, UY, UZ, VC, VN, WS, ZA, ZM, ZW.

- (84) 指定国(表示のない限り、全ての種類の広域保護が可能): ARIPO (BW, CV, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, RW, SC, SD, SL, ST, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), ユーラシア (AM, AZ, BY, KG, KZ, RU, TJ, TM), ヨーロッパ (AL, AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, ME, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, RS, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, KM, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

添付公開書類:

一 国際調査報告 (条約第21条(3))

with the second user identification information to identify first user identification information that matches the second user identification information; and a means for calculating advertisement reaction information indicating how many of the users identified using the matching first user identification information purchased the predetermined product or service on the basis of purchase history information related to the predetermined product or service included in the purchase behavior information associated with the matching first user identification information.

- (57) 要約: 【課題】 ユーザー端末へ配信される広告に関する効果測定の精度を高める。【解決手段】 第1ユーザー識別情報と該第1ユーザー識別情報で識別されるユーザーの購買行動情報とを関連付けて記憶する記憶手段と、複数のユーザー端末に対し、該ユーザー端末毎に異なる第2ユーザー識別情報を指定して、所定の商品・サービスに関する広告を配信する手段と、前記第1ユーザー識別情報と前記第2ユーザー識別情報とを照合し、前記第2ユーザー識別情報と合致する前記第1ユーザー識別情報を特定する手段と、前記合致する第1ユーザー識別情報と関連付けられる前記購買行動情報に含まれる前記所定の商品・サービスに関する購入履歴情報に基づいて、前記合致する第1ユーザー識別情報で識別されるユーザーのうち前記所定の商品・サービスを購入したユーザーがどの程度いるかを表す広告反応情報を算出する手段と、を有する。