

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報(A)

(11) 特許出願公開番号

特開2016-62325  
(P2016-62325A)

(43) 公開日 平成28年4月25日(2016.4.25)

(51) Int.Cl. F 1 テーマコード (参考)  
**G06Q 30/02 (2012.01)** G06Q 30/02 100 5L049  
 G06Q 30/02 150

審査請求 未請求 請求項の数 8 O L (全 19 頁)

(21) 出願番号 特願2014-190033 (P2014-190033)  
 (22) 出願日 平成26年9月18日 (2014.9.18)

(71) 出願人 000001443  
 カシオ計算機株式会社  
 東京都渋谷区本町1丁目6番2号  
 (72) 発明者 阿部 勇二  
 東京都羽村市栄町3丁目2番1号 カシオ  
 計算機株式会社羽村技術センター内  
 Fターム(参考) 5L049 BB02 BB08

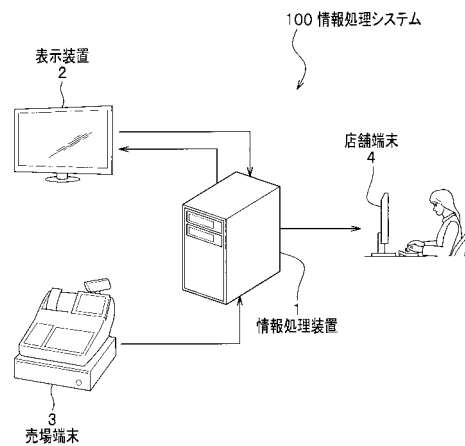
(54) 【発明の名称】 情報処理装置、情報処理方法、および、プログラム

(57) 【要約】

【課題】表示装置に表示される商品のコンテンツに関する再生情報と、当該商品の販売情報とに基づき、当該商品の価格を決定する。

【解決手段】情報処理装置1は、商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段と、商品の販売情報を取得する販売情報取得手段と、コンテンツの再生情報およびそのコンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段と、を備える。

【選択図】図1



## 【特許請求の範囲】

## 【請求項 1】

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段と、

前記商品の販売情報を取得する販売情報取得手段と、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段と、

を備えることを特徴とする情報処理装置。

## 【請求項 2】

前記再生情報は、再生回数であり、

再生回数閾値と比較し前記コンテンツの再生回数が多いかを判定する再生回数判定手段と、

を備え、

前記価格設定手段は、前記再生回数判定手段に基づいて前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 に記載の情報処理装置。

## 【請求項 3】

前記販売情報は、販売数であり、

販売数閾値と比較し前記商品の販売数が多いかを判定する販売数判定手段と、

を備え、

前記価格設定手段は、前記販売数判定手段に基づいて前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 又は 2 に記載の情報処理装置。

## 【請求項 4】

前記再生情報と前記販売情報から商品動向を決定する商品動向決定手段と、

を備え、

前記価格設定手段は、前記商品動向から前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 に記載の情報処理装置。

## 【請求項 5】

前記商品の利益率又は在庫数によって再生回数閾値を調整する再生回数閾値調整手段と、

、

を備えることを特徴とする請求項 2 に記載の情報処理装置。

## 【請求項 6】

前記商品の利益率又は在庫数によって販売数閾値を調整する販売回数閾値調整手段と、

を備えることを特徴とする請求項 3 に記載の情報処理装置。

## 【請求項 7】

情報処理装置が、

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶するステップと、

前記商品の販売情報を取得するステップと、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定するステップと、

を実行することを特徴とする情報処理方法。

## 【請求項 8】

コンピュータを、

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段、

前記商品の販売情報を取得する販売情報取得手段、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段、

として機能させるためのプログラム。

## 【発明の詳細な説明】

10

20

30

40

50

## 【技術分野】

## 【0001】

本発明は、情報処理装置、情報処理方法、および、プログラムに関する。

## 【背景技術】

## 【0002】

店舗内の顧客が、商品を購入する際に、その商品のパッケージに記載された情報や、POP (Point of purchase advertising) 広告等から、購入する商品を選択するが、類似商品がある場合には、購入する商品を迷うときがある。特に、購入しようとする商品の使用法や材質(成分)、効果(効能)等について、顧客が詳しくない場合に、類似商品があると、さらにどの商品を購入するか迷うこととなる。

10

## 【0003】

一方、商品の名称や特徴等の商品情報を、店舗内に設置されたモニタ等により、顧客に提示する表示装置(例えば、デジタルサイネージ等)が普及してきている(例えば、特許文献1参照)。この表示装置によれば、店舗の店頭や店内において、販売を促進したい商品等の情報(例えば、動画コンテンツ等)を、繰り返し再生することができる。

## 【先行技術文献】

## 【特許文献】

## 【0004】

【特許文献1】特開2011-150221号公報

## 【発明の概要】

20

## 【発明が解決しようとする課題】

## 【0005】

しかしながら、上記した従来が表示装置は、店舗側が、販売促進したい商品等の宣伝・広告として利用されているため、必ずしも、その店舗に訪れた顧客の興味関心が高い商品の商品情報を提供するものではなかった。つまり、従来が表示装置は、店舗側が設定した特定の商品についての商品情報のみを繰り返し表示する一方的なものであった。

また、表示装置に表示された商品情報(例えば、動画コンテンツ等)を視聴した顧客が、その商品をどれだけ購入したか(つまり、その商品の販売個数)や、顧客がその商品にどれだけ関心を示しているか(つまり、その商品への関心の状態)等の商品動向を得ることができなかった。よって、表示装置にその商品の情報を表示するだけであり、店舗側の販売計画の指標となるものではなかった。

30

## 【0006】

このような背景を鑑みて本発明がなされたのであり、本発明は、表示装置に表示される商品のコンテンツに関する再生情報と、当該商品の販売情報とに基づき、当該商品の価格を決定する、情報処理装置、情報処理方法、および、プログラムを提供することを課題とする。

## 【課題を解決するための手段】

## 【0007】

上記課題を解決するため、

本発明は、

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段と、

40

前記商品の販売情報を取得する販売情報取得手段と、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段と、

を備えることを特徴とする情報処理装置である。

## 【発明の効果】

## 【0008】

本発明によれば、表示装置に表示される商品のコンテンツに関する再生情報と、当該商品の販売情報とに基づき、当該商品の価格を決定する、情報処理装置、情報処理方法、お

50

よび、プログラムを提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【0009】

【図1】本実施形態に係る情報処理装置を含む情報処理システムの全体構成を示す図である。

【図2】本実施形態に係る表示装置の構成例を示す機能ブロック図である。

【図3】本実施形態に係る情報処理装置の構成例を示す機能ブロック図である。

【図4】本実施形態に係る商品コンテンツ情報のデータ構成例を示す図である。

【図5】本実施形態に係るコンテンツ再生履歴情報のデータ構成例を示す図である。

【図6】本実施形態に係る販売情報のデータ構成例を示す図である。

10

【図7】本実施形態に係る商品管理情報のデータ構成例を示す図である。

【図8】本実施形態に係る情報処理システムの全体の処理の流れを示すフローチャートである。

【図9】本実施形態に係る商品動向解析処理の流れを示すフローチャートである。

【図10】本実施形態に係る商品動向の解析結果を説明するための図である。

【図11】本実施形態に係る価格設定方針決定処理の流れを示すフローチャートである。

【発明を実施するための形態】

【0010】

次に、本発明を実施するための形態（以下、「本実施形態」と称する。）における情報処理装置1等について説明する。

20

【0011】

<システム構成および概要>

まず、本実施形態に係る情報処理装置1を含む情報処理システム100の構成と概要について説明する。

図1は、本実施形態に係る情報処理システム100の全体構成を示す図である。図1に示すように、本実施形態に係る情報処理システム100は、店舗内等に設置される表示装置2と、当該店舗の商品の販売を管理する売場端末3と、表示装置2および売場端末3と通信可能に接続される情報処理装置1と、を含んで構成される。なお、情報処理装置1は、処理結果を店舗端末4等に送信する。

【0012】

30

表示装置2は、例えば、デジタルサイネージやPC（Personal Computer）、タブレット端末等であり商品情報等を画面表示する装置である。また、この表示装置2は、例えば、バーコードリーダーやNFC（Near Field Communication）タグリーダー等の商品識別情報（商品コード）の読取手段を備えており、読み取った商品識別情報（商品コード）に基づき、その商品の商品情報（使用法や特徴等）を説明するための動画等のコンテンツ（以下、「説明コンテンツ」と称する。）を情報処理装置1から受信し、画面表示する。

また、売場端末3は、顧客による商品購入（レジでの販売）毎に、その販売情報を記憶するECR（Electronic Cash Register）やPOS（Point of sale）端末などのレジスタ端末である。

【0013】

40

情報処理装置1は、表示装置2が設置された店舗等において販売される各商品の説明コンテンツを記憶しており、表示装置2からの要求（後記する、「コンテンツ再生（要求）メッセージ」）に基づき、商品の説明コンテンツをその表示装置2に送信する。また、情報処理装置1は、説明コンテンツを送信した日時をその商品の識別情報（商品識別情報）とともに、再生履歴情報（後記する図3、図5の「コンテンツ再生履歴情報120」）として記憶する。

また、情報処理装置1は、売場端末3から、商品識別情報と販売日時の情報とを示す販売情報を取得する。

そして、情報処理装置1は、商品の説明コンテンツの再生回数の情報と、その商品の販売個数の情報とに基づき、その商品に対する顧客の関心の状態を解析し、将来の価格設定

50

の方針を示す情報を生成して、店舗端末4等に送信する。

【0014】

情報処理装置1は、その商品に対する顧客の関心の状態として、例えば、「魅力的（説明コンテンツの再生回数が多く販売個数も多い）」「関心が高い（説明コンテンツの再生回数は多いが販売個数は少ない）」「定番（説明コンテンツの再生回数は少ないが販売個数は多い）」「無関心（説明コンテンツの再生回数が少なく販売個数も少ない）」という4つの状態のいずれに該当するかを解析し、この解析結果に基づき、その商品の価格設定を、「値上げ」「据え置き」「値下げ」のいずれにすべきかの方針を示す情報を決定する。なお、商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）の解析処理（商品動向解析処理）、および、その商品の価格設定の方針の決定処理（価格設定方針決定処理）については、後記する図9～図11において、詳細に説明する。

10

【0015】

表示装置

次に、本実施形態に係る情報処理システム100を構成する各装置について具体的に説明する。まず、表示装置2について説明する。

図2は、本実施形態に係る表示装置2の構成例を示す機能ブロック図である。この表示装置2は、商品を販売する店舗等（例えば、ホームセンタ、ドラッグストア、雑貨小売店、化粧品店、スーパーマーケット等）に、顧客が利用可能なように設置され、商品に付された商品識別情報、例えば、バーコードやNFCタグ等を読み取ることにより、その商品の説明コンテンツを情報処理装置1から取得し画面表示する。

20

また、この表示装置2は、図2に示すように、制御部21と、通信部22と、記憶部23と、商品識別情報読取部24と、表示部25とを含んで構成される。

【0016】

通信部22は、通信回線を介して情報の送受信を行う通信インタフェースにより構成される。具体的には、情報処理装置1との間で、有線通信または無線通信により各種の情報のやりとりを行う。

【0017】

制御部21は、表示装置2全体の制御を司り、商品識別情報取得部211、コンテンツ要求部212、コンテンツ表示処理部213を含んで構成される。なお、この制御部21は、例えば、記憶部23に格納されたプログラムを、不図示のCPU（Central Processing Unit）が不図示のRAM（Random Access Memory）に展開し実行することで実現される。

30

【0018】

商品識別情報取得部211は、バーコードリーダやNFCタグリーダ等からなる商品識別情報読取部24が読み取った商品識別情報（商品コード）を取得する。そして、商品識別情報取得部211は、取得した商品識別情報（商品コード）を、コンテンツ要求部212に出力する。

なお、商品識別情報は、上記のように、バーコードやNFCタグ等により取得できる商品コードでもよいが、店舗等における商品管理者が独自に割り当てた商品コードを用いてもよい。

40

【0019】

コンテンツ要求部212は、商品識別情報取得部211から取得した商品識別情報（商品コード）を付した、コンテンツ再生（要求）メッセージを生成し、通信部22を介して情報処理装置1に送信する。

【0020】

コンテンツ表示処理部213は、情報処理装置1からコンテンツ再生（要求）メッセージに付した商品識別情報（商品コード）に対応する商品の説明コンテンツ（例えば、動画コンテンツ）を受信し、モニタ等からなる表示部25に出力する。

【0021】

記憶部23は、ROM（Read Only Memory）やRAM（Random Access Memory）、ハ-

50

ディスク等の記憶手段からなる。この記憶部 2 3 には、上記した、商品識別情報取得部 2 1 1 が取得した商品識別情報（商品コード）や、情報処理装置 1 から受信した説明コンテンツ等が、一時的に記憶される。

#### 【0022】

商品識別情報読取部 2 4 は、上記のように、バーコードや N F C タグ等として商品に付された商品識別情報を読み取る読取手段であり、例えば、バーコードリーダーや N F C タグリーダー等からなる。

また、表示部 2 5 は、液晶モニタ等の出力手段であり、説明コンテンツを表示画面に表示させる。

#### 【0023】

この表示装置 2 は、店舗等に訪れた顧客が、その商品の情報を得たいとき、例えば、関心の高い新規の商品の情報や、商品の詳細な説明情報（使用法、材質（成分）、効果（効果）等の商品の特徴）、類似商品との相違等を確認したいときに、その商品のバーコードや N F C タグ等の商品識別情報を読取手段に読み取らせることにより、当該商品の説明コンテンツを表示画面（表示部 2 5）に表示させる。これにより、表示装置 2 は、関心を持った商品の説明コンテンツを顧客に視聴させることができる。

#### 【0024】

##### 売場端末

売場端末 3（図 1 参照）は、顧客による商品購入（レジでの販売）毎に、その販売情報を記憶する E C R や P O S 端末などのレジスタ端末である。この売場端末 3 は、顧客が商品を購入する際に、バーコードや N F C タグ等として商品に付された商品識別情報を読み取る機能を備える。また、売場端末 3 は、その商品識別情報と、その商品識別情報を読み取った日時である販売日時と含む販売情報（後記する「販売情報 1 3 0」図 6 参照）を生成し、所定の時間間隔ごとに情報処理装置 1 に送信する機能を備える。なお、この売場端末 3 の構成は、販売情報を情報処理装置 1 に送信する以外は、一般的な E C R や P O S と同等であるので、詳細な説明は省略する。

#### 【0025】

##### 情報処理装置

次に、本実施形態に係る情報処理装置 1 について説明する。

図 3 は、本実施形態に係る情報処理装置 1 の構成例を示す機能ブロック図である。この情報処理装置 1 は、表示装置 2 からの要求（コンテンツ再生（要求）メッセージ）に基づき、商品の説明コンテンツを送信するとともに、その商品の商品識別情報（商品コード）と説明コンテンツを送信した日時（後記する図 5 の「再生日時」）とを対応付けて、説明コンテンツが再生された履歴情報（コンテンツ再生履歴情報 1 2 0）を生成し記憶する。また、情報処理装置 1 は、売場端末 3 から、商品識別情報と販売日時とを示す販売情報を取得する。そして、情報処理装置 1 は、説明コンテンツが再生された履歴情報（コンテンツ再生履歴情報 1 2 0）から得られるその商品の説明コンテンツの再生回数の情報と、販売情報から得られるその商品の販売個数の情報とに基づき、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を解析し、将来の価格設定の方針を示す情報を生成する。

また、この情報処理装置 1 は、図 3 に示すように、制御部 1 1 と、通信部 1 2 と、記憶部 1 3 とを含んで構成される。

#### 【0026】

通信部 1 2 は、通信回線を介して情報の送受信を行う通信インタフェースにより構成される。具体的には、表示装置 2 や売場端末 3、店舗端末 4 等との間で、有線通信または無線通信により各種の情報のやりとりを行う。

#### 【0027】

制御部 1 1 は、情報処理装置 1 全体の制御を司り、説明コンテンツ送信部 1 1 1、再生履歴情報生成部 1 1 2、販売情報取得部 1 1 3、商品動向解析部 1 1 4、価格設定方針決定部 1 1 5、結果送信部 1 1 6 を含んで構成させる。なお、この制御部 1 1 は、例えば、記憶部 1 3 に格納されたプログラムを、不図示の C P U が不図示の R A M に展開し実行す

10

20

30

40

50

ることで実現される。

【0028】

説明コンテンツ送信部111は、商品識別情報（商品コード）が付されたコンテンツ再生（要求）メッセージを表示装置2から受信すると、記憶部13に記憶された商品コンテンツ情報110（図4）を参照し、当該商品識別情報（商品コード）に対応する説明コンテンツを取得して、表示装置2に送信する。

【0029】

図4は、本実施形態に係る商品コンテンツ情報110のデータ構成例を示す図である。図4に示すように、商品コンテンツ情報110には、そのデータ項目として、商品識別情報（商品コード）、商品名、商品カテゴリ、説明コンテンツ格納先を示す情報が登録される。

10

例えば、図4の1行目は、商品識別情報（商品コード）が「001001」、商品名が「a1」（例えば、（X社の）洗濯用洗剤）、商品カテゴリが「A」（例えば、洗濯用洗剤）、説明コンテンツ格納先が「... / ... / aaa.mpg」であることを示している。

【0030】

説明コンテンツ送信部111は、表示装置2から商品識別情報（商品コード）が付されたコンテンツ再生（要求）メッセージを受信すると、この商品コンテンツ情報110（図4）を参照する。そして、説明コンテンツ送信部111は、商品識別情報（商品コード）に紐づく説明コンテンツ格納先の情報に基づき、その商品の説明コンテンツの情報を取得して、コンテンツ再生（要求）メッセージを送信してきた表示装置2に送信する。

20

また、説明コンテンツ送信部111は、コンテンツ再生（要求）メッセージに付された商品識別情報（商品コード）に紐づく、商品名および商品カテゴリの情報を取得し、その取得した情報に、説明コンテンツを表示装置2に送信した日時を含めて、再生履歴情報生成部112に出力する。

【0031】

再生履歴情報生成部112は、説明コンテンツ送信部111から、商品識別情報（商品コード）、商品名および商品カテゴリの情報と、説明コンテンツの送信日時の情報とを取得し、コンテンツ再生履歴情報120（図5参照）を生成して記憶部13に記憶する。

【0032】

図5は、本実施形態に係るコンテンツ再生履歴情報120（再生履歴情報）のデータ構成例を示す図である。図5に示すように、コンテンツ再生履歴情報120には、そのデータ項目として、商品識別情報（商品コード）、商品名、商品カテゴリ、再生日時を示す情報が格納される。ここで、商品識別情報（商品コード）、商品名および商品カテゴリは、図4に示した商品コンテンツ情報110と同様の情報である。再生日時には、説明コンテンツ送信部111が説明コンテンツを表示装置2に送信した日時が、説明コンテンツの再生日時として格納される。例えば、図5の1行目に示すコンテンツ再生履歴情報120では、商品識別情報「001001」の商品について、「2014/09/01 10:20:30」（2014年9月1日10時20分30秒）が説明コンテンツの再生日時として記憶される。

30

【0033】

図3に戻り、販売情報取得部113は、所定の時間間隔毎に、売場端末3から販売情報130（図6参照）を取得し、記憶部13に記憶する。

40

【0034】

図6は、本実施形態に係る販売情報130のデータ構成例を示す図である。図6に示すように、販売情報130には、そのデータ項目として、商品識別情報（商品コード）と、販売日時とが記憶される。例えば、図6の1行目に示す販売情報130として、商品識別情報（商品コード）が「001001」で示される商品が、販売日時「2014/09/01 10:30:10」（2014年9月1日10時30分10秒）に販売されたことが記憶される。

【0035】

図3に戻り、商品動向解析部114は、記憶部13内のコンテンツ再生履歴情報120（図5）を参照し、対象とする商品について、所定の時間間隔（所定の期間）内に説明コ

50

コンテンツが再生された再生回数の情報を取得する。また、商品動向解析部 114 は、記憶部 13 内の販売情報 130 を参照し、対象とする商品について、所定の時間間隔（所定の期間）内に販売された販売個数の情報を取得する。そして、商品動向解析部 114 は、取得した再生回数の情報と販売個数の情報とに基づき、所定のロジック（第 1 のロジック）を用いて、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を解析する。この所定のロジック（第 1 のロジック）において、その個々の商品若しくは商品カテゴリ毎に設定された、再生回数、販売個数、それぞれに設定した閾値（後記する、「再生回数閾値」および「販売個数閾値（販売数閾値）」）を利用する。

そして、商品動向解析部 114 は、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を、例えば（上記したように）、「魅力的（説明コンテンツの再生回数が多く販売個数も多い）」、「関心が高い（説明コンテンツの再生回数は多いが販売個数は少ない）」、「定番（説明コンテンツの再生回数は少ないが販売個数が多い）」、「無関心（説明コンテンツの再生回数が少なく販売個数も少ない）」という 4 つの状態のいずれに該当するかを解析する商品動向解析処理を実行する。なお、この商品動向解析処理については、後記する図 9 において詳細に説明する。

#### 【0036】

価格設定方針決定部 115 は、商品動向解析部 114 の解析結果と、記憶部 13 に記憶された商品管理情報 140（図 7 参照）に基づき、所定のロジック（第 2 のロジック）を用いて、将来の価格設定の方針を示す情報を決定する処理（価格設定方針決定処理）を実行する。この所定のロジック（第 2 のロジック）において、その個々の商品若しくは商品カテゴリ毎に設定された、利益率や在庫数の閾値（後記する「利益率閾値」および「在庫数閾値」）を利用する。

#### 【0037】

図 7 は、本実施形態に係る商品管理情報 140 のデータ構成例を示す図である。図 7 に示すように、商品管理情報 140 には、そのデータ項目として、商品識別情報（商品コード）、原価、売価、在庫数が記憶される。

例えば、図 7 の 1 行目は、商品識別情報（商品コード）が「001001」、その商品の原価が「150（円/個）」、売価が「200（円/個）」、在庫数が「50（個）」であることを示している。

#### 【0038】

図 3 に戻り、価格設定方針決定部 115 は、この商品管理情報 140 に記憶された原価および売価に基づき、利益率（R）を、次の（式 1）により計算する。

$$\text{利益率（R）} = (\text{売価} - \text{原価}) / \text{売価} \quad \dots \quad (\text{式 1})$$

そして、価格設定方針決定部 115 は、計算した利益率と、商品管理情報 140 に記憶された在庫数とに基づき、所定のロジック（第 2 のロジック）を用いて、その商品の価格設定を、「値上げ」「据え置き」「値下げ」のいずれにすべきかの情報（価格設定方針情報）を決定する。

なお、図 7 に示す商品管理情報 140 において、データ項目として「原価」「売価」の代わりに、上記の（式 1）により計算した「利益率」を格納するようにしてもよい。また、

この価格設定方針決定処理については、後記する図 11 において詳細に説明する。

#### 【0039】

結果送信部 116 は、商品動向解析部 114 が解析した、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）の解析結果と、価格設定方針決定部 115 が決定した将来の価格設定の方針を示す情報（価格設定方針情報）とを、その商品識別情報（商品コード）に対応付けて結果情報を生成し、店舗端末 4 等へ送信する。

#### 【0040】

記憶部 13 は、ROM や RAM、ハードディスク等の記憶手段からなる。この記憶部 13 には、上記した、商品コンテンツ情報 110（図 4）、コンテンツ再生履歴情報 120（図 5）、販売情報 130（図 6）および商品管理情報 140（図 7）が記憶される。さ

10

20

30

40

50



らに、記憶部 1 3 には、閾値情報 1 5 0 が記憶される。この閾値情報 1 5 0 には、商品動向解析部 1 1 4 が商品動向解析処理において用いる、再生回数、販売個数、それぞれの閾値の情報（「再生回数閾値」「販売個数閾値（販売数閾値）」）や、価格設定方針決定部 1 1 5 が価格設定方針決定処理において用いる、利益率、在庫数、それぞれの閾値の情報（「利益率閾値」「在庫数閾値」）が格納される。また、この記憶部 1 3 には、商品動向解析部 1 1 4 および価格設定方針決定部 1 1 5 が処理対象とする商品についての情報や、処理対象とする所定の期間に関する情報が記憶される。これらの閾値に関する情報や、処理対象とする商品、処理対象とする所定の期間の情報等は、例えば、店舗端末 4 等から通信部 1 2 を介して取得したり、不図示の入出力部を介して取得したりすることにより記憶部 1 3 に記憶される。

10

なお、図 3 において図示を省略しているが、この記憶部 1 3 には、各商品についての説明コンテンツ（例えば、動画コンテンツ）が商品識別情報（商品コード）に紐付けられて格納される。

#### 【0041】

この情報処理装置 1 によれば、商品の説明コンテンツの再生回数の情報と、その商品の販売個数の情報とに基づき、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を解析し、将来の価格設定の方針を示す情報を生成して、店舗端末 4 等に送信することができる。

#### 【0042】

店舗端末

店舗端末 4（図 1 参照）は、情報処理装置 1 から、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）の解析結果と、その商品の将来の価格設定の方針を示す情報（価格設定方針情報）とを結果情報として受信し、画面表示する機能を備える。なお、店舗端末 4 は、一般的な PC により構成されるため、詳細な説明は省略する。

20

なお、この店舗端末 4 が、商品管理情報 1 4 0（図 7 参照）や閾値情報 1 5 0、処理対象とする商品、処理対象とする所定の期間等の各情報を生成若しくは取得して情報処理装置 1 に送信し、情報処理装置 1 の記憶部 1 3（図 3 参照）に記憶させておくようにしてもよい。

#### 【0043】

< 処理の流れ >

次に、本実施形態に係る情報処理システム 1 0 0 の処理の流れについて説明する。

30

図 8 は、本実施形態に係る情報処理システム 1 0 0 の全体の処理の流れを示すフローチャートである。

ここで、情報処理装置 1 には、処理対象となる各商品についての説明コンテンツが記憶部 1 3 に記憶され、その説明コンテンツの格納先の情報とともに、商品コンテンツ情報 1 1 0（図 4 参照）が格納されているものとする。

#### 【0044】

まず、表示装置 2 の商品識別情報取得部 2 1 1 は、顧客が商品に付されたバーコードや N F C タグを、表示装置 2 のバーコードリーダーや N F C タグリーダー等からなる商品識別情報読取部 2 4 に近づけることにより、その商品識別情報読取部 2 4 が読み取った商品識別情報（商品コード）を取得する（ステップ S 1）。

40

#### 【0045】

次に、表示装置 2 のコンテンツ要求部 2 1 2 は、商品識別情報取得部 2 1 1 が取得した商品識別情報（商品コード）を付したコンテンツ再生（要求）メッセージを生成し、情報処理装置 1 に送信する（ステップ S 2）。

#### 【0046】

そして、情報処理装置 1 の説明コンテンツ送信部 1 1 1 は、コンテンツ再生（要求）メッセージを受信すると、記憶部 1 3 に記憶された商品コンテンツ情報 1 1 0（図 4）を参照し、当該商品識別情報（商品コード）に対応する説明コンテンツを取得して、表示装置 2 に送信する（ステップ S 3）。

#### 【0047】

50

続いて、情報処理装置 1 の再生履歴情報生成部 1 1 2 は、説明コンテンツ送信部 1 1 1 から、商品識別情報（商品コード）、商品名、商品カテゴリの情報と、説明コンテンツの送信日時（再生日時）の情報を取得し、コンテンツ再生履歴情報 1 2 0（図 5）を生成して記憶部 1 3 に記憶する（ステップ S 4）。

【 0 0 4 8 】

一方、ステップ S 3 の処理により、情報処理装置 1 から説明コンテンツを受信した表示装置 2 は、コンテンツ表示処理部 2 1 3 が、受信した説明コンテンツを表示部 2 5（表示画面）に出力する（ステップ S 5）。

【 0 0 4 9 】

表示装置 2 と情報処理装置 1 とは、このステップ S 1 ~ S 5 の処理について、商品識別情報（商品コード）を表示装置 2 の商品識別情報読取部 2 4 が読み取る度に繰り返す。

10

【 0 0 5 0 】

一方、売場端末 3 は、顧客による商品購入（販売時点）毎に、商品識別情報（商品コード）と販売時刻とを含む販売情報 1 3 0 を生成する（ステップ S 6）。

そして、売場端末 3 は、所定の時間間隔毎または販売時点毎に、生成した販売情報 1 3 0 を、情報処理装置 1 に送信する（ステップ S 7）。

【 0 0 5 1 】

販売情報を受信した情報処理装置 1 は、販売情報取得部 1 1 3 が、取得した販売情報 1 3 0（図 6）を記憶部 1 3 に記憶する（ステップ S 8）。

なお、このステップ S 7、S 8 の販売情報 1 3 0 の取得処理は、上記のように所定の時間間隔毎や販売時点毎に行われてもよいし、以下に示す、情報処理装置 1 の商品動向解析処理の直前にまとめて行ってもよい。

20

【 0 0 5 2 】

次に、情報処理装置 1 の商品動向解析部 1 1 4 は、処理対象とする商品についての、説明コンテンツの再生回数の情報と、販売個数の情報とを取得し、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を解析する商品動向解析処理を実行する（ステップ S 9）。これにより、その商品に対する顧客の関心が、「魅力的」「関心が高い」「定番」「無関心」のいずれの状態であるかを解析する。なお、この商品動向解析処理については、後記する図 9 において詳細に説明する。

【 0 0 5 3 】

続いて、情報処理装置 1 の価格設定方針決定部 1 1 5 は、ステップ S 9 において行った商品動向の解析結果と、記憶部 1 3 内の商品管理情報 1 4 0（図 7）に記憶された、原価、売価、在庫数の情報に基づき、価格設定方針決定処理を実行する（ステップ S 10）。これにより、その商品についての将来の価格設定の方針として、「値上げ」「据え置き」「値下げ」のいずれにすべきかを決定する。

30

【 0 0 5 4 】

そして、情報処理装置 1 の結果送信部 1 1 6 は、ステップ S 9 により得た商品動向の解析結果と、ステップ S 10 により得た価格設定の方針情報（価格設定方針情報）とを、結果情報として、店舗端末 4（図 8 において図示省略）等に送信する（ステップ S 11）。

なお、結果送信部 1 1 6 は、結果情報として、価格設定方針情報のみを送信してもよいし、その商品についての、説明コンテンツの再生回数、販売個数、利益率、在庫数のうちのいずれかまたはすべてを含めて結果情報を生成し、店舗端末 4 に送信するようにしてもよい。

40

また、ステップ S 9 の商品動向解析処理からステップ S 11 の結果情報の送信までを行う契機は、情報処理装置 1 が店舗端末 4 等から、処理対象とする商品や処理対象とする所定の期間等の情報を含めた処理開始指示を受信したときでもよいし、これらの情報を予め情報処理装置 1 の記憶部 1 3 に記憶させておき、所定の時間間隔で自動的に実行するようにしてもよい。

【 0 0 5 5 】

商品動向解析処理

50

次に、情報処理装置 1 の商品動向解析部 1 1 4 ( 図 3 参照 ) が行う商品動向解析処理について説明する。なお、この商品動向解析処理は、図 8 のステップ S 9 において実行される処理である。

図 9 は、本実施形態に係る商品動向解析処理の流れを示すフローチャートである。

ここで、情報処理装置 1 の記憶部 1 3 の閾値情報 1 5 0 として、説明コンテンツの再生回数についての閾値 ( 「再生回数閾値」 ) の情報と、販売個数についての閾値 ( 「販売個数閾値」 ) の情報とが、予め記憶されているものとする。また、処理対象とする商品の情報および処理対象とする所定の期間の情報も、情報処理装置 1 の記憶部 1 3 に予め記憶されているものとする。

なお、この再生回数閾値および販売個数閾値は、原則として、個々の商品毎に設定される。しかしながら、ある商品について同一商品カテゴリ内に類似商品があり、それらの価格や機能がほぼ同じであれば、商品カテゴリ ( 類似商品のグループ ) 毎に再生回数閾値、販売個数閾値を設定してもよい。一方、同一の商品カテゴリ ( 類似商品のグループ ) であっても、価格や機能が大きく異なる場合には、個々の商品毎に再生回数閾値、販売個数閾値を設定する。

10

【 0 0 5 6 】

まず、情報処理装置 1 の商品動向解析部 1 1 4 は、記憶部 1 3 内のコンテンツ再生履歴情報 1 2 0 ( 図 5 ) を参照し、再生日時範囲 ( 処理対象とする所定の期間 ) を指定して、コンテンツ再生履歴情報 1 2 0 を取得する ( ステップ S 9 0 1 ) 。

【 0 0 5 7 】

20

次に、処理対象とする商品を 1 つ選択する ( ステップ S 9 0 2 ) 。なお、ここでは、処理対象として 1 つの商品カテゴリ ( 例えば、商品カテゴリ ( 類似商品のグループ ) 「 A 」 ) に含まれる全ての商品が設定され、その中の 1 つの商品が選択されたものとする。

【 0 0 5 8 】

続いて、商品動向解析部 1 1 4 は、選択した商品について、取得したコンテンツ再生履歴情報 1 2 0 を用いて、再生回数を集計する ( ステップ S 9 0 3 ) 。

【 0 0 5 9 】

そして、商品動向解析部 1 1 4 は、記憶部 1 3 内の販売情報 1 3 0 ( 図 6 ) を参照し、ステップ S 9 0 1 で指定した再生日時範囲と同じ販売日時範囲 ( 処理対象とする所定の期間 ) において、選択した商品が販売された個数 ( 販売個数 ) を取得する ( ステップ S 9 0 4 ) 。

30

【 0 0 6 0 】

次に、商品動向解析部 1 1 4 は、集計した再生回数が、その商品に設定された閾値 ( 再生回数閾値 ) よりも多いか否かを判定する ( ステップ S 9 0 5 ) 。ここで、集計した再生回数が、再生回数閾値よりも多い場合には ( ステップ S 9 0 5 Yes ) 、ステップ S 9 0 6 に進む。一方、集計した再生回数が、再生回数閾値よりも多くない場合は ( ステップ S 9 0 5 No ) 、ステップ S 9 0 9 に進む。

【 0 0 6 1 】

ステップ S 9 0 6 において、商品動向解析部 1 1 4 は、ステップ S 9 0 4 において取得したその商品の販売個数が、その商品に設定された閾値 ( 販売個数閾値 ) よりも多いか否かを判定する。

40

ここで、その商品の販売個数が、販売個数閾値よりも多い場合には ( ステップ S 9 0 6 Yes ) 、その商品についての解析結果を、商品動向〔 1 〕に決定する ( ステップ S 9 0 7 ) 。ここで、商品動向〔 1 〕とは、その商品が、説明コンテンツの再生回数が多く、かつ、販売個数も多い、ことを意味する。なお、この商品動向〔 1 〕の解析結果を、ここでは「魅力的」と称する。

一方、ステップ S 9 0 6 において、その商品の販売個数が、販売個数閾値よりも多くない場合には ( ステップ S 9 0 6 No ) 、商品動向解析部 1 1 4 は、その商品についての解析結果を、商品動向〔 2 〕に決定する ( ステップ S 9 0 8 ) 。ここで、商品動向〔 2 〕とは、その商品が、説明コンテンツの再生回数は多いが販売個数は少ないことを意味する

50

。なお、この商品動向〔2〕の解析結果を、ここでは「関心が高い（気になる）」と称する。

#### 【0062】

一方、集計した再生回数が再生回数閾値よりも多くない場合は（ステップS905 No）、商品動向解析部114は、ステップS909において、その商品の販売個数が、閾値（販売個数閾値）よりも多いか否かを判定する。

ここで、その商品の販売個数が、販売個数閾値よりも多い場合には（ステップS909 Yes）、商品動向解析部114は、その商品についての解析結果を、商品動向〔3〕に決定する（ステップS910）。ここで、商品動向〔3〕とは、その商品が、説明コンテンツの再生回数は少ないが販売個数は多いことを意味する。なお、この商品動向〔3〕の解析結果を、ここでは、「定番」と称する。

10

一方、ステップS909において、その商品の販売個数が、販売個数閾値よりも多くない場合には（ステップS909 No）、商品動向解析部114は、その商品についての解析結果を、商品動向〔4〕に決定する（ステップS911）。ここで、商品動向〔4〕とは、その商品が、説明コンテンツの再生回数が少なく、かつ、販売個数も少ない、ことを意味する。なお、この商品動向〔4〕の解析結果を、ここでは「無関心」と称する。

#### 【0063】

ステップS907、S908、S910、S911のいずれかの処理を終えると、商品動向解析部114は、解析の対象とする商品のすべて（ここでは、同一商品カテゴリ（類似商品のグループ）内のすべての商品）を処理したか否かを判定する（ステップS912）。そして、まだ処理していない対象商品がある場合には（ステップS912 No）、ステップS902に戻り、処理を続ける。一方、対象とする商品のすべての処理を終えている場合には（ステップS912 Yes）、この商品動向解析処理を終了する。

20

#### 【0064】

このようにすることで、商品動向解析部114は、図10に示すように、各商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）を、商品動向〔1〕（魅力的）、商品動向〔2〕（関心が高い（気になる））、商品動向〔3〕（定番）、商品動向〔4〕（無関心）の4つに分類するようにして解析することができる。

#### 【0065】

##### 価格設定方針決定処理

30

次に、情報処理装置1の価格設定方針決定部115（図3参照）が行う価格設定方針決定処理について説明する。なお、この価格設定方針決定処理は、図8のステップS10において実行される処理である。

図11は、本実施形態に係る価格設定方針決定処理の流れを示すフローチャートである。

ここで、情報処理装置1の記憶部13には、商品管理情報140（図7）が予めその処理対象となる商品について格納されているものとする。また、閾値情報150として、利益率についての閾値（「利益率閾値」）の情報と、在庫数についての閾値（「在庫数閾値」）の情報とが、予め記憶されているものとする。また、処理対象とする商品の情報および処理対象とする所定の期間の情報も、情報処理装置1の記憶部13に予め記憶されているものとする。

40

なお、この利益率閾値および在庫数閾値は、原則として、個々の商品毎に設定される。しかしながら、ある商品について同一商品カテゴリ内に類似商品があり、それらの価格や機能がほぼ同じであれば、商品カテゴリ（類似商品のグループ）毎に利益率閾値、在庫数閾値を設定してもよい。一方、同一の商品カテゴリ（類似商品のグループ）であっても、価格や機能が大きく異なる場合には、個々の商品毎に利益率閾値、在庫数閾値を設定する。

#### 【0066】

まず、価格設定方針決定部115は、処理対象とする商品を1つ選択する（ステップS1001）。なお、処理対象とする商品は、図9で示した商品動向解析処理と同一の商品

50

であり、ここでは、同一商品カテゴリ（類似商品のグループ）内の商品から1つが選択されるものとする。

【0067】

続いて、価格設定方針決定部115は、商品管理情報140を参照し、選択した商品についての原価および売価に基づき、上記の（式1）によって利益率を計算する（ステップS1002）。

【0068】

次に、価格設定方針決定部115は、計算した商品の利益率とその商品に設定された閾値（利益率閾値）よりも高いか否かを判定する（ステップS1003）。ここで、その商品の利益率が利益率閾値よりも高い場合は（ステップS1003 Yes）、次のステップS1004に進む。一方、その商品の利益率が利益率閾値よりも高くない場合は（ステップS1003 No）、ステップS1008に進む。

10

【0069】

ステップS1004において、価格設定方針決定部115は、商品管理情報140を参照し、選択した商品の在庫数を取得する。

【0070】

続いて、価格設定方針決定部115は、取得したその商品の在庫数とその商品に設定された閾値（在庫数閾値）よりも多いか否かを判定する（ステップS1005）。ここで、その商品の在庫数が在庫数閾値よりも多い場合は（ステップS1005 Yes）、次のステップS1006に進む。一方、その商品の在庫数が在庫数閾値よりも多くない場合は（ステップS1005 No）、ステップS1007に進む。

20

【0071】

そして、価格設定方針決定部115は、次のステップS1006、S1007、S1008において、商品動向解析部114が図9に示した商品動向解析処理を実行した結果として得られた解析結果である、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）の解析結果の分類（商品動向〔1〕～〔4〕）に基づき、将来の価格設定の方針を決定する。

【0072】

具体的には、価格設定方針決定部115は、ステップS1006のケース、つまり、利益率が高く在庫数も多い場合、解析結果が商品動向〔1〕（魅力的）とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。また、解析結果が商品動向〔2〕（関心が高い（気になる））とされた商品についての価格設定を「値下げ」に決定する。また、解析結果が商品動向〔3〕（定番）とされた商品についての価格設定を「値下げ」に決定する。また、解析結果が商品動向〔4〕（無関心）とされた商品についての価格設定を「値下げ」に決定する。ここで、解析結果が商品動向〔2〕～〔4〕の商品については、在庫数が多いため、「値下げ」により顧客の購入意欲を高め、販売促進につなげる。

30

【0073】

また、価格設定方針決定部115は、ステップS1007のケース、つまり、利益率が高いが在庫数が少ない場合、解析結果が商品動向〔1〕（魅力的）とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。また、解析結果が商品動向〔2〕（関心が高い（気になる））とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。また、解析結果が商品動向〔3〕（定番）とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。また、解析結果が商品動向〔4〕（無関心）とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。

40

【0074】

また、価格設定方針決定部115は、ステップS1008のケース、つまり、利益率が低い場合、解析結果が商品動向〔1〕（魅力的）とされた商品についての価格設定を「値上げ」に決定する。ここでは、売れる商品であるので、価格を強気に設定する。また、解析結果が商品動向〔2〕（関心が高い（気になる））とされた商品についての価格設定を「値下げ」に決定する。ここでは、「値下げ」により顧客の購入意欲を高め、販売促進につなげる。また、解析結果が商品動向〔3〕（定番）とされた商品についての価格設定を

50

「据え置き」に決定する。また、解析結果が商品動向〔４〕（無関心）とされた商品についての価格設定を「据え置き」に決定する。

【００７５】

そして、価格設定方針決定部１１５は、ステップＳ１００６、Ｓ１００７、Ｓ１００８のいずれかの処理を終えると、対象となる商品のすべて（ここでは、同一商品カテゴリ（類似商品のグループ）内のすべての商品）を処理したか否かを判定する（ステップＳ１００９）。そして、まだ処理していない対象商品がある場合には（ステップＳ１００９　No）、ステップＳ１００１に戻り処理を続ける。一方、対象とする商品のすべての処理を終えている場合には（ステップＳ１００９　Yes）、この価格設定方針決定処理を終了する。

10

【００７６】

このようにすることで、情報処理装置１は、その商品に対する顧客の関心の状態（商品動向）の分類（商品動向〔１〕～〔４〕）とその商品の利益率および在庫数を用いて、将来の価格設定の方針を決定することができる。

【００７７】

以上説明したように、本実施形態に係る、情報処理装置１、情報処理方法、および、プログラムによれば、表示装置２に表示される商品の商品情報の再生回数と、当該商品の販売個数とに基づき、当該商品の価格設定の方針を決定することができる。

ここで、店舗等の管理者は、情報処理装置１が出力する価格設定方針情報（「値上げ」「据え置き」「値下げ」）のうち、「値上げ」または「値下げ」の価格設定方針情報が示された商品について、その方針に基づき、商品動向〔１〕（魅力的）、商品動向〔２〕（関心が高い（気になる））、商品動向〔３〕（定番）、商品動向〔４〕（無関心）、を考慮して、より最適な価格を設定することが可能となる。また、価格設定方針情報が「据え置き」と示された商品については、価格変更を考慮する必要をなくすることができる。よって、特に大規模なホームセンタやドラッグストア等の、販売する商品数が多い店舗においては、価格変更を検討する商品数を削減することができるメリットがある。

20

さらに、本実施形態によれば、表示装置２において、顧客が希望する各商品の説明コンテンツを動画等により視聴させることができるため、POP媒体に比べ、その商品を詳細に説明することができ、顧客へのサービス向上につながる。また、店舗スタッフへの顧客からの問合せを削減する効果がある。

30

【００７８】

以上、本発明の実施形態に係る、情報処理装置１、情報処理方法、および、プログラムについて説明したが、本発明は、上記した本実施形態に限定されず、その要旨を逸脱しない範囲において変更可能である。

例えば、本実施形態においては、各商品の説明コンテンツを情報処理装置１が記憶するものとして説明した。しかしながら、この説明コンテンツを、他のデータベースサーバに記憶させ、情報処理装置１が、表示装置２からのコンテンツ再生（要求）メッセージを受信すると、そのコンテンツ再生（要求）メッセージに付された商品識別情報（商品コード）に基づき、データベースサーバから説明コンテンツを取得し、表示装置２に送信するようにしてもよい。

40

また、説明コンテンツを表示装置２に記憶させ、表示装置２が商品識別情報を読み取った際には、表示装置２の記憶部２３に記憶した説明コンテンツを表示画面（表示部２５）に出力してもよい。その場合、表示装置２は、商品識別情報と説明コンテンツを再生した日時（再生日時）とを含む情報（コンテンツ再生メッセージ）を情報処理装置１に送信する。そして、情報処理装置１は、その受信した情報に基づき、コンテンツ再生履歴情報１２０（図５）を生成する。

【００７９】

また、本実施形態における表示装置２では、バーコードリーダーやNFCタグリーダー等からなる商品識別情報読取部２４（図２参照）により商品識別情報を取得するものとして説明した。その他にも、表示装置２に各商品の選択画面を表示させ、例えば、タッチパネル

50

のような入力手段を用いて、説明コンテンツを再生させたい商品の入力情報を表示装置 2 が受け付け、記憶部 23 に記憶しておいた各商品に対応する商品識別情報のリストから、入力された商品の商品識別情報を取得するようにしてもよい。また、表示装置 2 に複数の入力部を備えさせ、説明コンテンツを再生させたい各商品に対応した入力部が、顧客により押下げられた情報を取得し、商品識別情報を特定するようにしてもよい。

【0080】

さらに、本実施形態の変形例として、表示装置 2 において商品の説明コンテンツを視聴した顧客と、売場端末 3 において商品を購入した顧客が同一顧客か否かを判定するようにしてもよい。つまり、商品の説明コンテンツを視聴した顧客が、その商品を購入したか否かを特定できるようにしてもよい。

商品の説明コンテンツを視聴した顧客と、その商品を購入した顧客とが同一顧客か否かの特定は、例えば、次のようにして行うことができる。

さらに、本実施形態では、利益率や在庫数によって価格方針を決定したが、これに限らず、利益率や在庫数によって再生回数閾値や販売個数閾値を変化させても良い。

表示装置 2 において商品の説明コンテンツが再生された時刻から、例えば、数分以内に同一商品が売場端末 3 において購入された場合に、説明コンテンツを視聴した顧客がその商品を購入したと特定する。表示装置 2 および売場端末 3 に顔認識装置を備えさせ、画像（顔）認識の情報を情報処理装置 1 に送信することにより、情報処理装置 1 が、商品の説明コンテンツを視聴した顧客と売場端末 3 においてその商品を購入した顧客が画像（顔）認識により同一人物であると判定した場合に、説明コンテンツを視聴した顧客がその商品を購入したと特定する。表示装置 2 において商品の説明コンテンツを視聴した顧客にその商品の割引等のクーポンを発行し、そのクーポンの利用情報をその商品の購入時に売場端末 3 が取得することにより、説明コンテンツを視聴した顧客がその商品を購入したと特定する。店舗に備える全ての商品それぞれに固有な商品コード（商品 1 つ 1 つに固有な識別情報）を付しておき、表示装置 2 が読み込んだ商品コードと同一の商品コードが付された商品が売場端末 3 で所定時間（数分）以内に購入された場合に、説明コンテンツを視聴した顧客がその商品を購入したと特定する。

以上のように、商品の説明コンテンツを視聴した顧客が、その商品を購入したか否かをより正確に特定することにより、説明コンテンツの再生回数およびその商品の販売個数から、その商品についての顧客の関心の状態をより正確に解析することができる。例えば、類似商品の説明コンテンツを見比べた顧客が、最終的にどの商品を購入したか等の情報を取得でき、このような情報を蓄積し、将来の販売計画に生かすことができる。

【0081】

<その他>

以下に、この出願の願書に最初に添付した特許請求の範囲に記載した発明を付記する。付記に記載した請求項の項番は、この出願の願書に最初に添付した特許請求の範囲の通りである。

〔付記〕

<請求項 1>

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段と、

前記商品の販売情報を取得する販売情報取得手段と、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段と、

を備えることを特徴とする情報処理装置。

<請求項 2>

前記再生情報は、再生回数であり、

再生回数閾値と比較し前記コンテンツの再生回数が多いかを判定する再生回数判定手段と、

を備え、

10

20

30

40

50

前記価格設定手段は、前記再生回数判定手段に基づいて前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 に記載の情報処理装置。

< 請求項 3 >

前記販売情報は、販売数であり、

販売数閾値と比較し前記商品の販売数が多いかを判定する販売数判定手段と、  
を備え、

前記価格設定手段は、前記販売数判定手段に基づいて前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 又は 2 に記載の情報処理装置。

< 請求項 4 >

前記再生情報と前記販売情報から商品動向を決定する商品動向決定手段と、  
を備え、

前記価格設定手段は、前記商品動向から前記商品の価格を決定することを特徴とする請求項 1 に記載の情報処理装置。

< 請求項 5 >

前記商品の利益率又は在庫数によって再生回数閾値を調整する再生回数閾値調整手段と、  
を備えることを特徴とする請求項 2 に記載の情報処理装置。

< 請求項 6 >

前記商品の利益率又は在庫数によって販売数閾値を調整する販売回数閾値調整手段と、  
を備えることを特徴とする請求項 3 に記載の情報処理装置。

< 請求項 7 >

情報処理装置が、

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶するステップと、

前記商品の販売情報を取得するステップと、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定するステップと、

を実行することを特徴とする情報処理方法。

< 請求項 8 >

コンピュータを、

商品の特徴を説明するコンテンツが再生されたことを示すコンテンツの再生情報を記憶する再生情報記憶手段、

前記商品の販売情報を取得する販売情報取得手段、

前記コンテンツの再生情報および前記コンテンツに対応する商品の販売情報に基づき当該商品の価格を決定する価格設定手段、

として機能させるためのプログラム。

【符号の説明】

【 0 0 8 2 】

1 情報処理装置

2 表示装置

3 売場端末

4 店舗端末

1 1 , 2 1 制御部

1 2 , 2 2 通信部

1 3 , 2 3 記憶部

2 4 商品識別情報読取部

2 5 表示部

1 0 0 情報処理システム

1 1 0 商品コンテンツ情報

1 1 1 説明コンテンツ送信部

10

20

30

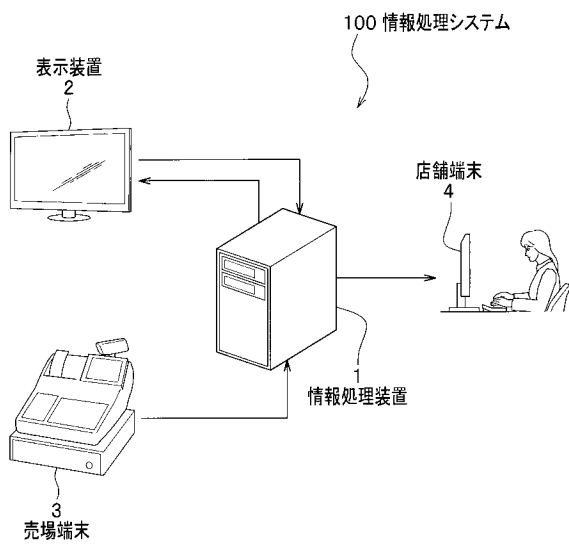
40

50

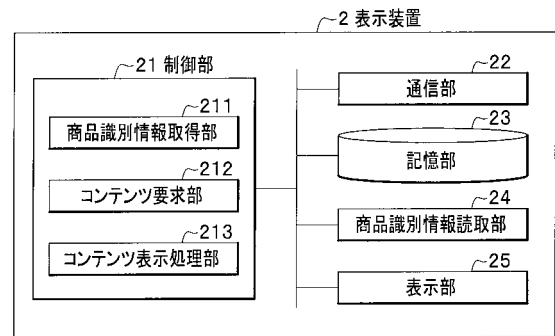


- 1 1 2 再生履歴情報生成部
- 1 1 3 販売情報取得部
- 1 1 4 商品動向解析部
- 1 1 5 価格設定方針決定部
- 1 1 6 結果送信部
- 1 2 0 コンテンツ再生履歴情報（再生履歴情報）
- 1 3 0 販売情報
- 1 4 0 商品管理情報
- 1 5 0 閾値情報
- 2 1 1 商品識別情報取得部
- 2 1 2 コンテンツ要求部
- 2 1 3 コンテンツ表示処理部

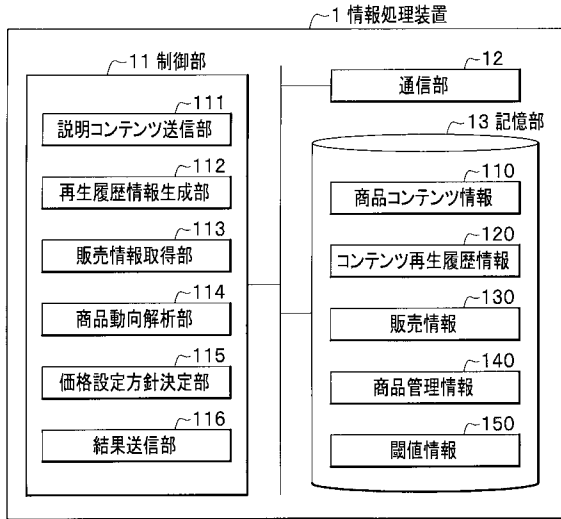
【 図 1 】



【 図 2 】



【 図 3 】



【 図 4 】

110 商品コンテンツ情報

商品識別情報	商品名	商品カテゴリ	説明コンテンツ格納先
001001	a1 (X社)	A	.../.../aaa.mpg
001002	a2 (Y社)	A	.../.../bbb.mpg
001003	a3 (Z社)	A	.../.../ccc.mpg
⋮	⋮	⋮	⋮
002001	b1 (X社)	B	...
002002	b2 (Y社)	B	...
002003	b3 (Z社)	B	...
⋮	⋮	⋮	⋮

【 図 5 】

120 コンテンツ再生履歴情報

商品識別情報	商品名	商品カテゴリ	再生日時
001001	a1	A	2014/09/01 10:20:30
001003	a3	A	2014/09/01 10:23:00
002002	b2	B	2014/09/01 10:30:50
001001	a1	A	2014/09/01 10:35:15
⋮	⋮	⋮	⋮

【 図 6 】

130 販売情報

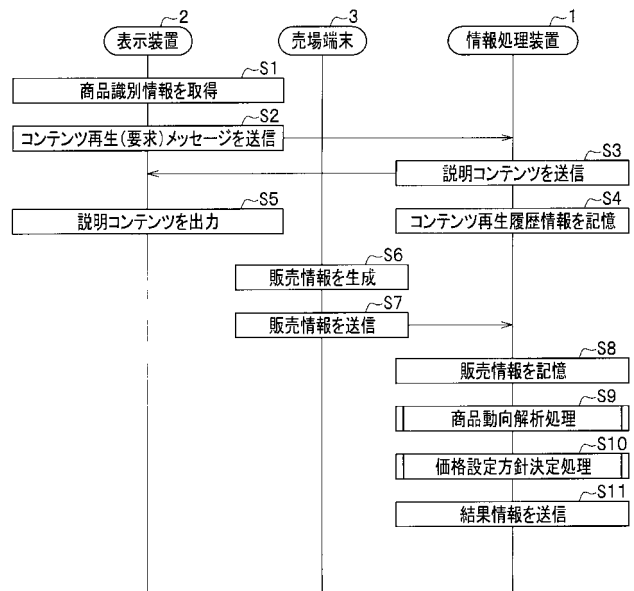
商品識別情報	販売日時
001001	2014/09/01 10:30:10
002002	2014/09/01 10:35:40
001002	2014/09/01 10:37:20
002001	2014/09/01 10:40:35
001001	2014/09/01 10:42:05
⋮	⋮

【 図 7 】

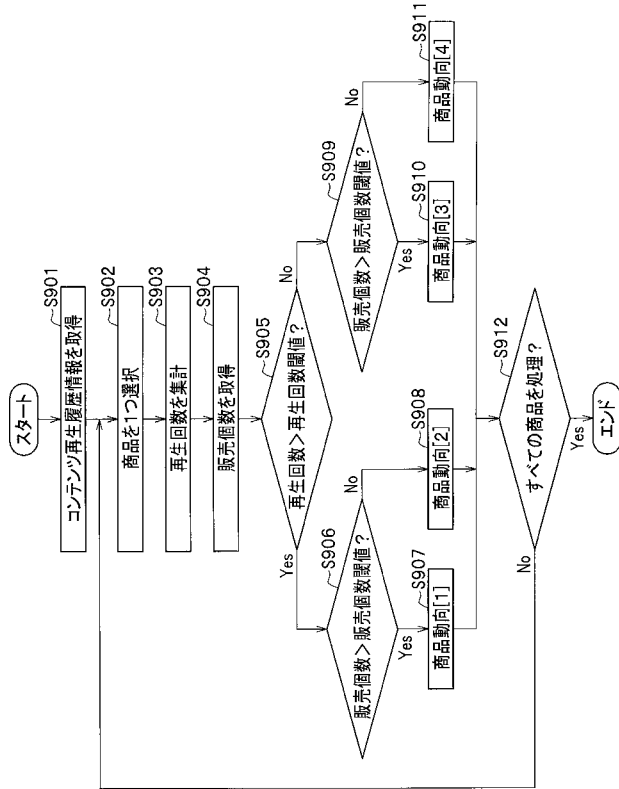
140 商品管理情報

商品識別情報	原価	売価	在庫数
001001	150	200	50
001002	180	230	30
001003	250	320	25
⋮	⋮	⋮	⋮

【 図 8 】



【 図 9 】



【 図 1 0 】

		再生回数	
		多	少
販売個数	多	商品動向[1] (魅力的)	商品動向[3] (定番)
	少	商品動向[2] (関心が高い(気になる))	商品動向[4] (無関心)

【 図 1 1 】

