

有償開放特許

格子点発生方式

特許
番号

特許 第 2831911 号

■有償開放お問合せ先■

法務・知的財産権部

電話：076-283-9431

Eメール：patcp-g@pfu.fujitsu.com

適用製品

CAD による各種設計における格子点発生方法

目的

複数の矩形領域が任意のずれ幅を持って配置された場合にも各矩形の格子点を少ない指示により発生させる。

技術の内容

【技術的背景】

CAD システムでは図形の内部に基準となる一定の長さや面積を表す格子点を表示する場合がある。この格子点は、設計での物品の配置等で配置位置や占有面積、相互の関係等を知る上で有効に使用される。格子点発生方式の従来例の図の A は、建築物のある階の壁 80 により仕切られた複数の部屋等を表す矩形領域 a ~ d の平面を表す。この格子点は、矩形内では等間隔であるが、隣接する矩形領域の格子点とは仕切りの壁があるため等間隔を保っていない。従来は、各矩形領域の格子点を等間隔で発生するため、右上図の B. に示す方法が用いられている。縦・横の線 x_1 , y_1 が交わる点を原点として各々縦・横方向に決められた距離を持つ線 x_2 , y_2 により囲まれた矩形領域 c を定義する。この定義は画面上で矩形を表す対角点 P (原点) と Q をマウスやタブレットで座標指定して行われる。この矩形領域 c に対し、右側に矩形領域 d を壁の厚さ L の距離だけ離れて配置する場合は、矩形領域 c の右端に沿った線を長さ L だけ右側にずらした線を横方向の線 x_3 とし、縦方向は線 y_2 とする矩形領域 d を定義する。各矩形領域内の格子点は、各々定義された矩形領域を形成する線の中で等間隔の点を求めて発生できる。上記のように各矩形領域に対して各々格子点を発生するには、縦と横に基準線のずれる位置が縦と横に交差すると、多数の矩形領域 (縦の位置数×横の位置数) について個別に指定して定義した上で発生するため入力操作に手間と時間がかかるという問題があった。

【本技術の要約】

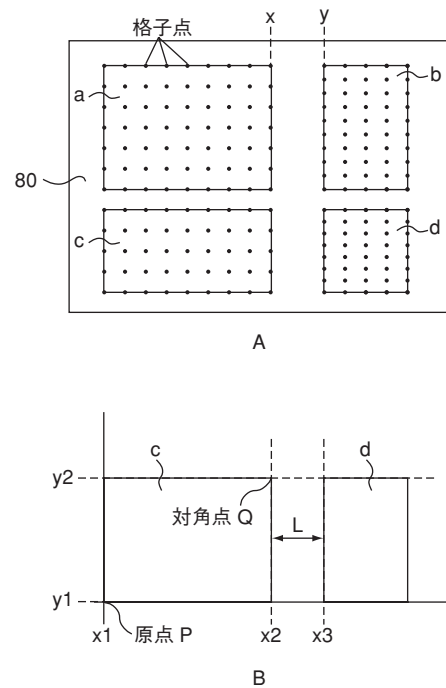
線情報の記憶部と、実際の線表示位置算出手段と、水平・垂直の基準線の矩形発生手段と、ずれ幅だけ縮小の

矩形縮小手段と、等間隔の格子点の格子点発生手段と、線表示位置算出手段とによる線及び格子点の表示手段とを備える。

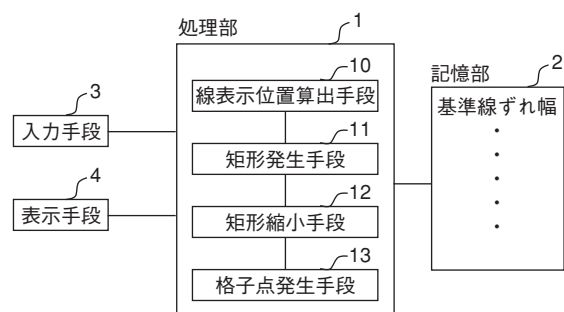
効果

物品の配置位置や占有面積、相互の関係等を知る格子点を簡便な入力にて生成できる。

●格子点発生方式を説明する従来例の図●



●本発明の基本構成図●



有償開放特許

ショッピングシステムおよび記録媒体

公開
番号

特開 2002-056465 号

有償開放お問合せ先

法務・知的財産権部

電話：076-283-9431

Eメール：patcp-g@pfu.fujitsu.com

適用製品

顧客が店舗で商品を購入する実績を管理するショッピングシステム

目的

ショッピングモールなどで顧客が店舗で商品を購入したときに顧客毎に買い物した店舗情報などをセンタで蓄積し、問い合わせに応じて蓄積した情報をもとに参加賞や景品を渡し、顧客の来店率を高める。

技術の内容

【技術的背景】

従来、ショッピングモールや商店街などで顧客が繰り返し来店して商品を購入してくれるように、会員にカードを発行して商品の購入毎に所定のポイントを積算し、所定ポイントが溜まると景品や買い物券と交換し、顧客が来店することを促進するようにしている。しかし、上記カードを用いて商品の購入毎にポイントを積算するシステムでは、セール期間のように特別なイベント時に更に顧客が来店するように工夫することが望まれている。

また、セール期間中には、商品を購入した顧客に、一意の番号を付与したラッキーカードなどを渡し、後日、当り番号を決定して当たり券を持参した人に景品を渡すことが行われているが、セール期間中に商品を購入した顧客に直ぐに当たり券であるか否かが判別しなく、販促に結びつき難いという問題があった。

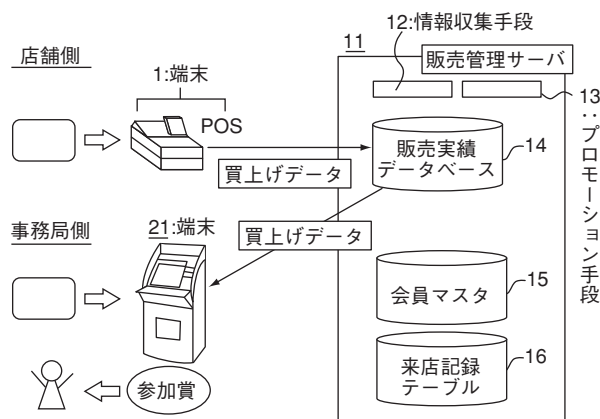
【本技術の要約】

顧客が各店舗で商品を購入した情報を収集する手段と、収集した情報をもとに、問い合わせのあった顧客について商品を購入した店舗の数が一定数を越えたかを判別する手段と、一定数を越えたと判別したときに、参加賞を提供する手段とを備える。

効果

- 1) 蓄積した情報をもとに参加賞や景品を渡し、顧客の来店率を高めることができる。
- 2) ショッピングモールなどで顧客が店舗で商品を購入したときに顧客毎に買い物した店舗情報などをセンタで蓄積し、問い合わせに応じて蓄積した情報をもとに参加賞や景品を渡す構成を採用し、カードシステムなどを有効活用してショッピングモールなどで顧客の購買意欲を増して来店率を高めることが可能となる。

●本発明のシステム構成図●



有償開放特許

重複商品提供防止方法および重複商品提供防止プログラム

公開
番号

特開 2003-316943 号

■有償開放お問合せ先■

法務・知的財産権部

電話：076-283-9431

Eメール：patcp-g@pfu.fujitsu.com

適用製品

なし

目的

商品の重複提供を未然に防止する重複商品提供防止方法および重複商品提供防止プログラムに関し、会員番号に対応づけて商品の過去のレンタル/購入の履歴を保存し、商品のレンタル/購入時に重複商品があったときに提示し、重複商品のレンタル/購入を未然に防止し顧客サービスを向上させて顧客吸引力を高めることを目的とする。

技術の内容

【技術的背景】

従来、顧客がビデオをレンタルしたり、シリーズ物の書籍を購入したりなどの商品を手入手する場合、過去にいずれの商品を手入手したかを覚えていないことがあり、重複して入手し、帰宅してから気がつくことがあった。このため、顧客が商品をレンタル/購入したときに割引券などを発行するシステムにおいて、顧客サービスの一環として、重複商品のレンタル/販売を未然に防止することが望まれていた。

【本技術の要約】

顧客に過去に提供した商品について当該顧客の会員番

号に対応づけて保存する履歴テーブルを備え、顧客に商品を提供時に上記履歴テーブルを検索して同一商品が過去に提供されているかチェックするステップと、チェックした結果、過去に同一商品を提供していた場合に重複商品提供済みを表示するステップとを有する。

効果

会員番号に対応づけて商品の過去のレンタル/購入の履歴を保存し、商品のレンタル/購入時に重複商品があったときに提示する構成を採用しているため、重複商品のレンタル/購入を未然に防止し顧客サービスを向上させて顧客吸引力を高めることが可能となる。

●本発明のシステム構成図●

