

ある。ただし、商品の購入数を限定したクーポンは設定できない。

(7) 会員は、クーポンコードが異なる複数のクーポンを1回の支払で利用できる。

(8) クーポンの効果を測るために、クーポンがどの支払で利用されたか分かるように記録する。

2. クーポンの配布方法

(1) クーポンを企画した加盟企業は、B社に料金を支払い、クーポンの配布対象にしたい会員の抽出条件をB社に伝える。

(2) 会員の抽出は、支払時のポイント付与の記録を用いて行う。抽出条件には、ある期間に特定の店舗を利用した、特定の商品を一定以上の金額分購入した、特定の支払方法で一定以上の金額を支払った、などがある。

(3) B社は、条件に合う会員を抽出し、クーポン配布リストとして登録する。会員の抽出は、日次バッチで行う。

(4) クーポン配布リストに登録されている会員が、全加盟企業のいずれかの店舗を利用した場合に、クーポンを発行する。同じ会員に同じクーポンを2回発行することはない。

(5) クーポンには、配布上限数と配布期間を設定している。

〔概念データモデルと関係スキーマの設計〕

概念データモデルを図1に、関係スキーマを図2に示す。

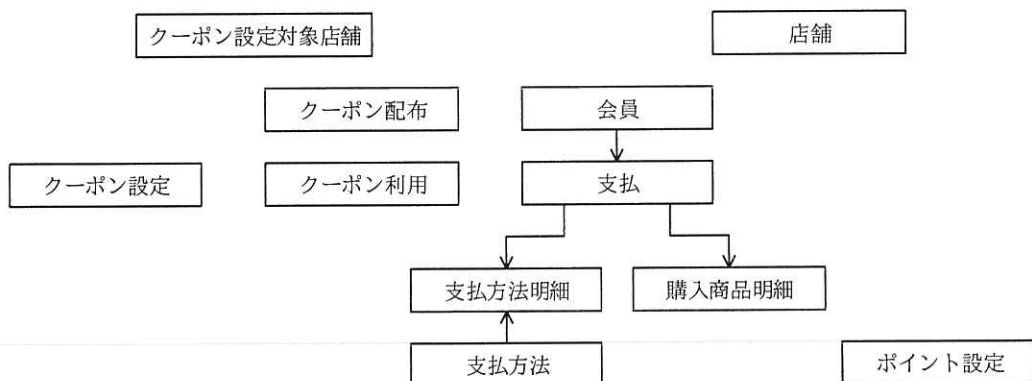


図1 概念データモデル（未完成）