

第6回自転車利用環境向上会議in愛媛・松山
【特許】平面画像
 の
立体認識技術製品

知的財産権研究開発事業化 株式会社一心助付
 代表取締役 鈴木英雄





受賞等履歴

関東地方発明表彰 発明奨励賞
 みたかビジネスプランコンテスト 特別賞
 三鷹地下駐輪場これまで実物ポール設置


違法駐輪が絶えない
 ↓
 立体認識ポール平面画像貼付
 ↓
 違法駐輪激減

平成28年度埼玉県新製品・新技術マッチング事業(応募者)採択
 現在、越谷しらこぼと公園出入り口道路にて実証実験中
 これまで道路中央走行車両や違法駐停車車両により通行に支障
 ↓
 左側相互通行助行と違法駐停車が激減。

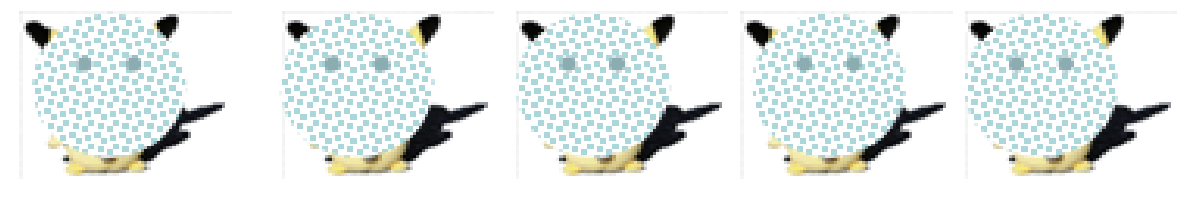



国内外の交通事故多発をより安全・安心なものにするために考え出しました。
 通行区分帯・順番整列帯やゾーンを平面画像でありながら、あたかも立体物があるかのように見せ、走行中の通行区分帯から他の通行区分帯に侵入しにくくさせ、事故を激減させる方法及び製品です。
 試して他の通行帯・ゾーンに侵入したとしても、従来のように構造物にぶつかることが無く、怪我や物損事故もなく、荷降ろしでの一時停車も可能であり、商店街への影響も少ない。
 構造物でないため交差点上に設置することにより、自動車と自転車・歩行者等の巻き込み事故も大幅に防げることが出来る。
国内外の経済活性化を促すために考え出しました。
 国際マラソンをはじめ、各種スポーツ大会・遊園地・動物園美術館・その他におけるレジ等の順番整列帯やゾーンに関連する平面画像やスポンサーの平面画像を立体認識させる方法及び製品を使うことで観客動員、広告効果、経済波及、雇用増大が計れます。
 企業製品を立体視させることで、テレビ中継や観客に従来の広告に比べ格段の費用低下と効果増大が計れる。
世界中の行政、観光、産業、名産品、その他を世界に発信するために考えた。
 サッカー広告のテレビ画像による立体認識技術と違い、観客にも目視で立体認識でき、設備や費用も大幅に激減し、室内や小規模施設にも応用ができ、任意の画像や文字により表現でき、個人的な当該サービスを利用(購入)することが出来る。
 製品立体視により視認率効果と製品認知効果及び立体視製品を使う事で大会費用・選手援助に貢献する。
 これまで上記関連無合社より、上記記載の理由等により弊位にビジネスを展開する。本事業プランの実行で、数年後にはだれもが理解できるほど莫大な売上高、利益を目標。

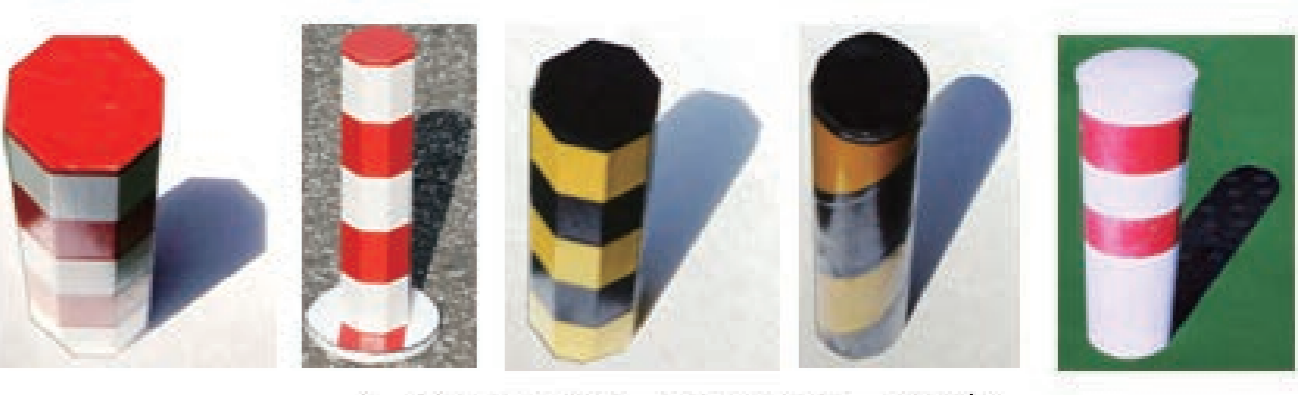
通行区分帯・順番整列帯やゾーンを
 ↓
 あたかも立体物があるかのように見せ
 ↓
 走行中の通行区分帯から他の通行区分帯に
 ↓
 侵入しにくくさせる
 ↓
安全・安心な分離方法。



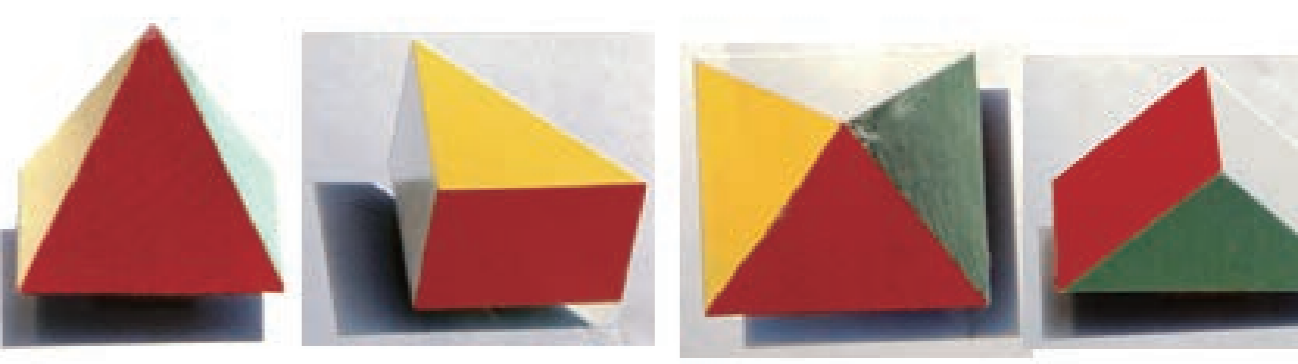
特産物・企業製品・新幹線等の平面画像を
 ↓
 飛び出しているかのごとく立体認識させ
 ↓
 道路・歩道・横断歩道前・商店街に貼付・設置
 ↓
 マラソン大会・イベントなどに活用
 ↓
 交通安全と企業・特産物PRで地域活性化



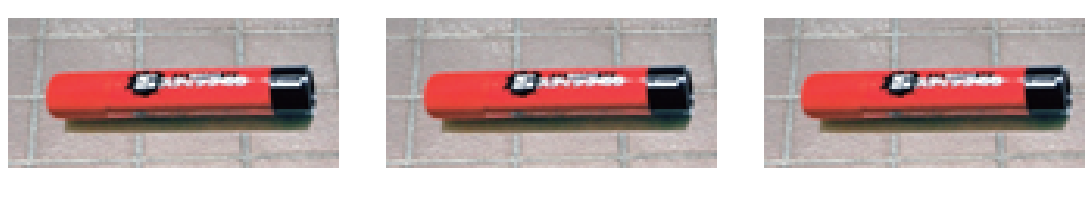
立体認識画像例(ポール)




立体認識画像例(図形)



誤って他の通行帯・ゾーンに侵入
 ↓
 構造物にぶつからない
 ↓
 怪我や物損事故ない
 ↓
 荷降ろしでの一時停車も可能
 ↓
商店街への影響も少ない。



構造物でない: 交差点上に設置
 ↓
巻き込み事故も大幅に減少
 ↓
 放置自転車・違法駐車・駐輪対策
 ↓
 劇場・店舗・駅・イベント会場等
 ↓
レジなどの順番整列広告活用



実物ポール → ポール平面画像 → 置くだけ

実物 → テープ → タイル上に置く → コンクリートに貼付

点字ブロックに貼付

なんでもござれ!

試験的設置事例-6(実証実験含む)
 立体図形道路上に臨時設置



写真を鏡りすく割そうとした→車が来た→みな避けて通った→その様様

平成28年埼玉県新製品・新技術マッチング事業採択
 越谷しらこぼと公園車両出入り道路設置

立体視平面ポール画像 立体視(左に寄る) スムーズな相互通行

設置前:違法駐車・中央走行 → 設置後:違法駐車・中央走行激減

平面立体認識画像応用製品例



企業広告のご案内

ポスト立体に見える



従来工法例 (リアル感・立体感が少ない)



本技術例(リアル感・立体感効果大)



交通安全 & 広告効果 & 注目度



スポーツイベント等での利用



逆走事故防止例




・市場とターゲット
 大・中・小規模テレビ・雑誌・広告業界 ⇒ 広告収入・観客動員・視聴者増大増収
 大・中・小規模土木関連企業・公共土木機関 ⇒ 設置・導入・利用で増収広告副収入
 大・中・小規模イベント・コンサート・駅・商店 ⇒ 設置・導入・利用で増収広告副収入

・規模
 道路標識、駐車場、店舗整列窓、機械や危険箇所などの区分では大規模である。
 従来のホームセンター、パソコン店、家電量販店等の店舗内広告もかなりの規模。
 地方や商店街の賑わいを取り戻し、活性化を促進し、経済貢献も莫大である。

・動向
 世界の趨勢は2Dから3Dに変化、このことから将来性、成長性とも疑いがない。

・今後の計画
 大学、企業等との連携等により計画促進します。
 世の中の需要計算は、誰もが膨大な数字になることは疑いありません。
 テーマパークや特約2020年東京オリンピックは最適である。
 道路・駐車場など土木関連:従来の実物と比較して優位な価格設定。

・流通販売方法
 シール等はホームセンター・量販店等 土木設置は公共土木や民間土木業者
 駅・私有地は商社・直接折衝

・PR方法
 各商店にサンプルとして使ってもらうことで、通行人や買い物客に広くPR出来る。
 イベント等でサンプルとして使ってもらうことで、マスコミ等にPR出来る。
 駐車場白線上にその店・企業の立体認識画像を載せることで広くPR出来る。

競合の状況
 土木関連:道路白線・虎平面テープ・立体ポール・ブロック立体認識図形
 広告関連:平面広告・テレビによる3D映像

事業の優位性
価格・設備費が安価、費用対効果が高い、応用範囲が広い、世界に発信。
 道路・駐車場など土木関連:従来の実物と比較して優位な価格設定。
 従来品は実物と設置費用及び専門業者が施工に対し、当製品はただ道路等に貼るだけで誰もが簡単に施工でき、実物の費用で施工できる。
 例:マラソン大会で1枚1000円の立体視企業シールを10mごと沿道に貼ると、4200枚×1000円=4200000円×スポン数+放映料その他。

・東京オリンピック・パラリンピックの目標総額1500億円以上
 ・主な権利:大会マーク使用、大会会場によるプロモーション、関連映像・写真等の使用 (自動車・ビール・果実・農産物・菓子・銀行・石油・アパレルその他スポンサー)