【特許】平面画像の立体認識方法と製品

　　私どもは千葉県柏市で知的財産権研究開発事業化　を営んでおります、株式会社一心助けです。

国内外の経済活性化をはかる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・動植物美術館・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

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出しました。

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、好きな画像や文字により表現でき、個人的な該サービスを利用（購入）することができる。

これまで上記関連競合他社より、上記記載の理由等により優位にビジネスを展開する。

1

導入効果

　　この事業により、これまでの平面から立体認識効果・広告効果・オリンピックを始めとしたスポーツイベントでの活用で、地域経済活性化・スポーツ選手育成・施設維持拡充等に資金その他で貢献し、若者の成長・日本の閉塞感打破、世界格差の是正・貧困・環境問題の解決に貢献する。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　さらに、この事業による利益により若者・障害者等の支援及

び閉塞感打破と生きがいを生み出します。

　国際マラソンをはじめ、各種スポーツ大会・遊園地・動植物美

術館・モノレール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。（例：製品立体視・・視聴率効果）

　従来例：サッカー場テレビ視覚立体広告・・観客には立体に見

えない、道路・室内等での応用範囲が狭い

本技術・製品広告等：観客・視聴者にも立体に見え効果は大、

道路・室内・駐車場・Tシャツ等広い

対象市場の魅力

　　劇場・店舗・駅等での切符や買い物品のレジなどの順番整列では、立体視覚によるお客導入効果・商品広告効果及び駐車場や駐輪場に設置することで放置自転車・違法駐車自動車対策等高い効果を上げる。

　　これまで広告のスペースとして活用されていない、駐車場での利用は甚大な効果がある。

2

劇場・店舗・駅等での切符や買い物品のレジなどの順番整列では、立体視覚による分離帯・ゾーンに設置することで高い効果を上げる。

　東京マラソンをはじめ、全国のマラソン大会・陸上競技大会・高校野球・サッカー・水泳等多くの競技場に貴社の商品や広告の立体視平面画像を設置することで、参加者及び観客やテレビ視聴者にこれまでの平面広告から立体視広告表示の魅力で購買・認知向上が得られる。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　そのほか、全国の祭りやイベント・コンサート等で活用するこ

とで深く浸透していく。また、テレビ放映では全世界へ魅力発信

が出来る。

ターゲットお客とそのニーズは

　スポーツ・演劇・全国の祭りやイベント・コンサート等での参加者、テレビ等の視聴者で、会場費用負担軽減や商品販路拡大。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　東京オリンピックをはじめ、マラソン・サッカー・ラグビー・水

泳・柔道・レスリング・ボクシング等のスポーツ競技会場及び観

客・参加者とテレビ等の視聴者に立体視商品・広告表示等でよ

り多くの貴社商品や活動の魅力が発信でき、広告費用の一部

を選手育成や地方活性化に役立てることが出来る。

　　これら発進情報から顧客ニーズ等を新たに発見し、さらなる

商品開発・会社発展へとつなげることが出来る。

3

ベンチマークする競合サービスは

　東京箱根往復大学駅伝競走での他社コマーシャルとテレビ放映。（平面から立体視に）

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　世界卓球での会場床面文字立体風（影付き）企業名を立体

視企業名や立体視製品・商品画像にする。

　　サッカーをはじめとした大会会場での壁面広告や観客には

立体視出来ない企業広告や商品を立体視可能にし放映。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　ヒーローインタビューバック平面企業広告を立体視画像で放

映する。　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　全国お祭り会場での壁面・放映広告をお祭り会場や道路面・

床面及び壁面・放映広告を立体視させる。

目視による立体認識や製品の立体視による広告は競合サー

ビスは当方が優れている。

（観客と映像ともに立体視できるものは当方だけ）

どのようにマネタイズするのか

　東京オリンピック期間中の予想観客動員数は約4000万人で、その会場・観客・全世界への放映による使用権報酬。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　世界卓球・体操・高校野球・プロ野球等のスポーツ大会・全国

イベント・演劇・テレビバラエティー等、会場・放映によおる使用

権及び提携広告からの使用権や映像提供利益。

約4000万人のウォーキング・軽い体操愛好者や公園散歩・休

憩等の人に対して、公園ベンチ・テーブル・公園内道路や休憩

場所での立体視画像貼付の高広告効果に伴う企業から徴収。

4

電車内広告をはじめとした広告媒体から使用権及び画像販売

や画像使用権での利益。

顧客への提供価値は

　これまでの平面から立体認識効果でオリンピックを始めとしたスポーツイベントでの活用により、地域経済活性化・スポーツ選手育成・施設維持拡充等に資金その他で貢献し、若者の成長・日本の閉塞感打破、世界格差の是正・貧困・環境問題の解決に貢献する。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　特に、地方のスポーツ施設等の維持管理・有望選手発掘育

成費用を軽減し、スポーツ発展、地方活性化、若者の健全育成

費役立てたい。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　さらに、貴社の製品の販売拡大や新製品の認知拡大を計る

ことでさらなる地方活性化が計れます。

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　特に東京オリンピック地方経費負担費用４００億円に役立つ。

平成２８年度埼玉県新製品・新技術マッチング事業に採択され、越谷しらこばと公園自動車出入り口に設置し、これまでの違法駐車や道路中央走行が多い問題を激減させた。

みたかビジネスコンテスト優秀賞により、三鷹地下駐輪場に設置し、違法駐輪を激減。

極小医療部品展示会に立体視拡大画像設置で展示効果をあげた。