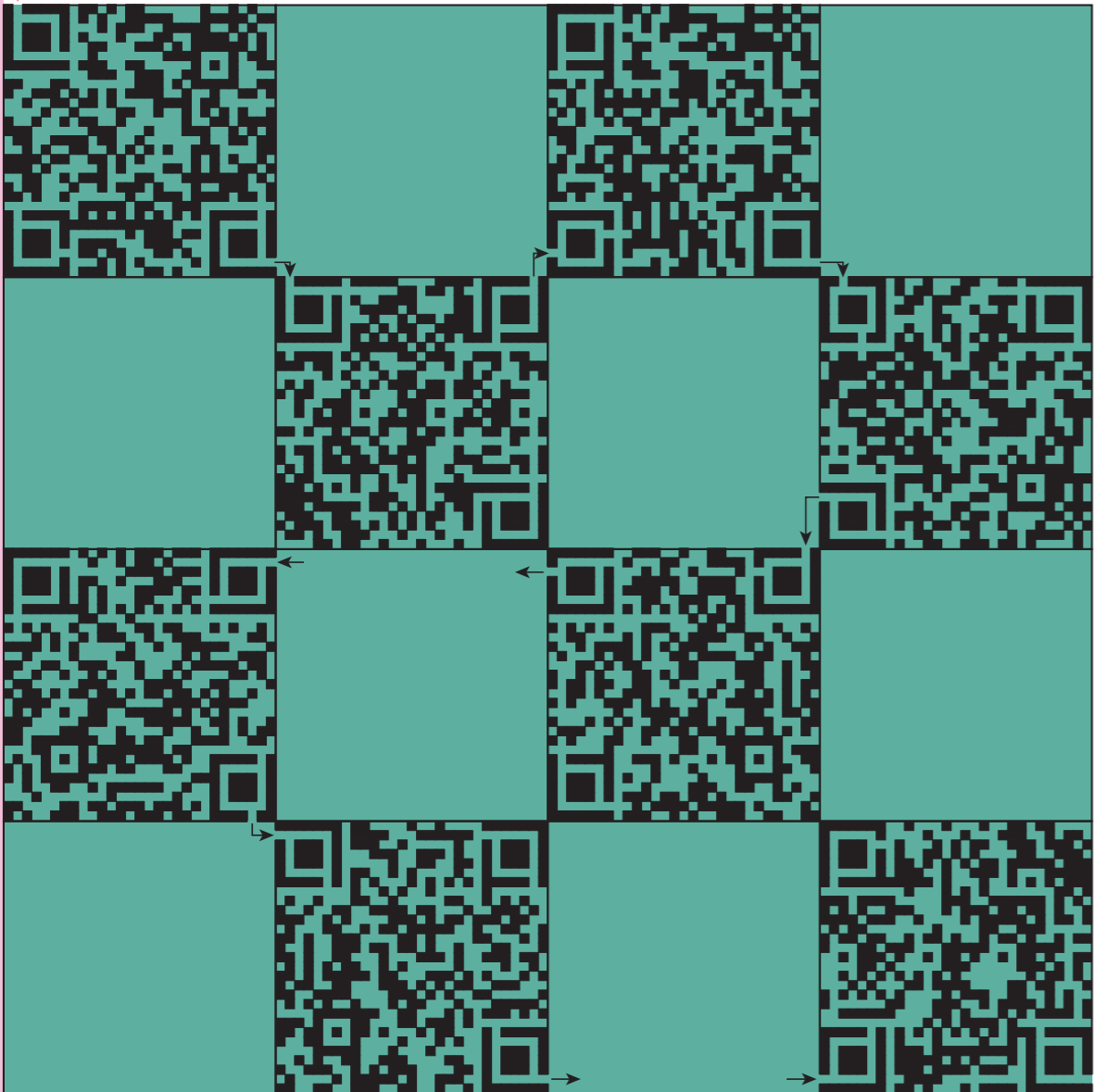


## Keyword : QR迷路®

現在、いろいろな分野で広く利用されている QR コード、一見すると迷路にも見えますが、実は決して迷路にはなっていません。まだ公開前なので知られていませんが、QR コードを迷路に加工する方法ならびに作成プログラムと、その用途に関しては特許出願されており、「QR迷路」も商標出願されています。あまりにも一般的に使われている QR コードなので、ただ普通に表示しただけでは面白くありませんし、目に止まり難い存在になっています。そこで、アイデア次第ですが、イベントや展示会で配布するパンフレットやノベルティグッズ、名刺などに、昔ながらの迷路を印刷したり、下のリンクで紹介しているようなゲーム要素のある 3D 迷路などで、商品紹介や会社のホームページに繋がる QR コードを表現すれば、差別化できるのではないのでしょうか。普通なら、簡単に捨てられてしまうチラシなども、ちょっと試みに迷路で遊んでみようかと、直ぐには捨てられないものになるかもしれません。子供も、こういう単純でゲーム的なものは好きですよ。弊社では、この特許出願者との繋がりが、加工ノウハウもありますので、もしご希望があれば対応可能です。弊社でしか出来ないアイテムのひとつです。ご興味がある方は、試みに右の QR 迷路をスマホで読取ってみてください。簡単な映像を UP しましたので、何となくイメージが湧くかもしれません →→→→



START



QR コードの素晴らしいところは、歪みがあっても認識できることと、透明なガラスなどに印刷した QR コードを裏側からでも認識できるところです。上のルービックキューブ風なものに印刷した QR 迷路も、斜めからでも認識出来ますし、左の迷路の中には、裏返した QR 迷路も存在しますが、全て QR コードとして認識できます。隣接しているので、目的のコードを読取るためには、他を隠した方が読取りやすいですが、8個全ての QR 迷路は、それぞれ弊社関連サイトの URL となっています。LINE の友だち募集なんかも、iPad 等で表示させた QR 迷路で動きがあるようなものの方が人目を惹きやすいでしょう。アイデア次第で、使い道は広がると思います。



お問合せ先：adtain 編集部  
adtain@adproject.co.jp

### 【10月号の答え】

縄梯子を正面からではなく、真横側から登ると、足を掛けても腕だけの力ではなく足にも力がかけられるので登ることができます。言われれば何となくわかることも、知らないと思いつかない方法ですね。「Knots 3D」アプリもおススメ。

GOAL

## T O M O K O ' S R E C O M M E N D

冬も近づくと肌寒い季節に、ほっこり出来る音楽のご紹介です。心が暖まるバンドと言えば、「Travis」ではないでしょうか。Travis を聞いたことがない友達がライブを見て、隣でポロポロ涙を流していたのがすごく印象的で、あんなにアットホームで優しく幸せな空間を作り出すバンドも中々ないと思います。そんな彼らの、2016年の前作『EVERYTHING AT ONCE』に続く、約4年振りとなる最新作『10 SONGS』が先月発売されました。Travis とは 1997年にデビューを果たし、その内省的な歌詞とメランコリックに鳴り響く美しいメロディラインとで、英国ロック・シーンの新たな潮流を生み出していくこととなった重要バンド。バンドの中心人物であるフラン・ヒーリーは、ポール・マッカートニーやエルトン・ジョンといった、時代を超えた美しいメロディラインを生み出すアーティストたちに並ぶ存在として絶賛されるほど。今作でも TRAVIS 節と言うに相応しいハートウォーミングな 10 曲が収録されています。昨今のポップ/ロック・シーンにあるような、10 人のライターが書いた 10 曲をいっとこりして収録するのではなく、自分から生まれてくるメロディをしっかりと見つめ、一人で 10 曲を創り上げるそのスタンスは自信を伺えますね。これからの季節にぴったりのアルバム。おススメです◎

※本コーナーは、今月号を最後に暫くお休み致します。次号より新コーナーがスタートします。お楽しみに！



ご意見・ご感想は adtain@adproject.co.jp まで メールでお寄せください。  
発行：株式会社エーディープロジェクト 〒151-0053 東京都渋谷区代々木 2-27-4  
www.adproject.co.jp

↑上のスペースを外部的にも開放致します。是非、寄稿をお願い致します。  
詳しくは、こちらまで→<http://adtain.tokyo/contribution/>

adproject 公式 facebook を check  
adproject がお届けするエンターテイメント情報を随時UP!!

皆様の いいね！をお待ちしております。

facebook adproject

もしくは、<https://www.facebook.com/adproject.japan>



2020 vol.099

11

Legend

檜垣俊幸がモノ申す! ⑬

No Car, No Life



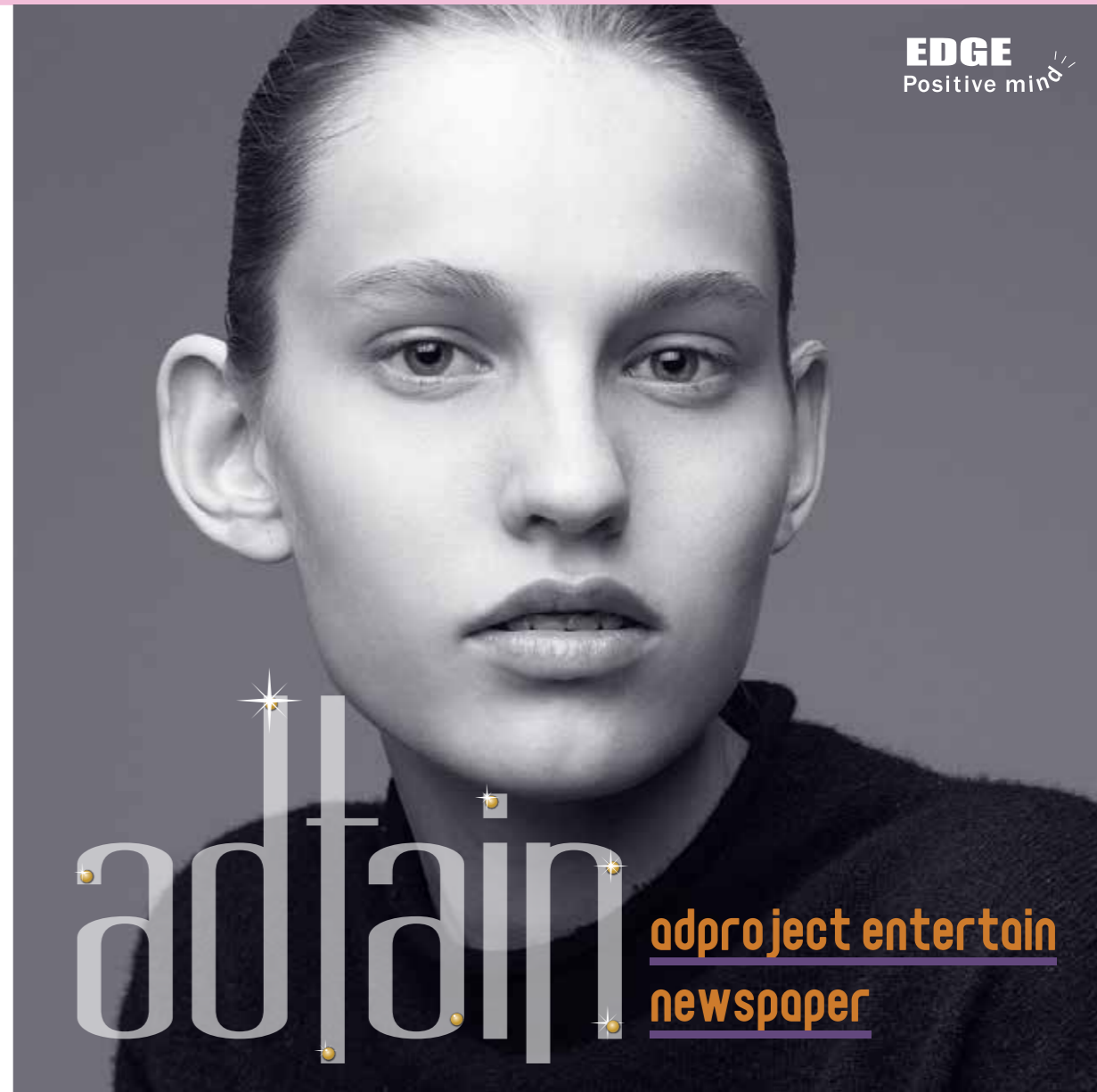
ゼネラルプロデューサー  
檜垣 俊幸

### コロナで見直される自家用車

これまで大地震の予告は度々ありましたが、コロナ危機のような世界的な出来事が戦争以外で起きると思いませんでした。また「ニューノーマル」など、コロナで変わったことも多いですね。会社に通わないリモートワークとか色々便利になっていますが、その分、徐々に仕事が増えつつあるという感じが、それが当たり前になっていくことでしょうか。完璧を目指すのではなく、「7~8割でいいや」となっていくような、そんな気がしてならない今日この頃の私です。

さて先日、このコロナ禍での家族の移動手段では「自家用車」が圧倒的に1位を占めているというニュースを目にしました。コロナ禍で公共交通機関を使わずに、安全に移動する手段としては当然の結果でしょう。しかし、車を持っている人はいいが、持っていない人やそもそも免許証すらない人は蚊帳の外です。うがった見方をすれば、自家用車を持たない家庭では感染リスクが高まるという裏返しの調査でもあります。それもさることながら、自動車そのものに興味を持たない若者世代が年々増えているという自動車業界の悩みもあるので、これもうがった見方をすれば、コロナのおかげで自家用車が注目されておりありがたい側面もあるかもしれませんね。私はもともと自動車が好きですから、理由はどうあれ自動車が見直されるのは喜ばしいと思っています。好きな時に乗って、どこへでも自由に行くことができるなんて最高です。そんな至福を味わえない近年の若者に同情します。主に男の子は機械やギミックに幼い頃から興味を持つわけですから、独断と偏見を恐れずに言えば自動車欲しくないわけがないのです。私が若い頃はいい車に乗っていると女性にモテたものですが、今は、ステータスとしてはプライオリティは低いですよ。

若者のクルマ離れの要因として、よく言われるのは「経済的理由」です。「買わない」のではなく「買えない」といった問題。電車や地下鉄などの公共交通が少ない地方では足代わりで生活必需品になっていたりと、地域によって温



モデル：Sade / Height:176cm B:81 W:61 H:89  
事務所：ARTRICK ENTERTAINMENT (アートリック) <http://artrick.com>

adtainとは、adproject と entertain が融合した「おもてなし」のトピックス誌

度差がありますが、特に都市部においてはアパートやマンション住まいで駐車場代がバカ高いし、電車のほうが便利だし、レンタカーやカーシェアリングを利用すれば良いという言い分も理解できます。それは尤もなことなのですが、「クルマが欲しい」という「思い」は、「便利だから」とか、そういうことではないのです。私にとってクルマを必要とする理由は「実用」ではありません。言ってしまうと「趣味・嗜好」ということになるのですが、「憧憬・ロマン」といった意味合いに近いと思っています。「人生」と言っても良いかもしれません。

### 「安全性」や「機能性」よりも「ロマン」

私が若年の頃から抱いていたクルマに対する「憧憬・ロマン」はある程度叶えることができたのは、一所懸命に働き続け、なんとか稼ぐことができるようになった年齢になってからのこと。ずっと欲しかった色んなクルマに乗りました。特にスポーツカーが大好きで、最初はトヨタのスポーツカー。その次は117クーペ、ボルシェの順。ベントは最近まで乗っていました。117クーペはいい車でしたね。デザインは、アルファロメオやBMWなども手がけたイタリアの工業デザイナー、ジョルジュ・ジウジャーロで人気がありました。今見てもカッコいいクルマだと思います。これまでに乗ったクルマで一番良かったのはボルシェ。黒い911カレラを飛ばしたものです。

車が「ロマン」だという考え方は、今では一

部のカーマニアのもののように思います。昔の小説や映画などでは、登場人物が乗っている車種が描かれることで、その人物像も表現していたものですが、そういう文化もなくなりつつあります。現代のクルマに求められるのは「実用性」「安全性」で、SUVやファミリー向けが当たり前となっています。CMでも若い人を取り込もうとして、最近はベントでも今風のアニメを使ったりしていますが、昔のクルマのほうが圧倒的にデザインが良かった。デザインを残して中身を近代化して欲しいくらいです。「昔は良かった」とは言いたくないですが、比較すれば一目瞭然です。

「安全性」や「機能性」を重視して行き着いたデザインなのかもしれませんが、その分「ロマン」要素が差し引かれたのは残念です。私が自動車会社のトップだったら、逆の評価をしたところでしょう。どんなに「安全性」を重視したところで事故や過失は起きるものです。むしろ「ロマン」を持ってクルマの運転をしていけば、愛車を大事にするので事故に至る行為は激減するでしょう。過去から現代への事故数の増加は人口比率のみならず、そういう「ロマン」要素の減少も加味していると私には思えてなりません。自動運転の時代になったとしても「ロマン」を理解しないAIを私は信用できません。人間よりも不注意は少ないのでしょうか、ということ以外のトラブルが起きるような気がします。それでも私は「No Car, No Life」ですから、どんな車であっても体が元気だったら乗り続けたいですね。(次号へ続く)

