

| | | | |
|---------|---|------|-------------|
| 研究テーマ | 山梨県固有のデザインソースの集積と「山梨らしさ」を付加価値とした製品等の開発に関する研究（第2報） | | |
| 担当者（所属） | 串田賢一・秋本梨恵・佐藤博紀（デザイン）・中村卓・富永裕輝（電子・システム）・郷健太郎・木下雄一郎（山梨大）・森原明廣・小畑茂雄・海老沼真治・中野賢治・松田美沙子・西願麻以・近藤暁子・丸尾依子（県博物館）・山形敏貴（県文学館） | | |
| 研究区分 | 総理研研究 | 研究期間 | 令和3年度～令和5年度 |

【背景・目的】

国による「地方創生」が掲げられたことで、地域や地場製品のブランディングが盛んになっている中、本県の地域、地場製品のブランディングをデザインの視点から推進する新たな取り組みとして本研究を実施する。具体的には、①地域固有のデザイン資源の掘り起こし～コンテンツ化とデザインデータベースづくり、②付加価値の源泉となる「山梨らしさ」の構成要素の解明、③「山梨らしさ」を織り込んだ新たな名産となる地場製品の提案の3点に取り組んだ。

【得られた成果】

1. 地域固有のデザイン資源の掘り起こし～コンテンツ化とデザインデータベースづくり

1-1 地域に古くから存在している文字資料の収集

本年度は都留市、大月市、韮崎市、南アルプス市の店舗看板について取材し、現代のデジタルフォントに依らない特徴的な書体74件を撮影～デジタルデータ化した（図1）。

1-2 郷土資料群「甲州文庫」からのデザインソースの抽出

甲州文庫の中から特徴的なデザインを含んでいるものを選択し、80点を写真撮影や2Dスキャンニングによりデータ化した。

1-3 Web型デザインデータベース「YAMANASHI DESIGN ARCHIVE」の改修

過去7年間の運用管理データから、次の3点について強化を実施した。①情報の分かりやすさを重視したユーザーインターフェース、②各デザインソースの表示方法、③閲覧ランキングなどの利用者への各種情報提供機能（図2）。



図1 取材した看板文字（一例）

2. 付加価値を生むローカルリティ要素（山梨らしさ）の解明

2-1 人文科学面からの調査研究

県立博物館学芸員による歴史（近世・近現代）・民俗・美術の個別研究をもとに検討を重ね、従来言われてきた「山梨観」とは異なる複数の文化（「山梨らしさ」）形成拠点の発見につながる可能性があることが確認された。

2-2 感性工学による山梨県のイメージ構造の解明

本県のイメージ調査（20～75歳の男女900名／40画像／18印象語対／5段階のSemantic Differential (SD) 尺度）の回答データについて因子分析を実施した。その結果、本県のイメージを説明する因子は力量性因子をはじめとし、4つであることが分かった。

2-3 深層学習による識別モデルの作成

2-2で使用した山梨の風景画像と因子得点データを用いてディープラーニングによって評価モデル（AI）を作成した。



図2 改修したトップページ

【成果の応用範囲・留意点】

現在はデータの収集、資料の分析・検討等を行っている段階であり、各種のデータ利用や結果等が一覧できるようになるのは令和5年度以降となる。また、プロダクト開発はR5年度に本格実施となる。