

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3報）		
担当者（所属）	串田賢一・佐藤博紀（デザイン）・秋本梨恵（繊維）・中村卓・保坂響（電子・システム）・郷健太郎・木下雄一朗（山梨大）・近藤暁子・小畑茂雄・丸尾依子・海老沼真治・中野賢治・松田美沙子・茶園紘己（県博物館）・齊藤初美（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組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点に取り組む。

【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 郷土資料群「甲州文庫」からのデザインソース抽出

資料を実見する中から特徴的なデザイン（包装紙・菓子袋・広告・印影等）を抽出し、661点を2Dスキャンニングにより高精細にデジタルデータ化した。（図1）

1-2 Web型デザインデータベース「YAMANASHI DESIGN ARCHIVE」の一般公開開始

昨年度改修したデータベースに1,123件のコンテンツを移設し、令和5年10月から一般公開を開始した。（図2）



図1 デジタルデータ化した甲州文庫の資料（抜粋）

2. 付加価値を生む「山梨らしさ」の解明

2-1 人文科学面からの調査研究

現在の「山梨」を表すモチーフについて、小中学生による絵画作品1,133点を事例として分析を行った。その結果、ステレオタイプなイメージと信仰行事や伝統野菜栽培等の地域性のある山梨像の二つが併存す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

本県景観画像に対するイメージ調査について行った因子分析の結果から「山梨らしい」と評価された画像の構成要素を分析した。その後、数量化I類により「山梨らしさ」を最大にする構成要素の組み合わせを導き出した。

2-3 深層学習による識別モデルの作成

半教師あり学習によって画像の「山梨らしさ」を評価するAIの作成に取り組んだ。学習用の画像素材を4,800枚に増加（昨年度120枚）させて評価精度の向上を図り、より客観的な評価ができるモデルを作成した。（図3）



図2 公開を開始したデザイナーアーカイブのトップ画面

3. プロダクトの試作開発

新たなプロダクト案として、「ほうとう用鉄鍋」「ハンドジューサー」の2点をデザインし、試作を行った。

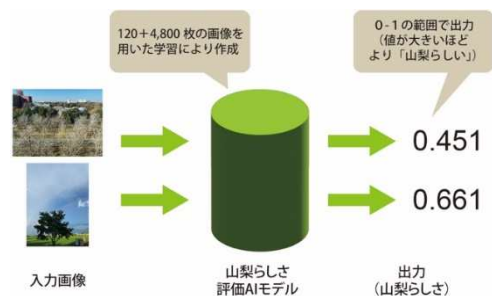


図3 「山梨らしさ」を評価するAIモデル

【成果の応用範囲・留意点】

- 「山梨らしさ」の総合的なまとめはこれからとなる。
- 試作したプロダクトの量産には、一部、追加検討が必要となる。