

様式 2

研究結果説明書（中間）

作成日：令和 4 年 8 月 31 日

研究種別		総理研研究			
研究課題名		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			
研究期間		令和 3 年度 ～ 5 年度（3 か年）			
研究体制	研究代表者（所属）	串田賢一（産業技術センター）			
	共同研究者（所属）	秋本梨恵、佐藤博紀、中村卓、富永裕輝（産業技術センター） 郷健太郎、木下雄一郎（山梨大学）、森原明廣、山田英佑、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（山梨県立博物館）、山形敏貴（山梨県立文学館） 外部アドバイザー：宮田なつき、野里博和（産総研）、大沼敦（大沼敦デザイン事務所）、高橋正実（有限会社マサミデザイン）			
研究予算 *変更があった場合は、内訳を添付して下さい。		R3 年度 6,066 千円	R4 年度 3,750 千円	R5 年度 3,069 千円	合計 12,885 千円
研究の進捗状況 *概要を、簡潔に 300 字程度で記載して下さい。 *これまでに得られた成果を、研究目標に対応させて、具体的に箇条書きで記載して下さい。 *図表等を用いたより詳細な説明を、補足資料として添付して下さい。		<p>概要</p> <p>各地域がそれぞれの特徴を生かした自律的で持続的な活動を推進し、活力ある社会を作り上げていくことを目的とする政策として「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を推進する動きが盛んになっている。こうした中、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とデジタルデータ化、②付加価値を生むローカリティ要素（山梨らしさ）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試作開発の 3 点に取り組む。</p> <p>これまでに得られた成果（進捗状況）</p> <p>1. 地域固有のデザイン資源の掘り起こしとデジタルデータ化</p> <p>(1) 地域に古くから存在している「文字」</p> <p>主に峡東地域、東部地域の店舗看板のうち、フォントデータによらないオリジナル書体であると判断できるもの 80 件を撮影しデジタルデータ化した。</p> <p>(2) かつて発行されていた雑誌類の「文字」の取材</p> <p>県立文学館、県立図書館の所蔵資料の中から、本県内の印刷所で発行された雑誌類について、フォントデータによらないオリジナル書体であるもの 30 点を撮影しデータ化した。</p> <p>(3) 郷土資料コレクション「甲州文庫」からの「デザイン資源」</p> <p>「甲州文庫」の中から、主に広告に関する資料 300 点をスキャンしデジタルデータ化した。</p> <p>今後は、デジタルデータ化をさらに進めるとともに、これらデータを蓄積し公開するためのデータベースシステムの開発を行う。</p>			

	<p>2. 付加価値を生むローカリティ要素（山梨らしさ）の解明</p> <p>(1) 人文科学面からの調査研究 本県に関する歴史資料や伝承文化に関する文献調査・検討を行い、本県（民）に他とは異なる際立った個性を育んできた中心的概念として根底にあるものは「閉鎖性（境界意識）」であると結論した。 今後は、本県に係る様々な事象をこの視点から捉え直し、「山梨らしさ」を形づくる要素を定義する。</p> <p>(2) 感性工学による山梨県のイメージ調査 インターネットリサーチにより、県内外在住者900名（山梨県300名、関東圏600名／20～75歳男女）に対し、SD法による本県のイメージ調査を実施した。その結果、①県内在住者、県外在住者の別によらず、富士山が被写体として入っていれば「山梨らしい」と感じる ②富士山が被写体として入っていない写真に関して、県内在住者と県外在住者とは「山梨県らしい」と感じる写真に違いがある。③県内在住者、県外在住者の別によらず、「山梨らしい」と感じると「好ましい」と感じる写真には正の相関がある ④「山梨らしい」と感じる被写体と、「好ましい」と感じる被写体とはそれぞれにグループ化することができ、それらのグループ間の関係性から、「山梨らしい」、かつ「好ましい」表現がある…ということなどが分かった。 今後は、調査の季節的な要素を排除するため、第2回調査を同規模にて実施し、両方の結果を合わせて因子分析をはじめとする分析を行い、世代、居住地域等の別により、本県のイメージ構造を可視化する。</p> <p>(3) 深層学習による識別モデルの作成 「山梨らしさ」を画像によって判別するシステムの構築を目指し、ディープラーニングを用いた識別モデルの構築に取り組んだ。VGG16（既存の識別モデル）を用い、富士山の識別について転移学習を行った。結果、8割の識別精度を有するモデルを作成できた。 今後は、(2)の調査用の画像 20,000 点とその因子得点を用い、半教師あり学習によって、「山梨らしさ」を画像より判別・評価システムの構築を行う。</p> <p>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試作開発 2名の研究アドバイザー（産技セ客員研究員）とともに月1回の頻度で県内企業等を巡回し、地場の技術・素材・人材の情報把握を行った。 今後は、更に地場の技術・素材・人材の把握を進めるとともに、企画の骨子について検討し地場製品の試作を行う。</p>
<p>研究内容の変更</p> <p>* 研究計画、研究予算等の見直しを行った場合、変更点およびその理由を記載して下さい。</p>	<p>【変更点】</p> <p>次の研究内容を追加実施した。 「インターネットリサーチを活用した本県のイメージ調査」 理由)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 研究を進める過程での文献調査により、「山梨らしさ」の解明への定量的なアプローチにSD法による調査分析が有効であると判断した。 ・ 調査結果の信頼性を上げるために、良質な回答者の迅速な確保、サンプリングの平準化、実施期間の短縮を期すため、全国にモニターを擁している調査会社を用い、計画的・効率的に実施する必要がある。 ・ この分析データを、深層学習における学習モデルに適用することにより、より高度な識別モデルを作成するためにも有効である。