

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

串田賢一・佐藤博紀（デザイン技術部）・秋本梨恵（技術支援科）
中村卓・富永裕輝（システム開発科）

【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 地域に古くから存在している文字資料の収集

都留市、大月市、韮崎市、南アルプス市、富士川町、富士河口湖町、富士吉田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80件を取材した。(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

主に広告・包装紙・菓子等の袋、玩具などに関する資料の中から、特徴的なデザインを含んでいるものを選択し、118件を2Dスキャンニングによりデジタルデータ化した。(図2)

1-3 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、次の点について改修を行った。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利用者への各種情報提供機能(図3)

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

歴史(近世・近現代)・民俗・美術の個別研究を基に討議を重ね、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確認された。(図4)

2-2 感性工学による山梨県のイメージ構造の解明

昨年度実施した5段階のSD尺度による山梨の風景画像に対する印象評価調査データの分析を行った。900名の調査協力者による回答総数36,000のうち、信頼性が低いと判断できる回答を除外した後の24,923を分析対象とした。その結果、本県のイメージを説明する因子は4つであることが分かった。(図5)(図6)(図7)(図8)

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1 看板の取材結果一部抜粋



図2 甲州文庫～データ化した資料(一部抜粋)



図3 改修後のデータベースのトップページ



図4 山梨県新図(1876年)

印象語対	因子1	因子2	因子3	因子4
荒い・細かい	0.961	-0.164	0.072	0.32
騒がしい・静かな	0.824	-0.203	-0.211	-0.325
不調和な調和のとれた	0.738	0.239	0.095	-0.028
きたない・美しい	0.731	0.338	0.026	0.007
嫌い・好き	0.718	0.294	0.071	-0.072
不安な・快適な	0.622	0.159	0.339	-0.033
不安な・安心な	0.619	-0.155	0.529	-0.024
弱々しい・力強い	-0.262	1.077	0.022	-0.078
平面的な・立体的な	-0.041	0.914	-0.074	0.178
単純な・変化にとんだ	0.085	0.824	-0.05	-0.006
ぼんやりとした・はっきりとした	-0.105	0.729	0.448	0.113
かっこわるい・かっこいい	0.489	0.703	-0.16	0.081
ありふれた・珍しい	0.118	0.68	-0.139	-0.259
暗い・明るい	-0.103	0.108	0.981	0.002
冷たい・暖かい	0.068	-0.207	0.83	-0.144
閉鎖的な・開放的な	0.357	0.247	0.451	0.01
田舎的な・都会的な	0.041	0.046	-0.194	1.005
古風な・現代的な	0.115	-0.071	-0.023	0.911
累積平均率	0.288	0.507	0.652	0.774

図5 因子分析結果(山梨のイメージを説明する4因子)

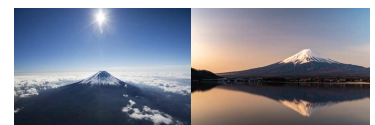


図6 県内在住者、県が在住者ともに「山梨らしい」と評価した写真

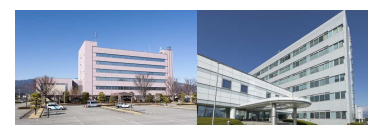


図7 県内在住者、県が在住者ともに「山梨らしくない」と評価した写真

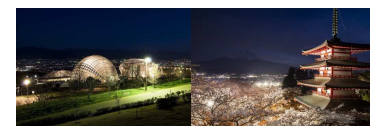


図8 県内在住者の「山梨らしさ」評価と比較して県外在住者の評価が低い写真

【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。

研究期間

令和3～5年度

