

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		
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(電子・システム)・郷健太郎・木下雄一朗(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(博物館)・山形敏貴(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】

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～コンテンツ化、②これらコンテンツ等の集積・分析等から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試作開発の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

地域固有のデザイン資源として、特に「文字」に着目し、地域に古くから存在している文字資料の取材～データ化を行った。今年度は主に峡東地域、東部地域の店舗看板について取材し、特徴的な書体であると判断できるもの80件を撮影～デジタルデータ化した。(図1)

2. 付加価値を生むローカルティ要素(山梨らしさ)の解明

次の3つのアプローチによって、異なる角度から「山梨らしさ」の解明に取り組んだ。

(1) 人文科学面からの調査研究

ここでは「山梨らしさ」を歴史文化の根幹から紐解くこととした。初年度において、本県に関する歴史資料や伝承文化に関する資料整理と調査を実施した。

(2) 感性工学による山梨県のイメージ調査

初年度の取組として、インターネットリサーチを用い、SD(セマンティック・ディファレンシャル)法により県内外在住者900名を被験者として本県のイメージ調査を行った。

(3) 深層学習による識別モデルの作成

言語に落とし込むことが困難な「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作成に取り組んだ。(図2)



図1 店舗文字とベクター化の例

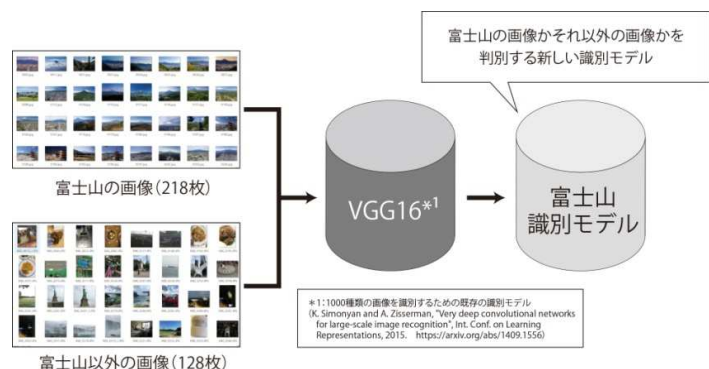


図2 今年度行った転移学習

【成果の応用範囲・留意点】

現在は取材も含め、幅広くデータを収集し、分析・検討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次年度以降となる。