# 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・秋本梨恵・佐藤博紀・中村卓・保坂響(産業技術センター)・郷健太郎・木下雄一朗(山梨大学)・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(県立博物館)・齊藤初美(県立文学館)

## 背景•目的

#### ◆「地域らしさ」の重要性

地域・地場産品のブランディングを進めるうえで は、単に情報発信を行うのではなく、自然や歴史、風 土、文化、伝統などに根ざした「地域らしさ」を活か し、人々に共感される背景や物語を作り込むことが 不可欠。

### ◆「地域らしさ」を可視化する

人々の意識や、一部の人にしか知られていない知 見を、「形あるモノ」「言葉」などに可視化し、使うこ とのできる「仕組み」や「カタチ」にすることが重要。

これまで山梨県では、デザインの視点からの総合 的な調査・研究の蓄積が十分でなかった。

#### ◆本研究の目的

◆山梨の現状

地域に眠っている様々な資源をデザインの観点 から捉え直し、データ化や言語化を行うことで、新し いブランディングの一助となるよう研究を行う。

# 研究内容と成果概要

次の3つの内容で研究を実施し、成果を得た。

### ① 地域固有のデザイン資源の掘り起こしと集積

古い店舗看板(文字)や郷土民俗資料群「甲州文 庫」から800点以上の資料をデジタル化した。

この他、県内で出土した土器の形状や染色用型紙 の文様など、様々なデザインソースをデジタルデー タ化したうえで、デザインデータベースを構築し、 Web上で公開を開始した。【3】

#### ② 付加価値を生む「山梨らしさ」の構成要素の解明

人文科学・感性工学・深層学習の観点から「山梨 らしさ」を分析した。人文科学面からは、従来の山梨 観とは異なる、新たな山梨観を6つのキーワードを 導出した。感性工学面からは、山梨のイメージを説 明する4つの因子を特定した。深層学習面からは、画 像の「山梨らしさ」を評価するAIモデルを作成した。

#### [4~6]

#### ③ 愛着を持って長く使える地場産品の創造

地元の製造技術を活用し、山梨の暮らしの中で息 長く使うことのできる、「山梨らしさ」を織り込んだプ ロダクト2点をデザイン・試作した。 [7]

### ●問い合わせ先

山梨県産業技術センターデザイン技術部

主任研究員 串田賢一

Tel: 055-243-6111

e-mail: kushida-wkp@pref.yamanashi.lg.jp



# 人文科学面から見た「山梨らしさ」

[ 従来言われてきた山梨観 ]

- 閉鎖的
- 保守的
- 江戸のミニチュア
- 文化が低調
- 武田信玄ゆかりの事象が多い

歴史面 各専門分野(歴史(近世・近現代)、民俗、美術史) からの における個別研究~発表~ディスカッション

小中学生の「山梨」を表現した絵画に描かれた

モチーフ分析(n=1,143)

### 新たな「山梨観」を表す6つのキーワードを導出

[新たな山梨観となる6つのキーワード] 立体性 (地形・村落空間から来る)

交流(結節点) (人・技術・外部との)

複層性 (イメージの)

資源の共有 (共同体の繁栄を意識する)

外向性 (未知の事柄への関心と獲得するための行動力)

上昇志向 (共同体外部に対する優位性獲得)

山梨を好意的に捉える4つのイメーシワートを特定

人が評価する「山梨らしさ」に近い評価をシミュレートするAIの作成

# 感性工学面から見た「山梨らしさ」

現代人

の心象

の分析

県内20,000点の風景画像を Googe ML Kitにより機械分類 → 120枚に圧縮

> and the second s 評価用画像セット(A)

100 mm (100 mm 100 mm 1 評価用画像ヤット(C) 評価用画像セット(B)

インターネットリサーチ (SD法) ◆被 験 者: 900名 •県内在住者 300名 •県外在住者 600名 ◆年 齢: 20~75歳

別: 男•女

◆性

荒いー細かい 騒がしい一静かな 0.072 -0.211 不調和な一調和のとれた 0.239 0.095 0.026 0.071 0.339 0.529 0.022 -0.074 嫌いー好き 不快な一快適な -0.024 -0.078 0.178 平面的な一立体的な 純な一変化に富んだ んやりとしたーはっきりと -0.16 っこわるいーかっこいい 冷たい-暖かい 0.357 0.041 0.115 古風な一現代的な -0.023

※因子分析(最尤法/Promax回転)

※総回答数36,000 → 分析対象24,923

山梨の風景の印象を 説明する4因子 「均整性」因子 「力量性」因子 「開放性」因子

「人工性」因子

「山梨らしさ」と相関の高い キーワードを抽出 調和のとれた(r=0.82) かっこいい(r=0.76) 開放的な(r=0.82) 田舎的な(r=-0.53)







地元の製造技術を生かした新規プロダクト(2点)の試作開発



【 鋳造 × 郷土料理 】 ほうとう用鋳物鍋 GUTSU GUTSU

### プロダクト企画のコンセプト

付加価値を生む開発の方向性

デザインのコンセプト デザインのサブコンセプト

ありそうでなかったもの 未利用産業技術の活用 観光産業への訴求力

ローカル ラグジュアリー

山梨暮らしの質感を上げるプロダクト

造形ファクター 鉢(盆地) 球体 溶け合う

