



# 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・木下雄一郎（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）

## 1 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、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。

### ◆山梨の現状

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

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。

## 2 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

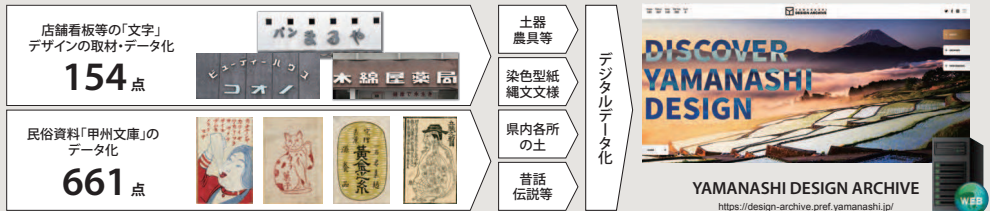
地元の製造技術を活用し、山梨の暮らしの中で長く使うことのできる、「山梨らしさ」を織り込んだプロダクト2点をデザイン・試作した。【7】

### ●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

## 3 デザイン資源の蓄積とデジタルアーカイブ構築

地域のデザイン資源の蓄積・流通を担うデータベースの構築



## 4 人文科学面から見た「山梨らしさ」

新たな「山梨観」を表す6つのキーワードを導出

### 【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

歴史面からの検討

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

現代人の心象の分析

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)

### 【新たな山梨観となる6つのキーワード】

- (地形・村落空間から来る)
  - (人・技術・外部との)
  - (イメージの)
  - (共同体の繁栄を意識する)
  - (未知の事柄への関心と獲得するための行動力)
  - (共同体外部に対する優位性獲得)
- 立体的
  - 交流（結節点）
  - 複層的
  - 資源の共有
  - 外向性
  - 上昇志向

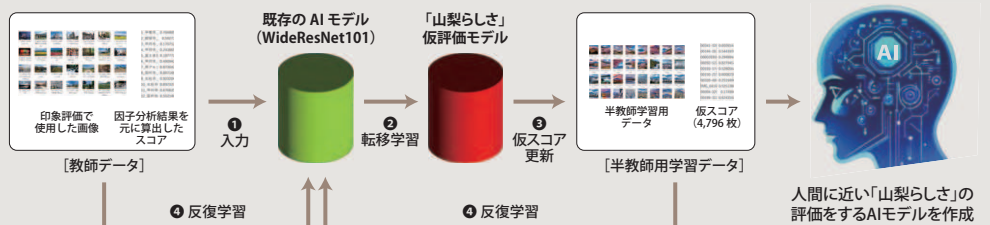
## 5 感性工学面から見た「山梨らしさ」

山梨を好意的に捉える4つのイメージワードを特定



## 6 深層学習面から見た「山梨らしさ」

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



## 7 「山梨らしい」プロダクトの試作開発

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

