

口頭

■ 2026年6月13日(土) 13:00 ~ 15:20 | 口頭06会場(2階622講義室)

[B-06] 地域振興、地域研究

座長:二宮 咲子(関東学院大学)

◆ 日本語

13:00 ~ 13:20

[B-06-01] 高大産公連携による地域環境教育教材の制作*渡邊 哲意¹、原田 亮²、西山 大輝² (1. 宝塚大学 東京メディア芸術学部、2. 株式会社Criacao)

◆ 日本語

13:20 ~ 13:40

[B-06-02] 地域におけるデザイン生態系の構造と駆動メカニズム

山形県デザイン生態系リサーチプロジェクト

*長谷川 敦士^{1,2}、齊藤 美咲¹、岩澤 詩恵莉²、大田 菜緒² (1. (株) コンセント、2. 武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科)

◆ 日本語

13:40 ~ 14:00

[B-06-03] 観光映像による地域の語りと記録のデザイン

臼杵市における地域連携による学生制作の実践

*松原 かおり¹ (1. 日本文理大学)

◆ 日本語

14:00 ~ 14:20

[B-06-04] 地域連携プロジェクトにおける学生コーディネーターの存在意義とその優位性に関する一考察

2026年度に長岡造形大学で実施した授業プロジェクト「デザインの思考とアートの思考で今町芸術祭をモリモリ盛り上げるクリエイティブチャレンジ」の運営を事例に

*野月 あすみ¹、板垣 順平¹ (1. 長岡造形大学)

◆ 日本語

14:20 ~ 14:40

[B-06-05] 「ご当地萌えキャラ」デザインの調査と分析6*中村 泰之¹ (1. 宝塚大学 東京メディア芸術学部)

◆ 日本語

14:40 ~ 15:00

[B-06-06] 地域における中小企業支援構造の分析

山形県デザイン生態系リサーチプロジェクト

*大田 菜緒¹、長谷川 敦士^{1,2}、齊藤 美咲²、岩澤 詩恵莉¹ (1. 武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科、2. 株式会社コンセント)

◆ 日本語

15:00 ~ 15:20

[B-06-07] 観光客の場所愛着を高めるARコンテンツのデザインに関する研究

栃木県日光地域の「見えづらい魅力」を可視化するARアプリのデザイン

*花本 想良¹、金 尚泰² (1. 筑波大学 情報学群 情報メディア創成学類、2. 筑波大学 図書館情報メディア系)

高大産公連携による地域環境教育教材の制作

Production of local environmental education materials through high school, university, industry and government collaboration.

渡邊哲意¹⁾ 原田亮²⁾ 西山大輝²⁾

Watanabe Tetsui¹⁾ Harada Ryo²⁾ Nishiyama Daiki²⁾

1) 宝塚大学 2) 株式会社Cr iacao

Abstract:

This study reports on a project to redesign the environmental card game “My Earth” for the Shinjuku and Kanda River area through a five-sector collaboration involving high school, university, industry, and local government. Based on field surveys by high school students, university students designed

Key Word : Environmental Education, Multi-stakeholder Collaboration, Social Implementation

the cards, while industry and government partners provided manufacturing and implementation support. This model demonstrates how design functions as a hub to bridge diverse sectors, facilitating both regional environmental education and practical design training.

1.はじめに

地球温暖化等の環境問題を「自分事」として捉えるには、居住地域や身近な生態系への理解が不可欠である。本研究では、2006年に考案された環境教育カードゲーム「マイアース」を対象とし、新宿・神田川エリアに特化させてリデザインするプロジェクトを通じ、多様な主体が参画するデザイン実践のプロセスを報告する。

2.研究の目的

本研究の目的は、高校、大学、企業、NPO、行政の5者が連携する「高大産公連携」モデルにおいて、デザインがいかに各主体の専門性を統合し、社会実装へのハブ機能を果たしたかを明らかにすることにある。

3.地域環境教育教材「マイアース」の概要と特徴

本プロジェクトで採用した「マイアース」は、2006年に慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスの学生によって考案された、地球環境問題をテーマとした対戦型トレーディングカードゲームである。本教材は以下の3つの大きな特徴を有しており、これらが地域連携におけるデザインの基盤となった。



画像1 地球環境教育教材「マイアース」

3.1.生態系と人間活動の構造化

ゲームは「青い地球（生態系保護）」と「赤い地球（地球温暖化）」の2チームに分かれて対戦する形式をとる。生き

物同士の捕食関係によって連鎖を繋ぎ、強固な生態系を構築する仕組みにより、プレイヤーは遊びを通じて生物多様性の重要性を直感的に理解できる。また、「人の活動カード」がゲームバランスを左右する要素として組み込まれており、人間の経済活動が生態系に与える影響を論理的に学習することが可能となっている。

3.2.情報を伝え思考を促すメディア性

マイアースは単なる玩具ではなく、子供たちに情報を伝え主体的な思考を促す「エデュテインメント・メディア」として定義されている。カード一枚一枚には対象となる生物や環境事象の解説文が記載されており、デッキを構築する過程そのものが学習プロセスとして機能する。このメディアとしての特性は、地域固有の情報を盛り込む「ローカライズ」と極めて親和性が高い。

3.3.地域パッケージによるローカライズの可能性

本教材の最大の特徴は、登場する「生き物」や「人の活動」を特定の地域に合わせて入れ替えられる拡張性にある。これまで北九州や博多など全国13箇所で開催されてきたが、今回の「新宿・神田川パッケージ」は都内初の取り組みでありかつ従来の写真をベースとした表現から、学生による「イラストレーション」へと全面的にリデザインを図った点が、全国的にも類を見ない大きな挑戦となった。



画像2 高大産公の関係図



画像3 完成したイラスト

4.各主体の役割と連携体制

本プロジェクトでは以下の役割分担を定義した。成女高等学校（生物部）：大学との教育連携協定に基づき、神田川の生物調査（ミシシippアカミミガメ、アユ等）、分類、およびカード解説文の執筆を担当。宝塚大学：クリアソン新宿、新宿区との包括連携協定に基づき、生物イラスト制作、パッケージデザイン、および高校と産業界を繋ぐ連絡調整（ハブ機能）を担当。産業界（クリアソン新宿・DNP・SoELa）：クリアソン新宿は全体の総括と活用事例創出、DNPは印刷データ調整と製造、SoELaは権利管理と製造連携を担当。行政（新宿区）：環境学習資料の提供および地域センター等での社会実装支援を担当。



画像4 高校生による生態調査

5.制作プロセスとデザイン実践の詳細

本プロジェクトは、2025年6月の関係者による体験会を皮切りに始動した。制作プロセスは「調査」「翻訳・制作」「実装」の3段階で構成される。

5.1.生態調査とカード選定(高校の役割)

成女高等学校生物部は、新宿の生態系を「自分事」として捉えるため、神田川親水テラスや新宿御苑でのフィールドワークを実施した。都市部でありながらアユ、カワセミ、アオダイショウといった多様な生物を確認し、その調査結果をもとにワークショップで生物同士の捕食関係を整理した。このプロセスにより、カードゲームの基盤となる生態系の構築された。

5.2.ビジュアルデザインとキャラクター化(大学の役割)

宝塚大学東京メディア芸術学部の学生は、高校の調査データを基にイラスト制作を担当。メインターゲットである小学生が「虫が苦手な子どもでも親しみやすい」よう、市場調査を経て柔らかいフォルムと明るい色彩を追求した。制作工程では線画、着色、背景を分業化し、全15種類のカードを約7ヶ月かけて完成させた。パッケージデザインには新宿区提供のキャラクターも活用し、行政施策との視覚的統一を図った。



画像5 完成した新宿・神田川パッケージ

5.3.産公連携による社会実装(企業・行政の役割)

クリアソン新宿は地域の「ハブ」として、スポンサー企業の選定や全体のプロデュースを担当した。印刷工程では大日本印刷（DNP）がデータの最終調整と高品質な製造を、NPO法人SoELaがライセンス管理とゲームバランスの監修を行った。また、パナソニックホームズが「ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）」カードを通じて協賛するなど、産業界の知見も導入された。完成した教材は新宿区の協力により、大学近隣地域のお祭りや小学校の授業で活用された。

6.考察

本実践を通じて、以下の3点がデザインの重要な機能として確認された。

第一に、専門的な生態系データ（高校）を、児童が直感的に理解できるビジュアル（大学）へと変換する「情報の翻訳機能」である。

第二に、包括連携協定に基づき、スポーツチーム、企業、行政という異なる動機を持つ組織を繋ぐ「ネットワークのハブ機能」である。

第三に、教育活動をDNPの製造ラインを経て実際の地域社会へ流通させる「実社会への接続機能」である。

これらは、従来のグラフィックデザインの授業では体験できない社会の仕組みのなかで設計する学びの構築としての有効性を示している。

6.終わりに

本プロジェクトは、高大産公連携による地域教材開発が、学生の意欲向上と地域コミュニティへの貢献を同時に達成するモデルであることを実証した。今後は、完成したこのカードを用いた学習の機会を区内全域に増やし、新宿区全体での生態系学習ツールへと発展させることが課題である。

※My Earth®(マイアース)はNPO法人SoELaの登録商標です

地域におけるデザイン生態系の構造と駆動メカニズム

山形県デザイン生態系リサーチプロジェクト

The Structure and Driving Mechanisms of the Local Design Ecosystem - Yamagata Design Ecosystem Research Project

長谷川敦士¹⁾²⁾ 齊藤美咲¹⁾ 大田菜緒²⁾ 岩澤詩恵莉²⁾

Hasegawa Atsushi¹⁾²⁾ Saito Misaki¹⁾ Ota Nao²⁾ Iwasawa Shieri²⁾

1) 株式会社コンセント 2) 武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科

Abstract: This study analyzes the structure and driving mechanisms of a regional design ecosystem in Yamagata Prefecture. Based on field research and interviews, it identifies a network of key stakeholders—support institutions, educational institutions, firms, and designers—and reveals a cyclic process of design utilization.

The study highlights how institutional design and human resource flows enable sustainable design practices, suggesting a transferable model for regional design development beyond individual projects.

Key Word: Design Ecosystem, Institutional Design, Multi-stakeholder Collaboration

1. はじめに：地域とデザイン生態系という視点

近年、日本の地方地域では人口減少や産業構造の変化を背景に、新たな価値創出の方法としてデザインの活用が注目されている（注1）。従来、地域振興においては観光施策や産業支援が中心であったが、それらに加えて、地域の文化資源や人的ネットワークを活用した創造的な取り組みが各地で模索されている。その中でデザインは、単なる造形や意匠にとどまらず、課題の再定義や関係者間の対話を促進し、新たな活動の構想を可能にする方法として位置づけられつつある（注2）。

しかしながら、地域におけるデザイン実践は、個別のプロジェクトとして語られることが多く、それらがどのような構造のもとで成立しているのかについては十分に明らかにされていない。実際には、行政機関、教育機関、企業、デザイナーなど複数の主体が関係しながら活動が展開されており、それらの相互作用を含めて理解する必要がある。

本研究では、このような状況を捉えるために「デザイン生態系（design ecosystem）」という概念を用いる。これは、地域における多様な主体が相互に影響し合いながらデザイン活動を成立させる関係構造を指す。本稿では、山形県を対象とした調査をもとに、このデザイン生態系の構造とその駆動メカニズムを明らかにし、デザイン実践を個別のプロジェクトではなく、関係性と制度によって駆動される構造として捉え直すことを目的とする。

2. 研究方法と対象

本研究は、山形県におけるデザイン活動の実態を把握するため、複数の調査・分析手法を組み合わせ実施した。まず、既存資料および関連文献の調査を行い、地域におけるデザイン振興の取り組みの概要を整理した。加えて、山形県におけるデザイン関連の主要な出来事を年表として整理し、歴史的な展開の把握を試みた。

さらに、実践の実態を明らかにするために、山形県工業技術センター、東北芸術工科大学、県内企業、デザイナーへのインタビュー調査を実施した。調査は2025年7月から2026年2月にかけて段階的に行われ、現地でのフィールドワークや山形県で実施されているデザイン研修「&D スクール」の視察と関係者インタビューを通じて、デザイン活用のプロセスや主体間の関係性についてのデータを収集した。

これらの調査を通じて得られたデータをもとに、地域におけるデザイン活動を単なる事例の集合としてではなく、主体間の関

係性とその循環構造に着目して分析を行った。

本研究は探索的な位置づけにあり、すべての活動を網羅するものではないが、デザイン生態系という観点からその構造的特徴を抽出することを目的としている。

3. 山形県におけるデザイン生態系の構造

調査の結果、山形県におけるデザイン活動は、複数主体の相互作用によって成立するネットワーク型構造として整理できる

（図1）。また、特に中心的な役割を担う主体として、①山形県工業技術センター、②東北芸術工科大学、③地域企業、④デザイン支援者（デザイナー）の4つのステイクホルダーが抽出された。

山形県工業技術センター（以下工業技術センター）は、1918年に設立された山形工業試験場を前身としており、山形県内企業のものづくり全般を技術面で支援する公的な機関である。同センターでは、新製品開発の相談や、材料の分析・試験・技術的な課題解決などに加え、デザイン活用の促進に関するさまざまな施策を実施しており、企業とデザイナー、教育機関を接続するハブとして機能している（注3）。

東北芸術工科大学（以下東北芸工大）は1992年に開学した山形市に位置する芸術大学で、2024年度で2,405名の学生が在籍している。山形県と山形市が設置費用を負担し、学校法人が運営する公設民営の方式を採用している。東北芸工大は、地域に根ざした教育機関としてデザイン人材の育成を担っている。卒業生は約半数が関東、南東北が30%とされており、地元山形へも多くの人材を輩出している（注4）。

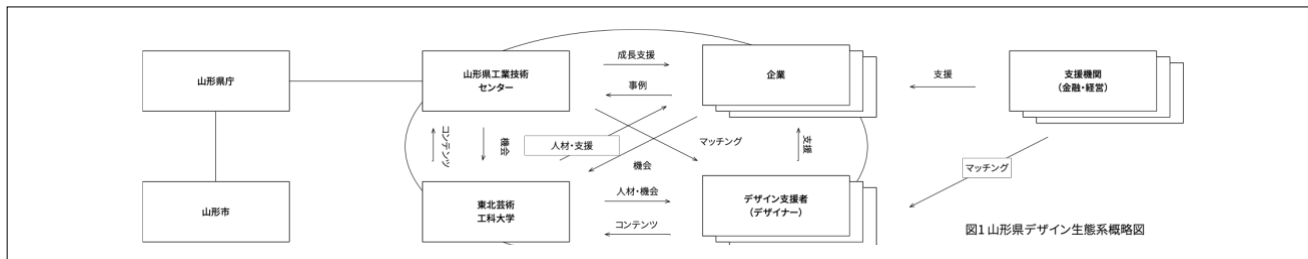
工業技術センターと東北芸工大は相互交流も盛んであり、後述する工業技術センターのプログラムには東北芸工大も運営協力を行っている。

また、地域企業はこれらの支援を受けながらデザイン活用を実践する主体であり、デザイナーは企業との協働を通じて具体的なデザイン実践を担うとともに、異なる主体間を接続する媒介的役割を果たしている。これらの関係性は、図式化すると相互に循環するネットワークとして捉えることができる。

このように、山形県のデザイン生態系は、大きなネットワークの中に、主体的な役割を持つ4つのプレイヤーの活動が活発に循環しているという階層性を持った構造として理解することができる。

4. 生態系を駆動するメカニズム

さらに分析を進めると、この生態系は、複数の施策が相互に接



続された「循環設計」によって駆動されている。特に重要なのは、工業技術センターにおける企業のデザイン振興モデルと、企業におけるデザイン経営モデルである。

工業技術センターでは、企業がデザインに出会い、実践し、その成果を評価されるまでの一連の流れが、「知る一学ぶ一つながる一実践する一評価される」という「デザイン振興モデル」プロセスとして構成されている。具体的には、「山形エクセレントデザイン」による事例提示、「&D スクール」による教育、「デザ縁」によるマッチング、「伴走支援」による実践支援である。そしてその成果は山形エクセレントデザインによって可視化され、再び評価へと循環する構造が想定されている。

このプロセスは単一の制度によるものではなく、複数の施策が連動することで成立している。すなわち「制度間の連動」が生態系を駆動させている。具体的には山形エクセレントデザイン応募企業へのフォローアップであったり、デザ縁プログラムによる企業と地元デザイナーとのマッチングだったりによって、企業は段階的にデザイン活用を深化させることが可能となっている。さらに、工業技術センターの広報活動によって、この循環の中で生まれた事例が他の企業に共有されることで、地域全体にデザイン活用が波及していく仕組みが形成されている。

また東北芸工大は地域・産学連携を積極的に推進し、県下の企業や自治体に対してデザインを一般化していくことに寄与していることに加えて、デザイン会社だけでなく工業技術センターをはじめとする自治体、企業などへも多くの人材を輩出している。このことは山形県のデザインリテラシーを向上させる大きな要因となっていると考えられる。

5. 地方企業のデザイン経営モデルとデザイナー像

また、企業側のデザインに対する考え方も、&D スクールなどの成果によって、商品開発や広報といった（「デザイン経営」宣言で言うところの）「ブランディングに資するデザイン」的な観点だけでなく、企業パーパスの設定や企業内のイノベーションマネジメントといった「イノベーションに資するデザイン」的な観点を持つようになってきていることも明らかになった（注5）。

製品・サービス開発	ブランディング・コミュニケーション
デザインマネジメント・イノベーションマネジメント	
パーパス・経営ビジョン	

図2 山形県企業のデザイン経営モデル

また、企業に対して直接的にデザイン支援を行うデザイナー（デザイン企業）からは、地域におけるデザイン支援の実態として柔軟性を持ち、プリコラーージュ的に支援を行う「野生の図考」という姿勢、経験として山形県内だけでなく他地域の知識・経験を持つことで、山形という地域特性へのメタ的な理解を持っているという「越境視点」属性が見られるといった特徴が抽出された（注6）。これらは、都市部に見られる分業的なデザイン実践とは異なり、限られた資源の中で複数の役割を横断しながら柔軟に対応する実践において重要な要素であると考えられる。すなわち、山形県のデザイン生態系は、主体間の関係性だけでなく、それらを結びつける制度的なプロセスによって駆動されており、この「循環設計」が生態系の持続性を支える重要な要素であると考えられる。

6. 考察：地域デザイン実践の特徴と一般化可能性

以上の分析から、山形県におけるデザイン生態系は、①支援機関による循環を促す制度設計、②教育機関による人材供給、③多主体の相互作用によるネットワーク構造によって成立していることが明らかとなった。

この特徴は、地域、特に山形県という文脈に固有のものではあるが、デザインを個人の技能としてではなく、関係性や制度の中で捉える視点の重要性を示唆している。本研究の成果は、他地域におけるデザイン振興や政策設計においても、単発のプロジェクト支援ではなく、主体間の関係性と循環を設計する必要性を示すものである。

今後の課題としては、他地域との比較分析を通じて、デザイン生態系の構造とその一般化可能性をさらに検討することが求められる。

謝辞

本研究にご協力いただいた、山形県工業技術センター、東北芸術工科大学、企業のみなさま、デザイナーのみなさまに深く感謝いたします。

参考文献

- [注1] 河野和史編, 地域とつながり、生まれるデザイン。、BNN, 2025
- [注2] 経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会, 「デザイン経営」宣言, 2018
- [注3] 山形県工業技術センター, やまがたのデザイン, <https://www.yamagatanodesign.jp> (2026.3.31 閲覧)
- [注4] 東北芸術工科大学, ホームページ, <https://www.tuad.ac.jp/> (2026.3.31 閲覧)
- [注5] 岩澤ら, 山形県の中小企業におけるデザイン活用の実態, 日本デザイン学会第73回春季研究発表大会, 2026
- [注6] 齊藤美咲, 他: 山形県のデザイナーに関する特性分析, 日本デザイン学会第73回春季研究発表大会, 2026

観光映像による地域の語りと記録のデザイン

白杵市における地域連携による学生制作の実践

Designing Local Narratives and Records through Tourism Films - A Practice of Student Film Production in Usuki City

松原かおり

Kaori Matsubara

日本文理大学

Abstract : This study examines a practice of designing local narratives and records through tourism films. As an extension of previous work in Himeshima and Yoron Island, this paper presents a case of student-led fieldwork and film production in Usuki City. As part of a regional collaboration project, local narratives were collected
Key Word : Tourism Film, Regional Collaboration, Fieldwork

and visualized as tourism films. Following a public presentation, the works were selected for screening at local facilities in cooperation with the tourism association.

1. 研究の背景と目的

近年、観光映像は地域の魅力を伝える手段として多様化しており、単なる情報発信にとどまらず、地域に内在する記憶や経験、語りをいかに表現するかが重要な課題となっている。特に、地域固有の物語や住民の語りに着目した映像表現は、観光資源の再解釈や地域の価値の可視化に寄与する可能性を持つ。

筆者はこれまで、姫島および与論島において観光映像制作の実践を行ってきた⁽¹⁾。姫島においては、七不思議などの地域に伝わる物語を題材とした映像制作に取り組んできたが、住民の語りを基盤とした映像表現には十分に至っていない。一方、与論島においては、地域住民の語りを収集・構成し映像化する手法を導入し、語りに基づく観光映像表現の可能性を検討してきた。

本発表では、これらの実践を踏まえ、その展開として白杵市を対象に学生主体のフィールドワークと観光映像制作を実施した事例を報告する。白杵における実践では、物語的構成を意識した制作を試みたものの、語りを基盤とした映像表現の方法はなお検討段階にある。本発表では、地域との関わりの中で語りを収集・構成し映像化するプロセスを整理するとともに、その試行的実践の特徴について報告する。

2. 観光映像における語りと記録の枠組み

観光映像は、近年、単なる情報発信にとどまらず、地域の記憶や経験をいかに表現するかが問われている。特に、地域資源をストーリーとして構成する手法や、住民の語りに着目した映像表現の重要性が指摘されている⁽²⁾⁽³⁾。

また、観光映像は単なる記録媒体ではなく、地域資源の魅力を伝達するための表現手法として捉えることができる。映像制作においては、物語的要素を導入することで地域の価値を再構成する試みがなされている⁽⁴⁾。さらに、観光映像の制作は一定の構造や手法に基づく実践として捉えられており⁽⁵⁾、観光映像は設計可能な表現として位置づけることができる。

本研究では、地域に存在する物語と住民の語りを区別しつつ、「語り」と「記録」の関係に着目する。筆者のこれまでの実践においては、姫島では地域に伝わる物語を題材とした映像制作を行ってきたのに対し、与論島では住民の語りを収集・構成する手法を導入してきた。本研究における白杵市での実践は、この流れの中で語りの導入を試みたものであり、その方法はなお検討段階にある。本章では、その試行的な位置づけを整理した。

3. 白杵市における実践

本実践は、おおい地域連携プラットフォームのフィールドワーク支援事業として、白杵市を対象に学生による観光映像制作として実施した。白杵市および白杵市観光協会と連携し、制作を行った。

制作は情報メディア学科3年次ゼミ生を中心に8名体制で行い、企画・構成・出演・撮影・編集・音楽制作までを学生が担った。制作プロセスにおいては、教員が事前にロケーション確認および撮影条件の整理を行い、その内容を共有した上で、学生がゼミ内で企画検討および構成案の作成を進めた。

企画検討の過程では、当初複数作品の制作を想定していたが、制作体制や完成度を踏まえ、1作品に集約した。完成作品では、男子学生同士の旅を軸とした物語的構成を取り入れ、白杵市内の観光資源や街並みを体験的に提示する表現を試みた。一方で、地域住民の語りを基盤とした表現には至っておらず、語りの導入は試行的な段階にとどまっている。

完成した映像は、白杵市民会館小ホールにて上映され(図1)、地域住民や関係者に向けた発表を行った。上映は複数回実施され、来場者からは映像の雰囲気や空気感に対する評価が得られる一方で、テロップの情報量やナレーションの必要性など、表現に関する具体的な意見が寄せられた。また、白杵市長も来場し、直接意見や感想を得る機会となったことは、本実践における重要な成果の一つである。

また、学生へのアンケート結果からは、地域理解の深化や観光資源の再発見に関する認識の変化が確認された。制作を通じて、映像を完成させることにとどまらず、地域からのフィードバックを踏まえて表現を見直していく必要性が認識されるなど、今後の展開に向けた課題も明らかとなった。以上の制作プロセスの概要を表1に示す。



図1 白杵市民会館における上映会の様子(市長来場時)



表1 白杵市における観光映像制作プロセス

段階	内容	主体
① 事前準備	ロケーション確認、撮影条件の整理	教員
② 企画検討	テーマ設定、構成案の作成	学生
③ 制作	撮影・出演・編集・音楽制作	学生
④ 上映・発表	市民ホールでの上映、市長・地域関係者の参加	学生・地域・教員
⑤ フィードバック	地域住民・関係者からの意見、アンケート結果の収集	地域・学生
⑥ 再検討・改善	表現の見直し、語り導入に関する課題の認識	学生
⑦ 地域での活用	観光施設・フェリー乗り場での上映	地域

4. 実践の成果

本実践を通じて、学生による観光映像制作が、地域との連携の中で実践され、観光発信の中で活用されることが示された。上映会では、地域住民や関係者から直接意見を得る機会となり、映像表現に対する具体的な改善点や受け手の視点が明らかとなった。特に、ナレーションの有無やテロップの情報量に関する指摘は、映像の伝達性に関わる重要な示唆であった。

また、白杵市長をはじめとする地域関係者が上映に参加し、意見交換が行われたことは、学生による制作活動が地域の中で受け止められる契機となった。

さらに、本上映会を契機として、観光協会との連携により、本作品はフェリー乗り場や観光協会施設に設置されたデジタルサイネージにおいて上映されるに至った。これにより、学生による制作物が実際の観光発信の場において継続的に活用される段階に至ったといえる。

加えて、学生へのアンケート結果からは、地域理解の深化や観光資源の再発見に関する認識の変化が確認された。特に、撮影や編集を担当した学生に加え、出演や演出、音楽制作に関わった学生からも、上映会で得られた意見を踏まえ、作品をさらにブラッシュアップしていきたいという意識が示された。

制作過程を通じて、映像を完成させること自体を目的とするのではなく、地域からのフィードバックを受けながら表現を更新していく姿勢が形成された点は、メディアデザインを学ぶ学生にとって意義のある成果であるといえる。

5. 考察とまとめ

本研究では、観光映像における語りと記録の関係に着目し、これまでの実践を踏まえた上で、白杵市における学生主体の観光映像制作を通じてその可能性を検討した。

第3章「白杵市における実践」で示した通り、本実践では学生が企画・制作を担い、地域との連携のもとで観光映像を制作した。さらに、第4章「実践の成果」で述べたように、その成

果物は地域の観光発信の場において実際に活用されている。この点において、観光映像制作は単なる教育活動にとどまらず、地域との関係の中で成立しうる実践であると考えられる。

一方で、本研究において重視した「語り」の観点から見ると、白杵市での実践は、物語的構成を取り入れた映像表現には至ったものの、地域住民の語りを基盤とした映像表現には十分には至っておらず、語りの扱いについては依然として検討段階にある。本研究では、このことを、観光映像における語りの導入が単なる構成上の要素ではなく、制作プロセス全体に関わる課題であると捉えている。

また、本実践では、上映会を通じて地域住民や関係者から直接意見を得る機会が生まれ、さらに学生が制作した映像が地域の観光発信の中で活用されるに至った。このことから、観光映像制作は地域との関係性の中で更新されていくプロセスとして機能し得る可能性を見出している。さらに、学生においても、制作を通じて表現を継続的に見直す意識が形成されており、語りを含む映像表現の深化に向けた基盤が生まれていると考えられる。

以上を踏まえ、本研究では、白杵市での実践を、語りを基盤とした観光映像表現の確立に向けた過渡的段階として位置づけたい。今後は、地域住民への聞き取りを通じた語りの収集と、その内容の構成・翻訳を含む映像化プロセスを検討していく必要がある。具体的には、語りの収集から映像表現への展開までを一連の制作プロセスとして捉え、語り手の経験や記憶をどのように映像内で再構成するかが課題となる。

また、学生による制作と映像作家による制作との方法の違いについても検討課題とする。本実践で得られた知見を踏まえ、語りを基盤とした観光映像表現の具体的手法については、今後の作品論文においてさらに検討を深めていきたい。

注及び参考文献

- 1) 松原かおり (2025) 「観光映像による地域記録と語りの再構築 — 姫島・与論での実践を通じた九州離島における考察 —」『デザイン学研究 (BULLETIN OF JSSD)』72, pp.230-231.
- 2) 江口真理子 (2022) 「日本遺産を題材としたインバウンド動画のあり方」島根県立大学, pp.1-10.
- 3) 橋本和也 (2024) 「観光における『ものがたり』の研究」『地域共同研究ジャーナル』京都文教大学地域協働研究教育センター, 3, pp.3-19.
- 4) 高橋紀子 (2022) 「地域資源を題材とした映像表現に関する研究」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』69, pp.24-25.
- 5) 長尾光悦・黒澤彩華・山田愛・斎藤一・佐藤信吾・鈴木裕一 (2019) 「観光振興に向けた新たな地域の魅力発信方法 — たびろくムービー背景動画テンプレートの制作と評価 —」『北海道情報大学紀要』31 (1), pp.21-30.

地域連携プロジェクトにおける学生コーディネーターの存在意義とその優位性に関する一考察

2026年度に長岡造形大学で実施した授業プロジェクト「デザインの思考とアートの思考で今町芸術祭をモリモリ盛り上げるクリエイティブチャレンジ」の運営を事例に

A study on the Significance and Superiority of Student Coordinators in Community Partnership Projects: A case Study of the Coordination of the 2026 Class Project at Nagaoka Institute of Design Related to the Imamachi Art Festival

野月あすみ¹⁾ 板垣順平¹⁾

NOTSUKI Asumi¹⁾ ITAGAKI Jumpei¹⁾

1) 長岡造形大学

Abstract: This study examines the significance and utility of student coordinators in a community partnership project by focusing on a 2026 class project at Nagaoka Institute of Design. Based on action research, the study analyzes the coordinator's potential effects on the project from reflections and questionnaires of three student

participants. The findings suggest that the student coordinator supported the project not only through practical tasks such as scheduling and communication, but also by mediating between player and coordinator perspectives, thereby facilitating collaboration, continuity, and smoother project management.

Key Word: Student Coordinators, Community Collaboration, Project Management

1. 研究背景

近年、大学と地域が連携して行うプロジェクト型学習は活発化しており〔注1〕、その内容は商品・サービス開発、調査研究、イベント参加、課題解決など多岐にわたる〔注2〕。とりわけ、筆者在籍する長岡造形大学のような、デザイン・美術系の大学では、商品開発はじめ、イベント企画、メディア制作、空間・景観デザインなど、デザインやアートの専門性を生かした地域連携型プロジェクトが多く実施されている〔注3〕。しかし、こうした地域連携型プロジェクトは、関わる主体や地域の状況、実施内容が多岐にわたるため、運営方法をはじめ、その成果についても一律に捉えることはできない。そのため、個々のプロジェクトの文脈を踏まえて、評価や改善などを検討する必要がある〔注4〕。一方で、地域連携型プロジェクトの運営は教員が中心となり、それらを対象とした既往研究において、近藤は、「いずれも活動に直接参加していない教員や研究者らなど、第三者の視点によってまとめられたものばかりである」〔注5〕と指摘している。つまり、実際にプロジェクトの担い手である学生自身の視点から、運営や協働の実態を捉えた研究は十分に蓄積されていないといえる。こうした背景のもと、筆者は地域連携型プロジェクトに学生コーディネーターとして関与した経験をもとに、学生が地域連携型プロジェクトの調整役を担うことの意義に着目した。

従来の地域連携型プロジェクトでは、地域と学生の間には教員が介在し、要望や提案は教員を通して共有されることが一般的である。この仕組みはプロジェクトの情報整理や全体把握の面で有効であるが、教員の裁量によって、学生の意図や実施過程の状況が連携先に十分に伝わらない可能性や、地域側の意見や助言が学生に届くまでに時間がかかるという課題もある。他方で、学生コーディネーターが地域と学生の双方に直接関わることで、活動や企画の意図、制作の進行状況をそのまま地域に伝えることができ、地域からの疑問や助言も迅速に学生へ共有できるようになる。このような関わり方は、地域の声を具体的かつ即時的に受け取りながら、対話を通してプロジェクトを進めるうえで有効である。さらに、学生コーディネーターは、議事録作成や情報共有などの運営面も担うことで、教員が常時関与しなくても関係者間で情報が循環するほか、単なる連絡係ではなく、対話を促進する存在とし

て機能することが管見ながら示唆できる。

そこで、本研究は、学生がコーディネーターとして関与することで、プロジェクトの進行や協働に与え得る影響を、実践者の視点から導き出す。

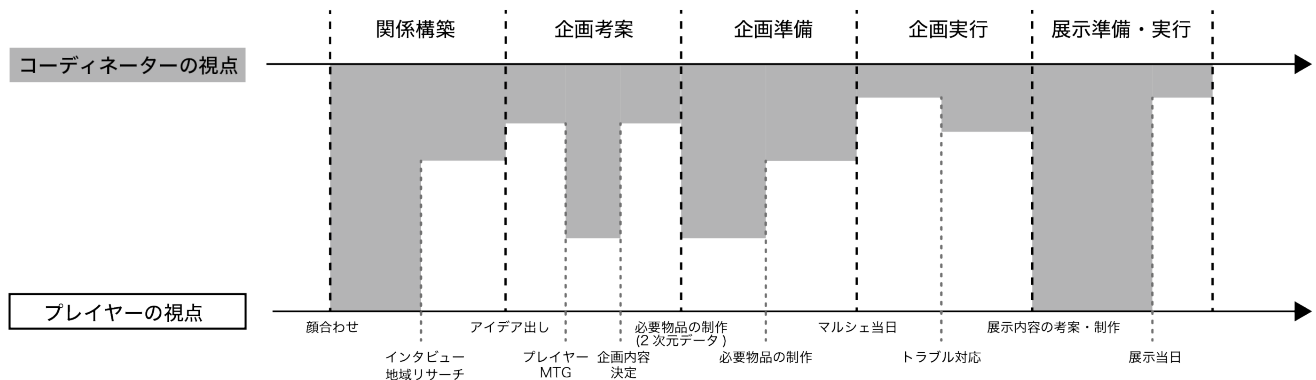
2. 研究目的

本研究の目的は、地域連携型プロジェクトにおけるコーディネーターの担い手として、中間支援者や教員などの有識者ではなく、プレイヤーと同じ立場にある学生が担うことで、プロジェクトの進行や協働にどのような影響を与えるのかを明らかにすることである。具体的には、筆者自身がコーディネーターとして活動した地域連携型プロジェクトをアクションリサーチの対象として位置づけ、筆者の振り返りや、当該プロジェクトに参加した学生らの感想や振り返りをもとに、学生コーディネーターの優位性を提示する。

3. 研究対象

本研究の対象は、長岡造形大学の学部向けの地域、社会連携系区分の科目である「地域協創演習」の一つとして実施された、「デザインの思考とアートの思考で今町芸術祭をモリモリ盛り上げるクリエイティブチャレンジ」に参加した、学生4名（学生コーディネーターを務めたデザイン学科3年の筆者と、プレイヤーとして参加した同学科2年2名および3年1名）である（令和7年度時点）〔注6〕。このプロジェクトは、新潟県見附市の北部にある今町地域で実施される「今町商店街まちあるきマルシェ（以下、今町マルシェ）」での出展を目指したものである。今町はかつて繊維産業で栄え、「見附今町・長岡中之島大風合戦」に代表される伝統行事や、戊辰戦争の戦地となった歴史的背景があるなど、多様な地域資源を有する地域である。今町マルシェは、新潟県見附市今町の今町商店街にて、ショッピング形式でハンドメイド作品や食品の販売、ワークショップやイベント等を行う地域イベントである。今町商店街は一部がシャッター街化し、以前より活気の低下が課題となっており、こうした状況を背景に地域のにぎわいと交流機会の創出を目的として、令和5年度より実施されてきた。令和7

図1. プロジェクト遂行におけるコーディネーター視点とプレイヤー視点のそれぞれの割合の変化(筆者作図)



年度からは、地域住民に芸術を身近に感じてもらうこと、また商店街への来訪者増加を目的として、筆者の在籍する長岡造形大学との地域連携型プロジェクトとして実施された。

4. 研究方法

本研究では、まず、学生コーディネーターである筆者がその時々の活動において、コーディネーターの視点と他の学生と同じようにプレイヤーの視点で携わったことから、その立ち位置や視点について概観する(図1)。そのうえで、活動終了後に、プレイヤーである学生の3名に対して授業後に実施した振り返りアンケートの情報から、プレイヤーにとって学生コーディネーターの存在意義やその優位性にかかる情報の抽出を行う。

5. 分析結果

当該プロジェクトにおける学生コーディネーターの存在意義は、参加者と同じ学生という近い立場にありながら、活動内容に応じてプレイヤーの視点とコーディネーターの視点を行き来し、実践と運営の両面を媒介していた点にある。振り返りアンケートでは、ミーティングの開催をはじめ、日程調整や事前連絡、議事録作成、会議内容の録音、見附市との連携などが企画を成立させる上で不可欠な条件として認識されている。プレイヤーAは、これらを学生コーディネーターが担わなければ「そもそも企画を考えることすらできなかった」と述べている。また、プレイヤーAは「頼りすぎてしまった」、プレイヤーBは「先生や筆者に任せがちになった」と振り返っていることから、学生コーディネーターが進行面や実務面で大きな支えとなっていたことがわかる。他方で、プレイヤーCは「企画が迷走する場面でも話し合いを重ねることで最終的に企画をまとめられた」と述べ、プレイヤーAも「ミーティングを通して相手の意見を待ちながら対話する重要性に気づいた」と記していることから、学生コーディネーターは、運営実務を単に代行する存在ではなく、参加者に近い位置で実践に関わりながら、必要に応じて対話の進行や企画の整理を支える媒介的存在であったといえる。

6. 考察とまとめ

以上の結果から、本研究における学生コーディネーターの優位性は、参加者と同じ学生という立場を基盤に、必要に応じてプレイヤーの視点とコーディネーターの視点を行き来しながら、参

加者の実感に即した調整を行っていた点にあると考えられる。一般に、進行管理を担う存在はプロジェクトの安定化に寄与する一方で、他の参加者を受け身にさせる危険性もある。しかし本研究では、筆者は上位から指示する管理的な存在ではなく、同じ学生として制作上の戸惑いや負担感を理解する位置にいたと言えることから、その支援は管理的な介入ではなく、協働を進めやすくする調整役として機能していたことがわかった。

また、当該プロジェクトからは、学生コーディネーターがプレイヤーと実践、さらに全体調整をつなぐ中間的な存在であったことも示唆される。教員が学生と同じ立場に立つことは難しいが、学生コーディネーターはプロジェクトの内部に関わりつつ一定の距離を保って状況を捉えることができる。そのため、プレイヤーだけでは見落としやすい課題や偏りに気づき、それを参加者にフィードバックする役割を担うことが可能となる。さらに、活動状況に応じて参加者に寄り添う側面と全体を支える側面を行き来していたことから、実践に近い立場で関わることで全体調整を担うことが、相反するものではなく、相互に補完し合いながら成立していたと言える。

以上より、学生コーディネーターの存在意義や優位性は、プレイヤーと同じ学生という立場から生まれる距離の近さを基盤として、状況に応じて実践の内部と全体調整のあいだをつなぎ、協働と継続を内側から支えていた点にあると考えられる。

注および参考文献

- 1) 日本経済新聞社：日経グローバル 519号，第15回大学の地域貢献調査，2025
- 2) 日下まりあ，小原愛子：大学の地域連携におけるPBL教育の現状と課題，教育経済学研究 vol.3，2023
- 3) 長岡造形大学：令和5(2023)年度地域協創演習・ボランティア実習・地域特別プロジェクト演習/特別プロジェクト研究演習実施プロジェクト報告書
- 4) 澤邊潤：大学と地域の協働によるプロジェクト型学習のデザインと実践，2024
- 5) 近藤裕実，板垣順平，渡邊誠介：地域連携活動に参加した学生の省察の変化に関する一考察，2020
- 6) 本プロジェクトは当初プレイヤー4名で実施を予定していたが、諸事情により最終的に3名体制で実施された。

「ご当地萌えキャラ」デザインの調査と分析 6

Research and analysis of "Local Moe Character" design 6

中村泰之

Yasuyuki Nakamura

宝塚大学東京メディア芸術学部

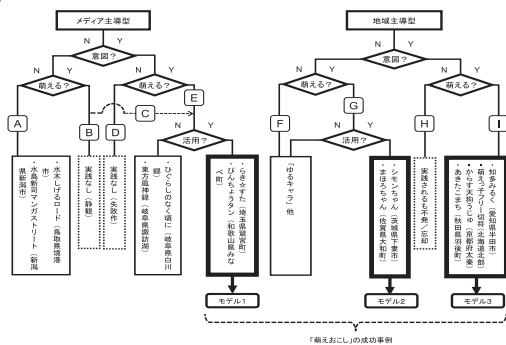
Abstract: This study investigates and analyzes the design of "Local Moe Characters" used for "Moe-Okoshi" (promoting local areas through Moe) activities. "Moe" was originally a slang term in Japanese otaku culture, but it is now a globally recognized word. Moe-Okoshi is a type of regional revitalization through Moe. Character designs are based on "Moe characters"

Key Word : Character design , Local Moe Character , Regional promotion through Moe

used in manga, anime, games, and so on. However, such character designs may sometimes face resistance from the general public. The purpose of this study is to investigate and analyze design techniques for "Moe Characters" that can be more widely accepted by the general public.

背景・目的

「萌え」を活用したコンテンツツーリズムが活況である。先駆的な例としては「らき☆すた」の埼玉県北葛飾郡鷲宮町（現在久喜市）、近年では「ガールズ&パンツァー」の茨城県大洗町が有名である。これらはメディア産業が創出したアニメ、マンガ、ゲーム等のコンテンツの舞台としてファンから注目を浴び、いわゆる「聖地巡礼」の場として観光資源となったものである。一方で、地方そのものが主体となってキャラクターを創出し、地域振興に繋げようという活動も活発になっている。代表的な例としては東北6県にまたがる広域を対象とした「東北ずん子」、京都府精華町の「京町セイカ」、秋田県由利本荘市の「黄桜すい」の活動などが挙げられ、キャラクターは「ご当地萌えキャラ」と呼ばれている。これらの活動は「萌えおこし」と呼ばれており、井手口（2009）はこの活動を「メディア主導型」「地域主導型」に分け、「萌え」以外も含んだいくつかのルートに分類した。その上で、「地域主導型」の第3モデルが『実施の簡便さという点で「ゆるキャラ」的特性を、また期待しうる可能性の高さという点でメディア主導型「萌えおこし」の特性を、それぞれ理想的な形で兼ね備えていると評することかができる。』と述べている。



しかしながら、「萌え」を地域振興に活用しようとして失敗する事例がしばしば存在する。もちろんキャラクターそのものに魅力がなければゆるキャラなどと同じように失速して消滅することになるが、「萌え」の活用についてはそれ以外の要因も存在している。2000年代以降一般にも理解が広がってきているものの、まだまだオタク向けコンテンツに対する偏見は根強い。逆に、「萌え」を創出する側も広く一般に公開されるものであるという認識が薄い場合があり、この両者

の認識のズレが反発を生む事例がままある。2015年には三重県志摩市のご当地萌えキャラ「碧志摩メグ」が志摩市公認としてデビューが発表された際に性的だとの批判を受け公認取り下げとなった。最近の事例では2021年に観光庁も後援する全国の温泉地を萌えキャラ化している「温泉むすめ」プロジェクトにおいて、キャラクターデザインが性的だとしてネット上で炎上する騒ぎとなった。これらの事例を見て明らかのように、批判の大半は「性的な表現」が問題だとしている。もちろん萌えキャラすべてが性的なわけではない。しかし、オタク的コンテンツに興味がない層にも広く公開されるご当地萌えキャラのデザインは慎重であるべきであろう。デザインのどの部分に反発を招く要素があるのかを明らかにし、デザインのプロセスに取り入れなければならない。

萌えキャラに関する研究は多岐に渡るが、ご当地萌えキャラのデザインを対象とした研究は少ない。本研究は「地域主導型」の萌えおこしを対象としている。目的は主に2つあり、1つは創出プロセスの中でも特にキャラクターデザインに焦点を当て、地域振興において有用なデザイン手法を明らかにすることである。2つ目はご当地萌えキャラの活動をアーカイブすることである。1つの萌えおこし活動について詳細に調査した研究は複数あるが、ほとんどが「メディア主導型」の萌えおこしである。有志による運営が多いご当地萌えキャラは数年持たずに消えていくことも多いため、全体を俯瞰するためにも必要であると考えられる。

調査方法

調査は基本的に SNS や web サイトで活動状況を調査することから始める。収集した情報を元に各地で開催されるイベントや常設展示を行っている会場へのフィールドワークを行い、資料を収集する。また、運営に対してインタビューを行い、キャラクター誕生までの経緯を調査する。得られた情報を元に各キャラクターのデザインプロセスを考察する。

ゆりほん娘プロジェクトとは

ゆりほん娘プロジェクトは、2016年、秋田県由利本荘市東由利地区の地域活性化を目的として地元有志が立ち上げたプロジェクトである。ご当地萌えキャラ「黄桜すい」の様々な地域限定グッズ展開や宿泊イベントを開催するなど、地域に人を呼び込む活動を積極的に行っている。



活動の範囲は現在では由利本荘市全体に拡大しており、合併前の旧8市町村それぞれにキャラクターを設定し、全体の呼称を「ゆりほん娘」としている。2018年にはクラウドファンディングでゲストハウス開設の資金を獲得し、2019年にオープンした。ご当地キャラクター運営としては異例の活動を行っており、今後の活動が注目される。コロナ禍の影響もあり2020年から対外的な活動を自粛していたが、2022年冬に地域と協力してイベントを成功させ、活動を再開した。そしてこれまでの活動が認められ、2025年1月に由利本荘市の公認キャラクターとして認定され、活動が行われることになった。

プロジェクトの意義

ゆりほん娘プロジェクトの活動の大きな特徴は「人を呼ぶ」企画が多いことである。2019年は4回参加型のイベントを行っている。他の多くのご当地萌えキャラ活動は地域情報の発信にとどまることが多く（もちろん個人や小さな団体での運営が多いからでもあるが）、イベントを開催する活動も年に1,2回程度というものがほとんどである。

ゆりほん娘プロジェクトの活動は、もちろん黄桜すいというご当地萌えキャラをきっかけとして訪れる人に地域の魅力を伝えるためでもあるが、地域住民自らが地域の新たな魅力を発見するきっかけにもなっていると思われる。それは長期的に見れば地域そのものの活力にもなりうるのではないかと考える。

デザインの実践

本研究ではこの事例を通してご当地萌えキャラが地域にどのような効果をもたらしているのかを考察してきた。この調査を通して運営グループとの協力関係を深め、現在では活動の様々な面でサポートを行なっている。

2022年度のフィールドワークの成果として、KSPに協力する地元の酒店「酒のまるけん」のプライベートブランド「萌酒芋川さつき」のラベルデザインを筆者研究室で担当した。また、2022年クラウドファンディングサイト CAMPFIRE においてクラウドファンディング「小さなスキー場の未来をかけて冬花火を打ち上げたい！黄桜すいの挑戦」を実施し、サクセスした。その返礼品のひとつである「<萌酒>ゆりほん娘」（全8種）のパッケージデザインを引き続き担当することとなり、2024年1月に「酒のまるけん」プライベートブランドとして一般販売となっている。

2024年度はクラウドファンディング『豪雨災害を乗り越えて小さなスキー場に「冬花火を打ち上げたい」by 黄桜すい』がサクセスし、2025年2月23日にイベントが開催された。その返礼品の1つであるトレーディングカード風のキャラクターカードのデザインを筆者研究室で担当した。

2025年度より、道の駅黄桜の里において新発売された「エゴマあんまんじゅう」を、東由利地区のキャラクターである黄桜すいを活用したパッケージ等でプロモーションする企画が立ち上がった。

デザインのプロセス

当初は学生がパッケージ案をデザインし、3つ程度の候補に絞った上で試験販売を行い、デザインを決定する予定であった。そのため、私が担当する学部科目「デザインサーベイ」、大学院科目「ビジュアルコミュニケーション論」で課題としてデザイン案を制作した。企画開始の時点ではコストのことは考えず自由にデザインさせた。その上でコストについて検討させ、最終案として約30案の中から運営側と協議の上3点に絞ることになっていた。しかし、更にコストについて検討が必要になり、最終的にはペーパーヘッダーを用いたデザインに集約した上で検討を進めることとなった。

この時点でプロジェクトとしては授業ではなく基本的には候補に残ったデザインを企画した学生4名によるプロジェクトに移行し、2026年2月に現地フィールドワークを行い、パッケージ以外のPOPや広報企画を進めている。

考察と今後の取り組み

フィールドワークを通して分かったこととして、生産業者のコスト意識がある。潤沢な資金がある訳ではないことは勿論理解していたが、業者は委託生産が主体の事業者で、自社商品を持たないため、企画広報にコストかける意識がないようであった。そのため商品企画までは話が進むがデザイン含むプロモーションになると話がうまく進んでいかない。こちらとしてはかなり切り詰めた企画と考えていたが、それでも了解は得られなかった。

まずはプロモーションの意義を認識してもらうことが必要となるため、できる範囲で様々な販促物をデザインし、アピールしていくこととしたい。

参考文献

- 1) 井手口彰典 『萌える地域振興の行方 -- 「萌えおこし」の可能性とその課題について』, 地域総合研究 37(1), 2009, 鹿児島国際大学附置地域総合研究所, 57-69
- 2) 高田明典 『「キャラ萌え」とは何か』, 國文學: 解釈と教材の研究第53巻16号(特集: 「萌え」の正体), 2008, 學燈社, 34-41
- 3) 増渕敏之 『ローカルコンテンツと地域再生 - 観光創出から産業振興へ』, 2018, 水曜社
- 4) 「ゆりほん娘」公式サイト <https://kizakurasui.jp/>

地域における中小企業支援構造の分析

山形県デザイン生態系リサーチプロジェクト

Analysis of the support structure for small and medium-sized enterprises in local communities

大田 菜緒¹⁾ 長谷川 敦士¹⁾²⁾ 齊藤美咲²⁾ 岩澤詩恵莉¹⁾

Ota Nao Hasegawa Atsushi Saito Misaki Iwasawa Shieri

1) 武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科 2) 株式会社コンセント

This study examines the structure of design-driven SME support in Yamagata Prefecture, focusing on the role of financial institutions. While design is recognized as a strategic resource, its use in SME support remains limited in Japan. Through field research and interviews,

this study identifies a support structure linking multiple stakeholders. It suggests that financial institutions can act as mediators connecting firms and designers, but their role is constrained by institutional factors.

Key Word : Design-driven management, SME support, Regional ecosystem, Multi-stakeholder collaboration

1. はじめに

近年、国際社会の緊迫した状況や AI といった技術革新の進展により、中小企業を取り巻く経営環境は急速に不確実性を増している。このような状況においては、従来のコスト削減や業務効率化といった改善型の取り組みだけでは競争優位性を維持することが困難となり、事業の存在意義や提供価値そのものを問い直すことが求められている。

こうした文脈の中で、デザインは単なる意匠ではなく、顧客価値の創出や事業構想の再定義を担う経営資源として再評価されている。特に、経済産業省および特許庁による「デザイン経営宣言」(2018) は、デザインを「ブランド構築」と「イノベーション」の源泉として位置づけ、日本企業におけるデザイン活用の重要性を示した [1]。

しかしながら、日本の中小企業支援の現場においては、依然としてデザインがパッケージや広告などの表層的な領域に限定される傾向が強く、経営レベルでの活用には至っていない。また、支援制度においても、専門家派遣は短期的かつ課題解決型の枠組みで運用されることが多く、事業の意味や価値の再構築といった探索的プロセスと必ずしも整合していない。さらに、金融機関を含む地域の支援主体においても、デザイン人材の活用や他主体との連携は十分に進んでいるとは言えず、支援が断片的に行われている実態がある。

一方、本研究の対象である山形県では、山形県工業技術センターや東北芸術工科大学を軸として、行政、企業、金融機関、デザイナーなどが相互に関係し合う独自の「デザイン生態系」が形成されている。筆者らは、この山形県におけるデザイン活動の全体像を捉えるため、統合的な生態系リサーチプロジェクトを実施している(長谷川ら [注 1]、齊藤ら [注 2]、岩澤ら [注 3])。このような山形県における実践を対象とし、デザインを活用した中小企業支援において主に金融機関の取り組みに注目し、どのような構造によって成立しているのかを明らかにすることを目的とする。

2. 先行研究レビュー

2.1. デザイン経営におけるデザイン概念に関する一考察

デザイン経営に関する研究では、デザインが企業の競争力強化に寄与することが示されている一方で、日本においてはデザインが「意匠」として理解される傾向が強く、その活用が限定的であることが指摘されている [2]。

2.2. デザイン態度と非デザイン人材のデザイン理解に関する既存研究レビュー

八重樫 (2017) は、デザインを組織内で活用するためには、問題設定能力や曖昧さへの耐性といった「デザイン態度」が重要であると論じている。さらに、八重樫ほか (2021) は、非デザイン人材がデザインプロセスに参加する際、問題の再定義や意味生成の共有に困難が生じることを明らかにしている [3][4]。

2.3. 創造社会を支えるメディアとしてのパターン・ランゲージ

異なる専門性を持つ主体間の協働は、新たな価値創造を促進する可能性があると考えられている [5]。しかし、これらの研究の多くは個別プロジェクトや組織内部のプロセスに焦点を当てたものであり、地域全体を対象とした支援構造としての分析は十分に行われていない。

3. リサーチクエスチョン

本研究では以下の問いを設定する。

RQ : 山形県において、デザインを活用した中小企業支援はどのような構造で成立し、その中で金融機関はどのような役割を果たしているのか

3.1. 本研究の意義

本研究の意義は、デザイン活用を個人の能力や単一施策としてではなく、地域における関係性の構造として捉える点にある。従来の研究では、デザイン思考やデザイン態度といった個人レベルの能力や、特定のプロジェクトにおける活用事例が中心的に扱われてきた。一方、本研究は、教育機関、支援機関、企業、金融機関といった複数主体の相互作用に着目し、デザイン活用がどのような環境条件のもとで持続的に成立するのかを明らかにする。

これにより、デザイン活用を促進するための構造的要件を提示し、他地域への展開や政策設計に対する示唆を与えることが期待される。

4. 調査方法

本研究は質的研究として、フィールドリサーチおよびインタビュー調査を組み合わせて実施した。

4.1. 予備調査

1) デスクトップリサーチと先行研究レビュー

中小企業支援における専門家派遣制度および診断士の役割

に関する文献調査を実施した。

2) 半構造化インタビュー調査

・中小企業診断士に現状の支援方法や専門家派遣についてインタビューを行なった。

・東京都内における金融機関と商工会議所へ専門家派遣についてインタビューを行なった。

・大阪デザインセンターが実施しているデザイン経営アドバイザー講座の受講者に診断士とデザイナーの協創支援が可能かインタビューを行なった。

4.2. 本調査

本調査では、山形県山形市を中心に以下の調査を実施した。

1) フィールドリサーチ

東北芸術工科大学、山形県工業技術センター、地域企業、デザイン企業などを訪問し、支援の現場および地域環境を観察した。

2) インタビュー調査

デザイン企業、山形県工業技術センター、東北芸術工科大学、地域企業、金融機関への半構造化インタビューを実施した。

3) 分析手法

収集したデータをもとに、ステークホルダー間の関係性および時間的変遷を整理し、支援構造をエコシステムとしてモデル化した。

5. 結果および考察

5.1. 結果

本研究の結果、山形県におけるデザインを活用した中小企業支援は、教育機関、支援機関、企業、デザイナー、金融機関といった主体が接続された関係性の中で実践されていることが確認された。特に山形県工業技術センターは、人材育成やマッチングを担うハブとして機能している。

また、企業は「気づき→学習→協働→実践→評価」というプロセスを通じて、デザイン活用を段階的に深化させており、デザインに対する認識が「意匠」から「事業構想・価値創造の手段」へと変化していることが確認された。

さらに、金融機関においては、顧客企業との対話を通じて潜在的ニーズを把握し、デザイナーやクリエイターへ接続する事例が確認された。一方で、こうした取り組みは個別事例としての実践に留まり、組織的に展開されているとはいえない状況にある。

5.2. 金融機関の役割に関する追加検証の必要性

本研究の結果から、山形県におけるデザイン活用は、単一主体の能力や施策によって成立するのではなく、主体間の関係性によって成立する構造として捉える必要がある。

特に金融機関は、顧客企業との継続的な関係性を基盤に潜在的ニーズを把握し、デザイナーへ接続することで、デザイン活用を媒介する主体として機能し得る存在である。しかし、短期的な業績評価や人事異動といった制度的要因により、こ

うした関与は継続的に展開されにくく、その役割は限定的にしか発揮されていない。

このことから、デザイン活用を促進するためには、専門家の配置だけでなく、金融機関を含む主体間の関係性を継続的に継続的に関与し接続する仕組みが必要であると考えられる。特に金融機関がデザイナーとのマッチングや支援への関与を継続的に担うことは、分断された支援構造を接続する可能性を持つと考えられる。

5.3. 今後の展開

本研究では、金融機関の関与について一定の傾向が確認されたものの、その役割の実態や持続性については十分に明らかになっていない。

今後は、金融機関への追加インタビューを実施し、①デザイナー人材との関係性の形成過程、②企業支援への関与の程度、③組織的制約の影響を明らかにすることで、金融機関の媒介的役割の構造をより精緻に分析する予定である。

これにより、デザイン活用を支える地域支援構造の再設計に向けた具体的示唆を導出することを目指す。

謝辞

本研究にご協力いただいた、山形県工業技術センター、東北芸術工科大学、企業のみなさま、デザイナーのみなさまに深く感謝いたします。

参考文献

- [1] 経済産業省 特許庁：デザイン経営宣言 産業競争力とデザインを考える研究会 (2018)
- [2] 毛 鋭：デザイン経営におけるデザイン概念に関する一考察；マーケティングジャーナル (2022)
- [3] 安藤拓生 / 八重樫文：デザイン態度 (Design Attitude) の概念の検討とその理論的考察；立命館経済学 (2017)
- [4] 八重樫文 / 後藤智 / 安藤拓生 / 森田崇文 (2021)：非デザイナー領域におけるデザインシンキングの適用に関する課題の考察；立命館経営学『第60巻第2号』(2021)
- [5] 井庭崇 / 古川園智樹：創造社会を支えるメディアとしてのパターン・ランゲージ；情報管理 vol.55 no.1213p.868～871 (2013)
- [注1] 長谷川敦士，他：地域におけるデザイン生態系の構造と駆動メカニズム，日本デザイン学会第73回春季研究発表大会，2026
- [注2] 齊藤美咲，他：山形県のデザイナーに関する特性分析，日本デザイン学会第73回春季研究発表大会，2026
- [注3] 岩澤詩恵莉，他：山形県の中小企業におけるデザイン活用の実態，日本デザイン学会第73回春季研究発表大会，2026

観光客の場所愛着を高める AR コンテンツのデザインに関する研究

栃木県奥日光地域の「見えづらい魅力」を可視化する AR アプリのデザイン

A Study on the Design of Augmented Reality Content for Enhancing Tourist Place Attachment: Designing an AR Application to Visualize the "Latent Appeal" of the Oku-Nikko Region, Tochigi Prefecture

花本 想良¹⁾ 金 尚泰¹⁾

Sora Hanamoto¹⁾ Kim Sangtae¹⁾

1) 筑波大学

Abstract : This study explores the design of an Augmented Reality (AR) tourism walking app for the Okunikko region in Tochigi Prefecture, Japan. Based on insights gained through engagement with local residents, the study proposes an AR app that visualizes regional contexts difficult to convey through traditional paper pamphlets. The design emphasizes two key aspects: (1) an extended spatial design that harmonizes with the

surrounding natural landscape, and (2) narrative-driven content structured across three temporal layers—monthly, yearly, and centennial.

Using Scannell and Gifford's (2010) Place Attachment 3P framework, the study positions the proposed app as a tool that stimulates tourists' cognition and emotion, thereby supporting the formation of place attachment.

Key Word : Augmented Reality, Place Attachment, Tourism Design

1. はじめに

本研究では、栃木県奥日光地域を対象として、AR 技術を用いた観光アプリのデザイン検討を行った。月単位の四季の生態系、年単位の地域活動、100 年単位の歴史・生活様式という 3 つの時間軸で地域の文脈を可視化し、観光客の認知と情動を統合的に刺激することで、場所愛着の醸成を目指すものである。

奥日光（中禅寺・湯元）地域は、1934 年に日光国立公園に指定され、2005 年には奥日光の湿原がラムサール条約登録湿地に登録されるなど、豊かな自然に恵まれたエリアである。明治中期から昭和初期にかけては、国際的な避暑地として欧米の外交官や著名人に親しまれた。現在も奥日光三名瀑や中禅寺湖の遊覧、ハイキングなど、四季折々の自然と歴史を味わえる観光スポットとして人気を集めている。一方で、近年は観光関連施設の老朽化や廃屋化が進むなど、持続可能な地域づくりが課題となっている。

筆者は 2024 年度より、「まち歩き AR アプリ」や「奥日光まち歩きマップ」、地元飲食店の HP 制作などを通じて奥日光地域の方々と交流を続けてきた。2024 年 5 月には奥日光地域づくり住民協議会 [1] に招待される形で制作中のアプリに関する講演を行った。その際、地元の方々からは、代表的な観光地やアクティビティの魅力は伝えられているものの、自然資源の豊かさや歴史・文化的価値については十分に伝えきれていないという課題意識が共有された。またその上で、「観光客に奥日光のファンになってほしい」「私たちが後世に伝えたいことを学んでほしい」という強い思いも伺った。

散歩や紙のパンフレットだけでは伝わりきれない、地域の「見えづらい魅力」を知る行為は、観光客がその場所に対して愛着を抱き、再来訪を促す。Hidalgo らは、プレイス・アタッチメント (place attachment) を「個人と特定の場所との間に生じるポジティブな情動的結びつき」と定義している。[2] Scannell らはこれをさらに発展させ、3P 枠組み (Person-Process-Place) を提唱した。この枠組みでは、場所愛着の形成を (1) Person (行為主体)、(2) Process (心理過程：情動・認知・行動)、(3) Place (場所) の三次元で捉えた。特に Process の次元では、場所に対する認知的な理解と情動的な反応、行動がプレイス・アタッチメントに繋がる要素となる。[3] また、外山らは、旅行中に認知と情動の両面が刺激される経験が、旅行の記憶を鮮明に残し、再来

訪意向を高めると指摘している。[4]

そこで本研究では、認知と情動の両側面を効果的に促すことを目的に、AR (Augmented Reality) 技術を用いて旅行中に「地域の見えづらい魅力を可視化する」アプリのデザインを検討する。

2. デザインの方針

本研究では、観光客が主体的に地域を歩き回りながら、表面的には見えない地域の文脈を知るためのツールとして、AR アプリケーションを制作した。奥日光では現在も紙のパンフレットや地図が主に用いられているが、これらは情報量や提示形式に限りがある。

AR 技術とは、現実世界のライブビューにコンピュータ生成のデジタル情報 (画像、3D モデル、テキストなど) をリアルタイムで重ね合わせ、3 次元的に正確に登録する技術である。地域を散策中に AR 技術で情報を重ね合わせることで、紙のパンフレットや地図と比較し、街並みを見る時間が増える、発信する全体の情報量を大幅に増やすことが可能になるといった効果が考えられる。

地域の魅力を初めて訪れる人にも十分に伝えるためには、インターフェースとコンテンツ内容の両方が重要である。そこで本研究では、拡張空間デザインとコンテンツデザインに焦点を当て、以下の 2 つの方針を立てた。

① 周囲の景観と調和させる

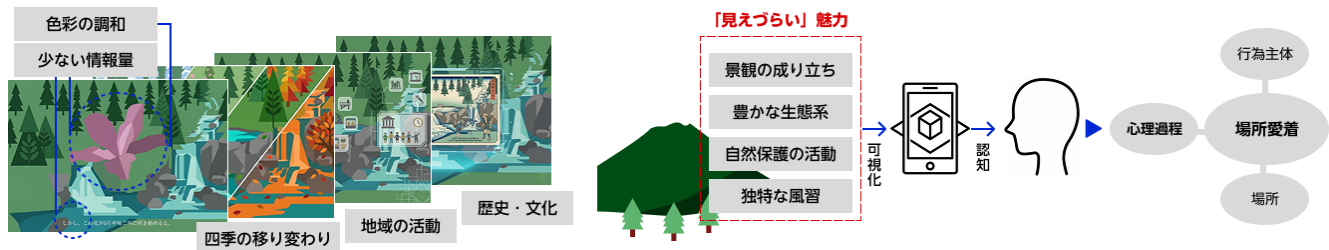
地域の景観の曲線度合いに合わせた柔らかなデザイン、色彩の調和、一度に提示される情報量の制限。

② 物語性を取り入れたコンテンツ設計

月単位 (四季における生態系の移り変わり)、年単位 (地域でこれまで取り組まれてきた・これから取り組まれる活動などの変遷)、100 年単位 (歴史・生活様式の変遷) の 3 つの時間軸でコンテンツの内容を整理し、可視化する。

図 1. 実際のアプリ画面





3. デザインの具体的な検討

3.1 全体アーキテクチャ

本研究で制作したアプリは、観光客のスマートフォンまたはタブレットで操作することを想定された、マーカー型ARアプリケーションである。観光客が地域の様々な魅力スポットを訪れた際、現地に設置されたQRコードを認識することで、ARコンテンツが起動する。観光客は、AR空間の中を自由に探索しながら、景観に紐づけられた「見えづらい魅力」を知る・体験することができる設計になっている。(図1)

3.2 周囲の景観と調和させるデザイン実践(方針①)

奥日光の景観は、戦場ヶ原や小田代原に代表される広大な湿原、中禅寺湖や湯ノ湖の水面、周辺を囲む森林など、柔らかく曲線的なフォルムが特徴である。そこで、UI要素全体は直線を基調とした硬質なデザインではなく、曲線を多用した柔らかい形状に統一した。

色彩設計においては、現実の風景を主役として引き立てることを優先した。奥日光の景観制限である茶・白・黒を基調に、コンテンツに用いる色は彩度を抑えたアースカラー(アースグリーン、アースブルー、セピア調のブラウンなど)を基調とした。また、Maurizioらは配置するARコンテンツの数は増えるほど注意散漫になることを指摘している。[5]そのため、本コンテンツでは情報提示の際には一度に表示する要素を原則として3~4個以内に制限し、視覚的な情報過多を防いでいる。

3.2 物語性を取り入れたコンテンツ設計実践(方針②)

コンテンツ内で提示する内容は、時間のスケール(時間軸)を意識し、月単位・年単位・100年単位の3つのレイヤーで地域の魅力を構成した。

月単位(四季の生態系移り変わり)のレイヤーでは、戦場ヶ原や小田代原に生育するワタスゲ、ヨシ、ミズゴケなどの植物を中心に、四季の変化を可視化した。ユーザーがARを起動すると、現在見ている風景に、春の新緑、夏の豊かな湿原、秋の草紅葉、冬の雪化粧という季節ごとの姿を重ねて提示される。

年単位(地域の活動変化)のレイヤーでは、地元住民との対話の中で伺った「これまで取り組んできた活動」と「これから取り組もうとしている未来の取り組み」をAR技術で表現した。例えば、湯元温泉における源泉保全活動、湿原の生態系を守るためのエコツアーの展開、循環型経済を目指した地元飲食店における脱炭素の取り組みなどを、年表や写真・動画を交えて表示している。

100年単位(歴史・生活様式の変遷)のレイヤーでは、男体山の噴火によって形成された湿原の成り立ち、奈良時代からの山岳信仰、明治・大正期に国際的な避暑地として栄えた歴史、そして人と自然が相互に影響し合いながら作り上げてきた生活様式の変遷を、歴史レイヤーとして重ねて提示した。

4. 考察

本研究では、観光客が、物理的な場を探索しながら、認知と情動を促すことで場所愛着を醸成させることを目的に、そのアプローチの一つとしてARコンテンツのデザインの検討を行った。開発したアプリをScannell and Gifford (2010)のプレイス・アタッチメント3P枠組み(Person-Process-Place)を用いて位置づけ、特に心理的プロセスにおける認知と情動の喚起という観点から考察する。

3P枠組みにおいて、本アプリは主にProcess(心理的プロセス)の側面に寄与する。Processにはaffect(情動)、cognition(認知)、behavior(行動)の要素があるが、本アプリは特にcognition(認知)とaffect(情動)の喚起を促す設計となっている。

四季における生態系の変化や100年単位の歴史・生活様式の変遷をARで重ねて提示するコンテンツは、観光客に場所の背景に関する認知的な理解を深めさせる。また、物語性を持たせたアニメーションや明治時代の避暑地風景のAR再現は、情動的な反応を喚起する。これにより、本アプリはプレイス・アタッチメント形成における心理的プロセスの中で、認知と情動を刺激する役割を果たす。

Placeの次元では、奥日光の曲線的な自然景観と歴史的・社会的特徴を、現実のライブビューに調和させる形で可視化した。UIは曲線をベースとし、彩度を抑えたアースカラーを用いることで、景観を損なわずに場所の特性を表現している。

外山らの研究では、旅行中に認知と情動が刺激される経験が旅行の記憶を鮮明に残し、再来訪意向を高めると指摘されている。本アプリの設計はこれらの知見を踏まえたものであり、ARによる認知・情動体験の強化を通じて、場所愛着の醸成や再来訪意向の向上に寄与する可能性が示唆される。

5. 謝辞

本研究を進めるにあたり、貴重なご意見とご協力をいただきました奥日光地域づくり住民協議会をはじめとする、奥日光に関わる多くの方々に感謝申し上げます。

6. 注および参考文献

- [1] 奥日光地域づくり住民協議会：奥日光(日光国立公園内)の住民・地元関係者で構成される、地域の環境保全と持続可能な観光振興を推進する協議会 (<http://nikkonationalpark.jp/>) .
- [2] Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- [3] Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1-10.
- [4] 外山昌樹・山田雄一・西尾チヅル (2015). 再来訪意向に対する旅行経験の影響—旅行者の記憶および満足が果たす役割に着目して—. *日本国際観光学会論文集*, 22, 51-58.
- [5] Buchner, J. (2022). The impact of augmented reality on cognitive load and performance: A systematic review. *Journal of Computer Assisted Learning*, 38(1), 285-303.