

平成30年6月26日現在

機関番号：17701

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2016～2017

課題番号：16K12681

研究課題名(和文) 持続可能な地域づくりのための里川カラーブランディング手法の開発

研究課題名(英文) Development of methods for Satogawa color branding towards a sustainable community

研究代表者

牧野 暁世(MAKINO, Akiyo)

鹿児島大学・産学官連携推進センター・特任助教

研究者番号：40768834

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、色彩を活用した地域ブランド化の基礎的資料となる、地域らしさを表現するためのカラーパレットの制作を目指すこととした。そのために、地域らしさを構成するカテゴリーと具体的な事物を検討し、それぞれの事物のマンセル表色系における色彩値を明らかにした。対象地域として、全国各地と同様に持続可能な地域づくりが喫緊の課題のひとつである鹿児島県を取り上げた。(1)鹿児島県の現状の把握、(2)鹿児島県を象徴する事物の把握、(3)鹿児島県らしさの構造の検討、(4)鹿児島県を表現する色彩の検討、(5)鹿児島県らしい事物の色彩調査、(6)鹿児島県らしさを表現するカラーパレット制作、を試みた。

研究成果の概要(英文)：In this research, we aimed to create a color palette for expressing the local identity, which is the basic material of an area branding utilizing color. As a subject area, we covered Kagoshima prefecture, which is one of the urgent issue for sustainable regional development.

We conducted research using the following procedures.(1) To study the current situation in Kagoshima pref. (2) To grasp the symbols expressing the identities of Kagoshima pref. (3) To reveal the structure of the local identities. (4) To research the local symbol colors. (5) To conduct a color survey for the local specific resources. (6) To create a color palette expressing the local identity of Kagoshima pref.

研究分野：環境色彩学

キーワード：カラーブランディング 地域ブランディング 地方創生 環境色彩学 持続可能な地域づくり 鹿児島県 生物多様性 里川

1. 研究開始当初の背景

これまで我々は、持続可能な地域の土台となる資源であり、同時に固有の風土や良好な景観を形成してきた、河川やため池などの里川の生物多様性を中心とした地域ブランディングを通じ、地域住民と協働した地域づくり活動を行ってきた。その中で、地域らしさを象徴する事物をモチーフにした地域特産米のパッケージデザイン制作によって、地域住民の地域への愛着や誇りが醸成され、地域活動への関心や自主的な参加が促進されることが示唆された(Makino & Kitazima, 2013、牧野・北島、2015)。デザインの側面から地域の価値をさらに強化させるためには、デザインを構成する主要な要素である「色彩」のより一層の効果的な活用が重要だと考えられるが、その際、平田ら(2013)のように、自然景観から特産物や文化的活動までの多様な地域資源のイメージを統合する事が可能で、かつ他地域と差別化が可能な要素を表現する色彩的なイメージ戦略が必要であると考えた。色彩のイメージ戦略は、プロダクトデザインの分野などでは活発に検討されている一方、景観では地域の自然や生物多様性など、固有の風土の重要性が景観法に記述されているにも関わらず、具体的な景観色彩の提案がほとんどされていない。たとえば、全国1746の地方自治体のうち、景観計画を定めている景観行政団体は508団体あるが、自治体独自のカラーパレット作成している団体はわずか6団体に過ぎない(2011年度現在)。その結果、景観色彩は色彩調和の観点から調和しない色を取り除くネガティブチェックが大半であり、特色のない街並みになってしまっている。このように、色彩は地域を形成する重要な要素であるにも関わらず、具体的な色彩計画手法が確立されていないのが現状である。しかし、地域を構成する多様なレイヤーから地域らしい色彩を抽出し、それらに基づいたカラーパレットを構築することができれば、色彩によるイメージの強化が図られ、地域で生産される特産品から景観づくりを一貫したイメージで統合することが可能となり、その結果、地域のイメージをより効果的に発信できるとともに地域への愛着や誇りが醸成され、地域のブランド化が促進されるのではないかと考えた。

2. 研究の目的

本研究では、色彩を活用した地域ブランド化の基礎的資料となる、地域らしさを表現するためのカラーパレットの制作を目指すこととした。そのために、地域らしさを構成するカテゴリーと具体的な事物を検討し、それぞれの事物のマンセル表色系における色彩値(色相・明度・彩度)を明らかにすることとした。対象地域として、全国各地と同様に持続可能な地域づくりが喫緊の課題のひとつである鹿児島県を取り上げた。

3. 研究の方法

鹿児島県の地域らしさを検討するために、(1)鹿児島県の現状、(2)鹿児島県を象徴する事物、(3)鹿児島県らしさの構造、を把握することとした。次に(4)鹿児島県を表現する色彩の検討、を実施した。それらに基づいて、(5)鹿児島県らしい事物の色彩調査、(6)鹿児島県らしさを表現するカラーパレット制作、を試みた。

4. 研究成果

(1)鹿児島県の現状

鹿児島県は、日本本土の西南部に位置し、総面積は約9187km²(全国第10位)で南北約600kmに渡っている。年平均気温は19.6℃、年間降水量は3286mmと温暖多湿な地域である。有数の離島県(離島数は全国第4位、離島面積は全国第1位)、温泉県(温泉源泉数は全国第2位)、火山県としても知られており、多様な自然環境に恵まれた地域である。主な産業は畜産業、農業、漁業など第一次産業である。鹿児島県では2つの世界遺産(世界自然遺産として「屋久島」、世界文化遺産として「明治日本の産業革命遺産」)を有しているなど、世界的に価値を認められた資源が豊富である。また、恵まれた自然環境などを生かし、肉用牛や豚といった畜産物、さつまいもやそらめなどの農産物、養殖のブリ、カンパチ、ウナギの生産量の日本一を誇る。また、ツルの渡来数、ウミガメの上陸確認数、屋久島の縄文杉、蒲生の大クスなど、自然環境による日本一も多数ある。その他にも、日本の金産出量の約9割を占める菱刈金山や、国内唯一のロケット打上げ施設の立地など、多様な日本一が存在する。

総人口は1648千人(全国第24位)で、生産年齢人口割合(15歳以上~65歳未満)は57.0%と全国第38位と低い。鹿児島県では1955年をピークに人口減少の局面に突入したが、その後も若い世代の県外流出が著しく、また、2015年の生涯未婚率が35年前と比べて男性で約8倍となる22.6%、女性で約3倍となる14.7%に上昇し、合計特殊出生率が人口置換水準を35年間下回り続けたことなどにより、2015年の出生数は1960年の4割以下の水準まで低下しており、人口減少に歯止めがかからない状況が続いている。このような人口減少や少子高齢化の著しい進行により、コミュニティの崩壊、産業の衰退、文化の消滅などが懸念されることから、地域活力の維持・向上を図るため、各自治体は定住促進や企業誘致などの地方創生の取組を進めている。

(2)鹿児島県を象徴する事物

鹿児島県を象徴する事物として、鹿児島県の県章、シンボルマーク、県の花、木、鳥、鹿児島県民の歌を挙げる。

県章(1967年制定)は、郷土を愛する気持ちを高め、県民としての意識を強く持って

もらおうと、将来に向い伸びゆく鹿児島県を象徴するマークとして作られた。この県章は、県の地形を図案化したもので、中央の円は桜島を表している。県旗も県章をそのまま図示したものである。しかしながら、それらのデザインで示されているのは本土部分のみで、離島部が含まれていないことに対する批判もあり、シンボルマーク及びシンボル旗が制定されてから、あまり使用されなくなった。シンボルマーク（1994年制定）は、鹿児島県の豊かな自然や新たな息吹を象徴する風と波をモチーフにし、鹿児島県の頭文字Kを表しており、未来をめざす、躍動的な県の姿を表現している。県の花はミヤマキリシマ（1954年指定）で、九州に自生するツツジ科の花である。霧島山系一帯を中心に自生し、初夏の山々を赤・紫・白に鮮やかに彩る。県民の花を愛する心と、四季を通じて美しい花が見られる鹿児島県を象徴する花であるということから指定された。県の木はクスノキ（1970年指定）とカイコウズ（1966年指定）で、クスノキは鹿児島県と歴史的につながりの深い樹木として指定された。県内に広く群生しており、特に樹齢1500年と言われる始良市の大クスは日本一の巨木として知られている。カイコウズは南米原産で、緑の葉と赤い花卉が鮮やかなコントラストを見せ、県の気候や風土に良く合って育ちやすく、いかにも南国的な感じの木ということから指定された。県の鳥はルリカケス（1965年指定）で、奄美大島、加計呂麻島、請島のみで生息するカラス科の非常に珍しい鳥である。頭、翼、尾は濃い瑠璃色、くちばしは白色、体は赤栗色である。国の天然記念物に指定されている。1948年に選定された鹿児島県民の歌には、前述の桜島や南国、黒潮などが挿入されている。また、2018年には明治維新150周年に伴い新しいキャッチコピー及びロゴマーク「どどん鹿児島」が作成された（鹿児島県、2018）。キャッチコピーは、鹿児島らしさがあり、リズムカルで前向きなイメージとして、ロゴマークは、ポジティブさ、躍動感や健康的な力強さ、わくわく感を想起させる文字デザインと、多彩な魅力に満ちた広大な県土と、オール鹿児島での取組を意識してデザイン化した地図も一体として描かれている。また、西郷隆盛をモチーフとしたキャラクターも考案されている。ちなみに、NHK放送文化研究所（1997）による、16歳以上の900人を対象にした意識調査では、「鹿児島ということばでどんなことを思い浮かべるか」を13の選択肢から2つまで選ばせた結果、1位が「桜島」で73%を占め、2位は「西郷隆盛」で24%、以下、「台風」、「火山灰」、「鹿児島弁」が各17%となっている。これらをまとめると、鹿児島県のシンボルとして「桜島」、「薩摩、大隅、離島群」、「南国」、「海」、「風」、「波」、「西郷隆盛」、「ミヤマキリシマ」、「クスノキ」、「カイコウズ」、「ルリカケス」などが、鹿児島県のイメージとし

て、「ポジティブ」、「躍動感」、「健康的な力強さ」などが、鹿児島県を象徴する色彩として、「黒」、「赤」、「青」、「紫」、「白」、「緑」、「瑠璃色」、「赤栗色」など多様な色相が考えられ、それらは「日本一」である場合も少ないことが明らかになった。

(3)鹿児島県らしさの構造

鹿児島県（2006）は、首都圏、関西圏、広島県、福岡圏の成人男女（各地区200人）を対象に、鹿児島県に関する意識調査を行った。「鹿児島」と聞いて最初にイメージするものとして、14のジャンル（地名、歴史、特産品、加工食品、料理、自然、自然災害、温泉、人物、県民性、イメージ、固有名詞、誤認、その他）から構成される45項目の回答が挙げられた。「鴨池海浜ニュータウンカラープランニング」（鹿児島県、1975）では、色彩計画策定の際、その背景となる県の周辺景観は5つのカテゴリー（伝統、鉱物、植物、自然環境、建築物）に分類されている。「新鹿児島PR戦略」に基づいて作成されたPRポスター（鹿児島県、2018）において、鹿児島県らしい魅力は5つのカテゴリー（食、歴史、伝統的工芸品、絶景、温泉）に分類されている。これらを整理すると、鹿児島県らしさは、歴史（伝統、人物）、食（食材、加工食品、料理）、自然（景観、温泉、植物）、アート（建造物、工業製品、工芸品）、精神（県民性）のカテゴリーなどがあり、それらに属する様々な事物から構成されていることが推測された。

(4)鹿児島県を表現する色彩の検討

鹿児島県は、「肉用牛（黒毛和種）」、「黒豚」、「黒糖」、「黒酢」、「黒大島」、「アマミノクロウサギ」など、黒と冠のついた県産品が少なくないが、マーケティング上における「黒ブーム」の火付け役は、1980年頃にホテル南州館が開発した鍋料理「黒熊」だと言われている。2000年代に入ると、全国的に焼酎ブームが起こり、消費者はより本格的な味や香りを求めるようになり、黒麹への関心も高まった。また、このブームに便乗して「薩摩黒切子」の販売が開始された。2015年には、鹿児島県は地域の魅力を発信するため、「黒」に着目し、「鹿児島は黒」をキャッチコピーにしたキャンペーンを実施し、地域振興を行った（鹿児島県、2015）。関東及び東海地方の20代から60代の男女800人を対象に実施した調査（鹿児島県、2015）では、鹿児島県をイメージするものとして黒豚、黒酢、黒牛、黒砂糖、奄美黒焼酎、黒さつま鶏、薩摩黒切子、薩摩焼、大島紬など、黒に関連した産品が上位に挙げられた。また、鹿児島県のイメージカラーとして1位に黒が、以下、赤、緑、白、青、金と続いた。黒のイメージとして、高級感、品質が良い、美味しそうなどが挙げられた。一方、鹿児島県には「黒」を冠とした県産品が多いことを知っているかという

問いに対しては、「いいえ」(63.9%)が「はい」(36.1%)を上回った。この結果は少なくとも二つのことを示唆している。一つは、鹿児島県において黒豚、黒牛、黒鶏、黒大島、黒砂糖など「黒」のつく県産品が多く、そのことが鹿児島県らしさの創出に寄与しているにも関わらず、鹿児島県外の人々による認知が十分でないこと、もう一つは「黒」の県産品の魅力について鹿児島県内の人々の関心が必ずしも高くないことである。このことは、企業が伝えたいアイデンティティと顧客が持つイメージがうまく一致しないことが、ブランディングの現場での大きな悩みであると、阿久津・石田(2002)が指摘していることとも重なる。また、鹿児島県に対するイメージについての聞き取り調査(MBC Advertising, 2006)では、黒い砂浜や暗いといった否定的なイメージを示す回答もあったように、黒に抱くネガティブイメージが、ブランディングに不可欠なポジティブなイメージ形成を阻害している可能性が示唆された。さらには、前述の富山県のように色名のみを記述したようなカラーブランディングが各地で行われれば、地域間で同じような色彩が重複して使用され、その固有性を幅広い顧客に十分に伝達できなくなる可能性がある。そこで、黒を主要な色彩としながらもその他の色を抽出することとした。

(5)鹿児島県らしい事物の色彩調査

鹿児島県らしい事物の測色を行うため、県内の各自治体等発行による33種類の観光案内パンフレット等を参考にし、食(食材、加工食品、料理)、自然(景観、温泉、植物)、アート(建造物、工業製品、工芸品)、精神(県民性)の4カテゴリーに属する地域らしい事物を抽出するとともに、牧野(2016)で作成したリストに基づき、色彩調査を行った。なお、色彩の整理のため、鹿児島県行政組織規則を参考に、県内7つの地区(霧島・始良、北薩摩、中薩摩、南薩摩、大隅、種子島・屋久島・三島・トカラ列島、奄美)に分けた。

調査は2016年4月~2018年5月の間に実施した。分光測色計(コニカミノルタセンシング(株)製CR-20及びCM-5、または日本塗料工業会 塗料用標準色(ポケット版)及びJIS標準色票光沢版第9版を用い、測色対象の性質に応じてもっとも適切な方法を選択し、マンセル値を把握した。いずれの場合も1点から複数点選択した。視感測色では、目から約500mm離して同じ平面上に測色対象と標準色を隣接させて並置した。すべての測色対象の観察時間帯は日の出3時間後から日の入り3時間前であった。観察者は石原式色覚検査表を用い、色覚に異常がないことを確認した色覚正常者1人であった。

測色によって明らかになった118項目94色をマンセル表色系における無彩色の明度並びに有彩色の明度及び彩度の相互関係に対応付けたところ、測色値はマンセル表色系

の「うすい灰色」を除く範囲に分布した。その一方で、色相においてはR、YR、Yの色相が全体の約60%を占め、GやPなどの色相がほとんど見られなかった。トーン等において無彩色及び色みを帯びた無彩色が全体の約30%近くを占めた。このことから、鹿児島は「黒」が多いことを支持する結果となったとともにトーンにおいて偏りがあることが示された。

(6)鹿児島県らしさを表現するカラーパレット制作

マンセル表色系におけるトーンごとにまとめた測色値を下図に示す。今後は様々なデザイン制作で活用可能なユーザビリティを検討し、地域らしさを表現するためのカラーガイドの制作を目指したい。



図1. マンセル表色系におけるトーンごとの鹿児島県らしい事物の測色値

5. 主な発表論文等

〔学会発表〕(計2件)

牧野 暁世, 地方創生のための鹿児島の「黒」を活用したカラーブランディングの検討~鹿児島黒リストの作成~, 日本色彩学会誌, 41巻3号 pp74-76, 2017年。(査読有)

Akiyo Makino, Designing symbol color for regional revitalization - A study of black in Kagoshima -, Association Internationale de la Couleur, 2017年。(査読有)

〔その他〕

ホームページ

<http://dotwd1.wixsite.com/kuro-no-kenkyu>

6. 研究組織

(1)研究代表者

牧野 暁世 (MAKINO Akiyo)

鹿児島大学・産学官連携推進センター・特任助教

研究者番号: 40768834

(2)連携研究者

高橋 晋也 (TAKAHASHI Shin'ya)

東海学園大学・人文学部・教授

研究者番号: 70260586