J-SIP-B150

M10-8

自己組織化マップを用いた地域性の比較に関する研究

○山岸　大輔[*1]，大木　誠[*2]，安田　儀[*3]

（＊１鳥取大学研究推進機構，＊２鳥取大学大学院工学研究科，
＊３株式会社ブランド総合研究所）

１．はじめに

地域活性化を目的とするイベントや地域ブランド商品の開発など，多くの自治体や市町村等で行われており，多数の事例が紹介されている．このような取り組みを参考にする場合，各々の背景となる地域が有する価値が異なるため，単純に比較することができず，成功要因を比較・分析するうえで課題がある．そこで，本研究では，自己組織化マップ（SOM）解析により，（株）ブランド総合研究所より提供されている 1000 市町村の地域資源・イメージ指標データを用いて，地域イメージやブランド力に影響を及ぼしている項目（自然，歴史，環境，産業，特産など）における共通性を見出すことを試みた．当該成果によって，地域ブランド評価に基づく地域間での取組みの比較が可能となれば，地域ブランドの成功事例となる取組を分析することで，新たな地域の状況に適した地域ブランド戦略の提案や有効な知的財産マネジメントが可能となると考えられる．今回，SOM 解析によって試行的に解析した結果を紹介する．

２．解析方法

本研究では，客観的に存在する事実からそのイメージをビジブルに伝えるツールとして，自己組織化マップ（SOM: Self-Organizing Maps）を利用し，自治体や市町村等の地域ブランドに対する取組みについても適用可能な手法を見出せるかを検証する．自己組織化マップとは，教師なし学習のアルゴリズムを用いるニューラルネットモデルであり，T.Kohonen によって提案された脳の機能を模した視覚的情報処理の手法である．解析したデータは，地域ブランド調査報告書を用い，魅力度，認知度，情報接触度，各地域のイメージ（「歴史・文化のまち」など１４項目），情報接触コンテンツ（「旅番組」など１６項目，「ご当地キャラクター」などコンテンツ９項目），観光意欲度，居住意欲度，産品の購入意欲度，地域資源の評価（「街並みや魅力的な建造物がある」など１６項目）について解析した．

３．結果

今回，自治体のデータを用いて，SOM 及びクラスター解析によって，「魅力度」，「認知度」等の分析を行った．その結果，各テーマに関してランキングに現れない自治体間の共通性が見出され，本手法による解析の有効性が示唆された（図１）．今後は，共通性がみられた自治体における取組を比較する等，ヒアリング等の調査を進める予定である．

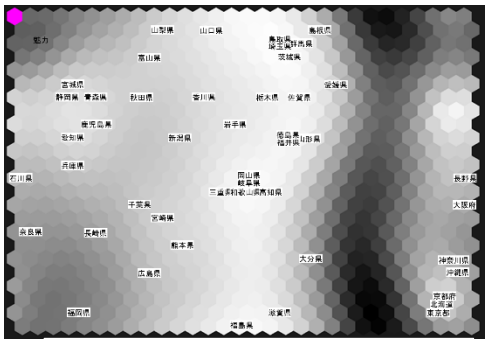

図1 「魅力度」に関する SOM 解析事例

【謝辞】　本研究は，科学研究費補助金の交付を受けて行われた．