

おいしい東北 パッケージデザイン展 2014

東北10社10商品のデザインを全国のデザイナーが新提案。

おいしい東北
パッケージデザイン展
2014



おいしい東北
パッケージデザイン展 2014

参加企業等・対象商品

 <p>スパークリング果汁りんご100% 青森:タムラファーム(株)</p>	 <p>みちのく塩辛 宮城:(株)八葉水産</p>
 <p>黄金甘藷(ほしいも) 岩手:(有)ムカエあぐりらんど</p>	 <p>サバだしラーメン(サバ塩焼き付) 宮城:山徳平塚水産(株)</p>
 <p>食楽(くら)ポン酢 岩手:(株)浅沼醤油店</p>	 <p>夕日の恋物語 (トマトとプラムワインゼリー) 秋田:(株)岩城</p>
 <p>天然水と天然塩でつくった 無着色たらこ 宮城:(株)東北とらやフーズ</p>	 <p>枝豆ショコラ 山形:(有)グローバルアイ</p>
 <p>龍鳳ふかひれスープ 宮城:(株)石渡商店</p>	 <p>いしかわ牛ビーフシチュー 福島:石川地方農業振興協議会 (あぶくま石川農業協同組合)</p>

「おいしい東北パッケージデザイン展2014」開催趣旨

東北地域には、豊かな風土と歴史・文化がもたらす魅力的な地域資源と、高い技術や確かな品質を備えた商品がたくさんありますが、その魅力を効果的に伝え切れている例は多いとはいえません。そこで、デザインの力によって東北地域の魅力をより強く内外に発信するため、東北地域の個性溢れる10社10商品に対する新しいパッケージデザイン案を、全国のデザイナーから募集しました。

この展覧会では、623点もの多数の応募作品の中から厳選な審査で選ばれた、受賞作品と入選作品(合計270点)を展示しました。優秀なパッケージデザインについては、デザイン対象となった商品の製造・販売元の企業等と共に、実用化・商品化を目指しています。

会場には、作品だけでなく、対象商品の特性や参加企業等の要望、各作品のデザインコンセプトを展示することで、よりデザインに対する理解を深め、デザインの力や役割を感じていただくとともに、東北地域の商品の魅力と価値を掘り起こす多種多様なパッケージデザインの展覧会となりました。

本展の開催にあたり、多大なお力添えをいただきました皆様に、心より御礼申し上げます。

東北経済産業局は、デザインの価値を認め、地域の企業等が「デザインの創造・保護・活用」を積極的に行える環境づくりに、今後も取り組んで参ります。

2015年3月

東北経済産業局

審査員・総評



島山 敏 Satoshi Hatakeyama

アートディレクター／
クリエイティブディレクター
株式会社島山デザイン事務所 代表取締役社長

1972年武蔵野美術大学短期大学部卒業。1987年島山敏デザイン事務所設立。CI・VIをはじめ、視覚伝達の領域で“Simple is Best”をコンセプトにデザインを制作。元JAGDA財務委員長・東北地域担当運営委員、元東北芸術工科大学・宮城大学非常勤講師。『JAGDA年鑑』『日本タイポグラフィ年鑑』入選。「デザイングランプリ東北2002」グランプリ他受賞多数。JAGDA、日本タイポグラフィ協会、日本アートマネジメント学会各会員。

総評：今回、東北経済産業局の企画によりJAGDAとのコラボレーションで開催されたこの「おいしい東北パッケージデザイン展」は、少ない告知回数・厳しい制作時間の中で623点もの応募がありました。また、学生とプロのデザイナーの方が約半々だったにも関わらず、応募作品は、どれもレベルの高い、その差が見えないものでした。実際、プロ・学生を問わない優秀賞部門にも複数入賞しておりました。全体的には、どの作品も商品特性をしっかりと把握し、素材・形態・コピーともユニーク。よく考えられた、すぐにも商品化できそうな完成度を感じました。



梅原 真 Makoto Umebara

デザイナー
武蔵野美術大学 客員教授

デザイナー。高知市生まれ。一次産業がしっかりしない国はユタカではない。地域の「漁業」・「農業」・「林業」に「すこ〜〜しデザイン」を加え、「あたらしい価値」を作り出すことによって、風景とともに土地が持つ可能性を持続させるオモンロサをシゴトとしている。小学校から「デザインの思考」を認識するため、つうしんぼラン「図工」に「デ」をくわえ「図工・デ」とする「図工・デ」運動。ひとりぼっちで展開中！

総評：商品の本質を、タノシク、ワカリヤスク、ミジカク、伝える。生活者とコミュニケーションのためのパイ作りがデザインです。デザインは「デザインの意味」を、企業自らが深く認知する事からスタートしたい。で、なければ、やっかない企業への、おせっかいコンペであり、デザインの本質を、さらに難解にしまうこととなります。「おいしい東北パッケージデザイン展」はそういう意味でカンチガイしがちな要素をはらんでいます。大震災でダメージを受けた企業が、もう一度立ち上がり、回復してゆくには、この事業が「善意のデザイン」であってほしいと願っています。



加藤 芳夫 Yoshio Kato

公益社団法人日本パッケージデザイン協会 理事長 国際パッケージデザインコンペ・ペントアワード・日本代表審査員

1979年愛知県立芸術大学デザイン専攻卒業。サントリーデザイン部長を経てサントリー食品インターナショナル(株)ブランド戦略部・シニアスペシャリスト。多摩美術大学、愛知県立芸術大学、東京芸術大学などの非常勤講師。2012年国際パッケージデザインコンペ・ペントアワード・名誉賞 殿堂入り。日本パッケージデザイン大賞・大賞、金賞など受賞。2001年「なっちゃんの秘密」2013年「デザインのココロ」(六耀社刊)。

総評：パッケージデザインは、内なる本質を包み込み、外側に内なる本質を表出するものです。中味の作り手が本気になって新しい価値をつくり、消費者の皆さんに、欲しい!と思ってもらえる、外側の表現が必要になります。パッケージの意味の包むという漢字の形は、中に、赤ん坊を包み込んでいる形で出ています。中が生きている存在です。だから商品のデザインは、生きていないといけません。自分の個人的表現ではなく、人の為、世の中に貢献したいというデザイナーの作品がイキイキしていないはずはありません。素晴らしい多くの日本の表現が集まりました。



左合ひとみ Hitomi Sago

グラフィックデザイナー
株式会社左合ひとみデザイン室 代表

東京藝術大学美術学部卒業後、バルコ広告制作局等を経て1988年より現職。コミュニケーションデザインによる問題解決と価値の創出を目指し、幅広い領域で活動。新潟県燕市の洋食器を国際的に発信する「enn」、群馬県渋川市の「奥伊香保 旅館 諧暢楼(かいちょうろう)」、広島県廿日市市のもみじまんじゅうの老舗和菓子舗「藤い屋」のブランディングなど、地域産業活性化のプロジェクトも多い。2003年よりグッドデザイン賞審査委員も務める。

総評：このコンペの目的はパッケージデザインによる東北復興支援。デザイン年鑑等の審査基準とは異なり、現実的な販売力が決め手です。グランプリの「みちのく塩辛」は埋没しがちな商品に他所にない顔つきを与えた逸品。コンペの主旨が明快に伝わるデザインです。ただ、商品の本質と売り方や顧客層を想定して審査していくと、結果的には洗練された美と販売力を併せ持つ作品も予想以上に入賞しました。特筆すべきは学生の田川晟さんの部門賞二冠でしょう。自由な発想に加えてプロにひけをとらない完成度でした。質・量ともにいいスタートを切ったコンペですから、今後も発展しながら継続されていくことを願うばかりです。



福島 治 Osamu Fukushima

グラフィックデザイナー
有限会社福島デザイン 代表

1958年広島生まれ。日本デザイナー学院広島校卒。浅葉克己デザイン室、ADKを経て、1999年福島デザイン設立。デザインにおける社会貢献の可能性を探索、実践する。世界ポスタートリエンナーレトヤマ・グランプリ、メキシコ国際ポスタービエンナーレ第1位、カンヌ広告フィスティバル・金賞など国内外の30以上の賞を受賞。東京タイプディレクターズクラブ(TDC)、JAGDA、国際グラフィック連盟(AGI)会員。東京工芸大学教授。

総評：「やさしいハンカチ展」の次に、JAGDAの継続的な復興支援として「おいしい東北パッケージデザイン展」を開催することができました。初めて行う公募展なので、社会的な認知が低くどれだけの作品が集まるのか不安でした。しかし、予想は嬉しいかたちで裏切られ、審査会場は623点の応募作品でいっぱいになりました。おいしそうに見え、売れるデザインを選ぶため、選考基準や選考方法も従来とは違い、審査員と参加メーカーが一緒になり、ディスカッションしながらの選考にしました。美しさだけでなく、食べてみたくなるデザインを考察することは、さまざまな気づきがあつてとても刺激的でした。

◎ 東北経済産業局審査員

木村 潤

地域経済部 産業技術課 特許室 特許係長

総評：商品の魅力を輝かせる素晴らしい作品ばかりで、「伝え方(表現)によって伝わり方(感動)は様々」という、コミュニケーションツールとしてのデザインの価値を強く実感させられる本展でした。どの作品も、対象商品のコンセプトやターゲットを非常によく考慮され、その上でメッセージ性やユーモアを込めた創作者の“こだわり”が見られました。また、本展は単なるデザインコンテストではなく、商品化・実用化に向けて対象商品の企業等の方と共に審査しましたが、「訴求力あるデザインを選択する際のプロ(審査員)の視点を学べる貴重な機会だった」との感想を頂くことができました。

◎ 参加企業等審査員

※自社商品のみ審査

田村昌司

タムラファーム株式会社 代表取締役

向永勝彦

有限会社ムカエあぐりらんど 代表取締役

浅沼宏一

株式会社浅沼醤油店 代表取締役

及川善彰

株式会社東北とらやフーズ 代表取締役

石渡久師

株式会社石渡商店 専務取締役

清水敏也

株式会社八葉水産 代表取締役

平塚隆一郎

山徳平塚水産株式会社 代表取締役

佐々木 啓

株式会社岩城 ワイン事業課

伊藤美智子

有限会社グローバルアイ 営業企画

岡部喜一郎

石川地方農業振興協議会 代表理事専務



受賞・入選作品



最優秀賞 優秀賞 審査員賞 学生最優秀賞 学生優秀賞 ノミネート 入選

みちのく塩辛

株式会社八葉水産

復活！ 八葉水産

2011年3月11日、東日本大震災が発生し、気仙沼港の防波堤を黒い津波が乗り越え、港湾全体が燃え盛る映像報道は全国に大きな衝撃を与えた。大川沿いの赤岩地区に面して建っていた八葉水産の旧第二工場は津波によって1階すべてが浸水し、製造ラインは全壊、商品はすべて流されるという大きな被害を受けた。

失意の底から、多くのお客様からの励ましを得て「自分が生かされている」ことをあらためて実感しながら、清水社長は社員と共に工場復旧に全力を注ぎ、同年12月には松崎工場を、そして翌2012年3月12日には本社併設の赤岩工場を復活、製造再開を果たしている。

未だ人口流出の続く厳しい雇用環境の中、人材確保に苦慮しながらも、気仙沼の海の幸を使って多様な食べ方を提案したい、気仙沼市において社会的責任を果たせる企業でありたいと願う企業理念は震災後も変わっていない。

海藻惣菜・塩辛を中心とする「ごはんの友」が主力商品

創業は1972年。代表取締役社長を務める清水敏也氏は常務である実弟の勝之氏と共に、これまでも幾多の困難を乗り越えて事業を推進してきた。主力商品であるめかぶ、いかの塩辛類は朝ごはん、あるいは酒の友に欠かせない商品として大手量販店の水産加工品売場に並ぶ。新鮮な原料を使い、いろいろな味付けが楽しめる、そして手頃な価格で手に入ると3拍子そろった八葉水産の「ごはんの友」は、子供からお年寄りまでファンが多い。気仙沼市内でも定評ある海藻惣菜・塩辛製造業者としてその地位を築き上げてきた。



「みちのく塩辛」に対する思い入れ

「平成26年度TOHOKUデザイン創造・活用支援事業」の対象商品として名乗りを上げた「みちのく塩辛」は実は震災前の2010年12月に発売されている。しかし震災で工場が被災したことで製造停止を余儀なくされ、復活を目指して動き出した矢先に事業の情報を入手したという。三陸産のイカを使うと共に、キャッチコピーに「スイート塩辛」と称する通り、青森県産のりんご果汁を入れて甘みを添加し、味付けに塩竈市の藻塩、秋田県のしょつたるを使う等、東北にこだわった商品として「みちのく塩辛」と命名した。この商品コンセプトに基づき、これまでに取引のなかった百貨店や地方食品の専門店など新たな販路開拓を目指す、八葉水産渾身の塩辛商品。デビューは2015年2月末の気仙沼市内で開催される求評見本市だが、人目を惹き、手に取って楽しいパッケージデザインが各地で見られる日が待ち遠しい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：東北沿岸水揚げのイカに青森産りんご果汁を添加した、甘くて食べやすい塩辛。

◎デザインに関する要望：東北の食材の活用や自然環境の保全を意識して表現してほしい。百貨店で販売もねらってみたい。

株式会社八葉水産
宮城県気仙沼市赤岩港14-1
Tel 0226-22-6230
Fax 0226-24-2129
<http://www.hachiyousuisan.jp/>

最優秀賞

制作意図：スタンドパウチの形状を活かし、包装形態に工夫をもたらした今までにないパッケージを目指した。“酒の肴”という印象が強めの塩辛を和らげる様、ゆったり感やしっとり感を配色やシンプルな文字レイアウトで表現し、食べやすさを創出させた。イカのシルエットを象り、つい手にしてしまう様なデザインに構成し、生き活きとした印象を持たせた。折り込んだ内側にお召し上がり方等の解説を記載し、実用的なパッケージに。買う時から食する時まで楽しんで商品を楽しんでもらえるようにと考案し、地場から根付く話題性豊かで幅広い世代へのアプローチを図った。

審査評：審査冒頭で審査員より「お土産にするか日常品にするか、どちらの軸をお考えか」と問われ、このような視点でデザインを考えることに企業側が意識を新たにさせられるシーンがありました。「りんごの甘みと塩辛の組み合わせをどうアピールするか」「“りんご”とハンコを押したり“みちのくりんご塩辛”に名称を変える」「りんごよりイカを強調すべき」などデザイナーから活発な助言がされましたが、「審査員の意見もふまえて、最終的にはメーカーと受賞者が受賞作品を売れる商品に育てる視点で選ぶこと」、そして「お土産から入り日常への浸透を目指すこと」を条件として、優秀賞が決定。イカ

の頭部が1枚の紙を折って作るシンプルな構造である点やその完成度も評価され、仮設住宅の方に包装加工の内職をお願いし雇用創出できないか等の震災復興に向けた意見も挙げられました。



小野貴人
Takahito Ono
宮城
高速シーバック(株)

1984年宮城県仙台市生まれ。利府高等学校卒。現日本デザイナー芸術学院仙台校卒。2005年高速シーバック株式会社入社。

スパークリング果汁りんご100%

タムラファーム株式会社

青森県のりんご農業を活性化

青森県弘前市内にあるタムラファームを初めて訪れた時、帰り際に田村社長が「はいよ」と言って、シードルやジュースの原料になっているりんごを手渡してくれた。握りしめたりんごから甘ずっぱい香りがたちのぼる。加工用のりんごはおそらく市場には出せない規格外品などを使っているのだろうとのつまらぬ憶測を蹴飛ばすように、これまで食べたこともないほど美味なりんごであった。この体験を裏付けるように田村社長は「おいしいりんごジュースもシードルも『りんごづくり』が全て」と答える。

青森県は言うまでもなく、日本一の出荷量を誇るりんご産地。だが、りんご農家もご多分にもれず高齢化が進み、耕作放棄が進んでいる。周辺りんご農家を激励し、健康な土づくりに努め、美味りんごを生産、出荷し続けることは青森県人としてのプライドだ。その美味りんごを使った加工品を通じて、より多くの人に青森のりんごの素晴らしさを伝えることも自らの役目と、田村社長の奮闘はとどまることがない。

ビジネスマンとしての手腕

実は田村昌司社長は一度サラリーマンを経験している。その後、脱サラして地元・弘前市に戻ってりんご農園を継いだ。商標登録もとった「タムラシードル」は、加工製造事業を開始して以来の渾身の商品。タムラファーム産りんごを100%使用したスパークリングワインはエレガントで飲みやすい国産シードルだ。ボトルの形状やラベルデザインなどは、30数年来の友人という地元のパッケージデザイナーの協力を得て田村社長の思いを形にしてきた。商品名やパッケージデザインの重要性を事業当初から実感していたからこそ、今回の事業参加はビジネス



マンとしての嗅覚が働いたに違いない。

「apprimo」に対する思い入れ

当初、仮の商品名は「スパークリングりんご果汁100%」であった。自家農園で栽培した紅玉、ふじ、王林を使い、お酒が呑めない人にも楽しんでもらえるノンアルコールの高品質な飲み物をオシャレに飲んでほしいとの思いから開発した。その為、2014年度に自己資金でイタリアの最新式の製造ラインを導入するほどの熱の入れようだ。試飲した殆どの方が絶賛するapprimoは優秀賞をとったデザイナーによる美しい装いでデビューを待っている。出来ることならapprimo片手に田村社長夫人特製の絶品アップルパイも併せてご堪能いただきたい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：品質には絶対の自信がある青森産のりんごを用い、最新式の製造ラインを導入してつくるシードル。

◎デザインに関する要望：首都圏向けに高いプライスゾーンで販売したい。地域性より独自性がほしい。

タムラファーム株式会社
青森県弘前市青樹町18-28
Tel 0172-88-3836
Fax 0172-88-3836
<http://www.harvestmarket.jp/tamurafarm/>

優秀賞

制作意図：ターゲットの40~50代女性が囲む食卓で、テーブルウェアとしてなじむお洒落なデザインを目指した。ともに透明感の高い「ガラスびん」と「金色の液色」を活かすことで視覚的なおいしさを引き出しつつ、青森の著名な民芸である「こぎん刺し」及び「りんご」をイメージしたグラフィックパターンを加え、「地場製品としてのこだわり・高級感・りんご由来の製品」などを表現する。ネーミングの「ハッピーシードル」は、シードルを生産する人、消費する人、また、そこに係わる全ての人々が幸せになるようにという願いを込めたもの。

審査評：ラベルのシュリンク加工について、瓶の全面を覆うデザインは加工費が高く、またらせん状に巻くデザインは手作業になるため、上方にラベルを貼るデザインが現実的であるといった、技術面、費用面の議論が交わされました。さらに、りんごの皮を巻くデザインは既に商品化された例も多いなど、「独自性」も課題としつつ決選投票へ。優秀作品のコンセプトが青森県の伝統工芸である「こぎん刺し」である点に「地域性を踏まえたストーリーがある」と納得の声が上がり、優秀賞に決定しました。2種類の絵柄がありますが、今後のマッチング作業の中で最終案を決めていきます。



大谷啓浩

Yoshihiro Ootani
東京
東洋製罐グループ
ホールディングス(株)

黄金甘藷(ほしいも)

有限会社ムカエあぐりらんど

その「ひとこと」が東京進出を後押し

東京の某百貨店の食品催事場に出店した時のこと。テレビクルーが撮影に入るといふその日、レポーターとして試食しながらそれぞれの商品にコメントしていた著名な某ソムリエが、ムカエあぐりらんどのコーナーをいったん通り過ぎてハタと足を止め、踵を返して戻ってきた。「ちょっと待って。今のところ、いいかな？カメラ向けてくれる？」某ソムリエはテレビクルーにそう言うと、黄金甘藷(おうごんかんしょ)を今一度、口に含んだ。「美味い!!とてもタダの干し芋とは思えないよ。マロングラッセみたいな食感だね」とコメントした。そう、「まるで高級なグラッセか生キャラメルのような」というキャッチコピーはこうして生まれた。

甘さの理由は品種と栽培方法に

ムカエあぐりらんどは岩手県一関市藤沢町にある。JR一関駅から少し南下したところにある北上川に面した圃場では化学肥料に頼らず、有機肥料を使って土づくりを行い、殺虫剤の代わりに天敵となる昆虫を使って害虫を退治している。著名なソムリエにも太鼓判を押してもらったこの商品の原料になっているのは曲田金時という品種のサツマイモ。主にこの一帯で作られている。ふつうのサツマイモは糖度20度ほどでも十分に甘いというが、この品種は実に57度もあるという。収穫後に寒風にさらし、天日にじっくりとさらすことでさらに甘みが増す。「干し芋」と呼んでしまうのは確かにもったいない、高級なスイーツと並んでもおかしくない味わいだ。上等な紅茶と頂きたい。

熱烈な東京のお客様に支えられて

黄金甘藷は今から2年ほど前に販売を開始した。主な販売先は東京・銀座のアンテナ



ショップ、六本木や恵比須の複合商業施設等と東京が中心のため、土日祭日となれば向永社長と長男の将浩氏が手分けして出張販売に当たっている。既にどのイベント販売場所でも常連客がついており、毎週、顔を出さないとお叱りを頂くほどの人気ぶりだ。

付加価値のある干し芋だからこそ、「わかってくれるお客様を狙いたい」という向永社長の狙いは販売場所の選び方やその成果にも十分あらわれている。優秀作品はそのお客様をさらに惹きつけるに違いない。

さて、この一帯、岩手県の中では比較的温暖な気候ということもあり、実は向永社長はいちご栽培も行っている。岩手県でいちご？びんと来ないかもしれないが、これがまた絶品。四国4県分の面積はあるという岩手県だからこそ。藤沢町まで足を伸ばし、まだまだ知らない「ディープ岩手」を体験してほしい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：減農薬栽培のサツマイモでつくった、糖度57度以上のスイーツのような干し芋。

◎デザインに関する要望：百貨店での販売向けに、コストより高級感を重視。気の利いた手土産にもっていけるデザインにしたい。

有限会社ムカエあぐりらんど

岩手県一関市藤沢町黄海字山谷120-2

Tel 0191-63-3309

Fax 0191-63-3899

agriland@lime.plala.or.jp

<https://sites.google.com/site/muka>

eagriland/

優秀賞

※学生優秀賞と同時受賞

制作意図：着物の収納袋からヒントをもらって制作しました。箱に商品をいれるというよりは、大事なものを包むようなイメージです。作り手からのメッセージを、日本のおもてなしの文化で表現し買い手に届けられたら、と思います。干しいもの、深い色と蜜の光沢を最大限に生かしたかったので、なるべくシンプルに、無色で、開けたときのギャップを感じるようなデザインにまとめました。干しいものがまとまって入っていることに不便さを感じたことと、さらに開けて食べてみると、1つで満足感があつたので個別包装を採用しました。

審査評：出品作には“道の駅”感のある素朴なデザインと高級ギフトにも可能な洗練されたデザインが混在し、「ほしいも」という素朴な商品の位置付けを際立たせるための表現方法として、傾向の違いが明らかになりました。個包装と外箱の組み合わせには、審査員より「小分けのほうが食べやすい」、企業より「一介の農家なので、残念ながら個々の真空加工ができない」といった議論も。また試食した審査員から「“ほしいも”でなく“サツマイモのグラッセ”といった新しいスイーツとして売り出したほうがよい」などのアドバイスも挙げられました。今回は百貨店への流通を意識している点をふまえ、優秀

賞が決定。学生作品と発表されると拍手が起きました。



田川 晟

Sei Tagawa

神奈川県

東京藝術大学

1991年神奈川県出身。2012年東京藝術大学進学、同年ユニットOMG結成。2013年neon展出品。2014年EARTH+GALLERYにてOMGとして展示。現在、グラフィックを中心にデザインを修学中。

食楽(くら)ポン酢

株式会社浅沼醤油店

必見！浅沼醤油店アンテナショップ

浅沼醤油店のアンテナショップがある岩手県盛岡市内の中ノ橋通りは、同じ市内でもちょっと趣のある通りである。店舗のまわりには観光客の足が絶えない「わんこそば」の東屋もある。かつては醸造場として使っていたという木造りの店構えは築200年という由緒あるもの。リニューアル後は和モダンを意識した洒落た内外装となり、明治、大正期を思わせるハイカラでクラシックな雰囲気が漂う。さらに店内の奥、事務所となっているスペースにお邪魔するとわかるが、間口が狭くて奥行が長い建物の造りはまさに京都の町家である。レトロな盛岡を散策したいならぜひ中ノ橋通りへ。

定番商品のイメージを刷新

盛岡の新たな観光名所とでも呼びたい一角だが、訪れるのは地元客が多く、もっぱら「気心の知れた価格」の商品が売れ筋だ。浅沼社長はみずから岩手県各地に足を運び原料となる農産物を吟味し、1914年(大正3年)創業以来、培ってきた醸造技術を駆使し高い品質をたえず求めてきた。そして地元で愛されてきたその味で首都圏のお客様をもっと取り込みたいと、今回の事業に参加した。創業以来の顔である、醤油、ポン酢、味噌など、いわゆる定番商品の良さをお客様によりよく伝えるためにはどんな表現手段があるだろう？ 応募作品に寄せる浅沼社長の期待は膨らんだ。

優秀作品は、レトロでオシャレな店舗をイメージするロゴマーク、店名をもじった響きのよい商品名「食楽(くら)ぼん」、はっとするほど目を惹く鮮やかな山吹色のラベル、いずれも浅沼社長の心をしっかりとらえた。「これを皮切りに定番商品をこのイメージでリニューアルしていきたい」と今後の展



開にも胸を膨らませている。

自然の旨味を引き出してくれる調味料たち

アンテナショップ店内には、定番商品のみならず、消費者のヘルシー志向を反映したドレッシングや果実酢なども並んでいる。最近の話題商品はオメガ3油を豊富に含むと言われるエゴマを使った商品シリーズだろうか。いずれも地元産の野菜や果実を使い、産地との連携により県内農業や漁業の活性化支援も忘れていない。これらの商品、いずれもつんと尖ったところがない、穏やかな味わい。ぜひ豆腐や生野菜、焼き魚など出来るだけ手を加えない料理に試してほしい。自然の旨味を引き出してくれる調味料ばかりである。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：濃口醤油のほぼ半分の塩分(約8%)で、毎日お使いいただける調味料。

◎デザインに関する要望：印象に残る統一性のあるデザインで、ブランドイメージをアップしたい。首都圏のアップ層をターゲットに販売戦略を展開。

株式会社浅沼醤油店
岩手県盛岡市中ノ橋通1-8-2
Tel 019-622-2580
Fax 019-622-2586
浅沼醤油店
<http://www.asanumashoyu.co.jp>
直営店 食楽日和(くらびより)
<http://www.kurabiyori.jp>

優秀賞

制作意図：現在の「食楽(くら)」という名称を食楽ブランドとして、消費者に強く印象づけるためのブランドロゴを作成し展開していく事で統一したブランドイメージを構築していきます。ブランドロゴは「食」という漢字のかんむり部を、蔵の三角屋根・ひらがなの「く」に見立て、下部の図は、蔵の中で醤油を混ぜる時に出来る筋をモチーフにひらがなの「ら」を形取り、創業100年の伝統と信頼感・説得力を感じるデザインとしました。パッケージはブランドロゴ・商品名・商品の特徴づける色(食楽ぼん酢の場合は柚子の黄色とヘタの緑)を主なデザイン要素とし、それ以外の要素を削ぎ落とす事でシンプルだが

長く愛される、飽きのこない定番としてのデザインを目指しました。

審査評：企業より「当社は創業100年。日本の伝統的な醸造技術を活かした食のアンテナショップをめざし、直営店「食楽日和(くらびより)」で商品60種を販売しているが、「食楽つゆ」「食楽ポン酢」といった横展開ができるデザインに見直したい」との背景が紹介されました。審査員からは「世の中にポン酢のデザインはたくさんある。「食楽ぼん酢」という名前をうまく生かせないか」との意見も挙がる中、決選投票で優秀賞が決定。審査員より「食楽(くら)」をひらがなにす

るとぐっとよくなる」「蔵の屋根のアイコンもいい」「食楽日和」のシンボルができましたね」「愛称「くらぼん」にしては」との声が上がりました。



平野達郎

Tatsuro Hirano
東京
-trope.

1984年生まれ。2006年ICS College of Arts卒業。Tokyo TDC賞2014入選、「Graphic Design in Japan 2014」入選、Tokyo ADC賞2013入選、パッケージデザイン大賞2015入選。



天然水と天然塩でつくった無着色たらこ

株式会社東北とらやフーズ

たらこ生産量日本一の町は今

かつて宮城県石巻市はたらこの生産量日本一を誇る市であった。200社近い加工業者により、これらのたらこは辛子めんたいこの原料として遠く福岡にも供給され、その品質は定評があった。しかし十数年前から加工業者数は減少の一途をたどり、東日本大震災の影響も加わって、現在では6社までに激減している。東北とらやフーズはこのような厳しい環境下、たらこ生産一筋に生き延びてきた稀少な企業である。

「天然水と天然塩でつくった無着色たらこ」に対する思い入れ

たらこづくりについて話をする時の及川社長の眼光是いっそう鋭くなる。こと、たらこづくりに関しては妥協しない。

対象商品は何度も試作を重ねてきた自慢の商品。一般に広く販売されているたらこは大量生産上、水道水と塩化ナトリウムを利用して加工されるが、この商品は石巻産たらこを天然水で洗い、天然塩をふって丁寧に仕上げている。目にも美しいピンク色をした形のいい腹が並び、食欲をそそるのは勿論、口にふくめば舌触りよく、雑味のないたらこの味は、かつて「たらこは石巻産に限る」と水産加工業者の誰しをも唸らせた時代を彷彿とさせるほど絶品。ついでに及川社長から一言。「東京の人はたらこを焼いたり、煮て食べるだろ？ あれ、やめてほしい」そうだ。ナマのたらこに自信があるからこそこの発言だ。

40点近い応募作品が並ぶ審査会場で、及川社長夫妻は迷わず優秀作品に目が留まったという。「たらこは赤いものと思っているデザイナーの作品が多い中で、青と白を使った配色はこれまでに見たことがないほど、強烈な印象だった。」



オンリーワンを目指して

こだわりの逸品だけに商品価格は決して安くない。腹の大きさにもよるが、4~5腹、あるいは7~8腹入ってひと箱が5000円から7000円という高級品だ。だが、「うまいたらこ」の何たるかを知る常連客は納得して購入していく。安心して贈れる高級ギフトとしての位置付けも獲得しつつある。

震災による影響は今もいろいろな形で続いている。震災直後を思い出すと、及川社長の「まだまだこれからだ」という思いは強い。生産量日本一の座は北海道に譲ったが、質で勝負するオンリーワン商品として石巻市の名前を全国に知らしめる日がそう遠くないことを期待したい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:水道水と塩化ナトリウムを使わず、天然水と天然塩でつくったたらこ。

◎デザインに関する要望:高級品&こだわりギフトを望む消費者がターゲット。企業イメージを刷新するようなデザインを希望。

株式会社東北とらやフーズ
宮城県石巻市大門町3-4-18
Tel 0225-25-4039
Fax 0225-92-9682

優秀賞

制作意図:「天然水と天然塩でつくった無着色たらこ」は、石巻の海が育んだ自然の恵み。自然のやさしい味が活かした「たらこ」だからこそ、「生まれた自然=海」をコンセプトに包みたいと考えました。高価な贈り物の用途を意識しつつ、たらこの定番である木箱・桶の形態や、暖色系のデザインと一線を画す「蒼の重箱パッケージ」。天然水・天然塩・無着色の純粋さを表現し、特徴を謳った商品名を際立たせる白のスリーブ。高い品質を伝えつつ、たらこの美しいピンク色を映えさせる蒼の重箱は、食べ終わった後にも重宝するリユース仕様です。贈り物としての美しさと保存性を兼ね備える個包装は、食べる

量に合わせて開封できるため、商品をより新鮮な状態でお召し上がりいただけます。現代の食生活を考慮した、贈る相手にやさしい形態です。たらこを活かすシンプルな美しさと、機能性を持ち合わせたパッケージデザインです。

審査評:「たらこは赤というイメージがありますが、うちのたらこは赤くないんです。『天然水・天然塩』のイメージを優先したい』との意向を受け、作品が絞られる中で、審査員が「福岡の明太子屋で見たようなデザインも多い」と指摘する一幕も。優秀賞と審査員賞(畠山敏賞)はともに重箱スタイルですが、

企業側より「普通たらこに青は使わないので驚いた」との感想もありつつ、審査員より「5~7000円という価格はデザインとも関連する。デザインがたらこそのものを主張し過ぎないことで逆に強い意志が感じられ、高級感もある」と評価されました。まずは贈答用のデザインが決まることで、今後、店舗・お取り寄せ用へも展開が可能となりました。



山田 祥
Sho Yamada
岡山
(株)アイディーエイ
岡山本社

デザインを経営資源と考え、お客様の問題を解決し目的達成のためにあらゆる媒体・ジャンルの枠を超えたクリエイティブを計画的に提案している会社です。

龍鳳ふかひれスープ

株式会社石渡商店

気仙沼のフカヒレスープと言えば

宮城県気仙沼市は日本一のフカヒレ産地。国内で水揚げされるサメの9割が気仙沼港に水揚げされ、世界有数のフカヒレ製造拠点として知られている。その歴史は江戸時代まで遡り、気仙沼市内の商人が当時、中国(清国)では三大珍味のひとつと言われていたフカヒレの加工製造～輸出に目をつけたことが始まりという。

石渡商店の創業は1957年。フカヒレ業者として乾燥鰭(ひれ)を香港等に輸出し、連続12年にわたり輸出貢献企業として表彰もされた。現在、気仙沼の名物として観光客からのリクエストも少なくないフカヒレスープやフカヒレラーメン、寿司ネタなど、フカヒレを使ったメニューの提案も率先して行ってきた。国賓や皇族の晩さん会の一メニューとして供する機会にも恵まれ、その品質にも絶対の自信がある。気仙沼のフカヒレ商品といえば、まずは石渡商店、お客様にそう言って頂くようなモノづくりを常に目指してきた。

競合商品が増える中で

フカヒレ商品としてもっともポピュラーなフカヒレスープは今から40年近く前に開発された。その後、類似商品が気仙沼市内の水産加工業者から次々に開発、販売され、同じような赤と黒を基調としたパッケージデザインも県内各地の土産店で見かけられるようになっていく。震災後には新たなフカヒレスープ参入業者も出てきた。

今回、フカヒレの価値を理解してくれる富裕層を狙い、より高級感を実感できるパッケージデザインに一新したいという思いから事業に参加した。パッケージデザインのリニューアルに伴い、さらなる品質の向上と味のバリエーション展開も併せて検討する予定という。フカヒレスープ製造の第一人者と



しての思いが事業参加に込められている。

愛されるフカヒレ商品を目指して

もっともフカヒレ製造業者としての立ち位置は決して安泰ではない。環境保護団体からは海洋資源としてのサメの保護の必要性や他国のサメ漁法に対する厳しい批判がメディアに載って世界中を飛び交う。気仙沼の食文化の一翼を担う食材なれど、時にはこのような批判に対する説明責任を果たすと共に、資源を無駄にすることなく、より美味しいものを提供していくという企業姿勢も問われる時代になった。震災により、事務所、工場、倉庫が全壊して後、再稼働を果たした石渡商店の「品質第一」の精神は創業以来、変わらず貫かれている。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:気仙沼産のフカヒレを贅沢に使用し、薄味でカニ入りの優しい味のスープ。
◎デザインに関する要望:流行に左右されない高級感のあるデザインを希望。40年の歴史がある現状のデザインも活かしてほしい。

株式会社石渡商店
宮城県気仙沼市松崎柳沢228-107
Tel 0120-108-537
Fax 0226-23-8636
<http://www.ishiwatashoten.co.jp/>

優秀賞

制作意図:〈気仙沼のうまみと貫禄〉歴史ある昔ながらの良さを変えたり、全く別の商品になってしまうデメリットを考え、また、競合と一線を画したこの濃厚なうまさを表現するため、味と共に「濃厚で歴史深い味わいの現在のロゴタイプ」を活かした。さらに濃厚な中に優美な繊細さも漂う貫禄、それは龍のように踊り鳳凰のように舞う味わい「龍鳳」にある。気仙沼の海、石渡ふかひれの歴史深い「うまみ」。他の追随を許さず君臨する、記憶に焼きつく「貫禄」。それらを醸すことこそが「食べたい」と感じる龍鳳ふかひれスープのシズルです。そして……赤く丸い商品ロゴで、円満に縁起良く! 気仙沼ふかひ

れの復興の旗印に。

審査評:企業より「40年前の発売以来、ラベルも40年変えていません。伝統を受け継ぎながら、次の20年につながるデザインを期待しています」との思いが紹介され、缶サイズは変えられないなどの技術的制約も確認しつつ、5点に絞り込んだところ、企業からは「どれも初めて見る感じです」と驚きの声が上がりました。優秀賞のデザインに対しては「ふかひれのアイデンティティーも十分にあり、かつ企業のブランドイメージも表現している」「この機会に、会社のVI(ヴィジュアル・アイデンティティー)もがらっと変えては

どうか」「白地を赤地に変えるといった展開も考えられる」など審査員からの評価も高く、満場一致で優秀賞に決定しました。



ヒラヤマシゲル
Shigeru Hirayama
神奈川
handle

広告業界にてデザイナーを経験後、ファッション、化粧品、食品など様々な業種のブランディングのほか、東京ガールズコレクションのCDなど歴任。現在handle代表にて多種多様の産業商品や企業のトータルブランディングを行う。



サバだしラーメン(サバ塩焼き付)

山徳平塚水産株式会社

東日本大震災を乗り越えて

山徳平塚水産の工場は石巻市魚町にある。太平洋側に面するこの一帯は石巻魚市場を中心に、水産加工会社の工場や関連会社(製氷工場や輸送関連拠点など)が震災前には100社以上も並んでいた、文字通り“水産加工団地”だが、震災により、壊滅状態となった。グループ補助金等の復興事業により、現在約7割の工場が稼働再開しており、山徳平塚水産も2013年7月には改修工事を終え、製造再開を果たしている。もちろん再開まで手をこまねいていたわけではない。震災直後からもっとも目覚ましく復興に向けた数々のアクションを起こした企業として県内外にたびたび報道されてきた。震災前、山徳平塚水産は水産練り製品(主に蒲鉾類)の加工製造業者として300社近い取引先に供給を行っていたが、震災後に製造ラインを失った結果、これらの取引先を失ってしまう。しかし平塚社長は即座に災害を免れた八戸の水産加工業者と組んで魚介類の惣菜等の委託製造販売を開始している。また地元・石巻市や東京の銀座などで、初めて自ら店に立ち、客に自社製品を酒の肴として供する“復興バー”の運営にも挑戦した。

「震災後は言葉に言い尽くせないほど大変な思いをした。だが多くの人に支えてもらったことを感謝しているし、震災前には出来なかったことをスタートさせる最大のチャンスを与えられたと思っている」と平塚社長は語っている。

震災後の新たな商品群

市場が縮小傾向にあった蒲鉾類の製造にいったん見切りをつけ、「これからは高齢者社会。上質な魚介類を手間をかけずに食べられる惣菜類が主力商品になる」。平塚社長の思いは、サバやサンマ、イワシなど三陸で



水揚げされ、日本人にも親しみやすい魚を地元の味噌や醤油をつかって煮込み、湯煎にするか電子レンジで温めるだけで食べられるレトルト惣菜の製造に向かう。また震災後に導入したレトルト釜で他社のOEMを引き受ける等、新たな試みも開始している。

「サバだしラーメン」に対する思い入れ

だが最も画期的な取り組みが今回の「サバだしラーメン」である。商品を手にとると「石巻地域産学・異業種連携開発商品」という表記が目をはく。この商品は地元の学生がアイデアを出し、複数の企業、団体が必要な食材を製造するなどコラボレーションして出来上がった。山徳平塚水産は焼いたサバを担当しているというが、この連携商品は、震災後、「一人(一社)では何も出来ない」ことにいち早く気が付いた平塚社長ならではの思いが込められている。被災地復興の鍵はこうした「連携」にもあるに違いない。

デザイン募集にあたって

◎商品特性: 石巻特産である三陸産サバを使ったサバだしを使用。保存のきく常温での販売も可能。

◎デザインに関する要望: フルモデルチェンジを希望。包装資材は、耐久性とコストを重視。

山徳平塚水産株式会社
宮城県石巻市魚町2-8-9
Tel 0225-22-0171
Fax 0225-95-6882
<http://yamatoku-h.com/company.html>

優秀賞

制作意図: 常温保存のため密閉性の高いフィルム袋にし、素材感の違う和紙ラベルにすることによって一般販売だけでなく、お土産用の高級志向にも対応させました。店頭でも目を引くことを狙った袋の大胆な「サバ柄」は、スープ・麺・トッピングと「サバづくし」の商品であることを強調させ、中身の見えない欠点をトッピングのシズル感のある写真で表現しました。産学が特徴であることを右肩のリボンでしっかり主張し特別感をアピールさせました。※フィルムは紙に比べてグラビア印刷のためロットが多いため、あえて「サバ柄」のみにしました。内容が変わったり、トッピングのない普及タイプなど違う

商品にも汎用できます。

審査評: 最初に「従来の冷蔵製品に加え、年内に常温商品での販売も予定。お土産として売り出したい」との意向が企業から確認されました。筒型の容器は、南部せんべいなど東北的なイメージも想起させるがサバが折れてしまうとの機能面への懸念や、大学や地元農家と共同開発した経緯を全面に記載すると、ストーリーがよく伝わる一方で「プロでなく大学生の商品」と思われる可能性もあるなど、企業とデザイナー双方の視点から意見が挙げられました。優秀作品は、袋が青光りしたサバのうろこ柄である点に「わかり

やすい」「シズル感がある」の意見多数。さらに、商品ラベルの幅を短くしてサイドに寄せるとうろこ模様がよく見えてより効果的とのアドバイスも指摘されました。



桐山理恵

Rie Kiriya
神奈川
(有)桐山デザイン
スタジオ

1982年、武蔵野美術短期大学商業デザイン科卒業。株式会社マルマンのデザイン室で商品開発デザインをし、1995年から現在まで夫と共に(有)桐山デザインスタジオにてプロダクト、パッケージデザインをしています。

夕日の恋物語(トマトとプラムワインゼリー)

株式会社岩城

天鷲ワイン城を訪ねて

秋田新幹線の終点、JR秋田駅を下車して羽越本線に乗り換えて30分、羽後亀田駅に到着する。幹線道路に出ると日本海は目の前。そして振り返ると小高い山(高城山)の上に「天鷲ワイン城」の屋根が見える。実はこの城は岩城町で3番目の城だそうで、一つの町内に3つも城がある町は全国でも類がない。知る人ぞ知るこの天鷲ワイン城は今から20年前の1995年に竣工したが、日本有数のプラムワイン製造工場というから、岩城町、さらに奥が深い。

遡ること昭和50年代、農林水産省の自然休養村整備事業により始めたプラム栽培は、やがて果実の有効活用と付加価値化を目指して1987年に(有)天鷲ワインを第三セクターとして創立し、プラムワイン製造を開始。翌年販売したプラムワイン「天鷲」は6500本を限定販売し、年内には完売するという成果を上げた。未だ「6次産業化」(農水省が地方の第1次産業の加工・製造・販売事業化を目指して促進している事業)などという言葉もない昭和末年に、既に「6次産業化事業」を興していた。岩城町、もはやタダ者ではない。

プラムワインをめぐる商品ラインナップ

天鷲ワイン城1階は製造ラインで来場者の見学コースがある。2階は事務室&会議室で3階は売店やコミュニティスペースとなっている。売店にはその後、続々開発、製造販売されてきた商品が並んでいる。「太陽の華」、「プラムの舞」など人気の高いワインシリーズに加え、シャーベットやプラムゼリー、ジャムなどが揃い、試飲も出来る。プラムワインに馴染みのない人でも、ほんのりとしたプラムの甘い香りと口当たりの良さに驚かされることだろう。特別な日に特別な人と乾



杯してみたいワインかもしれない。

「夕日の恋物語」に対する思い入れ

実は由利本庄市は東北有数のトマト産地でもあるそうだ。共に市の特産品でもあるトマトとプラムワインを使ったゼリーはちょうどロゼワインをもう少し赤くしたような綺麗な色で、天鷲ワイン城から臨む日本海の水平線に沈む美しい夕日にも似ていることから前副市長が「夕日の恋物語」と命名した。子供からお年寄りまで食べやすいようにと柔らかい食感にこだわって作られ、地元を象徴するお土産品としてはもちろん、県外に向けたギフト商品としても訴求したい、お客様が「思わず手に取りたくなるような」パッケージデザインに出来ないものかと対象商品として手を挙げた。優秀作品がこの願いを成就し、日本海のまぶしい夕日を見ようと多くのカップルが岩城町を訪れるよう期待したい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:特産品のトマトとプラムワインを活用し、日本海の夕日を象徴した商品。

◎デザインに関する要望:地元産トマトとプラムを使用、天鷲ワイン城から見える日本海の夕日のイメージを強調したい。ギフト向け商品として県外客がターゲット。

株式会社岩城

秋田県由利本庄市岩城下蛇田字高城2-1

TeI 0184-74-2100

Fax 0184-74-2637

優秀賞

制作意図:日本海に沈む夕日を観た。由利本庄市の赤々とした瑞々しいトマトを食べた。プラムワインは、渋味の中にほのかな甘みを感じる美味しさがあった。上記の味わいや情景を「夕日の恋物語-トマト&プラムワインゼリー」の赤い半円型は表現に適していると感じ、その形状を活かしたうえでさらなる商品イメージ訴求とパッケージとしての洗練性を求めた。ひとつは、その商品形状が何を表しているかをより直感的に認識してもらえ、その組み合わせを設けた。商品を見る「視点」によって夕日にも見え、トマトにも見えるという仕組みである。次にコスト面においても考慮した。商品単価を鑑みて過剰なパッケージ

は不適切であると考え、シンプルな「スリーブ形式」を採用。商品の取り出しもスムーズに行える。最後に、購買動機と話題性を促す仕組みとして、パッケージ内側に「夕日の恋みくじ」というちょっとした楽しみ(遊び)を設けた。

審査評:まず企業より「ワイナリーのある丘から見える、日本海に沈む夕日が絶景であること、そしてプラムワインと地元産トマトのイメージを活かし、子どもからお年寄りまでを対象に、道の駅などで手軽なお土産になれば」との意向が伝えられました。数点の高得票作品に絞られた段階で、個別包装が箱

入りかの点が議論され、企業より「完熟トマトを使っているため色味が出るよう肌面を見せたい。また球状では棚に重ねられないため、ドーム型のものを3個セットくらいで店頭に並べたい」との希望が挙げられた結果、セット加工可能なドーム型の半面はトマト、逆面から見ると夕日に見えるという作品が優秀賞に選ばれました。なお、審査員から「商品ネーミングを再考しては」との意見や「ストーリー優先になっているが、地元産の“完熟トマト”も訴求したほうがよい」との指摘があり、商品化に向けた課題となりそうです。



鈴木文士

Ayato Suzuki

宮城

(株)島山デザイン

事務所

アートディレクター/グラフィックデザイナー。宮城県生まれ。公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)宮城地区代表。

枝豆ショコラ

有限会社グローバルアイ

「だだ茶豆」の美味しさを伝えたい

山形県鶴岡市に本社および工場があるグローバルアイにとって「だだ茶豆」は企業使命とも言いやすいテーマ食材である。「だだ茶豆」は庄内地方の特産品。枝豆の品種の一種だが、さやに薄っすらと茶色の産毛のようなものがあり、見てくれは決して良くないが、茹でると独特の香りと甘みがあり、数ある枝豆の中でも高級品として取引されている。

庄内地方の方言で「おやじ(お父さん)」を意味する「だだちゃ」が名前の由来というが、まさに「おやじの枝豆」、ビールや日本酒を片手のおやじにとって「たまらない」つまみなのである。

この「だだ茶豆」の美味しさを幅広く伝えたい、という思いから、グローバルアイはこれまでも「だだ茶豆」をフリーズドライにして作った「だだ茶豆ごはんの素」やふりかけ、汁粉などを開発、販売してきた。

「枝豆ショコラ」に対する思い入れ

「だだ茶豆」シリーズ製品の一端として新たに取り組んだのが「枝豆ショコラ」である。独特の香りや甘みを逃がさないようフリーズドライした「だだ茶豆」をホワイトチョコレートでコーティングし、甘すぎず、しかも枝豆の香りがたつ、これまでに見たことがない商品が出来上がった。試しに庄内空港の売店等で販売してみたところ、思わぬ反響があった。予想外だったのは男性客から「おいしい。これ、酒の肴になる」との感想をいただいたこと。そう、ターゲットは「大人の男性&女性」だ、単なるチョコレートではない、高付加価値のある「だだ茶豆」を使っているからこそ、大人の味覚に耐えられるスイーツにしようと開発担当者たちは意を新たにしたという。



健康で美味しい商品の開発視野が広がる

狙いは当たりつつあったものの、パッケージデザインの評価は今一つ。「だだ茶豆」の美味さ、地元の特産であることなどがうまく伝わらない。そこで思い切って今年度の事業に手を挙げた。結果として、自分たちの商品に対する思い入れをデザイナーに伝えることの難しさ、大切さを学んだと共に、新たな商品群の開発に挑戦したことから今まで見えなかったところへの視野も広がったという。もともと「健康で美味しい商品を食卓に届けよう」として数々の発酵食品開発に取り組んできたグローバルアイ。浅井社長は今、「だだ茶豆」の自家農園の経営も考えている。原料の段階から丁寧に育てた「枝豆ショコラ」が手に入る日を期待したい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性: フリーズドライ「だだ茶豆」をホワイトチョコレートでコーティング。

◎デザインに関する要望: 地域性よりも、「だだ茶豆」の美味しさを強調したい。

有限会社グローバルアイ
山形県鶴岡市大西町26-30
Tel 0235-25-4141
Fax 0235-25-6364
<http://globaleye-yamagata.jp/>

優秀賞

※学生最優秀賞と同時受賞

制作意図: デザインコンセプトを一言で表すなら「間」です。和と洋、女性と男性、大人と子供、日本酒とワイン。まったく逆の趣向をもつ人達が一緒に手にとって話題にできるように、可愛過ぎず、クール過ぎず、中性的なデザインを目指しました。中間というと、どっちつかずで中途半端にも感じますが、普段は食の趣味が合わない人とシェアできる、コミュニケーションツールのような存在になればと思い制作しました。

審査評: 甘みと香りが特徴のだだ茶まめを、洋風にフリーズドライしてチョコレートでコーティングした商品。枝豆は海外でも人気

があることから、既存のパッケージには英語表記をしたところ、逆にチョコレートのイメージが出なかったこと、原材料が高いためどうしても価格重視にならざるを得ず、量を守るためにも面(平面)で売りたいなど、企業側より「このような課題を踏まえつつ、商品の顔が訴求できないのが弱みです」との課題が冒頭に出されました。高得票作品5点から決選投票を経て、最終的に「包装素材の使い方がうまい」「コンセプトを的確に伝えている」などの理由から、学生の応募作品である本優秀賞が決定しました。



田川 晟
Sei Tagawa
神奈川県
東京藝術大学

1991年神奈川県出身。2012年東京藝術大学進学、同年ユニットOMG結成。2013年neon展出品。2014年EARTH+GALLERYにてOMGとして展示。現在、グラフィックを中心にデザインを修学中。

いしかわ牛ビーフシチュー

石川地方農業振興協議会(あぶくま石川農業協同組合)

「いしかわ牛」って何？

「いしかわ牛なんて聞いたことない」という人が大半だろう。「いしかわ」と聞いて北陸地方が産地かと思う人もいるかもしれない。いしかわ牛の産地は実は福島県石川郡。いわき市より内陸部にあり3町2村を含む。東京からであれば、東北新幹線に乗って郡山駅で下車し、水郡線に乗り換えのんびりと阿武隈川を眺めながら1時間半ほどで石川町に着く。ついでに関西からであれば、福島空港への飛行機利用が便利。空港からは車で20分ほどで町に入る。

もともと馬の産地として知られた石川郡は昭和30年代に馬から牛へと肥育対象を変え、今では黒毛和牛の肥育地として県内では有数の産地である。特徴はと聞かれば、石川郡管内の知る人は「飼料に国産米を混ぜている農家がいること」と答える。全国の殆どの牛の生産者が輸入飼料に依存している中では希少な事例だ。現在の肉の等級は平均してA3~A5級(A5級が最高)というが、安全な国産米を飼料とするよう生産者を指導するなど地道に生産振興を続けてきており、等級(品質)の向上はあぶくま石川農業協同組合の担当者のみならず石川郡の悲願でもある。

地産地消事業が生んだビーフシチュー

悩みのタネは、いしかわ牛の認知度が未だ低いことだ。特に足元である地元の消費量は少ない。加えて東日本大震災時の福島原発事故により、放射能汚染を懸念する風評被害でいっそう拍車がかかり、地元消費はさらに落ち込んでいる。このような背景から線量調査結果をきちんと開示し、安全性を訴求すると共に、地元の学校給食への提案や、いしかわ牛料理を食べられる飲食店の奨励(認定店の拡充等)、そしていしかわ



牛を使った加工商品の製造・販売へと6次産業化にも乗り出すことになった。こうして、福島県会津市にあるフレンチレストランのシェフにレシピ作成をお願いして、湯煎すれば食べられるレトルト製品、ビーフシチュー、カレー、ビーフストロガノフが誕生した。

レトルト3品はこれから

優秀作品によりお化粧直しをしたレトルト3種は2015年度後半には販売を予定している。現在、既存のパッケージ商品は、主に石川郡の管内認定店22店舗や道の駅で販売されているが、3種類が揃うギフトセットの販売も含め、地方の美味しいものに目がない首都圏の消費者を狙った販売戦略を練り上げ、いしかわ牛の良さを広く周知させていく。目を惹く色使い、キャッチコピーが、いしかわ牛の宣伝マンとして最大限の力を発揮することだろう。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:国産米肥料を導入するなど、石川郡ならではの育て方をしているいしかわ牛を使ったビーフシチュー。

◎デザインに関する要望:首都圏客をターゲットに狙いたい。「いしかわ牛」を広く周知したい。

石川地方農業振興協議会
(あぶくま石川農業協同組合)
福島県石川郡石川町字当町109-8
Tel 0247-26-3105
Fax 0247-26-3700
<http://www.ja-abukuma.com/>

優秀賞

制作意図:加工食品の味や美味しさを伝える前に、いしかわ牛を高級ブランド牛としての認知をあげることをコミュニケーションし、「いしかわ牛」ブランドの構築を目指し、パッケージ開発を行いました。ビジュアルコンセプト:いしかわ牛ビーフシチューを伝えることで思わず読んでしまうような書籍みたいなデザインに。店頭での他ブランド牛との差別化を図るため、シンプルでインパクトあるデザインにしました。

審査評:「国産米を飼料に活用することで、よりおいしい牛肉になる」と信じ、管内の牛

農家に積極的に指導を行ってきたというJA石川あぶくま。しかし「シンプルで、シチューという感じがする」とJAが最初に投票した作品と、デザイナー審査員が選んだ作品は異なる結果となりました。JAが選んだ作品については、審査員より「それは既にナショナルブランドがやっている、どこかで見たことがあるデザイン。石川地域で誠実に牛を育て、正直に商品を作っていることを訴求するため、ものづくりの背景を強調したほうがよい」、特に「国産米飼料の促進という姿勢がほの見えるコピーなどがよい」と具体的な指摘もあり、食欲をそそるイメージの赤を地色とし、文字柄でいしかわ牛の良さを伝えた

作品が優秀賞に選ばれました。なお、今後はカレーやストロガノフなど、地色を変えたバリエーションの展開も期待できそうです。



小松有佳

Yuka Komatsu
大阪
(株)クレオ

1988年、奈良県生まれ。大阪芸術大学卒業後、株式会社クレオのデザイナーとして勤務。女性らしいデザインで共感を持ってもらえるようなコミュニケーションづくりを行っています。



審査員賞(梅原 真賞)

枝豆ショコラ



福田春奈 Haruna Fukuda

長崎/(株)昭和堂

長崎生まれ。デザイナー。デザインを持つ「素敵な力」を伝え、感じてもらえるように日々邁進中。グラフィックデザイングループbrew所属。長崎県美術協会会員。(公社)日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)会員。

制作意図: (素材の良さ・こだわりを伝える) だだ茶豆の香り・風味・上質なおいしさが伝わるように、写真ではなく質感のある手描きのイラストを使用。ターゲットが「大人の男女」ということで男性も手に取りやすいよう枝豆の緑色でトーンをまとめ、シンプルなデザインに。価格が量に対して高級であるため、パッケージでお得感を感じてもらえるよう紙にもこだわり、紙の質感とホワイトチョコレートにイメージした優しい色合いが、素材の良さやおいしさを想像させると考えます。また、コストパフォーマンスを念頭に置きながら、お土産・手みやげとして選びやすいパッケージサイズにしました。

審査評: ぶっさらぼう。でいて、ここちよい。1色トーンで情報を少なくし「気になるしかけ」を策略している。ローカル商品の運命的デザイン過多を回避したセンスがよい。(梅原 真)

審査員賞(加藤芳夫賞)

食楽(くら)ボン酢



立花幹也 Mikiya Tachibana

大阪/イエロードッグスタジオ

1959年大阪生まれ。神戸在任中に阪神淡路大震災で被災して大阪に戻り、イエロードッグスタジオを設立。

制作意図: 町家造の建物(蔵)をモチーフとしたシンプルで強い印象の図像(マーク)をデザインしました。商品名もわかりやすく親しみやすい「くらぼん」としてロゴタイプも併せてデザインし、ブランドとして強く印象づける表現を図りました。シンプルな深い強さの中に、伝統を感じとれる雰囲気も表現されるよう意図しています。図像(マーク)は裾広がりの安定感をもたせ、上向き矢印を形成して発展・繁盛の象徴としての意味も込めています。ボトルは200ミリリットル瓶で、3パターンの形状をご提案いたします。

審査評: クラボンというネーミングは、東北の物語を感じます。蔵つくりの醤油とボン酢のミックスの意味と、人格化されたようなボンという言葉がやさしくて共感できるブランドに育ちそうです。蔵の黒い形の上部のマークは、コーポレートアイデンティティになるかも、という強いカタチです。シンプルで強いパッケージのデザインだと思いました。(加藤芳夫)

審査員賞(左合ひとみ賞)

龍鳳ふかひれスープ



金子杏菜 Anna Kaneko

東京/(株)Hotchkiss

1989年神奈川県生まれ。2012年多摩美術大学グラフィックデザイン学科卒業。同年、(株)Hotchkiss入社。

制作意図: 世界一の出荷量を誇る気仙沼のふかひれ。気仙沼での豊富な水揚げと丁寧な加工技術のおかげで昭和32年(1957年)から人々に愛されてきました。その商品への自信と誇りを、漢字の「一」とふかひれのヒレの形をかけ合わせ、シンボル化しました。パッケージはマークを堂々と配し、味への自信を表現します。また、ギフトボックスは一本の赤い紐とロゴを配し、高級感を演出。気仙沼のフカヒレの説明と商品への想いを、挟まれた一枚の紙で丁寧に伝えます。

審査評: 商品の本質を的確に捉えてシンボライズできれば、それだけで質の高いパッケージになるという例のひとつがこの「龍鳳ふかひれスープ」。部門賞には伝統的な要素を活かしたシズル感たっぷりの秀作を選出しましたが、こちらのデザインの潔さにも惹かれていたので、私の審査員賞とさせていただきます。(左合ひとみ)

審査員賞(畠山 敏賞)

天然水と天然塩でつくった無着色たらこ



工藤“ワビ”良平+中西“サビ”一志

Ryohei wabi Kudo+Kazushi sabi Nakanishi

北海道/デザ院(株)

デザインコンビ「ワビサビ」を結成し、アドバタイジングから、グラフィックデザイン、オブジェ、映像、ファッション、インテリアまで多方面での制作活動を行う。

制作意図: こだわりギフトを望む層に向け、ギフトとしての佇まいを最優先しました。「お客様の顔が見える範囲での販路でしか販売されない」ため、外装に品名等は不要と判断し、最低限の商品情報を伝える小型の葉を制作。牛乳パックの再生紙「MILKRAFT」に木目の紙を合紙したパッケージは、Vカットと呼ばれる精巧な加工で強度を持ち、木箱のような高級感を感じさせます。無着色たらこを想起させる淡いピンクと白で構成した三角紙は片艶クラフトに印刷し、蓋に貼付けます。六、五寸の重箱を基本形として、1/2、1/4と様々なサイズを重ね、様々なギフト内容でお客様のニーズに応えることも可能です。

審査評: デザインには、ビジュアル・パッケージを問わず、常に使用する素材感が重要なポイントになります。また、「アイキャッチャー」という言葉のとおり、目を捉えいかに興味を持って、手にとってもらうかも必要不可欠です。このデザインは、その2点をクリアしながら、葉に「触れ」「動」かすことで、イメージチェンジを図れる点も加味し、魅力溢れる作品だと思います。(畠山 敏)

審査員賞(福島 治賞)

黄金甘藷(ほしいも)



栗山さなえ Sanae Kuriyama

愛知/栗山デザイン室

名古屋芸術大学美術学部デザイン学科卒業。デザインプロダクションを経て栗山デザイン室を設立。グラフィックデザイナーとして活動している。JAGDA会員。

制作意図:「手を汚さないで、1本ずつ食べることができるパッケージ」。干し芋を個包装することで、袋から1本ずつ取り出す必要がなく、手を汚さずに食べることが可能です。また、お土産として会社などで複数の方に渡したい時でも、1本ずつ配ることが出来ます。そして、個包装することで個売りすることが可能になります(個包装は、1本ずつ真空パック)。パッケージは、原材料がサツマイモのみで無添加であることを強調するため、白色を基調に1色(サツマイモをイメージした色)で表現しています。個包装の絵柄には、連なったサツマイモをデザインし、東北の商品と消費者がおいしさで繋がってほしいという願いを込めています。

審査評:1色だけで、印刷コストを抑えながら、魅力的なデザインになっていました。更に個別包装にして食べやすくする提案は、お客様の視点に立ったデザインでした。優秀賞候補になっていましたが、メーカーから今ある包装機械で実現可能なデザインにしたいとの要望があり、惜しくも次点になりました。素晴らしい提案なので審査員賞に選びました。(福島 治)

審査員賞(東北経済産業局賞)

みちのく塩辛



計盛政利 Masatoshi Kazumori

福岡/トライブスデザイン

広告制作プロダクション、広告代理店勤務を経て、2011年よりトライブスデザインを立上げ活動。商品からの企業ブランディング、広報デザイン、サイン計画等に従事。アートディレクター/デザイナー/プランナー。

制作意図:◎味のコンセプト「スイート塩辛」を決定づけている「りんご」のイメージと、◎今も愛されつづけている東北地方の伝統玩具「こけし」のイメージをミックスしてデザインしました。目指したのは塩辛界の東北美人。冷蔵庫の中のアイドル。人生の甘い/辛いを知り尽くした小料理屋のおかみさんにまた逢いたくなるように、みちのく塩辛が「たまに食べたくなるんだよね～」と思い出してもらえる商品になるように。

審査評:おちょぼ口の可愛い「表情」と、「スイート塩辛」の甘味の基となっているりんごの「インパクト」が非常に印象的でした。上部に付いた「つまみ」によって、本物のりんごを手取るかのように、眺めているとつい手にとって、手の上に乗せてしまいたくなる魅力的な作品でした。(東北経済産業局)

学生最優秀賞

枝豆ショコラ ※優秀賞と同時受賞



田川 晟 Sei Tagawa

神奈川/東京藝術大学

1991年神奈川県出身。2012年東京藝術大学進学。同年ユニットOMG結成。2013年neon展出品。2014年EARTH+GALLERYにてOMGとして展示。現在、グラフィックを中心にデザインを修学中。

制作意図:デザインコンセプトを一言で表すなら「間」です。和と洋、女性と男性、大人と子供、日本酒とワイン。まったく逆の趣向をもつ人達が一緒に手にとって話題にできるように、可愛過ぎず、クール過ぎず、中性的なデザインを目指しました。中間というと、どっちつかずで中途半端にも感じますが、普段は食の趣味が合わない人とシェアできる、コミュニケーションツールのような存在になればと思い制作しました。

学生優秀賞

黄金甘藷(ほしいも) ※優秀賞と同時受賞



田川 晟 Sei Tagawa

神奈川／東京藝術大学

1991年神奈川県出身。2012年東京藝術大学進学、同年ユニットOMG結成。2013年neon展出品。2014年EARTH+GALLERYにてOMGとして展示。現在、グラフィックを中心にデザインを修学中。

制作意図：着物の収納袋からヒントをもらって制作しました。箱に商品を入れるというよりは、大事なものを包むようなイメージです。作り手からのメッセージを、日本のおもてなしの文化で表現し買い手に届けられたら、と思います。干しいもの、深い色と蜜の光沢を最大限に生かしたかったので、なるべくシンプルに、無色で、開けたときのギャップを感じるようなデザインにまとめました。干しいものがまとまって入っていることに不便さを感じたことと、さらに開けて食べてみると、1つで満足感があったので個別包装を採用しました。

学生優秀賞

食楽(くら)ポン酢



山口崇多 Agata Yamaguchi

東京／東京藝術大学

2012年東京藝術大学美術学部デザイン科入学。

制作意図：デザインの軸は袖のマークです。袖のシルエットと葉っぱを組み合わせでデザインしています。マークの真ん中にシンプルにポン酢と記しました。創業100年の浅沼醤油店の醤油へのこだわりと品格を表すために出来るだけ無駄な要素は省き色も最小限にしました。シンプルなマークと商品名を組み合わせたデザインは他の商品にも応用が利き統一感もだすことができます。蓋には竹の葉を覆い、自然な風合いをプラスすることで商品に対する安心感と、高級感を演出しています。

学生優秀賞

サバだしラーメン(サバ塩焼き付)



入間川あや Aya Irimagawa

宮城／専門学校日本デザイナー芸術学院仙台校

1995年生まれ。宮城県仙台市出身。2013年専門学校日本デザイナー芸術学院仙台校入学。

制作意図：石巻の新たなお土産になるような商品にしたいということから、家に持ち帰って見るだけで石巻を思い出せるパッケージになるようにフタを石巻の陸、下部の筒に海をイメージしてデザインしました。フタの上面は震災復興の象徴になっている大漁旗をモチーフにしました。全体的にポップにし、石巻が明るく元気な町であることをアピールしています。内部は最下層に麺、次にサバ、次にタレなど、それぞれ仕切りに作り入れることを想定しています。

学生優秀賞

サバだしラーメン(サバ塩焼き付)



箕輪真次郎 Sinjirou Minowa

東京／桑沢デザイン研究所

専門学校でデザインの勉強をし、いろいろなコンペに応募しています。今回は面白いデザインができればと思い応募しました。

制作意図：今回応募したパッケージは「見た目のインパクト」ということを大事にしました。陳列された際に他の商品よりも目を引くためや、商品の特徴である「サバ」ということを一目で認識してもらうために、サバの切り身の形をしたパッケージにしてインパクトのあるものをめざしました。一枚の厚紙から箱の形にできるように工夫し、出来るだけコストがかからないようにしました。サバの切り身に出来るだけ見えるように形を調整するのに苦労しました。文字で出来るだけシンプルにしてスッキリとさせました。

学生優秀賞

枝豆ショコラ



佐藤有希 Yuki Sato

山形／東北芸術工科大学
ナチュラルテイストのデザインとイラストレーションを得意としています。

制作意図：コロんとした枝豆そっくりの形、口いっぱいに広がるただ茶豆のやさしい香り。枝豆ショコラの飾らない美味しさを伝えるために「シンプルながらも思わず手に取りたくなるパッケージ」を心がけました。オーガニックショップやナチュラルローソン、お土産屋さんにごくことを想定し、明るい黄緑と白の組み合わせを使用。売り場に展開しやすいよう、形はシンプルに直方体です。300円台という購入しやすい価格を考え、手になじむサイズにしました。小粒のただ茶豆をあえて大きく表し、遠くからでも認識しやすいようにしています。

学生優秀賞

いしかわ牛ビーフシチュー



東本貴樹 Takaki Tohmoto

東京／東京工芸大学
1994年東京生まれ。小学3年のときにクラリネットを吹き始める。小学5年のときに絵を習い始める。一度はクラリネット奏者の道に進むことを決めたが諦め、只今東京工芸大学でデザインを勉強中。

制作意図：コンセプトは「いしかわ牛を使ったビーフシチュー」です。ビーフシチューはあくまでも、いしかわ牛の美味しさを伝える方法として用いられていると考え、パッケージのメインには、いしかわ牛の美味しい霜降り肉をイメージしたイラストを使っています。いしかわ牛の味を楽しみながらビーフシチューを味わってほしい、そんな想いを込めました。

ノミネート作品

スパークリング果汁りんご100%



遠藤教倫 Noritsugu Endo／東京／一般



原 拓哉・橋本高明 Takuya Hara・Takaaki Hashimoto／東京／一般



迫 修 Osamu Hazama／東京／一般



田川 晟 Sei Tagawa／神奈川／学生

ノミネート作品

黄金甘藷(ほしいも)



大橋香菜子 Kanako Ohashi/東京/一般

ノミネート作品

食楽(くら)ポン酢



上平稔人 Minoru Uehira/東京/一般

ノミネート作品

天然水と天然塩でつくった無着色たらこ



宇井百合子 Yuriko Ui/東京/一般



立花幹也 Mikiya Tachibana/大阪/一般



2TD 2TD/東京/一般



2TD 2TD/東京/一般



遠藤萌夏 Moeka Endou/東京/学生



小川紗代 Kinuyo Ogawa/東京/一般

ノミネート作品

龍鳳ふかひれスープ・みちのく塩辛・サバだしラーメン



森田陽介 Yousuke Morita / 東京 / 一般



大石一志 Ichiji Ohishi / 東京 / 一般



野村 岳 Takashi Nomura / 東京 / 一般



南澤 肇 Hajime Minamizawa / 秋田 / 一般



及川樹莉亜 Juria Oikawa / 宮城 / 学生



大黒大悟 Daigo Daikoku / 東京 / 一般



阿部拓也 Takuya Abe / 宮城 / 一般



古賀義孝 Yoshitaka Koga / 佐賀 / 一般

ノミネート作品

夕日の恋物語・枝豆シヨコラ・いしかわ牛ビーフシチュー



永井大介 Daisuke Nagai / 東京 / 一般



李文鈺 Bungyoku Ri / 愛知 / 学生



大杉学 Gaku Ohsugi / 東京 / 一般



峯村亜季 Aki Minemura / 佐賀 / 一般



山田 祥 Sho Yamada / 大阪 / 一般



遠藤歩美 Ayumi Endo / 宮城 / 一般



菅家悠斗 Yuto Kanke / 東京 / 一般



瀧川百合 Yuri Takigawa / 東京 / 学生



入選作品

スパークリング果汁りんご100%



青木俊祐 Shunsuke Aoki/神奈川/一般



荒尾奈穂 Naho Arao/徳島/一般



石川 源 Minato Ishikawa/東京/一般



岩崎 信 Shin Iwasaki/東京/一般



尾崎映美 Emi Ozaki/東京/一般



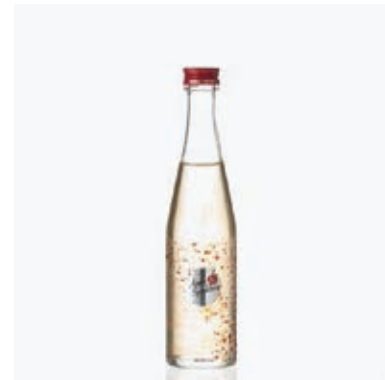
菊池佳子 Yoshiko Kikuchi/東京/一般



青野秀子 Hideko Aono/東京/一般



有澤真太郎 Shintaro Arisawa/東京/一般



石動和香子 Wakako Ishido/東京/一般



岩崎 信 Shin Iwasaki/東京/一般



小野貴人 Takahito Ono/宮城/一般



倉橋良尚 Yoshinao Kurahashi/東京/一般



秋山香代子 Kayoko Akiyama/東京/一般



池田寛美 Hiromi Ikeda/愛知/一般



今井翔子 Shoko Imai/大阪/一般



上田哲郎 TetsuLow Ueda/宮城/一般



加藤利尚 Toshitaka Kato/神奈川/一般



小瀧 咲 Saki Kotaki/宮城/一般



齋藤大樹・坂野嵩真
Hiroki Saito・Takamasa Sakano/東京/一般



杉田アキ子 Akiko Sugita/東京/一般



伊達成朗 Seirou Date/広島/一般



天間苑佳 Sonoka Tenma/岩手/一般



西口顕一 Kenichi Nishiguchi/大分/一般



ヒラヤマシゲル Shigeru Hirayama/神奈川/一般



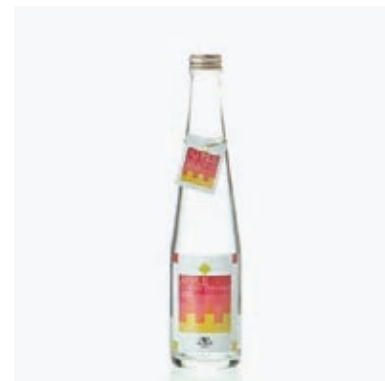
佐々木晴美 Harumi Sasaki/東京/一般



高野茂樹 Shigeki Takano/東京/一般



田中彩里 Ayari Tanaka/東京/一般



土肥正弘 Masahiro Doi/新潟/一般



平川珠希 Tamaki Hirakawa/東京/一般



福岡 彩 Aya Fukuoka/東京/一般



佐野真弓 Mayumi Sano/東京/一般



瀧澤 潮 Ushio Takizawa/大阪/一般



寺島賢幸 Masayuki Terashima/北海道/一般



當間美紀子 Mikiko Tohma/沖縄/一般



平野隆則 Takanori Hirano/東京/一般



眞野恵介 Keisuke Mano/神奈川/一般



深山重樹 Shigeki Miyama/東京/一般



森 孝幹 Takaki Mori/大阪/一般



山本 頌 Sho Yamamoto/東京/一般



岡本麗美 Reimi Okamoto/神奈川/学生



陳 穎龍 Yinglong Chen/愛知/学生



渡辺理莉子 Ririko Watanabe/東京/学生



三好 愛 Ai Miyoshi/神奈川/一般



八木 彩 Aya Yagi/東京/一般



我妻洋子 Yoko Wagatsuma/山形/一般



佐藤春菜 Haruna Sato/宮城/学生



水谷京平 Kyohei Mizutani/東京/学生



森 杏奈 Anna Mori/東京/一般



山崎佳織 Kaori Yamasaki/長崎/一般



内野優子 Yuko Uchino/大分/学生



徐 夢丹 Mengdan Xu/神奈川/学生



山口崇多 Agata Yamaguchi/東京/学生

入選作品

黄金甘藷(ほしいも)



雨沼亜紀子 Akiko Amenuma/東京/一般



稲葉志乃 Shino Inaba/愛知/一般



大竹伸枝 Nobue Otake/宮城/一般



佐々木 裕 Yu Sasaki/宮城/一般



島本恭子 Kyoko Shimamoto/東京/一般



菅原孝行 Takayuki Sugawara/宮城/一般



荒明美香 Mika Araaki/福島/一般



井山高秀 Takahide Iyama/東京/一般



草間佳哉 Yoshiya Kusabiraki/北海道/一般



澤田真弓 Mayumi Sawada/岩手/一般



主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



戸田愛子 Aiko Toda/東京/一般



伊丹明日香 Asuka Itami/和歌山/一般



江下史緒里 Shiori Eshita/佐賀/一般



倉橋良尚 Yoshinao Kurahashi/東京/一般



央戸友紀 Yuuki Shishido/北海道/一般



新藤 綾 Aya Shindo/埼玉/一般



永嶋邦子 Kuniko Nagashima/東京/一般



中村珠里 Shuri Nakamura / 東京 / 一般



松廣美奈・白石紗矢香
Mina Matsuhiro・Sayaka Shiraishi / 東京 / 一般



渡辺萌未 Megumi Watanabe / 宮城 / 一般



石田百合子 Yuriko Ishida / 神奈川 / 学生



澤木 駿 Shun Sawaki / 岐阜 / 学生



脇坂優花 Yuka Wakisaka / 神奈川 / 学生



福島里奈 Rina Fukushima / 東京 / 一般



山本拓志 Hiroshi Yamamoto / 新潟 / 一般



池部菜奈 Kanna Ikebe / 大分 / 学生



黒田萌衣 Mei Kuroda / 茨城 / 学生



鈴木萌水 Moemi Suzuki / 宮城 / 学生



藤山志穂 Shiho Fujiyama / 宮城 / 一般



代永明子 Meiko Yonaga / 東京 / 一般



阿部 渚・岩上由佳・河合沙恵
Nagisa Abe・Yuka Iwakami・Sae Kawai / 神奈川 / 学生



捧 杏名 Anna Sasage / 東京 / 学生



御園生 遥 Haruka Misonoo / 東京 / 学生

入選作品

食楽(くら)ボン酢



井上 徹 Toru Inoue/兵庫/一般



上平稔人 Minoru Uehira/東京/一般



加藤歩美 Ayumi Kato/新潟/一般



須藤侑輝 Yuki Sudo/宮城/一般



古屋友章 Tomoaki Furuya/東京/一般



山本啓介 Keisuke Yamamoto/東京/一般



今村彰宏 Akihiro Imamura/神奈川/一般



江本吉雄 Yoshio Emoto/大阪/一般



斉藤道代 Michiyo Saito/東京/一般



中森浩二 Koji Nakamori/愛知/一般



本間洋史 Hiroshi Homma/東京/一般



和田悠加 Haruka Wada/東京/一般



岩永恵子 Keiko Iwanaga/長崎/一般



小笠原一志 Hitoshi Ogasawara/岩手/一般



シラスノリユキ Noriyuki Shirasu/東京/一般



迫 修 Osamu Hazama/東京/一般



本間洋史 Hiroshi Homma/東京/一般



宇野詩織 Shiori Uno/東京/学生

入選作品

天然水と天然塩でつくった無着色たらこ



栗林 愛 Ai Kuribayashi / 山形 / 学生



高野聖司 Seiji Takano / 東京 / 学生



別府穂乃華 Honoka Beppu / 大分 / 学生



吉岡佑梨 Yuri Yoshioka / 愛知 / 学生



上平稔人 Minoru Uehira / 東京 / 一般



金具智子 Tomoko Kanagu / 広島 / 一般



佐藤千祐 Chihiro Sato / 神奈川 / 学生



高橋未佳 Mika Takahashi / 岩手 / 学生



發田新芽 Shinme Hotta / 東京 / 学生



吉田正寛 Masahiro Yoshida / 兵庫 / 学生



榎本幸弘 Yukihiro Enomoto / 宮城 / 一般



久保紀子 Norico Kubo / 福岡 / 一般



高瀬ひとみ Hitomi Takase / 東京 / 学生



塚本小雪 Koyuki Tsukamoto / 千葉 / 学生



村田真祐 Mayu Murata / 神奈川 / 学生



大澤悟郎 Goro Ohsawa / 東京 / 一般



齋藤 浩 Hiroshi Saito / 東京 / 一般

入選作品

龍鳳ふかひれスープ



早苗優里 Yuri Sanae/北海道/一般



永井 弦 Gen Nagai/東京/一般



山賀慶太 Keita Yamaga/新潟/一般



赤沼明男 Akio Akanuma/山形/一般



黒柳 潤 Jun Kuroyanagi/東京/一般



山東隆之 Takayuki Santo/東京/一般



陣内昭子 Akiko Jinnai/東京/一般



番場芳一 Yoshikazu Banba/新潟/一般



伊藤智子 Tomoko Itoh/大阪/一般



越川広貴 Hiroataka Koshikawa/富山/一般



菅原健太郎 Kentaro Sugawara/宮城/一般



田宮敏行 Toshiyuki Tamiya/山形/一般



前田ミネオ Mineo Maeda/静岡/一般



熊谷 真 Makoto Kumagai/宮城/一般



坂口あけみ Akemi Sakaguchi/東京/一般



瀧澤 潮 Ushio Takizawa/大阪/一般

入選作品

みちのく塩辛



千田瑞恵 Mizue Chida/宮城/一般



山田香子 Kyoko Yamada/東京/一般



小野雅子 Masako Ono/東京/一般



椎名直彦 Naohiko Shiina/東京/一般



野村 岳 Takashi Nomura/東京/一般



古屋友章 Tomoaki Furuya/東京/一般



納富 司 Tsukasa Nodomi/長崎/一般



李 吉泰 Giltae Lee/東京/一般



鴨 美雪 Miyuki Kamo/東京/一般



田宮敏行 Toshiyuki Tamiya/山形/一般



原田みのり Minori Harada/千葉/一般



南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



山賀慶太 Keita Yamaga/新潟/一般



島山優弘 Masahiro Hatakeyama/宮城/学生



寿製版印刷(株) デザインセンター
Kotobuki Seihan Printing Co., Ltd. Design Center/東京/一般



遠山奈緒 Nao Toyama/東京/一般



藤山志穂 Shiho Fujiyama/宮城/一般



渡辺みつお Mitsuo Watanabe/長野/一般

入選作品

サバだしラーメン(サバ塩焼き付)



横野 結 Yui Makino/千葉/学生



石田 司 Tsukasa Ishida/福島/一般



佐藤 真 Makoto Sato/秋田/一般



高見裕一 Yuichi Takami/東京/一般



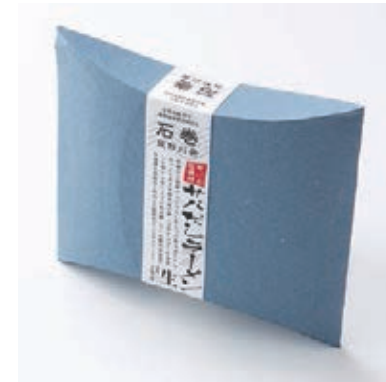
及川千通 Chiharu Oikawa/岩手/学生



岸本直子 Naoko Kishimoto/大阪/一般



瀬戸なな Nana Seto/大阪/一般



戸田伸二 Shinji Toda/神奈川/一般



川村文枝 Fumie Kawamura/岩手/学生



青木俊祐 Shunsuke Aoki/神奈川/一般



熊谷 真 Makoto Kumagai/宮城/一般



寿製版印刷(株) デザインセンター
Kotobuki Seihan Printing Co., Ltd. Design Center/東京/一般



高橋 裕 Yutaka Takahashi/宮城/一般



吉池亜実 Ami Yoshiike/東京/一般



西本美穂 Miho Nishimoto/大分/学生



シラスノリユキ Noriyuki Shirasu/東京/一般

入選作品

夕日の恋物語(トマトとプラムワインゼリー)

入選作品

枝豆ショコラ



田中彩里 Ayari Tanaka / 東京 / 一般



森田陽介 Yousuke Morita / 東京 / 一般



大森唯 Yui Omori / 東京 / 学生



阿部有華 Yuka Abe / 東京 / 一般



いけださちこ Sachiko Ikeda / 東京 / 一般



熊谷真 Makoto Kumagai / 宮城 / 一般



三本優子 Yuko Mitsumoto / 東京 / 一般



有路佳奈子 Kanako Ariji / 山形 / 学生



小足実由 Mayu Koashi / 広島 / 学生



イダアキラ Akira Iida / 東京 / 一般



宇野たまこ Tamako Uno / 石川 / 一般



小島千恵子 Chieko Kojima / 東京 / 一般



南澤肇 Hajime Minamizawa / 秋田 / 一般



伊藤優衣 Yui Ito / 埼玉 / 学生



小島寛子 Hiroko Kojima / 東京 / 学生



いけださちこ Sachiko Ikeda / 東京 / 一般



金子崇 Takashi Kaneko / 東京 / 一般



寿製版印刷(株) デザインセンター
Kotobuki Seihan Printing Co., Ltd. Design Center / 東京 / 一般



齊藤幸子 Sachiko Saito/石川/一般



仲宗根良光 Yoshimitsu Nakasone/東京/一般



福岡 彩 Aya Fukuoka/東京/一般



矢野佳糸美 Kashimi Yano/北海道/一般



小沢 涼 Ryo Ozawa/東京/学生



竹中里奈 Rina Takenaka/神奈川/学生



佐野真弓 Mayumi Sano/東京/一般



西澤由美子 Yumiko Nishizawa/宮城/一般



福岡 彩 Aya Fukuoka/東京/一般



山本弥生 Yayoi Yamamoto/東京/一般



下司悠太 Yuta Geshi/神奈川/学生



チャンドラ ヘニー Henny Tjandra/東京/学生



佐野真弓 Mayumi Sano/東京/一般



原嶋百合子 Yuriko Harashima/東京/一般



武道玲子 Reiko Budo/東京/一般



李佳英 GaYoung Lee/東京/一般



齋藤愛里 Airi Saito/宮城/学生



野本広輝 Kouki Nomoto/東京/学生

入選作品

いしかわ牛ビーフシチュー



三村美樹 Miki Mimura / 千葉 / 学生



角島 喬 Takashi Kadoshima / 東京 / 一般



佐藤正和 Masakazu Sato / 茨城 / 一般



畠山朋子 Tomoko Hatakeyama / 宮城 / 一般



立石 萌 Moe Tateishi / 東京 / 学生



三村美優 Miyu Mimura / 神奈川 / 学生



熊谷明洋 Akihiro Kumagai / 宮城 / 一般



千石友美 Tomomi Sengoku / 宮城 / 一般



山本弥生 Yayoi Yamamoto / 東京 / 一般



山下真依 Mai Yamashita / 神奈川 / 学生



山根範久 Norihisa Yamane / 愛知 / 学生



寿製版印刷(株) デザインセンター
Kotobuki Seihan Printing Co., Ltd. Design Center / 東京 / 一般



迫 修 Osamu Hazama / 東京 / 一般



武田康平 Kouhei Takeda / 神奈川 / 学生

「おいしい東北パッケージデザイン展2014」開催までの経緯

2014年	
5月 7日	東北経済産業局「平成26年度TOHOKUデザイン創造・活用支援事業」事業者選定のための入札公告
29日	競争入札により、公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）が事業者に決定
6月 5日	運営事務局会議発足、第1回運営事務局会議（仙台市） ※以降、毎月開催 デザイン展の名称を「おいしい東北パッケージデザイン展2014」に決定
20日	東北6県より、支援対象企業等（デザイン対象商品）募集
7月 11日	対象企業等募集締切 応募数：33社（青森：4社、岩手：6社、宮城：12社、秋田：4社、山形：4社、福島：3社）→ 企業等へのヒアリング調査を実施
23日	対象企業等10社（デザイン対象10商品）を決定 青森：1社、岩手：2社、宮城：4社、秋田：1社、山形：1社、福島：1社
8月 下旬	外部審査員（5名）決定 梅原 真、加藤芳夫、左合ひとみ、畠山 敏、福島 治
9月 11日	募集要項公開・エントリー開始
10月10日	エントリー締切 エントリー数：749名（一般部門：409名、学生部門：340名）
11月 4日	応募作品提出日 応募者数：492名（一般部門：284名、学生部門：208名） 応募点数：623点（一般部門：406点、学生部門：217点）
7日	審査会（東京都港区「東京ミッドタウン・デザインハブ」） 受賞作品、入選作品決定
	入選者数：232名（一般部門：172名、学生部門：60名） 入選点数：270点（一般部門：207点、学生部門：63点）
28日~12月1日	「おいしい東北パッケージデザイン展2014」開催 東京エレクトロンホール宮城 5F展示室（仙台市）
30日	「おいしい東北パッケージデザイン展2014」表彰式挙行 ホテル法華クラブ仙台 1F「ハーモニーホール」（仙台市）
12月~	優秀作品のデザイナーと対象企業等とのマッチング、実用化・商品化に向けたフォローアップ

2015年

1月以 降	マッチングや準備等が整い次第、順次新たなパッケージデザインでの商品が店頭に登場
3月6日~29日	巡回展「おいしい東北パッケージデザイン展 in Tokyo」開催 東京ミッドタウン・デザインハブ（東京都港区）

企業名・商品名	エントリー点数			応募点数			入選点数			
	一般	学生	合計	一般	学生	合計	一般	学生	合計	入選率
① 青森：タムラファーム(株)「スパークリング果汁りんご100%」	182	129	311	109	45	154	48	9	57	37.0%
② 岩手：(有)ムカエあくぐりらんど「黄金甘藷」	98	99	197	52	46	98	28	10	38	38.8%
③ 岩手：(株)浅沼醤油店「食楽(くら)ポン酢」	65	64	129	54	36	90	22	14	36	40.0%
④ 宮城：(株)東北とらやフーズ「天然水と天然塩でつくった無着色たらこ」	75	36	111	35	2	37	18	1	19	51.4%
⑤ 宮城：(株)石渡商店「龍鳳ふかひれスープ」	61	30	91	27	4	31	19	1	20	64.5%
⑥ 宮城：(株)八葉水産「みちのく塩辛」	41	16	57	25	1	26	16	1	17	65.4%
⑦ 宮城：山徳平塚水産(株)「サバだしラーメン」	41	31	72	20	7	27	13	5	18	66.7%
⑧ 秋田：(株)岩城「夕日の恋物語(トマトとブラムワインゼリー)」	63	63	126	13	18	31	8	6	14	45.2%
⑨ 山形：(有)グローバルアイ「枝豆ショコラ」	114	115	229	53	45	98	24	11	35	35.7%
⑩ 福島：石川地方農業振興協議会「いしかわ牛ビーフシチュー」	55	55	110	18	13	31	11	5	16	51.6%
合計	795	638	1,433	406	217	623	207	63	270	43.3%

日本グラフィックデザイナー協会について

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

JAGDAのロゴ

「おいしい東北パッケージデザイン展2014」

2015年3月19日発行
発行者：東北経済産業局 地域経済部 産業技術課 特許室
980-0014 宮城県仙台市青葉区本町3-4-18 太陽生命仙台本町ビル7F
Tel 022-223-9730 Fax 022-262-5906
tokkyo-chizai@meti.go.jp http://www.tohoku.meti.go.jp/
編集：(公社)日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）、(株)FMS総合研究所
デザイン：福島 治・古川洋祐(表紙ヴィジュアル：鈴木文士)
印刷・製本：(株)プレシース

© 2015 Tohoku Bureau of Economy, Trade and Industry

※本書を無断で複製・転載することを禁じます

東北経済産業局 平成26年度TOHOKUデザイン創造・活用支援事業

デザイン創造・活用による東北地域の商材の販売促進・ブランド化を図るとともに、デザインの創造・保護・活用に対する意識啓発、制度普及を図ることを事業目的としています。

「おいしい東北パッケージデザイン展2014」

■「おいしい東北パッケージデザイン展2014」
会期：2014年11月28日(金)～12月1日(月) 10:00-19:00 会期中無休
会場：東京エレクトロンホール宮城 5F展示室(宮城県仙台市青葉区国分町3-3-7)
展示数：270点
(優秀賞10点、学生優秀賞5点、審査員賞6点、ノミネート28点、入選221点)
入場者：計503名(1日平均125名)
広報物デザイン：鈴木文士
会場構成：福田秀之

■「[TOHOKU×デザイン]フォーラム2014」
(同時開催:「おいしい東北パッケージデザイン展2014」表彰式・交流会)
日時：2014年11月30日(日)
フォーラム 13:00-16:30 表彰式・交流会 17:00-19:00
会場：ホテル法華クラブ仙台 1F「ハーモニーホール」(宮城県仙台市青葉区本町2-11-30)
フォーラムプログラム：
(1)基調講演「あたらしいアタマがひつようです」梅原 真
(2)パネルディスカッション「[TOHOKU×デザイン](地域とデザイン)の現状と課題・先進事例」
「審査会におけるデザイナーと企業の評価視点の違い」
加藤芳夫、左合ひとみ、福島 治、清水敏也(八葉水産)、浅沼宏一(浅沼醤油店)、田村昌司(タムラファーム) 司会：三輪宏子(FMS総合研究所)
参加者：フォーラム 200名 表彰式・交流会 92名

主催：東北経済産業局
共催：(公社)日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）
後援：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、仙台市、(独)中小企業基盤整備機構 東北本部、(一社)東北経済連合会、(公社)日本パッケージデザイン協会、河北新報社、NHK仙台放送局、仙台放送、TBC東北放送、KHB東日本放送、(株)宮城テレビ放送