



東北の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 2015

東北経済産業局 平成27年度TOHOKUデザイン創造・活用支援事業

おいしい東北
パッケージデザイン展 2015

参加企業等・対象商品



いか三升漬
青森：(株)マルヌシ



手わざ笹かまぼこ「希望」
宮城：(株)ささ圭



盛岡冷麺
岩手：北緯四十度のまち(株)



白石温麺食べくらべセット
宮城：奥州白石温麺協同組合



しょうゆ糍
岩手：藤勇醸造(株)



コメーユ
山形：三和油脂(株)



花泉産ひとめぼれ
岩手：(有)松勘商店



旨さの極みきゅうり
福島：あぶくま食品(株)



たこのやわらか煮
宮城：(株)岡清



美郷雪華ルームフレグランス
秋田：美郷町観光協会
※本商品のみ日用品

「おいしい東北パッケージデザイン展2015」開催趣旨

東北地域には、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まだ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多くの人に伝えるため、東北地域の個性溢れる10社10商品の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。2回目の開催となる今回からは、対象商品に日用品も加わっています。

700点を超える多数の応募作品の中から、厳正な審査により選ばれた受賞作品と入選作品(合計227点)。それら商品の魅力を引き出し、伝えてくれる素敵なパッケージデザインが並ぶ展覧会となりました。また、よりデザインへの理解を深め、デザインの力や役割を感じていただけるよう、対象商品の特性や参加企業等からの要望、各作品のデザインコンセプトも併せて展示を行いました。

昨年に引き続き今年も、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・販売元の企業等及びデザイナーとともに商品化を目指しています。

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。

2016年3月

東北経済産業局

審査委員・総評



畠山 敏 Satoshi Hatakeyama

※審査委員長
アートディレクター/クリエイティブディレクター
株式会社畠山デザイン事務所 代表取締役社長

1972年武蔵野美術大学短期大学部卒業。
1987年畠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：今回もJPDA様のご協力もあり、前回と
はまた違った視点から審査ができたのではな
いかと思います。特に「手に取り、籠に入れても
らう即戦力」と「パッケージデザインならではの
機能性」という点です。出品者の熱意を強く感
じ、審査では激しく意見を戦わせる場面も多々
ありました。第1回目よりも更に完成度の高い
作品が増えたという、なによりの証明ではない
でしょうか。



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〜〜デザインをかけ合わ
せ「あたらしい価値」を作り出すことによって、
その土地が持つ可能性を引き出し、風景を持続
させるコトをシゴトとしている。「ナニガユタカ
ナコトナカ」「地方はジブンで考える」をテー
マに活動している。武蔵野美術大学客員教授。

総評：「グラフィックデザイン」「パッケージデザ
イン」の違いについてデザイナーが理解してい
るのか？いつも考えさせられます。誤解を恐れ
ずにいうと、デザインが情報を提供すること
に、双方、変わりはありませんが、パッケージデ
ザインは情報を提供した上に「お金をいただ
く」わけです。つまり、デザインされた商品その
ものを、買い物カゴに入れてくれるかどうか？そ
こが勝負です。むつかしいモノサシですが、そ
んな視点の審査も必要なのだと思います。
「カッコイイデザイン」の競争ではなく、まさに、
おいしい東北。「おいしいそんなデザイン」を競わ
なければならない。とおもっています。



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ベン
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)・開発イノベーション
推進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、東京藝術大学などの非常
勤講師。2012年国際パッケージデザインコン
ベントアワード 名誉賞・殿堂入り。日本パッ
ッケージデザイン大賞 大賞・金賞など受賞。
2001年「なっちゃん秘密」2013年『デザ
インのココロ』(六耀社刊)。

総評：「おいしい東北パッケージデザイン展」の
コンペは、パッケージデザインとメーカーの方と
のお見合いから始まります。集団の中から光り輝
く、かわいいヒトとの出会いがあつて始まるとい
う恋愛のようなものです。そして電光石火の結び
つきで新しい愛のカタチが生まれた状況が今な
のです。このデザインはコンセプトモデル(コン
セプトは妊娠する=Conceiveと同じ語源)なの
です。これから受賞デザイナーと生産者の協
力で良い子となるように育て努力しあうことが大
切です。愛は様々な出会いから始まりますが、商
品化の始まりも色々あつていいのだと、このコン
ペに2回参加してようやく気がついたのです。



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 旅邸 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：2年目を迎え、コンペの方向性がより明
快になったように感じます。生活者の心をつか
むという課題に、グランプリの「弾力ちゃん」を
はじめとする思い切りのよいデザインが応えて
くれました。驚きやユーモア、チャーミングな素
朴さが、市場での販売力を発揮することを期待
しています。ただ、このように前に進む一方で、
これまでの成果と問題点を振り返って検証して
みることも必要でしょう。真の東北復興は、デ
ザインの持つ可能性に対する、企業とデザ
イナー双方の気づきなくしてはありえません。こ
のコンペが社会に機能するために、成果につな
がる仕組みを見つけることが大切です。



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：震災からの復興に対して、デザインので
きることを考え「おいしい東北パッケージデザ
イン展」が生まれました。プロジェクトのゴールの1
つはヒット商品を生み出すことです。そのこと
が東北のメーカーを元気にして、デザインの有
効性や必要性を社会に伝えると考えます。1回
目のデザインも続々と実用化されて、ヒット商
品が生まれています。通常のデザイン審査では、
オリジナリティや作家性が重要です。しかし、こ
の審査ではおいしそうに見えるのか？買い物
かごに入れてたくなるのか？を審査委員もメー
カーと一緒に議論します。今回のデザインから
もヒット商品が生まれることを祈っています。

◎ 東北経済産業局審査委員

柴原正幸 Masayuki Shibahara

地域経済部 産業技術課 特許室 特許係長

総評：対象商品それぞれに、個性を持った素晴
らしいデザインの応募作品が多数並ぶ中、特に
手に取りたくなるようなデザイン。そこには、共
通して多くの人を惹きつけるものがあることを
実感しました。また、本展は商品化が前提のた
め、見た目が美しいだけでなく商品化を見据え
た配慮に、デザイナーの方々の技が見られたよ
うに思います。
同時に、審査における審査委員の方々のコメン
トの中には様々な気づきがあり、参加企業の方
からもパッケージデザインに対する考え方が変
わったという声を多くお寄せいただきました。

◎ 参加企業等審査委員

※自社商品のみ審査

地主裕太

株式会社マルヌシ 営業第2部

魚住知也

北緯四十度のまち株式会社 代表取締役

小山和宏

藤勇醸造株式会社 専務取締役

松田謙治

有限会社松勘商店 専務取締役

新妻宏太

株式会社岡清 販売・商品企画

佐々木圭亮

株式会社ささ圭 代表取締役

吉見光宣

奥州白石湯麺協同組合 代表理事

池田 豊

三和油脂株式会社 東京営業所長

鈴木修弥

あぶくま食品株式会社 営業部長

佐藤良一

美郷町観光協会 会長

「おいしい東北パッケージデザイン展2015」審査について

1. 対象商品および応募点数

□対象10商品に対し、一般部門と学生部門をあわせ702点の作品応募があった。各商品及び部門ごとの内訳は、下表のとおり。

2. 応募作品の審査

[優秀賞及びグランプリの選出]

- 各商品とも審査委員7名により審査(各商品の参加企業1名、デザイナー5名、東北経済産業局1名)。
- 応募作品に、通し番号及び応募部門名のみを記載し、応募者の氏名及び属性は伏せた上で、各商品ごとに審査。
- 「一般部門」「学生部門」の作品は、まとめて審査を実施。
- 各商品の審査前に、審査委員は、各企業等の担当者から商品特性やデザイン要望の説明を聞いた上で審査。
- 審査委員は、付箋により優秀と思われる応募作品へ投票(審査委員1人あたりの投票数に制限なし。ただし、1つの応募作品に投票できるのは1人1票まで)。
- 1回目の投票後、部門を問わず得票数の多い作品を集め、各作品について、審査委員全員でディスカッションを行い、その結果、優秀であると判断された作品(3点程度)を、優秀賞ノミネート作品に選出。
- 優秀賞ノミネート作品の中から、ディスカッションと投票により、優秀賞1点を選出。
- 各商品の優秀賞10点の中から、デザイナー5名及び東北経済産業局1名のディスカッションにより、グランプリ1点を選出。

[その他の賞及び入選の選出]

- 「学生優秀賞」:学生部門の全作品(ただし、優秀賞受賞作品除く)の中から、得票数の多い作品を対象に企業等以外の6名の審査委員が審査を行い、6点を選出。
- 「審査委員賞」:全応募作品(ただし、優秀賞及び学生優秀賞受賞作品除く)の中から、デザイナー審査委員5名がそれぞれ1点を選出。
- 「入選」:1票以上得票した227点を入選作品に選出。商品ごとの内訳は、下表のとおり。
- 「各県知事賞」ほか:優秀賞10点の中から、経済産業局及び各県等賞交付機関により、各県知事賞等を選出。

商品名	応募点数			入選点数			
	一般	学生	合計	一般	学生	合計	入選率
① いか三升漬	28	26	54	12	6	18	33.3%
② 盛岡冷麺	13	4	17	6	2	8	47.1%
③ しょうゆ糰	52	58	110	24	11	35	31.8%
④ 花泉産ひとめぼれ	44	47	91	19	12	31	34.1%
⑤ たこのやわらか煮	47	60	107	21	16	37	34.6%
⑥ 手わざ笹かまぼこ「希望」	19	56	75	9	14	23	30.7%
⑦ 白石温麺食べくらベセット	17	15	32	11	5	16	50.0%
⑧ コメユ	45	43	88	18	8	26	29.5%
⑨ 旨さの極みきゅうり	26	24	50	12	4	16	32.0%
⑩ 美郷雪華ルームフレグランス	31	47	78	9	8	17	21.8%
合計	322	380	702	141	86	227	32.3%



受賞・入選作品



グランプリ 優秀賞 優秀賞ノミネート 学生優秀賞 審査委員賞 入選

盛岡冷麺

北緯四十度のまち株式会社

■印象的な社名の由来

北緯四十度のまち、とは実に印象に残る社名である。一度、聞いたら忘れ難いのみならず、岩手県に対する、北国の雪深い、宮沢賢治の、銀河鉄道の、といったイメージが一瞬にして湧き起こるのではあるまいか。もちろん社名の由来は、社屋がちょうど北緯40度線に位置していることからつけたものだという。そこは真冬には氷点下15度まで気温が下がるという、東北の中でも厳寒の地である。

会社の歴史は1992(平成4)年設立というから意外にも新しい。先代社長はもともと福岡県出身、共通の知人を通じて知った岩手県の製麺業者が経営難に陥ったのをきっかけに、社屋と工場をそのまま再建という形で引き受けたことが冷麺製造に参入するスタートとなった。

その先代社長が体調を崩したことから、息子である魚住知也氏が後継者となるべく岩手町に移住。現社長になって8年というが、もともと東京で学生生活を送り、食品会社に勤務もしていたという魚住社長にとっては、住み慣れた都会を離れてのまさに人生の転機となったことは間違いない。「夏になれば蛇は出る、犬を連れて山道を散歩すれば熊に出会う」といったカルチャーショックならぬネイチャーショック。「不夜城・東京」とは大きく異なり、夜になると町の中は漆黒の闇が広がる。ただ、満天の星空は見たことがないほど美しかった。

■冷麺食文化を全国に広げたい

地元、岩手県での冷麺消費率は半端ではない。夏になればほとんどの家庭で冷麺を切らすことはない。県内の量販店で10食セットが飛ぶように売れるのは「盛岡冷麺」が特産品として勇名をはせる地域ならではの現象



である。だが、いつまでたっても特産品のまま、なかなか全国に広がらない。確かに、岩手県以外の消費者が冷麺を食べる機会があるのは焼肉店に行く時くらいだろうか。

冷麺の地位をもっと上げたい、全国に行きわたらせたいとの思いから、日本では初めてという韓国製の製麺機を輸入し、試行錯誤の上、考案した麺の押し出し製法を、そして地元の醤油醸造会社と連携してオリジナルのスープ作りをと、初志貫徹に向けた日夜を問わない奮闘の毎日が続く。

地元では新参者と扱われ、新しいアイデアは大手企業にもっていかれて量産されと、慣れない地方に移住した「都会者の苦勞」はひととおりした。その中で今回の事業で出会った「弾力ちゃん」という、社名に負けず劣らずの強烈なキャッチコピー。審査会で「一目ぼれ」だった。目下のところ、冬期、製造している和菓子類などへのシリーズ展開も検討中だ。魚住社長の挑戦力は零下15度の凍結路を溶かすほどに熱い。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:強い弾力とコシがあり、なめらかで喉ごしが良いことが麺の特徴。スープは地元の醤油会社とのコラボレーションで製造し、地域性を強調したい。

◎デザインに関する要望:地元では競合商品が多数あり、どれも似たようなデザインゆえに商品名も含めて差別化できるインパクトのあるものを希望。

北緯四十度のまち株式会社
岩手県岩手町大字川口17-5-3
Tel 0195-65-2216
Fax 0195-65-2480
<http://hokui40do.jp/>

グランプリ(岩手県知事賞)

制作意図:この製品の特徴である「弾力・コシ」の訴求を狙った。その特徴を、一目見て記憶に残るネーミング(盛岡冷麺 弾力ちゃん)と、愛らしいキャラクター(弾力ちゃん)に込め、素朴かつ高品質になるようにデザインした。

キャラクター「弾力ちゃん」は、全体としては麺を表している。色で冷麺をイメージさせ、また力んだ表情で力強く作られた弾力を示し、そして顔のまわりの風防で「極寒の地」であることを込めた。厳しい寒さの中、「多弁でないが、粘り強く力強い岩手の人柄」も暗喩し、応援してゆけたらと考えている。包材素材としては、同形態だとしても「紙」的なもののほうが良いが、現行のPP包材でも強い訴求は可能であると考えている。またご提案として、ピローボックスも用意。これにより、現在の主戦場である量販店・ドラッグストア・業務用はもとより、新規開拓として道の駅や、百貨店などでも力を発揮してくれることを期待している。



古屋友章 001
Tomoaki Furuya
東京
フリーランス
一般

埼玉県鴻巣市生まれ。慶應義塾大学環境情報学部・多摩美術大学美術学部卒業。(株)ドラフト勤務を経て、2012年よりフリー。慶應義塾大学・長岡造形大学 非常勤講師。JAGDA新人賞、TDC賞、日経広告賞部門賞などを受賞。

審査評:まず第一に「アイコンとしてわかりやすい」こと、「キャッチがある」、「そのまま会社のイメージにもなりそうな強烈な印象を与える」と審査委員ほぼ全員が異口同音に高評価。並べられた応募作品の中には、既存商品パッケージに少しだけ高級感を増した商品写真印刷の作品が少なくない中で、ダントツに審査委員の目を引きました。作品コンセプトにあるように、商品名には麺の弾力性が訴求されており、お客様に強いメッセージを与えていること、社名が示すような極寒の地域で「多弁ではないが粘り強

い」岩手県民のイメージがフード(風防)をかぶった顔キャラクターにも表現されており、ナショナルブランド商品に見られない東北の力強さが出ています。参加企業は既存より高級感をというリクエストでしたが、むしろ強烈な印象で「ファンづくり」をしてはどうか、という審査委員のコメントには、企業側も納得。今後は冬場の商品となるたい焼きへの同キャラクターのバリエーション化も視野に入れたいとのこと。盛岡イチオシの特産品に育つことが期待されます。



いか三升漬

株式会社マルヌシ

■イカの町、八戸で震災を乗り越える

青森県八戸市といえば何を思い浮かべるだろうか。東北に住む者であれば、「サバの町」「イカの町」とすぐに答えるはず。わけてもイカの水揚げ量は日本一。扱っていない種類はないと言い切れるほど、八戸市の水産加工業をイカが支えてきた。

マルヌシの工場はその八戸漁港の目の前にある。昼過ぎともなると工場から排出される残飯(主に魚の頭や尾、ワタなど)を狙ってやってくる多数のウミネコの鳴き声が響き渡る場所だ。2011年3月11日の東日本大震災時の津波により、工場は地上1メートル程度まで浸水。停電が続き、混乱したものの、地元の応援もあって実に素早い復旧を果たした。冷凍庫に保管されていた原料も9割が使用可能な状態と事なきを得て、震災後10日目に工場再開にこぎつけたという。

マルヌシは65年前に山形県からの移住者である先代社長により八戸市で立ち上がった。当時の八戸市は、毎日サバの漁獲量が1万トンを超えるサバの最盛期。行商から始めた鮮魚卸販売は二代目で業務用加工品製造に転身。さらに冷凍品やしめサバ、塩辛などの最終加工品製造へと領域を広げ、現在は市販商品を中心とする水産加工品製造業へと地歩を固めつつあるところである。

■次代社長が紡ぐ未来の水産業

今年度の「おいしい東北パッケージデザイン展」に目をつけたのは現在、営業第2部に所属する地主祐太氏。実は現社長の次女の婿養子であり、次代社長でもある。

経歴が面白い。山形県内の大学を卒業した後、八戸市内の地元新聞社に就職。市内を駆け巡って各地の企業やヒト取材し記事にした、いわば「ブンヤ」であった。訳あって、薦められた見合いの相手がマルヌシ社



長の次女だったそうで、現社長からも気に入られ、晴れて婿養子に。しかし、まったくの異業種からの転身、戸惑いはなかったのか。ゆっくりと一言一言を噛みしめるように語る地主氏いわく「初めは何もかもわからなくて大変でした。でもそれもまた面白かった」。違う業種だったからこそ、教わること、試してみること、何もかも新鮮に映ったという。穏やかな笑顔からは想像しにくい、新しいもの、やってみたことがないことに挑戦しようという気概が、このたびの事業へのエントリーを思い立たせた。

「審査会、衝撃的でした!」と昨年11月に東京で開催された審査会での体験を思い出して地主氏は言う。商品を選ぶ視点やデザインとは何かといったことを学べた貴重な機会だった。「こんないいこと」、地元他の企業にも勧めたい、そして八戸の食文化を地元全体で活性化したいとさらに思ったという。かつて山形からビジネスチャンス求めて八戸市に渡ってきた先代社長の心意気は、こうして次代に新しい形で引き継がれていく。

デザイン募集にあたって

◎商品特性: 八戸産のイカを東北地方の三升ダレ(しょうゆ・麴・唐辛子を各1升ずつ混ぜ合わせた調味料)で漬けたもの。塩辛と異なり、さっぱりしておりご飯のおかずにも最適。

◎デザインに関する要望: 八戸らしさを表現しつつ、競合商品多数の中で差別化できるものにしたい。

株式会社マルヌシ
青森県八戸市白銀2-5-1
Tel 0178-33-1571
Fax 0178-34-6305
<http://www.marunushi.co.jp/>

優秀賞(青森県知事賞)

制作意図:「本当においしいものを知っている八戸の人たちがえびす顔ならぬ、八戸顔になってしまう!」本当においしい「いか三升漬」をコンセプトに、八戸の文字を顔に見立て、食べた瞬間の美味しさ、うれしさ、たのしさ、「うんまい!!!」の気持ちを満面の笑みで表現。八戸らしさを存分に取り入れキャッチーで親しみやすいパッケージは店頭で目を引きまします。販促ツールにも展開しやすくコミュニケーションを取りやすい(スイングPOP、TOPボードなど)。

ラベルは中扉式アイキャッチラベル。ポリプロピレン樹脂で水に強く破れにくい素材なので冷凍、冷蔵にも適しています。内容はアレンジレシピを写真とともに紹介。手をかけずに見た目もよい簡単なレシピ。洋風アレンジも紹介しているので、ワインを好む人にもオススメのレシピ。ギフトセット用類似商品のパッケージのデザイン展開はベースカラー変更を想定しています。



河野久美子 002

Kumiko Kouno
東京
DICカラーデザイン株式会社
一般

1982年埼玉県生まれ。女子美術大学短期大学部卒業後、DICカラーデザイン株式会社に入社。2012年グッドデザイン賞受賞。

審査評: 多数の応募作品の中で、八戸のイメージを強く打ち出してデザインした作品はただ一つ、この作品だけであり、審査委員はそこに注目しました。東北には塩辛を含め、同じような商品がたくさんあることから、その差別化の手段として「地域性」を訴求することの重要性を指摘されています。

この作品は、「八戸」という文字を笑顔やご飯茶碗+箸に見立て、八戸がイカの産地であることを十二分に伝えているとともに「八戸=おいしいものがある」という雰囲気も出

ています。また赤と白という2色使いはシンプルながら、お客様の目に入りやすく、従来のスーパー等で販売されている塩辛等のバック商品に比べて、一瞬、何が書かれているんだろう?と目を止めてしまうデザイン文字の面白さもおしゃれ感を与えています。課題としては、「伝えたいこと」がやや表現過剰になっていること。もっとも伝えたいことに的を絞って、少し整理してもよいだろうと審査委員から指摘がありました。



しょうゆ糀

藤勇醸造株式会社

■復興に向けて吹く追い風

釜石市は今ふたたび注目されている。昨年はラグビーのワールドカップ第1戦で日本は大いに沸いた。サッカー人気に押され、近年いまひとつだった入場者数はあの試合以来、各地でうなぎ上りに増加しているという。そしてラグビーといえば往年世代には“釜石”である。1970年代、数々のスター選手を生み出したのは新日鉄釜石だった。このラグビー人気を予測していたかのように、2019年、日本で開催されるワールドカップ開催地のひとつに釜石市が選ばれた。

加えて製鉄の町、釜石市を象徴する橋野高炉跡の世界遺産登録が昨年7月に決定し、かつてのにぎわいを取り戻せるのではと市民の期待が高まっている。藤勇醸造もそんな企業の1社である。

■根強いファン層に支えられて

創業は1902(明治35)年、市内の老舗醸造会社として味噌・醤油・つゆ・糀製品の製造販売を営んできた。創業以来、昭和と津波、太平洋戦争による被弾など、幾たびも大きな危機を乗り越えてきたが、2011年3月の東日本大震災では工場が津波により浸水。醤油工場は比較的早くに復旧したものの、味噌工場は再稼働に2年を要した。一時期は工場閉鎖も覚悟していたが、全国から送られてくる支援物資や励ましの声、再開を望む声に支えられて再出発を果たす。実は藤勇醸造の定番商品「富士醤油」のファンは少なくない。東北地方では珍しく少し甘めの味だが、これが「一度食べたら忘れられない味」だそうで、リピーターを多数確保していることはもちろん、「お醤油は藤勇のものしか使わない」と豪語する主婦もいるほど。こんな強者ファンがいたら、そうやすやすと津波被害に敗北宣言を上げるわけにはいくな



い。刺身や豆腐はもちろん、どんな料理にも合う親しみやすい調味料を提供し続ける、この思いが復興に向けた原動力となった。

■新感覚の調味料に挑戦

その藤勇醸造が今、力を入れているのが生塩糀。海の幸はもちろん、豊富な湧水にも恵まれる釜石市の企業ならではの製造技術が生み出した、料理の“必殺”お助け調味料である。

このたびのエントリー商品はその第二弾ともいえる、醤油と米糀を高温糖化させたもので、甘酒と醤油をミックスしたような何とも言えない味わいは、野菜スティック、かまぼこのトッピングにもよく合う。受賞デザインは釜石市の祭事、スポーツなど生活文化のモチーフを表し、来るワールドカップに向けてますますの増加が期待される観光客の目を引くことだろう。地域の物産店はもちろん、首都圏の料理好きの主婦層を狙っての販売促進活動が着々と始まっている。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：醤油と米糀(岩手県産ひとめぼれ100%)を高温多湿化させた商品で、甘酒と醤油をミックスしたような味。おかずにトッピングしてもいける新調味料。

◎デザインに関する要望：現在の簡易的なバック型ではなく、百貨店や物産店でも販売できるような本格的な包装容器を希望。こだわりの「米糀使用」も強調したい。

藤勇醸造株式会社
岩手県釜石市大渡町3-15-32
Tel 0193-22-4177
Fax 0193-22-4178
<http://www.fujiyu.com/>

優秀賞(東北経済連合会長賞)

制作意図：食卓のおかずのおともや、世界文化遺産の橋野鉄鋼山・高炉跡などで期待される観光客へのアピールや、釜石のお土産の定番商品にもなることをイメージして、パッケージを製作しました。シール、パッケージ、掛け紙のメインカラーは黄色にしました。米糀の色や、豊かな黄金色の大地、釜石の花であるハマユリ、釜石の伝統芸能である虎舞などのイメージカラーを表現しています。また、黄色は、色彩心理から「元気」「希望」を表す色でもあります。しょうゆ糀を食べて元気に健康に！復興への活力。町も人も心も元気になることを願って、切り絵風イラストで、釜石の海、ハマユリ、虎舞、世界文化遺産の橋野鉄鋼山・高炉跡、ラグビーボールのイラストを入れ、釜石市の賑わいを表現しました。

審査評：多数の応募作品の中で黄色いラベルを瓶に巻いていることがまず、多くの審査委員の目を引きつけました。この黄色は釜石の黄金色の大地や市の花であるハマユリ、地元の伝統芸能である「虎舞」の虎をイメージしているとのこと。黄色いラベルをよく見ると、これらの象徴的な図柄が模様として描かれ、地域性を一段と強調しています。釜石

市を素直に表現し、物語性もあって楽しそうでもあり、好感が持てるという評価されました。課題としては、「もう少し中身が見えた方がいいのでは?」「釜石らしいとともに、少し情報満載でうるさいくらいがある」といったところ。課題を解決し、釜石市を代表するお土産品として育てていくため、今後も参加企業とデザイナーの連携が必要です。



主演景子 003
Keiko Shuhama
東京
川口印刷工業株式会社
一般

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

花泉産ひとめぼれ

有限会社松勘商店

■自慢の「花泉産の米」とは

東北自動車道の一ノ関インターを降りて国道342号線に入り、5分も車を走らせると「松勘商店」の看板が目に入る。JR一関駅でタクシーを拾えば、松勘商店を知らない運転手はまずいない。創業1911(明治44)年、代々、地元の米卸売販売を営んできた。地元の米農家とのつきあいも長ければ、飲食店などへの業務用卸の商売も古くから続けてきた。ちなみに一関市内は鰻を食べさせる店が目立つが、ほとんどが松勘商店から米を仕入れているとか。地元でとれる鰻には地元の目利きが扱う「うまい米」を使う、そう聞いているのは一度、食べに行かねばと思わず食指が動く。

昨年末、代表取締役となった松田謙二氏は岩手県南産の米の扱いには絶対の自信があると語る。大阪府民の「いっちゃんうまい米コンテスト」で優良賞を受賞した「須藤家秘伝米」はわけても有名で、長年、培ってきた地元農協や生産者とのネットワークを生かし、消費者のニーズを踏まえた米づくり、土づくりの助言なども行う中、県内有数の米どころとして「花泉産米」の地位を築き上げ、胸を張って販売できる米販売の実績を作ってきたのだ。

ところでこのたびのエントリー商品「花泉産ひとめぼれ」は全国「米の食味ランキング」特A(最高位)を毎年獲得している米。ご飯のおいしさの決め手といわれるつや・ねばり・甘みを十分に実感できる最も自慢の米だという。

■攻めの販売戦略へ

その松勘商店の今ひとつの弱みは、業務用の商売が多いことから、せつかくのおいしさが一般消費者や観光客になかなか伝わらないこと。松勘商店に直接、買いに来るお客



様も車で5~10kg程度の米袋を買っていく、これでは量販店で販売しているのと変わらない。

常々、「もっと首都圏や全国の人にもこのうまさを伝えたいけど、今の売り方じゃダメだ」「うまさを伝える『見てくれ』ってある」と感じていた。自慢の米を扱う松勘商店のブランドになるようなパッケージデザインが今こそ必要だ、とも。今年10月に開催される岩手国体に向けて訪れる観戦者や観光客を狙って何かできないか、当事業への参加を決めたのはこんな思いからだった。

昨年11月に東京で開催された審査会に出席して、自分が考えたこともないような多様なデザインに巡り合った。最初は目移りして「どうしよう、選べない」と不安になったが、受賞作品は最後まで印象に残ったデザインだった。デザイナー審査委員らの評価コメントを聞きながら、「間違いなくこれは売場で目を引く」と確信した。12月1日に仙台市で開催されたフォーラムにパネリストとして参加していた流通関係者からも高い評価を得た。米本体への自信にデザイン力がプラスして、その成果は岩手国体で花開くはず。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:土づくり、栽培方法にもこだわって作ったひとめぼれ。つや・ねばり・甘みが十分に感じられる松勘商店イチオシの米。

◎デザインに関する要望:2016年のいわて国体&大会開催に向け、品質の良さが伝わり、観光客にも手に取ってもらえるようなインパクトのあるデザインを希望。

有限会社松勘商店
岩手県一関市赤萩雲南172-2
Tel 0191-25-5300
Fax 0191-25-5301

優秀賞(東北農政局長賞)

制作意図:同社のお米にかける「志」をカタチにしたいと考え、良質な商品であることを、多くは語らず、サイズ感とパッケージの佇まいで表現した。

販売の長期戦略として、中尊寺を中心とした世界遺産を訪れる国内外の観光客をメインターゲットとして設定し、「和」をイメージさせる手桶花器型の形態とし「松勘」の文字とマークを中央に配した。ツール型として設計し、人目を引きPOPとしての役割を果たすようにした。また、穴に指をかければキャリケースとして利用することも可能としている。加えて、米は祝いの席や仏用など様々な用途で利用されることから、紙色と品名の箔押しカラーを変えることで対応できるように考慮した。商品展開時の追加投資を必要とせず異なる用途での使用を可能にしている。

同社に満足いただくことはもちろんであるが、生産者の方から「松勘様にお米を販売してもらえてよかった」と思ってもらえるようなパッケージを目指した。



稲葉晴彦 004
Haruhiko Inaba
宮城
有限会社スマッシュ
一般

栃木県出身。アートディレクター/グラフィックデザイナー。都内制作会社にてCDジャケット、雑誌、広告などのデザイン、企画・制作を経験。2014年より有限会社スマッシュにて、アートディレクターとして勤務。

審査評:ぱっと目に入る「松勘の米」という力強い文字、そして米の品種別に色分けされているバリエーション、行事や祭りに使われる桶が勢ぞろいしたかのような整ったコンストラクション。

審査委員のほとんどがこの作品の前で足を止めました。もともと「米をギフトとして、地域のお土産として販売できるようにしたい」との参加企業の意向にも合い、ギフトとして売り場に並べたら間違いなく人目を引きそうです。ある審査委員からは「松勘の米とい

う漢字にルビをふっても違和感がない」とのコメントもありました。「いずれは自社ブランドを持ちたい」という参加企業の希望にも応える作品となりました。

実用化に向けては、手持ち部分の形状が意外に複雑でコスト増になる可能性があること、当該サイズでは容量が見えないこと、2合で500円程度が値ごろ感のあるギフトとなりそうなことから、コストパフォーマンスを考慮した包装資材となるよう、参加企業とデザイナーとで改善課題に臨む必要があります。



たこのやわらか煮

株式会社岡清

■女川町の「元気」!

宮城県内の東日本大震災による被災地を巡っていると、「5年がたった今もまだ」と唇を噛みしめる地域が幾つかある。女川町もそんな地域の一つだ。沿岸のかさ上げが進み、昨年は念願の石巻線が開通して立派な駅舎が建ち、地域住民や観光客を受け入れる商店街も出来た。しかし、人口流出数は県内第一位といわれ、これに歯止めをかける手立てがないとも聞く。

そんな女川町へ行って必ず元気をもらって帰ってくる場所がある。それが岡清だ。平日ともなれば駅前でさえ閑散としているのに、岡清の経営する、工場の目の前にある飲食店「お魚いちばおかせい」は、昼前から待ちきれない来店客でごった返す。地元民、観光客、ビジネス客が一緒になって新鮮な魚介類に舌鼓を打つ様は女川町に対する不安を一気に解消してくれるほどの熱気を感じさせる。おススメは何といても地元の魚介類がたっぷりのった「女川丼」。

■津波被害を乗り越えて

1947(昭和22)年、鮮魚店として女川町で創業した岡清(当時は岡商店)は、前浜で水揚げされるホタテやタコ、サンマ、サバ、イワシを卸売販売してきた。しかし近年、漁獲量が減少し、商売の先行きも見えてきたところでの震災。20メートルもの津波に漁港そばにあった工場は完全に水没。町内にあった2つの店舗も失い、65名いたスタッフも一時解雇せざるをえなかった。

しかし同年、枠組みの残っていた第1工場の一部を修繕して営業を再開。震災がきっかけで日持ちする加工品の必要性を実感、加工製造をいっそう強化することを決意した岡明彦専務(当時)は業態転換へと舵を切った。今年2月には本格的に量産可能な製



造ラインを有する工場が稼働した。

■「女川と言えばタコ」と言わせたい

今回の対象商品となった「たこのやわらか煮」は、特製醤油ダレがしみ込んだ自慢の一品。タコの産地という点、実は県内では南三陸町の志津川タコが先んじて報道されてしまうが、こと加工品となれば負けたくない。しっかりしたタコ独特の食感がありながら柔らかい、しつこ過ぎない微妙な味付けは酒の肴に、炊き込みご飯にと地元でも好評だ。既に販売されている「たこ飯の素」や「蛸のオリーブオイル」などに加え、今後も女川産タコの加工品シリーズ化を目論んでいる。

「タコだけじゃない、女川には世界三大漁場と言われる金華山沖に面し、寒流、暖流が交差するため、日本一豊富な魚種が揃う海がある。この新鮮な魚介類をうまい食べ方で多くの人に食べてもらいたい。そして女川をもっと知ってもらいたい」、岡専務(現・代表取締役)はちょっと照れながら語る。こんな「女川男」の心意気、タコを通じて日本中に、いや世界中に伝えたい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性: 女川産の活タコを水揚げ直後に特製のダレでじっくり煮込んだ商品。柔らかい食感と「浜のかあちゃんの味」が売り物。
◎デザインに関する要望: 既存商品のパッケージは売り場で目立たないことから、お客様が手に取ってくださるような、わかりやすく印象的なデザインを希望。

株式会社岡清
宮城県牡鹿郡女川町小乗浜115
Tel 0225-53-3282
Fax 0225-53-4721
<http://www.rakuten.co.jp/okasei/>

優秀賞(日刊工業新聞社東北・北海道総局長賞)

制作意図: 存在感のある大きなたこ足が盛り沢山入っている「女川産 たこのやわらか煮」。主婦をはじめとする消費者の立場で、実際に店頭で商品を手にした際、パッケージ内に入っているタコの大きさ、重量感を見せた方が購買につながると考え、現在の透明PP袋を生かすラベル方式を採用しました。商品を手にとった人が、裏面でどの位の大きさのタコか、ボリューム感がわかるよう透明PP袋のままにし、品質表示と商品情報を記載しました。表面のラベルでは、一目見て「たこ」とわかるビジュアルを描き、明確に「女川産 タコのやわらか煮」とアイキャッチでわかるよう、赤と黒の2色のみシンプルにまとめました。また店頭やインターネットの画像でひときわ目立つよう、インパクトのあるデザインを狙うとともに、高級感と値頃感の両立を図りました。



東京生まれ。多摩美術大学デザイン科卒業。広告制作会社、メーカーの商品開発部デザイン室を経て独立。広告、パッケージ、装丁など幅広い分野でデザインを手掛けている。

審査評: 「たこのやわらか煮」のおいしさを一番伝えているとしてこの作品が選ばれました。参加企業は既存商品を今まで道の駅や高速道路のサービスエリアで販売していたものの、売り場からも「パッケージが目立たない」と指摘を受けていたのが悩みのタネでした。上下に足をゆるゆると広げたタコの目や足の下に書き込まれた商品名、タコというキャラクターがなんとなく持つ「トボケた雰囲気」が伝わると同時に、少しプロらしくない、つまり「デザインしたという感じがしない」ところが逆にいい、との指

摘もあり、お土産としても自家用としても「肩のはらない」訴求力のあるデザインと評価されています。また既存商品の中袋である透明なプラスチックバッグの表面にラベルを貼るだけという、極めてコストのかからないデザインであることも評価の対象となりました。売り場で目立つ商品となるとともに「お客様のお財布に優しいワンコイン(500円前後)での提供も可能とあって、「お金をかけるだけが『いいデザイン』となるわけではない」という見本となりそうな作品です。



手わざ笹かまぼこ「希望」

株式会社ささ圭

■笹かまあつての宮城県

宮城県では「牛タン・笹かま・萩の月」という言葉がある。県内で最も売れている土産品の商品名を並べたものだ。堂々ベスト3に入っている笹かまは特に宮城県の特産品として有名で、魚肉練り製品の製造出荷額、支出額ともに震災前までは全国一を誇る宮城県ならではの商品。県民が中元・歳暮に県外の親戚や知人にこれを贈ることも手伝って、全国的に知られるようになった。関東以西に住んでいると、かまぼこと言えば板かまぼこか揚げかまになじみがあるもので、笹の葉の形をし、ほんのりと表面に焦げ色のついた白いかまぼこはどうにも珍しい。よくよく見ると笹の葉の上下に穴が開いているのも何とも不思議である。実はこれ、上下を貫くよう串を刺しているため。へえっと思わずその作り方に興味津々である。

■手作りの味はささ圭ならではの

ささ圭のある宮城県名取市は藩政時代から豊かな漁場として栄えていた土地で、ささ圭は、数ある県内のかまぼこ業者の中でも、手作りかまぼこの味と品質にこだわり続けてきた製造者である。水揚げされた魚はその日の天候や気温によって品質が異なるそうで、その状態を見極めた上、それぞれの品質に合うよう、昔ながらの石臼ですり身を作り、1枚ごとに木型で成形、焼き加減を調整しながら手焼きで仕上げていく。手作りゆえ、職人技がきっちり結果となって商品に表れる。化学調味料を使用しないため、やや味は薄めというが、しっかりした食感が特徴で、地元のみならず固定ファンも多い。

■閑上復興への希望

2011年の東日本大震災でささ圭の3つあった工場は津波により流失。一時は廃業



も考えたという。続けてほしいという周囲の声に励まされ、同年7月には内陸部にあった販売店を改装し、手作り笹かまの製造を再開している。翌年2月には工場も復旧し再稼働にこぎつけた。同じ年、「閑上さいかい市場」が立ち上がったことも復興への思いを奮い立たせてくれた。震災によって多数あったかまぼこ業者が撤退を余儀なくされている状況下、自分たちは「閑上の味」を守っていききたい、その信念や手作り笹かまのファンの声に支えられて今があると佐々木社長夫妻は語る。今回のエントリー商品にあえて「希望」と命名したのも、自社のみならず閑上地区の明るい未来に思いをつなぎたいという気持ちがあったからこそである。

さて、創業者である現会長(94歳)は今も現役で名取駅前店で腕を振っているという。仙台駅から名取駅までは在来線でおおよそ10分。宮城県へお越しの際には、ぜひ足を延ばして手焼きの笹かまをご賞味あれ。これまでのかまぼこに対するイメージが一変するものとご期待。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:石臼で魚肉をすり、1枚ごとに木型で成形後、手焼きを行う、昔ながらの手作り笹かまぼこ。化学調味料を一切使わないため、品の良い味に仕上がっている。

◎デザインに関する要望:「手作り」「閑上」「会社名」などにはこだわり、商品の良さが伝わるパッケージデザインを希望。ギフトセットの提案もほしい。

株式会社ささ圭

宮城県名取市植松字入生48-1

Tel 022-784-1239

Fax 022-784-1250

<http://www.sasakei.co.jp/>

優秀賞(宮城県知事賞)

制作意図:今回の笹かまぼこの商品パッケージをデザインするにあたって意識したことは、昔ながらの伝統性と今まで見たことのない新しさを兼ね備えるという点です。従来の笹かまぼこのパッケージにはない笹の形の袋を考え、またそれを縦に裂いて開封することで袋に入ったまま手を汚さずに笹かまぼこを食べることができるという性能で目新しさを表現しました。伝統性は、伊達家などの「家紋」をモチーフに箱のパッケージデザインをして昔ながらの良さを表しました。商品の生産地である宮城県の閑上の土地や、1枚1枚が製造者の方々の心を込めた手焼き製法であるという説明が書かれてある文書を添えたことで、生産地の閑上についてお客様(ターゲット)に伝えることができるようにしました。



今野祐太朗 006

Yutaro Konno

東京

東京工芸大学

学生

1996年3月2日生まれ。福島県原町市(現在南相馬市)出身。東京工芸大学芸術学部デザイン学科所属。現在、グラフィックデザインのほか、Webデザイン、イラストレーションなどを勉強中。

審査評:参加企業のある宮城県名取市は東日本大震災で大きな被害を受けた地域。参加企業も津波で工場を流され、復興途上にあります。復興という言葉を意識せざるを得ないものの、審査委員からは「復興支援をするために買うというのは長続きしない。『笹かまぼこを買うならこれにしよう』と購入することが結果として応援になるというのが望ましい」という指摘がありました。このような意味合いから、デザインはできれば「復興支援」ではなく、継続してこの後、10

年も20年も売れていくものをとの視点からこの作品が選ばれました。箱表面の絵柄や文字に伝統の笹かまぼこの古さや懐かしさがよく表現されているとともに、対象商品が伝来の手作りであることを暗示し、強い印象を与えています。箱表面のデザインはほとんどの審査委員を納得させるインパクトがありましたが、箱型や中身の個包装のデザインについては、参加企業とも協働して改善していきたい課題となりました。



しろいしうめん 白石温麺食べくらべセット

奥州白石温麺協同組合

■地域の「家庭の味」・白石温麺

白石温麺(しろいしうめん)は宮城県の特産品として知られる。今から400年ほど昔、親孝行な息子が胃を病む父親のために、油をいっさい使わない麺の製法を旅の僧から教わり、これを作って父親に食べさせたところ、快癒したという話が白石市には残っている。舌ざわりがよく、消化にもよい麺が胃に負担を与えないということや、この親孝行息子の話が白石城内にも伝わり、みちのくの人々の心の温かさを象徴しているとして「温麺」と命名されたとか。

白石市内を訪ねると散見する飲食店にはたいてい、この逸話を書いたものが店内のどこかに貼られている。「温麺」という言葉を聞き慣れない人も、この逸話に出合っ「なるほど」と膝を打つかもされない。

ちなみに「温麺」は冷たくして麺つゆで食べても、温かくして煮込み風にして食べてもOK。地元、白石市では夏になればそうめんのように、冬場になれば、「おくずがけ」といって、冷蔵庫に残った野菜や肉などを切って家庭独自の味付けで煮込み、これをかけて熱々をふうふう言って食べる。ご飯のおかずとして、大きな丼に具だくさんの温麺を盛って、家族みんなでつついて食べるということもある。ラーメンライスならぬ温麺ライス。家庭それぞれの味があるというから、それこそ地方の食文化そのものだろう。お呼ばれてみたいものだ。

■伝統の「白」を守りたい

奥州白石温麺協同組合は1917(大正6)年に創業。伝統ある特産品を受け継ぐ老舗の製麺業者が集まり結成した。しかし、近年、高齢化社会を背景にした製麺業界自体の縮小傾向や、大手製麺業者の寡占化、量販店による価格競争の激化などの影響を免



れず、現在は7社の組合員が伝統の技を守っている。今回のエントリー商品は組合員が各社で製造する温麺を組み合わせて、ギフトセットとして組合が販売に当たるといふもの。各社、思い入れのある自慢の温麺がそろい、食べ比べができるというぜいたくなセットである。

受賞作品はまぶしいばかりの白地に一色で「白石」と紋押しされた印象的で洗練された作品。実は白石市は古くから「白石の三白」として、「白石温麺」「白石和紙」「白石葛」の三種類が伝統産品とされてきた。残念なことに和紙と葛はここ数年で既に地元業者が撤退してしまったが、温麺はいわば白石市を象徴する最後の砦でもある。その白石の心意気を表現するかのような作品が選ばれたことには組合員も全員納得。「家庭の味」にとどまらず、白石伝統の味として価値あるギフト商品へとワンランク上の販売を展開することが、白石温麺製造の輝かしい未来につながることを祈りたい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:400年の歴史を誇る白石市伝統の味、白石温麺を製造する7社の温麺が食べ比べできる奥州白石温麺協同組合ならではのギフトセット。

◎デザインに関する要望:内容量の変更はできないが、どこも同じような製麺ギフトセットがある中で、高級感があって新規性のあるギフト箱の提案を希望。

奥州白石温麺協同組合

宮城県白石市沢端町1-21

Tel 0224-25-0124

Fax 0224-25-1639

<http://www.shiroishi-umen.com/>

優秀賞(東北経済産業局長賞)

制作意図:デザインコンセプトは「白石の想い」。白石文化を象徴する温麺が一堂に集結し、オールスターの豪華さを形にしたパッケージです。白石市には古くから様々な文化があり、白石の「三白」として「白石温麺」「白石和紙」「白石葛」は宮城を代表する産品として広く全国に知れわたっていました。昨今、伝統文化が途絶えようとしている中、この「三白」の復活を願いつつ、温麺のおいしさが伝わるものにしたいという想いがありました。商品化の際には、「白石和紙」の使用が可能ならば、とても意味があることだと考えています。シンプルでシンボリック、白石温麺の繊細、かつ力強い味を語るデザインです。ギフトとして、進物として、宮城県のお土産として、価格を感じさせない高級感を演出します。



遠藤教倫+

studio team 007

Noritsugu Endo+studio team

東京

beacon communications

k.k. graphic studio

一般

外資系広告代理店の制作スタジオ部で、グラフィックデザインおよびプロジェクトマネジメントを担当。社会をデザインするというミッションで活動しているチームをまとめて、デザインを発信している。

審査評:「白石市」はもともと温麺や和紙、葛という「三白」を特産品の目玉として訴求してきた町。白石温麺はまさにその「白」を代表している加工食品のひとつです。その意味で、見事に純白な白い箱は白石市自体を象徴しており、色が商品メッセージを伝える大きな役割を果たしていると審査委員の注目が集まりました。

一方、9種類の温麺束を詰めているというこ

ともあり、重量や持ち運びの機能性は大きな課題となります。

過剰包装が問題になっている昨今の風潮も踏まえ、キャリー付の外箱は本当に必要か、温麺3本束についてはこのままでいいのかといった審査委員からの指摘については、今後、奥州白石温麺協同組合参加企業の方々とデザイナーとが協働して課題解決に臨むことになるでしょう。



コメーユ

三和油脂株式会社

■TVでも紹介され、大人気の米油

ここ1、2年、米油がブレイクしているそうである。というか、今、料理好きな主婦層のもつばらの関心は出汁や塩、醤油といった調味料にあるらしい。その流れでいけば料理に欠かせない油類もご多分に漏れまい。ダイエットを意識したり、コレステロールなど脂肪分の取り過ぎに気を遣う家族がいる場合はもちろん、料理によって使い分けるため、サラダ油以外の油を数種類もそろえている家庭が増えているのだとか。

さて、その米油、玄米の表皮と胚芽から絞った植物油というから、それを聞いただけで「体に良さそう」と思わず身を乗り出してしまう。実際、味が軽く、食後の胃もたれが少ない、酸化安定性に優れているため、揚げ物がいつまでもおいしく食べられる。ちなみに米油で揚げた天ぷらはカラッと仕上がそう。ひょっとしたらプロの料理人並みの腕が奮えるかもと期待してしまう。

■米ぬかの活用から創業開始

このたびのエントリー商品「コメーユ」を製造出荷している三和油脂は、山形県天童市に1949(昭和24)年創業。戦後まもなくのこの時代、食糧物資が不足する中で特に食用油は最も入手困難な商品だった。三和油脂では米どころとして知られる東北地方の米ぬかに着目し、その加工製造に乗り出したことが創業の経緯という。本来であれば廃棄されてしまうことも少なくない米ぬかを使った加工食品製造は、「品質のよい米を余すところなく活用したい」という思いから来るもので、食用油以外にも健康食品「たべられる米ぬか」などの製造販売も行っている。米離れの進む現代、どういう形であれ、日本人のソウルフードの原点ともいえる米食を絶やしたくないという信念が商品化への



創意工夫にも見てとれる。これからも「米どころ東北」の底力を発揮してほしいものだ。

■旅情を誘う天童市へ

三和油脂のある山形県天童市は「木工の町」として知られるとともに、高品質なサクランボがとれる産地としてつとに知られる。ついでに市内にはうまい蕎麦屋はもちろん、食事、湯質ともに大満足請け合いの温泉もある。市内をゆったりと流れる最上川を眺めながら、地元の農産物に舌鼓を打ち、旅情をかみしめるにももってこいの地域である。

さて、米油の用途は何も揚げ物料理だけではないことをお伝えしておこう。昨年12月1日に仙台市で開催された「おいしい東北パッケージデザイン展」の交流会。試食コーナーでは、米油を使ったマグロのカルパッチョが大人気。オリーブ油と違ってさらっとしてクセのない食感は、わさび醤油にもびったりで……ああ、まずはぜひお試しあれとこの場を借りて申し上げたい。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：新鮮な国産米ぬかを圧搾製法により搾油したピュアな米油。糖尿病やメタボ気味の方など健康が気になる方におススメの食油。

◎デザインに関する要望：現在のデザインは「オリーブ油」のようだとと言われてしまうのが難点。地元らしさや「米」を使用していることを主張しつつ、食卓にも置けるような愛されるデザインを希望。

三和油脂株式会社
山形県天童市一日町4-1-2
Tel 023-653-3021
Fax 023-653-3960
<http://www.sanwa-yushi.co.jp/>

優秀賞(山形県知事賞)

制作意図：山形の「新たな特産品」として長く親しまれるように、パッケージとあわせて、商品名もリニューアルしました。商品名は「山形の米油」と名付けました。パッケージは、多種多様な食用油の中に並んでも、ターゲットの目を引くよう「伝わりやすさ」を軸にデザインしました。特別な製造方法による「ピュアな“こめ油”」という特性が見た目から伝わるよう、洗練され、すっきりとした印象に。「米」というキーワードを意識して日本らしさを感じる白・赤・黒のシンプルな配色に。白を基調とすることで米油の美しい黄色を引き立たせました。赤のドットは、日本の象徴である「日の丸」と、山形名産の「さくらんぼ」を表現。無意識に「国産・山形産」という印象を与えます。最後に、購入への一押しになるよう、側面に商品のこだわりを記載しました。



柴田沙央里 008
Saori Shibata
東京
一般

1988年北海道生まれ。2011年北海道東海大学卒業。株式会社イヤマデザインを経て、2016年よりフリーランス。

審査評：応募作品を審査する前に、参加企業から、テレビ番組で紹介され健康調味料としてブレイクしていると説明を受け、審査委員から既存のパッケージデザインで十分いけるのではないかと意見が出る一方、既存のデザインではオリーブ油に見えたとのコメントも出るなど、まずは参加企業の意図を今一度、確かめるシーンも。結果として、同じように「イタリアンな」ボトルや外箱のデザイン作品が多い中で、「もっとも山形らしい」「和のテイストながら、イタリア料理に

も十分に使える、という訴求力がある」「フラットでシンプルで日本の米力を端的に表現している」との意見に集約され、この作品が選ばれました。

液もれのおそれのあるボトルのキャップの変更など、実用化に向けた課題を指摘されるとともに、地元のみならず全国的に著名な山形のシェフと組んで、コメーユを使ったレシピの提案をしてはどうかなど、審査委員から販売促進に向けたアドバイスもいただきました。



旨さの極みきゅうり

あぶくま食品株式会社

■こだわりの須賀川産キュウリを使う

毎日、何気なく食べているキュウリや漬物、どこで採れているなんて考えたこともないかもしれない。農産物の産地は、冬季は九州・四国地方を中心に、夏季は北関東から東北、北海道へと移動する。キュウリもこの例にもれない。あらためて日本にはきちんと四季があって、それに応じた農産物栽培がされている、ありがたい。

あぶくま食品のある福島県は夏場の農産物の産地として、野菜を扱う業者なら知らない人はいない。わけでも須賀川は7~10月に収穫される夏秋(かしゅう)キュウリの産地としては日本一の収穫量を誇る。生産量だけではなく、品質の良さでも青果市場ではお墨付きだという。たかがキュウリ、されどキュウリではないか。

加えて、多くのキュウリがかぼちゃを接ぎ木として使っているが、あぶくま食品が漬物として仕入れるキュウリは、正真正銘のキュウリの接ぎ木栽培。ハウスではなく、露地栽培にもこだわり、生産農家に対して種子の選定や土づくりも指導するなど、原料のものにも手を抜かない。うまい漬物を作るならまずは原料から、という徹底ぶりだ。

■乳酸菌は生きている?

さらに、漬物製造にも独自のこだわりあり。須賀川産キュウリを長期低温熟成してじっくりと乳酸発酵させ、キュウリのうま味を引き出す製法は、生に近い歯応えを与えている。まずは口に含んだ時の気持ちよいしゃきしゃき感に、思わず「うまい!」と声を上げてしまう。ご飯のおかずにはもちろんだが、お茶請けにも十分いける。今回の事業を担当した営業部長の鈴木修弥氏は「開封する前の漬物には生きた乳酸菌が入っているんですよ」と語る。袋の上から見える白いボ



ツボツはその生きた乳酸菌だという。そのおかげで味わえるキュウリの食感、何かか体の中から活力が湧いてくるような。

受賞作品はタダモノではない須賀川産キュウリのイメージがオモテ面いっぱい炸裂している。そして、これまでの漬物パッケージの常識を打ち破る、なぜか「かわいらしさ」があって、売場に並んでいたら思わず手にとってしまいそう。

■風評被害に負けない

福島第1原発事故から5年、今なお、県内の生産者や食品製造業者は「風評被害」という大きな壁に立ち向かっている。線量検査では「安全」とお墨付きが出ていることがわかって、心理的に「買い控えたい」消費者は少なくない。そんな中、「風評」より「うまさ」に軍配を上げ、仕入れを決定してくれた大手量販店がいた。「おいしい」は強い。向かい風に突破口を開き、須賀川産のキュウリを、そのうまい漬物の味を全国にとあぶくま食品の戦いは続く。

デザイン募集にあたって

◎商品特性:夏秋キュウリとしては日本一の収穫量を誇る須賀川産キュウリを使用し、非加熱製法により素材の食感を残す漬物。一度食べたら病みつきになる味。

◎デザインに関する要望:漬物パッケージはどれも同じ中で、素材や製法など商品の良さが伝わるような高級感がほしい。

あぶくま食品株式会社
福島県伊達市保原町字清水町34-2
Tel 024-575-1171
Fax 024-575-1147
<http://abukumafoods.co.jp/>

優秀賞(福島県知事賞)

制作意図:売り場でパツと目を引くデザインを目指しました。まず始めに胡瓜の漬物であることが伝われば良いと思います。胡瓜を一本そのまま使った贅沢な漬物の旨さとこだわりをメインビジュアルの胡瓜のイラストを使い表現しました。風合いを生かした紙を用いた素材本来の良さを生かした本製品のイメージに合わせました。

審査評:一見して「かわいい」というのがほとんどの審査委員の評価でした。透明なプラスチックバッグやパックに入りラベルを貼付しただけという漬物製品が少なくない中で、イラストレーションで商品を伝えている点は、いわゆるナショナルブランド商品には見られない独自性があり、またそのキュウリも丸味を帯びたひょうたん型で、ひょうきんで愛らしいイメージ。売り場に並んでいたら、思わず手に取ってしまいそうです。

課題としては、イラストレーションの訴求力は高いものの、漬物という日常商品であることから、できれば中身が少しでも見えたほうがいい、との意見。本体を入れるプラスチックバッグ全体を覆うのではなく、帯状にする、あるいは、キュウリ型の穴を開けて中身がわかるようにすること、そして商品名はもう少し大きく明確にしたほうがよいとのアドバイスが出ました。



山口崇多 009
Agata Yamaguchi
東京
東京藝術大学
学生

神奈川県生まれ福岡県育ち。2012年東京藝術大学美術学部デザイン科入学。グラフィックデザインを中心に活動中。

みざとせっか 美郷雪華ルームフレグランス

美郷町観光協会

■ホワイトラベンダーとは

ラベンダーの産地といえば北海道・富良野と思いきや、多くは富良野と連携協力協定を締結してラベンダーを2万株も栽培している町が東北にある。それが秋田県美郷町である。

しかも、ふつうのラベンダーではない。つまりラベンダー色をしたラベンダーだけでなく、白い花をつけるホワイトラベンダー、その名も「美郷雪華」(2013[平成25]年 農林水産省に品種登録)が咲き乱れるという6月中旬から7月にかけて、一度は訪れてみたいではないか。

このたびの事業にエントリーした「美郷雪華ルームフレグランス」はまさにそのホワイトラベンダーを原料にした芳香剤。溶剤や水蒸気をいっさい使用せず、低温真空抽出法で製造された100%原料由来のもので、ラベンダーに加えてゼラニウムやローズマリー等、疲労やストレスの解消に有効とされる成分がブレンドされ、ピュアな香りを漂わせる。日常、家の中の普段使いはもちろんだが、なかなか突破口が見いだせない議論の場や、少々ささくれだってきた会議の際に、しゅっとスプレーすることで気分転換にも。ぜひともお試しください。

この清廉でピュアなイメージをより効果的に伝えるため、美郷町をもっと知ってもらうために美郷町観光協会は今回の事業にエントリーした。おっかなびっくりではあったけれど、審査会で出合った受賞作品、ホワイトラベンダーの花弁を表現した箱は美郷町の思いを存分に表現してくれていると感じた。売り場に並べた時、ホワイトラベンダーが群れをなして咲いている様子がイメージできたという。そう、白は美しい。



■癒しの郷を訪ねてみたい

さて、美郷町、聞いたこともない、という方のために、観光案内をひとつ。毎夏、壮大にして華麗な花火大会で知られる大曲駅から奥羽本線で5、6分という近さのこの町は、実は知る人ぞ知る湧き水の郷でもある。町中はどの家も湧き水を利用しているので上水道はない。清水巡りのできる場所は実に15カ所もあり、観光協会では散歩しながら清水を飲めるように観光客向けの空のペットボトルを販売。清水から生まれたニテコサイダーは昔懐かしいまろやかな味の炭酸水として既に有名だ。どこへ行ってもおいしい水が飲めるとはなんと贅沢な町だろう。

加えて歴代の地元藩主ら六郷氏や佐竹氏はこの町に積極的に寺を招致したこともあって、美郷町は「寺の町」としても知られる。朝夕に町内を響き渡る鐘音は歴女、寺ガールのハートをわしづかみ？そしておいしい水にホワイトラベンダーの香りと、都会の喧騒を忘れ、癒しのひとときを求める旅人にも訪ねてほしい町だ。

デザイン募集にあたって

◎商品特性：町の特産、ホワイトラベンダーを使用した「癒し効果」のある優しい香りが特徴。

◎デザインに関する要望：溶剤の性質上、遮光性のあるボトルが必須条件。また品種登録していることから商品名の変更を望まないが、商品特性をうまく印象づけ、ボトルと外箱の一体感あるデザインを希望。

美郷町観光協会

秋田県仙北郡美郷町六郷字馬町83

Tel 0187-84-0110

Fax 0187-84-3553

<http://www.rokugo-mizu.net/>

優秀賞(秋田県知事賞)

制作意図：美郷町オリジナルの白いラベンダーということで、白を前面に出したパッケージを目指した。パッケージの上面はラベンダーの花になっており、商品売り場にたくさん並べたとき白いラベンダー畑になるようなイメージで制作した。シンプルの中にも温かみを感じられるよう紫の色は暖色寄りにした。アトマイザーのデザインは、遮光瓶ということであったがモックアップでは再現しきれなかったため、瓶の色は紫だと思って見ていただきたい。こちらでも再現しきれなかったのだが、シールに白印刷で、アトマイザーに白いラベンダーの花を表現したい(今回はアクリル絵の具で失礼いたしました)。これは、紫のラベンダー畑にひときわ輝く美郷雪華のイメージである。



北村理恵 010

Rie Kitamura

静岡

静岡文化芸術大学

学生

三重県尾鷲市出身で、ただいま静岡文化芸術大学生産造形学科に在籍しており、主に地域の魅力を伝えるデザインについて学んでいます。

審査評：対象商品は、品質劣化を防ぐため遮光性ボトルを使用、希少性があり単価が高いことから容量を大きくできない、商品名も変更不可である等から、作品制作には多少制約が多く、結果として既存商品のマイナーチェンジといった似たような作品が多数を占めることとなりました。

その中で審査委員の目を引いたのは、この作品の外箱上部の白い花型でした。「美郷雪華」は秋田県美郷町の白いラベンダーが

原料であり、この上部の白い花型が売り場に並べられたら、まるでラベンダー畑のように見えるという意見も出て、売り場での訴求力も高い評価を得る結果となりました。箱全体が小さいことも高級感を感じさせています。

もっとも、ボトルの形状や箱表面の商品名ロゴについては、よりいっそう商品の高い品質や高級感を感じさせるものに改善の必要ありと審査委員全員が課題を提示しました。



優秀賞ノミネート

いか三升漬



宮下 浩 011 Hiroshi Miyashita

愛知／愛知産業大学／一般

愛知県立芸術大学大学院美術研究科デザイン専攻修了、デザインプロダクション、メーカー勤務を経て、現在、愛知産業大学造形学部デザイン学科准教授。JAGDA会員。

※左合ひとみ賞と同時受賞

制作意図:ラベルデザインの一新を優先課題にしたいということで現在使用されているポリ容器の利用を前提にしました。色は一色刷りでできる限りコストを抑え、かつ接着剤を一切使わず作業効率よく簡単にパッケージングできるように制作を進めました。両サイドの爪を折り込めば簡単に固定できるように設計しました。ネーミングはしょうゆ・麺・唐辛子を混ぜ合わせた三升という調味料に漬けてできている点と、今後のいか商品三種類のギフトセット販売展開も考慮し「いか三味」としました。色は商品の色を反映し、メインのビジュアルは青森八戸水揚げ量日本一の「するめいか」と漁場の「太平洋」を単純な形で表現しました。現在販売されているものは商品の写真を使ったラベルを貼っただけのものが大半で高級感に欠けるので、コストを抑えつつも高級感を感じてもらえるよう差別化を図りつつデザインしました。

審査評:容器を包むほどよいバランスの掛け紙に、単純化されたイカと海のグラフィック。それらが醸し出すチャーミングな佇まいは、よくある海産物の加工品らしい顔つきではないだけに、ふだんの購買層でない人の心も動かしそうに思います。三種類の商品によるギフト提案も評価でき、少なくとも私は買い物かごに入れたいくなりました。(左合ひとみ)

優秀賞ノミネート

盛岡冷麺



赤司夕香 012 Yuka Akashi

東京／beacon communications k.k. graphic studio／一般

福岡県出身。短期大学卒業後パッケージデザインをメインに手掛ける。自作のカリグラフィーを用いた作品を多く制作している。現職では、外資系広告代理店の制作スタジオ部で、グラフィックデザイン全般を担当。

制作意図:盛岡冷麺をデザインの対象に選んだ理由は個人的に盛岡冷麺が大好きであること。しかし、冷麺の印象は「焼肉のシメ」「夏に食べるもの」といったネガティブなイメージが強く、パッケージも各社赤、黒、焼肉、韓国と固定した傾向にあり、ターゲットである女性の手にとってくれる要素が少ないのが現状です。それを踏まえ、デザインコンセプトを「Everyday盛岡冷麺」としました。ネガティブ要素の払拭のために、多様にアレンジでき、毎日楽しめる食材である点をグラフィックで表現しました。白く美しい麺、ツルリとした喉越しと噛み応えのある食感を紫根染をイメージしたパターンや筆文字などで表現、そして様々なトッピングが楽しめる料理法を画像でダイレクトに見せています。このパッケージから、盛岡冷麺の味が伝わり、消費者の創作力で料理の可能性が広がる結果に結びつくことを願っています。

審査評:黒字に白抜き「盛岡冷麺」というくっきりした文字が目を引きまます。下部に並んだ調理例の写真を思わず手に取って見てしまいそう。冷麺の写真入りフィルムパッケージを提案する作品が半分くらいある中で、この色使い、写真処理は群を抜いていました。黒と白を基調にしたことで、高級感もしっかり出ています。

優秀賞ノミネート

しょうゆ糍



岡田恭平 013 Kyohei Okada

東京／凸版印刷株式会社／一般

1986年香川県生まれ。千葉大学大学院工学研究科デザイン科学専攻修了後、2012年凸版印刷株式会社入社。企業の販売促進企画を主体に、ポスター、パッケージ、什器など販促物のクリエイティブディレクションを手がける。

制作意図:【こだわりを感じるパッケージ】メインターゲットである「食にこだわりのある主婦」に選んで頂けるよう、瓶詰めに質感のある紙で封をしたデザインを採用した。店頭での購買は一瞬勝負なので、瞬時に良さそうなものだと思うような素材・形状を選定した。【こだわりの米糍】米のシルエットを大きく見せることで、米糍を使用していることを印象付ける。瓶には米のシルエットからなる花のようなモチーフを散りばめ、米糍の優しい美味しさを表現した。女性の手に取り易さも考慮している。【さらなるこだわり】製法や原料のこだわり、加えて美味しい使い方という情報をミニリーフレットで説明することで、購入者の更なるファン化を促進させる。

審査評:ぱっと見た最初の印象はおしゃれで人目を引きまます。手に取ったお客さまに「何だろう?」と思わせるワザはなかなかのもの。しかしながら、スリーブ状に瓶を覆っている紙パッケージにある米型の穴は「ありがちなデザイン」で独自性は今ひとつ、との意見も。米糍を使っていることを伝えようとして、ついその情報量が過剰になり過ぎているのか?ということも課題の一つとなりそうです。



立花幹也 014 Mikiya Tachibana

大阪／イエロードッグスタジオ／一般

大阪生まれ。神戸市在住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。公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会会員(大阪地区)。

制作意図:包装容器は、商品の上質感(付加価値)が伝わりやすく、消費者にとっても使いやすいガラス瓶を考えました。ラベルデザインは、上質感を伝えるため和紙風用紙を使用し、商品名を「醤油糍(しょうゆこうじ)」として個性的なロゴデザインで展開、ブランドとして強く印象づける表現を図りました。ロゴデザインは、コンテンツポラリーなタイポデザインと、民芸風な親しみやすいデザインの2方向で制作しました。デザインのマッチングを考え「藤勇醸造」も新たにブランドロゴとしてデザインしています。定番商品の「富士醤油」と現行の企業シンボルマークにも倣い、富士山をモチーフとしたデザインで、吉祥イメージと高みへの発展の願いを込めました。

審査評:「卓上に置いてみきれい」というのが審査委員の第一声。白地にシンプルな古代文字をあしらった商品名、さりげなくふつたルビも気が利いていて、「素直で第一印象がよい」とおおむね好印象を持たれました。パッケージの情報量は多過ぎないこと、その見本となりそうです。



大川莉奈 015 Rina Okawa
東京／阿佐ヶ谷美術専門学校／学生
1996年東京都出身。阿佐ヶ谷美術専門学校視覚デザイン科2年。

制作意図:コンセプトは家庭的、温かさをテーマに考え懐かしさを感じるよう食卓に置いて馴染める色は全体的に淡い雰囲気にして、商品名は筆で一般の人が書いたような字を意識して書きました。主に、毎日料理をする主婦の方をターゲットに手に取って読んでもらうようあえてロゴは文章にしました。文字だけだと何の商品かわかりづらいので稲のイラストを入れてバランスをとりました。上のラベルの部分は、シンプルに会社のロゴだけにして文章を目立たせるようにしました。
審査評:手書き風のキャッチコピーに商品名。さりげなく入った稲わらのモチーフ、無造作に貼られたキャップシールと、この素朴さがなぜか「おいしそう」な雰囲気を醸し出しています。審査委員からは「豆腐に付けたらおいしそうだな」というコメントが思わず飛び出しました。ご飯が進みそうなデザインです。



熊谷亜希子 016 Akiko Kumagai
岩手／岩手県産業技術短期大学校／学生
1995年岩手県大船渡市出身。2014年岩手県産業技術短期大学校産業デザイン科入学。

制作意図:コンセプトは「糀からできる米の花」です。「糀」という文字にこだわりを持っているということで、この文字から米の花の要素もあり、糀菌が花のような形をしていたので、米の花を連想させました。醤油の深い色から浅い色の色合いを使い、醤油らしさを出し、糀が出来ていく過程を糀の花に例えて、このデザインに至りました。ターゲットが「主に料理好きな食にこだわりのある主婦層」だったので、女性らしく、温かみのあるテイストを目指しました。料理する時だけではなく、家族団楽の食事の時にも使われる事を想定して食卓の中にも馴染むようなデザインにしました。また、ターゲットの年齢層に限りがあったため、年齢に関係なく手に取りやすいように落ち着いた色のトーンにしました。そして、色を白を主体に使うことによって、清潔感や品、商品の性質の良さを表しました。藤勇醸造(株)のしょうゆ糀の優しい味を少しでもデザインで伝えられればと思い制作しました。
審査評:米粒のかたちで花の模様を作るデザインはわかりやすいものの、よく見かける表現方法である、との指摘もありましたが、ラベルに「糀」の文字を目立たせた点などが好印象を与え、参加企業からは「控えめに糀を表現しているところがよい」と評価されました。

優秀賞ノミネート

花泉産ひとめぼれ



上平稔人 017 Minoru Uehira
東京／株式会社ミノルデザイン／一般
1968年東京・浅草生まれ。2010年、株式会社ミノルデザイン設立。第58回毎日広告デザイン賞奨励賞、『Graphic Design in Japan 2008』ジェネラルグラフィックカテゴリー「This One!」、「おいしい東北パッケージデザイン展2014」ノミネート他。JAGDA正会員。

制作意図:ひとめぼれの商品自体はどこでも売られているため、他と差別化するためにはネーミングが大事であると考えた。作り手のこだわりと自慢のお米であるということで、「お米に、愛をこめて。」言葉に出せば恥ずかしいような文章でも、店頭に並べば効果絶大である。イメージを強調するため、鉛筆で文字をすべてなぞり、書体をあえて書いて表現した。1kgと350g入りで、お土産として手に取ってもらいやすいサイズかと思う。
審査評:白地にシンプルなキャッチコピー、間違いなく人目を引きます。この包装資材は低コストとなろうことも十分に理解できます。しかし、「愛をこめて」という言葉が審査委員の議論の対象となりました。制作者も「言葉に出して言うのは恥ずかしい文章」と説明していますが、「愛」という言葉はともすればかえって安っぽくなってしまいうらいがあり、「容易に使ってほしくない」という意見が散見されました。



伊藤有紀 018 Yuki Ito
神奈川／東京造形大学／学生
1995年長野県生まれ。名古屋市立工芸高等学校デザイン科卒業。現在、東京造形大学デザイン学科グラフィックデザイン専攻に在学中。

制作意図:品質の良さと花泉産の付加価値が十分に伝わるような高級感のあるデザインにし、お土産を選ぶ際にも目に入りやすく思わず手にとってしまうものを目指しました。お米が好きな観光客に向けてということだったので、300gと少なめの量に設定し、お土産として気軽に買って帰ることができるようにしました。また「ハレ」の意味を持つ紅白の色をメインにし、ギフトとしても選んでいただけるよう工夫しました。「つや、ねばり、甘みにこだわった 自慢のお米ができました。」というキャッチコピーを添えることで、より一層美味しさが伝わるパッケージに仕上がりました。
審査評:白地の和紙に赤い稲わらをあしらった「ひとめぼれ」の文字。シンプルで「良いたずまい」と目を細める審査委員もいました。持ち手が白色と赤色で結ばれているところもかわいらしくて、容量もちょうどよく、ギフトにはもちろんですが、自分用にも買ってしまいそうです。ただ、あまたある米売り場の中に置いたら、埋もれてしまいそうとの意見も出ました。どうすればインパクトあるデザインになるかが今後の課題といえそうです。

優秀賞ノミネート

たこのやわらか煮



矢嶋大祐 019 Daisuke Yajima

東京／一般

1986年東京都出身。都立工芸高等学校デザイン科卒業。桑沢デザイン研究所ビジュアルデザイン専攻卒業。(株)エヌ・ジー入社。永井裕明に師事し、8年間在籍後、2016年、フリーランスでの活動を開始。JAGDA会員。
※加藤芳夫賞と同時受賞

制作意図: □手頃な価格が伝わるような、手に取りやすい、おいしそう
なデザインを目指しました。□女川のお母さんからのお裾分けをイ
メージして、温もりを感じるアメ色の紙袋にいれました。□一目で「た
こ」を使った商品とわかるよう、ゆらゆら揺れるたこ足をアクセントに
しました。□余計なコストを省くため、たこ足はシールではなく、紙袋
の展開図の一部になっています。□中は現状のプラ袋入りのままで対
応可能です。

審査評: 矢嶋さんの岡清「たこのやわらか煮」は、蛸の本体のカタチを
あえて表現せず、「た」を赤い大きな印象強い文字で「たこの旨み」をス
トラートに、野趣の味わいを表現した強いデザインでした。8本足と頭
の形が面白いタコを、あえてメインに使わない姿勢をさらに進めると、
このデザインの右半分だけで表現できたようにも思えます。(加藤
芳夫)



志間かれん 020 Karen Shima

神奈川／東京工芸大学／学生

1993年生まれ。福岡県出身。事情により美大進学を諦
め一般大学を目指し浪人するが、断念しきれず東京工
芸大学へ入学。現在はグラフィックデザインを中心に修
学中。

制作意図: 私がこの商品を食べた時に感じた「おいしい」という気持ち
を、シンプルにわかりやすく伝えようというコンセプトで制作しまし
た。ターゲットが「地方の食材にこだわる首都圏の主婦層」であるため、
やわらかな素材で作ったタコのシールを貼ることで女性向けの優しく
程よいシズル感と見た目のキャッチーさの向上を目指しています。また、
お土産として持ち運ぶ際に女性のお洒落を邪魔しない上品なパッケ
ージと手軽なサイズ感を意識し、しかし手頃な今の価格は変更したくな
いため紙素材にこだわりました。おしゃべりしながら楽しくこの商品を
共有していただけたらと思います。

審査評: タコの足をモチーフに使った作品が比較的多い中、この作品
は、一見グロテスクに見えるモチーフがきれいにデザインされており、
高級感さえ漂っています。キャッチコピーを伴う商品名もシンプルでわ
かりやすく、「女川産」という地域性を伝えるとともに、「やわらかさ」や
「おいしさ」を嫌味なく表現していると好評でした。



矢崎 花 021 Hana Yazaki

神奈川／東京藝術大学／学生

1994年生まれ、神奈川県出身。東京芸術大学デザイ
ン科3年在学中。

制作意図: たこは縁起物でもあるということから、紅白を基調にして商
品をつつみ、袋のなかにメッセージを添えることでご祝儀袋のような、
贈り物としても使えるパッケージを考えました。大きい方はそのまま
でも、小さい方はプレゼントに添えるようなサイズ感にしています。
また、地域性のある商品ならではのあたたかな雰囲気もお客様が手に
取りやすい要因だと感じたので、そういった雰囲気も伝えられるよう
に手触りのある包装紙と和紙を素材として採用し、実際に商品を食べ
たときにふわっと香るこの風味が印象的だったので、たこの足を大き
く描き、その他の情報をシンプルにすることで、商品棚に並んだ時にイ
ンパクトがありつつもすっきりとしたヴィジュアルを目指しました。

審査評: タコの実物を写真で見るとおいしそうにはなかなか見えない
ものですが、この作品は優しいタッチのイラストレーションでタコを柔
らかくおいしそうに表現していました。特に小さいサイズの方は短く切
られた足という独特の表現が効いており、のし袋のデザインを取り入
れた赤い紙の使い方も効果的です。食品であることを考慮して、袋の
一部に穴を開けて中身を見せるとさらによい、ギフトなら見せないほう
が奥ゆかしいと意見が分かれるポイントもありました。

優秀賞ノミネート

手わざ笹かまぼこ「希望」



菅原良太 022 Ryota Sugahara

東京／nakajima takahisa design／一般

グラフィックデザイナー。1984年生まれ、千葉県出身。
東京工芸大学卒業後、デザイン会社dishを経て、2013
年nakajima takahisa designに入社。現在に至る。

制作意図: 開上の海をイメージしてパッケージデザインをしました。開
上の伝統芸能である開上太鼓で、漁師が着るハレ着「万祝」の柄をモ
チーフにしています。商品名は開上太鼓から「鼓」を取り『笹鼓』にし
ました。職人の熟練した技、妥協しない姿勢は、食べた人が舌鼓を打つ
ような商品になると思い、命名しました。商品パッケージはシンボリッ
クなデザインにすることで競合商品との差別化、各商品(プレーン、チ
ーズ、牛タン)は色を変え、ギフトケースに入ったときに選別しやすくし
ました。宮城の名産といえばささ圭の笹かまぼこと言われるように、10
年20年といつまでも変わらぬ味、変わらぬデザインで定番のお土産に
なれればと思い制作しました。

審査評: まずは審査委員一同、「よくできている」「きれいな仕上がりで
優等生的作品」と手放しの評価。一方、「上品過ぎる」「百貨店のどこか
で見たことがある」「おとなしい」といった手厳しいコメントも出まし
た。高級感を訴求するという意味では「王道」と見えますが、本来商品
が表現したい「希望」というコンセプトはどこで表現されるのか。作り
手の思いを届ける工夫が求められることをあらためて実感させてくれ
た作品です。

優秀賞ノミネート

白石温麺食べくらベセット



釣瓶 昂右 023 Kousuke Tsurube
神奈川／多摩美術大学／学生

2013年多摩美術大学美術学部情報デザイン学科情報デザインコース入学。

制作意図:震災にも負けなかったこの商品は、日本を明るく元気にできるほどの力を持っていると信じています。堂々とした力強さと手に取りやすい親しみやすさをテーマとし、長い伝統に新しい風を吹き込めるよう意識しました。パッケージ本体の向きは横位置に変え、紙の風合いを活かし手造りの雰囲気伝えていきます。「希望」を感じとれる演出として、閉上の海から太陽が昇るビジュアルで、開くとそれが日の丸になる仕組みです。宮城閉上から、そして笹かまぼこから日本が元気になるように。

審査評:多数の作品が並ぶ中で「一番目立っている」というのが大半の審査委員の意見。「目立つ」ということは良い悪いもあり、「正直に作っている感じがする」「宮城県から日本を元気にしようというイメージがある」という肯定的な意見の一方、「キャンペーンっぽい」「手作りかまぼこのイメージはなくおいしそうに見えない」というコメントも。多くの課題を提供してくれました。



園田 稚彩 024 Chisa Sonoda
千葉／昭和女子大学／学生

1995年千葉県生まれ。2013年昭和女子大学環境デザイン学科プロダクトデザインコース入学。現在は伊藤研究室に在籍し、プロダクトデザインからグラフィックデザイン領域にかけて、幅広い分野を学んでいる。

制作意図:特徴的な麺の長さを強調するため、麺を立たせて、高さ約9cmとなるギフトボックスを作成した。また、麺を立たせることにより、既存の個包装パッケージを変えることなく新たなパッケージデザイン面をつくりだすことができた。そこに古い落款のような各社のロゴで統一感と古めかしさを出しながら種類の違いを判別できるようにした。

審査評:9種類の白石温麺束を一つの箱に収めるという制約条件の下、「よく考えて制作している」との意見が出たこの作品。麺束を箱の中で立たせて外箱のふたを開けた時にまるで朱印のように各社の紋がそろうところは、ギフトとして受け取ったお客様へのサプライズとなりそうです。

外箱表面の力強い「白石温麺」の文字もインパクトがあり、全体に白石市を代表する特産品を表現しようという意気込みが感じられました。

優秀賞ノミネート

コメユ



上平 稔人 025 Minoru Uehira
東京／株式会社ミノルデザイン／一般

1968年東京・浅草生まれ。2010年、株式会社ミノルデザイン設立。第58回毎日広告デザイン賞奨励賞、『Graphic Design in Japan 2008』ジェネラルグラフィックカテゴリー「This One!」、「おいしい東北パッケージデザイン展2014」ノミネート他。JAGDA正会員。

制作意図:外箱は、山形に連なる山のかたちをイメージしたデザインでカット。四角いピンが固定され、中から金色の光が箱の外にまで漏れ出す。商品イメージを強調するため全体に金色を基調とし、オイルが店頭に並んだ時点で見えるデザインを考えた。陳列されたときの効果も考え、バリエーションとして白い外箱も提案。ネーミングは「山形のコメユ」とした。ラベルも外箱イメージに合わせ、二つ折りにして内側に品質表示等を入れて対応する。

審査評:日本の著名な建築家が設計したモダンなビルを思い起こさせるような造形美。まずは瓶を覆う抜き型の包装資材が人目を引き、「キャッチーで面白い」と数名の審査委員からコメントが上がりました。食卓においても話題性抜群、おしゃれなデザインです。しかし、コメユに求められる遮光性(品質劣化防止のため)や印象に残る商品名の施し方などは、今ひとつ工夫が必要との助言がほとんどの審査委員から呈されました。



佐藤 健一 026 Kenichi Sato
山形／進和ラベル印刷株式会社／一般

1982年生まれ。山形県出身。東北芸術工科大学デザイン工学部環境デザイン学科卒業。東北電子専門学校マルチメディアクリエーター科卒業。2007年進和ラベル印刷株式会社入社。

制作意図:テーマは「自然の美味しさをあなたへ」。飾らずに素朴な自然の美味しさを届けるという想いを込めました。品名は「Rice Oil」にサブで「KOME-YOU」とし、あなたへ贈るという意味を込めコメユの「ユ」を「YOU」としました。材質を活かしシンプルに無彩色1色で構成。印刷コストも抑えています。下部には米粒の形の窓を設け米油の美しい黄金色が見えるようになってます。シンプルながらも自然の持つ生命力と動き、躍動感そして力強さを表しています。稲穂は指に墨をつけ描き手間や人の温もりを表現しています。売り場で並ぶと全体で一つの空間を作りだし稲の実った田んぼをイメージさせどこか懐かしい山形の原風景を連想させます。並べると絵柄が連動し2箱で1つの稲穂にもなります。また、三角箱は山々に囲まれた山形県天童市の地形もイメージ。瓶には米油が垂れる様子をロゴとして配置しました。**審査評:**参加企業の既存デザインは米油にもかかわらずオリーブ油に見えてしまう。この作品も「一見オリーブ油」に見えないこともない。しかし、外箱には稲わらや米粒のモチーフがモダンにあしらわれ、ボトル表面にも米粒が油の黄色がかかった透明な色に映えて表現されており、今はやりの「和モダン」を感じさせています。

優秀賞ノミネート

旨さの極みきゅうり



秋葉英雄 027 Hideo Akiba

東京/株式会社cocre/一般

花王株式会社で23年間、デザイナー、AD、CDを歴任し、化粧品、トイレタリー、飲料等のデザインを担当。2015年、プロダクトやパッケージから空間まで総合デザイン支援を目指し株式会社cocreを設立。

制作意図:究極の漬物を作るため、素材に始まり、熟成期間の長さや、こだわりの製法等、「贅」を尽くした製品であることの現れとして、漬物ではかつてないような高級感を目指した。PP袋を深い黒の紙で覆い、金の箔で「贅」の太鼓判を押した。「丸贅」というブランドマークをつくり、こだわりの商品シリーズとして今後の展開も可能である。表にはアイキャッチ効果もかね、素材の良さを伝える写真を用い、実際の漬物は裏の窓から確認ができる。

審査評:夏秋キュウリの産地という福島県須賀川産のキュウリをそのまま前面に提案、コンセプトが明解に伝わるデザインです。一方「シズル感がない」という意見も。参加企業は本事業で高級スーパーを販路として狙いたいということですが、スーパーで漬物を買うお客様は中身が見えるものを買うのではないかと、観光客の土産品にはいいが、高級ギフトにできるのか、といった販売戦略を考える上で課題を残した作品となりました。

優秀賞ノミネート

美郷雪華ルームフレグランス



畠山朋子 028 Tomoko Hatakeyama

宮城/株式会社畠山デザイン事務所/一般

グラフィックデザイナー/イラストレーター。1994年福島県生まれ。2014年日本デザイナー芸術学院仙台校卒業。同年、株式会社畠山デザイン事務所入社。

制作意図:パッケージの制作にあたり1人の架空の人物を設定した。名前はみさとさん。美郷町のラベンダー畑の丘の上に建つ家に住み、畑の管理と美郷雪華のフレグランスを作っている。全体のデザインはナチュラル志向の女性が好みそうなシンプルで上品なものに、外箱はみさとさんが住む家をテーマに制作し、紙は手触りが良く高級感のあるミセスBを使用した。商品ロゴは彼女の手書き文字の設定で制作。しおりにはラベンダーの丘を描き、商品の成り立ちを説明。「ある日偶然白いラベンダーを見つけたみさとさんは、そのラベンダーに美郷雪華と名付け、その香りをたくさんの人に伝えるためにフレグランスを作りました…」といったストーリーを商品に付与しパッケージで表現することで、広告でも統一感を持たせやすく、消費者にも印象に残る。キャラクターによって美郷町だけの強いオリジナリティを持たせることが狙い。**審査評:**参加企業自身から1票が投じられたこの作品。箱が家の形をしていることが「面白い」との意見がある一方、「売り場で積み重ねられない」「家型の箱は地方ではよく見かけ、かえって田舎っぽい」というコメントも出ました。高級感を出すため、箱そのものをもう少しスリムにしてはとの意見もあり、販売促進上の課題を残しました。



沖田颯亜 029 Soua Okida

東京/武蔵野美術大学/学生

武蔵野美術大学基礎デザイン学科在籍。ザ・B型。

制作意図:この商品の特徴である(白ラベンダー)に着目し、パッケージは白を基調としました。ナチュラル志向の女性をターゲットにしたいということだったので、手描きの白ラベンダーを使用し、自然由来の優しい印象を与え、100%原料由来成分で身体ともに癒されるということを伝える工夫をしました。また、フレグランスは、女性がリラックスする時に使うため、どんな香りなのかをパッケージをみて分かるように外装パッケージの表面のみ植物成分を記載しました。そして、どんな部屋にでも合うよう落ち着いた印象で清潔感のあるパッケージを目指しました。ロゴ展開では、ラベンダーの花の形を抽出し、そこに「美郷雪華」と置くことで、判子を連想させ美郷町のラベンダーであることを再認識させます。地元美郷町で、溶剤や水蒸気をいっさい使用せず作っていることが伝わるよう、最低限の要素でデザイン展開しました。

審査評:白1色でまとめられたデザインは非常に洗練され、対象商品をぐっと上質にランクアップしてくれると高く評価されました。一方で、「ルームフレグランスというよりアロマオイルのような印象」「紙管のふたを開けた時の処理が重々しく感じる」という指摘もありました。商品本来の機能を伝えることの大切さを教えてくれた作品です。

学生優秀賞



加藤瑠夏 030 Ruka Kato
東京/東京工芸大学/学生
2014年東京工芸大学芸術学部デザイン学科入学。

制作意図: 私が「たこのやわらか煮」のパッケージを制作するにあたって力を入れた点は、落ち着いた日本の赤と和柄で蛸を表現し、高級感をなくさず、棚に置いた時に目を惹くようなパッケージにしました。

審査評: 「タコの足に見えない」ながら、「おしゃれな作品」というのが審査委員の大方の意見です。白地に赤一色であしらったタコ足のモチーフは力強く、高級感もあり、かつ花柄のように見えるツボがきれいにあしらわれ、売り場に置けば人目を引くことは間違いなさそう、との評価でした。



志間かれん 020 Karen Shima
神奈川/東京工芸大学/学生 ※P.34
1993年生まれ。福岡県出身。事情により美大進学を諦め一般大学を目指し浪人するが、断念しきれず東京工芸大学へ入学。現在はグラフィックデザインを中心に修学中。



矢崎 花 021 Hana Yazaki
神奈川/東京藝術大学/学生 ※P.35
1994年生まれ、神奈川県出身。東京芸術大学デザイン科3年在学中。



釣瓶昂右 023 Kousuke Tsurube
神奈川/多摩美術大学/学生 ※P.36
2013年多摩美術大学美術学部情報デザイン学科情報デザインコース入学。



園田稚彩 024 Chisa Sonoda
千葉/昭和女子大学/学生 ※P.36
1995年千葉県生まれ。2013年昭和女子大学環境デザイン学科プロダクトデザインコース入学。現在は伊藤研究室に在籍し、プロダクトデザインからグラフィックデザイン領域にかけて、幅広い分野を学んでいる。



沖田颯亜 029 Soua Okida
東京/武蔵野美術大学/学生 ※P.39
武蔵野美術大学基礎デザイン学科在籍。ザ・B型。

梅原真賞

たこのやわらか煮



尾下勇平 031 Yuhei Oshita
岩手/盛岡情報ビジネス専門学校/学生
岩手県在住19歳。盛岡情報ビジネス専門学校デザイン科グラフィックデザインコース在籍。好きな物はシンプルな物と苺。嫌いな物は一般論と朝。趣味は人間観察。自分だけにしかわからないデザインをしない。

制作意図: 今回たこのやわらか煮で女川のタコをPRするというので、タコと女川、漁港、タコ飯の素をベースにパッケージを考えました。釜の中に女川の漁港を描きそれをタコが覗いているというイラストにしました。タコのやわらか煮を表現するために柔らかめのタッチにしました。釜の中に漁港を描いたのは、東日本大震災の再建に伴い「目の前に海がなければ」という理由で社屋をもとの場所に建てたからです。このパッケージで消費者が気軽に手に取れるようなものになればいいと思いました。

審査評: どうかんがえても「地元の人が作ったデザイン」ということがすぐわかります。安心して購入できない不安感がありますが、もうヒトフンバリすれば、その土地の個性ある、オリジナルな表現の商品になると思い、あえてピックアップしました。(梅原 真)

加藤芳夫賞

たこのやわらか煮



矢嶋大祐 019 Daisuke Yajima
東京/一般
1986年東京都出身。都立工芸高等学校デザイン科卒業。桑沢デザイン研究所ビジュアルデザイン専攻卒業。(株)エヌ・ジー入社。永井裕明に師事し、8年間在籍後、2016年、フリーランスでの活動を開始。JAGDA会員。
※優秀賞ノミネートと同時受賞

制作意図: □手頃な価格が伝わるような、手に取りやすい、おいしそうなデザインを目指しました。□女川のお母さんからのお裾分けをイメージして、温もりを感じるアメ色の紙袋にいれました。□一目で「たこ」を使った商品とわかるよう、ゆらゆら揺れるたこ足をアクセントにしました。□余計なコストを省くため、たこ足はシールではなく、紙袋の展開図の一部になっています。□中は現状のプラ袋入りのままで対応可能です。

審査評: 矢嶋さんの岡清「たこのやわらか煮」は、蛸の本体のカタチをあえて表現せず、「た」を赤い大きな印象強い文字で「たこの旨み」をストレートに、野趣の味わいを表現した強いデザインでした。8本足と頭の形が面白いタコを、あえてメインに使わない姿勢をさらに進めると、このデザインの右半分だけで表現できたようにも思えます。(加藤芳夫)

左合ひとみ賞

いか三升漬



宮下 浩 011 Hiroshi Miyashita

愛知／愛知産業大学／一般

愛知県立芸術大学大学院美術研究科デザイン専攻修了、デザインプロダクション、メーカー勤務を経て、現在、愛知産業大学造形学部デザイン学科准教授。JAGDA 会員。

※優秀賞ノミネートと同時受賞

制作意図: ラベルデザインの一新を優先課題にしたいということで現在使用されているポリ容器の利用を前提にしました。色は一色刷りでできる限りコストを抑え、かつ接着剤を一切使わず作業効率よく簡単にパッケージングできるように制作を進めました。両サイドの爪を折り込めば簡単に固定できるように設計しました。ネーミングはしょうゆ・麹・唐辛子を混ぜ合わせた三升という調味料に漬けてできている点と、今後のいか商品三種類のギフトセット販売展開も考慮し「いか三味」としました。色は商品の色を反映し、メインのビジュアルは青森八戸水揚げ量日本一の「するめいか」と漁場の「太平洋」を単純な形で表現しました。現在販売されているものは商品の写真を使ったラベルを貼っただけのものが大半で高級感に欠けるので、コストを抑えつつも高級感を感じてもらえるよう差別化を図りつつデザインしました。

審査評: 容器を包むほどよいバランスの掛け紙に、単純化されたイカと海のグラフィック。それらが醸し出すチャーミングな佇まいは、よくある海産物の加工品らしい顔つきではないだけに、ふだんの購買層でない人の心も動かしそうに思います。三種類の商品によるギフト提案も評価でき、少なくとも私は買い物かごに入れたいくなりました。(左合ひとみ)

畠山敏賞

白石温麺食べくらベセット



宮下 浩 032 Hiroshi Miyashita

愛知／愛知産業大学／一般

愛知県立芸術大学大学院美術研究科デザイン専攻修了、デザインプロダクション、メーカー勤務を経て、現在、愛知産業大学造形学部デザイン学科准教授。JAGDA 会員。

制作意図: ターゲットは40~70代の女性、そして中元・歳暮ギフト商品になることを前提に制作を進めました。パッケージの形態は商品の特徴である長さ9センチの3本入り9種類あることをデザイン展開の軸としました。外箱と中身のデザインはそれぞれにそのイメージを反映。商品名は「白石温麺」を使用し、ロゴデザインに関しては、「麺」の文字のつくりの部分で温麺の形状を使い商品をはかりやすく表現しました。7社+協同組合の計8社の統一感を持たせるためにそれぞれの頭文字を使用しました。外箱には頭文字のみ、中身には「白」の文字中央に頭文字をあしらった統一感を持たせました。外箱に商品(9センチの麺)に見立てた水引(使用しているのは梱包用資材)を使い商品の独自性を表現しました。多少小売価格は上がったとしてもターゲットやギフト展開を見据え全体の佇まいや色使いで高級感も大切にしました。

審査評: 最初にこの商品を見た時に思い浮かべたのは、常に目にしているパントンのカラーシステムでした。つまり、「色で魅せる、色で手に取る」です。白石市の主旨と白石和紙を想像させる白を基調とし、伝統を感じさせる色合いのグラデーションを黄金分割を活用してレイアウトしたことは主旨に添い、実に見事です。(畠山 敏)

福島治賞

花泉産ひとめぼれ



澤岡史織 033 Shiori Sawaoka

東京／凸版印刷株式会社／一般

2012年多摩美術大学グラフィックデザイン学科卒。同年、凸版印刷株式会社入社。アートディレクターとして、化粧品、医薬品、文具など幅広くセールスプロモーションを手掛ける。2013年JPM協会展金賞受賞。

制作意図: 岩手県の形が米粒形に見えるところに着目し、「米どころいわて」をアピールできるお土産として、このデザインを考えました。ヒアリングシートでの品質の良さや高級感を伝えたいという想いを受け、「大切な人に渡したくなるお土産」を目指しました。お米の白さ、美味しさなどの魅力をいちばん引き出してくれるのは華美な装飾に頼らない米袋の茶色だと思い、素朴な風合いの紙に金の箔を押して、上品な印象に仕上げました。バラ売り(3合)のスリムな形状も目を引きますが、3本入りの贈答箱は、開けた瞬間の日本列島のインパクトが新鮮です。商品名は「いわてのひとめぼれ♥」ですがスリーブの下にうっすらと隠れる文字は「いわてにひとめぼれ♥」。ご飯の美味しさに触れ、岩手を好きになってほしいという願いを込めました。ブランド化・今後のシリーズ展開を検討されているため、松勘商店様のロゴも作成いたしました。

審査評: 良いデザインには愛情が大切です。この商品にはお土産用のデザインを求められているので、受け取った人が特別なお米をいただいたと感じて欲しい。日本地図で一関市花泉町の場所にお米の形の穴が空いていて、中のお米がちらっと見える。1つでも3つセットでも機能する。実に細やかで愛情深く提案されているデザインに拍手! (福島 治)



入選作品

いか三升漬



034 阿部拓也 Takuya Abe/宮城/一般



037 渋谷 淳 Atsushi Shibuya/東京/一般



040 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



043 横山勇太 Yuta Yokoyama/青森/一般



046 齋藤瑞希 Mizuki Saito/北海道/学生



049 渡邊 桜 Sakura Watanabe/新潟/学生



035 小澤 博 Hiroshi Ozawa/東京/一般



038 中森浩二 Koji Nakamori/愛知/一般



041 山川真輝 Masaki Yamakawa/愛知/一般



044 岡部聖菜 Seina Okabe/岩手/学生



047 坂本爽夏 Sayaka Sakamoto/埼玉/学生



036 熊谷 真 Makoto Kumagai/宮城/一般



039 畠山幸恵 Yukie Hatakeyama/富山/一般



042 山下良子 Ryoko Yamashita/新潟/一般



045 鎌田花織 Kaoru Kamada/宮城/学生



048 中川百合 Yuri Nakagawa/東京/学生

入選作品

盛岡冷麺



050 今村彰宏 Akihiro Imamura/神奈川/一般



053 米森志郎 Shiro Yonemori/埼玉/一般



051 小木曾美季 Miki Ogiso/東京/一般



054 上澤一真 Kazuma Kamisawa/宮城/学生



052 高橋 裕 Yutaka Takahashi/宮城/一般



055 鈴木 宝 Takara Suzuki/岩手/学生

入選作品

しょうゆ糎



056 石田 司 Tsukasa Ishida/福島/一般



057 井上 徹 Toru Inoue/兵庫/一般



058 上平稔人 Minoru Uehira/東京/一般



059 梅原靖司 Yasushi Umehara/滋賀/一般



060 扇 早織 Saori Ohgi/東京/一般



061 太田亜希子 Akiko Ota/東京/一般



062 小野貴人 Takahito Ono/宮城/一般



063 カトウマサタカ Masataka Kato/北海道/一般



064 佐藤瑞佳 Mizuka Sato/宮城/一般



065 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



066 高柳ヤヨイ Yayoi Takayanagi/福岡/一般



067 竹村育貴 Naruki Takemura/岩手/一般



068 伊達成朗 Seirou Date/広島/一般



071 服部公貴 Koki Hattori/東京/一般



074 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



077 梅沢寧々 Nene Umezawa/東京/学生



080 小池慎太郎 Shintarou Koike/愛知/学生



083 塚田悠椰 Yuya Tsukada/東京/学生



069 千葉 静 Shizuka Chiba/宮城/一般



072 福島里奈 Rina Fukushima/東京/一般



075 森田総一郎 Soichiro Morita/東京/一般



078 加園悠衣 Yui Kasono/神奈川/学生



081 篠原なみ Nami Shinohara/東京/学生



084 塚本小雪 Koyuki Tsukamoto/東京/学生



070 畑矢尚香 Hisaka Hataya/三重/一般



073 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



076 矢嶋大祐 Daisuke Yajima/東京/一般



079 金子陽一 Yoichi Kaneko/神奈川/学生



082 鈴木善晃 Yoshiaki Suzuki/北海道/学生



085 中川百合 Yuri Nakagawa/東京/学生

入選作品

花泉産ひとめぼれ



086 秋山香代子 Kayoko Akiyama/東京/一般



089 大谷啓浩 Yoshihiro Ootani/東京/一般



092 佐野千敏 Chitoshi Sano/大阪/一般



095 永坂未帆 Miho Nagakari/東京/一般



098 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



101 山崎佳織 Kaori Yamasaki/長崎/一般



087 飛鳥馬加央里 Kaori Asuma/東京/一般



090 小川紗代 Kinuyo Ogawa/東京/一般



093 佐野祐介 Yusuke Sano/東京/一般



096 一二三莉沙 Risa Hifumi/東京/一般



099 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



102 岡田志歩 Shiho Okada/滋賀/学生



088 阿部仁美 Hitomi Abe/神奈川/一般



091 貝塚珠季 Tamaki Kaizuka/東京/一般



094 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



097 深田真美 Mami Fukada/大阪/一般



100 宮学 Manabu Miya/東京/一般



103 金子利栄 Toshie Kaneko/神奈川/学生

入選作品

たこのやわらか煮



104 上谷智華 Chika Kamiya/東京/学生



107 高橋 舞 Mai Takahashi/東京/学生



110 水谷京平 Kyohei Mizutani/東京/学生



113 秋葉英雄 Hideo Akiba/東京/一般



116 稲葉晴彦 Haruhiko Inaba/宮城/一般



119 熊谷明洋 Akihiro Kumagai/宮城/一般



105 語田ひろか Hiroka Goda/大阪/学生



108 平野結唯 Yui Hirano/宮城/学生



111 山口崇多 Agata Yamaguchi/東京/学生



114 浅井秀一 Shuichi Asai/奈良/一般



117 今村彰宏 Akihiro Imamura/神奈川/一般



120 佐藤 真 Makoto Sato/秋田/一般



106 須藤 幸 Yuki Suto/宮城/学生



109 松尾友梨子 Yuriko Matsuo/東京/学生



112 涌井 渚 Nagisa Wakui/新潟/学生



115 嵐川真次 Shinji Arashigawa/山口/一般



118 功刀舞乃 Maino Kunugi/東京/一般



121 菅田涼子 Ryoko Sugata/千葉/一般



122 高木武満 Takemitsu Takagi/東京/一般



125 徳田美香 Mika Tokuda/北海道/一般



128 藤田 司 Tsukasa Fujita/秋田/一般



131 渡辺みつお Mitsuo Watanabe/長野/一般



134 伊與田千奈 China Iyota/宮城/学生



137 西山 瑠 Ryu Nishiyama/東京/学生



123 高野茂樹 Shigeki Takano/東京/一般



126 豊泉奈々子 Nanako Toyoizumi/東京/一般



129 宮地英和 Hidekazu Miyaji/広島/一般



132 安瀬優貴名 Yukina Anse/東京/学生



135 岩崎敦葵 Atsuki Iwasaki/滋賀/学生



138 根本明穂 Akiho Nemoto/神奈川/学生



124 千田瑞恵 Mizue Chida/宮城/一般



127 服部公貴 Koki Hattori/東京/一般



130 和田龍弥・川久保 朋・秋庭汐里 Tatsuya Wada・Tomo Kawakubo・Shiori Akiniwa/東京/一般



133 池田朱里 Akari Ikeda/神奈川/学生



136 薄衣 蘭 Mayu Usugi/神奈川/学生



139 東 くるみ Kurumi Higashi/北海道/学生

入選作品

手わざ笹かまぼこ「希望」



140 堀越拓也 Takuya Horikoshi/山形/学生



143 山内菜朋加 Nahoka Yamauchi/山形/学生



144 上田舞乃 Maino Ueda/京都/一般



147 高橋潤子 Junko Takahashi/東京/一般



150 森田陽介・平野 睦
Yosuke Morita・Mutsushi Hirano/東京/一般



153 落合美都己 Mitsuki Ochiai/埼玉/学生



141 水田千尋 Chihiro Mizuta/北海道/学生



145 桐山理恵 Rie Kiriyaama/東京/一般



148 野々下 茜 Akane Nonoshita/福島/一般



151 山崎淳也 Junya Yamazaki/東京/一般



154 金子陽一 Yoichi Kaneko/神奈川/学生



142 目黒 彩 Aya Meguro/神奈川/学生



146 瀬田 亮 Ryo Seta/東京/一般



149 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



152 大槻ひかり Hikari Otsuki/宮城/学生



155 桑原加菜 Kana Kuwabara/東京/学生

入選作品

白石温麺食べくらべセット



156 島村英実加 Emika Shimamura/東京/学生



159 中村 涼 Ryo Nakamura/北海道/学生



162 宮澤香澄 Kasumi Miyazawa/神奈川/学生



164 入間川あや Aya Irimagawa/宮城/一般



167 笹井 茂・畠山朋子 Shigeru Sasai・Tomoko Hatakeyama/宮城/一般



170 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



157 釣瓶昂右 Kousuke Tsurube/神奈川/学生



160 楠木梨央 Rio Naraki/神奈川/学生



163 吉本沙弥香 Sayaka Yoshimoto/東京/学生



165 小木曾美季 Miki Ogiso/東京/一般



168 永嶋邦子 Kuniko Nagashima/東京/一般



171 山田高史 Takashi Yamada/東京/一般



158 中澤里佳 Rika Nakazawa/三重/学生



161 廣瀬りさ Risa Hirose/神奈川/学生



166 岸本直子 Naoko Kishimoto/大阪/一般



169 西澤由美子 Yumiko Nishizawa/宮城/一般



172 和田龍弥・川久保 朋・秋庭汐里 Tatsuya Wada・Tomo Kawakubo・Shiori Akiniwa/東京/一般

入選作品

コメーユ



173 佐藤菜摘 Natsumi Sato/宮城/学生



176 横野 結 Yui Makino/千葉/学生



177 秋葉英雄 Hideo Akiba/東京/一般



180 計盛政利 Masatoshi Kazumori/福岡/一般



183 佐藤瑞佳 Mizuka Sato/宮城/一般



186 立花幹也 Mikiya Tachibana/大阪/一般



174 信楽亜紀穂 Akiho Shinraku/神奈川/学生



178 李 佳英 Gayoung Lee/東京/一般



181 高祖麻子・金田悠里 Asako Koso・Yuri Canada/東京/一般



184 早苗優里 Yuri Sanae/北海道/一般



187 田中康子 Yasuko Tanaka/東京/一般



175 滝口亜美 Ami Takiguchi/千葉/学生



179 小川琴子 Kotoko Ogawa/東京/一般



182 後藤高紀 Takanori Goto/宮城/一般



185 芝田伸恵 Nobue Shibata/奈良/一般



188 永井裕明 Hiroaki Nagai/東京/一般

入選作品

旨さの極みぎょうり



189 野中義孝 Yoshitaka Nonaka/東京/一般



192 尾関 栞 Shiori Ozeki/愛知/学生



195 神山博紀 Hiroki Kamiyama/神奈川/学生



198 横野 結 Yui Makino/千葉/学生



200 阿曾健太郎 Kentaro Aso/福島/一般



203 宇野たまこ Tamako Uno/石川/一般



190 宮下 浩 Hiroshi Miyashita/愛知/一般



193 落合晴花 Haruka Ochiai/東京/学生



196 道傳裕紀 Yuki Doden/東京/学生



199 柳沢光太郎 Kotaro Yanagisawa/神奈川/学生



201 阿曾健太郎 Kentaro Aso/福島/一般



204 大串大介 Daisuke Ogushi/新潟/一般



191 山田高史 Takashi Yamada/東京/一般



194 尾焼津早織 Saori Oyaizu/神奈川/学生



197 藤森佳弥乃 Kayano Fujimori/東京/学生



202 井上智香子 Chikako Inoue/東京/一般



205 菅家悠斗 Yuto Kanke/東京/一般

入選作品

美郷雪華ルームフレグランス



206 佐藤 慎 Makoto Sato/宮城/一般



209 早川葉子 Yoko Hayakawa/三重/一般



212 中川百合 Yuri Nakagawa/東京/学生



214 荒明美香 Mika Araaki/福島/一般



217 貝塚珠季 Tamaki Kaizuka/東京/一般



220 村木貴久子 Kikuko Muraki/東京/一般



207 中西 唯・桑原麻理子 Yui Nakanishi・Mariko Kuwahara/千葉/一般



210 武道玲子 Reiko Budo/東京/一般



213 吉岡佑梨 Yuri Yoshioka/愛知/学生



215 今村彰宏 Akihiro Imamura/神奈川/一般



218 白石紗矢香 Sayaka Shiraishi/東京/一般



221 森 杏奈 Anna Mori/東京/一般



208 野本明日香 Asuka Nomoto/東京/一般



211 大川正子 Masako Okawa/滋賀/学生



216 上田舞乃 Maino Ueda/京都/一般



219 平川珠希 Tamaki Hirakawa/東京/一般



222 沖田颯亜 Soua Okida/東京/学生

受賞・入選者 連絡先一覧

※希望者のみ掲載(2016年2月3日現在) ※都道府県別/氏名五十音順



223 竹尾天輝子 Akiko Takeo/神奈川/学生



226 横野 結 Yui Makino/千葉/学生



224 多田晴菜 Haruna Tada/神奈川/学生



227 山崎涼歌 Suzuka Yamazaki/神奈川/学生



225 古屋美紗子 Misako Furuya/神奈川/学生

■ 北海道

カトウマサタカ 063
060-0033 札幌市中央区北3条
東2 中西ビル2F
ブルードッグ・グラフィック
Tel 011-222-9327
bluedog@jagda.org
http://www.bluedoggraphic.com/

齋藤瑞希 046
047-0046 小樽市赤岩1-15-2
東海大学
Tel 080-6073-6731
3bwd1114@mail.tokai-u.jp

中村 涼 159
063-0831 札幌市西区発寒11条
4-8-18
東海大学
Tel 080-1863-9552
reptile819@gmail.com

東 くるみ 139
004-0882 札幌市清田区平岡公
園東3-11-8
東海大学
Tel/Fax 011-885-0509
krm.pooH1129@gmail.com

■ 青森

横山勇太 043
030-0812 青森市堤町1-7-17
Atelier-Jon
Tel/Fax 017-752-1461
info@atelier-jon.com
http://atelier-jon.com/

■ 岩手

尾下勇平 031
020-0021 盛岡市中央通3-2-17
盛岡情報ビジネス専門学校
Tel 019-622-1500

o.yuhei1003@gmail.com
竹村育貴 067
020-0874 盛岡市南大通2-10-9
Tel 090-7334-9581
info@naruking.com
http://www.naruking.com/

■ 宮城

稲葉晴彦 004, 116
983-0013 仙台市宮城野区中野
字神明108
有限会社スマッシュ
Tel 022-254-8583
Fax 022-387-0753
h-inaba@smash-sendai.jp

小野貴人 062
983-0034 仙台市宮城野区扇町
7-4-20
高速シーバック株式会社
Tel 022-259-1931
Fax 022-259-1606
ono-ksp@siren.ocn.ne.jp

熊谷明洋 119
983-0034 仙台市宮城野区扇町
7-4-20
高速シーバック株式会社
Tel 022-259-1931
Fax 022-259-1606
a.kumagai-ksp@siren.ocn.ne.jp

熊谷 真 036
983-0034 仙台市宮城野区扇町
7-4-20
高速シーバック株式会社
Tel 022-259-1931
Fax 022-259-1606
kumagai-ksp@siren.ocn.ne.jp
http://kohsoku.com/groups/grouplist.php#top/

後藤高紀 182
後藤デザイン
Tel 090-9535-5013
goto_design@sweet.ocn.ne.jp

佐藤 慎 206
981-3296 仙台市泉区明通3-30
凸版印刷株式会社
Tel 022-377-5324
Fax 022-377-5205
makoto_2.sato@toppan.co.jp

佐藤瑞佳 064, 183
983-0034 仙台市宮城野区扇町
7-4-20
高速シーバック株式会社
Tel 022-259-1931
Fax 022-259-1606
kikaku-ksp@siren.ocn.ne.jp

高橋 裕 052
985-0851 多賀城市南宮字一里
塚25-12
タカハシユタカ・デザイン
Tel/Fax 022-707-7533
design@yutakatahashi.com

千田瑞恵 124
980-0014 仙台市青葉区本町
2-1-8 第一広瀬ビル2F
株式会社WXY
Tel 022-217-7350
Fax 022-217-7351
amano@wxy.co.jp
http://www.wxy.co.jp/

千葉 静 069
983-0034 仙台市宮城野区扇町
7-4-20
高速シーバック株式会社
Tel 022-259-1931
Fax 022-259-1606
s.chiba-ksp@galaxy.ocn.ne.jp

平野結唯 108
東北工業大学
s1321121@st.tohtech.ac.jp

■ 秋田

佐藤 真 120
010-0917 秋田市泉中央
6-4-27-201
株式会社ハッピーエンドデザイン
Tel 018-853-6992
Fax 018-853-6993
makoto.sato@happyenddesign.jp

藤田 司 128
010-0917 秋田市泉中央
6-4-27-201
株式会社ハッピーエンドデザイン
Tel 018-853-6992
Fax 018-853-6993
tsukasa.fujita@happyenddesign.jp

南澤 肇 040, 073, 074, 098,
099, 149, 170
010-1412 秋田市御所野下堤
1-12-5
有限会社ライト・スタッフ
Tel 018-839-4753
Fax 018-839-4726
right@hal21.jp
http://www.hal21.jp/right/

■ 山形

佐藤健一 026
999-3104 上山市蔵王の森10
進和ラベル印刷株式会社
Tel 023-672-7577
Fax 023-673-2019
info@shinwalabel.com

■ 千葉

中西 唯・桑原麻理子 207
274-8502 船橋市習志野
4-16-12

朋和産業株式会社
Tel 090-9373-8614
y-terai@howa-s.co.jp

■ 神奈川
阿部仁美 088
株式会社東光
ki.hel.design@gmail.com

■ 新潟
大串大介 204
950-2075 新潟市西区松海が丘
2-19-16
Tel 090-1504-6464
dai.ogushi@gmail.com
http://daisukeogushi.com/

山下良子 042
950-0973 新潟市中央区上近江
4-2-20 日生第2ビル2F
合同会社ファジカ
Tel 025-280-1052
Fax 025-280-1063
info@fagica.jp

涌井 渚 112
950-0872 新潟市東区牡丹山
4-10-32 コーポラス木戸108
長岡造形大学
Tel 025-369-4188
a143122@st.nagaoka-id.ac.jp

■ 東京
赤司夕香 012
141-0021 品川区上大崎3-1-1
JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

秋葉英雄 027, 113, 177
108-0023 港区芝浦
4-10-1-3316
株式会社cocre
Tel 070-5076-1511
Fax 03-5442-9494
akiba@cocre-inc.com
http://www.cocre-inc.com/

秋山香代子 086
154-0005 世田谷区三宿1-9-10
メゾンユキ101
grato grafica
Tel 03-3795-7437
info@gratografica.com
http://www.gratografica.com/

飛鳥馬加央里 087
112-8531 文京区水道1-3-3
凸版印刷株式会社
Tel 080-9887-1476
kaori.asuma@toppan.co.jp

上平稔人 017, 025, 058
102-0075 千代田区三番町7-13
三番町パークマンション205
株式会社ミノルデザイン
Tel/Fax 03-6272-9625
uehira@minorudesign.co.jp
http://www.minorudesign.co.jp/

遠藤教倫 + studio team 007
141-0021 品川区上大崎3-1-1
JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

扇 早織 060
o.saoring29@gmail.com

太田亜希子 061
141-0021 品川区上大崎3-1-1
JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

大谷啓浩 089
141-8640 品川区東五反田
2-18-1 大崎フォレストビルディング
東洋製罐グループホールディングス
株式会社
Tel 03-4514-2014
Fax 03-3280-8118
yoshihiro_ootani@tskg-hd.com
http://www.tskg-hd.com/

岡田恭平 013
112-8531 文京区水道1-3-3
凸版印刷株式会社
Tel 080-2352-4190
kyohei.okada@toppan.co.jp

小川紗代 090
バウ広告事務所
Tel 03-3568-6711
ogawa@bau-ad.co.jp

小木曾美季 051, 165
150-0001 渋谷区神宮前
4-14-13-206
inc.
Tel 03-6438-9622
ogi@inctokyo.com

沖田颯亜 029, 222
198-0051 青梅市友田町1-881-8
武蔵野美術大学
Tel 090-606-9215
soa.add13@gmail.com

落合晴花 193
東京造形大学
harukaochiai.00031@gmail.com

桐山理恵 145
150-0031 渋谷区桜丘町14-5
渋谷サニービル30F
有限会社桐山デザインスタジオ
Tel 03-5456-7140
rie@kiriyama.com

高祖麻子・金田悠里 181
150-0001 渋谷区神宮前6-18-1
クレインズパーク6F
シーズ広告制作会社
Tel 03-5118-4723
kouso@c-seas.co.jp

河野久美子 002
103-8233 中央区日本橋3-7-20
DICカラーデザイン株式会社
Tel 03-6733-5549
Fax 03-6733-5533
kumiko-kouno@dic-color.com
http://www.dic-color.com/

今野祐太朗 006
164-0012 中野区本町5-36-6
コーポセリーヌA 103
東京工芸大学
Tel 080-3329-7245
yuutarou-0302@i.softbank.jp

坂口あけみ 005
107-0052 港区赤坂7-2-6-508
アヤメグラフィック
Tel 03-5875-5273
Fax 03-5875-5365
sakaguchi@ayamegraphic.com
http://ayamegraphic.com/

佐野祐介 093
141-0021 品川区上大崎3-1-1

JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

澤岡史織 033
110-8560 台東区台東1-5-1 TIC
SP企画
凸版印刷株式会社
Tel 080-2352-4192
shiori.sawaoka@toppan.co.jp

柴田沙央里 008
info@saorishibata.com
http://saorishibata.com/

渋谷 淳 037
141-0021 品川区上大崎3-1-1
JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

志間かれん 020
168-0063 杉並区和泉4-47-23
藤井ビル406
東京工芸大学
Tel 080-4261-8008
koucha.ga.nigai@gmail.com

主演景子 003, 065, 094
114-0011 北区昭和町3-8-2
川口印刷工業株式会社
Tel 03-3894-0101
ke-co@kpj.co.jp
http://www.kpj.co.jp/

白石紗矢香 218
141-8640 品川区東五反田
2-18-1 大崎フォレストビルディング
東洋製罐グループホールディングス
株式会社
Tel 03-4514-2014
Fax 03-3280-8118
sayaka_shiraishi@tskg-hd.com
http://www.tskg-hd.com/

菅原良太 022
107-0062 港区南青山2-10-14
RESIDENCE BOIS 4F
nakajima takahisa design
Tel 03-6721-1821
sugahara@nt-design.jp

瀬田 亮 146
112-8531 文京区水道1-3-3
凸版印刷株式会社
Tel 03-5840-2981
ryo.seta@toppan.co.jp

高木武満 122
Tel 090-6508-8384
takagitakemitsu@gmail.com

高野茂樹 123
165-0021 中野区丸山2-28-5
第3メゾン篠崎303
ミルメ ラボラトリー
Tel 03-3330-8824
takano@milme-labo.com
http://www.milme-labo.com/

田中康子 187
104-0061 中央区銀座8-19-18
第3東栄ビル901
株式会社ポップコーン
Tel 03-3546-7361
Fax 03-3546-7362
tanaka@popcorn-inc.jp

野本明日香 208
112-8501 文京区小石川4-14-12
共同印刷株式会社
Tel 03-3817-2249
Fax 03-3817-2372
asuka_nomoto@kyodoprinting
.co.jp

服部公貴 071, 127
103-0015 中央区日本橋箱崎町
27-9
ミカ製版株式会社
Tel 03-3666-1262
k.hattori@mikaprepress.co.jp

一二三莉沙 096
112-8531 文京区水道1-3-3
凸版印刷株式会社
Tel 080-9887-1482
Fax 03-5840-1558
risa.hifumi@toppan.co.jp

平川珠希 219
167-0043 杉並区上荻4-26-10
Ark-1-201
LUFTKATZE design
Tel 03-6316-8812
info@luftkatze.com
http://tamakidesign.com/

福島(河合)里奈 072
Tel 090-5197-8131
t_1_2_3_4jp@yahoo.co.jp

藤森佳弥乃 197
191-0016 日野市神明1-17-17
グリーンヒルズ石坂302
東京造形大学
Tel 090-3574-8344
f.kayanonononono@gmail.com

武道玲子 210
141-0021 品川区上大崎3-1-1

JR東急目黒ビル
beacon communications k.k.
graphic studio
Tel 03-5437-7560
Fax 03-5437-7313
tokyo.studiopro@beaconcom.
co.jp

古屋友章 001
150-0001 渋谷区神宮前
2-19-11-605
フリーランス
Tel 090-9368-7046
furuya@shi-ft.jp

水谷京平 110
130-0026 墨田区両国3-18-2
カーサ水谷
多摩美術大学
Tel 090-7233-0673
some06021212@gmail.com

宮 学 100
112-8501 文京区小石川4-14-12
共同印刷株式会社
Tel 03-3817-2249
Fax 03-3817-2372
ma_miya@kyodoprinting.co.jp

森田陽介・平野 睦 150
141-8647 品川区東五反田
2-18-1 大崎フォレストビルディング
東洋製罐グループホールディングス
株式会社
Tel 03-4514-2014
Fax 03-3280-8118
yousuke_morita@tskg-hd.com
mutsushi_hirano@tskg-hd.com
http://www.tskg-hd.com/

矢嶋大祐 019, 076
107-0062 港区南青山
5-4-19-403(株式会社エヌ・ジー内)

yajimadaisuke.design@gmail.com
http://yajimadaisuke.com/

山口崇多 009, 111
東京藝術大学
agatayamaguchi@ybb.ne.jp

山田高史 171, 191
103-8233 中央区日本橋3-7-20
ディーアイシービル5F
DICカラーデザイン株式会社
Tel 03-6733-5549
Fax 03-6733-5533
takasi-yamada@dic-color.com
http://www.dic-color.com/

和田龍弥・川久保 朋・秋庭汐里
130, 172
150-0013 渋谷区恵比寿4-7-15
恵比寿コラージュ104
和田龍弥デザイン工房
Tel 03-5789-9343
Fax 03-5424-1477
info@wtdk.jp
http://www.wtdk.jp/

■ 富山
島山幸恵 039
933-0826 高岡市佐野1187
イセ株式会社 企画・デザイン課
Tel 0766-21-4600
Fax 0766-21-2956
design@isekabu.co.jp
http://www.isekabu.co.jp/

■ 石川
宇野たまこ 203
920-0862 金沢市芳斉1-7-20
パークサイト玉川501
UNO DESIGN STUDIO
Tel 076-234-2263
Fax 076-218-6077

unotama@cat.email.ne.jp

■ 愛知
尾関 栞 192
482-8555 岩倉市北島町川田1
愛知県立岩倉総合高等学校2年
Tel 0587-37-4141
Fax 0587-37-4599
http://www.iwakura-h.aichi-c.ed.jp/

中森浩二 038
460-0008 名古屋市中区栄
2-15-10 ESSE SAKAE 4D
TIPTOP
Tel 052-229-8445
Fax 052-229-8443
nakamori@tiptop.ne.jp
http://www.tiptop.ne.jp/

宮下 浩 011, 032, 190
444-0005 岡崎市岡町原山12-5
愛知産業大学
Tel 0564-48-4511
Fax 0564-48-7756
hiromiya@asu.ac.jp

山川真輝 041
461-0005 名古屋市東区東桜
2-13-9 板倉屋ビル5F
note design
Tel 052-508-8438
Fax 052-508-8439
note@info.email.ne.jp

■ 三重
中澤里佳 158
510-0263 鈴鹿市郡山町
2040-9
名古屋市立大学
Tel 090-1473-6737
licanakazawa@gmail.com

■ 滋賀
梅原靖司 059
520-0016 大津市比叡平
3-40-23
curious design
Tel 090-9674-5702
Fax 077-529-2629
umehara.yasushi0803@gmail.com

■ 大阪
岸本直子 166
542-0064 大阪市中央区上汐
2-6-13-503
デザインスタジオ スパイス
Tel 06-6766-3863
spice@taurus.zaq.jp
http://w-spice.wix.com/uema
chi/

佐野千敏 092
530-0041 大阪市北区天神橋2丁
目北1-21 八千代ビル東館8F K
サノデザイン
Tel/Fax 06-6357-6111
uonas@mist.ocn.ne.jp
http://uonas.com/

立花幹也 014, 186
530-0043 大阪市北区天満
1-18-19 アスベック天満橋503
イエロードッグスタジオ
Tel 06-6242-0072
Fax 06-6242-0073
tachibana@yellowdog.jp
http://www.yellowdog.jp/

深田真美 097
564-0043 吹田市南吹田5-18-2
株式会社シンギ
Tel 090-1351-4701
Fax 06-6338-2370
mami-fukada@shingi.co.jp

■ 奈良
浅井秀一 114
631-0041 奈良市学園大和町
2-80-3
GRINroot
Tel/Fax 0742-31-8206
grinroot-sa@zeus.eonet.ne.jp
http://grinroot.com/

芝田伸恵 185
noix design
http://noix-d.com/

■ 長崎
山崎佳織 101
854-0036 諫早市長野町1007-2
株式会社昭和堂
Tel 0957-22-6000
yamasaki@showado.co.jp

apprimo

黄金甘藷

食楽ポン酢

みちのく塩辛

サバだしラーメン

夕日の恋物語

枝豆シヨコラ

いしかわ牛ビーフシチュー

昨年度の実用化商品について

本章では、2014年度の優秀作品の実用化までの経過や現状をご紹介します。

本事業はパッケージデザインのコンペティションですが、優秀賞を受賞した作品は商品として実用化する、という点が大きな特徴です。そのため、審査をする側も、パッケージデザインとして見栄えがいいかというだけでなく、本当に実用化できるか？本当に商品が売れるようになるか？という視点でも審査を行っています。

しかし、いかに実用化を見据えた視点で審査をしているとはいえども、優秀賞の受賞作品がそのまま実用化されるわけではありません。

というのも、出品者は応募にあたり参加企業の事前ヒアリング資料と商品サンプルだけを頼りにデザインを提案しなければなりませんし（企業側の負担軽減のため、出品者は企業に直接問い合わせることはできません）、審査会での作品選考に際し、デザイナー審査委員が考える「売れるデザイン」と企業の考えが一致しない場合があるからです。

そこで、受賞作品を実用化するためには、受賞デザイナーが企業を実際に訪問して打ち合わせをし、審査委員のアドバイスや企業の要望をうまく取り入れながら、デザインを改善する作業が必要になります。コストや作業効率などを考慮しながら、パッケージの素材や形状、色などを調整し、より良いデザインに上げていくのです。

また、実用化にあたっては、専門家の支援を受けながら、意匠や商標に関する調査や、デザインにおける知的財産権や対価に関する契約の締結を行いました。

こうして、支援対象10商品のうち8商品が、実用化までの期間が短いもので3ヶ月、長いものだと1年以上をかけて実用化されました。残りの2商品に関しては、商品販売までのスケジュールや手続きの関係などにより、残念ながら実用化には至りませんでした。主催者の予想を超える多くの商品を実用化することができたのは、ひとえに企業側の主体的な努力とデザイナーによる柔軟な対応が背景にあったからに他なりません。

実用化された商品については、この後詳しく紹介をしていますので、ご参照ください。

apprimo[アプリモ]

デザイン：大谷啓浩（東京／東洋製罐グループホールディングス株式会社）
参加企業：タムラファーム株式会社（青森県弘前市）
<http://tamurafarm.jp/?p=408>



品質には絶対の信頼がある青森県産のりんごを用い、イタリア製の最新式製造ラインを導入してつくられる高級りんごジュース「apprimo」。高価格帯の商品であることから、その価値を見出してもらいやすい首都圏での販売を視野に入れています。そこで、それに見合う高級感と、青森の農場で育てたりんごという地域性や独自性を全面に打ち出したボトルデザインを、という思いからこの事業にエントリーされました。

授賞作品発表後は、ただちに商品化を進め、2015年4月に新パッケージでの販売が開始しました。デザインの実用化にあたっては、容量の変更、ボトル全体にプリントする技術の検討などいくつか課題もありましたが、新しいボトルデザインの高級感は、ギフトにもよいと高評価を得ています。

デザインを変更してからの販売実績は、弘前市内の観光売店800本、青森県内の観光売店（弘前市除く）500本、青森県内の百貨店300本、東北地区の量販店1,000本、その他にて400本（4～8月末合計）という状況で、収穫した醸造用のりんごは全て使い切り、追加注文等には対応できない状態とのこと。今回、優れたデザイナーと巡り会えたことで、デザインが販売に与える影響の大きさに気付いたという同社は、将来的に、他の商品のデザインを依頼することも頭頭に、新規商品の開発にも力を入れています。

なお、商品名の「apprimo アプリモ」は商標登録をしました（商標登録第5778706号）。また、「FOODEX JAPAN 2016」などの展示会に出展し、販促を実施しています。

おうごんかんしょ 黄金甘藷

デザイン：田川 晟（神奈川／東京藝術大学）
参加企業：有限会社ムカエあぐりらんど（岩手県一関市）
<https://sites.google.com/site/mukaeagriland/>



「黄金甘藷」は、減農薬栽培のサツマイモで作った、糖度57度以上とスイーツのような甘さをもつ干し芋です。これまで都心のアンテナショップや複合施設で販売してきましたが、今後の百貨店で販売に向けてパッケージを一新したいと考え、本事業への参加を決意しました。

デザイナーへの要望は、「百貨店での販売向けに、コストより高級感を重視し、気の利いた手土産として持っていけるデザインにしたい。」というものでした。優秀賞に選ばれたのは、和紙で丁寧に包んだ、まさにシンプルかつ高級感あふれる佇まいの作品で、百貨店向きであることが評価されました。

優秀賞作品では、中の真空加工も個包装にすることを提案しましたが、新たな機材の導入が必要になるため、そこは断念。以前と同様、数本まとめて真空包装したものを和紙で包むことにしました。一方、外装は、ほとんど受賞時のデザインを変更することなく、実用化することができました。

企業側では、デザイナーとのパッケージ開発を初めて経験したこともあり、コミュニケーションや調整に苦労したものの、そのかいあって、完成した新しいパッケージには「高級感が出た。有名老舗の高級羊羹に対抗できる。」という手応えを感じているとのこと。2015年12月に販売を開始し、全国の物産品を集めた東京・浅草の新しい複合施設にも出店しました。より一層のデザインクオリティの管理と、作業工程やコストの効率化への工夫により、ますます順調な販売数の増加が期待されます。

※写真は受賞時点

くら 食楽ポン酢

デザイン:平野達郎(東京/-trope.)
参加企業:株式会社浅沼醤油店(岩手県盛岡市)
<http://www.kurabiyori.jp/>



浅沼醤油店では、現在の消費動向をつかんだドレッシングや果実酢、エゴマ油など新しい商品を積極的に手がけています。一方、創業以来の伝統的な商品である、醤油、ポン酢、味噌などのパッケージは既存のデザインを踏襲してきました。この「食楽ポン酢」は、濃口醤油のほぼ半分の塩分(約8%)で、毎日使える調味料として既に定番商品として定着しているものですが、同店は、この商品で事業に参加し、印象に残るデザインを得たことで、「食楽ポン酢」だけではなく、味噌、醤油なども含めて、統一性のあるデザインを用いたブランドイメージの向上を図りたいと考えるに至りました。

地元マーケットから、首都圏の高級スーパーなどでも手にとってもらえることを目標とした販売戦略を検討されています。

そのため、現在はブランドイメージの再構築を目指し、じっくり時間をかけて販売時期等を調整中です。今回の受賞デザイナーの平野氏には、商品化を共に考えていただいており、毎月1回の打合せを行っているとのこと。盛岡の地域性や、同店の歴史、今後の販売計画などを共有するところから始め、既にほぼ1年にわたってじっくり打合せを重ねています。デザインの力を得た浅沼醤油店の新しい動きとして、ブランド全体像が発表される日も遠くはないようです。 ※写真は受賞時点

みちのく塩辛

デザイン:小野貴人(宮城/高速シーパック株式会社)
参加企業:株式会社八葉水産(宮城県気仙沼市)
<http://www.hachiyousuisan.jp/>八葉の商品紹介-1/



「みちのく塩辛」は、東北の沿岸で水揚げされたイカや青森県産リンゴ果汁などを使用した、甘みがあり食べやすい塩辛です。

同社からの(1)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、(2)百貨店で販売も狙ってみたい、という要望に応えた、スタンドパウチに1枚の紙を折ってできるイカ型のヘッダースリーブをかぶせた、インパクトのあるデザインが選ばれました。

実用化にあたっては、冷蔵販売に適したパッケージ素材の選定、製造コストの削減、発送・販売時の破損対策などに苦労しましたが、優秀賞受賞から約3ヶ月後の2015年3月に販売を開始することができました。

新デザインのパッケージは、以前より製造コストがかかるもの、お客様の反応が良く、展示会での引き合いが増加。その結果、東北内外を問わず百貨店、スーパーなど販路の拡大が実現し、量販店では毎月6,000個を販売する商品になりました。

また、量販店など日常用にはスタンドパウチのみ、百貨店などお土産向けにはヘッダースリーブ付きで販売するなど、売り場に合わせたパッケージと価格の設定で、コスト削減と在庫管理の無駄排除を実現しました。

ヘッダースリーブの組立作業は手間ですが、社内で行うことによって、商品に対する従業員の愛着が一層増すという効果もありました。また、販売数増加に伴い組立作業を外注したことで、地元で新たな雇用を創造することにもつながりました。

その後、同様のデザインコンセプトの新商品「みちのくめかぶ」を発売し、今後も「みちのくシリーズ」のさらなる充実を目指しています。清水社長は、「今の消費者ニーズに合った新商品の販売力を、デザインの力を借りてさらに高めていきたいと思っています。」と語ります。

サバだしラーメン

デザイン:桐山理恵(神奈川/有限会社桐山デザインスタジオ)
参加企業:山徳平塚水産株式会社(宮城県石巻市)
<http://yamatoku-h.com/>



石巻の特産品である三陸産サバを使ったサバだしを使用し、大きなサバの切り身が具として入っていることが特徴のラーメンで、保存性の高さから常温での販売が可能な商品です。特徴のある商品にもかかわらず透明のフードパックを使用していたため、商品としての魅力はいまひとつ。そこで今回の事業では、全体を完全に一新することを希望しました。包装資材は、耐久性とコスト面を重視しつつも、お土産に買ってもらえるようなものを期待してのエントリーでした。同社では、2015年12月に新デザインで販売を開始して以後、これまでに比べてパッケージにお客様の目が留まり、商品を手にとっていただける機会が増えてきていることを実感しているとのこと。

受賞作品のサバの身体の模様を模したプリントは非常にユニークで、商品の特徴も全面に出ており、デザイン的に他の商品と明らかな差別化ができました。当初は、生産量と包装材発注ロットとのバランスや印刷における技術的な対応など、問題も多く抱えていましたが、包材メーカーの協力でデザイナーのオリジナルデザインの再現に成功し、コスト面での問題も解決することができました。

「新商品のデザインを他社商品と差別化できるものにするこの重要性をこの事業で体験し、さらには、この事業で知り合った他産地のメーカーとのコラボ商品の開発なども今後手がけることになるなど、自社の新しいビジネス展開の良い起点になった。」と平塚社長は語ってくれました。 ※写真は受賞時点

夕日の恋物語(トマトとプラムワインゼリー)

デザイン:鈴木文士(宮城/株式会社島山デザイン事務所[当時])
参加企業:株式会社岩城(秋田県由利本庄市)
<http://amasagiwine.com/products/jamsweets.html>



この商品は、由利本庄市の特産品であるトマトとプラムワインを活用し、日本海の夕日をモチーフにして作られたものです。そこで、企業からの要望は、(1)地元産トマトとプラムを使い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すること、(2)ギフト向け商品として県外客をターゲットとすること、でした。優秀賞作品はそれらをうまく表現している点が評価されました。

実用化にあたっては、まず、同様の形状のパッケージが意匠登録されていないかを確認するため、知財総合支援窓口の担当者による意匠の先行技術調査が行われました。その結果、やや似ているものがあつたものの、問題はないと判断されました。次に、形状や技術的な面での検証が行われました。今回のパッケージは、ゼリーの入った半球型のプラスチック容器の一部を、穴の空いた厚紙で囲う形状です。運搬時や食べる際に、ゼリーの容器がズレたり取れたりしないよう、穴の大きさや位置を正確に計算して修正することと、限られた予算内で強度のある用紙を見つけることが求められました。

2015年4月10日から、地元の「ゆりプラザ」「道の駅」「天鷲村」で販売を開始しました(販売数:各200~300個/月)。パッケージデザインを新しくして良かった点は、目を引く商品になり、お客様が手に取ってくれるようになったことで、「リピーターが増えてきた」「まとも買いのお客様も増えてきた」「見栄えがよいのでちょっとした景品にする人もいる」ことを実感できるようになったことです。「味を知らないお客様に対してまずは手にとってもらい、商品に興味を持ってもらうためには、パッケージがいかに重要なのか改めて感じました。」と担当の佐々木氏は語ってくれました。 ※写真は受賞時点

枝豆ショコラ

デザイン: 田川 麗(神奈川/東京藝術大学)
参加企業: 有限会社グローバルアイ(山形県鶴岡市)
http://www.globaleye-yamagata.jp/



枝豆ショコラは、庄内地方の特産品である「だだ茶豆」を、素材が持つ香りや甘みを逃がさないようフリーズドライにし、ホワイトチョコレートでコーティングした商品。企業から出されたデザイン要望は、地域性よりも「だだ茶豆」のおいしさを強調したいというものでした。優秀賞作品は、かわい過ぎず、クール過ぎず、中性的なデザインを目指したところが、商品のターゲットとコンセプトを的確に捉えていること、また「袋を折り返す」という包装材の使い方も秀逸」という評価を受け、実用化することとなりました。

しかし、実用化にあたっては、その袋を折り返すという形状が思わぬ問題点となりました。というのも、袋状のパッケージでは輸送時に強度が足りず、商品が傷付きやすくなってしまいうためです。そこで、受賞デザインのイメージを極力変えないような形状の箱型のパッケージを採用することになりました。また、内容量も、当初の1袋入りから2袋入りに倍増したため、パッケージのサイズやバランスも調整を繰り返しました。当初の案から素材や形状は若干変更したものの、デザインコンセプトを大きく変えることなく実用化することができました。

こうして完成した新しいパッケージデザインは、2015年12月の販売前に展示会に出展したところ、企業側も驚くほど反応が良く、新規業種の担当者や商談することができました。現在、東北地方のサービスエリアを中心に、毎月1,000個ペースで売れています。

「パッケージデザインの重要性を再確認することができました。デザインだけでなく、容器も含め、見せ方を考えることの重要性を実感しました。」と担当の伊藤氏は語ってくれました。 ※写真は受賞時点

いしかわ牛ビーフシチュー

デザイン: 小松有佳(大阪/株式会社クレオ)
参加機関: 石川地方農業振興協議会(あぶくま石川農業協同組合)[現・JA夢みなみ]
http://www.ja-yumeminami.or.jp



「いしかわ牛ビーフシチュー」は、国産米肥料を与えるなど石川郡こだわりの方法により飼育をした、「いしかわ牛」(A3~A5ランク)を使ったビーフシチューです。しかしながら「いしかわ牛」自体の認知度が低く、地元での消費量も少ないのが悩みのタネでした。

そこで協議会から出されたデザイン要望は、(1)首都圏での販売を目指したい、(2)「いしかわ牛」を広く周知したい、という2点でした。優秀賞には、シンプルかつインパクトのあるデザインでナショナルブランドの商品との差別化を図るとともに、「いしかわ牛」の良さを伝えることをコンセプトにした作品が選ばれました。

実用化にあたっては、審査委員のアドバイスを取り入れて、パッケージ表面のキャッチコピーを一部修正し、「いしかわ牛」の特徴である「お米で育てた」点を強調しました。また、「いしかわ牛」をより知ってもらうために、箱の裏面に「いしかわ牛」のコラムや動画QRコードなどを記載しました。さらに、「味噌カレー」「ストログノフ」のシリーズ商品のパッケージも同時にリデザインするなど、協議会ではこの事業に参加したことをきっかけとして、「いしかわ牛」のブランディングを推進しました。

2015年7月に販売を開始した「いしかわ牛ビーフシチュー」は、以前のパッケージに比べ、デザインがシンプルで分かりやすく、手に取ってもら回数が多くなったことから、現在、あぶくま石川農業協同組合(現・JA夢みなみ)の直売所である「JAあぶくま安心館」では毎月約200個を売り上げています。統一したパッケージで「いしかわ牛」のブランドイメージ作りをさらに進めることで、認知度の向上と販路の開拓にますます拍車がかかることが期待されます。 ※写真は受賞時点

「おいしい東北パッケージデザイン展2015」開催の流れ

- 2015年
- 3月 東北経済産業局「平成27年度TOHOKUデザイン創造・活用支援事業」入札公告
 - 5月 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 東北6県より、支援対象企業等(デザイン対象商品)を募集
 - 8月 応募22社(青森2、岩手5、宮城9、秋田1、山形3、福島2)から参加企業等10社(青森1、岩手3、宮城3、秋田1、山形1、福島1)のデザイン対象10商品を決定
 - 9~10月 全国のプロのデザイナー・学生を対象にデザイン案を募集
応募総数:569名(一般215名/学生354名)/702点(一般322点/学生380点)
 - 11月 審査会において受賞・入選作品を決定
入選総数:192名(一般114名/学生78名)/227点(一般141点/学生86点)
 - 11~12月 「おいしい東北パッケージデザイン展2015」開催(仙台市)
 - 12月 「おいしい東北パッケージデザイン展2015フォーラム・表彰式・交流会」開催(仙台市)
 - 12月~順次 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マッチングや準備等が整い次第、新たなパッケージデザインで商品を発売
- 2016年
- 3~4月 「おいしい東北パッケージデザイン展2015 in Tokyo」開催(東京都港区)

東北経済産業局 平成27年度 TOHOKU デザイン創造・活用支援事業
デザインの創造・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2015」
- 会期: 2015年11月27日(金)~12月1日(火)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)
 - 主催: 東北経済産業局
 - 共催: 公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)
 - 後援: 東北農政局、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、仙台市、独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北本部、一般社団法人

東北経済連合会、公益社団法人日本パッケージデザイン協会(JPDA)、日刊工業新聞社東北・北海道総局、河北新報社、NHK仙台放送局、仙台放送、東北放送、KHB東日本放送、宮城テレビ放送
展示数: 227点(優秀賞10点[グランプリ1点含む]、優秀賞ノミネート19点[うち7点は他賞と重複]、学生優秀賞6点、審査委員賞5点、入選194点)
入場者: 計545名
広報物デザイン: 星 昌宏 会場構成: 福田秀之

- 「おいしい東北パッケージデザイン展2015」
- フォーラム・表彰式・交流会
 - 日時: 2015年12月1日(火)
13:00-16:30 フォーラム/16:45-17:30 表彰式/18:00-19:30 交流会
 - 会場: ホテル法華クラブ仙台「ハーモニーホール」
(宮城県仙台市青葉区本町2-11-30)
 - フォーラム内容:
 - (1)基調講演「地域におけるデザインの役割について」
山崎 亮(コミュニティデザイナー/studio-L代表/東北芸術工科大学教授[コミュニティデザイン学科長])
 - (2)昨年度の実用化事例報告
清水敏也(八葉水産)
 - (3)パネルディスカッション「『売れる商品』に育て、東北産品!~東北の加工品には『ここ』が足りない?~」
梅原 真(デザイナー/審査委員)、武藤成昭(日本百貨店協会コーディネーター・藤崎百貨店OB)、地主裕太(マルヌシ/参加企業)
 - 司会(2、3): 三輪宏子(FMS総合研究所)
 - 参加者: フォーラム 163名/表彰式 117名/交流会 80名
 - 主催・共催・広報物デザイン: 仙台展と同じ

- 「おいしい東北パッケージデザイン展2015 in Tokyo」
- 会期: 2016年3月9日(水)~4月17日(日)11:00-19:00 会期中無休
 - 会場: 東京ミッドタウン・デザインハブ
(東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー5F)
 - 主催: 東京ミッドタウン・デザインハブ
 - 企画・運営: 東北経済産業局、公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)
 - 後援: 公益社団法人日本パッケージデザイン協会(JPDA)
 - 展示数・広報物デザイン・会場構成: 仙台展と同じ

日本グラフィックデザイナー協会について

日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA/ジャグダ)は、全国に約3,000名の会員数を誇るアジア最大級のデザイン団体です。年鑑の発行、展覧会やシンポジウムの開催、デザイン教育、公共デザインや地域振興への取り組み、デザインの権利保護や国際交流など、日本のグラフィックデザインの発展とコミュニケーション環境の質的向上のために、さまざまな公益活動を行っています。また、東北地域には120名以上の会員が在籍し、県や地域単位でも活発に活動しています。

2011年3月の東日本大震災の発生を受け、JAGDAでは、グラフィックデザイナーの視点による『東日本大震災記録集』を発行しました。被災3県(岩手、宮城、福島)の会員が自身の体験や各地の被災状況などを視覚的に伝える資料として編集し、会員のみならず、全国の図書館や美術館、海外の日本文化紹介機関などへも配布しました。

そして、同年秋から3年にわたり、東北復興支援のチャリティ展「やさしいハンカチ展」を実施しました。

■JAGDA東北復興支援チャリティ やさしいハンカチ展

「Part 1」は、全国の会員デザイナーが東北の子どもたちへ励ましの気持ちを込めたハンカチ(586種)をデザインし、全国で展示・販売。その収益で、7,332枚のハンカチを岩手・宮城・福島の小中学生にプレゼントしました。

■JAGDAやさしいハンカチ展 Part 2

「Part 2」では、同3県の小学生232名が描いた絵をもとに会員がハンカチをデザイン。全国の百貨店などで販売した収益500万円を4つの小学校へお届けし、鼓笛隊の復活や災害時に目印となる町ごとのフラッグなど、地域や学校、家族のために役立つ使い道を、絵を描いた子どもたち自身が考え、その実現までをサポートしました。

■JAGDAやさしいハンカチ展 Part 3

被災地からのことばのハンカチ展

「Part 3」では、同3県で復興商店街に関わる方々よりお寄せ頂いた「ことば」を会員がハンカチ(362種)にしました。町のにぎわいや地域のつながりを取り戻すべく尽力されている方々の「ことば」を伝えることで、全国の方が改めて被災地へと想いを寄せるきっかけとなることを願い、全国で展示・販売。収益236万円を4つの協力商店街へお届けしました。

このような取り組みを経て、次の段階としてはグラフィックデザインの力によって東北地域の経済の活性化を支援したいと考え、東北経済産業局より「おいしい東北パッケージデザイン展」を受託しました。2014年度に続き、今回が2回目の開催となります。

2016年3月25日発行

編集:公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)、株式会社FMS総合研究所

デザイン:福島 治、阿部 至(表紙ヴィジュアル:星 昌宏)

印刷・製本:株式会社プレシーズ

発行者:東北経済産業局 地域経済部 産業技術課 特許室
980-8403 仙台市青葉区本町3-3-1 仙台合同庁舎(B棟)

Tel 022-221-4819 Fax 022-265-2349

tokkyo-chizai@meti.go.jp <http://www.tohoku.meti.go.jp/>

© 2016 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

