

東北の10商品 実用化・商品化のパッケージ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 2016**



# おいしい東北パッケージデザイン展 2016

## 参加企業等・対象商品



「イカメンチ揚げ」  
青森：(株)丸石沼田商店



「伊達茶(煎茶・玄米茶)」  
宮城：(株)矢部園茶舗



「南部せんべい詰め合わせ」  
岩手：(有)志賀煎餅



「プレミアム生もろこし(金粉入り)」  
秋田：(株)唐土庵いさみや



「ポケットドライ ライス(ポケドラ)(仮)」  
岩手：(株)水沢米菓



「サクランボパスタ」  
山形：(有)玉谷製麺所



「酪農家の手作りヨーグルト」  
宮城：(株)ゼルコバドリーム



「ハーブ酒(仮)」  
福島：笹正宗酒造(株)



「漁師赤間謹製 しおがまの藻塩」  
宮城の香り藻塩9種類  
宮城：(株)シーフーズあかま



「純つばき油」  
宮城：椿屋本舗(同)

## 「おいしい東北パッケージデザイン展2016」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を提供する企業・団体等がたくさんあります。しかしながら、その魅力や価値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商品の魅力をより強く発信するため、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。展示会場には、623点も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、計214点が並びました。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の要望、各作品のデザインコンセプトも併せて展示しました。

この取り組みは2014年に始まり、今年度で3回目の開催となります。食品のみを対象とした1年目から、昨年度より日用品が加わり、今回はさらに酒類も加わりました。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・販売元の企業およびデザイナーとともに、実用化・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。

2017年3月  
東北経済産業局

## 審査委員・総評



加藤芳夫 Yoshio Kato

※審査委員長  
公益社団法人日本パッケージデザイン協会 理事長 クリエイティブディレクター

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式会社食品事業本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ペ・イベントアワード 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：私たちの生活の中には、商品という形にパッケージされたモノたちがたくさんあります。ヒトが生きるのに必要な食べ物、飲み物などを包み、生活に役に立つような存在にする仕事パッケージデザインです。生産、流通、購入と使用、廃棄、再生までの、サイクルの全てを考え、統合しながら、多くの人々に共感力のある表現をすることが大切です。今回で3回目となる“おいしい東北パッケージデザイン展2016”で選ばれた、すばらしい提案が、日本と東北の人々と社会の元気につながられたら、嬉しく思います。皆様の多くのご協力に、感謝いたします。ありがとうございました。



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。

総評：パッケージデザインは、デザインされた「そのもの」がカゴに入らなければなりません。つまり「そのもの」が「レジ」を通過するかどうか？の使命をうけています。情報を発するデザインという視点で良くて「買いたい」商品になっていなければ意味がありません。そういう意味で「もうひとつのデザイン」の視点が重要なのだと思います。「グラフィック」ではなく「パッケージ」の意味を考える機会を「おいしい東北パッケージデザイン展」はあたえてくれたのではないかと思います。



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、パルコ広告制作局等を経て現職。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」、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」と新ブランド「古今果」、香川県小豆島の「オリーブの森」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。大阪芸術大学短期大学部客員教授。

総評：3回目となった今回は、どういうデザインがよいのかより明らかになり、過去の受賞者の中から何名かの受賞リピーターも登場。商品の本質を魅力的に伝える表現力はもちろんのこと、優れたデザインには「誰に対して？」という問いに対する明快な答えがありました。特にグランプリ受賞の「ポケット ドライ ライス」は、購入した人が得られる体験への想像力により、展開の可能性が大きく広がると確信しています。今回の受賞作をあわせて実用化商品たちが東北復興に役立っていくことを願うとともに、他の地域でもデザインによる地域活性の参考事例となれば幸いに思います。



日原広一 Hirokazu Hihara

宮城大学 事業構想学部デザイン情報学科 教授

金沢美術工芸大学工業デザイン専攻科卒業後、ソニー株式会社、サントリー株式会社、米国GE社(ゼネラル・エレクトリック社)等のプロダクトデザイン部門、宣伝事業本部パッケージデザイン制作部門等を経て現職。金沢美術工芸大学デザインマーケティング非常勤講師。商品デザイン制作件数多数。研究テーマは統計を用いたデザインプロセス開発。著書に『芸術的商品開発力』(明日香出版社 2004/06)。

総評：ネット上においては安直なクラウドソーシングが横行する昨今、権威あるディレクションを有する本マッチングシステムが意義深いものと評価されていることは、衰えのない応募総数、そしてそれらの完成度の高さが証明してくれていました。本コンペの「持ち味」は、デザイナーとクライアント、そして両者をとりもつコーディネーターとが三位一体であることです。審査の中で、その関係を上手に動かしているのが、互いにむけられた「信用」なのだと感じました。今回によって商品化されるデザインが、その信用を輪にし、新しい価値を創出してくれますことを信じております。



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求、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、カンヌ広告フェスティバル・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：デザインの価値とはなんでしょう。3回にわたる「おいしい東北パッケージデザイン展」からは、ヒット商品が続々と生まれています。これまでのデザインの評価は、新しさや作家性に対して与えられることが普通でしたが、デザインは問題解決型の職業です。地域の豊かさを伝え、残していくためにはデザインの力が必要です。作家性だけでなく、効き目のあるデザインがデザインの可能性を広げてくれることを望みます。このプロジェクトから、さらにヒット商品が生まれ、地域に喜ばれ、社会からもっともっとデザインが必要とされることを願います。

### ◎ 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：対象商品や参加企業についての情報が限られている中で、参加企業の要望に沿うよう、デザイナーの皆さんが考え抜かれた回答が様々なデザインで表現されており、審査にあたっては、毎回頭が下がる思いとともに、驚きやワクワクがあります。また、2年連続で優秀賞を受賞された方もおりましたが、継続してご応募をいただいているデザイナーの方々がいてくださることを大変嬉しく思います。参加企業の方からは、昨年同様、審査時における各審査委員の方々のコメントの中に多くの気づきがあったとの声を多く伺いました。

### ◎ 参加企業等審査委員

※自社商品のみ審査(肩書きは当時)

#### 沼田祐寛

株式会社丸石沼田商店 常務取締役

#### 足立るみ子

有限会社志賀煎餅 取締役 総務部長

#### 秋山光輝

株式会社水沢米菓 企画開発室長

#### 嶋田 優

株式会社ゼルコバドリーム 製造販売部

#### 赤間俊介

株式会社シーフーズあかま 代表取締役

#### 矢部 亨

株式会社矢部園茶舗 代表取締役

#### 佐藤憲嗣

株式会社唐土庵いさみや 取締役 社長室長

#### 玉谷貴子

有限会社玉谷製麺所 取締役 営業部長

#### 岩田恒典

笹正宗酒造株式会社 代表取締役

#### 小野寺栄喜

椿屋本舗合同会社 代表

## 「おいしい東北パッケージデザイン展2016」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623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・奨励賞およ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、通し番号および応募部門名のみを記載し、応募者の氏名およ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、同時に審査。

□各商品の審査前に、審査委員は、各企業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、得票数の多い作品を集めて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(5~6点程度)を、優秀賞候補作品に選出。

□優秀賞候補作品の中から、ディスカッションと投票により、優秀賞1点を選出。また、優秀賞に及ばないものの実用化の候補となり得る作品として、奨励賞を2~3点選出。

□各商品の優秀賞10点の中から、デザイナー5名および東北経済産業局1名のディスカッションにより、グランプリ1点を選出。

[その他の賞および入選の選出]

□「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以外の6名の審査委員が審査を行い、5点を選出。

□「審査委員賞」:全入選作品(ただし、優秀賞およ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214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、経済産業局およ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 イカメンチ揚げ	16	30	46	10	9	19	41%
② 南部せんべい詰め合わせ	12	31	43	7	15	22	51%
③ ポケット ドライ ライス(ボケドラ)(飯)	23	36	59	11	8	19	32%
④ 酪農家の手作りヨーグルト	36	37	73	12	6	18	25%
⑤ 漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類	26	27	53	15	11	26	49%
⑥ 伊達茶(煎茶・玄米茶)	22	62	84	9	13	22	26%
⑦ プレミアム生もち(金粉入り)	13	21	34	9	9	18	53%
⑧ サクランボ pasta	28	57	85	7	12	19	22%
⑨ ハーブ酒(飯)	50	—	50	22	—	22	44%
⑩ 純つばき油	34	62	96	14	15	29	30%
合計	260	363	623	116	98	214	34%



受賞・入選作品



グランプリ

優秀賞

奨励賞

学生優秀賞

審査委員賞

入選

## ポケット ドライ ライス(ポケドラ)(仮)

株式会社水沢米菓

### ■生地から作り上げる本物の煎餅

水沢米菓は1951年に岩手県奥州市で創業、米どころ岩手の地で、1963年には煎餅製造の前処理加工を行う米菓生地製造を開始した。手広く取引先を広げるうち、1986年には米菓の委託製造を受けるようになる。同時に、自社ブランド煎餅「せんや」の製造販売を始めている。

原料となる米の扱いはもちろん、煎餅生地の製造にも自信がある。事務所内に設けた店舗には朝からひっきりなしに地元客が慣れ親しんだ煎餅の味を求めてやってくる。薄焼きタイプの煎餅は米の味を感じて食感もよく、「やめられない」味だ。

やがて2011年3月に発生した東日本大震災は水沢米菓にあるきっかけを与えることになる。長年手がけてきた米菓生地製造の技術を応用し、被災地向けにアルファ化米の開発に着手、その製造量が増加したことである。現在はアルファ化米の委託製造にも応える一方、具と米と一緒にレトルト化した牛丼など自社ブランド化にも取り組み始めている。

### ■もっとお米を！

企画開発室長の秋山光輝氏はアルファ化米の開発と販売を一手に任されている。

「被災地やキャンプ地のように本格的なキッチン環境がなくても簡単に作れるというアルファ化米の特徴はそのまま、手間ひまかけられないという現代の主婦層にも容易に受け入れられると思うし、何より実は岩手県産のおいしい米を使っているからね、防災用というだけでなく、手軽においしい米をもっと食べてもらえるようにしたいんですよ」と参加理由を説明する秋山氏は、日本人の米の消費量が年々減少していることを危惧しているひとり。



「手間をかけずおいしい米が食べられる」？ このコンセプト、まさにこれからの日本人の食生活にぴったりはまりそうではないか。

### ■一挙に広がる販路とは

審査会ではほぼ満場一致で優秀賞作品が決まった。形状やサイズ、シンプルな白と黒の色合い、商品特性と用途が明確に訴求されたイラストレーションと文字、思わず審査委員からは売ってほしい販路の固有名詞まで飛び出した。水沢米菓が目指すターゲット、調理に時間をかけずにおいしいものを作りたいという主婦層はもちろん、アウトドア好きな人、今後ますます増えると想定される単身世帯、そして海外から日本を訪れる観光客にも訴求できそうだ。米穀店ではない店舗、例えば雑貨店やアウトドアショップ、空港の売店に置いてあっても全然おかしくない。米の売り方を変えてしまうかもしれないグランプリ作品、店舗に並ぶ日が待ちどおしい。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：炊飯器いらずの簡単調理(電子レンジ、鍋なら5分、お湯に浸して15~20分)・長期保存がきき、軽量という特性を持つ画期的なお米。

◎デザインに関する要望：コンパクトでシンプル、手軽に持ち運びができ、わくわくするような楽しいデザイン。使い方のイメージが広がりそうなデザインを希望。

株式会社水沢米菓  
岩手県奥州市胆沢区小山字下笹森52-1  
Tel 0197-47-1111  
Fax 0197-47-0011  
<http://www.senya1008.com>

## グランプリ(岩手県知事賞)

制作意図：アウトドア、非常食、海外へのお土産、この3つのポイントを軸にデザインしました。20代~40代のアウトドア好きをメインターゲットに、販売する場所は食料品店や百貨店などよりもアウトドア用品店や東急ハンズなどの雑貨店、セレクトショップなどに置かれることを想定しています。また炊飯の経験が少ない人でも手軽においしいご飯を食べることができるこの商品は、外国人観光客のお土産としての需要も期待できます。立方体の形状は、非常食として備蓄するニーズをふまえ、省スペース、衝撃への強度、安定性を考慮しています。また箱の一面を使い、ポケットライスを使ったアイデアレシピの提案や食べ方の解説など、面ごとに異なる内容の情報をわかりやすく記載することも可能です。老若男女、国を問わず、手にとっていただけるパッケージデザインを目指しました。



菅 渉宇 001

Sho Suga  
東京  
スガデザイン/だいふく  
一般

武蔵野美術大学デザイン情報学科卒。株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメントを経て、2011年独立。展覧会やイベントのビジュアル、書籍やCD、パッケージ、ウェブ、GUIなどの分野で活動。

審査評：受賞作品のコンセプトは、「アウトドア・非常食・海外へのお土産」という3つのキーワード。このコンセプトが見事に表現されていると審査委員全員が高く評価しました。手にも収まるサイズのキューブタイプの箱は、「ポケットライス」という対象商品の特徴をダイレクトに伝えているとともに、表面にデザインされているお釜や稲穂のアイコンが、おいしそうなお米の味を思い起こさせます。また、小さな表面積の中にしっかりと使い方を記載したことにより、アウトドアで

役に立ちそうであると機能面でも好感が持たれました。

容量についても、高齢者社会が進み、単身世帯が増加していることにマッチしているとともに、「思わずお土産にしたい」「海外からの旅行客が買って帰りそう」と、新たなジャンルへの挑戦を感じさせるコメントが出ました。東急ハンズのような雑貨専門店への販路訴求も期待できそうです。あらゆる角度からアルファ化米の新しい販売方法への提案が感じられる魅力的な作品でした。



## イカメンチ揚げ

株式会社丸石沼田商店

### ■されどちくわ

丸石沼田商店は大正7(1918)年に現在の青森市に創業した。実に100年近い歴史を誇る、地元でも有数の水産加工会社である。陸奥湾はアブラツノザメが豊富に水揚げされること、近隣の八甲田山からの雪解け水は「天然の冷凍庫」と言われるほどの冷温で原材料保存が可能だったことが手伝い、焼きちくわの大量生産が実現した。

加えて御影石の石臼と桜材の木杵で原料をすりあげる伝統製法「石臼搗り」により魚肉繊維のキメが細くなり、独特のもっちり感が出る。県内はもちろん、今や全国にファン層が広がった。「たかがちくわ、されどちくわ」と思わず膝を叩きたくなる。



### ■津軽の「おふくろの味」

そんな丸石沼田商店が今回、対象商品としたのは「イカメンチ揚げ」。日本一のイカの水揚げ量を誇る青森県ならではの商品名だと思うとともに、揚げたてがなんともおいしそうである。実はこのイカメンチ揚げ、津軽地方の郷土料理。各家庭で作り方は少しずつ異なるが、基本は小麦粉と人参、ゴボウ、そして必ずイカを入れて適度な大きさに丸めて油で揚げたもの。これをヒントに同社では小麦粉の代わりに得意の水産練り物を混ぜて揚げ、県内の量販店や飲食店などへ業務用総菜として卸していた。それを観光土産として、市販しようという目論見だ。そうなる、観光客の目にとまる印象的なパッケージデザインをということで、本事業に参加を表明した。



### ■イカメンチで新境地

沼田祐寛常務は創業家の後継者だが、以前は東京で公認会計士をしていたという。水産加工業に従事するのは初めてであり、

工場での業務ははじめ、当初は戸惑うことばかりだったそうである。後継ぎとして由緒ある焼きちくわの伝統を守りたい一方、消費者の水産品離れが進む昨今「このままではいけない」と感じる中、イカメンチ揚げで突破口が見いだせるかもしれないという思いもあった。

審査会では他社商品の審査にも熱心に耳を傾けた。なぜこの作品が良いか、悪いか、審査員の評価を聞くと納得がいく。販売促進の参考にもなった。そして受賞作品のユーモアたっぷりなイカの表情には文句なく目を奪われた。これなら観光客も目をとめてくれる。他の作品に目移りする余地はなかった。

残念なことにイカは昨年後半から不漁が続いており、原料コスト上昇に歯止めがきかない。これは実用化に向けた頭の痛い現実だ。「青森土産と言えばイカメンチ揚げ」と言われる日が来ることを願い、若き後継者は自然の脅威にも向き合っている。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：地元でとれたイカ(主にゲソ)、人参、ゴボウなどを水産練り物に混ぜ込んで油で揚げた郷土料理。酒の肴にもお茶請けにもなる津軽地方のファーストフード。

◎デザインに関する要望：冷蔵品のため、包装資材は結露に耐えられるもの。観光客が思わず手にとり、買いたくなるようなユニークなデザインを希望。

株式会社丸石沼田商店  
青森県青森市青柳2-12-10  
Tel 050-3785-3945  
Fax 017-775-2656  
<http://www.m-numata.jp>

## 優秀賞(青森県知事賞)

制作意図:「イカメンチ揚げ」は、青森県民であれば誰もが知っている青森のソウルフードです。そのことを強く訴求するために、イカのイラストレーションや切り文字風のタイポグラフィを使って、親和性がありつつもインパクトのあるビジュアルにしました。デザインは4種類作り、イカの表情やセリフ、キャッチコピーをそれぞれ変え、店頭で並んだときに購買者の興味を引き、思わず手に取りたくなるような仕掛けとなっています。商品価格が安価なため、パッケージは2色(赤+黒)印刷とし、コストを抑えています。地元らしさ・手作り感を出すために、クラフト紙に印刷します。青森の手軽なお土産品として親しまれる存在となってもらえるようなデザインにしました。



阿部拓也 002

Takuya Abe  
宮城  
凸版印刷株式会社  
一般

1982年秋田県生まれ。専門学校日本デザイナー芸術学院仙台校卒業。現在、凸版印刷株式会社東日本事業本部にてアートディレクターとして勤務。JAGDA東北ブロック代表運営委員。

審査評:イカメンチ揚げが入った透明袋のヘッダーに描かれた表情豊かなイカのキャラクターがバツと目に飛び込んでくるパッケージ。異なる表情が4種類あるのも楽しく、シリーズ化への展開も期待できそうです。イカメンチ揚げという商品知らない人でもイカの表情に目を奪われ、「かわいい」と思わず手に取りたくなる点が高く評価されました。インパクトのあるヘッダーを付けながら、コスト面での考慮もされています。冷蔵商品で

あるイカメンチ揚げは、多くの観光客に向けて青森名物としての認知度を上げるためにも、中身を見せることは必須条件。透明袋を使用しつつ、ヘッダーでコンセプトや特徴を的確に表現するという、制作者のこまやかな配慮が感じられ、「実現性が高い」点でも好評でした。イカメンチ揚げということもあり、「メンチを切っているなど、もう少し表情にバリエーションがあってもよいのでは」と、数名の審査委員から参考意見が出ました。





## 南部せんべい詰め合わせ

有限会社志賀煎餅

### ■修学旅行みやげとして

東日本に住んでいる中高年層で南部せんべいを知らない人はいないだろう。修学旅行で東北に行った方なら、お土産に買ったことも思い出せよう。岩手県の特産菓子と言えば一も二もなく南部せんべいを思い浮かべる人が多いだろう。

南部せんべいの由来は諸説あるが、概ね、八戸南部氏が藩主家であった旧八戸藩地域伝承の焼成煎餅が、その領地であった青森と岩手にまたがる幅広い地域で古くから親しまれてきた、ということらしい。煎餅という米菓子のイメージが強いかもしれないが、実は小麦粉を水で練って円形の型で焼くというのが日本古来の煎餅作りであり、これが東北北部で踏襲されているのである。白せんべいと言われるプレーンなもの、ゴマ、落花生を加えて焼いたものが最もポピュラーだが、最近ではイカやかぼちゃ、りんご、納豆など味付けを施した多数のバリエーションを楽しむこともできる。

### ■二戸市は南部せんべいの里

青森県境ということもあり、二戸市は南部せんべい製造業者が少なくない。また「南部せんべいのおばあちゃん」として名高い巖手屋創業者の小松シキは、青森の奉公先で覚えた南部せんべいを製造販売する店を二戸市で興し、地元ではシンボリック的存在になっている。

志賀煎餅は昭和初期に二戸市に創業して現在5代目という南部せんべい製造業者。競合が多くしのぎを削る中で、同社のモットーは「地場産の南部小麦を100%使い、味付けもできる限り地元産のものを使うこと。体に良いものをお届けし、郷土の味を、食べる喜びを味わってほしい」と南部せんべい作りに取り組んできた。



### ■若い世代の土産品に

伝統の味、地域の味を守りつつ、悩みのタネであったのは、購買層の高年齢化。それは同時に、購買数が年々減少していくことを意味している。加えて、どこの煎餅屋のパッケージも似たり寄ったり、地方の持つ素朴さを伝えるつもりがいつのまにか「田舎くさい」イメージになっていた。これでは質の高いものをこだわって作ったとしても、その思いが伝わらない。そんな危機感から、若い観光客が思わず手にとりたくなるようなパッケージデザインへの刷新を考えていた。

受賞作品は素材を描いたカラフルなイラストレーションが審査会でひととき目を引いた。立方体の箱もプラスチック製の袋でまとめて売る従来のイメージと異なり、おしゃれである。観光客のみならず、思わず若い女性客が足を止めそうなデザイン。経営者である足立社長夫妻の頭の中では今年度からの新たな販売促進策が着々と形を取り始めているところである。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：南部小麦を100%使用し、ゴマ、胡桃、落花生、イカ、りんご等、地産地消の原料を加えた16枚入りギフトセット。

◎デザインに関する要望：丁寧なモノづくりにこだわってきた企業のイメージを生かし、ワンランク上の高級感を出し、若い女性も購入するようなイメージ刷新を希望。

有限会社志賀煎餅  
岩手県二戸市堀野字長瀬57-1  
Tel 0195-23-4231  
Fax 0195-23-4689  
<http://www.nanbusenbei.com>

## 優秀賞(東北経済連合会長賞)

制作意図：商品のアピールポイントである「南部小麦100%使用」を小麦のシルエットと組み合わせて図案化し、シンプルなデザインにすることで、商品の特徴を分かりやすく表現しました。内袋は、イラストレーションと素材をイメージした色の面積を大きく扱うことで、視覚から種類の違いを分かりやすく表現。イラストレーションを手描き風にすることで古くて新しい、素朴で上品な南部せんべいをイメージして制作しました。外箱はキューブ型風の形でコンパクトにし、お土産として取り回しのよいサイズに。また、内袋と同じ手描き風イラストレーションで素朴さと上品さを表現し、イラストレーションをランダムに配置することで詰め合わせのバラエティー感とにぎやかさを出し、ターゲットである若い世代に向けたデザインを目指しました。

審査評：岩手県のお土産品として名高い南部せんべい。現在売られている商品のパッケージは、残念ながらどこも似たようなものばかり。購入者も圧倒的に中高年層が多く、参加企業は、なんとかもっと若いお客様に購入いただけるようなデザインはないか、と希望されていました。

受賞作品は、若い女性や主婦層が思わずお土産にしたいと手にとりたくなるようなデザインである点が、多くの審査委員から高く評価されました。立方体の箱というのは、今ま

でない特徴です。また、箱にはリンゴやナッツ、イカなど、南部せんべいの味の種類が、ポップなイラストレーションで表現されており、これまでにない南部せんべいのあり方を提案しています。カラフルなイラストレーションが描かれた箱は、食べ終わった後も捨てるのはもったいないと思うお客様がいるかもしれません。受賞デザイナーは岩手県出身とのことですが、子供の頃から親しんだ南部せんべいへの思いが作品に昇華されたのかもしれない。



高橋純也 003  
Junya Takahashi  
岩手  
ネモグラフィック  
一般

岩手県生まれ。デザイナー。複数のデザイン事務所を経て独立。JAGDA会員。

## 酪農家の手作りヨーグルト

株式会社ゼルコバドリーム

### ■牛も作り手もまろやか

牛がいい。牛舎を見て、まず実感。人を恐れたりいじけたりする様子が一切ない。のんびりとした穏やかな丸い目。人懐こささえ感じさせる、来訪者(侵入者?)への興味津々な「どや顔」。加えて驚いたことに、いろいろな牛舎を巡った中で、乳牛でこれだけ体格のよい牛にはお目にかかったことがない。微笑みながら少し恥ずかしそうに「ここに来られた方に必ず言われます。たぶん、ストレスがないからじゃないかな……」と答えるのは、対象商品の製造販売を一人で手掛ける嶋田優さん。

後方にそびえる蔵王連峰の麓、会社のシンボルであるケヤキの木(英語で「ゼルコバ」)を含む豊かな緑に囲まれ、すがすがしい青空と空気という環境こそがおいしい生乳づくりの基本かと改めて納得である。

### ■ヨーグルト嫌いな人もファンに

恵まれた環境は言うまでもないが、ゼルコバドリームでは「トータルカウコンフォート」という乳牛の快適性を最優先とする飼養管理を行っている。きれいな水に飼料、ふかふかの寝わらという生活環境を与えることで乳質に良い影響を与えている。

またこうした良質な生乳に最適な乳酸菌を1年かけて選定し、試行錯誤を繰り返した結果、低温長時間発酵によるヨーグルト製造にたどり着いた。ふわっとした濃厚な食感、酸味が控えめでまろやかな食べやすい味、実は事務所に設置した店舗に買いに来るお客様のほとんどはリピーター客で、「ヨーグルトが苦手」という人までが「これなら食べられる」とファンになってしまったとか。ヨーグルト作りのコンセプトは「牛の顔、人の顔が見える製品作り」だが、このヨーグルトをひとくち食べると、まさに牛柄、人柄



の良さがじわじわと五臓六腑に染みわたる、ぜひお試しあれ。

### ■ゼルコバの夢は広がる

現在は1日200個程度のヨーグルトを嶋田さんが一人で製造販売しているため、遠くに住むお客様の要望にはなかなか応えられない。パッケージデザインを変えることで、県内の高級百貨店のイベント販売などに来店する機会を増やしたいこと、またデザインコンセプトを一体化させ、今ある店舗横にフランスの田園風景のようなカフェを併設し、観光客にその場でヨーグルトを提供できるようにしたいなど、流通拡大を生産量の拡大に結びつけたいと考えている。蔵王町の観光拠点にもしていきたいと夢は膨らむ。既にイベント販売ではあっと間に完売してしまった実績もあるというから、嶋田さんの夢、ゼルコバドリームは十分に実現可能な夢である。この夢の実現が蔵王町を豊かにしてくれることを願いたい。優しい牛に温かい作り手の笑顔、蔵王町によく似合う。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性: 健康な乳牛のしぼりたての生乳を使ったまろやかな味と食感のヨーグルト。新鮮な生乳だからこそ可能な風味は蔵王山麓で育まれたもの。  
◎デザインに関する要望: 中身の品質の良さが一目で伝わるようなデザイン。かつ思わず手に取りたくなるような蔵王山麓のイメージを表現してほしい。

株式会社ゼルコバドリーム  
宮城県刈田郡蔵王町小村崎原東7  
Tel 0224-22-7033  
Fax 0224-33-3909  
<http://www.zelkova-dream.jp>

## 優秀賞(東北農政局長賞)

制作意図: 商品名は社名が伝わり、今後のストーリー展開へつなげるように「ゼルコバの森の手作りヨーグルト」としました。コビーは、新鮮な生乳からできたヨーグルトのシズルと、牛が育った背景から「蔵王の雪のような口どけ」とし、商品の特徴を強調しました。蔵王という地名は、商品購入のきっかけになり、ブルガリアのヨーグルトのような、ブランド力と豊かな自然と商品のマッチングが味への期待にもつながると考え、表現を変え使用しています。デザインは、南仏のタイルや布、食器などで用いられる緑と黄の2色。陶器のタイルのイメージで、ケヤキの木と葉、草原の草花、蔵王を連想する雪の結晶、牛とて牧歌的風景を表し、ギフトなどで、受け取って嬉しくなるデザインを目指しました。また、ギフト箱のふたと箱裏の牛の模様を、遊び心でハートマークにしました。企業理念の「牛の顔、人の顔が見える製品作り」というコンセプトから、牛への愛情と讃美を表現しました。



主演景子 004  
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。岩手県盛岡市生まれ。公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)会員。2015年おいしい東北パッケージデザイン展優秀賞受賞。

審査評: 参加企業のある蔵王山麓は緑豊かな土地。受賞作品は、美しい自然に恵まれた環境をほうふつとさせる「素直なデザイン」であり、土地柄を明確に伝える「きれいでもわかりやすいデザイン」でもあると、ほとんどの審査委員から高い評価を得ました。今すぐ首都圏の高級百貨店の食品売場に持ち込んでも十分受け入れられると、絶賛する審査委員もいました。これまでネット販売以外では、自社店舗お

び農協の直売所など、地元の限られた店舗での販売のみでしたが、審査委員の方々の力強いコメントを受け、参加企業は百貨店への提案も視野に入れて販売戦略を検討したいとのこと。受賞作品が企業を触発する結果となりました。課題はヨーグルト容器の天面が少し寂しいこと。アイコンである牛やケヤキのマークを入れたシールを貼るなどで、さらに魅力的な商品に仕上がりそうです。



## 漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類

株式会社シーフーズあかま

### ■塩竈の塩

日本の地名というのは奥深い。塩竈市という地名も「名は体を表す」そのままに、「塩づくり」を由来とする。古くは縄文時代から、松島湾を望むこの地では盛んに製塩が行われてきたという。市内の御釜神社では今も「藻塩焼神事」(かまどで炊いた藻塩を祭神にお供えする行事)が毎年続いている。塩と共に歴史を刻んできた港町なのだ。

わけても藻塩は塩土老翁神(しおつちおじのかみ)が塩竈市に伝えたと言われる手法にならない製塩されている。塩竈沖の潮水を海藻で濾してかまどに乗せた平釜でじっくり炊き上げる。時間も手間もかかるが、雑味がなくまろやかな味わいは、調理塩として使うにはもったいないほど。例えば日本一の水揚げ量を誇る塩竈の本マグロの刺身に一振り、マグロの風味を壊さず、調味料を超えた美味さと主張を感じるはず。

### ■若大将、走る!

事業参加を決めたシーフーズあかまの赤間俊介さんは2016年2月に社長に就任したばかり。まだ30代半ばと若いですが、明日の塩竈市を牽引する地元の期待の星である。

戦後、南方から引き上げてきた祖父は故郷松島で海苔の養殖業を興し、2代目である父は初めて昆布・わかめの養殖に成功するなど、代々、海藻専門の「漁師赤間」として歩んできた。従来は商品にならなかったアカモク(別名ギバサ)を食感のよいヘルシーな総菜として提案し、宮城県民の食卓に定着させてきたのも赤間親子である。

赤間若社長の毎日は目まぐるしくてかっこいい。時期になれば漁師としてまだ暗い早朝から海に出る。工場では若い従業員を激励し、販路開拓のため日本全国を飛び回る。フェイスブックを通じて業種の異なる友



人知人から商品開発の新たなヒントを探る。エネルギーに行動する3代目・漁師赤間は伝統の塩竈も愛してやまないが、「新しい塩竈」の担い手でもある。

### ■食卓に香り藻塩を

参加を決めたのは、赤間社長自らが開発に当たった「しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩」である。丁寧に炊き上げた藻塩に、宮城県産の果実やハーブで香り付けをした全部で9種類の商品。単品で販売もするが、全9種類をギフトセットにもしたいというちょっと難しいリクエストに応えようと30点以上の応募があった。受賞作品は香りの種類が一目でわかるレリーフが施された白箱にそれぞれの瓶を収めたもの。ギフトとして贈られたら、まずはテーブルにきれいにセッティングしたいと思わせるデザインだった。あの料理にはこの香り塩と、想像力を働かせつつ、若き経営者が挑む「未来の塩竈」に思いをはせたい。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性:塩は海水とアカモクで作られ、全品無着色無香料。プレーンタイプから、宮城県産の藻塩、抹茶、柚子など全部で9種類の香りが楽しめる藻塩セット。

◎デザインに関する要望:既存の容量(30g)を半分程度にして、買いやすい価格にしたい。気軽に食卓で香りと料理を楽しんでもらえるようなデザインを希望。

株式会社シーフーズあかま

宮城県塩竈市藤倉2-14-14

Tel 022-362-5653

Fax 022-362-5654

<http://www.kaisounomori.jp/>

## 優秀賞(東北経済産業局長賞)

制作意図:20代~40代の女性をターゲットにしたシンプルできれいめなデザインにしました。テーマは「素材を生かすデザイン」です。全体的なパッケージを、各種類の塩の色を引き立たせるために白を基調としたデザインにし、塩の繊細な味を正面の切り抜きで表現しました。抜いた部分は各種類の特徴的な食材をイメージし、中の小瓶のラベルの色を見せるようにしました。箱の角を丸くすることで女性らしく柔らかな印象を与えます。そして各種類を表す色をデザインし、塩の結晶をイメージして全体を見た時にちらりと見えるかわいらしさをデザインしました。「海と里を繋ぐ香り塩」というキャッチコピーを見た人に印象付けるため、正面にシンプルに文字のみを配置しました。中の小瓶には、海をイメージさせるように水彩で各種類の色を表現しました。本品を10~15gで買いやすく使いやすくしたい、ということで1つずつを手軽なサイズでデザインしました。



山内 涉 005

Ayumi Yamauchi

宮城

専門学校 日本デザイナー

芸術学院仙台校

学生

1996年生まれの宮城県仙沼市出身。現在は日本デザイナー芸術学院仙台校に在学。グラフィックデザインを中心に各分野に挑戦中です。

審査評:対象商品は単品ではなく、9種類の香り付けをした藻塩のセット。単品でもセットでも販売できるパッケージデザインを希望されている参加企業の意図をうまく表現している応募作品もあり、審査委員からも意見が多数出て、絞り込みは難航しました。

結果、9種類の香り付けを、箱の切抜きとイラストレーションで効果的に表現しており、ギフトとして受け取る人には嬉しいセッ

トになるだろうとの理由で、最終的に本作品が優秀賞に決まりました。

今後の課題としては、塩竈の商品であることを強調する必要があること、現状の瓶の容量では販売価格が上がるため瓶を小さくすること、外箱のコストを下げるためスリーブで処理すること、などが挙げられました。実用化に向けて、参加企業とデザイナーが一丸となり、これまでにない藻塩セットに仕上げられていくことが楽しみです。



## 伊達茶(煎茶・玄米茶)

株式会社矢部園茶舗

### ■日本最北限のお茶の産地

矢部園茶舗は70数年前、静岡から宮城県塩竈市に渡り、製茶販売を始めた。そして宮城県北部にある桃生(ものう)地区の茶農家たちと共に「日本最北限のお茶の産地」を育ててきた。

その歴史は1300年前にもさかのぼる。当時、仙台藩主であった伊達政宗は千利休から茶道を学び、心酔したことから、藩内に茶畑を作るよう命じたものの、気候、風土ともに相性が悪く、なかなか根付かなかったが、江戸時代を通じて試行錯誤を重ねられたという。この茶の話は実話として、2016年にヒットした「殿、利息でござる」という邦画作品で紹介されている。

### ■煎茶一杯のひとときに姿勢を正して

矢部園茶舗代表取締役の矢部亨さんに出会った人は絶対に彼を忘れない。作務衣姿に下駄という風貌や声はもちろん、「最北限のお茶」や「うまい煎茶の入れ方」などを熱く語る姿は強烈な印象を残す。毎日、意識せずに飲んでいる煎茶やほうじ茶をあらためて自分でもちゃんと入れてみよう、と思いつく。「日本人として一服の美味しいお茶をいただける至福、感謝の気持ちを後世に伝えていきたい」という矢部さんの声がどこからか聞こえてくる。姿勢を正して入れ直したお茶は確かにおいしい。

今回、対象商品となった伊達茶はまさに最北限のお茶の産地、桃生地区でとれた煎茶、そして玄米茶には東松島産の「かぐや姫」という品種米をブレンドしている。間違いなく、伊達政宗の魂が残る宮城県(伊達藩)産のお茶だ。その思いを伝えたいと、知り合いの書家に頼んで筆文字による商品名ロゴも完成させた。今後はこの筆文字ロゴを入れた伊達茶を主役に最北限のお茶の販



売戦略に拍車をかけるという。

### ■伊達藩のお茶文化を後世に

製茶販売業を営む一方、実は矢部さんは東日本大震災後、塩竈市の復興事業をライフワークと精力的に活動している。震災前から人口流出に歯止めがきかない状況の改善も含め、元旦には県内で最も参拝客を集める塩竈神社の門前町として、あるいはかつて仙台北部の花街として栄えた場所として、塩竈に賑わいを取り戻し、若い人が未来を託せる町にしたいと全国を駆け巡っている。折から2017年は伊達政宗生誕450年の年。いろいろな催しが企画されている中、改めて政宗の茶道文化を「最北限のお茶」を通じて日本全国に、そして和食ブームとなっている世界へ向けて、ここ塩竈から発信されることを期待しよう。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性: 自社農園である桃生産の煎茶とその煎茶を東松島産「かぐや姫」米とブレンドした玄米茶という2種類の「伊達茶」。単品の他、ギフトでも販売予定。

◎デザインに関する要望: 海外でも日本茶ブームであることを背景に、若い人にも日本茶の良さをわかってもらえるような「かっこいい」デザインを希望。

株式会社矢部園茶舗  
宮城県塩竈市海岸通り2-3  
Tel 022-364-1515  
Fax 022-365-0636  
<http://www.yabe-en.com/>

## 優秀賞(宮城県知事賞)

制作意図: 最北限のお茶の産地が東北の塩竈・桃生であるという特徴を、消費者に一目で理解してもらうことを一番に考えました。桃生という地名が、とてもかわいらしく魅力的だが読み方が難しく覚えづらいと感じたため、茶と桃を組み合わせたインパクトのあるロゴで、「東北の寒いところにも桃のマークの美味しいお茶の産地がある」というきっかけから認知度を上げていこうと考えました。東北の厳しい寒さ、北上川の包み込むような霧を水色のパッケージで表現し、クリーム色の巻紙はお茶の風味や塩竈の土地の素朴さを表現しています。水色、黒、クリーム色のシンプルな配色で、凛とした中にも優しさや温かさを感じるデザインに仕上げました。



河野久美子 006

Kumiko Kono  
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。2015年おいしい東北パッケージデザイン展にて優秀賞受賞。

審査評: 今年度初めて本事業の対象商品となった茶葉のセットは、応募者の関心を集め、多数の作品が集まりました。最終的には3作品が優秀賞候補となりましたが、その中でも受賞作品は、「お茶のパッケージに空色を配しているのは新鮮」「伊達茶という、西洋とつながりの深い仙台藩の粋なイメージをよく表現している」「包装資材を缶にしても十分展開できる」と、審査委員からの好印象が際立ちました。今後の課題として、審査委員からは、煎茶・

玄米茶という2種類の商品を横並びで展開する際の差別化、商品としての「勢い」をもう少し強化させてはとの意見があるとともに、参加企業からは、もう少し「塩竈らしさ」や「生産地の匂い」が欲しいとの要望がありました。受賞デザイナーには塩竈市や産地である桃生地方に足を運んでいただき、参加企業とじっくりコミュニケーションをとって、東北地方最北限のお茶の魅力を存分に伝えるパッケージへと進化させてほしいものです。



## プレミアム生もろこし(金粉入り)

株式会社唐土庵いさみや

### ■「もろこし」って何？

まずは誤解を解いておかねばなるまい。「もろこし」と言えば「トウモロコシ」のこと？ いや、違うのだ。

そもそも「もろこし」というのは古くは「日本書紀」に記されている「中国」を意味する言葉。その中国から伝わった砂糖を原料とする打菓子(押物菓子)が国内の農産物を使うなどして形を変え、銘菓と変化していったもので、参加企業の社名も「唐土(もろこし)」に由来している。このもろこし、県内のどこの土産店にも特産菓子として販売されている。定番の焼きあげたもろこしはお茶請けとして懐かしい味だし、茶道で使われる干菓子としても最適だ。

### ■唐土庵のこだわり

秋田県角館市を本拠地とする唐土庵いさみやは1957年に菓子卸売商として創業。6年後にもろこし製造を開始。多様なもろこしのバリエーションを商品開発しつつ、直営店の経営も手がける。そして1996年、焼きを入れない「生もろこし」を生み出し、販売を開始した。

この生もろこしは今、秋田の観光土産として女子人気も最も高いと言われる商品の一つ。既存のもろこしと異なり、しっとりした食感と口中の口どけ感がたまらないうもろこし菓子の最新鋭である。

唐土庵では、昼夜の寒暖差が大きく上質な小豆が収穫されることで知られる北海道十勝産小豆の一番おいしいとされる芯の部分に粉にし、もろこしを製造している。まさに小豆の最も希少な部分を使っているという意味で、小豆の「吟醸」と唐土庵は強調する。

わけても2016年4月に本店のみで販売を開始した対象商品「プレミアム生もろこし」



し」は、桜で有名な角館を象徴するように桜の風味付けをし、金粉を混ぜて丁寧に作り上げた渾身の商品だ。最上・最適のパッケージデザインを、という思いが事業参加につながった。

### ■桜と武家屋敷の町から

角館と言えば桜である、武家屋敷である。春には4月中旬頃、武家屋敷のある通りに見事にしだれかかる桜並木を見るために大勢の観光客が訪れる。それは北東北に春を告げる壮観な風景だ。だが春以外のシーズンにもぜひ訪れてほしい。夏の緑陰、秋の紅葉、そして雪にひっそりと埋もれる街並みは息をのむのほどに美しい。古(いにしえ)の伝統菓子でありつつ、現代の和菓子として挑戦を重ねてきた唐土庵の生もろこしが生まれたわけはこの町を訪れてこそ理解できる。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：北海道十勝産の小豆の芯を粉にし、和三盆、桜の塩漬けで味付けて金粉を混ぜた、さらに上質な生もろこしを求められるお客様に応える商品。

◎デザインに関する要望：壊れやすい商品であるため、専用容器を使用せざるを得ないが、箱や使用する紙質などでより高級感、角館らしさを伝えたい。

株式会社唐土庵いさみや  
秋田県仙北市角館町小勝田下村21  
Tel 0187-54-3108  
Fax 0187-54-3109  
<http://www.morokosian.jp/>

## 優秀賞(秋田県知事賞)

制作意図：まず初めに、高級で壊れやすい繊細なお菓子だからこそ、お客様が開封するまでしっかりと商品を保護できるパッケージにする必要があると思いました。また、厳選された素材でこだわり抜かれて作られた商品であることから、全体的に無駄を省き、洗練されたイメージが感じられるパッケージにしたいと考えました。小豆の最も良い部分のみを使用していることを伝わりやすくするため、商品名に「吟醸」という言葉を使用。商品ロゴには原材料である小豆をあしらひ、とても丁寧に、大切に作られる様子を表現しています。ゆったりとしたレイアウトで上質で心地良い空気感を醸し出し、外装には商品をイメージさせる紙質を採用、生もろこしの最重要工程は「型抜き」であることにちなんで、商品形状のエンボス加工を施し、繊細さを表現しています。内側の箱は側面を二重にし、しっかりと商品を保護できる強度を持たせます。



高橋真一 007

Shinichi Takahashi

愛知

株式会社オフィスオブサイド

一般

1983年、岐阜県海津市生まれ。株式会社オフィスオブサイド勤務。グラフィックデザインを中心にパッケージやキャラクターデザインなど幅広く手がける。

審査評：秋田県の名産菓子である「もろこし」の中でも特にこだわって製造された「プレミアム生もろこし」の品質をいかに表現しているかが、評価の分かれ目となりました。参加企業はこれまで自社商品のほとんどを観光地の土産品と位置付けてきましたが、本商品については観光客の中でも首都圏から訪れる、高級菓子を望むスイーツグルメなお客様も狙っていききたいとの意向があり、その意図をよく汲み取った、表現力に優れたデザインとして本作品が選ばれました。課題として、使用する紙質をもう少しグレー

ドアップし、地元・角館の象徴とも言える桜のマークのエンボス加工を強調することに加えて、「吟醸」という表現が製造過程で使用される小豆の芯の部分の原材料であることを意味しているもの、「お酒が入っているのではないか」と勘違いされる可能性もあるため、主旨が正確に伝わるような表記が必要、との指摘を受けました。なお、年配の富裕層にも受ける商品となること間違いなし、価格にも高級感が反映されて然るべしとのアドバイスもいただいています。



## サクランボパスタ

有限会社玉谷製麺所

### ■月山山麓のソバはこだわりの味

玉谷製麺所は山形県中央に位置する月山山麓にある。1949年の創業以来、そば、うどん、ラーメンなどの乾麺、生麺の製造卸売販売を行っており、周辺のそば屋やラーメン店のほとんどが同社の麺を仕入れている。山形と言えば日本有数の「そば処」であるが、月山周辺でお昼を食べようという観光客は、知らずに玉谷製麺所の麺を口にしてはるはずである。卸先の飲食店からのリクエストやニーズに応えようと磨いた製造力は、確かな原料と職人技を駆使した製法へのこだわりで拍車をかけた。

そのこだわりは、そばの実を吟味するところから始まり、1998年に導入した4台の石臼で丁寧に製粉する自家製粉に到達したことからも理解できる。「そば処・山形」の名前に恥じない作り手魂である。

### ■パスタに挑戦

周辺の飲食店などの「縁の下の力持ち」としての委託製造が少なくないとは言え、自社商品の開発にも力を入れている。取締役の玉谷貴子さんは東日本大震災以降、東北全体への観光客数が減少に転じる中、発想の転換が必要と考え、新たなモノづくりへの挑戦を開始した。山形産のそば粉と厳選したデュラムセモリナ粉を合わせ、イタリア製のパスタマシンで雪の結晶型に成形した「雪結晶パスタ」は2014年度のグッドデザイン賞を受賞し、首都圏のライフスタイルショップでも販売されるなど、日本のパスタ業界に独自の風を吹かせた渾身の新商品だった。

### ■山形のパスタ3姉妹

「雪結晶パスタ」に並ぶシリーズ商品として、サクラ型のサクラパスタも登場し、これ



らに準ずる商品として2016年、「サクランボパスタ」の開発を開始。販売に向けて、2商品に負けないインパクトあるパッケージデザインをと考え、今回の事業に参加した。「できれば(先の2商品と)並べて販売できるようなしゃれたイメージにしたいし、パスタ作りに込めた思いが国内外のお客様に伝わるデザインがいい」と玉谷さんは参加時に熱く語っている。

既に先行して販売され、評価もされている姉妹商品と肩を並べて遜色ない、しかも国内外のお客様に魅力的に映るデザインとはいかにもハードルが高い。だが、受賞作品はこの要望に十二分に応えるデザインだった。まずは山形産のサクランボ一粒の意匠が目飛び込んでくる、その迫力と共にサクランボの持つ可愛らしさも表現され、思わず手にとって見たくなる。「山形のパスタ3姉妹」が売場に並ぶ姿が待ち遠しい。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：デュラムセモリナ粉、さくらんぼ(佐藤錦、紅さやか)、食塩を混ぜ合わせたサクランボ型のパスタ。お汁粉に入れたりゼリーに混ぜたりスイーツとしても使える。

◎デザインに関する要望：お土産としても自分用としても思わず買いたくなる魅力的なパッケージデザイン。そして山形生まれのパスタであることを伝えてほしい。

有限会社玉谷製麺所  
山形県西村山郡西川町大字睦合甲242  
Tel 0237-74-2817  
Fax 0237-74-2598  
<http://www.tamayaseimen.co.jp/>

## 優秀賞(山形県知事賞)

制作意図：中身の商品に目がいくよう、白ベースの紙に商品のサクランボの形を丸で抜き、シンプルなビジュアルに。また、パッケージ自体でもサクランボのシルエットがわかるようデザインしました。表裏で抜いた窓の部分折って側面に使用し、斜めから見ると二つのサクランボがぶら下がって見えるようにしました。山形の名産品を使用したパスタということで、お土産で購入する方が多いかと思えます。そのため通常仕様の食品パッケージより少しパッケージが凝ったものが商品の販売促進にもつながると思い、サクランボの枝のような紙ワイヤーのひもを、パッケージの留めおよびアクセント、持ち手にもなるよう使用しました。サクランボのかわいさが伝わると嬉しいです。



永嶋邦子 008  
Kuniko Nagashima  
東京  
株式会社テイ・デイ・エス  
一般

新潟県生まれ。アートディレクター/グラフィックデザイナー。(株)テイ・デイ・エス入社後、様々な業種の広告印刷物を手掛ける傍ら、自社ブランド「リブラグ」の創設よりAD/Dとして携わる。JAGDA会員。

審査評：中身のきれいな桜色のパスタが見えるよう、包装資材に開いた丸い抜型は、まさしくサクランボの実の形。その抜型の真上からまっすぐに伸びた緑の枝の横に描かれた商品名もシンプルでわかりやすく、まさにサクランボの形がきれいに表現されていると、審査委員から高評価を得ました。さらに評価のポイントとなったのは、同じような原料型を生かした参加企業の既成商品「雪の結晶パスタ」や「サクラパスタ」と並べて販売しても違和感がないかどうか。その点

においても「問題なし」とのことで、本作品が優秀賞に選ばれました。課題は、売場に立てて商品を並べる際の包材構造を強化すること。上部でつながっている表裏の包装資材を底面でもつなげる、上部にひもを通してハンガースタイルで販売するなど、審査委員からは、簡便かつより強度の出る改善策についてさまざまなアドバイスが出ており、実用化に向けさらなる改良が望まれています。



## ハーブ酒(仮)

笹正宗酒造株式会社

### ■熱き「喜多方の蔵元」たち

喜多方ラーメンで有名な喜多方市は同時に東北有数の「酒どころ」でもある。福島県会津地域だけでも20社余りの蔵元があり、喜多方市にはその半分近くが集まる。

豊かな米作地帯、良質な水に恵まれた、日本酒作りにはもってこいの土地。12月中旬にもなれば1日で30cmの積雪も珍しくない。凍えてしまいそうな蔵の中で、杜氏たちの酒造り唄が聞こえてくると、うまい酒が深々と降り積もる雪景色の中で生まれ育てられていくことを実感できる。

笹正宗酒造はそんな喜多方市で文政元(1818)年に創業し、現在の社長は7代目。同じ市内で複数の企業が切磋琢磨して続けてこられた理由として、「蔵元同志が優れた技術を積極的に開示し、共有して若い世代を巻き込んできたこと」と現社長の岩田恒典氏は語る。

競合意識よりも、共に町を、酒文化を活性化させようという蔵元たちの心意気が喜多方市の酒造りの伝統を支えてきた。

### ■伝統の町のチャレンジ精神

笹正宗酒造の蔵を訪れば、いかにも歴史と伝統を背負った蔵元と納得できる。だが、岩田社長は進取の気性に恵まれた人でもある。実は子息の悠二郎さんも「インターナショナル・ワイン・チャレンジ2015」のsake部門で金メダル受賞という実績を持つ。折からの世界的な日本酒ブームにあやかり、喜多方から世界へという父子の思いは誰よりも強い。

対象商品となったハーブ酒は、東京でハーブの研究・開発とその効用の周知に努める研究所に触発され開発された日本酒ベースのハーブ入りリキュール。どのハーブと福島産米の日本酒との相性がよいか試行錯誤を



繰り返す中、国内外でハーブ酒のおいしさ、良さを理解してくれるお客様に最適のパッケージデザインを求めて、このたびの事業参加となった。

### ■北と南のマリアージュ

沖縄在住の受賞者、山里美紀子さんは作品実用化のため、初めて喜多方市の地を踏んだ。頃は12月中旬。前日の沖縄は20度を超えていたというが、散らつき始めた雪はもちろん、蔵元を見学するのも、酒蔵の庭に植えてある樹木の雪囲いを見るのも、生まれて初めてだったと言う。そんな山里さんが制作した、白磁に青いハーブのモチーフは有田焼のような、和と洋が見事に融合したデザインで、審査委員の目を釘付けにした。まずは手にとりたいと思わせるとともに、飲み終わった後、箱も瓶も捨てたくないと感じる美貌の意匠。「女性客にはまず間違いなく気に入ってもらえる」と岩田社長もご満悦だった。東北の喜多方と南国の沖縄という北と南のマリアージュが伝統の蔵元の新たな挑戦の第一歩になりそうな予感がする。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：福島県産の米、米麴、ミントベースのオリジナルブレンドのハーブを入れたリキュール。

◎デザインに関する要望：日本酒とは異なる新たな商材として、女性が好むような、ハーブの持つナチュラル感とエレガントさを感じるデザインを希望。

笹正宗酒造株式会社  
福島県喜多方市上三宮町上三宮字籬山675  
Tel 0241-24-2211  
Fax 0241-23-1575  
<http://www.sasamasamune.com/>

## 優秀賞(福島県知事賞)

制作意図：ハーブの植物のシルエットをイラストレーションで表現し、ナチュラルなイメージに仕上げました。ターゲットである女性が好みそうなデザインを心がけ、植物のシルエットをパターンで配置し、パッケージに刺繍を施したような優しく柔らかいデザインにしました。また、瓶や外箱もスツとしたスマートな細身の形にし、見た目にも美しく、女性が女子会などでおしゃれに楽しく飲んでいただけるようにしました。お土産としても喜ばれるような、かわいらしいパッケージにしました。今後、シリーズ化することをふまえて、商品の配色は青を基調とし、シリーズによって基調とするカラーを変えていくイメージで制作しました。



山里美紀子 009

Mikiko Yamazato  
沖縄  
株式会社パムローカルメディア  
一般

1987年沖縄県生まれ。大学卒業後、広告代理店勤務を経て(株)パムローカルメディア入社。公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)サークルメンバー。

審査評：一見して有田焼のような陶器のイメージ。青と白という洗練された2色によるハーブのモチーフもしゃれていて、スモークガラス瓶も「ハーブ酒が充填されるとよりいっそうきれいに見えそう」「シンプルだが力強さも感じる」と、ほぼ満場一致で本作品が優秀賞に選ばれました。日本酒がブームになっている商環境もあり、今後、積極的に海外への提案も行いたいという参加企業の意向にもびつたりのデザインであると評価

されました。一方、課題としては、商品名の再考です。国内はもちろん、海外でもすぐに覚えてもらえるような商品名の検討が大事であり、日本酒ブームにあやかり、いっそのこと「SAKE(酒)」を全面に訴求してはとの助言がありました。実用化に向けて、参加企業とともに、洋の東西を問わず愛され続けるネーミングの検討が最初の課題となりそうです。



## 純つばき油

椿屋本舗合同会社

### ■気仙沼大島とは

「大島」と聞けば、「伊豆大島」や「奄美大島」と想像する人がほとんどだろう。ここ宮城県で「大島」と言えば、とりもなおさず「気仙沼大島」のこと。

県内で行ったことがないという人でも、東北最大級の有人離島であり、日本有数のきれいな海岸として名高い浜があることは誰もが知っている。島の海岸線はリアス式の名に恥じず、自然がなせるままの屈曲という美しい景観が望めるとともに、丘上から眺める海の透明度には思わずうっとりさせられる。そして2月から4月にかけて島全体を覆いつくすかのように咲き誇る椿。思わずここは宮城県の最北端だろうかと思を疑う。

### ■荒廃農地再生にかける

本事業に手を上げた椿屋本舗代表の小野寺栄喜さんは元々、気仙沼市で水産品や農産品の加工業を営んできた。一方で、人口流出が進み、観光客も減少を続けている大島に心を痛め、中山間地の農業活性化ができないものかと試行錯誤を重ねてきた。

大きなきっかけとなったのは東日本大震災。被災した大島の復旧支援に全国から30名以上のボランティアが島を訪れ、忌憚ない意見交換をする中で生まれたのが、この椿油の生産による荒廃農地の再生であった。

実は震災以前から個人事業として細々と椿油の製造出荷に取り組んできたが、島全体の特産品として産業復興のシンボルとして、全国に発信していきたいという思いを強くしたのである。この実現に向けて一歩踏み出したのは、まさに被災体験であり、全国からの励ましの声だった。



### ■世界の椿油へ

折から本事業の募集を知り、全国発信の第一歩として参加を表明した。気仙沼大島で収穫されるヤブ椿抽出油は国内でしか生産されない最も良質でピュアな植物油として、他の産地に負けない自信もある。加えて、現在、全国で唯一、食に特化した「食産業学部」を持つ宮城大学と共に、食用油としての特性を研究しているところだ。

椿油はオレイン酸含有量が85%、人肌のうるおいを保ったり、髪質を良くしたりすることは既によく知られているが、ヘルシーでさっぱりとした食油としても活用可能だということをもう少しで証明できそうだと小野寺さんは嬉しそうにうなづく。

いずれ、毎年、椿油の産地で開催されている「全国椿油サミット」の開催地として手を上げたい、そして基礎化粧品として見直されつつある椿油をジャパンプランドとして世界にも提案していきたい、と小野寺さんの夢は膨らむ。「おいしい東北」から「世界の椿油」が育ちゆく日は遠くない。

### デザイン募集にあたって

◎商品特性：日本国内でしか生産されていない、最も良質なヤブ椿抽出油。オレイン酸の成分が85%入り、美肌、美髪効果はもちろん、食用油としても期待される。

◎デザインに関する要望：国内産の混じりけのない椿油であることが伝わるような高級感あるデザイン。良さをわかってくれる中高年の女性層を狙いたい。

椿屋本舗合同会社  
宮城県気仙沼市中山243  
Tel 0226-28-2007  
Fax 0226-28-2016  
<http://tsubakiya.moo.jp/>

## 優秀賞(日刊工業新聞社東北・北海道局長賞)

制作意図：気仙沼大島のつばき油を世界に発信していく上で、まず「日本であること」を重要視し、全体として日の丸に感じさせるような「ひとつの椿」をアイキャッチとしたデザインです。曲線で構成されたフォルムには島で育ったという穏和感と、ジャパンプランドとしての堂々とした佇まいを表現しました。ロゴタイプには花の凛とした繊細さと高級感、信頼性をシャープな印象で与えています。「油」という言葉をなくした「純椿」というネーミングには、天然無調整であり、本来の椿そのものが真っ先に思い浮かぶような感覚を伝えています。ボトルはガラス製で高級感を演出し、中身の色彩を生かしたシンプルなデザインとしました。



釣瓶昂右 010  
Kosuke Tsurube  
神奈川  
多摩美術大学  
学生

多摩美術大学情報デザイン学科情報デザインコース4年在籍。

審査評：今年度最も応募の多かった本対象商品は、宮城県気仙沼の大島で採れる国産100%のつばき油が原料。多数の応募作品の中から選ばれた受賞作品は、「唯一存在感のある商品」「オーソドックスだが、古来より女性たちが使っていた化粧品であるという伝統的なイメージがある」「白い箱にぼんと赤い椿の花のマークというシンプルさがすてき」との外箱デザインに対する高い評価に加え、つばき油を入れているガラス瓶がディスペンサー型であり、使いやすさに配慮

したことも好感を持たれました。課題としては、外箱とガラス瓶のイメージの一体化、大きな特徴である「国産のつばき油100%」ということをパッケージに表現するなど。受賞者には、まずは椿の咲き乱れる季節に、国内有数のきれいな海岸として知られる気仙沼市大島に足を運んでいただき、参加企業と共に、より大島の魅力も併せて伝わるようなパッケージデザインへの進化を目指してほしいと思います。





## 奨励賞

イカメンチ揚げ



足立 瑛良 011 Sara Adachi

北海道／札幌市立大学／学生

1994年大阪生まれ北海道育ち。札幌市立大学にて建築を専攻中。2015年北海道建築新人戦最優秀賞受賞。

**制作意図:**多数あるイカメンチとの差別化を図り、同社の商品を観光客だけでなく、地元の方々にも買ってもらえるようなデザインを目指した。ロゴをイカの胴体に見立てた、インパクトのある絵を中心に配置することで、店頭でのアイキャッチとブランドのアピールの両方を狙う。また、イカの左右に波をあしらうことで、太平洋と日本海に囲まれた青森を表現した。さらに本商品のイメージに合わせて、方言での表記や素朴なフォント、風合いを生かした紙を使用した。ご提案として、フードパック型のパッケージも考えた。スーパーや道の駅などで販売することで、揚げたてを手軽に味わってもらうことができ、それにより冷蔵商品の売り上げも上がるのではないかと考える。

**審査評:**対象商品が冷蔵品であることから、量販店での販売にも耐える包装資材を活用していること、ブランドロゴをイカの胴体に見立てたデザイン、太平洋と日本海に囲まれた青森県のイメージをイカの左右にある波のマークで表現したり、方言を使った表記など、ご当地感がよく出ています。



小野 貴人 012 Takahito Ono

宮城／高速シーパック株式会社／一般

1984年宮城県生まれ。日本デザイナー芸術学院卒業後、2005年高速シーパック株式会社に入社。おいしい東北パッケージデザイン展2014最優秀賞受賞。

**制作意図:**郷土料理の根強さを表現。津軽地区伝統の味を全国に発信していけるようにと手軽さやメッセージ性の強いパッケージに構成。知名度の高い“青森・津軽”をタイトルに加え、「イカメンチ」と津軽なまりをさりげなく採用。真空した商品を中央から見せ、シズル感を強調。見た目のインパクトや話題性のあるデザインに仕上げました。「イカ」の字体はイカのゲソや胴体をイメージし、生き生きとした感じを文字に込めました。商品を真空し、パッケージに封入するだけと作業効率をも考慮した作品に。

**審査評:**優秀賞作品と1、2位を争った作品。正方形の真ん中に商品を据えた、売場であれば思わず目を止めてしまうデザイン。津軽なまりを起用した「イカメンチ」の表記も、郷土色を色濃く表しインパクトがある、とイチオシする審査委員もいました。参加企業には同社の他商品や販路を変えて販売する際に採用してはどうかと助言もされています。

## 奨励賞

南部せんべい詰め合わせ



大石 亮子 013 Ryoko Oishi

岩手／川口印刷工業株式会社／一般

岩手県盛岡市出身。川口印刷工業株式会社に勤務。

**制作意図:**志賀煎餅は日本一の漆の産地である岩手県二戸市にあります。南部小麦100%を使用する志賀煎餅のこだわりは、漆と同様「シンプルで上質」な魅力を持っています。パッケージの色は漆のつややかな赤。共通する特徴を表現しました。側面の窓からのぞく絵柄は、南部せんべいの焼き型の模様です。背景色は南部小麦の色を想像させる淡い黄色を使用しました。「南部せんべい玉手箱」という商品名は、ひもを解いて開けた時に、さまざまな味のせんべいを楽しむことができる期待感や、箱いっぱいせんべいが詰め込まれている豪華さを表しています。箱の側面やラベルシールに使用しているカラフルな色は、中袋の味の色と合わせました。箱をラベルシールで留めることで、包装紙を必要としない仕様になりました。志賀煎餅のこだわりを伝えるしおりも制作しています。

**審査評:**日本一の漆の産地(岩手県)を象徴する漆の赤をスリーブに染め上げ、側面の抜き型には南部せんべいの焼き型をあしらう、参加企業のこだわりを伝えるしおりをはさむ等、思わず手にとってしまいそうな繊細な工夫が随所に。岩手県の特産菓子として「玉手箱」というサブタイトルつけたセンスも、女性客のハートをとらえるだろうと高評価。



佐野 祐介 014 Yusuke Sano

東京／insist graphic／一般

静岡県出身。2010年にインシストグラフィックを設立。平面から立体まで幅広いデザインを手がける。現在は外資系広告代理店ビーコンコミュニケーションズにてフリーのアートディレクターとしても活動中。

**制作意図:**デザインコンセプトは「温故知新」。600年以上も受け継がれてきた伝統の技と味を、未来へ伝えていくという思いがあります。そのため、現代にマッチする味のバリエーションなどが増えてゆく中で、どのようなパッケージで伝統と進化を表現するのがポイントになります。グラフィックソリューションとして、外箱は、「岩手の恵みがつまった南部せんべい」という地域と質が共に伝わるように、温故知新という純粋な日本の精神を高級感ある白の紙で表現しました。個装パッケージは、記載情報を整理し、消費者に「伝統の南部せんべい」を記憶してもらいやすいよう、それぞれの味を伝統的なパターンからイメージする、シンプルなデザインで構成しています。老人から若者まで、そして英文を使用することで外国人旅行者まで受け入れやすいデザインとしました。

**審査評:**シンプルな外箱にシンプルな商品名。「ありそうで、なさそう」な、地域性と品質の良さを明確にまとめた、これぞ南部せんべいと言いたいデザインです。参加企業が望む若いターゲットにも手に取ってもらえそうと奨励賞に決定。各せんべいの内袋は今回デザイン対象外ですが、味の種類を色別にきれいに表現している点も評価につながりました。

## 奨励賞

ポケット ドライ ライス(ポケドラ)(仮)



佐藤健一 015 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:** 制約である変更不可な内袋(アルミ)を生かして、お米の艶やかさと銀シャリの輝きを、「銀」の文字で抜いた窓を設けてアルミ袋の地の銀をあえて見せることで、大胆かつ印象的に表現しました。制約を逆手にとり、米のおいしさをイメージさせるインパクトのあるデザインです。商品名は「銀シャリ」とし、炊飯せずともいつでもどこでも炊きたてのようなキラキラ輝くおいしいお米が食べられる、時と場所に左右されずいつでも銀シャリが味わえる、という思いをストレートに表現しています。その上で、昔ながらの呼び方で米どころである岩手県と稲作に関わりの深い地域性も表しています。また、銀シャリという日本独特の呼び名が聞き慣れない、若い層や外国人(海外)へ向けての販売も視野に入れたネーミングです。さらに、「銀」の文字をロゴとして、化粧箱や包装紙、ラベルなどそれぞれに展開することで、銀のロゴによるブランディング展開も考慮しました。

**審査評:** 米の劣化を防ぐための必須条件であるアルミ製の内袋をうまく生かしつつ、「銀」と一文字を抜型にした白地の帯使いは、今すぐにも商品化したいと審査委員を唸らせる実力派。白色と銀色の2色使いというセンスの良さは海外でも十分に通用する、と高評価。ワンランク上の銘柄米での実用化をぜひとも参加企業にお願いしたいところです。



牧野沙紀 016 Saki Makino

岩手/川口印刷工業株式会社/一般

1993年生まれ。岩手県育ち。岩手県立産業技術短期大学校産業デザイン科を卒業後、川口印刷工業株式会社に入社。主にグラフィックデザインを手掛ける。

**制作意図:** 日常生活の数々の場面で改めて米飯による料理の楽しさを手軽に伝えられることから、「どこでも、楽しく、楽々ご飯」をコンセプトとし、商品名も新たに「楽らく飯」と名付けました。メインビジュアルをお椀に入った俯瞰のご飯を背景に、家庭の温かみを感じさせる赤色の商品名を配置し、インパクトを出しました。箱の中を開くとさらに横からのご飯のビジュアル、展開すればイラストレーション付きの用途説明があり、開けても空けてもワクワクするデザインにしました。箱だけでリーフレットの役割も果たす手軽さも意識しました。形状は日常向けの商品を意識し、保存食としても収納しやすく、積み重ねやすいシンプルな箱型を使用しました。さらに、内袋に商品について記載した紙を巻くことで、1袋のみ持ち歩く場面でも、何が入っているか分かるようにしました。

**審査評:** アルファ米の「簡単に手早く食べられる」という特徴を、商品名「楽らく飯」でうまく表現し、日常生活で活用されるようにとの意図からくる楽しい色の組み合わせが高評価を得ました。箱の内側に絵入りの用途説明があるのも高得点の要因に。商品の特性を明確に伝えるとともに、豊かな食生活をイメージさせる楽しい作品です。

## 奨励賞

酪農家の手作りヨーグルト



菅原良太 017 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。

**制作意図:** プロヴァンス地方を感じるパッケージをイメージし、こだわりのある商品の味わいや清潔感を出すため、白と青を基調にシンプルで上品なデザインにしました。商品名に「村上牧場」を入れ、どこの牧場で作ったのかを強調し、商品の認知向上を図りました。ボトルパッケージは、宮城の県木であり、社名にも入っている「ケヤキ」の葉を模したタグを付け、商品の独自性を高めました。季節の変化に応じて、タグの色を変えることで蔵王の四季を感じる仕様にしました。ギフトケースには「個入」の表記はせず、側面に配した牛のアイコンで個数分かる仕様にしました。蔵王の代表商品になってほしいとの願いから「FROM MIYAGI ZAO」の表記を残し、ギフトケースには蔵王連峰のイラストレーションを配し地域性を出しました。リニューアルパッケージを機に蔵王といえば村上牧場の手作りヨーグルトと言われる商品になってほしいです。

**審査評:** 審査委員の意見を二分したインパクトのあった作品。「青と白のストライプが効いてパンチがある」「ありがちなデザインを逸脱している」「もらって嬉しい商品」と手放して称賛する意見がある一方、「蔵王らしさ」や「ナチュラル感」について疑問も呈されましたが、それだけ審査会の中でも印象的な作品となりました。

## 奨励賞

漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類



貝塚珠季 018 Tamaki Kaizuka

東京/凸版印刷株式会社/一般

2014年筑波大学芸術専門学群卒業、凸版印刷(株)入社。アートディレクターとしてパッケージの構造やグラフィックのデザインを手掛ける。2016年、JPC、JPI、日本パッケージデザイン大賞等において入賞。

**制作意図:** 9種の藻塩をまとめて食卓に置く上で、最もそれにふさわしい形を考えた。一気に振り掛けるというよりも、小さな匙で少しずつ皿に盛り、少しずつ味わってもらいたい。そんな思いから、階層で部屋が分かれる円柱型の容器に至った。普段は縦積みでスタイリッシュに保管できるが、それぞれの部屋は分離できるので、並べて一度に何種類もの藻塩を食べ比べることも可能だ。包む紙袋は、透明感のあるワックスペーパーを起用。アカモクの海藻を抽象化した模様とマークをあしらひ、店頭で目立たせるため、カラータグを付けた。

**審査評:** 9種類の藻塩をセットで売るという難しさを吹き飛ばしてくるような作品。色違いの重ねられる容器は、食卓での使い勝手に課題はあるものの、なかなか思いつかないデザイン性、食卓に置いて話題になること間違いなしの、贈られて楽しい藻塩セットとなりそう。外袋も上部のひも付きがかわいらしく、女性客に受けそうです。

## 奨励賞

伊達茶(煎茶・玄米茶)



森 詩織 019 Shiori Mori  
神奈川／東京造形大学／学生

1996年宮城県岩沼市生まれ。東京造形大デザイン学科グラフィックデザイン専攻在籍中。大学からデザインを勉強し始め、いろいろなことに興味を持ちながら生活中。

**制作意図:** 塩竈の空気感が感じられるパッケージを目指して制作した。ヒアリングシートに「海と里をつなぐ塩」とあったので、波と山を全てのラベルに入れるとともに、中の紙をテクスチャーのあるものを使って、雰囲気を出した。ロゴを明朝体できれいな印象にしつつ、藻の草冠をアカモクをイメージしたシェイプにした。もとのパッケージの雰囲気からかけ離れないようにすることを考え、前パッケージにもあった廣の文字を封に入れたり、イラストレーションで柔らかな印象を出したりした。セットにして見た時にラベルの違いと、瓶の透明なところから中身が見え、それぞれの味の違いがわかるように意識した。ヘルシーを出すこと、女性をターゲットとしていることを踏まえ、シンプルな箱の形を考えた。食べ比べの時に見やすいようリーフレットも作成した。

**審査評:** 優秀賞と1、2位を争った作品。参加企業からも個包装の容量はこの作品がちょうど良いと評価されましたが、審査委員からは逆に個包装での単価がつけにくいとの指摘もありました。旅行かばんに収めても負担にならない外箱のサイズやシンプルなしつらえは、塩竈市の観光土産として受け取った女性には必ずや喜んでいただけそうです。



安藤萌香 020 Moeka Ando  
東京／株式会社クーヘン／一般

1991年山梨県生まれ。2013年東京工芸大学芸術学部デザイン学科卒業。2013年株式会社クーヘン入社。

**制作意図:** 「伊達茶」という特徴的な商品名を受けて、伊達政宗の月の兜の形を今回のデザインの中心に置きました。こちらは本体パッケージにはもちろん、中身のティーバッグの形にも使用しています。製造者は昭和9年に創業された老舗のお茶屋さんということでデザインは飾り罫などを使用した重みのあるデザインにしています。この商品は東北の地という厳しい環境の中で育てられた一部では「幻のお茶」と呼ばれている希少価値が高い茶葉を使用しているということで、キーカラーを黒、金、銀にして高級感を出しました。ターゲットは若い女性ということで気軽に飲みやすいよう、ティーバッグとして提案しました。ティーバッグの形や、パッケージに飾りや遊びを加えて、手元に飾っておきたくなるような、またSNSに投稿したくなるようなお洒落なパッケージを目指しました。2つセットの箱には「霧」を連想させる雲の形をあしらった帯を巻いています。

**審査評:** 「伊達男」の由来にもなった初代伊達藩主・政宗のイメージが一番近いと最後まで残った作品。黒字に、煎茶・玄米茶の2種類の色別にした帯は、伝えたいことをしっかりと訴求しており、単品でもセットにして箱に入れても、「伊達藩のお茶を頂いた」感が力強く漂うデザインとなっています。



佐藤健一 021 Kenichi Sato  
北海道／AMAYADORI／一般

1978年生まれ。アートディレクター。2014年AMAYADORI設立。NY ADCポスター入選、札幌ADC新人賞、全日本DM大賞金賞、北海道おいしいパッケージ展2015グランプリ受賞。JAGDA会員。

**制作意図:** 商品名に「塩竈」を明記することで、まずは「塩竈ってどこ?」「そもそもなんて読むの?」という興味を抱かせます。それにより「伊達茶」という商品名を立たせることもできます。包み紙の「茶」の部分が丸く切り抜かれていることで、視覚的にもアクセントになりますが、実はこれ、お茶が入っているクラフト紙に、この伊達茶の特徴、知ってほしい情報の一文が書かれていて、その文の最後の1文字でもあります。包み紙をあえて薄い紙にすることで、少しだけその文字が透けているのもポイント。思わず店頭で手に取ってしまう、そして、中の一文を読みたくてしまう、最終的にはこのお茶を飲みたくてしまうパッケージです。

**審査評:** 審査前、対象商品は「塩竈市で作られたもの」という意図が明確になることが大事との指摘が審査委員から出ましたが、本作品はまさにその意図を表現。茶封筒型の紙袋に巻いた白帯には「塩竈市」のものであること、参加企業がこだわる商品名「伊達茶」が一目瞭然。清廉な最北限の「お茶道」にも通じるコンセプトが高く評価されました。

## 奨励賞

プレミアム生もろこし(金粉入り)



福島美帆 022 Miho Fukushima  
神奈川／東京造形大学／学生

1996年生まれ。神奈川県出身。東京造形大学グラフィックデザイン専攻2年。ただいまイラストレーションなどを描きながらグラフィックデザインを勉強中。

**制作意図:** 私がこの作品に込めたデザインコンセプトは優しい高級感です。パッと見た感じは白と黒で構成されたデザインにしていますが、どちらも和風や温かみを意識して素材を選択しています。外観はシンプルにまとめてありますが、中を見てみると花が開くように展開される箱の中に桜の花びらが舞っている様子や金の文字など、静かな夜に舞う優しく美しい桜の情景をイメージして作りました。また個包装用のラベルも別に作成しているので5個セットのパッケージとの統一感もあり、商品を購入する方にも分かりやすいよう配慮しました。

**審査評:** 最後まで優秀賞と争った作品。黒字に白帯を入れ、対象商品の高品質性を訴求するに十分な質感があること、個包装でも特別なお土産感が出ていることなどが高い評価の理由です。審査委員から口々に「学生とは思えない完成度の高さ」との意見も出ました。受賞者の今後が楽しみです。

## 奨励賞

サクランボパスタ



有佐真夏 023 Madoka Arisa

東京／多摩美術大学／学生

1992年石川県出身。2016年多摩美術大学美術学部グラフィックデザイン学科卒業。現在、多摩美術大学大学院美術研究科に在学。

**制作意図:**「サクランボパスタ」の魅力は材料のこだわりもそうですが、パスタの形であると考え、それが伝わるデザインにしました。パスタを1つに絞り、形を大きく見せることで、遠目でもパスタの形が伝わるようにしています。過度に装飾的にするよりもシンプルにすることで、よりパスタ自体の「かわいさ」が伝わり、この商品に続くパスタのバリエーション展開にも生かされるようにしました。左上の緑のラベルは、山形の月山をイメージして作りました。

**審査評:**サクランボパスタの形が買い手にわかるよう、パスタの形状を大きく箱全面に施したデザインは、「どんな料理に使おうか」と思わず売場で足を止めたくなるようなインパクトがあります。オーソドックスながら製品としての完成度は高く、地域産品というより、ナショナルブランドとしても通用しそうなデザインと評価されました。



日野薫子 024 Yukiko Hino

新潟／長岡造形大学／学生

1995年生まれ。愛媛県西条市出身。長岡造形大学視覚デザイン学科在学中。

**制作意図:**サクランボパスタの特徴はかわいらしい見た目と色だと思ったので、中身が見えるようサクランボの形の窓を作りました。パッケージはサクランボのピンクが目立つよう薄い黄色にして、20代～60代の幅広い年齢層の女性にも気に入っていただけるような見目にしました。また、パスタを守るためとインパクト性を考え、ピローボックスを採用しました。サクランボパスタのシリーズ化も検討しているとのことなので、パッケージはそのままに、サクランボの種類はシールで変更できるようになっています。

**審査評:**サクランボパスタのかわいらしい見た目がそのままパッケージに具現化されたかのようなキュートなデザイン。一見パスタとは思えない愛らしさは、都会に住む若い女性層のハートをつかみそう。また繊細なサクランボ型のパスタが崩れないよう、クッションの役割を果たすピロー型の外箱を使っているところも好感が持てます。

## 奨励賞

ハーブ酒(仮)



大原菜桜子 025 Naoko Ohara

神奈川／大和製罐株式会社／一般

1991年生まれ。福岡県出身。多摩美術大学グラフィックデザイン学科卒業後、2014年大和製罐株式会社入社。商品開発室にてパッケージを中心にグラフィックデザイン全般を担当。

**制作意図:**商品の「日本酒を使ったハーブ酒」という独自性を表現するために、「和(日本酒)」と洋(ハーブ)を感じるお酒をコンセプトとし、組み合わせが美しく感じられるようなデザインを目指しました。具体的には①杉玉とハーブを組み合わせたロゴマーク、②日本の伝統文様「七宝」とハーブを掛け合わせた模様、③ワイン瓶にかけ和紙の組み合わせを用いてコンセプトを表現しています。商品名は、ハーブラしさターゲットである女性らしさが感じられるように「nanoha(なのは)」と名付けました。印刷は、透明な瓶に白インキと部分マット加工を用い、ハーブ酒の美しい色合いを引き立たせています。側面の模様のレースのような透け感が食卓に花を添えることで、ターゲットである「ハーブの持つ優雅でナチュラルなイメージに惹かれる女性たち」の心をつかむことを想定しています。

**審査評:**日本酒×ハーブという商品コンセプトを踏まえて、和と洋をセンスよく融合させたユニークな作品。杉玉×ハーブの意匠、七宝をイメージしたしつらえ、ワインボトルに和紙といった多様な仕掛けがあり、時間がたつごとにアンバーな色合いを見せるというハーブ酒を入れると、さらにその質感が増しそう。粋で大人なデザインと評価されました。

## 奨励賞

純つばき油



高畑香奈 026 Kana Takahata

大分／大分県立芸術文化短期大学／学生

大分県大分市出身。大分県立芸術文化短期大学専攻科造形専攻ビジュアルデザインコース在学中。商品企画や広告、フリーペーパーの制作などに取り組んでいます。

**制作意図:**コンセプトは「モダンにかわいらしく」。つばき油は主に美容のために使用することから、美容に気を使う若い女性をターゲットに、SNS等で話題になるような上品でかわいいデザインにした。ネーミングは、ジャパンブランドとして海外進出する際にも興味を持ってもらえるようあえて英字表記にした。日本語の響きは残すため「JUN TSUBAKI」のまま「油」だけ「OIL」と変更。ロゴタイプは従来のつばき油ではなかなかないスタイリッシュさを出した。商品名の下に「気仙沼大島」と表記し、生産地もアピール。要望につばき油の美しい色を出してほしいとあったので、半透明のラベルを起用しつばき油がよりきれいに映えるよう制作。シンプルなイラストレーションで椿の花をお洒落にかわいく表現。キャップも鮮やかな春色に染色し、部屋に飾っても映えるよう仕上げた。ボトルを収納する箱も制作。シンプルだけどかわいらしくモダンな雰囲気。

**審査評:**制作者の「モダンにかわいらしく」を反映した、椿の花の絵柄を大胆に施した外箱やガラス瓶の意匠は、若い女性に好まれるようなデザインです。惜しむらくは、キャップの質感が外箱、ガラスボトルの花柄イメージとマッチしていないこと。上質なスキンケア商品という商品特性を生かすには、細部まで工夫が必要です。

## 学生優秀賞



鳥居美咲 027 Misaki Torii  
山形／進和ラベル印刷株式会社／一般  
山形県出身。東北芸術工科大学情報デザイン学科グラフィックコース卒業。メーカー勤務を経て、2014年進和ラベル印刷株式会社入社。

**制作意図:** つばき油の色を生かし、美しく見せることを重視した包装形態にしています。●品質の良いものを求める女性に手に取ってもらえるよう、またそんな女性にこの商品を贈りたい、と感じてもらえるように、「かわいらしさ」と「上品さ」を表現しようと考えました。瓶にはマット素材の透明ラベルを貼ることで、中身の色を生かしつつ、すりガラス加工のような上品さを。そこに椿柄をあしらひ、女性に喜ばれるようなかわいらしさを出しました。●日本伝統の「包む」という包装にすることで、日本らしさを。薄い和紙を使用することで、中の製品の色と椿の絵柄が淡く浮かび上がるようにし、上品さを出すとともに「何が入っているんだろう」と興味を引くようにしています。●お土産として気軽に手に取ってもらえるよう、また飾っておきたくなるようなコンパクトなサイズにしました。

**審査評:** 既存商品の中でも最も少量のボトルを想定してデザインされた点が注目を集めました。10mlの小瓶ながら、大ぶりの赤い椿の花弁が施されたガラスボトルのインパクトは、少量であることを感じさせません。また日本伝統の「包む」心表現した和紙包装も、国産のつばき油の稀少性や伝統性、温かみを感じさせると高評価を得ました。



梅木瑞穂 028 Mizuho Umeki  
東京／東京工芸大学／学生  
東京工芸大学在学中。芸術学部デザイン学科2年生。東京在住。趣味は寝ること、絵を描くこと。好きなものは猫と魚。猫はロシアンブルー、魚は深海魚が特に好き。デザイナーを目指して日々奮闘中。

**制作意図:** イカメンチ揚げの、身近にありそうな「おいしそう」な感じを出すために、と全体的に色を赤の色味に近いものを使用しました。また、メインの具材で使われているイカをイラストレーションにしてイカメンチであることを強調するように意識し、パッケージ自体の形も個性を出すためにイカの形をイメージして作りました。商品のイカメンチ揚げを、素朴で親しみやすいという雰囲気を出すために小さな筆文字で文章を書きました。

**審査評:** 包装資材の形もイカなら、真ん中で存在感を放つキャラクターもイカと、白地にはっきりと描かれた商品名を見るまでもなく、イカの商品であることが一目瞭然。イカキャラは素朴で親しみやすく、いかにも郷土料理といった雰囲気がよく出ており、消費者なら誰でも好感を持ちそうな作品。



田川 晟 029 Sei Tagawa  
神奈川／東京藝術大学／学生  
1991年神奈川県出身。2016年3月東京藝術大学美術学部デザイン科卒業。同年4月大学院視覚伝達研究室へ進学。パッケージほか印刷物の仕事や制作を中心に活動。

**制作意図:** ヨーグルトのイメージに合わせてパッケージの紙は全てクラフト紙を使用している。クラフト紙は木の自然な色味をそのままに作られる、丈夫で美しい張りを持つ紙だ。私たちは普段意識せずに使用しているが、常用している用紙の白は漂白して作られた白である。クラフト紙を手にした時に感じるホッとする素朴さは、自然の色味だからこそ出せる味わいである。まさに今回のパッケージにピッタリだと思った。生乳のみを使用し、牛の育成から時間と手間をかけて作られたヨーグルトの持つ、素朴で風味豊かな味わいを表現するのにピッタリだと思った。

**審査評:** ヨーグルト容器にクラフト紙使いという、予想外の視点に高い評価。冷蔵品であるヨーグルトの持つ冷たいイメージがクラフト紙を使うことで和らぎ、蔵王山麓の牧場や参加企業名の由来となっているゼルコバ(ケヤキ)の木肌のぬくもりを、そしてゆったりした牛の絵は、牛の育成にこだわっているという生産ポリシーを感じさせ、秀逸。



大澤奈央 030 Nao Osawa  
千葉／東京工芸大学／学生  
1996年生まれ。東京工芸大学芸術学部デザイン学科に所属の2年。グラフィックデザインを勉強しています。

**制作意図:** ターゲットは、特に女性を中心に日本茶の魅力を伝えたいとのことだったので、女性に手に取ってもらえるようなかわいいたグラフィック、若い世代に買ってもらえるようなデザインにしました。一つ一つのグラフィックは、茶葉やお米、伊達の象徴的な三日月や家紋の竹、玄米茶に使われる品種米の「かぐや姫」から満月と竹、産地である桃生がモチーフです。煎茶には、茶葉や伊達のモチーフを多めに配置しました。玄米茶には、品種米の「かぐや姫」が使われているので、満月やお米、稲を配置して構成しました。パッケージの形は、日本人なじみ深い白銀比の比率で作りました。ティーバッグは茶葉をモチーフにして、お茶を抽出している間も見た目を楽しめるように、かわいい形にしました。ティーバッグの茶葉には中央に線が入っていて、抽出した後に取り出すとお茶の色が縫い糸に付いて、葉脈に見えるようにしました。

**審査評:** なんだろう?と思わず足を止めてみたくなるポップな図柄は、雑貨好きな女子にも受けそうです。よく見ると、図柄には茶葉や伊達藩を象徴する三日月や竹など、地域性の表現にも細やかな配慮が見えます。高級なお茶のギフトセットとして首都圏を中心に提案したいとの参加企業の意図を考慮すると、少しカジュアル過ぎるとの意見もありました。



渡邊汐里 031 Shiori Watanabe

新潟／長岡造形大学／学生

1995年新潟県加茂市出身。長岡造形大学視覚デザイン学科在学中。

**制作意図:**伊達茶のパッケージを考えるにあたり、他のお茶との差別化を図るため、産地や使用している玄米の特徴である川や霧、かぐや姫などのモチーフに着目しました。煎茶は山と川と霧を、玄米茶は月と稲穂と霧をモチーフにしています。中身は30グラムで、筒の中にアルミ包装が詰まっていることを想定しています。セット販売用は、透明な袋に煎茶と玄米茶の筒を入れてタグを付けました。若い女性に注目され、かつ伊達茶の伝統感やブランド感を出せるよう注意しました。

**審査評:**すっとした円方形の立ち姿は、お茶売場に置いた時、自然に目に入って来る、1本でもパーソナルギフトとして贈りたくなる、と完成度の高さは審査委員から大いに評価された点。参加企業からも売場に並べてみたいとの意見が出ました。欲を言えば、最北限のお茶の産地や塩竈市の持つ力強さがもう少し欲しいところです。



杉原茉侑 032 Mayu Sugihara

京都／京都造形芸術大学／学生

1995年北海道生まれ。京都造形芸術大学情報デザイン学科3年。グラフィックデザインについて学んでいます。

**制作意図:**ターゲットはヒアリングシートに記載されていた通り、気仙沼のつばき油の良さを理解してくださる方、そして高価でも良いものを求める方です。椿屋本舗様の良質な純つばき油に見合った高級感のあるデザインを心がけました。また、ジャパンブランドとしての確立を目指すため、商品名を「純椿」と日本らしい漢字二文字で簡潔に表しました。家紋風のロゴは椿の実と種子を表現しています。外箱は椿のスリーブを外すと裏で種子からつばき油がとれる様子が見えてくる仕組みになっています。椿の花の華やかさを表現するため、外箱のロゴはゴールドの箔押し、そしてつばき油の生産において大切な役割を担う椿の種子を、コストを抑えつつ大人な雰囲気を感じられるよう、シンプルなデザインで容器に印刷したいと考えています。成分表示は気仙沼大島の紹介などと一緒に別紙で印刷し箱の中に同封することを想定しています。

**審査評:**椿の花をモチーフにしたヴィジュアルが多く並ぶ中で、花そのものをここまでアップにとらえ象徴的に表現した作品は珍しく、生産地である大島の海と空を思わせる鮮やかなブルーと椿の赤の組み合わせも新鮮で、目を引きました。「純椿」の文字とヴィジュアルの配置バランスも明確で、効果的です。

## 梅原真賞

純つばき油



神崎 遥 033 Haruka Kanzaki

東京／桑沢デザイン研究所／学生

1989年静岡県生まれ。早稲田大学文学部卒業後、映画配給会社勤務を経て、現在、桑沢デザイン研究所デザイン専攻科2年に在学中。

**制作意図:**「つばき油の美しい色がわかる容器を」ということでしたので、咲き乱れる亀山の椿を配置しました。部屋に置いておいてもなじみが良いようシンプルなものを目指しています。箱を開けた時にその色の美しさが際立つよう、また、ヤブツバキ以外の余分なものを一切使用していないことを表現するため、外箱は墨と白の2色を使用しました。使用感に肌や髪が柔らかくなる印象を持ちましたので、柔らかい雰囲気の紙を使用しています。

**審査評:**白と黒のメリハリのあるトーンがいい。あえて「赤」を使わず、「純」で「素朴」な「島の椿油」をよく表している。島の風景や、住む人々までもが見えてくる。昭和なレトロ感もまた、商品の本質に合っている。ボトルの「赤い椿」がいけない。透過して見える椿油の色とのマッチングが出来ていない。もうチョットがんばって。(梅原 真)

## 加藤芳夫賞

南部せんべい詰め合わせ



鈴木義也 034 Yoshiya Suzuki

神奈川／東京工芸大学／学生

1996年生まれ、福島県いわき市出身。東京工芸大学デザイン科2年在学中。人に笑顔や温かみを与えられるようなデザインが生み出せたらな、と考えながら毎日を生きています。

**制作意図:**岩手県の折爪岳に住む神様オドテをコンセプトにデザインしました。企業様側の「若者層にも売っていききたい」というところに重点を置き、革新的で目を引くようなインパクトを出せるよう、注力しました。反省点としては、高級感や歴史について全く触れられなかったところです。

**審査評:**なにか気になった。極太欧文書体のロゴの下に描かれた黒いヒトガタは存在感がある。岩手県のオドテ様という神様らしい。人間でもなく鳥でもない不思議なキャラクターだ。薄茶色の地に単色黒のグラフィックスは、無国籍で見たことがないのに、なぜか懐かしい。無骨で味わいがあるって遠くからも目立つ強いデザインである。(加藤芳夫)

## 左合ひとみ賞

純つばき油



釣瓶昂右 035 Kosuke Tsurube  
神奈川/多摩美術大学/学生

多摩美術大学情報デザイン学科情報デザインコース4年在籍。

**制作意図:** 気仙沼大島のつばき油は透き通った黄金色が印象的で、その色彩をデザインの核としました。パッケージの全体的要素にもその色彩バランスと色面を意識し、強さを引き出しています。曲線で構成されたフォルムには島で育ったという穏和感と、ジャパンブランドとしての堂々とした佇まいを表現しました。椿を紅ではなく黄金色で描くことで強調し、側面の色面は椿そのものから抽出されたつばき油、天然であるという意味を感じさせています。「油」という言葉をなくした「純椿」というネーミングには、天然無調整であり、純粋に本来の椿そのものが真っ先に思い浮かぶような感覚を伝えています。ロゴタイプは花の凛とした繊細さと高級感、信頼性をシャープな印象で与えました。  
**審査評:** 天然素材100パーセントの美容製品には、それに相応しい上質感のある顔つきが必要です。優秀賞受賞作とこの作品は、洗練された姉妹のような佇まいで並んでいました。優秀賞の方は赤い椿の王道感が決め手でしたが、オイルの黄色と液体感で表現したこちらの作品の試みを評価し、審査委員賞に選ばせていただきました。(左合ひとみ)

## 日原広一賞

酪農家の手作りヨーグルト



矢嶋大祐 036 Daisuke Yajima  
東京/フリーランス/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。株式会社エヌ・ジー入社。永井裕明氏に師事し、8年間在籍の後、独立。現在はフリーランスで活動中。

**制作意図:** 乳牛の快適性を追求した“トータルカウコンフォート”を一番の訴求のポイントと考え、一読すればその特性を感じてもらえるよう、商品名を「シアワセなウシのお乳からつくったヨーグルト」と名付けました。牛がのびのび暮らす様子や、ヨーグルトのなめらかさを表現するため、丸みの帯びた有機的な形を使ってデザインしました。他社のヨーグルト製品では白を基調に青や緑を配色したものが多く、それらとの差別化を図るためにも、淡いピンクを基本色に設定しました。乳牛たちの幸せそうな雰囲気より演出できるかと思います。フタの下に柔らかい紙を挟み込み、波打つ紙の表情で、優しい味わい、ふわっとした食感の本商品を表現しています。天面からも商品の特性を伝えることができるとしています。毎日食べられる、飽きのこない食品の特性から、ギフト箱は3個入りとしました。箱の仕様はその重量にも耐えられるものを想定しています。  
**審査評:** 乳製品関連に多い青・水色系とは正反対にある朱鷺色を基本色にしている点、まず新鮮さを感じました。そしてそれが「シアワセ」色であることに同感できました。またシンボルやロゴを控えたエディトリアル風なデザインでまとめた点、ご家族で営まれているクライアント様の規模と誠意を表現するのに適していたと思います。(日原広一)

## 福島治賞

漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類



若杉智也 037 Tomoya Wakasugi  
東京/株式会社クーヘン/一般

1990年茨城県出身。東京工芸大学デザイン科卒業。(有)Eを経て(株)KucHenでグラフィックデザイナーとして勤務。東京TDC賞2013入選、Golden Bee 2016入選。

**制作意図:** 天然素材だけを使った無添加製法で9つもの味に展開されるこの商品は、「塩籠の藻塩」である以上に漁師「赤間の塩」なのだという強い想いを感じ、ネーミングを「アカマソルト」としている。容器は、使いやすく少量でさまざまな味を試すことができ、視覚からも楽しめるよう、塩ビ(想定)の透明な円筒を選んだ。ふたは扱いやすいようスクリュューキャップを、本体デザインは筒への直接印刷または透明フィルムを想定。フレーバーごとのイラストレーションを筒の下から上まで散りばめ、天然素材がぎゅっと詰まっていることを表現した。柄を大胆に扱うことで、小柄な商品ながら1つでも存在感あるものを目指した。ギフトボックスは9つの筒がぴったりと入る箱を使用し、9つの味を表現したイラストレーションが1つの円となり、宮城の香りを丸ごと楽しめることを表現した。商品に負けずに必要なものだけしか使わないシンプルなデザインを目指した。  
**審査評:** デパートやお土産物屋で小さな容器の藻塩は目立ちにくい存在です。藻塩をベースとした9種類の「海と里をつなぐ香り塩」をシンプルなイラストレーションで表現し、色彩により、香りも感じさせている。容器の容量や密閉性にやや難はあるが、商品特徴をグラフィカルにシンボライズさせ、おいしそうに伝えるデザインに拍手。(福島 治)





## 入選作品

イカメンチ揚げ



038 赤司夕香 Yuka Akashi/東京/一般



041 金浜玲奈 Rena Kanahama/東京/一般



044 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



047 竹中彩夏 Ayaka Takenaka/神奈川/学生



050 森 愛美 Manami Mori/神奈川/学生



053 狩野浩之 Hiroyuki Kano/東京/一般



039 小野山貴子 Takako Onoyama/東京/一般



042 早瀬友梨 Yuri Hayase/北海道/一般



045 山口崇多 Agata Yamaguchi/東京/一般



048 久松瑠宇 Ryu Hisamatsu/岩手/学生



051 森 里奈 Rina Mori/大分/学生



054 平田ことこ Kotoko Hirata/東京/一般



040 格地 剛 Takeshi Kakuchi/東京/一般



043 三本優子 Yuko Mitsumoto/東京/一般



046 斉藤ひかる Hikaru Saito/宮城/学生



049 牧野 有 Yu Makino/滋賀/学生



052 渡部秀真 Hidemasa Watanabe/東京/学生



055 満島 弘 Hiroshi Mitsushima/神奈川/一般

## 入選作品

南部せんべい詰め合わせ

## 入選作品

ポケット ドライ ライス(ポケドラ)(仮)



056 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



059 斎藤康平 Kohei Saito/山形/学生



062 谷 緑子 Noriko Tani/千葉/学生



065 藤原茉由 Mayu Fujiwara/徳島/学生



068 丸山佳奈 Kana Maruyama/東京/学生



071 岡島奈月 Natsuki Okajima/大阪/一般



057 井村優里 Yuri Imura/神奈川/学生



060 鈴木 唯 Yui Suzuki/宮城/学生



063 中町愛里紗 Arisa Nakamachi/神奈川/学生



066 保戸田 舞 Mai Hotoda/東京/学生



069 山崎野乃花 Nonoka Yamazaki/神奈川/学生



072 喜多源内・内田菜摘・甲田千裕 Gennai Kita・Natsumi Uchida・Chihiro Koda/東京/一般



058 梅谷美里 Misato Umetani/神奈川/学生



061 高橋友哉 Tomoya Takahashi/神奈川/学生



064 日高 基 Motoi Hidaka/神奈川/学生



067 増井加奈 Kana Masui/神奈川/学生



070 湯浅明日香 Asuka Yuasa/福岡/学生



073 黒田萌衣 Mei Kuroda/東京/一般

入選作品  
酪農家の手作りヨーグルト



074 島野峰夫 Mineo Shimano/東京/一般



077 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



080 榎 真梨乃 Marino Enoki/神奈川/学生



083 坂本俊太 Shunta Sakamoto/東京/学生



086 森 千夏 Chinatsu Mori/愛知/学生



087 入間川あや Aya Irimagawa/宮城/一般



075 鈴木隆浩 Takahiro Suzuki/東京/一般



078 横山勇太 Yuta Yokoyama/青森/一般



081 大宮典子 Noriko Omiya/宮城/学生



084 煤賀千容 Chihiro Susuga/神奈川/学生



088 岩崎悦子 Etsuko Iwasaki/東京/一般



076 前原良平 Ryohei Maehara/埼玉/一般



079 李 在薫 Lee Jae Hoon/神奈川/学生



082 後藤志帆 Shiho Goto/神奈川/学生



085 林 千夏 Chinatsu Hayashi/神奈川/学生



089 太田 愛・森田陽介 Ai Ota・Yosuke Morita/東京/一般



090 奥本 隆 Takashi Okumoto/北海道/一般



093 真野隆徳 Takanori Mano/北海道/一般



096 伊藤美聡 Misato Ito/神奈川/学生



099 深井菜摘 Natsumi Fukai/新潟/学生



101 上杉麻実 Asami Uesugi/東京/一般



104 熊谷明洋 Akihiro Kumagai/宮城/一般



091 藤川幸太 Kota Fujikawa/大阪/一般



094 美馬光司 Koji Mima/宮城/一般



097 濱村真帆 Maho Hamamura/神奈川/学生



100 森 美輝 Miki Mori/愛知/学生



102 小野貴人 Takahito Ono/宮城/一般



105 佐藤瑞佳 Mizuka Sato/宮城/一般



092 牧口 萌 Moe Makiguchi/東京/一般



095 矢嶋大祐 Daisuke Yajima/東京/一般



098 廣瀬 遥 Haruka Hirose/岐阜/学生



103 貝塚珠季 Tamaki Kaizuka/東京/一般



106 武田愛久 Naruhisa Takeda/宮城/一般

## 入選作品

漁師赤間謹製 しおがまの藻塩  
宮城の香り藻塩9種類



107 遠山奈緒 Nao Toyama/東京/一般



110 牧口 萌 Moe Makiguchi/東京/一般



113 山田高史 Takashi Yamada/東京/一般



116 浦田聡巳 Satomi Urada/新潟/学生



119 島津知里 Chisato Shimazu/北海道/学生



122 早崎瑞月 Mizuki Hayasaki/東京/学生



108 中西 唯 Yui Nakanishi/千葉/一般



111 松坂浩良 Hiroyoshi Matsuzaka/東京/一般



114 浅井章恵 Akie Asai/埼玉/学生



117 角田茉友 Mayu Kakuda/岐阜/学生



120 田村かな子 Kanako Tamura/新潟/学生



109 林 彩乃 Ayano Hayashi/神奈川/一般



112 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



115 尼子友加里 Yukari Amako/東京/学生



118 河合育美 Ikumi Kawai/東京/学生



121 西村健作 Kensaku Nishimura/東京/学生

## 入選作品

伊達茶(煎茶・玄米茶)



123 遠藤教倫 Noritsugu Endo / 東京 / 一般



126 伊達成朗 Seiro Date / 広島 / 一般



129 赤塚和陽 Kazuaki Akatsuka / 北海道 / 学生



132 菊池雪野 Yukino Kikuchi / 岩手 / 学生



135 新本菜月 Natsuki Shinmoto / 大分 / 学生



138 益子満帆 Miho Mashiko / 神奈川 / 学生



124 柿元優季 Yuki Kakimoto / 大分 / 一般



127 南澤 肇 Hajime Minamizawa / 秋田 / 一般



130 大矢祝子 Shukuko Oya / 神奈川 / 学生



133 久連山愛莉 Airi Kureyama / 宮城 / 学生



136 花岡紗季 Saki Hanaoka / 東京 / 学生



139 森 千夏 Chinatsu Mori / 愛知 / 学生



125 鈴木文士 Ayato Suzuki / 宮城 / 一般



128 山口崇多 Agata Yamaguchi / 東京 / 一般



131 小野寺鞠子 Ayako Onodera / 秋田 / 学生



134 佐藤彩果 Ayaka Sato / 神奈川 / 学生



137 眞木絢未 Ayami Maki / 東京 / 学生

## 入選作品

プレミアム生もちし(金粉入り)



140 阿部有華 Yuka Abe/東京/一般



143 千葉 静 Shizuka Chiba/宮城/一般



146 南澤 肇 Hajime Minamizawa/秋田/一般



149 岡田拓海 Takumi Okada/滋賀/学生



152 挟間桜子 Sakurako Hasama/東京/学生



155 渡部瑠璃 Ruri Watabe/東京/学生



141 佐藤健一 Kenichi Sato/山形/一般



144 菱沼弘香 Hiroka Hishinuma/東京/一般



147 宮下 浩 Hiroshi Miyashita/愛知/一般



150 岡本優希 Yuki Okamoto/岐阜/学生



153 福島美帆 Miho Fukushima/神奈川/学生



142 田中康子 Yasuko Tanaka/東京/一般



145 前田英里 Eri Maeda/東京/一般



148 今井裕加 Hiroka Imai/京都/学生



151 高橋紗矢華 Sayaka Takahashi/東京/学生



154 松本美紀 Miki Matsumoto/東京/学生

## 入選作品

サクランボパスタ



156 青柳 徹 Toru Aoyagi/栃木/一般



159 佐藤汐莉 Shiori Sato/山形/一般



162 青柳萌々 Momo Aoyagi/東京/学生



165 田川 晟 Sei Tagawa/神奈川/学生



168 星合空也 Kuya Hoshiai/三重/学生



171 安田日向子 Hinako Yasuda/愛知/学生



157 井川祥子 Sachiko Igawa/東京/一般



160 清野絵理 Eri Seino/北海道/一般



163 石田小波 Sanami Ishida/徳島/学生



166 橋本好未 Konomi Hashimoto/神奈川/学生



169 水野もなみ Monami Mizuno/神奈川/学生



158 小林絵理 Eri Kobayashi/大阪/一般



161 渡辺隆史 Takashi Watanabe/茨城/一般



164 庄 軼 Yi Jhuangh/神奈川/学生



167 平竹 愛 Ai Hiratake/神奈川/学生



170 武藤翔平 Shohei Muto/愛知/学生



## 入選作品

ハーブ酒(仮)



172 石井 剛 Tsuyoshi Ishii/埼玉/一般



175 榎本大祐・横山織恵・佐々木爽慧・釘宮一成 Daisuke Enomoto・Oriie Yokoyama・Sawae Sasaki・Kazunari Kugimiya/東京/一般



178 計盛政利 Masatoshi Kazumori/福岡/一般



181 小林佑生 Yuki Kobayashi/茨城/一般



184 色摩ゆう子 Yuko Shikama/福島/一般



187 伊達成朗 Seiro Date/広島/一般



173 今村彰宏 Akihiro Imamura/神奈川/一般



176 小木曾 啓 Kei Ogiso/愛知/一般



179 角島 喬・平岩理紗 Takashi Kadoshima・Risa Hiraiwa/東京/一般



182 澤岡史織 Shiori Sawaoka/東京/一般



185 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



188 中城海因 Kaito Nakajo/京都/一般



174 上平稔人 Minoru Uehira/東京/一般



177 奥本 隆 Takashi Okumoto/北海道/一般



180 神村晃世・大塚 彩・根岸明子 Akiyo Kamimura・Aya Otsuka・Akiko Negishi/東京/一般



183 澤田恵子 Keiko Sawada/宮城/一般



186 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



189 三宅 孝 Takashi Miyake/東京/一般

## 入選作品

純つばき油



190 宮下 浩 Hiroshi Miyashita/愛知/一般



192 伊藤千晶 Chiaki Ito/岩手/一般



195 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



198 永嶋邦子 Kuniko Nagashima/東京/一般



201 原 洋介 Yosuke Hara/東京/一般



204 山里美紀子 Mikiko Yamazato/沖縄/一般



191 米森志郎 Shiro Yonemori/埼玉/一般



193 上田舞乃 Maino Ueda/京都/一般



196 主演景子 Keiko Shuhama/東京/一般



199 永嶋邦子 Kuniko Nagashima/東京/一般



202 泥谷夏輝 Natsuki Hijiya/東京/一般



205 阿部真由子 Mayuko Abe/東京/学生



194 カトウマサタカ Masataka Kato/北海道/一般



197 田中彩里 Ayari Tanaka/東京/一般



200 新岡七瀬 Nanase Nioka/北海道/一般



203 山浦のどか Nodoka Yamaura/東京/一般



206 大島みゆな Miyuna Oshima/東京/学生

## 受賞・入選者 連絡先一覧

※希望者のみ掲載(2017年2月8日現在) ※都道府県別/氏名五十音順



207 鈴木結菜 Yuina Suzuki/京都/学生



210 田中鞠美 Ayami Tanaka/埼玉/学生



213 畑中紗希子 Sakiko Hatanaka/岩手/学生



208 砂川莉穂 Riho Sunakawa/埼玉/学生



211 鈿瓶昂右 Kosuke Tsurube/神奈川/学生



214 廣田 紬 Tsumugi Hirota/神奈川/学生



209 高橋 彩 Aya Takahashi/千葉/学生



212 野呂青葉 Aoba Noro/神奈川/学生

### ■北海道

足立 瑛良 011  
札幌市立大学  
Tel 080-3234-4780  
Os42a130@gmail.com

奥本 隆 90.177  
006-0805 札幌市手稲区新発寒5  
条8-4-11  
クリエイティブオフィスメッセンジャー  
Tel 011-699-6955  
Fax 011-699-6955  
messenger\_sapporo@nifty.com

カトウマサタカ 194  
060-0032 札幌市中央区北2条東  
3-2-2 マルタビル札幌6F  
ブルードッグ・グラフィック  
Tel 011-222-9327  
bluedog@jagda.org  
http://www.bluedoggraphic.com/

島津 知里 119  
003-0023 札幌市白石区南郷通1  
丁目北6-20-101  
東海大学  
Tel 090-5956-3622  
choco\_toka@icloud.com

清野 絵理 160  
060-0002 札幌市中央区北2条西  
2-4 マルホビル4F

AMAYADORI  
Tel 011-212-1064  
Fax 011-212-1065  
seino@amayadori.biz

新岡 七瀬 200  
AMAYADORI  
niioka@amayadori.biz

早瀬 友梨 042  
006-0805 札幌市手稲区新発寒5

条8-4-11  
クリエイティブオフィスメッセンジャー  
Tel 011-699-6955  
Fax 011-699-6955  
messenger300@icloud.com

真野 隆徳 093  
079-0175 美唄市峰延町峰樺一  
区1314-14  
株式会社みねのブランディング  
Tel 0126-67-2578  
Fax 0126-67-2578  
mano@mineno.net  
http://mineno.net

■青森  
横山 勇太 078  
038-0003 青森市石江三好153-3  
Atelier-Jon  
Tel 017-766-9345  
Fax 017-766-9345  
info@atelier-jon.com  
http://atelier-jon.com/

■岩手  
大石 亮子 013  
020-0841 盛岡市羽場10-1-2  
川口印刷工業株式会社  
Tel 019-632-2211  
Fax 019-632-2217  
ryo@kpj.co.jp  
http://www.kpj.co.jp/

高橋 純也 003  
020-0823 盛岡市門1-16-9 コル  
ティール3番館 202  
ネモグラフィック  
Tel 019-681-2438  
Fax 019-681-2438  
nemo@yf.lomo.jp

牧野 沙紀 016  
020-0841 盛岡市羽場10-1-2  
川口印刷工業株式会社

Tel 019-632-2211  
Fax 019-632-2217  
makino@kpj.co.jp

■宮城  
阿部 拓也 002  
981-3132 仙台市泉区将監  
2-13-10 グラシアM102  
凸版印刷株式会社  
Tel 090-7799-8948  
abetaku1012@gmail.com

大宮 典子 081  
982-0034 仙台市太白区西多賀  
1-7-32  
専門学校日本デザイナー芸術学院  
仙台校  
Tel 080-1669-4951  
noriko.ohmiya@gmail.com

小野 貴人 012  
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  
http://kohsoku.com/groups/grouplist.php#top

熊谷 明洋 104  
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  
http://kohsoku.com/groups/grouplist.php#top

久連山 愛莉 133  
984-0051 仙台市若林区新寺  
3-2-1  
専門学校日本デザイナー芸術学院

仙台校  
Tel 022-299-1641  
amezi0209@icloud.com

佐藤 瑞佳 105  
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

武田 愛久 106  
981-3206 仙台市泉区明通3-30  
株式会社トツパングラフィック  
コミュニケーションズ  
Tel 022-377-5194  
Fax 022-377-9239  
naruhisa.takeda@toppan.co.jp

千葉 静 143  
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  
http://kohsoku.com/groups/grouplist.php#top

美馬 光司 094  
凸版印刷株式会社  
dccw09brain@gmail.com

■秋田  
南澤 肇  
044, 056, 077, 112, 127, 146  
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/

<p>■山形 佐藤汐莉 159 999-3104 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</p>	<p>328-0005 栃木市寄居町322 Leigh Roux Tel 080-5007-3913 gcmachi648@gmail.com</p>	<p>尼子友加里 115 多摩美術大学 yukari.irakuy.amako@gmail.com</p>	<p>株式会社侍グラフィックス Tel 03-3434-7255 Fax 03-3434-7256 contact@samurai-g.jp</p>	<p>金浜玲奈 041 150-0011 渋谷区東1-13-12 株式会社クーヘン Tel 090-2818-4521 http://kuchen.jp/</p>	<p>島野峰夫 074 107-0061 港区北青山2-9-16 AA ビル3F 株式会社ロフト Tel 03-5412-7560 Fax 03-5412-7561 shimano@loft-inc.co.jp http://www.loft-inc.co.jp/</p>	<p>遠山奈緒 107 130-0014 墨田区亀沢4-15-5 株式会社シンギ Tel 03-5608-8211 nao-toyama@shingi.co.jp</p>	<p>Fax 03-3921-5228 moemakiguchi@gmail.com http://moemakiguchi.tumblr.com/</p>
<p>佐藤健一 015, 141 999-3104 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</p>	<p>■埼玉 石井 剛 172 AMALGAM amalgamdesign@icloud.com</p>	<p>有佐真夏 023 多摩美術大学 Tel 080-5860-1333 behumanleft88@gmail.com</p>	<p>遠藤教倫 123 153-0063 目黒区目黒 4-14-33-205 フリーランス Tel 080-1283-5463 noritsugu.endo@beaconcom.co.jp</p>	<p>狩野浩之 053 162-0827 新宿区若宮町14-7 kif201 有限会社カノウデザインオフィス Tel 03-3269-4900 Fax 03-3269-4903 kano-do@themis.ocn.ne.jp https://www.facebook.com/k anodesignoffice</p>	<p>主演景子 004,185,186,195,196 116-0011 荒川区西尾久7-58-2 川口印刷工業株式会社 Tel 03-3894-0101 shuhama.keiko@gmail.com http://shuhama.keiko.tumblr.com/</p>	<p>永嶋邦子 008,198,199 162-0814 新宿区新小川町8-30 山京ビル 株式会社テイ・デイ・エス Tel 03-5225-7813 Fax 03-5225-7530 contact@tds-g.co.jp http://www.tds-g.co.jp/</p>	<p>松坂浩良 111 107-0061 港区北青山2-9-16 AA ビル3F 株式会社ロフト Tel 03-5412-7560 Fax 03-5412-7561 matsuzaka@loft-inc.co.jp http://www.jpda.or.jp/mywork s/loft/</p>
<p>鳥居美咲 027 999-3104 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</p>	<p>砂川莉穂 208 339-0061 さいたま市岩槻区岩槻 6710 メゾンアルファ3-102 東京造形大学 Tel 090-8316-6748 a11401052@zokei.ac.jp</p>	<p>安藤萌香 020 156-0043 渋谷区東1-13-12 コー トビル青山201 株式会社クーヘン Tel 080-4464-2248 ando@kuchen.jp http://www.kuchen.jp/</p>	<p>太田 愛・森田陽介 089 141-8627 品川区東五反田2-18-1 大崎フォレストビルディング20F 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 ai_oota@tskg-hd.com yousuke_morita@tskg-hd.com http://www.tskg-hd.com/</p>	<p>神崎 遥 033 桑沢デザイン研究所 Tel 080-3612-6402 haru.ka.nzaki@gmail.com https://halcaaa.tumblr.com/</p>	<p>菅 渉宇 001 スガデザイン/だいふく Tel 090-6245-0254 info@shosuga.com http://shosuga.com</p>	<p>花岡紗季 136 166-0015 杉並区成田東 1-6-8-302 多摩美術大学 Tel 090-5776-8032 hanaokasaki@gmail.com</p>	<p>松本美紀 154 191-0033 日野市百草892-1 東京造形大学 Tel 090-8699-1567 a11501079@zokei.ac.jp</p>
<p>■福島 色摩ゆう子 184 960-8136 福島市八島町10-11 株式会社プランニングA Tel 024-573-7897 Fax 024-573-7898 info@planning-a.jp https://planning-a.jp</p>	<p>田中絢美 210 東京造形大学 a11501061@zokei.ac.jp http://asportfolio.businesscat alyst.com/</p>	<p>井川祥子 157 151-0053 渋谷区代々木3-1-16 代々木グリーンハイツ5A iga3 office Tel 03-6276-8195 Fax 03-6276-8430 iga3@green-heights.jp http://iga3office.sakura.ne.jp/</p>	<p>小野山貴子 039 107-0061 港区北青山2-9-16 AA ビル3F 株式会社ロフト Tel 03-5412-7560 Fax 03-5412-7561 onoyama@loft-inc.co.jp http://www.loft-inc.co.jp/</p>	<p>喜多源内・内田菜摘・甲田千裕 072 106-0044 港区東麻布3-5-12 麻 布CCビル2.3.4.5F 株式会社ニックインターナショナル Tel 03-3568-2229 Fax 03-3568-1299 kita@nicks.co.jp http://www.nicks.co.jp/</p>	<p>鈴木隆浩 075 103-8233 中央区日本橋3-7-20 ディーアイシービル DICカラーデザイン株式会社 Tel 03-6733-5549 Fax 03-6733-5533 takahiroo-suzuki@dic-color.c om</p>	<p>平田ことこ 054 154-0017 世田谷区世田谷4-3-2 メゾンSK501 フリーランス Tel 090-5194-4314 kotoko.hirata@gmail.com http://www.kotokohirata.com/</p>	<p>三宅 孝 189 107-0062 港区南青山5-12-5 和 田ビル702 株式会社trademarks Tel 03-5766-1548 Fax 03-5766-1549 miyake@trademarks.co.jp http://www.trademarks.co.jp/</p>
<p>■茨城 小林佑生 181 フリーランス eurekapoo7@yahoo.co.jp http://yuki-kobayashi.net/</p>	<p>■千葉 谷 緑子 062 多摩美術大学 antiorion@gmail.com</p>	<p>上平稔人 174 102-0075 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 03-6272-9625 Fax 03-6272-9626 uehira@minorudesign.co.jp http://minorudesign.co.jp/</p>	<p>角島 喬 179 nakajima takahisa design Tel 090-9892-4516 t.kadoshima34@gmail.com</p>	<p>佐野祐介 014 141-0032 品川区大崎2-6-12 エ クタビル303 insist graphic Tel 090-1743-9176 yusuke.sano@insist.jp http://www.insist.jp</p>	<p>田中彩里 197 フリーランス ayari@fb3.so-net.ne.jp</p>	<p>保戸田 舞 066 134-0084 江戸川区東葛西8-7-19 武蔵野美術大学 Tel 090-5562-4943 hotomymy@gmail.com</p>	<p>矢嶋大祐 036, 095 107-0062 港区南青山5-4-19-403 フリーランス yajimadaisuke.design@gmail.com http://yajimadaisuke.com/</p>
<p>渡辺隆史 161 花王株式会社 Tel 080-5032-9526 studiowham@me.com</p>	<p>■東京 阿部有華 140 130-0014 墨田区亀沢4-15-5 株式会社シンギ Tel 03-5608-8211 Fax 03-5608-8210 yuka-abe@shingi.co.jp</p>	<p>榎本大祐・横山織恵・佐々木爽慧・釘 宮一成 175 105-0012 港区芝大門1-3-9 菅野 ビル5F</p>	<p>角島 喬 179 nakajima takahisa design Tel 090-9892-4516 t.kadoshima34@gmail.com</p>	<p>澤岡史織 182 110-8560 台東区台東1-5-1-7F 凸版印刷株式会社 shiori.sawaoka@toppan.co.jp</p>	<p>田中康子 142 104-0061 中央区銀座8-19-18 第 3東栄ビル9F901 株式会社ポップコーン Tel 03-3546-7361 Fax 03-3546-7362 tanaka@popcorn-inc.jp</p>	<p>眞木絢未 137 桑沢デザイン研究所 Tel 090-6289-7573 k150190@kds.ac.jp</p>	<p>山浦のどか 203 フリーランス Tel 080-1191-9760 nodoka.yamaura@gmail.com http://yamauranodoka.com/</p>
<p>■栃木 青柳 徹 156</p>						<p>牧口 萌 092, 110 178-0065 練馬区西大泉5-25-45 Tel 090-5426-1084</p>	

## 2015年度優秀賞作品の実用化報告

若杉智也 037  
150-0011 渋谷区東1-13-12コート  
ヒル青山201  
株式会社クーヘン  
Tel 080-6591-9144  
w.tom118@gmail.com  
http://wakasugitomoya.tumblr.com/

渡部瑠璃 155  
東京造形大学  
Tel 080-5543-7667  
tarakoptpt@gmail.com

■神奈川  
今村彰宏 173  
244-0817 横浜市戸塚区吉田町  
1154-2  
IMAMURA DESIGNLAB  
Tel 080-3203-6711  
Fax 045-870-1581  
a-ima\_mura81@nifty.com

榎 真梨乃 080  
昭和女子大学  
enoki.marino@gmail.com

大原菜桜子 025  
252-5183 相模原市緑区西橋本  
5-5-1  
大和製罐株式会社  
Tel 042-772-6510  
Fax 042-772-7175  
n-oohara@mail.daiwa-can.co.jp  
http://www.daiwa-can.co.jp/

釣瓶昂右 010, 035, 211  
http://tsurubin.com

福島美帆 022  
東京造形大学  
Tel 044-755-7224  
miho\_f23@yahoo.co.jp

水野もなみ 169  
240-0067 横浜市保土ヶ谷区常盤  
台86-1-312  
東京造形大学  
Tel 045-337-5020  
icedependency@gmail.com  
https://monamix.tumblr.com/

森 詩織 019  
東京造形大学  
Tel 080-4717-1197  
a11501088@zokei.ac.jp  
http://mori0.web.fc2.com/

山崎野乃花 069  
東京造形大学  
mochinonushi0907@gmail.com

■新潟  
日野薫子 024  
940-2023 長岡市蓮湯2-6-7 コー  
ポ近央203  
長岡造形大学  
Tel 090-5271-6909  
a143094@st.nagaoka-id.ac.jp

深井菜摘 099  
長岡造形大学  
a143099@st.nagaoka-id.ac.jp

渡邊汐里 031  
959-1302 加茂市五反田686  
長岡造形大学  
Tel 090-8849-1208  
a143123@st.nagaoka-id.ac.jp

■愛知  
高橋真一 007  
460-0008 名古屋市中区栄  
3-8-21 伊勢町平和ビル7F  
株式会社オフィスオブサイド  
Tel 052-241-5881  
Fax 052-241-5661  
s-takahashi@offside.ne.jp

http://www.offside.ne.jp/

前田英里 145  
494-0001 一宮市開明字馬保里  
41-2  
フリーランス  
Tel 080-6925-1146  
erima.erimaeda@gmail.com  
http://erimaeda.weebly.com/

■京都  
今井裕加 148  
成安造形大学  
15imai@seian.jp

中城海図 188  
604-8861 京都市中京区壬生神明  
町1-36 millennialKU308  
Tel 090-5536-9483  
kaito.nakajo.089@gmail.com

■大阪  
岡島奈月 071  
564-0043 吹田市南吹田5-18-2  
株式会社シンギ  
Tel 080-3897-9741  
natsuki-okajima@shingi.co.jp

小林絵理 158  
577-0032 東大阪市御厨3-9-28  
梅田真空包装株式会社  
Tel 06-6782-0661  
Fax 06-6782-0667  
EKobayashi@uvp.co.jp  
http://www.uvp.co.jp/

藤川幸太 091  
フリーランス  
Tel 080-5423-4174  
fujikawa.k@gmail.com

■広島  
伊達成朗 126,187  
731-0124 広島市安佐南区大町東  
3-12-58-1  
スタジオダーウィン  
Tel 090-9416-0658  
date@art.email.ne.jp  
http://date48.wixsite.com/stu  
dio-darwin

■大分  
柿元優季 124  
871-0029 中津市下宮永111-13  
極東印刷紙工株式会社  
Tel 080-3984-9466  
nahcikak@yahoo.co.jp

■沖縄  
山里美紀子 009,204  
株式会社バムローカルメディア  
Tel 090-6860-3882  
pamiki06@gmail.com

盛岡冷麺 弾力ちゃん

いか三升漬

しょうゆ糰

松勘の米

タコのやわらか煮

山形天童 米ぬか油

旨さの極みきゅうり

美郷雪華ルームフレグランス

## 「おいしい東北パッケージデザイン展」の成果

- 多種多様な新パッケージの提案＝デザインの創造
- デザインの知的財産と対価に関する契約締結＝デザインの保護および意識啓発
- 新パッケージの商品化＝デザインの活用および販売促進
- デザイナーとの交流によるデザインに対する中小企業経営者等の理解向上
- 学生の参加および作品評価・授賞による若手人材の育成・教育
- 広く一般に対するデザインおよび知的財産の意識啓発

### ■商品化の流れ



① 審査

#### ① 審査

このコンペティションでは、審査により選ばれた優秀な作品を商品化して販売するところが大きな特徴です。審査会では、企業の担当者も交え、パッケージデザインとしての見栄えだけでなく、本当に商品化できるか？商品が売れるようになるか？という観点からも選考します。



② デザイン修正

#### ② デザイン修正

受賞デザイナーは、実際に企業を訪問して生産現場も見学し、審査委員の助言や企業の要望を取り入れながら、受賞作品のデザインを商品化できるように改善します。また、知的財産の専門家等の支援を受けながら、類似の意匠や商標がないか調査を行います。コストや作業効率、知的財産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仕上げていくのです。



③ 契約

#### ③ 契約

デザインの知的財産権や対価に関する契約を締結することで、デザインの保護・活用に対する意識啓発・制度普及を図ります。本事業は中小企業等の支援事業であり、デザインの提案までは無料ですが、受賞デザイナーによる商品化までの修正作業にかかる対価は企業が負担します。



④ 完成

#### ④ 完成

2014(第1回)、2015(第2回)年度の支援対象20商品のうち、これまでに計16商品が商品化されました。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、数多くの商品化事例を生む結果となりました。また、この事業での出会いをきっかけに、受賞デザイナーに自社の他商品のデザインを引き続き発注する事例も生まれています。

### 盛岡冷麺 弾力ちゃん

デザイン：古屋友章(東京/フリーランス)  
参加企業：北緯四十度のまち株式会社(岩手県岩手町)  
<http://hokui40do.jp/>



#### ■商品概要

冷麺の町として名高い盛岡市に隣接する岩手町で製造されている盛岡冷麺。現在、県内の量販店の棚を飾っているのはほとんどが大手企業の商品だが、北緯四十度のまちは後発ながら、日本で唯一という韓国製の製麺機を導入、三陸でとれる魚介の出汁をベースにした独自のつゆを盛岡市内の浅沼醤油店(2014年度「おいしい東北」参加企業)と連携して開発するなど、これまでにない冷麺の在り方を探求している。こうしたモノづくりへの思いを反映させたパッケージデザインはないものかと本事業に参加した。

#### ■実用化の経緯

優秀賞が意図している、記憶に残るネーミング(弾力ちゃん)と麺の弾力性の訴求力、真冬には零下15度にもなるという厳寒の地に負けないキャラクターの魅力、商品写真を使わない意外性、これらが参加企業と審査委員のハートをわしづかみにした。

実用化にあたっては、当初、冷蔵ケースで販売することを前提にフィルム包装でいかに品質の高さを訴求できるかが課題となった。そしていずれはギフトにも対応できるように、商品を常温化し、ピロタイプ紙箱という形態も検討している。

#### ■販売実績・成果

販売開始は2016年5月末から。首都圏の高級スーパーや築地の大手食品卸に提案したところ、一発で商談がまとまった。一方、県内でも量販店等に営業しているが、首都圏の販路に比べて反応が鈍いという。そもそもの事業主旨にのっとり、パッケージデザインも含む商品の価値を理解してくれる販路を開拓することが目下の最大の目標である。

### いか三升漬

デザイン：河野久美子(東京/DICカラーデザイン株式会社)  
参加企業：株式会社マルヌシ(青森県八戸市)  
<http://www.marunushi.co.jp/>



#### ■商品概要

青森県といえばりんごだが、水産ではイカ、ホタテが有名。わけでも八戸港は日本一のイカの水揚げ量を誇る。その八戸港近くに位置するマルヌシはサバ、イカを中心に加工する地元でも有数の製造業者である。本事業に参加の手を挙げたのは、地元新聞社の記者から転身した次期社長の地主裕太氏。全くの素人だったからこそ、新たな挑戦の一つとして、「パッケージデザインを変えたらもっと幅広く売れるのでは」と参加を決めた。

商品は、八戸産のイカを三升ダレ(しょうゆ・麴・唐辛子を各一升)に漬けた郷土料理。さっぱりしているので、ご飯のおかずにも合うし、子供にもお年寄りにも抵抗なく食べてもらえる商品だ。

#### ■実用化の経緯

優秀賞をとった河野さんのデザインは「八戸」という地元色を強く訴求し、かつ、思わずなんだろう、これ？と手に取りたくなる「ご飯を食べる笑顔」の意匠。一目でわかる「八戸産」「ご飯のおかず」というイメージが今までのこの手の商品の印象を全く変えてしまった。実用化にあたっては、表面ラベルに組み込まれたレシピの見やすさ、コスト面を考慮してラベル内のレシピページ枚数を減らすなどが改善のポイントとなった。

#### ■販売実績・成果

参加企業の素早い決断と勢いに乗った修正改善が進み、販売開始は2016年3月から。県内のチェーンスーパーはもちろん、6月からは全国販売も開始した。「デザインが斬新」とお客様からも好評である。しかし、2016年はイカが不漁となり、現在は県内量販店のみでの販売を続けている。一刻も早い原料の回復を期待したい。

## しょうゆ糀

デザイン: 主演景子(東京/川口印刷工業株式会社)  
参加企業: 藤勇醸造株式会社(岩手県釜石市)  
<http://www.fujiyu.com/>



### ■商品概要

藤勇醸造は明治35(1902)年の創業。岩手県釜石市を拠点に、老舗の醸造会社として味噌・醤油・つゆ・麴製品などの製造販売に取り組んできた。わけても同社の富士醤油は全国的にもファンが多く、震災後には被災した工場を気遣って、多くの顧客たちから支援が寄せられた。

今回の対象商品、しょうゆ糀は醤油と米糀(岩手県産ひとめぼれ100%使用)を高温多湿化させて製造された新商品。甘酒と醤油をミックスさせたようなほんのり甘い味がご飯にも冷や奴にもよく合う。糀食品ブームもあって、商品自体に注目が集まる中、釜石市という産地性を強く訴求したパッケージデザインを求めて本事業に参加した。

### ■実用化の経緯

主演さんのデザインした瓶を巻くラベルには、釜石市を象徴するシンボルがいくつも取り込まれている。同市の花であるハマユリ、世界遺産となった橋野鉄鋼山・高炉跡、ラグビー、伝統芸能の虎舞など、いくつ、そのシンボルマークを当てられるか、見ていて飽きない。

### ■販売実績・成果

実用化に向けて課題となったのは、中身のしょうゆ糀の色合いや風味が伝わるよう、ラベルをもう少し縮小できないか、ラベルの色がしょうゆ糀の色とぶつからないか、あるいは蓋ラベルを装着するにあたっての加工作業の簡略化が図れないかなど。主演さんはこれらの疑問にひとつひとつ丁寧に対応し、2016年4月末に販売開始となった。

現在は仙台駅構内のお土産品店や岩手県のアンテナショップ、地元の百貨店などで販売中だ。またクックパッドなどでしょうゆ糀のレシピを積極的に展開し、イベント販売でも使い方を広める活動を行っている。

## 松勘の米

デザイン: 稲葉晴彦(宮城/有限会社スマッシュ)  
参加企業: 有限会社松勘商店(岩手県一関市)



### ■商品概要

創業明治44(1911)年、松勘商店は岩手県一関市では押しも押されもしない米の卸売販売業者である。特に岩手県南部の最もうまい米と言われる花泉産の米の扱いには絶対の自信があり、地元の飲食店から信頼も厚い。

対象商品「花泉産ひとめぼれ」は全国「食味ランキング」特Aを毎年獲得している、つや、ねばり、甘味を十分に堪能できる自慢の米だとか。だが、そのせつかくのうまさを今のパッケージデザインではお客様にわかってもらえない、というのが悩みのタネだった。また、2016年度開催の「いわて国体」で多くの観光客が手軽に土産にできるような、少量でも付加価値の伝わる販売方法を模索していたという。

### ■実用化の経緯

受賞作品は審査会でも圧倒的な存在感を放っていた。堂々とした面構え、いずれは会社名をブランド化していきたいという企業の意図を組むかのようなそのものずばりの商品名、そして持ち運びの良さも考慮された設計などが高い評価を得た。改善点としては、2合程度の米を入れた場合の包材の耐性の検証、箱組み立て加工の簡略化の工夫、そして第一段階としてどの色を起用するかなどが挙げられた。

### ■販売実績・成果

販路への提案とその結果を得て、実用化に踏み切りたいとの参加企業の意味もあり、受賞デザイナーの稲葉さんと慎重に改善作業を進めた結果、2016年12月に東京の百貨店でのイベント販売を皮切りに赤・紺・白の3色で販売を開始した。お客様からの反応を見ながら、販売戦略をたてていきたいと松勘商店は今後の販売促進に意気込みを見せている。

## タコのやわらか煮

デザイン: 坂口あけみ(東京/アヤメグラフィック)  
参加企業: 株式会社岡清[現・株式会社鮮冷](宮城県牡鹿郡女川町)  
<http://www.senrei.jp/>



### ■商品概要

南三陸地域は志津川を中心にタコの水揚げが多いことで有名だ。東日本大震災で壊滅的な状況にあった同地域の産業復興の目玉として、多くのメディアでも取り上げられ、地元民を奮い立たせる特産品ともなった。

岡清は震災後、タコの加工品製造を中心に、女川町に元気を取り戻そうとして数々の活動を行ってきた地元の立役者でもある。対象商品は女川港で水揚げされたタコを特製のタレでじっくり煮込んだ、柔らかくて酒の肴にも炊き込みご飯にも使える逸品だ。

### ■実用化の経緯

受賞作品は審査委員の目を釘付けにした。タコの加工品であるという目でわかる図柄と商品ロゴ。デザインされていないようでいて、売り場に置かれれば誰もが思わず目を引き付けられる強さに満場一致で選ばれた。

実用化に向けて、岡清では容量を減らし、使い勝手がいいように真空パックの常温品に商品改善を行った。これに伴い、もう少し中身が見えるようラベルを縮小、裏面や袋の中にリーフレットを入れて食べ方やレシピを提案するなど、お客様の関心をひくパッケージへと変身させた。

### ■販売実績・成果

販売開始は2016年7月から、まずは岡清の経営する飲食店と土産品店で展開した。月100個以上が売れ、売場ではお客様が必ず一度は手に取って見る商品になった。現在は店舗を移転することもあって、新店舗での販売を目指して準備中だ。いずれは仙台駅や首都圏での販売も視野に入れ、「タコと言えば女川」という道のりを着々と進んでいる。

## 山形天童 米ぬか油

デザイン: 柴田沙央里(東京)  
参加企業: 三和油脂株式会社(山形県天童市)  
<http://www.sanwa-yushi.co.jp/>



### ■商品概要

三和油脂は山形県天童市に昭和24(1949)年創業。米どころ東北にあって、普段は捨てられている米ぬかに早くから着目し、その活用方法として米ぬかを使った油の製造に取り組んできた。新鮮な国産の米ぬかを圧搾製法により搾油したピュアな米油は味が軽く、胃もたれしない、酸化安定性に優れているため、てんぷらなどがカラッと揚がる、使った油を何度も再利用できるなどの利点を持つという。糖尿病やメタボが気になる人にもおすすめという同社自慢の製品である。

### ■実用化の経緯

産地らしさを出しつつ商品そのものをシンプルに表現した商品名。アクセントとして使われている赤のドットがかわいらしく、モダンな和のイメージが新鮮だ。

しかしながら、まず最初に再検討しなければならなかったのは、実は商品名である。受賞者の柴田さんが提案した「山形の米油」は、山形産原材料の含有率の関係から使用不可に。結果として、実用化に至った「米ぬか油」という商品名は三和油脂の製造趣旨を明確に打ち出すこととなった。

### ■販売実績・成果

商品名の変更にも多少の時間を要し、また新米の収穫期に合わせて新たに製造した商品からパッケージを変更したいとの参加企業の意味もあり、2016年11月から同社ウェブサイトでの販売をスタート。ホームページを見るお客様からは「かわいいね」という声が聞こえてくるようである。

## 旨さの極みきゅうり

デザイン: 山口崇多(東京/東京藝術大学[当時])  
 参加企業: あぶくま食品株式会社(福島県伊達市)  
<http://abukumafoods.co.jp/>



### ■商品概要

まさにこだわりの漬物とはこの商品のことかもしれない。夏場のキュウリ産地として有名な福島県須賀川の夏秋(かしゅう)キュウリを使い、長期低温保存を行うことで乳酸菌の発酵をじっくり促し、キュウリの旨みを引き出す製法は、生に近い歯ごたえや気持ち良い食感を生む。おまけに生き続けている乳酸菌のまま包装してしまうと聞けば、なんだか体に良いような気がしてくる。あぶくま食品は、原料の品質の良さ、こだわりの製法を消費者に明確に伝えられるパッケージデザインを求めて参加したという。

### ■実用化の経緯

漬物のパッケージといえばどこもかしこもプラスチック袋に直印刷したものか、紙ラベルを貼る程度の商品が大半だ。受賞作品は漬物としては珍しく紙包装にキュウリの絵が何かひょうきんで愛らしい、金文字で表された商品名が安っぽさを払拭しているなど、高い評価を得た。

実用化にあたっては、冷蔵ケースに収めた際に結露などで歪まない紙質が求められること、できれば中身を少しでも見せたい、原料の良さを強調したい、といったリクエストが参加企業から出された。

### ■販売実績・成果

試行錯誤を繰り返す中で、2016年11月よりあぶくま食品の直販客に向けて販売が開始された。キュウリの絵の一部をくりぬいて商品のチラ見せが実現、手にした時のちょっとした高級感、国産のキュウリを使用しているという安心感が漂ってくる。今後は味付けの異なるキュウリの漬物への横展開も予定されている。

## 美郷雪華ルームフレグランス

デザイン: 北村理恵(静岡/静岡文化芸術大学)  
 参加機関: 美郷町観光協会(秋田県仙北郡美郷町)  
<http://www.rokugo-mizu.net/>



### ■商品概要

特産品ホワイトラベンダーと名水が呼び物の秋田県美郷町によるルームフレグランス。あまり知られていないと思われるが、白い花をつけるラベンダー「美郷雪華」を原料にした芳香剤で、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ているという。

### ■実用化の経緯

受賞作品は、原料のホワイトラベンダーが誰にでもイメージできるよう、純白の地にラベンダー色のシンプルな文字を配し、上部を花びら型で閉じた五角形の箱型。いずれも白とラベンダー色が多い応募作品の中で、上部の花びら型は審査委員の評価の決め手となった。複数の箱が売場に並ぶと、まるでホワイトラベンダーの花畑のよう、とは某審査委員のコメント。

### ■販売実績・成果

実用化にあたり、審査会で指摘された、もう少し高級感を出すためのロゴ書体のブラッシュアップを優先課題とし、上部の花びら型を生かしつつコストを抑える手段を包装資材会社ととことん協議することから始まった。また中身のアトマイザー(瓶)の遮光性を考慮した色、ホワイトラベンダー型の貼り付けなど、細部にわたる意見交換が盛んに行われた。受賞者の北村さんは大学生だが、これらのやりとりにも辛抱強く応え、丁寧に修正案を作り上げた結果、2016年4月末の販売にこぎつけた。

現在は美郷町観光協会の売店はもちろん、地元商店や量販店、東京のアンテナショップで販売され、好評を得ている。いずれは海外展開も検討中とのこと。世界的美郷雪華が見られる日を期待したい。

## 2014年度優秀賞作品 実用化一覧

 <p>apprimo[アプリモ]                  デザイン: 大谷啓浩(東京)                  参加企業: タムラファーム株式会社(青森)</p>	 <p>サバダシラーメン                  デザイン: 桐山理恵(神奈川)                  参加企業: 山徳平塚水産株式会社(宮城)</p>
 <p>おうごんかんじょ                  黄金甘藷                  デザイン: 田川 晟(神奈川)                  参加企業: 有限会社ムカエあぐりらんど(岩手)</p>	 <p>夕日の恋物語                  (トマトとプラムワインセラー)                  デザイン: 鈴木文士(宮城)                  参加企業: 株式会社岩城(秋田県)</p>
 <p>くらぼん                  デザイン: 平野達郎(東京)                  参加企業: 株式会社浅沼醤油店(岩手)</p>	 <p>枝豆ショコラ                  デザイン: 田川 晟(神奈川)                  参加企業: 有限会社グローバルアイ(山形県)</p>
 <p>みちのく塩辛                  デザイン: 小野貴人(宮城)                  参加企業: 株式会社八葉水産(宮城県)</p>	 <p>いしかわ牛ビーフシチュー                  デザイン: 小松有佳(大阪)                  参加機関: JA夢みなみ(福島)</p>



## 「おいしい東北パッケージデザイン展2016」開催の流れ

- 2016年
- 3月 東北経済産業局「平成28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20社(青森2、岩手5、宮城7、秋田4、山形1、福島1)から参加企業10社(青森1、岩手1、宮城2、秋田1、山形2、福島1)のデザイン対象10商品を決定
- 8~10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:509名(一般176名/学生333名)/623点(一般260点/学生363点)
- 11月 審査会において受賞・入選作品を決定  
入選総数:188名(一般95名/学生93名)/214点(一般116点/学生98点)
- 11月 「おいしい東北パッケージデザイン展2016」開催(仙台市)  
「おいしい東北パッケージデザイン展2016 表彰式・フォーラム・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のマッチング、実用化に向けたフォローアップや準備が整い次第、新たなパッケージデザインで商品を発売
- 2017年
- 3月 「おいしい東北パッケージデザイン展2016 in Tokyo」開催(東京都港区)

東北経済産業局 平成28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2016」  
会期:2016年11月23日(水・祝)~27日(日)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

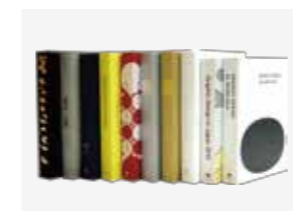
人東北経済連合会、公益社団法人日本パッケージデザイン協会(JPDA)、日刊工業新聞社東北・北海道総局、河北新報社、NHK仙台放送局、仙台放送、東北放送、KHB東日本放送、宮城テレビ放送  
展示数:214点(優秀賞10点[グランプリ1点含む]、奨励賞17点、学生優秀賞5点、審査委員賞5点、入選177点)  
入場者:計444名  
広報物デザイン:木村正幸 会場構成:福田秀之

- 「おいしい東北パッケージデザイン展2016」  
表彰式・フォーラム・交流会  
日時:2016年11月23日(水・祝)  
13:00-13:40 表彰式/14:00-17:00 フォーラム/17:30-19:30 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「ローカルデザインと人のつながり」  
鈴木輝隆(江戸川大学社会学部 特任教授)  
(2)今年度の受賞作品講評  
加藤芳夫、左合ひとみ(審査委員)  
(3)過年度の実用化事例報告  
伊藤美智子(グローバルアイ/2014年参加企業)、魚住知也(北緯四十度のまち/2015年参加企業)  
司会(2、3):三輪宏子(FMS総合研究所)  
参加者:表彰式 117名/フォーラム 125名/交流会 74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2016 in Tokyo」  
会期:2017年3月3日(金)~31日(金)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

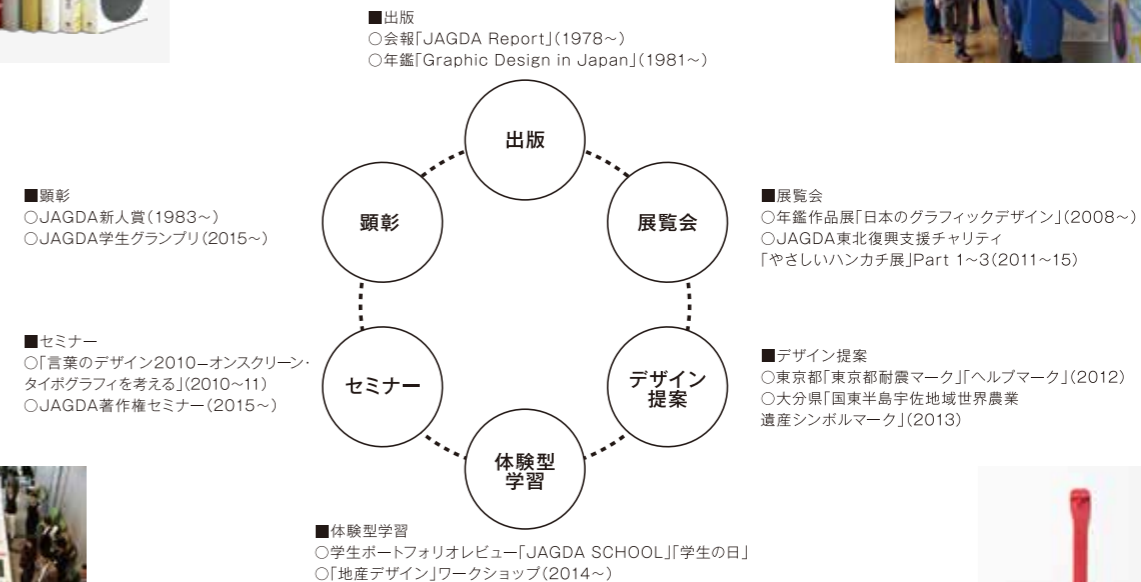
## 日本グラフィックデザイナー協会について

日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)は、全国に3,000名以上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、さまざまな活動を行っています。また、東北地域には約130名の会員が在籍し、県や地域単位でも活発に活動しています。



■年鑑「Graphic Design in Japan」  
審査で選ばれた質の高い日本のグラフィックデザインを国内外に発信し、デザインのカヤ可能性を社会に伝えます。

■「やさしいハンカチ展」  
被災地の子どもの絵や住民の言葉をハンカチにデザインし、国内外で展示・販売。小学校や商店街へ寄付金を届けました。



■「地産デザイン」ワークショップ  
自治体や地場産業と協働し、デザインのカヤで地域の活性化を支援・促進するワークショップを実施しています。

■東京都「ヘルプマーク」  
公共的なデザインの開発に取り組みことで、暮らしやすい社会の視覚情報の整備に貢献しています。



2017年3月21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：木村正幸）

印刷・製本：株式会社プレシース

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 宮城県仙台市青葉区本町3-3-1 仙台合同庁舎（B棟）

TeI 022-221-4819 Fax 022-265-2349

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

© 2017 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

