



**Nagasaki Design
Award 2014**

長崎デザインアワード 2014

ごあいさつ

長崎は古くより唯一の海外貿易の窓口として、異国の先進技術や文化を積極的に取り入れる一方、海外への日本文化の発信地としての役割を担ってきました。そうした異国の技術や文化と日本文化をうまく“融合”させることで、「長崎ならではの文化を育んできました。

社会のグローバル化が進展する中で、デザインに求められているものは、普遍的で新しい価値を創造していくことであり、地域の特性を生かしながら、地域や社会に豊かさをもたらすものであると考えます。

今年で4回目となる「長崎デザインアワード 2014」には、生活関連用品をはじめ、商品パッケージやインテリア製品等 74 点のご応募をいただきました。ご応募いただいた商品の中には、長崎県の地域産業である陶磁器や県産素材を活用した食品のパッケージなど「長崎ならではの」商品が数多く出展されました。

本アワードでは、選定会により決定した大賞をはじめとする 17 賞と入選 17 点を合わせた 34 点の選定品を展示いたします。これらの優れたデザインの選定品をご高覧いただきますとともに、この長崎デザインアワードが、県内製造業のデザイン開発意欲やデザイン力向上に繋がることを祈念いたします。

平成 26 年 9 月吉日

長崎県産業デザインネットワーク

会 長 松 尾 慶 一



概 要

長崎デザインアワード 2014

■ 目的

「長崎デザインアワード 2014」は、豊かな地域と社会の実現に向け、県内で企画・開発されている商品の中から優れたデザインを選定・表彰し、県内製造業のデザイン開発意欲やデザイン力の向上に寄与することを目的として開催するものです。

■ 賞

大賞	1点
金賞	1点
銀賞	1点
銅賞	1点
長崎賞	3点
奨励賞	5点
選定委員特別賞	5点



■ 募集部門

1. 生活デザイン部門
2. パッケージデザイン部門
3. 工業デザイン部門

■ 募集対象

長崎県内で企画・開発された上記3分野の商品のうち、反復生産が可能なもので、平成25年4月1日から平成26年3月31日までに商品化され販売されているものとします。(但し、平成25年4月1日以前に商品化されたもので、上記期間にデザインを改良した商品は対象とします。)

■ 応募資格

県内に事業所を置く企業、団体、個人に限ります。

■ 「長崎デザインアワード 2014」応募状況

応募総数 : 74点、39企業

■ 部門別応募一覧

部 門	点 数	企業数
1. 生活デザイン	46	20
2. パッケージデザイン	25	19
3. 工業デザイン	3	2
合 計	74	※41

※2 社が複数部門応募

総 評

今年度の「長崎デザインアワード 2014」は、応募点数は昨年より若干少なかったが、応募作品は格段にレベルの高いものが多く、年々長崎デザインの高まりを強く感じさせられる審査会であった。出展作品は、食器、食品、家具、衣類からアクセサリに及ぶ、多様な分野からの出品であり、素材も、陶磁器、ガラス、木工製品、紙、繊維と、まさしく長崎県らしいデザインアワードと云えよう。社会の高度成長期も終り、新しい世界観に立ったグローバル化の流れに入り、多様な文化感の中での競争が始まっている。世界に広がる多彩な歴史を持つ長崎デザインが、長崎に、日本に、世界に、大きな役割を果たす時代が来ることを願ってやまない。

「長崎デザインアワード 2014」選定委員長 山村 真一

選定委員



◎委員長

山村 真一
(株)コボ 代表取締役社長
プロダクトデザイナー



かねこ しんぞう
Indexplus 代表取締役
グラフィックデザイナー



左合 ひとみ
(株)左合ひとみデザイン室
代表
グラフィックデザイナー



塚本 カナエ
Kanaé Deisgn Labo
代表
プロダクトデザイナー



森田 昌嗣 ※
九州大学大学院芸術工学
研究院教授
デザインディレクター
※撮影：Miho YAMASHITA



大賞 GRAND PRIZE



色染 絆

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 眞崎 善太 (有限会社 一真陶苑)

デザイナー ■ 眞崎 善太 (有限会社 一真陶苑)



Nagasaki Design
Award 2014

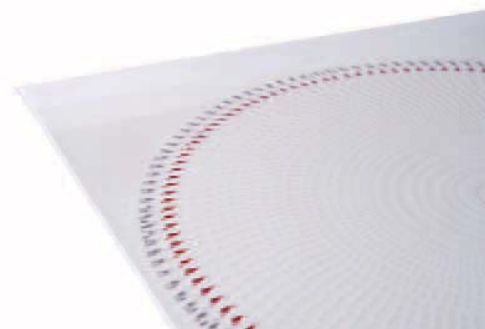
審査講評 ■ 28cm 角のシンプルな正方形の器に、飛びカンナでシャープに彫られた円形模様は、外周部に彩色された上品な色指しにより心地よい緊張感を漂わせている。精緻な伝統の技を、見事に現代のモダンな形態に溶け込ませた美しい角皿として高く評価された。盛ってよし、飾ってよし、また、和によし、洋によし、まさしく多様な用途を思い起こさせてくれる魅力を漂わせ、難易度の高い技術を用いながら優しい表情を出す事に見事に成功した長崎発の逸品と云えよう。(山村 真一)

デザインコンセプト ■ 28cm スクウェアの白いシンプルな器に、モダン性を表現しました。

商品の特徴 ■ スクウェアの器に飛びカンナは、珍しく難しい技法です。その飛びカンナで彫ったところを2色の絵具で色を染めています。

サイズ：280×280mm

価格：7,000円 (税抜)



金賞 GOLD PRIZE

フーン / 大・小 (PHONE)

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)



審査講評 ■ 周到に練られた花器である。特に秀逸であるのは、花器の中に入れる茎押さえである。花器は、どう草花をそこに固定するかが鍵。本花器はこの茎押さえがある為、大きな花束から数本の小さな花束まで幅広く対応できる。花器の口元の襟のような部分は迎え入れる草花を歓迎しているように見える。また、色も良く検討されており、どのような

草花にも合う白とダークブルーにしている。波佐見焼らしいクオリティの高い工業デザイン品であり、量産性にも優れた計算し尽くされた逸品。

(塚本 カナエ)

デザインコンセプト ■ サクソフォンから心地よいメロディーがあふれ出るように、花々が咲き広がるイメージを大切に花器を開発しました。植物のアレンジをサポートする脱着可能な花留めも用意しました。

商品の特徴 ■ 広がる花々の自然な表情をスマートにサポートします。基本の白磁に対し、紺青釉は明るい色の花がより美しく際立つように選びました。大・小それぞれに植物を安定させる同色の「花留め」を付属しており、花の量に合わせて利用できます。

サイズ：大 / 120×220mm (底面の径φ70mm)

小 / 90×150mm (底面の径φ55mm)

価格：大 / 5,000円、小 / 3,600円 (税抜)



Nagasaki Design
Award 2014

銀賞 SILVER PRIZE

nagasaki-no neco のし袋

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 中村まほ (HOP)

デザイナー ■ 中村まほ (HOP)



審査講評 ■ 猫を題材にしたグッズは多く出品されていたが、中でもひげを水引に見立てた、こののし袋は秀逸であった。顔のパーツのみで象徴的に掲載されたシンプルなグラフィックは、最小限の要素で最大限の効果を生んでいる好例と言える。

通常のにし袋のサイズでの展開であるが、ぼち袋のような小さなサイズもあれば、さらに用途が広がることだろう。今後の発展が期待できる商品である。(左合ひとみ)

デザインコンセプト ■ ネコ好きが高じて、ねこグッズをつくってしまいました。

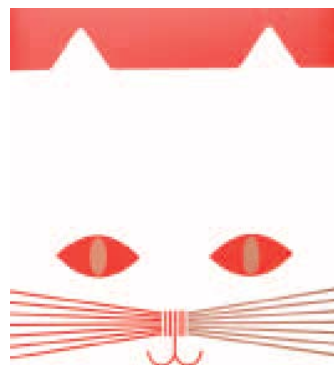
長年グラフィックデザインで培ったノウハウを生かしてオリジナルグッズを展開し、全国に「長崎の猫、猫の町長崎」を発信していこうコンセプトのもと、商品開発をしています。

商品の特徴 ■ ネコのヒゲを、のし袋の水引にみたてた、オリジナルデザインのにし袋です。印刷物は長崎の印刷会社に発注し、ひとつひとつ手折りしています。

価格：300円（税抜）



Nagasaki Design
Award 2014



銅賞 BRONZE PRIZE

たかしまフルーティトマト

部門 ■ パッケージデザイン部門
 受賞者 ■ たかしま農園 スタッフ一同
 (崎永海運株式会社 高島トマト事業部)
 デザイナー ■ 羽山潤一 (デジマグラフ)



審査講評 ■ かつて炭鉱産業で栄えた高島で、海運会社がトマト栽培に取り組んだ「たかしま農園のトマト」。カタチがハートの形をしていて、皮が少し固めで、濃厚な味のトマト。農法にもこだわりがあり、その特性、特徴をネーミングやパッケージデザイン、ショッピングバックなどに生かされており、トマトの糖度を、7度、9度、10度以上と商品区分がわかりやすくパッケージデザインされており、



島産トマトの魅力をしっかり引出したグラフィックデザインがなされている。(かねこ しんぞう)

デザインコンセプト ■ たかしまトマトを生産始めて、商品への自信はあります。長崎市内には大分認知されてきたものの、ここで一新したいという想いがありました。「糖度等による分類をわかりやすくする」、「数あるトマトの中から目を止めてもらう」「選んでもらってファンになってもらう」というコンセプトです。

商品の特徴 ■ ファーストという品種で、生産農家は少なく価格帯も高い商品です。皮が少し固めで、ハートのカタチに見える独特な形や、濃厚なトマトの味が、多くの人を惹きつけてやまない理由です。毎年2月頃から5月頃が販売期間で、毎年楽しみに待っている方がいます。たかしまトマトは、一般的なフルーツトマトとは一線を画す商品です。

価格：1kg箱 / 2,000円～4,500円(税抜)



Nagasaki Design
Award 2014

長崎賞 NAGASAKI PRIZE

「長崎タイムトリップ」・反物

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ かのこゆり (ふんどしセレクトショップ TeRAYA)

デザイナー ■ かもがわしの (工房カモ)



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ 浴衣としてだけでなく、様々な商品として使用できることが容易に想像できる。和的なスタイルの版画で表現した、長崎ならではの和様折衷のモチーフが、長崎らしさを世に余すところなく伝えている。今後の更なる図柄の展開が期待される。まずは浴衣として、夏には県や市の職員の方達にも着用してもらい、エキゾチックな魅力溢れる長崎をアピールして頂きたい。(塚本 カナエ)

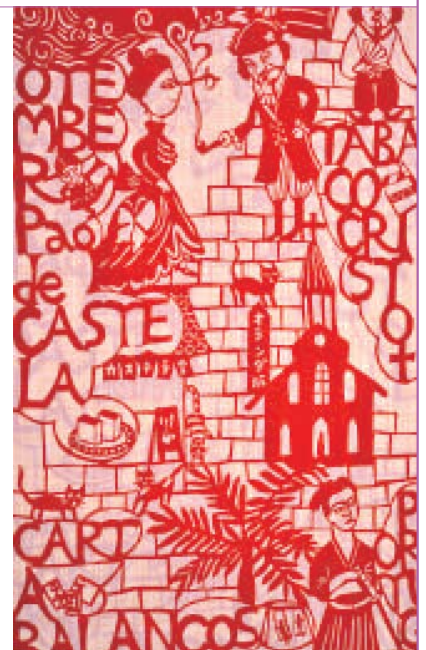
デザインコンセプト ■ 長崎から入ってきて日本語になったポルトガル語や、長崎の名所、長崎にゆかりのある人物などが散りばめられた「長崎タイムトリップ」の

「絵柄」。この絵柄を使って様々な商品展開ができます。主に、服飾系のものに仕立てて「身にまとう長崎」を提案します。

商品の特徴 ■ 浴衣はもちろん、アロハシャツやネクタイ、バックなど…いろいろなものに仕立てて長崎をより身近に楽しむことができます。布だけでなく紙類への染やプリントも可能であるため、商品利用の幅が広がります。作者自身は版画家で、版は手彫り、染は注染です。(綿 100%)

サイズ：幅 39cm×長さ 12m

価格：30,000 円 (税抜)



長崎賞 NAGASAKI PRIZE

swatch 長角皿

部門 ■ 生活デザイン部門
 受賞者 ■ 松尾 一郎 (有限会社 松尾商店)
 デザイナー ■ 有限会社 松尾商店



審査講評 ■ 着物などで昔から愛用してきた日本のパターン柄による、細すぎず (140mm) 長すぎない (235mm) ととても使い勝手の良い長角皿。まず大きさが良い。和・洋・中華など料理の種類を問わず使用でき、収納性も高い。これまで、食器ではあまり使われていない様々な日本の柄の展開が楽しい。「swatch」と名付けられた多様な柄の長角皿は、どのような料理にも合わせながら様々な、食のシーンに楽しさを演出できる長崎ならではの融合文化の発想が生みだしたデザインといえる。(森田 昌嗣)
 デザインコンセプト ■ 日本人は昔から、着物や法被、浴衣など、たくさんのパターン柄に囲まれて生活してきました。食器ではなかなか見ない柄でありながら、スーッと入り込んでくる swatch の柄は、

日本人が昔から愛用してきた品物を思い出させるのかもしれない。

商品の特徴 ■ 細すぎず、長すぎず、とても使い勝手の良い長角皿。大きさの調度良さもさることながら、とにかく料理映えが抜群に良いのです。どんな料理も映えるので、朝・昼・晩と活躍間違いなし。
 サイズ：235×140mm、価格：1,080円 (税込)



Nagasaki Design
Award 2014



Green+ nagasaki

長崎賞

NAGASAKI PRIZE

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 山口 智士 (バイオパーク株式会社)

デザイナー ■ 古澤 かのこ (株式会社 デザイン・スーパーマーケット)



審査講評 ■ 「自然、いのち共生とつながり」という、商品の本質を表すブランドコンセプトに沿って、然るべき形に着地させているシリーズである。円の形にモチーフを拝する手法自体は新しいものではないが、中央が抜けた輪になっているところに連鎖のイメージが感じられ、いのちが共生し、めぐるコンセプトが伝わってくる。共生のラベルや箱に、動物を組み合わせた遊び心あるタグを付けて区別している点も、合理的かつ楽しきがあってよい。

(左合ひとみ)

デザインコンセプト ■ バイオパークや近隣地域 (西海市) で穫れた野菜や果物を用いて作る食品ブランドです。「自然」や「いのち」をイメージした「Green」

とそのつながりを意味する「+」を組合せ「自然、いのちの共生とつながり」を表現しました。園内の動物達と穫れる野菜や果物を円形に配置し、食物連鎖や地球をイメージさせるデザインを目指しました。

商品の特徴 ■ バイオパークやその近隣地域 (西海市) で穫れた安全で安心な野菜や果物をたくさん使った園オリジナルのお菓子です。誰もが心おきなくお菓子を楽しんでもらえる様に、低糖の健康に配慮したスイーツや、キリンやシマウマ模様のロールケーキ、動物達も食べている野菜を使ったクッキー等をラインナップしました。

価格：クッキー 350円
ジュース (小) 260円
ジュース (大) 980円 (税込)



Nagasaki Design Award 2014



奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE



かに座 PLUS

部門 ■ 工業デザイン部門

受賞者 ■ 山崎 一雄 (株式会社 無限工房)

デザイナー ■ 五島 史士 (五八 PRODUCTS)

審査講評 ■ かに座 PLUS は、今まさに高齢社会に求められている「座る」という可能性に対し、真正面から取り組んだ座椅子である。日本の住生活に根ざした座る畳文化に対応する低い座面、弱った足腰の為に広い座面、ラウンドアームレスト等、細部まで思いやりの盛り込まれたデザインは、使用する人々だけでなく廻りの人々や畳に対しても優しく細かな配慮がなされている。長崎で産まれた、日本発信のこれからの時代のスツールとも云えるだろう。(山村 真一)

デザインコンセプト ■

- 1 高齢者や妊産婦など、日常軽い手助けや配慮が必要な方のための座椅子を開発しました。
- 2 畳が傷みにくいそり脚や、あぐらもかける広い座面は、座る姿勢や場所を選びません。

商品の特徴 ■ 22cmの座面高さで、前方まで大きくラウンドした肘掛が、足腰が弱くなりバランスが悪くなった方の立ち座りを助けます。

サイズ ロータイプ：650×582×500mm

ハイタイプ：650×582×680mm

価格 ロータイプ：37,000円 (税抜)

ハイタイプ：39,000円 (税抜)



Nagasaki Design
Award 2014

奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

小串トマト鍋スープ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 緒方 亮嘉 (つくも食品株式会社)

デザイナー ■ 上地 貴典 (株式会社 アクト)



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ 健康面でも見直されてきた鍋。その素材として長崎県川棚産の小串トマトを 100%使用した鍋スープ。和風はもちろん、パスタやロールキャベツのソース。煮込み料理などにも用途が広い本格的なスープベースである。地元産のナチュラル感を持たせながら、商品の特性であるポイントを効果的に整理して、シンプルなデザインにまとめあげている点が評価された。(かねこ しんぞう)

デザインコンセプト ■ 女性をターゲットに、書体やデザインなどをポップな感じにしました。鍋スープといってもパスタやロールキャベツなど、様々な用途にも使えることから、写真などを使わず、限られた色とデザインでトマトの素材感を出しました。

商品の特徴 ■ 長崎県川棚町で栽培された小串トマトを 100%使用。鍋にはもちろん、ハヤシライスや各種煮込み料理にも最適です。

価格 350 円 (税抜)



奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

マイケルのおはこ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ かのこゆり (ふんどしセレクトショップ TeRAYA)

デザイナー ■ 岩寄 裕子 (株式会社 岩寄紙器)



審査講評 ■ 最近、若い人たちにも人気が出ている「ふんどし」。新感覚でスタイリッシュにデザインされた「ふんどし」を、「ふんどしセレクトショップ TeRAYA」が、旧約聖書に出てくる天使マイケルの「マイケルのおはこ」というブランドのパッケージにした今回の作品。天使のイラストの腰の部分が「ふんどし」の形にトムソンで抜かれていて、その窓のところから中の商品の柄が見えるというユーモア性豊かなデザインから、新市場もチャレンジする意欲を感じた。(かねこ しんぞう)

デザインコンセプト ■ デザインのコンセプトは、「ふんどし」のイメージを変えるようなスタイリッシュなデザインであることと、商品の中身×身につけたイメージ×当店のキャラクターを同時に伝えられるパッケージであることです。

商品の特徴 ■ ふんどしの中身(柄・布の手触り)がわかるよう、箱の正面にフィルムなしの窓を施しました。また、ふんどしを身につけたイメージが沸くように、窓から見える部分が、「ふんどし」の形であり、かつ「ふんどし天使・マイケル」(当店のキャラクター)が身につけているふんどし部分になるようイラストが描かれています。

価格 300円(税込 ※箱代)



Nagasaki Design
Award 2014



奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

薬草麵のスープカレーそうめん 5袋入り BOX

部門 ■ パッケージデザイン部門
 受賞者 ■ 殿村 高平 (株式会社 山一)
 デザイナー ■ 石島 康裕 (株式会社 テクトニクス)



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ 島原の伝統的地場産業「手延べそうめん」を島原農業高校との産学連携により、島原薬草を練り込んだ麺をカレースープで食べる、新しい「そうめんのかたち」を提案したもの。島原薬草の青い図柄を白地に配し、エンジ色をポイントに用いたパッケージデザインには、薬草そうめんの健やかな味わいが伝わってくる。スープそうめんシリーズ第4弾の商品であり、これまでの商品、そして今後の商品展開に向け、本シリーズの島原らしい物語性を引き続き表現して欲しい。(森田 昌嗣)

デザインコンセプト ■ 島原農業高校と商品化した新しいそうめんの形。国指定史跡「旧島原薬園跡」拠点に、島原半島での普及に力を入れている島原薬草を練り込んだ島原手延べ麺を、カレースープで食べるというコンセプトです。コアターゲットを20代～30代の女性とし、なつかしいのに新しい親しみやすさを表現しました。

商品の特徴 ■ スープそうめんシリーズ第4弾、島原薬草4種を練り込んだ手延べ麺の長さは12cm。小さな片手鍋に入る長さ。お湯を沸かし麺を3分間茹でて、独自開発の化学調味料、合成着色料、保存料無添加+コラーゲン入りのカレー粉末スープを入れるだけの簡単調理。茹で汁をスープ仕立てで麺を食べる商品です。1食 186Kcal。島原スペシャルクオリティー認定商品です。

価格 ①5袋入りBOX / 1,000円 (税抜)

②単品 / 180円 (税抜)



奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

福来椿

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 荒木 智佳子 (ナガサキ・マジエンタ 100)

デザイナー ■ 有川 智子 (草草社)



審査講評 ■ 県の特産品である真珠を、県花である椿の花に見立てた小物。それをパッケージデザイン力で魅力的に表現している。十字椿の型抜きのパッケージに、赤には白、白には赤の商品を配することで、効果的な展開となり、「福来椿」というネーミングとともに、縁起の良さが伝わってくる。幸せを届けるプチギフトなどにも適しており、女性の心をつかみそうである。(左合 ひとみ)

デザインコンセプト ■ 長崎県産の真珠は、素晴らしい光沢が有名です。「長崎といえば、真珠」を発信したいと製作しました。真珠を長崎の県花である椿の花に見立てているので、パッケージも椿をモチーフに作成し、ひとめで長崎をイメージしてもらえるようにしました。

商品の特徴 ■ 五島の教会のステンドグラスを飾っている十字椿を型抜きにしています。赤の羊毛には赤、白と黄色の羊毛には、白のパッケージを作成しました。かわいいと手にとりやすいように、コンパクトにし、また、主役の真珠の美しさを際立たせるために、シンプルなパッケージにしています。

価格 1,480 円 (税抜)


Nagasaki Design
Award 2014



選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

かねこしんぞう賞

nagasaki-no neco 尾曲がり

部門 ■ 生活デザイン部門
 受賞者 ■ 中村 まほ (HOP)
 デザイナー ■ 松本 信幸
 中村 まほ (HOP)



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ 長崎の特徴的な「尾曲がりねこ」は、ねこ好きでなくてもご存じの方は多いはず。その長崎のシンボルキャラクターとしての「nagasaki-no neco 尾曲がり」を、さまざまなグッズにデザイン展開させた総合的な商品化計画が大変面白い。「曲がったことが大好き」というキャッチフレーズも的確にブランド表現されていて、キャラクターデザイン、しおり、ブローチ、ポストカード、など大変楽しめる商品展開がクリエイティブである。(かねこしんぞう)

デザインコンセプト ■ ネコ好きが高じて、ねこグッズをつくってしまいました。長崎人にはおなじみの尾曲がり猫をキャラクターに、尾の特徴を活かしたオリジナルアイテムをつくっています。長年グラフィックデザインで培ったノウハウを生かしてオリジナルグッズを展開し、全国に「長崎の猫、猫の町長崎」を発信していこうコンセプトのもと、

商品開発をしています。

商品の特徴 ■ すべてオリジナルで企画・デザインし、印刷物は長崎の印刷会社に発注したり、一部商品の制作を長崎の障がい者就労支援センターアビリティさんに委託したり、できるだけ地元の人たちとつくっています。

価格 150 円～(税抜)



選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

左合ひとみ賞

コンビネーション・スクウェア

部門 ■ 生活デザイン部門
 受賞者 ■ 眞崎 善太 (有限会社 一真陶苑)
 デザイナー ■ 眞崎 善太 (有限会社 一真陶苑)



審査講評 ■ 奨励賞を受賞した昨年の「コンパクト・スクエア」から、組み合わせの可能性が大いに広がったのが今年の「コンビネーション・スクウェア」。繊細な手彫りの贅沢さとシンプルでシャープな形状を合わせ持つという魅力はそのままに、蓋付きの箱が加わり、枯山水を思わせる波形のパターンも仲間入りした。料理する人のアイデアを喚起し、料理を引き立てる白磁の器として、和食店はもちろんフレンチレストランなどにもお薦めしたい逸品である。
 (左合ひとみ)

デザインコンセプト ■ いろいろな組み合わせで盛付け、おもてなしを楽しむ器です。

商品の特徴 ■ 4種類のプレートとスクウェアの蓋物があります。

サイズ ハーフスクエア / 140×270mm

13.5 スクエア / 135×135mm

フルーツトレイ / 65×270mm

角豆皿 / 60×60mm

角蓋物 / 60×60×28mm

価格 ハーフスクエア / 3,000円

13.5 スクエア / 1,500円

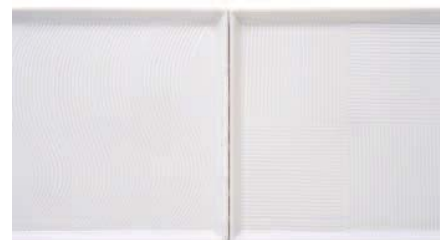
フルーツトレイ / 1,500円

角豆皿 / 500円

角蓋物 / 1,500円 (税抜)



Nagasaki Design
Award 2014



選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

塚本カナエ賞

格子仏壇 部門 ■ 生活デザイン部門
 受賞者 ■ 有限会社 シロタニ木工
 デザイナー ■ スタジオシロタニ



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ 「建具屋さんの作る仏壇」という点に興味をそそられる。「雪見障子」の仕掛をアイデアとして出すところが、建具屋さんらしくて良い。美しい作りにも指し物師としてのクオリティの高さを感じさせる。上下に設けられた美しい隙間から線香の煙が抜ける仕組みもよく検討されている。サイズについてだが、都会の一人、二人暮らし層が増えていること、その層の住宅事情を鑑みると、もう少し小ぶりのものの方がニーズは高いと思われる。

(塚本 カナエ)

デザインコンセプト ■ 仏壇は木製・装飾的・絢爛豪華というイメージが定着しています。故にコストが高く、今や中国産がほとんどです。また、現代の住宅では、その仏壇を置く空間である「仏間」を設けることも少なくなってきました。それでも仏壇を家に置きたいという思いは代々受け継がれています。その思いに応えるべく今回は建具を生業として

いる私達から「国内産・現代住宅の為の仏壇」を提案します。

商品の特徴 ■ 仏間の有無に関係なく、家の中でも気軽に拝みやすい場所に置いて欲しい。そんな思いで作った仏壇は、建具屋らしく縦格子のシンプルな形に仕上げました。他のインテリアとの調和を考えたつても棚や収納に置くのではなく、ご本尊様やご先祖様を祀る空間として独立して置かれた方がよいと考えました。電気は使わず上下左右を格子にし、風通しもよく光も入る。見せたくない丁番は雪見障子パネを使用することで解決しました。

サイズ 500×305×900mm

価格 70,000 円 (税抜)



選定委員特別賞

JURY SPECIAL PRIZE

森田昌嗣賞

ひかりの吊りタイプランプ

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ アトリエひかり

デザイナー ■ 土井千代子 (アトリエひかり)



審査講評 ■ ステンドグラスの技法を用いた直方体のペンダント式ランプシェード。シンプルな縦と横によるステンドグラスの分割が美しい。シェードの上部を白ガラスの正方形で分割し、やや横長の四角形の下部を2:2:1の比率で分けたバランスがよい。質感の違う2種類の白ガラスと青または赤ガラス、透明の型ガラスによる配色が、無灯時、点灯時、それぞれに違った美しさを提供している。家庭用だけでなく飲食店などの演出照明にも合う。サイズのバリエーションやブラケット式などの展開も期待したい。(森田 昌嗣)

デザインコンセプト ■ ステンドグラスは長崎の教会のイメージですが、今の生活に合うシンプルなデザインで独自のものを作りたい、ステンドグラスの基本的な技法で作った吊りタイプのランプです。

商品の特徴 ■ 洋風、和風を問わず、玄関、踊場、部屋のコーナーなどにつけられます。白をベースに赤と青の色違い。同じ白でもステンドグラスのガラスならではの微妙な質感を楽しめます (LED40W 使用)。

サイズ 108×108×170mm

価格 27,000 円 (税込)



Nagasaki Design
Award 2014



選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

山村真一賞

カーム (CALM)

部門 ■ 生活デザイン部門
 受賞者 ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)
 デザイナー ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)



Nagasaki Design
Award 2014

審査講評 ■ シャープな上部の形状に優しくほっこりした下部の形状が絶妙のバランスでデザインされた5アイテムの器のシリーズである。内面に細いトピカンナ仕上げの淡い染付の模様は、シンプルで心地よいフォルムを引き立たせている。使い勝手も手の内にほっこり納まる下部のふくらみは、やさしく、ほっとする心もちにさせてくれる。5アイテムが入れ子状態となるスタッキングも、機能的で便利な器として重宝されることだろう。(山村 真一)

デザインコンセプト ■ 用途の自由度が高いフォルムにトピカンナと染付けを施す事で、シンプルで質感の高い器を提案します。5アイテムそれぞれが多様なメニューに対応するようにサイズとプロポーションを検討しました。

商品の特徴 ■ 丸味のある碗状の部分と、傾斜を付けた広めのリムの構成は、様々なタイプのメニューやボリュームの大小にも柔軟に対応します。軽くて

指掛かりが良いので使いやすく、収納性も良好です。控えめながらも密度のあるディテールは、穏やかな風合いと高い質感を示しています。

サイズ

スープ / ϕ 235×60mm、シリアル / ϕ 180×60mm

サラダ / ϕ 145×60mm、デザート / ϕ 100×60mm

ミニカップ / ϕ 75×50mm

価格

スープ / 3,200円、シリアル / 2,500円

サラダ / 1,800円、デザート / 1,400円

ミニカップ / 1,100円 (税抜)



入選 WINNING PRIZE



長崎の路地裏 café のポップコーン

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 藤原 里奈 (株式会社 長崎の路地裏 cafe)

デザイナー ■ 牧かほり (絵)・高田洋介 (ロゴ)

デザインコンセプト ■ 長崎の魅力を、商品を通して伝えたい思いからうまれました。長崎の路地裏には、デザインの花のように華麗ですばらしい風景や歴史が広がっています。長崎の文化、和・華・蘭を3種のパッケージで表現(ロゴは、文化が伝来したロマンを感じさせる方位磁石です。)商品の特徴 ■ 長崎カステラ味や、ちゃんぽん味、島原の葉草を使用した味等。長崎ストーリーを秘めたポップコーンです。 価格 400～700円(税抜)

お野菜つるりん

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 萩原 昭一 (株式会社 こじま)

デザイナー ■ 萩原 昭一 (株式会社 こじま)

デザインコンセプト ■ 質素で、地味なイメージが強い素麺。色鮮やかにカラフルに「素麺だって、おしゃれしたいの…」。

商品の特徴 ■ 野菜粉末を練り込み、合成着色料を使わずに色鮮やかに仕上げました。素麺の個装パッケージも可愛いと女性層から好評です。

価格 150円(税込)



磨屋 和華蘭菓子 味彩 —あじさい—

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 井上 忠彦 (とぎや菓子委員会)

デザイナー ■ 江口 正和・詰坂 沙弥香
(株式会社 昭和堂 TOPLAN)

デザインコンセプト ■ 異国情緒の「多彩な味」と、長崎の花「あじさい」を意識したネーミングとブランドマーク。和・洋・中3つの味わいを、優しい3色のパステルで表現。菱型は、「磨屋町」で、腕を磨いた老舗の菓子職人が生み出す「キラリと輝く」銘菓をイメージしました。

商品の特徴 ■ 長崎旧町「磨屋町」の復活を願い、和菓子「岩永梅寿軒」、洋菓子「ピアンカ」、中華菓子「萬順製菓」の協力で銘菓を創りあげました。シュガーロードの始発点である長崎から生み出された異国情緒あふれる3種類のお菓子達は、長崎の美味しい「思い出」になるでしょう。

価格 756円(税込)



入選 WINNING PRIZE



ハピネスシリーズ モダンカップ

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 長崎 隆紘 (永峰製磁)

デザイナー ■ 長崎 隆紘 (永峰製磁)

デザインコンセプト ■ 日本人の心を表す淡く繊細なトーンの色とシンプルなフォルムをデザインしました。均等な間隔に彫ったリムを配し、その陰影は柔らかな色彩の印象はそのままに、器をキリリと引き締めています。

商品の特徴 ■ ハピネスシリーズは、淡く美しい色彩を表現するために、素地の磁土は白さの等級が高い原料を用いています。現代の生活にマッチしたシンプルな形状のモノトーンの部分は、「千段」と呼ばれる肥前地方の伝統的な加飾方法である彫加工を施し、白色、黒色、それぞれに奥行きのある陰影を生み出すことができました。

サイズ φ75×95mm、価格 2,400 円 (税抜)

KIKKOU

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 富永 和弘 (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 富永 和弘 (白山陶器株式会社)

デザインコンセプト ■ 日本人の食生活は多様化が進んでいますが、健康志向に伴い煮物などの和食は再注目されています。そこで伝統的な形に根ざしながらも、今日の食卓になじみ、和の料理を引き立てる器をデザインしました。

商品の特徴 ■ 六角形を横長にアレンジし汁気のある料理も盛り付け易いよう、側面の立ち上がりを程よいものとし、アイテムとして相似形の3サイズに長鉢を加えた4種、色として深い紺色と白磁の2色を用意しています。

サイズ 長鉢 245×130mm、多用鉢 215×185mm、

煮付鉢 155×130mm、チョク 80×90mm

価格 3,000 円、2,500 円、1,500 円、800 円 (税抜)



デイジー プレート (L)

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 太田 聖 (株式会社 西山)

デザイナー ■ 石原 重行 (株式会社 西山)

デザインコンセプト ■ デイジーのパターン柄はもともと手作りの過程から生まれたものです。生素地の時に線彫りでパターンを施し、それを素焼した後にハケで手描きをする為、手間と時間がかかります。そのデザインを工場に製品化するにあたり、手仕事の雰囲気をごくまで再現出来るかがポイントでした。

商品の特徴 ■ 少しばかり深めのクープシェープでちょっと大きいサイズのお皿ですが、毎日でも使える多用途な器です。また、デイジーのパターンは食卓を明るく健康的な雰囲気してくれます。

サイズ φ270×35mm、価格 5,000 円 (税抜)

入選 WINNING PRIZE



『倭寇の宝』シリーズ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 濱口 貴幸 (株式会社 浜口水産)

デザイナー ■ 有川智子、相原幸雄

(草草社、スタジオカルティベイト)

デザインコンセプト ■ これまでに無い試みとして、自社商品だけでなく五島の特産品を、統一されたデザインコンセプトのもと一つのシリーズとしてまとめました。島の素朴な風土や良質な素材、各生産者の想いがパッケージから伝わるよう工夫しました。

商品の特徴 ■ かつて五島列島にもいたと伝えられる海賊「倭寇」になぞらえ、島のさまざまな産品を浜口水産が宝物として集め、統一パッケージ化しました。自社商品の「ねぎ油」、「真鯛味噌」はこれまでの練り製品ではない、島の食材を生かした商品開発により生まれた新商品です。

価格 400円～ (税抜)

奇跡のみかん なつみのポン酢 (150ml)

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 長友 泰秀 (ながさきわくわく自然栽培くらぶ)

デザイナー ■ 納富 司 (納富司デザイン事務所)

デザインコンセプト ■ 太陽や自然のエネルギーをイメージした、シンボリックなマークで、こだわりの商品コンセプトをシンプルに表現しました。

商品の特徴 ■ 長年放置されていた耕作放棄地を活用し、「奇跡のリンゴ」で知られる木村式農業（無農薬、無肥料、雑草も刈らない）で育てたみかん（南津海）で作ったこだわりのポン酢です。「奇跡のみかん」は木村秋則氏の許諾を得てネーミングしました。

容量 150ml、価格 648円 (税込)



nagasaki-no neco

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 中村 まほ (HOP)

デザイナー ■ 松本 信幸・中村 まほ (HOP)

デザインコンセプト ■ ネコ好きが高じて、ねこグッズをつくってしまいました。長年グラフィックデザインで培ったノウハウを生かしてオリジナルグッズを展開し、全国に「長崎の猫、猫の町長崎」を発信していこうコンセプトのもと、商品開発をしています。

商品の特徴 ■ すべてオリジナルで企画・デザインし、印刷物は長崎の印刷会社に発注したり、一部商品の制作を長崎の障がい者就労支援センターアビリティさんに委託したり、できるだけ地元の人たちとつくっています。

価格 バッグ：2,500円、Tシャツ：2,990円 (税抜)



入選 WINNING PRIZE



ステンド

部 門 ■ 生活デザイン部門
 受 賞 者 ■ 廣田 和樹 (株式会社 和山)
 デザイナー ■ 林 恵深 (株式会社 和山)

デザインコンセプト ■ 長崎を象徴するステンドグラスや長崎ビードロ。これらの形や色を磁器で表現しました。ステンドグラスの銅や鉛の感じをおさえ、優しい色合いを用いることで、多様な料理を楽しめるように仕上げました。

商品の特徴 ■ シンプルでフラットなプレートは、スタッキングも良く、収納にも優れています。和洋問わず幅広いメニューに対応できるアイテムです。

サイズ 皿：245×245mm、

価 格 1,000～3,500 円 (税抜)

飴釉 スープ碗皿、ピッチャー大/小

部 門 ■ 生活デザイン部門
 受 賞 者 ■ 武村 博昭 (株式会社 利左エ門)
 デザイナー ■ 武村 博昭 (株式会社 利左エ門)

デザインコンセプト ■ 手作りの温かみを生かし、上質の飴釉を濃い目に掛ける事により、深みの有る色合いに仕上げました。

商品の特徴 ■ 土物の器は保温保冷効果があり、スープ碗皿は、季節を問わずスープをおいしく頂けます。ピッチャー大はピッチャーとしても花入れとしても使用でき、小はドレッシングや蕎麦つゆ等にも使えます。

サイズ スープ碗皿：122×150×58mm、
 ピッチャー大：130×180×215mm、
 ピッチャー小：85×120×87mm

価 格 スープ碗皿：1組 4,800 円、
 ピッチャー大：40,000 円、
 ピッチャー小：4,000 円 (税抜)



ノルドシリーズ ピーナッツ

部 門 ■ 生活デザイン部門
 受 賞 者 ■ 樋渡 常司 (有限会社 藍染窯)

デザインコンセプト ■ 北欧雑貨の雰囲気をも波佐見焼で表現することがコンセプトです。身近にある植物をモチーフにデザインしました。

商品の特徴 ■ 土の色と粉引の白が上手く調和が取れ、優しい色を表現しました。呉須の判子を撥水の判子を使うことで、呉須の色と、土の色2色で表現されています。

価格 1,944 円 (税込)



入選 WINNING PRIZE



想陶花 イヤリング

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 西浦 暢博 (有限会社 正光窯)

デザイナー ■ 西浦 暢博 (有限会社 正光窯)

デザインコンセプト ■ 受け継いできた自社の特徴である技法を使い、新しい世界へ。

商品の特徴 ■ 一枚、一枚、手で作り上げた花びらを組み合わせ、一輪の花を製作。耳元のかわいいイヤリングとして使っていただけます。

価格 2,000 円 (税抜)

東京スカイツリーのある景色 (そら)

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 一瀬 龍宏 (株式会社 一龍陶苑)

デザインコンセプト ■ 商品名の東京スカイツリーのある景色は、東雲のピンク、黎明のパールブルー、白日のホワイト、陽光のライトイエロー、緑空のライトグリーン、紺碧のブルーを表しています。

商品の特徴 ■ タワーはこだわりの約 63.4mm (スカイツリーの 1/10,000)。箸おきは勿論、スプーンレストあるいはパーティーシーンでの調味料・キャビア等の珍味おきとして楽しく使っていただけます。

サイズ 幅 63mm、価格 800 円 (税抜)



東京スカイツリー バタースプレッター

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 一瀬 龍宏 (株式会社 一龍陶苑)

デザインコンセプト ■ 東京スカイツリー公式承認修得商品。黎明のパールブルー、白日のホワイト、陽光のライトイエローの三色でスカイツリーの空を表しています。

商品の特徴 ■ 東京スカイツリーにこだわり、ちょっとお洒落なおみやげ品としてパッケージングしてみました。

サイズ 20×125mm、価格 1,100 円 (税抜)



入選 WINNING PRIZE



光 relax ~ ナガサキブルー ~

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 竹田 礼人 (瑠璃庵)

デザイナー ■ 竹田 礼人 (瑠璃庵)

デザインコンセプト ■ 青い色には、心を落ち着け、リラックスさせる効果があるといえます。ランプの色と模様は、長崎の海をイメージ。1日の終わりに淡く優しい青の光でリラックスして、眠る前のひと時に心の疲れを癒して欲しいという気持ちでデザイン、制作しました。

商品の特徴 ■ 長崎の地で溶かした瑠璃色のガラスを使用。光を灯し、淡い瑠璃色 (ナガサキブルー) で癒しの空間が生まれました。波の心地良い揺らぎをイメージしました。

サイズ 230×120×230mm、

価格 16,200 円 (税込)

長崎一本街道縁 (カステラシリーズ)

部門 ■ 工業デザイン部門

受賞者 ■ 勝手 孝英 (株式会社 勝手)

デザイナー ■ 勝手 孝英 (株式会社 勝手)

デザインコンセプト ■ 伝統を継承した現代住宅に合う量
商品の特徴 ■ 伝統技法の一本縁 (いっぽんべり) を使用することにより高級感がありながらも、すっきりした量に仕上がりに現代住宅にマッチします。同じカラーで制作したにも関わらず敷き方を変えることにより市松模様が浮き上がってきてデザイン性も優れています。一枚一枚の制作には長年の職人技が必要です。高温多湿の住空間にも対応できる素材で制作しているので安心・安全です。

サイズ 850×850mm、

価格 12,000 円 (税抜)



長崎デザインアワード 2014

発行

2014年9月30日発行

制作

長崎県産業デザインネットワーク

企画・編集

長崎デザインアワード開催事務局

撮影

廣田 健二 (Photo Image 瞬屋)

印刷

株式会社 つじ印刷

イベント委託

株式会社 KTN ソサエティ

お問い合わせ

長崎デザインアワード開催事務局

〒859-3726 長崎県東彼杵郡波佐見町稗木場郷 605-2

(長崎県窯業技術センター内) TEL : 0956-85-3140

※本誌掲載の記事、写真、図表等の無断転写 (コピー)、転載、転用、複製を固く禁じます。

The background features a large, stylized graphic of a white circle with a purple outline, set against a light purple background. The circle is partially obscured by other purple shapes, creating a layered effect.

Nagasaki Design Award 2014

長崎デザインアワード 2014