

明日の新潟発商品の可能性を追求

社会環境や経済環境の大きな変化の中で、生活者が真に求めている商品やシステムをいかに提案・提供するかが、企業や産業全体の課題といえます。

そのためには、生活全体を創造的に提案できる独自の魅力を持った「地域発ブランド」の構築が必要と考えられます。

公益財団法人にいがた産業創造機構及び新潟県では、「地域発ブランド」を構築し得る産業の育成を目的に、生活市場へ向けた「新しい商品」及び生活を支える「新しいシステム（ex. 販売システム、レンタルシステムなど）」の提案を対象としたコンペティションを開催しました。

65 者から 76 点の応募について厳正な審査の結果、各賞を決定しました。

第27回 ニイガタIDSデザインコンペティション

NIIGATA IDS DESIGN COMPETITION 2017

【開催概要】

日程 / 2017年3月8日(水) ▶ 3月10日(金)

会場 / アオーレ長岡 (新潟県長岡市大手通1丁目4番地 10)

出品作品数 / 76点

出品者数 / 65者

入賞作品数 / 13点

■会期日程		
3月8日(水)	10:30	全体会議
	11:00	審査(予見→採点→集計→協議・決定)
	17:00	審査終了
3月9日(木)	18:00	交流会
	10:00	表彰式・一般公開
	11:00	ステップアップフォーラム第1部 [生活を助ける商品]
3月10日(金)	13:15	ステップアップフォーラム第2部 [生活を楽しむ商品]
	10:00	一般公開

時は流れ、人は去り、時代は大きく動いています。

この大きな時代の動きが、このコンペにも大きな影響を与えています。今年の審査を通じて、私たちが非常に感じたことが三つほどあります。

一つは、コンペに参加をしていらっしゃる方たちの世代が変わったということです。かつて、いろいろお会いした方たちは姿を消され、新しいパワーを持った、新しい時代の若い人たちが参加をしています。これは、ものづくりに対する考え方が実は大きく変わってきたという姿でありますし、このコンペを通じて自分たちの作るものがどういう意味を持っているか、各企業が認識をされているのではないかと考えられます。

もう一つは、出展されている作品、製品の全てが自信満々の製品だということです。大賞は必ず自分だというふうな顔をした作品、製品が並んでおります。その迫力は大変なものです。

もう一つ感じますのは、実はデザインというのは何でしょう？世界の共通言語です。要するに、新潟県だけ、日本だけということではなくて、世界へ自分たちの製品がメッセージを背負って飛び立っていきます。世界を変えるのが自分たちの作品、製品であるという意識がそこに表現されています。

デザインは世界の共通言語であり、一つの言葉のもとに、世界にメッセージを送っているわけです。このことをこれからも私たちの心の中にしっかりと確認をしていく必要があります。

我々は世界とつながっているのだと。世界の人々の生活を豊かにするのだと。

そのことを、ものづくりの人たちのプライドとして、心の中にしっかりと刻み込んでいただければ、このコンペも素晴らしい一つの成果として評価されるのではないかと思います。

受賞された皆様、おめでとうございます。

審査委員長

長岡造形大学 名誉教授 豊口 協

総評



審査委員プロフィール



豊口 協 審査委員長

公立大学法人長岡造形大学 名誉教授 プロダクトデザイン

1933年東京都生まれ。千葉大学工学部工業意匠学科卒業。松下電器産業株式会社、株式会社豊口デザイン研究所代表を経て、東京造形大学教授・学長に就任。1994年に長岡造形大学を設立し、教授・学長を経て、現職に至る。東京造形大学名誉教授、長岡造形大学名誉教授。また、中華民国大同工学院名誉教授、中国無錫輕工大学（現 江南大学）名誉教授、韓国東西大学名誉博士等海外でも活躍している。専門分野は工業デザイン。社団法人商業施設技術者・団体連合会顧問、グッドデザイン賞審議委員会委員長等官民学に渡って委員会委員など役職多数。著書に「IDの世界」「Gマーク・グッドデザインのすべて」などがある。2009年に旭日中綬章を受章した。



土居 輝彦 副審査委員長

株式会社ワールドフォトプレス 編集局長 パブリッシング

日本大学農獣医学部卒業。
陶磁器関係の販売会社、オーディオ関係の業界誌、雑誌の編集部を経て、1982年に（株）ワールドフォトプレス「モノマガジン」編集部へ。
1984年より同誌編集長。
2004年に同社編集局長に就任。



宮武 滋 審査委員

株式会社東急ハンズ執行役員 MD企画部長 流通

1984年	株式会社東急ハンズ入社、渋谷店仕入販売担当	2007年	営業企画部長
1992年	広島店準備室、開業準備担当	2008年	業務企画部長
1995年	広島店	2010年	梅田店準備室長
1996年	札幌店準備室、開業準備担当	2011年	梅田店長
1998年	札幌店	2013年	執行役員 MD企画部長
2002年	本社営業推進部、全社販売促進担当		



大島 礼治 審査委員

法政大学デザイン工学部 名誉教授 プロダクトデザイン

1950年 生まれ
1974年 多摩美術大学卒業後、東京芝浦電気株式会社（現 東芝）本社デザイン部入社。主にオーディオビジュアル機器チーフデザイナーとして従事
1985年 多摩美術大学准教授
1989年 株式会社オーシマ・デザイン設計／代表取締役
2004年 法政大学デザイン工学部システムデザイン学科設立／教授
2016年 法政大学デザイン工学部名誉教授
1986年～2013年 グッドデザイン賞選定委員
1992年 グッドデザイン部門大賞（通商産業大臣賞）
2002年 グッドデザイン金賞（経済産業大臣賞）エコロジーデザイン賞（経済産業大臣賞）ウエスデック大賞（厚生労働大臣賞）他、受賞多数



近藤 裕次 審査委員

株式会社京急イーエックスイン専務取締役
株式会社京急百貨店 取締役 流通

1958年東京生まれ。東京大学文学部卒。1982年西武百貨店入社。
1994年京急百貨店の開業準備室に転じ、主に営業計画部にて販売促進業務に従事する。
2011年取締役。2013年常務取締役店長。
2015年常務取締役営業副本部長を経て現在同社取締役。
2016年7月、京急イーエックスイン専務取締役就任。



今澤 知江 審査委員

株式会社スタジオティ 代表 流通

六本木ヒルズ商業施設など新規事業企画開発から具体的商品企画までを主たる業務として、障害者のための施設計画からその就労施設で作る商品のブランド化までの企画など。メーカーのための雑貨インテリア系商品のデザイン企画推進中。雑貨商品「ラッキーピッグ」の本「ラッキー日和」（ポプラ社）ほか、漬物直営店と商品ブランド確立のための本「簡単！漬け物おかず」（家の光協会）など新規事業企画、商品企画のまとめとしての出版企画多数。北海道や奈良県内の過疎化地域活性化のための振興事業推進中。



黒川 玲 総合プロデューサー

（公財）にいがた産業創造機構 NICOアドバイザー

1970年に（株）黒川玲建築設計事務所を設立。
1991年から2002年まで（財）新潟県生活文化創造産業振興協会総合プロデューサー。
2003年に（財）にいがた産業創造機構 新事業育成メンターに就任し現在に至る。
生活環境に関わるモノ・コト・時間を総合的に捉え、企業や地域産業と生活者の接点の再開発を手掛ける。
仕事分野は、建築設計、地域開発、CI計画など多岐にわたる。

審査方法

募集テーマに沿ったもので、生活ブランドの構築という視点での「企画力」、「造形力・システム展開力」に優れているか、また、商品化・具体化の「可能性」を持つかどうかを次の基準により審査を行い、各賞を決定しました。

企画力

テーマの明確性、時代課題への対応力、ターゲットの明確性、使い方など着想の独創性、売り方・チャンネルへの提案性、シーズの活かし方・新規性、価格バランス

造形力・システム展開力

企画意図の表現、形・システムの新規性・オリジナリティ・完成度、素材の使い方・生産性、機能性と感性のバランス、ゆとり・遊び心・クオリティ感

可能性

関連商品への展開性、アイデアの発展性、魅力度

賞

IDS大賞

企画力、造形力あるいはシステム展開力、可能性の3点で最も優れた作品

IDS準大賞

企画力、造形力あるいはシステム展開力、可能性の3点で大賞に次いで優れた作品

IDS賞

企画力、造形力あるいはシステム展開力、可能性の3点で優れた作品

IDS特別賞

社会的な課題の解決につながる提案型商品として、優れた特徴を持つ作品

新潟日報社賞

地域文化や風土に根ざし、地域活性化に資する作品

IDS審査委員賞

各審査委員の視点による優れた作品



受賞作品

本作品集では、出品作品を15のジャンルに分類して掲載しています

ジャンルは作品タイトルの部分に表示しています
 出品作品以降は、右記ジャンルに順じ区別し掲載しています
 巻末の出品者一覧で、各作品を右記のジャンルで検索できます

材料・素材:MATERIAL 
 サイズ(H×W×D)cm:SIZE 
 重量:WEIGHT 

NIIGATA
 DESIGN **IDS**
 COMPETITION 2017



ツール	Tool
バス&トイレタリー	Bath & Toiletry
ガーデニング	Gardening
インテリア	Interior
家電	Home electronics
防災	Disaster prevention
教育	Education
キッチンツール	Kitchen tool
ヘルプ&ヘルス	Help & Health
テーブルウェア	Table ware
ファッション	Fashion
ステーショナリー	Stationary
アウトドア	Outdoor
その他	Others
システム	System

PRIZE
 WINNER

IDS大賞

IDS Grand Prize

ふくら

株式会社ネオス

Stationary 01

M 和紙 S 1.5×8～15×8～15 W 約10g

企画意図

「和と暮らす」をコンセプトに現代の生活にあう、和のある生活をご提案いたします。

デザイン・システム展開のポイント

「ふくら」は手作りの和紙製ミニケースです。アクセサリーや、小銭、手紙等の小さいものを入れられます。香りを入れて、和風のサシェとしても活躍します。形は縁起物がモチーフです。それぞれの形に開運招福のめでたい意味が込められています。

審査員のコメント

- ◎考え方、デザイン共に良い。使い方が多様になると良いと思いました。
- ◎デザイン力があります。商品としての可能性大。裏側の処理を考える必要有り。
- ◎面白い！ 可能性高い。
- ◎インバウンド客向けのアートワーク、ギブアウェイとしてかなりいけると思います。
- ◎正月飾りの世界では民芸品展でも売ってます。裏側のアイデアがいい。よくまとまっていますね。
- ◎伝統の枠からの脱却。がんばって下さい。





IDS準大賞

IDS Grand Prize

錠剤用 金属検出機 SD3-0915D

株式会社システムスクエア

System 01

M ステンレス(ボディ) S 105×57×50 W 約52kg

企画意図

製薬産業は21世紀の成長産業と言われます。健康食品分野も同様です。錠剤、カプセル剤、サプリメント(タブレット)の製造工程では、専用の金属検出機が欠かせません。現状では、海外製が2/3以上を占めています。食品業界で培ったコア技術(磁界を利用した微小金属検出センサー)で、新市場である医薬・健食業界への進出を目指して開発した専用検査装置です。

デザイン・システム展開のポイント

従来装置の問題点は、重心が高くて足元の幅が狭い、物理的に不安定な形状にありました。本装置は、現場観察を元に機能の意味を洗い直し、重心が本体中央かつ低い位置にくるよう再構成しました。人の感性に合った安定的な形状を実現し、安全性を高めています。また、光シグナルを高い位置へ設置することで騒音環境での動作確認に配慮、配線の露出をなくして清掃性を改善しています。

審査員のコメント

- ◎すぐれた機器。安心を伝えられる。
- ◎今後に期待できます。ステン加工が素晴らしい。市場性大。
- ◎必要な技術なのかと思います。
- ◎スタイルがシャープで機能価値を高めている。
- ◎純粋にスタイリングが素敵です!! カッコイイ!
- ◎必要な道具。期待しています。



System 02

ネジ締め管理による、組立工程における、 製品の安全品質向上マネージングシステム 有限会社井出計器

📏 ローズ対策品 📏 本体のみ35×6×6 📏 680g

企画意図

モノを作る・組立てるのに欠かせないネジは、製品の品質に影響を与え、ネジ締め作業の良否は、製品に致命的な結果をもたらす、さらには、重大な事故にも繋がりがねない、極めて重要な作業です。製造現場におけるネジ管理は、ネジの締め付けトルクのみ管理(T系列トルク管理)で、ネジ浮きやネジ締め破壊などのネジ不良を防止できません。ネジ締め作業に発生する不良率をゼロにする、安全・安心なモノづくりを提供するネジ締め管理システムを開発しました。

審査員のコメント

- ◎安心を与えてくれるシステム。
- ◎今後に期待します。
- ◎必要な技術なのかと思います。
- ◎実際に使われるシーンがよくわかりません。

デザイン・システム展開のポイント

本システムは、ネジの締め作業の良否を、ネジの締め付けトルクとネジの長さをネジ締め時間の二つの要素(データ)で管理するシステムです。このネジ締めデータをパソコンに保存・管理することで、ITを使った製造時の品質管理が可能であり、また、IoTを駆使した使用および交換時の品質と安全の管理が可能になる画期的なねじ締め管理による組立工程のマネージングシステムです。

- ◎専門領域の道具として評価。



Kitchen tool 01

まかないボウル (130・180・220) 一菱金属株式会社

📏 18-8ステンレス 📏 7.7~12.5×13.7~22.5 📏 168~447g

企画意図

現在、市場にあるボウルのほとんどがフチの隙間から汚れや水分が中に入りこんでしまう形状であり、腐食進行や細菌発生リスクがあります。また小麦粉など入り込む余地にもなるので、食物アレルギーの方にも心配事となり、消費者の「食の安全」に対する意識が高まっていることから、調理器具における衛生面の改善は高いニーズがあると考えています。そこで食の安全上のリスクを解消した誰もが安心して使えるステンレスボウルを開発しました。

審査員のコメント

- ◎デザイン、考え方が良い。ふちまげがないのが良い。
- ◎フチの特徴を消費者に、どう理解してもらうか。
- ◎美しく機能的。
- ◎非常にシンプルですが、存在感があります。

デザイン・システム展開のポイント

フチ巻きをなくすことで、水分や粉がたまりず、細菌発生や食物アレルギーリスクの回避を図りました。また、外径を小さく、深さは深くすることで、重心は下にして容量を保ち、作業効率と収納効率を良くし、重ねた時のはまりをなくしました。総合的にストレスをなくし、気持ちも含め、効率をアップさせるボウルです。

- ◎ネーミング好きです。売れそうです。
- ◎磨きの技術は素晴らしい。

IDS賞



Kitchen tool 02

ペレット窯 PGY16 株式会社さいかい産業

📏 鋼板、レンガ、他 📏 155×160×103 📏 330kg

企画意図

屋外での披露宴やイベントなどで、動きがあり、見せる調理を行い、集客したいとお声を頂き、プロが通常業務で使用するオープン木質ペレットという本物の木で提供することを開発意図としました。また、木質燃料を外食産業に持ち込むことで、冬季に消費が集中していた木質ペレットが通年安定的な消費となり、地産地消エネルギーのさらなる普及に貢献したいと思っています。

審査員のコメント

- ◎ペレットを使うのが良い。
- ◎企画としては理解できる。煙突の位置・高さを考慮する必要有り。
- ◎インパクト大。

デザイン・システム展開のポイント

- ①素材・機能・構造を活かしたデザインと、燃焼炉を中心にペレット供給、エア供給を左から、熱はドームの煙道、排気へと右へ流れるシステムを採用。
- ②ユーザー目線で操作し易いように着火は手動着火とシンプルで、操作もメイン電源を入れた後、火力調整のダイヤルとエア調整のレバーのみ。
- ③レンガで蓄熱し、ドーム内の煙道黒皮の鉄板で輻射させ、400℃を優に超える温度帯を実現。

- ◎フォルムと煙突の仕様が平凡で、パフォーマンス効果を半減させている。
- ◎アウトドアに常設できたらいいと思う。
- ◎価格が勝負。

IDS特別賞



System 03

緊急時の情報伝達システム、FM緊急告知受信機 ワキヤ技研株式会社

📏 12.5×17×5.8 📏 485g

企画意図

災害時に人命を守る防災情報の伝達システムとして、FMながおかのコミュニティFMラジオ放送の通信技術、ネットワークを活用した新たな緊急告知信号方式(以下Comfisという。)による緊急告知受信機を長岡市の補助支援を受け開発。高信頼性の受信機、AM・FMのダブルチューナー搭載の緊急告知ラジオComfis-W67を製品化。「28年度新潟県Made in 新潟」にも認定されています。

審査員のコメント

- ◎これから必要性が高まると思われます。
- ◎視覚と聴覚の両方からアプローチする必要があります。
- ◎素晴らしい。
- ◎想定された危機に対しての対処の方向性を明らかにしてほしい。

デザイン・システム展開のポイント

自治体からの防災情報をFM放送事業者から中継局を介し、屋内受信機や野外拡声装置に伝達するシステムで、割込放送ができ災害時の緊急対応が可能。Comfis方式は当社が開発した独自の通信技術で、この技術を緊急放送受信機で製品化したのは当社が初である。

*Comfis方式(コムフィスほうしき)とは、緊急告知FMラジオと同様の目的で、始動用にDTMF信号でなく自然音を利用することで、起動時間の短縮を図った方式。

- ◎これは形は良くないが、システムとしては非常にいい!
- ◎企画は評価。これからの可能性は高い。



Kitchen tool 03

包丁砥ぎ器 (Togisamurai) プリンス工業株式会社

📏 ステンレススチール、ダイヤモンド砥石 📏 6×11×21 📏 450g

企画意図

- ①料理の基本ツールである包丁の切れ味を常に良いコンディションに保ち、料理をもっと楽しんでほしい。
- ②切れ味の良い包丁で食材を切ると、見た目はもちろん食材の組織を壊すことなく旨味や栄養を逃すことがない。
- ③誰もが簡単に本格的な研ぎが出来る。
- ④日本の切れ味の良い包丁を海外の人にも、長く使ってもらう為に、簡単に包丁研ぎが出来る事。

審査員のコメント

- ◎便利で使いやすい。値段が1万円くらいが望ましい。
- ◎引き研ぎをどう理解させるか。
- ◎素晴らしいと思いますが、ターゲットがせまいと思います。

デザイン・システム展開のポイント

- ①家庭にある包丁を日々メンテナンスして、最高の状態で使える『新しい経験』を表現するため、本体のレールにベアリングローラーを組合せた構造を採用。驚くほど滑らかに動き、包丁を研ぐのが楽しくなります。
- ②「良いものを長く使う」をコンセプトにシンプルな機能美を追求しました。
- ③仕上げは、刃先の視認性を邪魔しない様に、ビーズブラスト加工とフッ素樹脂加工(ブラック)としました。

- ◎キッチン以外の空間で使ってみたくなるデザインであります。
- ◎これは、素人には嬉しい過ぎる製品。輸出も視野に!!
- ◎外国での反応が聞きたい。

豊口審査委員長



Fashion 01

「小千谷縮」ロングシャツ・パジャマ・ワンピース 有限会社おだきん

📏 麻 100% 📏 —

企画意図

「小千谷縮」ロングシャツ(天然素材)は伝統工芸技術をベースとしており、和装素材で制作した麻洋服も好評価を得ています。しかし生地風が硬くスレも出やすい弱点を抱えています。弊社では平成27年より(株)中川正七商店様のアドバイスを基に試験開発を行い、ファーストタッチのこだわり、「しなやかな女性用ホームウェアに」として好まれる研究開発を行いました。その結果、硬さを克服したスレの出にくい柔らかな小千谷縮素材を完成出来しました。この素材は小千谷縮の将来に繋がる可能性を秘めた製品になっております。

審査員のコメント

- ◎素材は素晴らしいのにデザイン・商品構成が残念。再考が必要かと思います。
- ◎良さはわかるのですが、安価にするのは難しいのでしょうか?
- ◎素材の良さが活かしきれていない様に感じます。

デザイン・システム展開のポイント

「小千谷縮」の「新しい触感のルームウェア」をデザインコンセプトに、従来より格段とアップした生地風・肌触りの良さをテーマにデザインしました。市場調査の結果、中高年齢層を中心に昔懐かしいアッパースタイルに根強い人気があり、小振りな解禁襟でクールな印象に仕上げ、パジャマ・ホームウェア・ワンピースとして飽きがこないデザインにしました。見た目の美しさと耐久性を考慮した「折り伏せ縫い」、白度が高く清涼感・清潔感を生み出す「貝釦」を使用し、細部にこだわったデザイン制作を完成出来しました。

- ◎それなりの価格ですが、完成度は高いと思います。生成りにちょっと差した色がよいです。
- ◎この価格でこのデザインでは売れない。国産の貝ボタンとかヒモとか、もう少しアイデアを!!

審査委員賞

土居審査委員長



Fashion 02

SILOK

株式会社横正機業場

🌀 絹100% 📏 15×10×0.5 📖 8g

企画意図

「手に取りやすい価格の絹商品を開発し、新潟県五泉市が絹織物産地として国内外へ伝える」「昔は確立されていた『白生地』の価値や文化を、現代に形を変えて伝え残していく」「絹の魅力を手に取って感じてもらう」「素材をブランド化することで、白生地とデザインの新しい共生共栄モデルの確立をする」「産地に対し、白生地だから何もできない、ではなく、白だから何にでもできる『可能性』を示す」

審査員のコメント

- ◎同色の織柄がすごくステキ。多方面に応用できそう。
- ◎とても可能性を感じるのですが、具体的な商品が浮かばない。
- ◎クリーナーという使い道はモッタイナイと思う。

デザイン・システム展開のポイント

- 1.お坊さんの衣に用いられる上質な絹と、かわいくゆるいデザインのミスマッチ。
- 2.デザインを織りこむことで、「落ちることがない」顧客との普遍性を表現。
- 3.機能性よりも白を贈る文化を伝えるネーミング。
- 4.キモノの心を伝える「たと紙」を現代風にしたパッケージ。
- 5.素材をブランド化することで、自然発生的な商品展開が可能となる、デザイナーとの共生共栄なビジネスデザイン。

- ◎地紋にゆるキャラを持ってきたセンスは素晴らしい。技術力と合わせ、付加価値が高い。
- ◎テキスタイルのあり方として、正しい方向性。これは高く評価したい。
- ◎可能性あり。がんばって下さい。

審査委員賞

近藤審査委員長



Table ware 01

YASUDA KAWARA TSUKI

丸三安田瓦工業株式会社

🌀 粘土 📏 1.5×4.5×4.5~1.5×30.6×15.7 📖 90g~1kg

企画意図

瓦業界全体が斜陽である今日、ここ数年の地震による影響でお拍車が掛かっています。それに伴う生産の減少、近年の燃料である灯油高騰による売上圧迫。冬の従業員一時解雇にまで追い込まれました。それによる若手職人の確保が困難になり通年雇用を継続するためにも、瓦の他に売れるモノはないか、もっと安田瓦、瓦そのものを再認識出来ないものかと考え、デザインに補助金を利用して安田瓦の伝統技術を生かした製品作りを始めました。

審査員のコメント

- ◎シンプルなデザインが素材感を引き立てている。
- ◎専門店への展開になるでしょう。食材が美しく見えるように。
- ◎瓦の良さはテーブルウェアが最も引き出せるのか？

デザイン・システム展開のポイント

瓦やさんが作るどうしても瓦の形から脱却できずやはり瓦になってしまいます。デザイナーにはそこも配慮して頂き出来上がったのが業界のトレンドを取り入れたフラット系のテーブルウェアのデザインとなりました。色合いは安田瓦伝統の技術で作られる安田色「鉄色でつよく」で、表面が安田瓦特有の「しわ」がグレーターのように見えることから「TSUKI」と名付け、食材の色が映え掴みやすいのが特徴です。

- ◎非常に伝統と現代性がマッチした器。
- ◎もっと、他のデザインでの展開が見たい。
- ◎重いという事だけが問題か？

審査委員賞

宮武審査委員長



Others 01

ダンボール片付けラック 川口工器株式会社

📏 鉄 📏 43×41.5×20 📏 1.5kg

企画意図

ダンボールをコンパクトに崩れないように片付け、保管、簡単に縛ることに特化した商品です。10年前なら誰も必要しないものです。近時成長著しいネット通販は生活スタイルを一変、『業者』以外にはあまり必要とされなかったダンボールが、多くの消費者の手元に届くようになりました。日常にあふれてきたダンボールを片付け保管しリサイクルに出す、という新たな生活スタイルでの課題の解決に向け企画した商品です。

審査員のコメント

- ◎便利。個人よりも小さな会社向き。
- ◎もっと簡単に解決できませんか？
- ◎アイデアが素晴らしい。
- ◎現代生活に必要な商品だが、もう一工夫がほしい。

デザイン・システム展開のポイント

全ての機能を通販で届いたダンボールを片付け、手早く縛り、リサイクルに出すことにのみ、特化した商品です。底面の傾斜、前後の押さえフレームの高さの違い、縛るために最適な空間、移動のためのキャスター、一つ一つは単純ですが、ただダンボールの片付けから処分の流れに特化する為だけに凝らした工夫＝デザインとなっています。

- ◎これ、もっと形をシンプルに変えれば、絶対に可能性あり!!
- ◎ダンボールに対しての生活者の意見をもう少し取り入れる必要を感じる。

審査委員賞

大島審査委員長



Interior 01

B-1200-S 軽量で畳に優しいベッド 株式会社ワイ・エム・ケー長岡

📏 ラタン 📏 ベッド:38.5×105×205 チェスト:90×90×35 📏 15kg

企画意図

今まで畳の上で使用するベッドを開発して参りましたが、ベッドと名前が付くと、どうしても動かせない置き家具とっておりました。そこで昔の布団の様に手軽に片づけられるベッドを作れないかと考え、それにはまず軽量で頑丈な藤を素材にしたベッドを製造したいと考えました。最近、ルンパなどの自動掃除機が普及しており、それに対応する形にしました。従来の藤家具構造は床から部材を立ち上げ強度を作っておりましたが、自動掃除機が動

きまわれるように空間を空けなければなりません。強度と軽量の両立に苦労しました。

デザイン・システム展開のポイント

畳を傷めないような脚の形状と、自動掃除機が動き回れるように、全体のかたちに苦労しました。そして全体の見た目の軽量感も大事にデザインしました。

審査員のコメント

- ◎ベッドは、もう少し高さがあった方が良くと思う。
- ◎チェストとの組合せに疑問。連結どうする？ ベッド単体が良い。
- ◎藤の持つ本質的価値は「軽さ」が最重要なのでしょうか。

- ◎モダンで落ち着いた色合いに好感が持てるが、高さにこだわるなら他の機能への配慮があればなお良い。
- ◎チェストが素敵です。収納時のサイズをもっとコンパクトにしたいと思います。
- ◎価格は適正。黒がしつこいかな？

審査委員賞

今澤審査委員長



Others 02

NENRIN

有限会社阿部仏壇製作所

材(本体)、ガラス、アクリル、真鍮等 S 2.8×20×20 W 560g

企画意図

ライフスタイルや住環境の変化に伴い仏壇の需要が減り、日常で手を合わせる機会が減る中で、『祈り』の機会、文化を少しでも後世に残して行きたいと考えたのが本商品を開発したきっかけです。約70年間、仏壇の製造元として展開してきた弊社の経験や技術を注ぎ込み、新しい『祈り』の形を本商品を通じ提案していきます。手元供養という新しいスタイルで日常の祈りの機会を次世代に伝えられるプロダクト作りを行って参ります。ネーミングの『NENRIN』には積み重ねてきた人生の重みを表現しており、デザインとして複数の木材を接ぎ合わせたワンラインを施しました。

審査員のコメント

◎こういう「祈りの提案」なら、小さな家でも置けるので良いと思いました。
◎マンションなどの新たな祈りの形として、あるかも知れませんがね。

デザイン・システム展開のポイント

小型かつシンプルな外観とし、現代のライフスタイルや住環境にもマッチした形で、人々が身近に『祈り』をささげる場を感じられるようにデザインしました。
また、様々なニーズやスタイルに対応できるよう、セミオーダーでカスタマイズできる仕様としています。仏壇と同様にご本尊を置くことも可能な一方、写真や背景のみを飾り現代のリビングスタイルにも溶け込むスタイルにすることも可能です。
仏間に仕舞いがちな仏壇とは対照的に、光の似合うデザインを大切にすることで玄関先や窓際に置いても見栄えの良いスタイルにしました。

◎このようなニーズは高まってくると思います。
◎バックパネルの光・色に工夫があるとよい。
◎このジャンルもいろんなアイデアあり。決め手に欠ける。
◎趣味の世界。課題が多い。



Tool	ツール
Bath & Toiletry	バス&トイレタリー
Gardening	ガーデニング
Interior	インテリア
Home electronics	家電
Disaster prevention	防災
Education	教育
Kitchen tool	キッチンツール
Help & Health	ヘルプ&ヘルス
Table ware	テーブルウェア
Fashion	ファッション
Stationary	ステーショナリー
Outdoor	アウトドア
Others	その他
System	システム

出品作品

本作品集では、出品作品を15のジャンルに分類して掲載しています

ジャンルは作品タイトルの部分に表示しています

出品作品以降は、右記ジャンルに順じ区別し掲載しています

巻末の出品者一覧で、各作品を右記のジャンルで検索できます

M 材料・素材:MATERIAL

S サイズ(H×W×D)cm:SIZE

W 重量:WEIGHT

ENTRY WORKS



NIIGATA
DESIGN **IDS**
COMPETITION 2017



Tool 01

鼻かくし取り付け金具

下村 宇三郎

- アルミ、鉄、木材
- 40×18×8
- 600g

企画意図

建物には足場が無ければ許可にならないが、小さな建物や、足場を取り付けないで作業する際や、足場があっても一人でこの鼻かくしを打つ場合は特にそうですが、二人でも危険と困難を要します。更に、鼻かくしの上に打つ淀も屋根勾配のため下へ滑りやすくなっています。こういった観点から、すべり落ちない様に簡単に取り付け取り外しができる木材が取り付けにある鼻かくし取り付け金具を提案します。

デザイン・システム展開のポイント

木材で作れば簡単ですが、外部に利用する物なので、本体を腐らず軽いアルミ材にしました。淀うけ材は建物を造る人によって違うため、つかう人が簡単に作る事のできる木材としました。

審査員のコメント

- ◎一般には理解できないもの。専門家の判断になります。
- ◎職人にとって、使い勝手は向上しているのか不明。
- ◎評価者には使い勝手がよくわかりません。
- ◎日本家屋には必要なモノなのでしょう。
- ◎プロの人達の反応はどうなのか、知りたいです。



Tool 02

見ないで抜差しできる ビットホルダー

株式会社兼古製作所

- エラストマー樹脂
- 5.8×5.1×1.3
- 8g

企画意図

ビットホルダーとは、電動ドライバーの先端工具“ビット”を保持し、仕舞うための補助道具です。建築現場や店舗内装工事、配管設備工事などの現場では様々な種類のビットを使いこなし、作業を行います。例えば、目が離せないような作業でもビットの交換時にはスムーズに入れ替えができなければなりません。本製品は目で見なくてもビットの抜差しがストレスなく行えるよう工夫を凝らしたビットホルダーです。

デザイン・システム展開のポイント

作業者の多くは腰のポーチにビットを仕舞っています。目が離せない作業では、ポーチの中でホルダーにビットを抜差しする動作がやりづらいのが現状で、作業ももたつきがちです。本製品は見なくても手の感覚だけで抜差しできるよう、ビットとホルダーを剣と鞘になぞらえてデザインし、押さえやすいくびれた形状と、差しやすいよう入口を広げた形状とすることで使い易さを実現しました。

審査員のコメント

- ◎どうしても片手で抜差しできませんでした。
- ◎ニッチなニーズにえている。
- ◎本当に便利なものなのか、よくわからない。
- ◎アイデアとして、いまいち新鮮さに欠ける。
- ◎プロの道具として可能性は高いでしょう。



Tool 03

丸ノコガイド定規 Tスライド スリムシフト 併用目盛 (15cm、30cm、45cm、60cm、90cmの5アイテム) シンワ測定株式会社

- ステンレス、アルミ、樹脂
- 2×32.6～106×27.5
- 250～451g

企画意図

電動丸鋸で板材を平行切断する補助具としてT型ガイド定規が使われます。この定規は切断方法に合わせて突き当てを上下できますが、建築現場では石膏ボードを積み重ねたまま上のボードのみ切断する事が多く、定規が2枚目のボードに干渉するため、薄型のガイド定規が開発されました。薄型のガイド定規は薄型が故、突き当てを上下できず、状況によって定規の付け替えが必要な欠点があるため、薄型且つ突き当ての調整が可能な製品を開発しました。

デザイン・システム展開のポイント

薄型のガイド定規は突き当てを上下に動かすスペースが無く、機能が限定されているので、本体の高さの制限を受けずに多機能化を実現するため、突き当てを回転させる新機構（シフト機能）を考案し、薄型且つ細巾切断、薄板切断、重ね切りの多機能を持つガイド定規を実現しました。

審査員のコメント

- ◎使い勝手良さそう。
- ◎専門業者には理解されるでしょう。
- ◎精密な機能性の高い商品の割にはシンプルにできあがっているように感じます。
- ◎これは使えるアイテム。もう少し使い回しのいいデザインに。
- ◎プロの道具として可能性は高いでしょう。



Tool 04

KIRIDASHI

有限会社高三

- 木材、刃物
- 2×25×3
- 500g

企画意図

切出を実際に使った時、1つの問題点が見えてきました。それは自分の生活を見直した時に切出の居場所が見つけれなかった事です。そこで、居場所が自然と見つかるような切出が作れば現代の人の生活に馴染みのあるものになるのではないかと考え、この切出をデザインしました。

デザイン・システム展開のポイント

マグネットを使っているので永く使用してもサヤが緩くならず使えるようにしました。刃は、昔ながらの打ち鋼なので研いでも使えるし、替刃と取り替えても良いようにしました。

審査員のコメント

- ◎デザインが良い。替刃になるのも良い。
- ◎造形はきれいだが、市場性を感じない。
- ◎使い勝手がそれほど向上するのかわからない。
- ◎マグネットがついているだけなのに何故か、安心な感じがします。
- ◎これだけ種類があるなら、銘木の名を知りたい。
- ◎残された問題は市場性。



Bath & Toiletry 01

Daily Towel (デイリーテオル) for 1 week

越後亀紬屋 藤岡染工場

- M 綿、レーヨン
- S 11×45
- W 20g

企画意図

パナマ織の生地を使用したテオルシリーズはその素材の機能性の高さで、お風呂だけでなく外出時にもタオル代わりとして幅広い層に人気を博しております。「デイリーテオル」は、ポケットに収まるコンパクトなサイズながら、高い吸水率を活かして、大判のハンカチ同様の機能性を有しています。コンパクトなため、子供の小さなポケットにもジャストサイズ。「毎日使い分け」をキーワードに開発しました。シンプルなデザインのため、大人が使ってもOKです。

デザイン・システム展開のポイント

手ぬぐいを製造しているメーカーとして、手ぬぐいをベースとした身の回りのアイテムとして開発。畳むとハンカチを畳んだ形状と同じサイズになるようにデザインしました。また、柄は日曜～土曜まで小紋柄風にデザインを起こし、毎日使い分けられるよう考案。小さなお子さんに対しても衛生面の配慮にもつながります。ズボラなお父さんも、毎日洗い立てのテオルを間違いないで持ち出せます。

審査員のコメント

- ◎布の感じが良い。サイズにバリエーションがあった方が良いでしょう？
- ◎表、裏の差が大きく、商品として弱いように感じる。
- ◎面白いと思います。
- ◎ギフト商品として完成度高い。
- ◎サイズがいい。夏向けです。冬向けも作っては？
- ◎ユーザー対象をどこにしようのかが課題。



Gardening 01

FIELD GOOD

有限会社永塚製作所

- M スチール、アルミ
- S 29×8×4.6・27.8×7.5×2.9
- W 220 / 180 / 45 g

企画意図

馴染みの深い使い慣れた移植鍬を、敢えて同じ形状で、塗装方法や材質・板の厚みを、今の時代に合わせて変更し3シリーズの提案をしました。コンセプトは「豊かな大地は、心地良い」であり、土を耕し、種を植え、水を撒き、植物を育てること。そうした日常を取り巻く環境の中にこそ、心地良さが生まれると考えています。その心地良さ(コト)をシャベルの道具(モノ)が切掛けになり豊かな社会の実現に対する貢献をしたいと考えました。

デザイン・システム展開のポイント

実際に道具を使う地面(FIELD)を軸に「掘ることから始まる、広がる世界」を表現。地中(IN)、地表(ON)、地上(ABOVE)の3つのテーマ設定し、素材とカラーを考えていきました。例えば「地中」に存在するものをテーマにした「IN」シリーズは、その輝きや表情から世の人々を魅了する力を秘める「鉱物」から選択したメタリックシリーズ。また全製品の先端は土への差し込み易さを重視し光沢のある滑りの良い加工を施しました。

審査員のコメント

- ◎ABOVEは軽くてよい
- ◎カラー展開を中心としただけでは、商品力が弱い。
- ◎ABOVEの軽さは驚異的です。
- ◎コモディティ領域からの脱出の方向性としてはありだが、市場性は低いと思われる。
- ◎カジュアルのこの軽さがいいですね。強度が充分なら、これでいいのでは？
- ◎使用前、使用後の姿は？



Gardening 02

HORI HORI KNIFE(レジャーナイフ)シリーズ ベーシック フルタング フルメタル

株式会社富田刃物

- M ステンレス刃物鋼、木
- S 10×10×30
- W 900g

企画意図

弊社は30年ほど前より園芸用ナイフ HORI HORI KNIFE(レジャーナイフ)を製造しています。その品質を維持し、改良したベーシック型、高剛性化、高品質化を実施したフルタング型、新機能をもつステンレス一体型であるフルメタル型を開発しました。

デザイン・システム展開のポイント

土を掘ることが出来るスコップ状の刀身形状をもつ園芸用ナイフ。それは日本独自の形状と言われています。一般普及型であるベーシック型、高強度化したフルタング型、ステンレス材の一体構造にて製造したフルメタル型。フルメタル型は日本古来のフクロ型の柄部に形成することで、長い木の柄を差し込んで使用出来るようにしました。

審査員のコメント

- ◎使いやすそう
- ◎狙いは理解できるが、一見して恐さを感じます。
- ◎デザインは良いと思います。
- ◎ハードユーザー向けの商品としての仕様に優れているように感じられた。
- ◎園芸用としてはちょっと危ないデザイン。しかし丸めたデザインはいい。シースは、これではダメです。
- ◎美しい。価格も適正。



Gardening 03

苔の苗 ドライシート

苔神工房

- M 蘚苔類
- S 2×20×30
- W 100g

企画意図

自然界に存在する資源としての苔を人工栽培し、資材として提供するにあたって、流通の容易さ、販売管理の容易さ、加工の容易さを追求するとともに、海外市場への供給に障害となっている植物検疫をクリアーすることを課題としました。また、植物製品に規格を導入すること、苔の種類について正確な学名を付すことで、海外市場でも通用するユニバーサル製品とすることを企画しました。

デザイン・システム展開のポイント

土を除去し、乾燥し、ナイロンビニール等に封入して、清潔感を表現するとともに、雑貨やクラフト等の素材として利用できる手軽さを表現しています。製品サイズにA判を採用し、規格資材としての印象を表現しています。苔の種類に学名と、学名の読みがなを付して、製品の信頼性を表現しています

審査員のコメント

- ◎考え方がよい。海外へのお土産にしたい。
- ◎可能性はあるかも知れませんが。
- ◎何につかうか、提案がもっとあれば。
- ◎ビルの緑化対策としての使い勝手があれば市場性は高まる。
- ◎使ってみないとわからないが、これで着床するなら面白い存在。
- ◎可能性を楽しみにしています。



Gardening 04

アタラシイ

有限会社浅野木工所

- 📏 ステンレス
- 📏 4×30×9
- 📏 192g

企画意図

家庭菜園やプランター栽培では少量多品種であるため、頻繁に播種します。通常では棒等で筋をつけ種をまき適当に土をかけます。すると土の量、土の塊、播種穴の深さ等のバラつき、発芽にムラが発生します。土の量が多いとまったく発芽しない場合もあります。篩い(ふるい)で種に土をかけると、形状的(浅い円筒形状)に約95%の土が無駄になります。そこで移植コテにバランスよく穴をあけてテストしたところ、ピンポイントで一定の粒の土かけができるようになりました。種子によって土をかける量が違いますが、穴あき移植コテによって片手でラクに作業でき、穴から落ちる土量を見ながら最適な土量を種子にかけることができ、発芽率がより高まります。

デザイン・システム展開のポイント

移植コテを使用される場面は多く、老若男女問わず広く使われています。上記から、使い勝手等を考えた場合、従来の移植コテの形状を損なわず、機能重視でシンプルに穴の大きさや数、配置を考えた結果このようなデザイン、形状となりました

審査員のコメント

- ◎便利そう。
- ◎穴は一定ではなく、大きさ、配列に考察が必要でしょう。
- ◎機能性は感じます。
- ◎その効能が評価者にはよくわかりませんでした。
- ◎スコップ面よりも左右から落ちる土の方が多いと思う。
- ◎価格は適正。たのしみな道具。



Interior 02

Cardboard Low Table、Chair Set

藤屋段ボール株式会社

- 📏 段ボール
- 📏 Table…45×82×50、70×66×50 Chair…40×40×40
- 📏 Table…2.2kg Chair…2.0kg

企画意図

段ボールは「流通の為の資材」といったイメージが強いですが、その普及率からも計り知れるように軽量で耐久性に優れた素材です。一般的な家具は“組立てに労力や工数が必要な事”や“処分時に手間やコストがかかる”という問題がありますが、当企画では組立てに接着剤を使用しない仕様とする事で、手早く、容易に、何度でも、組立・分解が可能です。これにより上記の問題を解決するとともに、環境保全に貢献する事も可能です。

デザイン・システム展開のポイント

繊維方向に強く、波目に沿って曲げられる段ボールの性質をいかした家具セットです。Low Tableは帯状の1枚の天板に、コの字型の8枚の骨組を差し込み、天板を展開して結合させ、荷重の分散と安定感を補強する構造としています。Chairは縦板からツメを出し、天板のスリットに編み込むことで結合させ、折り畳みの動きに追従する構造です。座面にあけた持ち手穴を持ち上げるだけで折り畳めます。

審査員のコメント

- ◎色展開があってもよいのでは？ デザインをもう少し改良して欲しい。
- ◎類似商品との差別化どうする？
- ◎テーブルも簡単にたためると良いと思います。
- ◎使われるシーンが想像できない。幼稚園のお遊戯用ぐらいしか思い浮かばない。
- ◎平地ではいいが、床の状態によっても使える形にしたい。
- ◎段ボール家具の開発はかなり一般化している。組立て方のノウハウがかさ。



Interior 03

香台と蚊やり

新潟精密鋳造株式会社

- 📏 ステンレス鋳物、ホーロー
- 📏 5.5×16×16
- 📏 1.1kg

企画意図

現在では電気式蚊取り線香が普及していますが、日本の昭和の時代では蚊取り線香が一般的であり、蚊遣りも多く存在しました。また、海外アジア圏では未だに蚊取り線香の需要があります。欧州圏では蚊取り線香の習慣はありませんがアロマやポプリを使う香りを楽しむ習慣があります。そこで、アジア圏と欧州圏にどちらでも販売できる、現代的かつ日本風な「香台と蚊やり」の製作を企画致しました。

デザイン・システム展開のポイント

ブラックとラベンダーとアクアブルーの3色のカラー展開でジャパニーズ・モダンのインテリアにぴったりな「香台と蚊やり」シリーズ。欧州圏ではポプリやアロマオイルを入れての「香台」として、アジア圏では蚊取り線香を置いての「蚊やり」として販売先で習慣用途に応じた使い分けができるようにしています。香りや煙の立ち上る絵柄面に、モチーフの花びらを大胆なデザインで表現しています。

審査員のコメント

- ◎商品としてはステキ。値段が高すぎる。
- ◎重量的にどうか？ 輸出は現地のニーズを良く調査する必要がある。
- ◎モノとしてのクオリティは高いと思います。
- ◎企画意図はよく表現されていて伝わるとは思いますが、価格の市場性がどうか気になる。
- ◎好きですこれ!! お値段をもう少し安くしたいけれど。
- ◎従来の商品イメージからの脱却が大事。



Interior 04

わっぱ和紙シリーズ

有限会社小国和紙生産組合

- 📏 紙
- 📏 18×20×15
- 📏 40g

企画意図

寺泊の曲げわっぱと、小国和紙、共に長岡市内で若手職人が中心となり、古い伝統を大切に、現代に使いやすくしていくと努力を重ねてきました。昨年より、長岡造形大学、金澤孝准教授の研究室にご協力をいただき、この2つの工芸を組み合わせた家具や照明など様々なものを製作してきましたが、本年度は、この中の「わっぱ和紙」というわっぱを使って作った、丸い和紙で楽しい商品を開発しました。

デザイン・システム展開のポイント

「わっぱ和紙」は、わっぱを紙を漉く際の用具「桁」として使い、漉いた丸い和紙のことです。手漉き和紙の特徴であるまわりに出た長い繊維「ミミ」を活かし、手作りの風合いを感じる誰でも気軽に使えるデザイン提案を採用しました。

審査員のコメント

- ◎多目的に形が作れると思う。可能性あり。
- ◎丸形ゆえに展開性が難しい! 他の形状にトライする必要がある。
- ◎素材の活かしか次第では面白いと思うのですが…。
- ◎半開きの状態のおさまりが悪い。菓子や柿の種を入れて供する時のシーンが実用的に考えられるのだが。
- ◎これはいい発想。英語版を作るべき!
- ◎魅力に欠ける。



Interior 05

さくら花びらベンチ

有限会社エス・オー・ディ

- M FRP、ステンレス
- S 実物:50×160×154(展示は1/5モデル…26×48×48)
- W 120kg

企画意図

発端は、新発田ロータリークラブ創立60周年記念事業で、2017年1月に開庁する新発田市役所新庁舎になにか記念品を贈呈しようという企画から始まりました。市役所新庁舎の4階屋上テラスデッキに誰でも座れるベンチを設置することを提案しました。但し、既製品ではなく新発田のイメージを表現したオリジナルで企画しました。

デザイン・システム展開のポイント

かつて十里・世界一と謳われた新発田の加治川堤の桜(新発田の木)の花びらをモチーフとしました。ハート形で和菓子にしたようなイメージで座れるオブジェベンチをデザインしました。現地には3セット並べることで軽やかな花びらの感じを出せると考えました。

審査員のコメント

- ◎夏、熱くなるのでは？ 見た感じはステキ。
- ◎発想が短絡的な感がある。造形と企画が一体化されていない。
- ◎造形としては面白いと思います。
- ◎色、造形、非常に印象に残りますが、褪色したらどうなっちゃうのか心配になる。
- ◎真夏の陽差しで熱くなりすぎないか心配です。
- ◎夏場の使用はどうしているのかな？



Interior 06

Fragre:nt

株式会社クワバラ

- M アクリル、アルミ、木
- S 17.38×9.6
- W 440g

企画意図

創業50有余年で培ったアクリル加工の技術“彫刻”“切削”“磨き”を新たな世界に向ける為、昨年、長岡造形大学の増田譲教授に考えて頂きました。今年はそれをより商品力を向上させるためデザイン、構造、コンセプトの練直しを行いました。
[粹]sui 目指していきたいもの 純粹であるべきもの
[无]mu 何もないところから見出すもの ずっと思い続けるべきもの
[快]kai 表立った好ましいもの まっすぐに進むべきもの
[心]sin 本質的なもの 軸として持ち続けるべきもの
上記4タイプに分け世界観を表し、その中からその時好むものを選んでもらう。視覚、嗅覚、触覚に訴えられ少しでも気持ちを和らげられるものをつくりあげる。それを40歳代～50歳代男性に提案していければと考えております。苦しくも一番生きていくと実感できる時期を共にすることができると、拘りの詰まったありふれたものではない“アロマディフューザー”になればと考えます。

デザイン・システム展開のポイント

テーマは“アクリルの可能性”アクリル単体にこだわらず、異素材のアルミ+木材+アクリルの組合せでより表情豊かなものになるよう心がけました。見た目のラインが人の目に綺麗に映るように、ゼロコンマ単位で切削を行い、最後は人の感覚で仕上げることでアルミ、アクリル、木の境界線がよりフラットになるように心がけました。またアクリルを幾層にも積み重ね、それを一体のものとする事で印刷では表現できない質感と色合いが出せたのではないかと思います。

審査員のコメント

- ◎アクリルの良さが伝わらないのが残念。
- ◎一見すると酒を入れる酒器に見える。造形の展開を求めたい。
- ◎クオリティ高いです。
- ◎美しいフォルム・カラーで、価格設定次第で充分売れる。
- ◎好きです、このデザイン。ただ底面はウッドでいいのかどうか？
- ◎もう少し明るいメッセージがほしい。



Interior 07

曲げ輪の小物入れ

falaj

- M 硝子、檜、桐、山桜、竹
- S 5.6×9.6×9.6
- W 190g

企画意図

■私の物欲

私の事務机の上は、無機質なものが多く、4Bのえんぴつとメモ紙以外は無機物で、少し冷たく感じます。そこで、もう少し温かみがあり、それでいて、他のモノともバランスのとれた、そんな小物入れが欲しいと思いました。

デザイン・システム展開のポイント

■木と硝子

異なる素材を、無理のない形で穏やかに調和するよう心がけ、『温かみ』と『スマートさ』が、バランスよく結びつくよう心がけました。

審査員のコメント

- ◎フタが重すぎる。
- ◎組み合わせは面白いが、フタが重く取りづらい。
- ◎小物入れとして、曲げわっぱの良さが引き出せるのでしょうか。
- ◎印象に残るが使い勝手が微妙かもしれない。スタッピングできただ方がよいかも。
- ◎フタがとりにくい！ でも可愛い。もう少し違う発想でフタを作りたい。
- ◎必然性？ 開発のポイントがあいまい。



Interior 08

佐渡の竹のかご

成田 文香

- M 竹(佐渡産)、藤、つる
- S ー
- W 50～500g

企画意図

佐渡で採れる竹は「質が良い」と知られています。竹のざる、かごはとても身近な道具でしたが、プラスチック製品の普及や生活様式の変化で、使われる事が少なくなっています。使い手の減少と共に、佐渡や全国にいた作り手達も年々減っています。現在、竹細工の技術を持ち新潟に住んでいることを活かしたい、また、竹かごや身近にある自然の素材に興味を少しでも持って頂きたいと思い、今回、佐渡の竹を使った竹かごを提案します。

デザイン・システム展開のポイント

青竹の雰囲気を活かし、シンプルな編み方で工芸品ではない日常のかごを目指しました。
・六つ目のかご…割り剥ぎした、そのままのヒゴを使って編んだ素朴なかごです。
・コースター…気軽に編組を取り入れられる小物です。
・磨きのかご…竹の表皮を磨き、やさしい雰囲気があります。使い込むと、艶が出て艶色になっていきます。

審査員のコメント

- ◎素材の良さが生きている。いろいろな形に活用して欲しい。
- ◎企画は判るが、商品としての力が不足している。
- ◎もっと斬新な発想のモノが、この技術でできれば…
- ◎いわゆる、荒物のカテゴリー以上・以下でもない。
- ◎もうひとつ、何か発信できる情報やデザインが欲しい!!
- ◎がんばって下さい。コースターは魅力がある。



Home electronics 01

OLALA フルーツビネガーマーカー ツインバード工業株式会社

- 📏 PP、AS、シリコン、ガラス
- 📏 30.5×13×13
- 📏 0.9kg (ガラスボトル・ふた含む)

企画意図

健康のために毎日お酢を飲む習慣は徐々に広まりつつあるが、お酢自体はそのままでは刺激が強く飲みづらく感じます。そこで、果汁とあわせて飲みやすくしたフルーツビネガーが人気を集めており、食酢飲料の市場規模は年間約130億円で前年比110%と伸張しています。また、自家製で果実酒やピクルス等の保存食をつくることの流行も受け、本製品は自家製フルーツビネガーを24時間で作れるフルーツビネガーマーカーとして企画しました。

デザイン・システム展開のポイント

フルーツビネガーを作るには通常1〜3週間かかりますが、本製品では24時間で作ることが出来ます。作成手順は煮沸消毒したガラス瓶に材料を入れてボタンを押すだけで、24時間後に出来上がります。外観は、壺をモチーフにして流線型でまとめました。フルーツビネガーの鮮やかな色を楽しんで頂く為に、製品自体は白とシルバーでまとめ、中の瓶が見えるように蓋を透明にして、投入口を斜めにしました。

審査員のコメント

- ◎フルーツビネガーが広まるような努力がまず必要。
- ◎一度、試してみたい。
- ◎時流に合っています。
- ◎省時間の価値に共感するのは、かなりのヘビーユーザーではないか。その方々の意見とズレはないか。
- ◎ビネガー以外の使いみちは？
- ◎開発の意図がまだ未消化の感がある。



Home electronics 02

水洗いできるテレビ用リモコン ツインバード工業株式会社

- 📏 シリコン
- 📏 15×6×2
- 📏 149g (電池含まず)

企画意図

毎日使うテレビリモコン。汚れ防止にラップを巻いたり、工夫をされている方がいます。毎日使うモノだから、常に清潔で気を遣わずキレイに洗えたら、そんな悩みを解決できると思い発案しました。丸洗いしても安心なIPX5/IPX7の防水性能。JIS Z 2801に準拠した抗菌加工を施しており、汚れても水洗いできます。操作部は日常的に使う操作スイッチに絞り、視認性、操作感にもこだわりの、シニアの方でも安心してお使いいただけます。

デザイン・システム展開のポイント

本体の厚みや、手に馴染む角R・探しやすいボタン配置・色・文字サイズ・クリック感を、数回のユーザーモニターの中で最適なバランスを割り出しました。また、食卓で使う事を想定し、食中毒や下痢の原因となる大腸菌や黄色ブドウ球菌などの繁殖を抑制する抗菌仕様のシリコン素材を採用し、中身の樹脂部品を包み込む構造にする事で、ボタンの隙間のない、洗いやしうい形状にしました。

審査員のコメント

- ◎デザイン、色に一工夫必要。
- ◎ユーザー像がもう一つ浮かんでこない。病院内専用ならば理解。
- ◎使いやすさが抜群。
- ◎感覚的にこういうモノを部屋に置きたくないデザインだと感じる。着眼点はいいのだが。
- ◎もう少し複雑なリモコン用のものが欲しい。
- ◎ブラウン社のカリキュレーターの形をイメージしてしまったのだが。



Home electronics 03

着るラジオ ツインバード工業株式会社

- 📏 ABS、シリコン
- 📏 4.5×17×20.5
- 📏 40g (電池含まず)

企画意図

アクティブシニア層の増加。シニア層の趣味で人気のウォーキング、ガーデニングに目を向け、更にその時間を楽しむことができるアイテムとしてラジオに着目。「ながら聴き」しながら天気や時間なども知ることがラジオは、そんな場面にピッタリ。音を着る新感覚なラジオ。耳をふさがないので、周囲の気配も感じる事ができ安心、安全にラジオを聴取することができます。

デザイン・システム展開のポイント

首に掛けて使うネックスピーカーのスタイルにすることで、耳をふさがず、両手も自由に使えるよう工夫しました。スピーカーを左右に一つずつ上向きにレイアウトすることで、臨場感のあるステレオサウンドを実現。また、選局や音量の調節などの操作が手元を見ずに行えるよう、操作ボタンや文字を大きくし、ユーザビリティにも配慮したデザインを目指しました。

審査員のコメント

- ◎考え方は良いが、スマホの時代に本当に必要なのか？
- ◎使用状況が浮かばない。
- ◎家の中でも便利。
- ◎安心・安全に配慮されていますが、残念ながら邪魔な存在感を払拭できない。
- ◎いまのイヤホン、ヘッドホンは周波数調整で外の音が聴こえるものも多い。需要に不安あり。
- ◎ながら生活の道具。シニア世代はどうか？



Home electronics 04

陶音紀行 ～陶器の奏でる爽やかな音色にのって～ 有限会社小田製陶所

- 📏 陶器
- 📏 19×21×21
- 📏 200g〜2.5kg

企画意図

昔、陶器スピーカーを自作で作る為、陶管をご購入されたお客様が「陶管のスピーカーは音質も良く最高だよ」と話されていた事を思い出し、今、手軽に携帯電話で音楽鑑賞を楽しむ方へ陶器を使ったスピーカーをご提案できないかと考えました。そこで、弊社の技術(陶管製造と蒸しおかま製造)で陶器と音楽、一見交わることのない性質の物を融合させ、製造したのが「陶音紀行」です。

デザイン・システム展開のポイント

見た感じ「これは何か?」と思わせるようなスタイルで、使用する場所や音楽に合わせて、お好みの商品を選ぶ楽しみがあります。陶器の柔らかな音質を楽しめる商品としてデザインし、生活の中で手軽に音楽を楽しめるようにしたのがデザインのポイントになります。

審査員のコメント

- ◎もう少し、インテリアにもなるデザイン性が必要。
- ◎造形に気を使いましょう。インテリアを考えて下さい。
- ◎意外に音が良かった。
- ◎陶器の残響効果について伝えるものが足りない。
- ◎このアイデア、他でもたくさんあって、決め手に欠ける。
- ◎特に新規性はないが…。



Disaster prevention 01

スタンド型 自動消火装置 「ストリウム」 日本ファイヤープロテクト株式会社

- M SU 他
- S 150×18×12
- W 3.5kg

企画意図

FIRE DOUSERストリウムは、自動で感知します。熱を速やかに感知して消火器具の先端より薬剤が霧状に照射して消火します。従来型の消火器は、火元の近くで噴射しないと効果が薄く、突然の火災で慌ててしまい(特に子供や高齢者、女性等)、簡単に操作できない場合があります。キッチンの火災は「長電話・訪問者・TV視聴時等に鍋の火をかけたまま忘れてしまい…」というのが主で、特に天ぷら・揚げ物時に発生します。また、慌てて水などを使用したら更に火力が上がり、大きな火になってしまいます。そんな時、「ストリウム」は自動感知して消火作業(スプリンクラーの様に)、また火元を小さくしてくれますので安心して次の対応(ガス栓等の遮断)に移れます。初期消火の重要性意識した安心・安全を求めた製品です。

デザイン・システム展開のポイント

外見はスマートでインテリアにもなり、優れた機能性とデザイン性の双方を備えている。キッチンに置いても違和感のない消火用具。

審査員のコメント

- ◎これから必要になる機器と思う。
- ◎キッチンに置くには大きく、武骨すぎますね。
- ◎デザインが良くなれば、可能性大。
- ◎使用シーンはよくわかるが、もう少しスリムなものにならないかと思う。
- ◎需要はあると思うが、高さ調整は可能なのかどうか?
- ◎使い勝手と市場性の確認が大手。



Education 01

ししゅうのえほん 塚野刺繍株式会社

- M フェルト、布
- S 0.2×1.6×3.25
- W 34.5g

企画意図

made in japanの繊細な技術を«ししゅうのえほん»で刺繍の魅力をたくさんの人達に知ってほしいと思いました。«ししゅうのえほん»とは、刺繍の立体感を指先で撫でながら(触感、触覚)優しいタッチや温もりを感じて、たくさんのストーリーを想像して楽しんでほしいと、夢をいっぱいふくらませてほしいという気持ちを込めました。

デザイン・システム展開のポイント

布でできた、柔らかくて軽い絵本。折り曲げたり、丸めたりして持ち運びにも便利です。パッケージデザインにもこだわり、ギフト向けに仕上げました。もちろん絵本としてだけでなく、お部屋のインテリアとしても使えます。

審査員のコメント

- ◎ししゅうが素晴らしい。デザインも良い。値段が気になります。
- ◎絵本以外の展開に期待します。横長以外の形も挑戦して下さい。
- ◎技術力は高いと感じます。
- ◎工芸として美しい。
- ◎これは素晴らしい! もしこれがそのままブックカバーになるうれしいかも。
- ◎可能性は高い。がんばって下さい。



Kitchen tool 04

JS15M 3F シンク シゲル工業株式会社

- M ステンレス材
- S 41×(間口)×76×(深さ) 19.5
- W 9.5kg

企画意図

キッチンリビングに取り込んだアイランド型のキッチンが普及し、「見せるキッチン」への志向から、高いデザイン性が求められている中、『JS15M 3F シンク』は、コーナーRを15として、シャープなイメージを際立たせた製品でシンク上部(あるいは内部)にサポートプレート等のアクセサリーを設置できる従来になかった画期的な機能を備えたシンクです。

デザイン・システム展開のポイント

- ・コーナーR15のシャープで、スタイリッシュなデザインで、排水部分も一体型として、角型の排水形状とすることで、シャープなイメージを際立たせている。
- ・シンク上部(あるいは内部)にまな板、水切りカゴなどを置くことを可能にし、シンク全面を調理台としても使える機能的なシンク。
- ・アクセサリーは、水切りプレート・まな板・水切りカゴ・サポートプレートでキッチンの使い方に応じて選択が可能。

審査員のコメント

- ◎(従来のシステムキッチンはいまイチだったので)デザインが良い。全体の値段も知りたい。
- ◎技術力は評価したい。今後の展開をどうするか?
- ◎可能性を感じます。
- ◎深さの機能価値はどこにあるのか伝わりにくい。赤ちゃんの沐浴にも使用できるとか考慮してどうか。
- ◎シンクは、フライパンがタテに入る広さじゃないとアピールできない。
- ◎深絞りの技術は買いますが、全体の魅力が感じられない。



Kitchen tool 05

Miyacoffee シングルドリップ 株式会社宮崎製作所

- M 本体・蓋:18-8 ステンレスハンドル・ツマミ:天然木
- S 9.7×15.3×15.1
- W 180g

企画意図

今日、市場には一杯分のコーヒーを抽出するドリップバッグが多く販売されているにも関わらず、一杯分に特化したドリップポットがないことに着目し商品を開発しました。コーヒーを淹れる道具は、“大は小をかねない”と言われています。一杯分にちょうどよいサイズで、ご家庭でより美味しいコーヒーを淹れる道具を創りました。

デザイン・システム展開のポイント

コーヒーを淹れる際の適温は、85～90℃とされています。沸騰したお湯(100℃)をシングルドリップに入れるとちょうどその温度になり、温度計を使わずに温度調節することが出来ます。電気ポットやウォーターサーバーからもお湯を入れやすいようにハンドルを注ぎ口に対して90度の位置に付け、蓋をおさえやすいようにつまみを大きめに設計しました。ハンドルとツマミを天然木にすることで、和テイストで落ち着いたデザインを意識しました。

審査員のコメント

- ◎適温になることで、コーヒーを美味に入られることも強調できないか。
- ◎急須式がよいのか検討して欲しい。
- ◎見た目に分かりやすく、コーヒーを入れたいくなる楽しさがある。
- ◎適温性が差別化ポイントであることが感じられない。
- ◎金属部の造形は良いが、木部デザインが安っぽい。残念。
- ◎使い勝手にやや難ありかな…



Kitchen tool 06

包丁 MUKU

新潟精密鑄造株式会社

- 🔪 刃:15Cr ステンレス鋼 ハンドル:ステンレス、鋳物 ハンドル:強化木
- 📏 5×1.8×30
- 🏠 210g

企画意図

燕三条の地域の技と知恵を連携させた若手企業家集団「ts_LABO」から生まれた「包丁」シリーズの「無垢」。自社ブランドの「JIZODO」が携わったのは柄の部分です。燕三条のものづくりの一つとして、当社の精密鑄造素材をパーツとして使った包丁を企画製造しました。「ts_LABO」とは燕三条地場産センサーが主体となり、新潟県内の生産工場やデザイナーを使っ

デザイン・システム展開のポイント

刃先から柄の端部にかけての滑らかなフォルム。ステンレスの冷たさを木への切り替えしで温もりを感じられる仕上がりになっています。主役はハンドルですが、握りやすさと使いやすさを考えてのグリップデザインとなっています。また、テールにシルパーで良いアクセントとしています。刃両面には「地藏堂」と「ts_LABO」のロゴが入っています。

審査員のコメント

- ◎刃が長く、柄と一体化しているので、清潔につかえる。デザインも良い。
- ◎各社の連携は期待できる。取手のデザインを再考して欲しい。
- ◎モノとしてのクオリティは高い。
- ◎造形的に美術品としての価値も感じられる重厚感のある商品。
- ◎何がベストなのかが見えてこない。モノの良さが伝わっていない。
- ◎美しい。信頼感がもてる。



Kitchen tool 07

すくいやすく返しやすいターナー

一菱金属株式会社

- 🔪 18-8ステンレス
- 📏 9.5×7.2×27.5
- 🏠 65g

企画意図

業務用返しヘラは「返す」「炒める」「押し付ける」「押し切る」を一本で行えます。しかし、鉄板での使用を想定しているため両角が鋭利でサイズも大きく、一般家庭で用いられるテフロン加工のフライパンでの使用には不向きです。そこで、業務用返しヘラの機能を抽出して、家庭用として再構築しました。どんな料理にも対応できて気軽に使える万能ターナーを目指し、フレンチシェフと共に使用感を確認しながら開発を進めました。

デザイン・システム展開のポイント

【すくいやすい】 ストレートな先端と両角の丸みによって、スムーズに差し込めます。返し部3辺を薄くしたことで、3方向からすくうことができます。

【返しやすい】 ハンドルは短く、返し部は小さめの長方形にして取り回しの良いサイズ感に抑え、返しやすくすることができました。

【強度と軽さを両立】

根元を深くプレスし板厚に頼らず強度を確保。食材を押し付けやすく、押し切ることもできます。

審査員のコメント

- ◎使いやすそう。
- ◎造形をもう少し考えて欲しい。
- ◎発想が素晴らしい。
- ◎コモディティ領域での差別化ポイントのアピール度が弱いと思います。
- ◎いい商品。でも、金属のターナーは、コーティングされたフライパン、ホットプレートには嫌われる。
- ◎使いやすい。価格も手頃。



Kitchen tool 08

MI-007 セラミック

ステンレス コーヒーミル【黒染】

株式会社川崎合成樹脂

- 🔪 セラミック磁器、ポリプロピレン、SUS-304(酸化被膜)、シリコン他
- 📏 13.5×12.5×4.5
- 🏠 220g

企画意図

毎日の生活に欠かせないコーヒーですが、焙煎技術の向上等により自分の嗜好に合った豆を飲みたい時、必要な分量だけを挽き、出来立て風味を楽しむ人が増えています。本体はSUS-304で、その表面に生成する酸化被膜は安定して膜を形成し、腐食に強く、アウトドアでの使用に最適です。また、新聞、ニュース等でも報道のとおり、コーヒーは心臓病、血管病等に効果ありと具体的な数値で諸機関より発表があり、生活に密着した健康長寿に役立つ道具の開発を目指しました。

デザイン・システム展開のポイント

エンジン部のグライNDERにセラミック磁器を使用する事により金属臭が無くなり、上刃と回転刃の角度及び意図した隙間を一定に保持する事で粒度が安定し雑味の原因となる微粉を抑制する事を掲げ差別化を図りました。粒度調整機能付で細⇄粗が容易にでき各種抽出方法に対応可能な手動式です。

審査員のコメント

- ◎手で豆をひくと熱が出ないので美味しくなる等の説明も必要では？
- ◎他社のセラミックミルと差別化どうする？
- ◎従来品との違いが際立っていないと感じる。
- ◎摩擦熱の発生がどうなのか気になる、味に一番影響すると思うのだが…
- ◎いい感じに仕上がりました。ハンドルがスタイリッシュならもっといいのに。
- ◎一人の朝の楽しみの時間をつくってくれる。



Kitchen tool 09

MI-008 セラミック

ウッド コーヒーミル【樺】

株式会社川崎合成樹脂

- 🔪 セラミック磁器、天然木、ステンレス、ポリプロピレン、POM樹脂他
- 📏 14×13×5.5
- 🏠 220g

企画意図

毎日の生活に欠かせないコーヒーですが、焙煎技術の向上等により自分の嗜好に合った豆を飲みたい時、必要な分量だけを挽き、出来立て風味を楽しむ人が増えています。ボディは二つとして同じ表情のない天然木(樺)を使用し使い込むほど手に馴染みます。また、新聞、ニュース等でも報道のとおり、コーヒーは心臓病、血管病、呼吸器病等に効果ありと具体的な数値で諸機関より発表があり、生活に密着した健康長寿に役立つ道具の開発を目指しました。

デザイン・システム展開のポイント

エンジン部のグライNDERにセラミック磁器を使用する事により金属臭が無くなり、上刃と回転刃の角度及び意図した隙間を一定に保持する事で粒度が安定し雑味の原因となる微粉を抑制する事を掲げ差別化を図りました。粒度調整機能付で細⇄粗が容易にでき、各種抽出方法に対応可能な手動式です。

審査員のコメント

- ◎手で豆をひくと熱が出ないので美味しくなる等の説明も必要では？
- ◎他社のセラミックミルと差別化どうする？
- ◎従来品との違いが際立っていないと感じる。
- ◎摩擦熱の発生がどうなのか気になる、味に一番影響すると思うのだが…
- ◎樺のボディが経年変化でどう変色するのかのプレゼン!!
- ◎一人の朝の楽しみの時間をつくってくれる。



Kitchen tool 10

にぎれる君

有限会社ゴトウ熔接

- M ステンレス
- S 17.2×8×2.2
- W 150g

企画意図

日本人の食卓に手巻き寿司というものはありますが、握り寿司はほとんどお店から買って来た物です。そこで、食卓で親は子供に、祖父母は孫にお寿司を握って一緒に食べる事によって、家族の楽しい食事の時間が増え、また、家族のコミュニケーションが育まれると考えました。ですが、お寿司を握るのは一般の方だとなかなか難しいものです。そこで、簡単に、清潔に、そして職人さんの握り寿司と近いお寿司を握れる道具があれば良いなという観点から、今回の企画を提案させていただきます。

デザイン・システム展開のポイント

燕三条の強みとしての金属加工で、ステンレス材料で商品を作ったのが一つのポイントです。また、使い方が簡単で、サイズも子供でも使用できるサイズとなっていますので、年齢層は幅広く、安心して使用する事ができます。

審査員のコメント

- ◎もっと簡単な形状にならないでしょうか？
- ◎アイデア段階なので今後に期待。
- ◎価格とのバランスが難しい。
- ◎残念ですが、おいしいものができるとは感じられない。米粒をつぶしてしまいそうです。
- ◎可能性大。すべては、ごはんと接面するコーティング!!
- ◎和の食文化をどう考えているのか、よくわからない企画。



Kitchen tool 11

- ・わっふるサラダピーラー
 - ・ふわふわキャベツピーラー
- アーネスト株式会社

- M ABS樹脂、ステンレス鋼、ステンレス刃物鋼メタクリル樹脂
- S 本体…3×24×3.5 安全カバー…7.5×3.5×1
- W 各70g

企画意図

- わっふるサラダピーラー
青臭さが苦手な健康に良いと知りながら生野菜などが苦手な方が多いのに着目。当製品は、野菜を細かい網目状にカットすることで、ドレッシングが絡みやすく、サクサクとした食感を生み出すことができます。
- ふわふわキャベツピーラー
キャベツの断面に刃を当てて、手前から奥に押すだけで、誰でも簡単にふわふわのキャベツの千切りを作ることができます。

デザイン・システム展開のポイント

- ・奥から手前に引くT字型ピーラーは、刃が使用者に向くため怪我につながら場合があります。当製品は、手前から奥に押し使用するので安心して使用することができます。
- ・ハンドル形状は親指がフィットするデザインで安定した力加減と刃角度を維持しながらスライスできます。
- ・刃の取付方向を反対にすることで左利きの方でもご使用できます。
- ・ワンタッチで付け外しができる安全カバー付です。

審査員のコメント

- ◎下ごしらえが楽しくなる。もう少し安い方がよい。
- ◎面白い発想です。
- ◎特に網目のものが良い。
- ◎チーズスライサーとしても使用できたら、なお良いと思います。
- ◎これは売れます。SNSを使って発信をどんどんしましょう。
- ◎ここまでサービスしなくてはならないという考え方が良くわからないが…



Kitchen tool 12

- 早溶けスプレッドナイフ
- アーネスト株式会社

- M アルミニウム(アルマイト加工)
- S 16.5×2.5×2.5
- W 重量：18g

企画意図

体温が製品先端に伝わりやすいアルミニウム製のナイフ。健康に良いと話題のココナッツオイルや毎日の食事でするバターなど冷えた状態だと固く使いづらく感じます。当製品は、ナイフ先端に体温を伝えて溶かすことで、上記食材を簡単にすくったり、削ったりできます。

デザイン・システム展開のポイント

- ・ステンレスの約15倍の熱伝導率をもつアルミニウムを使用。
- ・持ちやすく、手の熱をしっかりと伝えるために柄を肉厚にした(柄:板厚4mm)。
- ・刃はギザ形状で、抵抗が少なく削る事が出来ます。
- ・先端は食材をすくい、パンなどに移しやすい形状。
- ・すくった食材をそのままパンなどに塗りやすい形状。
- ・傷に強く、お手入れしやすいアルマイト加工。

審査員のコメント

- ◎アイスクリームスプーンのように、パッケージが大切になると思います。
- ◎ココナッツオイルを冷蔵庫に入れる人数はどれ程？
- ◎従前品と比べて、際立つ個性に欠ける。
- ◎見た目で、機能が感じられない。
- ◎アイスクリームスプーンのバター版ですね。需要面でいまいちな？
- ◎提案としては、評価するが…



Kitchen tool 13

- 「家事問屋」下拵えの道具
- 下村企販株式会社

- M ステンレススチール、シリコンゴム
- S 小分け調味ボール6:5.6×2.4小分け調味ボール7:7.2×3小分け調味ボール8:8.8×3.6シリコンスパチュラ15:15×3.1×0.6シリコンスパチュラ20:20×2.7×0.6シリコンスパチュラ24:24×5.5×0.7マッシャー:7×1
- W 50~100g

企画意図

「家事問屋」は、新潟の産地問屋が、地域に根付く技術と素材を用い、日本人の暮らしや所作を考えた、実用的で必然的な暮らしの道具です。素材を、現場を、技術を熟知した産地問屋だから「分かる」ものづくり。金物産地・新潟で、使い手の暮らしに沿い、声に耳を傾け、素材を選び、技術を活かすことで、使うほどに愛着の増す家事道具は生まれます。使いやすさだけでなく、洗いやすさや収納性、こわれにくく、永く使えることを考えました。

デザイン・システム展開のポイント

- ・小分け調味ボール:調理前に薬味や調味料等を小分けする道具。段取り良く調理出来ます。口付きで注ぎやすくフチが無いので洗やすい。
- ・シリコンスパチュラ:調味料の混ぜ合わせや食材を和えるための道具。ボールに沿う形状で残さず綺麗にすくえます。取り外して洗えます。
- ・マッシャー:ゆでたジャガイモを潰したり、肉の厚みを整えたりする為の道具。握りやすく、力の入れやすい形。

審査員のコメント

- ◎考え方は良いのですが、道具の種類が細かすぎるので、もう少し簡単にした方が一般的になるのでは。
- ◎ブランド形成するには弱い気がする。
- ◎「核」になる新しさが欲しい。
- ◎何故、皆、小さめのバージョンなのかがよくわからない。
- ◎惜しい。全体を通したデザイン的な統一感があれば!!
- ◎システム化を考えているのだろうが、全体にまだ整理不足の感あり。



Kitchen tool 14

炒めやすく煮込みやすい 鋳物フライパン

株式会社三条特殊鋳造所

🔪 FCD鋳鉄

📏 20cm:9.1×33.6×20.8 26cm:9.7×39.6×26.8

📏 20cm…0.8Kg 26cm…1.1Kg

企画意図

一般的な鉄鋳物フライパンは肉厚で重量があるため扱いにくく、家庭で気軽に使える道具とは言い難いものでした。FCD鋳鉄による薄肉成型技術を生かし、優れた熱伝導や保温性、鋳肌の風合いなど鉄鋳物の長を備えつつ、軽量でさばきの良いフライパンを開発しました。鉄鋳物を気軽に体感して頂けるよう、量産可能な製造方法で求めやすい価格を実現しました。炒め物にも煮込み料理にも対応できる、飽きの来ない商品を目指しました。

デザイン・システム展開のポイント

【炒めやすい】軽量で振りやすく、鋳肌の凹凸が焦げ付きを防ぐ他、余分な油を吸収してくれます。

【煮込みやすい】優れた熱伝導と保温性でムラなく火が通り、一般的なフライパンより深めで容量も十分です。

【オープン調理】庫内に収まる長さのハンドルは握りやすい中空形状で、耐熱シリコンキャップ付きです。

【鋳物ならではの一体形状】

リベット等を用いないため耐久性が高く、手入れも簡単です。

審査員のコメント

◎大きくなると、やはり、まだ重い。

◎期待する程の軽さを感じられない。

◎確かに「軽い！」

◎把手の端の素材がとれないか不安になるが、鋳物ブームもあるので、市場性はある。

◎これでは、ルクルーゼには勝てない。デザイン、頑張れ!!

◎可能性は高いが…



Help & Health 01

フレイル予防を考慮した これからの高齢者に向けた藤家具 長岡藤家具研究会

企画意図

【フレイル予防】

高齢者が要介護状態になるまでに、予防意識をもって活動することでその進行を遅らせることができることがわかっています。一方で筋力などが衰えたロコモ段階に入ると家事全般が面倒になり、結果的に洋服や家が汚いから呼べない・会いたくないなどの悪循環を招く傾向があります。これからますます重要になってくるフレイル予防の取り組みを、医学だけではなく、身近な生活用品である家具を通じて模索した提案となっています。

デザイン・システム展開のポイント

生活(家事)における一連の動作に使われる道具は、それぞれの機能別に分かれています。その動作の途中、高齢者は「腰をかける」「身体を支える」など特有の行動があり、これまでは、機能に応じた道具別で開発していた考え方でしたが、高齢者の生活(家事)における特有の動作を含めた一連の動きを考慮して開発しています。

審査員のコメント

◎安定感がないので、使用に心配あり。

◎企画は理解できるが、造形と合わない。

◎少し重く感じます。

◎基本的にフラットな床面を前提にしているところに、企画の無理があるのではないかと。

◎ユニバーサルではない。身長高い人には低すぎる。

◎高齢者に使わせる、むしろしさをどうするか？



Help & Health 02

桐らくね 桐優 kiyuu 桐建材株式会社

🔪 桐材

📏 24×200×95

📏 13.5kg

企画意図

「桐らくね」は桐のやさしさをお客様に知ってほしいという思いから生まれた桐ベッドです。桐の軽い特徴を生かした設計で、ベッドの折りたたみや移動、収納がワンタッチで行えます。お掃除や布団干しも楽にできます。高すぎない高さで寝起きがしやすいと年配の方に好評頂いています。「部屋を広く使える布団文化」と「寝起きがしやすいベッド文化」の双方の良さを取り入れた新タイプのベッドです。

デザイン・システム展開のポイント

今までの「桐らくね」は、主に「折りたたみベッド」「すのこベッド」として販売してきましたが、超軽量で、静止耐荷重検査200kgに合格している点、引っ越し時にも持ち運びが簡単な点から、据え置き型ベッドをお探しのお客様にもアピールできる商品になると考えました。そこで、上質なヘッドボードを取り付け、「桐らくね 桐優 kiyuu」が生まれました。折りたたみベッドとしても据え置き型ベッドとしても使える商品になっています。

審査員のコメント

◎高さの種類を作り、オーダーできるようにするのが良いのでは？

◎桐のもつ抗菌性を打ち出した方が理解できるのでは？キャスト小さい。

◎デザインがもう少し優れれば…

◎素材の良さだけに頼り過ぎ。規格・仕様に工夫がない。

◎折りたたみ、スタッキング、もうひとつ機能があると、アピールするはず。

◎手すりの形が不安。(寝ている時のケガ)



Help & Health 03

台車一体型ハンドリフター Y・I play

🔪 ステンレス鋼、樹脂

📏 18×17×35(実物54×51×105)

📏 3.4kg(実物10.2kg)

企画意図

工場・家庭においては物品の移動作業が不可欠であり、従来は物品を台車に載せ移動作業をおこなっています。本考案は、物品を安全かつ容易に上げ下ろし及び移動させる事を目的とした移動台車一体型ハンドリフターを提供する事にあります。

デザイン・システム展開のポイント

テコの原理により、わずかな力で物品の持ち上げが可能であり又本体に移動台車を有する事により、持ち手操作のみで物品の上げ下ろし及び台車による移動までを可能とする事を特徴とします。

審査員のコメント

◎どこで使われるかが不明。

◎スケールモデルなので、評価が難しい。

◎テコが長すぎてしまうのでは？

◎作用点が高すぎるのではないのでしょうか。

◎スタイリングが好きです。でも、パレットは必要になるんですよね？

◎可能性は高いが実用性はどうか、検討が必要。



Table ware 02

和風トンブ

幸工 (KOKO)

- M 楠竹
- S 34×5×4
- W 50g

企画意図

使う人の気持ちになり、使いやすさを追求し、安全・安心・環境に優しい、箸箸とトンブの良い所を兼ね備えた、和風にも洋風にも合う箸箸トンブを提案。

- ①全て竹製作、竹の清涼感が伝わる自然に優しいカトラリー。
- ②お子様からお年寄り、そして箸文化のない外国の人達も楽しく使えるユニバーサル製品。
- ③利き手でなくても、十分使える。
- ④オードブル・盛り合わせ・寿司、使い勝手の良い箸箸トンブの提案。

デザイン・システム展開のポイント

二本一体の箸箸トンブは、磁石により常に二本一体となっており、物を挟む時はデコの原理で小さな力で済み、戻す時は磁石の力で素早く元に戻ります。専用のトンブ置きで、置く場所を選ばないシンプルデザイン。

審査員のコメント

- ◎人にやさしい、使いやすいデザインにして、完成度を高めて欲しい。
- ◎パネ感は気持ちよいが、価格を下げる工夫が必要。
- ◎箸としては正直使いにくい。
- ◎ユニバーサルデザインとしては発想が原始的ではないか。
- ◎アイデアはいいが、いまいち使用感に不安あり。
- ◎高齢者など使い勝手にとまどう人も多いが…。



Table ware 03

雪夜天目釉・酒器

羊工房

- M 陶器
- S ー
- W 60～400g

企画意図

昨年、青色の銀河天目を出品しました。その後、黒色の銀河を作る事に努力しましたが、なかなかうまくいきませんでした。そして偶然出来たのが、今回の色です。大橋洋食器様の若手の方がこれを見て、新潟の冬をイメージしてつけてくれたのが「雪夜天目」という名です。種々な雪の降り方の様子をよく表現した作品に仕上がりました。

デザイン・システム展開のポイント

昨年、様々なアドバイスを受けながら、形と色を作り、配売してきました。今回はそれらをベースとして、この色は酒器に合うのではと思い、製作しました。

審査員のコメント

- ◎色合いがステキ。お酒がおいしくなりそう。
- ◎酒を入れた姿を見たい。
- ◎美しいとは思いますが。
- ◎食事が華やぐ商品だと思えます。
- ◎安価なのがいい。
- ◎美しいです。



Table ware 04

KUMU PLATE

有限会社阿部仏壇製作所

- M 木材:ウォルナット、チェリー
- S 2.8×35×22
- W 和800g 洋1,100g

企画意図

「KUMUプレート」は異なる素材や伝統工芸技術を組み合わせ、使い手に身近に体感してもらうことをテーマに開発されました。ベースとなる木のプレートに設計した窪みに、ガラス・天然石・陶器・木工品といった全国の工芸品をはめ込むことができます。仕様としました。「KUMUプレート」というプラットフォーム上で、異なる素材や工芸技術同士が出会い、結びつく場としての意味を持たせた商品展開を行ってまいります。

デザイン・システム展開のポイント

和と洋の2種類のプレートを開発し、季節や料理によって利用できるシーンに幅を持たせるよう工夫しました。また、プレート の窪みにはめる素材にバリエーションを持たせ、組み合わせる 愉しみを感じられるデザインとしています。そのことで、使い手が多くの素材に触れることを意図しており、商品を通じ日本各地の工芸品の魅力を再発見、発信して行けるプラットフォーム作りを目指します。

審査員のコメント

- ◎プレート本体は重い、色々、多方面に活用できそう。
- ◎今後に期待。
- ◎造形美を感じます。
- ◎前作の作品からの進化が感じられました。
- ◎このスタイルに可能性あり。料理店用か？
- ◎和の食文化との適合性がやはり大事。



Table ware 05

「燦銅 kando」銅合金の

酒燦器セット

有限会社渡辺合金鋳造所

- M 銅合金(アルミニウム青銅)
- S 12×7.4×7.4
- W 1,086g

企画意図

宵のお酒を楽しむための酒燦器、チロリ、お猪口、キャンドルホルダーのセットです。銅合金の特性である熱伝導の良さを活かし、キャンドルで保温できるモダンな酒燦器をデザインしました。仕上げには着色などを用いず、ブラストとクロカワの二種類で銅合金に表情を与えています。また経年による色の変化が渋みと愛着を生みます。キャンドルの灯を眺めながら大切な人とお酒を楽しむためのプロダクトです。

デザイン・システム展開のポイント

日本酒の瓶のシェイプと円をデザインの基調とし、酒燦器のキャンドルスペースは電を意識しました。製品に揺らぎの表情を与えるために開口部は不定形にしています。お酒を入れるチロリは加熱部から少し離しつつ、熱の対流・注ぐ時の器表面のお湯が切れるよう考慮した形状としています。

審査員のコメント

- ◎見た目はとてもステキですが、重さが気になりました。値段も高すぎる。
- ◎チロリとしては重く、バランスを考えましょう。
- ◎面白いが、価格が…
- ◎新潟ならではの食文化に最適な商品。
- ◎意外に重いチロリでした。家庭向きではない。
- ◎なんで、ここまでして、酒をたのしむのかの説明がほしい。



Table ware 06

酒器

株式会社富貴堂

- 使用素材:銅 表面:錫加工(焼き付け加工)
- ※サイズは本体部分のみ(注ぎ口・持ち手・蓋の高さ部分など含まず)5.5×11(胴張)
- W 250g

企画意図

過去のIDSコンペで「銅ポット」を出品し、審査員方より頂いたコメントが心に残りました。活かせるポイントを引き続き、口先から注ぎ出る仕草が綺麗に感じていただける様な酒器を製作しました。弊社製品の作り方の特徴を活かし製作しています。

デザイン・システム展開のポイント

弊社製品の注ぎ口の作り方を活かし、細口に仕上げた形状で「口先から注ぎ出る仕草」「止まる仕草」がとても綺麗です。特に静かに止まる仕草はとても綺麗で、落ち着きを感じていただける程の安定した止まり方です。

審査員のコメント

- ◎デザイン、使い勝手は良いと思います。
- ◎造形の魅力をもう少し出して欲しい。
- ◎面白いが、価格が…
- ◎酒が注ぎ口から注いだ後に切れる仕様が素晴らしい。飲んでいて凛とした気持ちになる。
- ◎これはいい造形です。使ってみたい。世界観を作りましょう。
- ◎かなり趣味性の高い世界。



Table ware 07

①とろける！バターナイフ ②削りやすい！バターケース アーネスト株式会社

- ①ステンレス鋼 ②メタクリル樹脂
- S ①16.5×2.5×2.5 ②15×10×5
- W ①35g ②105g

企画意図

- ①とろける！バターナイフ
 - ・冷蔵庫から取り出したばかりのバターはトーストの上で溶けにくい。
 - ・刃に「おろし」を設けることで、溶けやすい線状にバターを削り取ることができる。
- ②削りやすい！バターケース
 - ・バターケースは深いと側面が邪魔になり、切りづらい。
 - ・本体を浅型にすることで、バターナイフで削ったり、切ったりしやすいバターケース。
 - ・上記「とろける！バターナイフ」にも最適。

デザイン・システム展開のポイント

- ①とろける！バターナイフ
 - ・食卓になじむシンプルな形状
 - ・ケースに入ったバターも削りやすい、傾斜のついたハンドル。
 - ・穴の位置を前列と後列でずらすことで、効率よく削れる。
- ②削りやすい！バターケース
 - ・ナイフを製品内に収納する際、一目で置き場所がわかるガイドラインつき。
 - ・トレーに仕切りが付いており、バターとナイフがあたらないので清潔に使える。
 - ・200gのバターにちょうど良いサイズ。

審査員のコメント

- ◎バターケースが安っぽい感じがして残念。
- ◎発想が面白い。類似はないのでしょうか？
- ◎美味しそうなイメージが湧く。
- ◎筋状にする用途を明確にしてほしい。
- ◎バターではなく、チーズ用に使ってみたいです。



Table ware 08

ステンレス製黒染めおちょこ【玄】 株式会社テーエム

- SUS304
- S 3.5×5×5
- W 45g

企画意図

晩酌と日本酒をこよなく愛する皆さまへ。
大好きなご家族と、またお一人でまったりと、いつも楽しみにされている大切な時間だからこそ、より味わい深く、より風情に浸って頂きたい……。そんな想いから『いつもの晩酌をちょっと贅沢に』をテーマに、いつもよりちょっと上質なひとときを演出できるおちょこ作りを目指しました。

デザイン・システム展開のポイント

お酒の香りと風味を引き立てると言われる飲み口部分の薄いステンレス製おちょこに、黒染め処理を施すことで金属の重厚感を残しつつ風合いのある仕上がりを表現しました。また、抗菌効果のあるクリアーコーティングで黒染め全体を覆い、汚れ・指紋・傷を防ぐ、清潔感のあるおちょこを作りました。

審査員のコメント

- ◎使ってみたいし、贈り物にも良い。価格を少し安くした方が良い。
- ◎美しいのですが、価格を下げたい。ライバルは切りになりますね。
- ◎価格バランスが…
- ◎この価格の価値感を共有できる顧客層は狭いと思います。
- ◎これ、芸術的な美しさですね。文句なしです。
- ◎趣味性の高い世界への挑戦か。



Table ware 09

Homage & mitate(オマージュ&ミタテ) 株式会社フレイム 新潟漆器株式会社

- 木製(漆塗り)
- S —

企画意図

江戸後期から明治の激動期に生きた漆芸家「柴田是真」が得意としていた変塗。その彼が当時の作品に残していた、まるで金属のような質感の塗り技法。それを、今も変わり塗りの技法を絶えず継承してきた弊社が約200年の時を超えて蘇らせました。ずっしりと重そうな質感の漆塗りを手に持つと驚きの軽さ。homageというブランド名で復刻したその塗りの技法の名は「臙銀塗り(おぼろぎんぬり)」。その質感の魅力はもちろん、見る人の感覚を弄ぶ遊び心のあるプロダクトです。さらに、その臙銀塗りと弊社で今でも継承されている竹塗り。その二つの技法をミックスしたニュープロダクト「mitate(みたて)」。- 変わり塗りを現代の生活に合わせて生み出した他にはないプロダクトです。

デザイン・システム展開のポイント

まるで金属のような質感を持つ、新しい塗り技法。その技法は200年の時を超えて蘇った弊社オリジナルの技法。Homage(オマージュ)臙銀塗り
さらに、その技法と弊社伝統の「竹塗り」を合わせた新ブランド。Mitate(ミタテ)
変わり塗りの弊社が満を持して送り出す、漆器の概念を覆す現代の漆器のニュースタンダードです。

審査員のコメント

- ◎説明をして販売することが大切。
- ◎復刻する姿勢は素晴らしい。今後、この表面処理をどのように展開するかが難しい。
- ◎技術力を感じますが…
- ◎非常にユニークで希少な価値を感じます。
- ◎古き良き伝統をもっと上手にアピールした方がいい。



Fashion 03

「クリスタル(結晶)の世界」
ペンダントトップ&ネックレス
(ジュエリー)
COLON (コロン)

📌 Apophyllite crystal, WhiteTopaz, Silver925、革紐
📏 5×15×3
📊 約40g~50g(合計)

企画意図

現在、ミネラルストーンの人気が高まっていますが、中でもクリスタル(結晶石)の魅力を引き出したトップとそれに合うネックレスを作りました。「白と黒」をテーマに、ドレシーにもカジュアルにも数通りに表情を変えて身に着けることができるよう、ネックレス部分の組み合わせを考えています。オプションのチェーンにより長さを足すこともできます。

デザイン・システム展開のポイント

ユニークなクリスタル(結晶・原石)の形を生かして、クールに、ユニセクシャルなイメージで着けられるように心掛けました。異なったタイプのネックレスを接続し、楽しんでいただけます。チェーン部と留め金部分もデザインの一部になるよう、トップとのバランスや組み合わせを考えました。

審査員のコメント

◎アジャスター使いが良い。
◎この考えは有るかも知れせん。
◎このアクセサリーに合ったファッションが見えにくい気がします。
◎使い方が難しそうで、それを意識させないデザインが望まれる。
◎2wayのアイデアはいいと思います!
◎趣味の世界。評価は非常にむずかしい。



Fashion 04

SAY-OH
竹製テンプルのメガネフレーム
有限会社 E & E

📌 竹、アセテート
📏 5×15×3
📊 約20g

企画意図

見た目にも、肌に触れても温もりを感じられるメガネづくりと考へ、ハンドクラフトによる竹製パーツを取り入れたメガネフレームを制作いたしました。

デザイン・システム展開のポイント

竹を何枚も貼り合わせ、その断面を縞状に見せたテンプル(柄)は個々によって少しずつ表情が違います。人間一人一人の顔が違うように、同じ物は2つ無い自然が作り出したデザインです。

審査員のコメント

◎パーツと本体に一体感がないのが残念。
◎テンプル部以下はないのでしょうか? 抗菌を打ち出した方が良いかも。
◎かける部分まで竹だと良いのですが。
◎かなりの上級おしゃれさんにしか響かない企画だと思いが、良いデザインだと思いが。
◎軽くていい。竹が経年変化した状態を見てみたい!!
◎好き嫌いの世界。評価は非常にむずかしい。



Fashion 05

絹紗 -ROSHA-
株式会社横正機業場

📌 絹100%
📏 200×60×0.2(種類による)
📊 45g(種類による)

企画意図

五泉市は300年続く和装の絹織物産地ですが、着物離れ、絹離れ、主産品である夏の着物が浴衣になり、「絹」と「紗」という夏の着物の生産は激減しています。その状況を打破するため「敏感な首元に巻くストールこそ絹の良さを伝え、五泉絹織物をPRするのに最適」と今までにないストールのための「絹」と「紗」の素材を新しく開発し、自社ブランド「絹紗」を立ち上げました。

デザイン・システム展開のポイント

着物では絹や紗を使った染め物を格式の高い場で多く用います。「絹紗」の素材は、当社が開発したオリジナルの絹と紗の絹100%の白生地。その上質な布に、日本全国の優れた染職人の染による日本の技術を結集したストールです。

審査員のコメント

◎素材としてはとても良い。今のファッションに合う色・デザインを加えて欲しい。
◎この良さは海外で評価されるでしょう。ミラノのファッションに紹介したら良いと思います。
◎可能性を感じます。
◎透け感のトレンドは、まだまだ続きそうですから、コラボ先次第でブレイクするのではないかと。
◎コラボのアピールをもっと強く!! 黒染めは京都では?
◎努力は買います。あとはデザイン力かな。



Fashion 06

折り畳み鞆
STUDIO 4CS

📌 本革(馬)他
📏 10×10×2~25×20×1
📊 200g

企画意図

仕事、趣味、社交とメインバッグはその日の予定にあわせて荷物で一杯になります。一日中それらを持ち歩くのは少し大変です。貴重品や必要なものだけを入れて持ち歩くためのセカンドバッグが、携帯できれば便利です。携帯時は小さく、使用時はジャストサイズに大きくなる。付属のベルトでポシェットに、チェーンなどでポーチに、アレンジも可能。大人の女性層をターゲットとした本革使いの上品な雰囲気のを企画しました。

デザイン・システム展開のポイント

本革仕様のスマートなセカンドバッグです。上下に回転させ上げたり、閉じたりして使います。婦人服は上着ポケットが少なく、服のラインが気になる為に荷物を入れない方が多いです。お財布、スマホなど貴重品や化粧品等を持ち歩くための丁度よいサイズです。ショッピングや、パーティーなど行動や目的にあわせ、バッグ本体の形や付属のベルトなどをつづけてアレンジができます。

審査員のコメント

◎旅には便利そう。デザイン・色の検討が必要。
◎もっとファッション性を高めてください。
◎この様な持ち方をするのか分かりません。色バリエーション不足では。
◎実用的な発想は、実用には適さないと思います。
◎折りたためるスタイルがいいが、金具は不要では?
◎可能性が高い。期待します。



Fashion 07

THE CANVET

『ユニバーサルバッグ』

株式会社スパンギャルド

- M 綿100%、牛革
- S ~65×~50×~15
- W ~約460g

企画意図

《もったいない》からのモノ作り。バッグやポーチを製作する際に生じる生地や革などの廃棄物。そこに着目し、なるべく無駄を出さずに環境にも配慮したアイテムを開発出来ないかと企画しました。Reduce(ゴミの削減)、Recycle(再資源化)、Respect(尊敬の念)をコンセプトに製造工程から製造コストの無駄まで《もったいない》の観点から見直しました。《いつの時代も、もったいないは変わらない》そんな想いの詰まったユニバーサルバッグです。

デザイン・システム展開のポイント

①幅96cmの反物生地を横方向に一定の幅で直線にカット、厳密に計算し折りたたんで縫製する事で1mmの無駄も出さずにポケットや底マチを表現。②殆どを産業廃棄物として処理されてきた床革(革の表面を漉いて残った革)を再度2mmに調整しバッグの底革や手紐の革に再利用。③本体をひっくり返し、縫い代を隠す独自の折りたたみ技術を開発。縫い代をテープなどで処理しない縫製を実現。

審査員のコメント

- ◎考え方がよい。最終仕上げにデザイン性とファッション性を加えて欲しい。
- ◎企画は理解できるが、展開が難しい。
- ◎革を使う意味合いが少し不明確。
- ◎ネーミングの価値観が共有できない。ネーミングを再考して下さい。
- ◎汚れたとき、洗えるかどうか心配。帆布バッグはそこが大切だと思う。
- ◎可能性は高いがもう少し何か魅力のポイントを。



Stationary 02

曲げ木のマウスパッド

ストーリーオ株式会社

- M カエデ無垢材
- S 0.3×13×24
- W 約 100g

企画意図

CAD設計でマウスを多用する開発者が手首や肩の凝りに悩み、パームレスト付きのマウスパッドを各種試しましたが、下記点に満足できませんでした。

- 1)レストは柔らかいだけで、支えるような感覚が乏しい。
 - 2)長時間使用していると手首部分に熱を持ち汗ばんで不快。
 - 3)操作面の素材に布や樹脂系が多く、マウスの滑走感に不満。
- これを解決する物を自らの為に自作したところ、これが好評だったため、試作と評価を繰り返し製品化しました。

デザイン・システム展開のポイント

- ・レストをバネ性のある曲げ木で作り、上記1)2)を解決。
- ・マウスが滑りやすく止まりやすい木肌に調整し、上記3)を解決。
- ・ストロークを持たせ手首を支える事で、大画面使用時のマウスを持ち上げては下ろす作業を楽に。
- ・奥側を少し高くすることで、マウスを引く時の窮屈感を和らげた。
- ・木を見つける山師・伐採士・製材者まで関わり、山の文化に直接繋がる地元材を使用。

審査員のコメント

- ◎使いやすいそう。人にやさしい感じがある。
- ◎面白い。可能性大。これ以外の商品も考えて欲しい。
- ◎PC・マウスのマーケットは限定的になってきている。
- ◎一見して使用法がわかりにくいのが、よく考えられた商品だと思う。
- ◎使えそうですね。この価格に見合うアピール欲しいです。
- ◎特に新規性はないが。



Stationary 03

新潟手帳 2017

株式会社第一印刷所

- M 紙、ビニール
- S 18.5×13×1
- W 230g

企画意図

「新潟暮らしをとことん楽しもう」という思いを込めた、新潟のためのご当地手帳です。スケジューリング機能の他、県内の観光・グルメ・おススメ情報もたくさん盛り込んでおり、1年を通して使うことで、「もっと新潟を知り」「もっと新潟が好きになれる」、新潟への愛着を育む製品です。誌面企画の中には新潟手帳ユーザーの声も盛り込み、ユーザー参加型で新潟を盛り上げていくアイテムとしての定着を目指しています。

デザイン・システム展開のポイント

ウィークリーページには県内のイベント情報をあらかじめ落とし込んでおり、その他に四季の見どころ情報や市町村別のオススメ情報、特集ページなど、新潟のご当地情報を幅広く紹介しています。また、表紙では阿賀野市の染物の老舗・藤岡染工場様、月刊にいがた様とタイアップで制作した新潟を表すデザインの手ぬぐいを、生地の質感を忠実に印刷技術で再現。匠の技で新潟の魅力を伝えます。

審査員のコメント

- ◎新潟の魅力が伝わってきます。
- ◎新潟県民以外は必要ない?
- ◎ダイヤリーとガイドは分けた方が良いのでは?
- ◎手拭いの素材感は伝わる印刷の仕上がりになっています。
- ◎何か、いまいちアピールが伝わらない。手帳としての完成度が欲しい。
- ◎このような企画・日記帳はいろいろ出まわっているが、特に新潟版としては?



Outdoor 01

木工屋×鍛冶屋×小売屋がつくる曲柄鍛冶シリーズ

ハンマー・手斧・片手鋏

株式会社山谷産業

- M 鉄・木
- S 29.5×11×3.5
- W 580g

企画意図

従来の鍛冶製品というのは鍛冶屋が木工屋から柄を仕入れて製品とし、それを金物屋が販売していました。同一鍛冶メーカーでの製品には統一感がありますが、違う分野の製品になるとデザインに統一感が全くありません。今回、木工屋×金物卸×鍛冶屋がタッグを組んで製品化した事により、持ちやすく、力が入れやすい曲柄をフューチャーすることで曲柄をメインとしたハンマー・手斧・片手鋏というシリーズをつくることが出来ました。

デザイン・システム展開のポイント

鍛冶部分は別々のメーカーでハンマー・斧・鋏という全く違う鍛冶商品ですが、持ちやすく力が入れやすくてスタイリッシュな曲柄を共通使用することで3つの商品に統一感をもたせました。野暮ったい道具をスタイリッシュかつ使いやすい鍛冶製品にすることができました。

審査員のコメント

- ◎デザインが良い。使いやすいそう。
- ◎今後の展開をどうする? これ以外の商品は考えるのか?
- ◎デザインは優れている。
- ◎評価者には、よくわかりません。
- ◎タッグした利点が見えてこない。ストーリーが気になります。
- ◎協力して物をつくる素晴らしいセッティングです。期待しています。



Outdoor 02

OUTSIDE IN 組み立て式キャンプストーブ 有限会社 E & E

- M ステンレス
- S 25×40×15
- W 1kg

企画意図

調理しやすく少し大きめで、さらに携帯しやすい組み立て式の焚き火台として機能の面もしっかり捉えながら、家族や仲間が笑顔で思い出深いキャンプになるようデザイン性豊かな調理器具を作りました。

デザイン・システム展開のポイント

OUTSIDE INのロゴマークに使われるキャンピングカーがモチーフのデザイン、反対から見ると可愛いドングリや木の葉のデザインなど、見る方向から全てデザインが違うので、キャンプの食卓がさらに楽しくなります。また、使用するごとに火の熱によってステンレス製の本体の色合いが深く変わりますので、キャンプに行くたびに思い出の色が濃くなっていきます。

審査員のコメント

- ◎手軽に持ち運べるのが良い。
- ◎コンパクトに良くまとまっています。
- ◎今や、折りたたみの良いモノもたくさんある。
- ◎屋内のテーブル上でも使用可気になる。
- ◎面白いアイデア。洗うのが大変そう。
- ◎実際に使ってみての反応が大事。



Outdoor 03

はさめるタレ皿 株式会社グリーンライフ

- M ポリプロピレン
- S 3.5×7.5×12.5
- W 1.5kg

企画意図

バーベキューやキャンプ等のアウトドアで立ったまま紙皿を使用する際、今までは皿にタレが広がり、食材がタレに浸ってしまうということがありました。そこで、食卓で焼肉や刺身を食べる時と同様に少しずつタレをつけて食べられるよう、クリップ式のタレ専用皿を考案しました。また、紙皿を使用する際に感じる「持ちにくい」「皿が風で飛んでしまう」「箸が転がってしまう」等のちょっとした不満点もまとめて解消できるよう企画しました。

デザイン・システム展開のポイント

- ・紙皿への固定方法をクリップ式にし、簡単かつ取れにくい取り付け方法にしたこと。
- ・タレ皿底部分に脚をつけ、脚の間に箸を差し込んで固定できる場所を設けたこと。
- ・タレ皿として使用しない場合は、缶ホルダーとしてタレ皿に缶やペットボトルの飲み物を置く事ができるようタレ皿の径・高さを工夫したこと。

審査員のコメント

- ◎便利。考え方が良い。
- ◎分かりやすい商品。売れると思います。
- ◎アイデアが面白い。
- ◎これは便利です。ホテル宴会場の立食パーティーで便利に使えます。
- ◎これは本当に欲しかったアイテム。造形もっと頑張れ!!
- ◎よくあるアイデアの活用法?



Others 03

薄い器シリーズ 銅の携帯用煎茶入れ 新潟県クラフトマンクラブ 有限会社インダ器物

- M 銅
- S 4×8×8
- W 120g

企画意図

今までの銅製品は厚くて重いのが高級感ある製品というイメージがありました。高齢化社会になりつつある現在、重いものより軽い物が好まれるようになってきました。今まで厚い銅板を使い、重厚感のある商品を作っていましたが、今までよりも薄い銅板を使う事で軽く華奢に見えつつも繊細な美しさを追求したモノを作りたいと考えました。

デザイン・システム展開のポイント

銅のヘラ絞りで加工することで生じる螺旋状の模様を研磨で取り除き、そこに鍍で叩いて装飾を施しています。内面は銅が変色しないように錫コーティングし、外面は銅の経年変化が楽しめるようにあえて着色しない銅のままの製品と薬品で着色した製品を用意しました。器の縁の薄さが気にならないように側面に飾りを施し、それが蓋のロックになっています。

審査員のコメント

- ◎お茶は少量ずつ、缶に入れた方が良いので、日常使いに良いと思います。
- ◎他社商品との差別化が難しそうです。
- ◎使い勝手は良いか不明。
- ◎携帯にする必然性がわからない。
- ◎お土産用としてお茶とセットで売れるのでは?
- ◎もう一歩! つつ込んでほしい。



Others 04

WINE-LACK-2COOLER 株式会社トクニ工業

- M SUS304
- S 54×24×15
- W 3kg

企画意図

燕三条地場産業振興センターの商品開発企画「ts-LABO」にて、燕三条イタリアンBit銀座店の店舗装飾を行うことになり、特注のワインラックを作成しました。ワインはイタリアンレストランでは欠かせません。既存のワインクーラーのように氷入りのバケツをただ置くだけでは華がありません。そこで省スペースかつ斬新なデザインで店内を彩る柱状のワインラックを作りました。そのワインラックを企画のベースとして、持ち運び可能でコンパクトな2本用のワインラックを作りました。

デザイン・システム展開のポイント

2本のワインを入れることができます。ホームパーティーやホテル・レストランでの使用を念頭に、省スペースで利便性に優れたものを意識しました。赤と白、赤とシャンパンなど、2種類のワインをセットすることで、料理や嗜好に合わせてワインを楽しむことができます。既存のワインクーラーを斜めに差し込むことで、飲みかけであっても冷たさをキープすることができます。格納式の取っ手を採用することで、使うときはすっきりした外観、移動するときは片手で行うことができます。

審査員のコメント

- ◎冷たさをキープしたまま、2本置くのが便利。
- ◎もう一つ、シチュエーションが理解できない。大きく、重い。
- ◎大げさ過ぎるのでは?
- ◎生活シーンの中で、これが必要とされる場面が想像できない。
- ◎重すぎる。実用性なし。
- ◎何かワイン愛用者の心をつかむものがほしい。



Others 05

笛人セレクション 2011-2016 プレミアムエディション オトノハコ株式会社

- アルミ削りだし
- 0.9×14.1×12.5
- 330g

企画意図

2011年、たった数名しかいないライブハウスで演奏されたフルートで歌うように自らの曲を奏でる本宮宏美の最初のオリジナル曲「息吹」。その時の観客の涙は、その後、新潟制作に拘った50曲を超える作品発表の原動力となり、その中から選出したベスト盤を発表するにあたり、最高の音は最上のケースに収めてお届けしたいという想いを、2年もの開発期間で誕生した純新潟産世界初形状「総アルミ削りだし」CDケースに収めた製品。

デザイン・システム展開のポイント

入れ物にここまでこだわるのも、中身すなわち音楽を誇りたいから。デザインポイントはシンプル&クール。アップルがワンアンドオンリーのCDケースを作るとどうなるか？根底にはそんなイメージを持ちながら燕三条のモノ作り技術でしか出来ない、世界に誇ることが出来る質感と精度感に拘りました。「音楽」meets「ものづくり」は「総アルミ削りだし」と「自由開閉式」に行きつきました。

審査員のコメント

- 飾りたくなるCDケース。部屋のインテリアにもなる。
- 個人的なニーズはあるかもしれないが、販売ルートはどうする？
- 技術力はすごいですが…
- 記念品にしか市場性はない。
- 総アルミが見えない。デザインもっとやりようがあると思う。
- ここまでやるのかと感心はしたが…



Others 06

大型メール便ポスト 株式会社グリーンライフ

- スチール
- 47×45×12.5
- 4.1kg

企画意図

メール便は利用者も多くとても便利なサービスですが、通常の郵便物よりもサイズが大きいので、小さいポストには投函することができず、玄関先にそのまま放置の状態や不在者カード処理による再送処理、無理やりポストに入れて投函物が潰れてしまうなどの問題がありました。そこで、ポストの投函可能サイズをメール便対応にすることで利用者が安心してメール便を受け取れるポストを考案しました。

デザイン・システム展開のポイント

- ・幅35cm×高さ40cm×厚さ3.5cmのメール便サイズに対応しました。
- ・メール便を楽に取り出すことができるよう取出し口を大きくしました。
- ・デザイン性を考慮しつつ投函物を確認できるように窓を配置しました。
- ・ダイヤル錠なので鍵を持ち歩かなくても施錠可能なこと。また一般的なダイヤル錠は暗証番号が予め決まっているものが多いが、暗証番号の設定可能なタイプを採用しました。

審査員のコメント

- 大きさが良いと思う。置き型になるのもよい。
- 新規物件には付けられますが、後付けの場合はどうしますか？
- このようなモノのニーズは高まると思います。
- 現代生活に必要な商品だが、もう一工夫がほしい。
- このポストは家に置きたくない。デザイン、頑張り。
- 使い勝手のポイント訴求がほしい。



Others 07

キャットおどろく臭いま栓 進展工業株式会社

- 撥水性もみがら炭・高吸水性樹脂
- 41.5×38.4×48.4
- 5kg

企画意図

ペットブームで特に「ねこ」は約1,000万頭飼われております。オシッコ用に1週間用として吸着シートが採用されておりますが、悪臭(アンモニア臭)が気になっているとの事。弊社にて開発した災害用トイレ吸着剤(もみがら炭+高分子樹脂)による吸着・消臭効果を「ねこ用にアレンジ」し更に、高床式のシステムトイレとの組合せにより約1ヶ月間のオシッコに対応出来るようにしました。また、同商品は、農業廃棄物の「もみがら」を利用し環境にも配慮したエコな商品となっております。

デザイン・システム展開のポイント

「ねこ」が安心してオシッコ等が出来るよう、今まで使用していたトイレ(花王・ユニチャーム・ライオン等)をセット出来るよう高床式のシステムトイレを製作しております。

審査員のコメント

- ネコブームなので注目されそう。
- 大きすぎます。また、ペットが高齢化すると、この高さでは無理。
- 高床が必須なのですか？
- 最後の始末への配慮を反映させたモノ作りをしてほしい。
- これはいいアイデア。吸着剤の入手が簡単ならいいが。
- 猫を飼っている人の問題。生活の場の問題。



System 04

tom チタニウムガジェット 株式会社トミタ

- チタン
- ー
- 1~10g

企画意図

金属アレルギーがない、錆びない、軽量といった優秀な面が多い素材のチタンを使用したもので、さらに、ものづくりに社会貢献活動を加えた製品を開発したいと思い、「ブランドtom」を立ち上げました。

デザイン・システム展開のポイント

色々な動物をモチーフにし、それぞれ用途を持たせた小物品。商品の売上の一部を殺処分ゼロ活動への寄付となる販売システムによって、社会貢献型ブランドを目指します。

審査員のコメント

- モチーフにメッセージを付けて販売することが望ましい。
- 姿勢は理解できるが、商品そのものは弱い。
- 少し分かりにくいと思います。
- ガジェットと規定し過ぎではないか。
- この活動ならば犬用鑑札を使うべきでは？
- 考え方は評価。次のステージは？



System 05

「あうんの呼吸」で豊かなアイデアが湧く
元気な職場に♪

『からだコミュニケーション⇔チームビルディング』システム

株式会社笑足ねっと
株式会社白川製作所

企画意図

今日の産業界における過重労働等の労働問題では、厳しい個人ノルマや繰り返しの一人作業等での「孤立」がメンタルヘルス不調をきたす要因とされます。この解決を目指し、職場にふれあいが少ないという点に着目し、アクティビティを活用したチームビルディングを導入、チームメンバー全体の幸福度アップを図ります。それが業務改善や新サービスの創出につながる豊かなアイデアが発想しやすい「安心」できる職場づくりにつながっていくと考えます。

デザイン・システム展開のポイント

弊社が運営する運動あそび塾にて一ヶ月にのべ700名を超える子どもたちとお年寄りに「カラダを使ってヒトと遊ぶ」支援を継続的に実践しています。今回、企業向けに新たに開発したシステムは、生産性の向上やイノベーションの創出に不可欠な要素となる「心理的安全性がある職場」への変化・進化に通じる他者とかかわり合う「心遣い」「配慮」「思いやり」「共感」を自然に引き出せることが強みです。

審査員のコメント

- ◎デザインされたものになると、もっと楽しく活用できそう。
- ◎リハビリを兼ねた道具なのか？ それとも道具中心の展開にするのか？
- ◎研修用としてなら…
- ◎使い勝手がよくわからないが、チューブに力が伝わると色が出るのだと思う。
- ◎ネーミング考えればアピールできる。モノも遊びもです。
- ◎遊び道具としてはおもしろいが、必要性の度合いは？



System 06

ママラボ

有限会社坂井工業

Ⓢ10×10(スピーカー)
Ⓜ 1kg

企画意図

女性の職場環境改善が求められています。特に中小の製造業では女性の役割は作業補助「検品作業」や「梱包作業」となりルーティンワークがメインとなっており、モチベーション改善に至ることはなかったため、「女性の職場での付加価値向上を図る」ことを目的に自社資源を活用し、女性スタッフによる商品開発、販売を行うことで女性の価値向上、職場改善を目指しました。

デザイン・システム展開のポイント

【アップサイクルの導入】

中小企業の性質上、開発費に費用を割く予算がないため、製造上排出される事業排出物(スクラップ、不良品)を活用したアップサイクルによる商品化を実施。また、女性スタッフによるニーズの収集により商品開発を推進するために、社内空きスペースにママラボカフェを開設し、顧客接点の窓口としました。

審査員のコメント

- ◎取り組みはよいと思う。商品化の場合は、デザイン性も必要。
- ◎考え方は理解。今後に期待。
- ◎良い取り組みですがプロダクトとの関連性がうすいと感じる。
- ◎継続性が担保される背景が見えない。
- ◎可能性あり。「ママだから」というエクスキューズなしで、いいモノが見たい。
- ◎がんばって下さい。



System 07

ながおか発！産学連携による新製品開発事業

「NAZE ドリームプロジェクト」

特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 NAZE

企画意図

長岡地域は、鉄工・鋳物・機械などの優れた技術を有するモノづくり企業が多数集積した工業都市である他、長岡技術科学大学、長岡造形大学、長岡大学、長岡工業高等専門学校の3大学1高専という高等教育機関が集積している地域です。この度、この恵まれた立地条件を活かし、長岡のモノづくり産業の更なるイノベーションに向けた新たな付加価値を生み出すため、産学連携による新製品開発事業を実施しました。

デザイン・システム展開のポイント

優れた技術を有する会員企業と、既存概念にとらわれない柔軟な発想・知識を有する長岡市内3大学1高専の学生から、コンペティション形式により作成するアイデアを募集。応募いただいたアイデアの中から審査会により実際に取り組むテーマを選定しました。決定した各テーマは、それぞれ「産」と「学」でパートナーを組み、与えられた予算の中で新製品の開発・作成に取り組みました。

審査員のコメント

- ◎良い取り組みと思いました。
- ◎他校との違いは？ 長岡ならではの発想が必要。
- ◎良い取り組みですがプロダクトとの関連性がうすいと感じる。
- ◎産学は新陳代謝が担保されていて良い。
- ◎旗印となるコンセプトが見えない。
- ◎学生の知恵はもっと広い！がんばって下さい。

ステップアップフォーラム 第1部

生活を助ける商品

高齢化、危機管理、環境など、社会的課題解決型商品

NIIGATA
DESIGN IDS
COMPETITION 2017

コメンテーター

豊口 協

公立大学法人長岡造形大学 名誉教授
プロダクトデザイン

宮武 滋

株式会社東急ハンズ執行役員 MD企画部長
流通

大島 礼治

法政大学デザイン工学部 名誉教授
プロダクトデザイン

コーディネーター

畔上 正美

新潟県工業技術総合研究所 素材応用技術支援センター長

STEP UP FORUM

Part 1

畔上 ただいまより、「ニイガタIDSデザインコンペティション2017」ステップアップフォーラムを開催いたします。このフォーラムは審査委員の先生方から作品の講評をいただいて、今後の商品開発のヒントを得ることを目的に開催するものでございます。午前のテーマは「生活を助ける商品」です。それでは、豊口先生からよろしくお願いします。

豊口 おはようございます。総評のときに「デザインは世界の共通点」と申し上げたのですが、これは私の今までの人生の中で、いろいろ経験したことから申し上げています。と言いますのは、三十数歳のときに台湾にデザイン教育の学部を大学に作るからお前行ってこいという指示を受けまして、何が何だか分からなかったのですが、それでも、靴一つで台北に行ったのです。今、あそこに大同大学という大学がありますけれども、そこに台湾で初めて台湾政府のバックアップを受けて、デザイン教育の学部を作るという。行ってみたら9人の先生の教育をしろと。それから、文部省に申請をする書類を全部お前作れと。そして、カリキュラムも全部作れと。期間は100日であると。こういう命令書を受けまして、それで100日間現場で全部やりました。朝8時から夜12時まで100日間ぶっ通しでやりました。

そのときに、実は私は北京語も分かりませんし、そのころは二一八オも分からなかったのですが、共通の言葉がありました。それは、先ほど申し上げたデザインと言っている以前に音楽があったのです。歌で伝えたのです。日本の童謡で。それが通じるのです。だから世界の共

通言語の一つにはその土地の音楽、これは共通の一つのコミュニケーションツールとして非常に有効でした。

それから、もう一つは1日の生活のサイクルみたいなものですけれども、これがいろいろなところで全部違うわけです。そのサイクルを一緒にするという調整をすることが一つのコミュニケーション。生活の仕方が以心伝心と言いますか、そういう形で伝わっていく。その中でデザイン教育の現場としての基礎を先生方一人一人に伝達したわけです。そのときにデザインというのは共通なのだ。黙って言葉が分からなくてもモノを作る、そういう一つの作法というかしきたりというのは世界で共通に伝わっていくものだとということを痛感いたしました。それが私の「デザインは世界の共通言語である」ということを感じた最初の始まりなのです。そういう意味で、それ以降その言葉を使わせていただいておりますけれども、今、世界を見ますと、デザインという一つの要素をつぎ込んだモノとか、食べ物とか、今や世界の共通のものとして、伝わっていているという気がいたします。

今回も、生活を助けるということで三つのアイテムを選ばせていただきました。生活を助けるというのはどういうことか。まだ若い方には分からないでしょう。道具が生活を助ける。私くらいになると、なるほど道具というのは生活を助けてくれるとよく分かるのです。後期高齢者ですから自分の思うように体が動かない。そのときにやっぱり道具が助けてくれる。ここに、藤の家具があります。これは予防のための道具として開発をされておられる。ものすごく難しい世界に挑戦しておられる。高齢者の状況というのは100人いれば全部違います。年でも違

STEP UP FORUM Part 1 生活を助ける商品

います。そういう人たちが使う道具というのは、これがまさにその道具であるという提案はできない。ただ、共通して高齢者が必要としているものの一つに腰を掛ける道具があります。ちょっと腰を降ろす。そういう少し腰を掛けるという動作が高齢者にとってはもっとも重要な一つの要素になっています。座ったときに、また立ち上がる。簡単に立ち上がれる。しかも座ったツールを別のところに持って行ってまたそれを使う。腰を掛けて作業する



ということは、年をとった人にとっては重要な一つの要素なのです。ですから軽くなくてははいけない。そういう意味で簾というのは非常に適切な素材なのです。ただし、こういうふうに使い方を限定して提案しますと、使い勝手の幅がものすごく狭くなる。こういう状態で使える人と使えない人が明確に分かれてきます。

高齢者を対象としてこの道具をこれからお作りになる場合には、相当の情報量を吸収して、その中から高齢者が必要とする道具をぜひ見付け出していただきたい。これは大変な作業だと思うのです。人間とはわがままですから、自分に少し合わないとすぐ文句言ったりしますが、若いうちは道具に自分を合わせることができるのですけれども、年を取ると道具に合わせるということができなくなります。そういう貴重な経験を私は毎日体験しております。相当慎重に、しかも科学的にデータ分析をしないとなかなか高齢者に適用するようなものが

見付からない。ただ、共通の必要な要素というのは幾つかあるという気がします。

それから、ここにフライパンがあります。昔からフライパンというのは重いものだと思っていた。ところが、年を取ってくると重いフライパンというのは見ただけで使わなくなってくる。使えなくなってくる。握ったときに普通落とさないで頑張るのですけれども、おそらく握力が減ってきた方は落とすケースがある。足に落としたりすると大変ですし、熱い物が入っていますと非常に大変なことになります。そういう意味で、高齢者になったときには、それから年を取った方たちの道具は、とにかく軽くないといけないという気がします。

このフライパンは重そうに見えますけれども、割合重量感としては適切です。フライパンで料理を作るのは、これはまた非常に作りやすいのです。何でも出来ます。私も24年間一人で生活していますけれども、フライパンほど使いやすい道具はないと思います。それがやはり、だんだん実は重くなってきている。それをいかに手頃に使うかということに関して、フライパンの機能を持った手頃な調理鍋といいますが道具というものが、高齢者にとっては必要になってくるのではないか。お料理によって道具を分けるということは、若いうちはいろいろ凝ってやりますけれども、高齢者になると万能な鍋が必要になってくるのです。一つで全て済ませてしまう。そういう生活の中から、ぜひ高齢者が使うようなこういう万能なツールというものを考えていただくと、非常にありがたいのです。これからの高齢者社会、だんだん高齢者が増えてまいりましたけれども、そういう人たちの生活というのはどうなっていくのか。これもぜひ研究をしていただきたいと思います。

それから、小千谷縮。これは肌触りがすごくいいのですよ。今、皆さん方も寝るときにはパジャマを着用されると思います。今、いろいろなパジャマが出ています。いろいろな生地で作ったパジャマも出ています。それぞれ人間が生活をしていく上で、1日の3分の1くらいが寝る時間になっています。それで3分の1の時間帯で着ている

着物といいますが洋服といいますが、着用するものというのはパジャマないしはそれに準ずるものなのですから、いいものがなかなかないのです。

この小千谷の縮は新しい加工をしていますからごわごわしていませんし、非常に肌触りがいいのです。この何でもないデザイン、実は寝るときに着用するものとしては一番重要です。いろいろなものがくっついていて、寝るときに着るものとしては不適格な気がします。後期高齢者の目から道具を選ぶポイントもこれからは重要だと思います。

畔上 先生のほうからはデザインは共通言語だということ、デザインはそれ自体がもうユニバーサルという話。それと、今後、高齢者視点でものをもう一度見ることがこれからのモノづくりの、また一つのヒントになると感じました。どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、宮武先生よろしく願いいたします。

宮武 おはようございます。私は株式会社東急ハンズの宮武と申します。今年でこの賞の審査員を務めさせていただいてから4年目になります。年を経るごとに、非常に精度の高いというか、いろいろな優れた製品が出てきて、私自身も非常に楽しみにしています。私は今、東急ハ



ンズで商品調達と全店の供給の責任者をしております。そういった意味では、ここ新潟県の方々には非常にお世話になっておりまして、逆に私のほうからお礼を申し上げます。逆ないといけない立場でございます。

とかく最近では、コト消費とかコト発想とか言われるようになってきております。モノよりもコト。コトというのは、体験とかそういうことだったと思うのですが、私自身はモノを売っている立場から言うと、体験とか経験というのは非常に貴重なものだと思いますけれども、それに基づくモノというものは、必ず生活の中に必要ではないかと思っております。

よくコト発想と言われますけれども、自分から「自らこれが困っている」とか、「自らこうやってやりたい」とかという、非常に積極的な思考をお持ちの方というのはそう多くはないと思っていて、ほとんどの方は何かをきっかけに人からのアドバイスだとか、あるいは人から勧められた、そういうようなものが起点になっていると思っています。

そういった意味では、私どものような店舗はモノを置いているのですが、モノと出会うことによって困っていた何かが分かるわけです。あと、自分がしたかったことはこういうことなのかというのが、モノとの出会いを通じて分かるということが非常に重要なかなと思っています。そういった場を提供することが、私どものような流通業にはもっとも必要なことだと思っています。また、昨今、非常にネット通販というものの市場がどんどん、どんどん大きくなってきているのですけれども、インターネットの世界にはモノとの幸せな出会い、偶発的な出会いというのがなかなかなくて、そういった偶発的な出会いというのが、わりと自分に大きな幸せをもたらしてくれるものがあるのではないかと感じたりもします。

そこで、やはりどういうものが店頭にあったときに幸せな出会いにつながるのかということ、やはりモノの品質だとか完成度だとか、モノ自体が素晴らしいとかというのが、今までは比較的多かったと思うのです。今の店頭に来られているお客様というのは、やはりモノによって



自分が何かを成し得たいとか、いろいろな体験をしたいと思っていらっしゃる。ですので、一目見て、あるいは店員から説明を聞いて、モノにまつわるバックグラウンドストーリーだとか、モノが自分にもたらしてくれる幸せな気持ちだとか、そういうようなことが想像できないモノが、どんどん淘汰されていくように感じています。

そういった観点からすると、私自身はやはりモノがもたらしてくれる幸せというのは大きく二つの方向があると思っていて、一つは、今、マイナスなことをゼロに戻してくれるものと、今ゼロであったものをプラスに持ってきているものだと思います。それがまさしく今回のステップアップフォーラムの生活を助けるという観点と、生活を楽しむという観点だと思っています。

今回は生活を助けるというようなテーマでございますので、私なりに生活を助けると。いわばマイナスのものをゼロに戻してくれるというようなものをピックアップしてきました。

まず、一番目ののですが、いわゆる問題解決型の商品というのは二つ、今大きく出しているのですが、家庭の中の些細な問題もあれば、社会的な大きな問題

もあったりします。ただ、それが一つの共通項がある場合もあったりもします。

先ほど、私はネット通販の市場が年々倍々的に伸びているという話をさせていただきました。私のような小売業にとっては、非常に商売敵として困る存在なのですが、かく言う私自身も本だとかいろいろなものをネット通販で買ったりもします。

その中で二つ大きな問題があって、一つがやはり不在配達の問題。これは今、新聞市場を賑やかしていますけれども、宅配最大手のところがかなり厳しい労働環境だということで、大きな社会問題になりつつあります。そのときにマンションであれば宅配ボックスのようなものがあるのですが、逆に一般戸建ての方はなかなかそういうものを用意できない。それで、今までは時間指定の配送でなるべくその時間帯にいるというところで、問題を解決してきたと思うのですが、今度は再配達の問題だとかいろいろな問題が出て来ていると。

これは私自身が大手ネット通販会社から本をよく買うのです。書店に行く時間もなかなかとれないと、欲しい本をネットで買ったりするのですが、たったこれくらいの

本なのに、ご丁寧に大きなダンボールで来たりするわけです。それで不在者通知とか入っていると、そんなのはポストに入れておいてくれればいいのと思うわけです。

それで、今後その社会的な問題を解決しようと思ったときに、ネット通販の中の流通業のかなりを占めるであろう例えば本のようなものは、基本的に郵送でポストの中に入れましようというような流れになってきたときに、こちらに置いている大きなポストなのですが、こちらはいわゆる宅配のメール便が入る大きさになっています。そしてダイヤル錠でちゃんとセキュリティの対策もとられているということです。こういうものが普及すると、生活者にとってみれば何回も不在通知の連絡をしなくてもいい。配送する立場からすれば1回行けば済むというようなところで、二つの大きな問題が解決できるのではなかろうかと思いました。

もう一つの問題は、先ほども申しましたように、いろいろな本を買うと家の中にダンボールが溜まって困るのです。ダンボールというのは溜まるまでその辺に積み上げていくと非常に乱雑になりますし、一回一回紐で縛るにもある程度まとめて出さないとリサイクルに出にくいというところで、私自身非常に家の中でダンボールをどこに置いておくのかということに困った経験があります。意識して困っているというよりは、何となく片付かないなというような感じでいたのです。そのときにたまたま今回、ダンボール片付けラックというものを見つけまして、これはダンボールを比較的目標たない場所に置けるようになっていて、それでちゃんと立てかけであり、なおかつそこで紐掛けもできる。紐を置くスペースもある。更に、下がキャスターになっているので、玄関先までゴロゴロ転がしていけるというようなところで、こういう非常に潜在的な家庭の中のちょっとした問題点を拾い上げて製品化するというのは、製品化にあたってはかなり思い切った決断もあったと思うのですが、こういうものを形にできるというのはやはり非常に素晴らしいことだなというふうに感じました。

それと、あともう一点なのですが、これは昨年のID

S大賞が赤い丸い輪っか型の立てかける消火用のものだったのです。あれは非常にデザインも優れていて、すぐに取り出せてすぐに投げて消火のできるというものだったように記憶しています。

ただ、普通の一般家庭の消火剤というのは、基本的に火が出たときにそれを発見して消火活動をしないと火が消えないというようなものだと思います。このスタンド型自動消火装置ですが、これは優れているなと思ったのは、家庭の火元のほぼ9割以上はガスコンロ回りで、これはガスコンロのところに置いておくと、そこで火元が出て異常に高温になったりすると、その熱を感知してタンクに溜まっている消火剤が上から噴霧されて、その火を安全に小さくして消せるようにするというものなのです。こんな大がかりのものと言われるかもしれないのですが、ほとんど火の掛けっぱなしの事故というのは、例えば火を掛けたまま煮物をして少し寝てしまっただとか、違うことをして忘れてしまっただとか、意外と誰にでも起こり得ることだと言われています。そういうようなもので、その火が出たことに気が付くことなく勝手にこれがやってくれるわけです。

そういう意味では今後の高齢社会になってますますそういうニーズが上がってくると思いますので、また今年異常に火事のニュース多いなと思っています。そういったことから、こういうものがやはり製品として世に出ると、個人あるいは社会の大きな問題を解決できるのではなかろうかとお話させていただきました。私から以上でございます。

畔上 はじめにモノと出会うことで足りないことが分かるということをおっしゃったのですが、確かに会場に来るとそれを実感するのです。ありがとうございました。

それでは、大島先生よろしく願いいたします。

大島 私は、久しぶりにこの審査に参加いたしました。以前はたしか8年前くらいだったか。その頃と比べて本

STEP UP FORUM

Part 1 生活を助ける商品

当にいい製品(作品)を出されるようになったなと思って
おります。製品もそうですが、特に立て掛けている説明
パネル等が非常に分かりやすく表現されているのに驚
きました。そのような意味も含めてだいが進歩してい
るなと思いました。

講評の前に私の話を少しいたしますと、以前は多摩
美術大学といういわゆる美大というところにいました、
そこで学生を指導していたのですが、当時の学生はデザ



インという真っ先にスケッチを描き始めるのです。ス
ケッチを書いていくうちに何となくこれが良いかなと根
拠のない妥協点を見つけていくのです。創作行為という
意味では手は動くのですが、その形態はどういう根拠が
あって選んだのかと言えば、どうしても外装優先(かっこ
いいカタチ)となるのです。このまま、このようなデザイ
ナーを世の中に輩出し続け、本当にいいものかと思い悩
んでいたところ、十四、五年前に法政大学のほうからシ
ステムデザインという学科の立ち上げの話があり、参画
することになりました。それは、モノを感覚だけで作るの
ではなく、あらゆる視点から検証を加えることで根拠あ
るデザインが生まれるというものなのです。

そして、今回のコンペテーマにもありますが、社会の中
にはいろいろな問題が内在しています。それをデザイン
する側がきちんと観察しながら分析をして、どのような
問題解決ができるのか。そこには素材もあり、加工技術

もあり、いろいろなものが係わってくる。そこに初めて形
というものが生まれてくる。いわば一貫通的な意味で
システムデザイン学科と名前を付けたのですが、多くの
人が勘違いして、いわゆるIT系のシステムと思われた
のが、唯一間違えたネーミングです。しかしながら、いつ
の間にかシステムデザインが一般化してしまいましたの
で、今はこれでいいのかなという気持ちであります。

今日は、なるべく多くの講評をして欲しいとの話があ
りましたので、5点の作品に対して講評をさせていただきます。
一点目は、ワイエムケーさんの藤のベッドです。実は
私の奥さんの母が脳梗塞で倒れまして、一時家庭で見て
おりました。そのときは想像以上に大変でした。何が
一番大変かと言えば、ベッドから移動して食事やトイレを
させる労力です。それとは別に表現が適切ではないかも
知れませんが、だんだん部屋の中が汚ってくるのです。頻
繁に換気をやっても寝具はなかなか変えられませんし、
いわばベッドそのものが汚ってくるのです。これは在宅介
護をする場合、大変な問題と考えていたところ、会場で
あのベッドを見たときに、通気性は非常にいいですし、畳
の上で生活をしている場合は移動も楽だと感じました。
多分、製作している会社側以上に市場の方は在宅介護な
ど、いろいろなシーンで評価されるかと思います。まだま
だ製品としては完成形ではないと思います。余計なお世
話ですが少しアドバイスしますと、脇に置いてあったチェ
ストはベッドとはデザイン的にも大きくかけ離れており
ますので、別個のアイテムとして扱われた方がよいのだ
ろうと思いました。ベッドそのものは低く設計されてお
りますが、必ずしも低いほうが良いという場合だけでも
ないので、その辺は少し考慮される必要があると思いま
す。特に畳に対して刺激を与えないように足の部分は丸
くしてあります。これはちょっとした配慮ですが、でも、
良く考えられているデザインと評価しております。

二つ目は、システムスクエアさんの錠剤検知機です
が、この会社はもともと食料品などの異物混入検知器の
市場では、かなりのシェアを握っている会社ですけれど
も、いよいよ医療分野に進出して来たなと注目しており



ます。

8年前くらいに審査のときにも出てきましたが、正直
言いまして加工技術は良くなかったと記憶しています。
ところが今回の出品製品を見たらものすごく完成度が
上がっている。わずか数年で、これだけ良くなるのだなと
感じしております。先ほど開発担当の方と話をしてお
りましたら、やはり賞を獲るとその評価が開発部門の自信
となって、それを販売すると販売先の企業から良い評価
が戻ってくるから営業も嬉しい。営業は会社に戻ってそ
の報告をすれば、設計部門も頑張ればそれだけの解答
が得られるとなり、その結果、開発部門もやりやすくな
るといった、非常にいい循環が生まれていると先ほど報告
を受けました。本当に嬉しくなりました。そういう効果が
このコンペティションにはあり、27回も続いている要因
なのだと思います。

現在、別口で勉強会をやっているのですが、未来社会
がどうなっていくのかと言うことを真剣に各部門の専門
家を交えて研究しております。その予測の中で、どうし
ても無視できないのがAIです。現在、AIの技術は我々の
知らない世界でもものすごく進んでいます。その中で一番

大きく変化するのが流通と医療の現場だと私どもは推
測しております。おそらく医療の現場は患者に適した薬
を処方するオーダーメイド医療が進みますから、そのと
き大きく係わってくるのがAIです。当然未来の工場には
人がいないのです。今までの大規模な工場ではなくて、
データに基づいて必要量を生産する小規模な工場とな
ります。そして工場には人は全くいなくなり、生産から流
通まで全てのコントロールをAIがしていく。その環境
で錠剤検知機は設置されていく、いい市場を狙ってきた
なと思っていますので、大変期待しております。

隣にハンズさんがいて言いにくいのですが、流通も大
きく変わります。店舗はショールーム的に扱われて、購買
者はそこに行って確かめる。モノを確認できれば実際は
インターネットで買うか、または、その実店舗が自前の
ネット販売に誘導していくのが、ここ数年後の姿と思わ
れます。しかし、AI技術が進歩してきますと、いつの間
にか自分がつぶやいた言葉に、「もしかしたらこういうも
のが今、必要ではありませんか?」と誘導される時代にな
ります。それは思っているよりも早くやってきます。

ここで話す必要はないかと思われるかもしれませんが、アマゾンで

Alexaというソフトが出ています。この会場でAlexaをご存じの方いらっしゃいますか？。昨年、アメリカで実験的に市場導入がされているのですが、今後Alexaが浸透してくるとタブレットが要らなくなると言われています。自分のちょっとしたつづやきを拾って、もしかしたら「〇〇さん今こういうものが必要ではないですか？」と、それならば「これとこれが良いですよ」と、売れ筋1位、2位の商品を紹介してしまうのです。人は、「これが今一番支持されていますよ」と返答が来ると誘導されてしまいますよね。じゃあ「それが欲しい」「分かりました」「それでは明日何時にお届けします」。これがちょうど缶ビールのサイズくらいの音声認識機で、既にアメリカで導入しているのです。第2ステップはこれに映像機能を加え、目の前の壁面に投影したり、いろいろな機器と連動することで、少し指で触れれば裏側も確認できる。そういう未来の市場にアマゾンとは莫大な開発費を投資しているのです。

このような未来の姿が良いか悪いかは別にして、確実に変化はやってきます。その時に、商品というものがどう扱われていくのかというのが非常に難しい。特に良いものさえ作ってあれば分かってもらえると言う時代ではなくるので、未来の変化に真摯に向き合っていないと乗遅れてしまう時代だと感じております。

残り、私が面白いと思った製品を3点紹介したいと思います。

この製品は、立食パーティーなどで使用されるトレーに使われるものです。この紙皿に挟み込むだけなのですが、挟むタイプのモノは結構いろいろあります。この時、困るのはタレの扱いです。話をしている間に垂れてしまって、洋服を汚してしまったりしますね。皆さんも一度は経験があるかと思います。挟み込むだけで自分の好きな味のタレを取り分け出来る、これは非常に便利だなと思いました。また、飲みかけのビールなどで両手が塞がってしまいがこここの凹みにセットすれば食べることもできます。このように人間行動の観察から生まれたモノは根拠のある形になっております。

これは些細な解決かもしれませんが、生活を変えてくれるなと思っています。当然のことながら、この素材や製造工程も含めて考えられているかと思いますが、これを作られた会社の方は会場におられるのか分かりませんが、知的財産は取られているのでしょうか。ここは事前に確保しておいたほうが良いと思います。放っておくと来年の今頃には百均で並んでいますから、それをどうやってプロテクトするかと言うのはとても重要なことだと思っています。

次に、大賞を取った「ふくら」です。これは審査委員全員が納得した出品製品です。少し悔しいほどグラフィックデザインが良いのです。なかなかの完成度と評価しており、必要以上に華飾されていないと言うことが、好感を呼ぶデザインとなっています。緩やかな日本文化を表現した素晴らしい製品だと思っております。

まだ、開発途上だということを聞いておりますが、この裏側の処理は本当にどうするか悩ましいところだと思います。今までのポチ袋と違い、立体のものを入れられるポチ袋ですから、旦那さんから普段の感謝の気持ちとして、イヤリングを入れてプレゼントするなど使い方は未知数の感じがします。この裏面の処理が未熟かなと思いますので、メッセージスペースとして処理するなど、いろいろなアイデアが出てくるかと思えます。可能性は十分にありますので期待しております。

最後に、これは私以外の審査員も講評すると思われ



ますが「SILK」というシルクのめがね拭きとして商品化された製品です。この織物は非常に高価で伝統的な素晴らしいものと理解するのですが、この織物を見ていて悩んだのは、高級故の商品展開の難しさです。原価が高ければ小さくして付加価値を高める、確かにめがね拭きはあるかもしれませんが。でもどうせ商品化するならば普通サイズのめがね拭きではなく、この素材の特性を活かした新しいめがね拭きの提案までいかないと、世の中にあるめがね拭きと同じ扱いになってしまう気がします。例えば、これだけ張りのある織りですから、この特性を使ってめがねケースと一体化するとか、新たなめがね拭きのカタチを模索するなどを一歩踏み出して考える必要があると思います。

私はたまに着物を着るのですが、女性の和装品に比べ男物の和装品は数がありません。本当に何も無いのです。結局は印伝の袋を持つしかありません。このような狭い市場かも知れませんが、限られた人に高級な品を届けるのも選択肢の一つかも知れません。今後の商品展開に期待したいと思っております。ぜひ頑張ってください。

私からの講評は以上となります。

畔上 質問ないでしょうか。

北川 荅神工房、北川と申します。本来の質問とは関係ないかもしれませんが、私は荅のドライシートを今回出展させていただきました。残念ながら賞には選ばれませんでしたけれども、私自身としては、今まで荅というのはそれぞれの専門として取り扱う造園業がメインの需要家であったと思います。これを一般の需要家向けに手軽に取り扱えるという形状でドライシートというのを作っ

畔上 たしかあれは価格が付いてありました。設定して



ありましたよね。少し相場とか教えていただけますか。

北川 今のところ公的にどこかの商店とか流通で販売しているわけではなくて、インターネット上で価格を提示して売っているというだけなのですが、展示しているA4サイズで大体2,000円。

畔上 小さいものは、おいくらですか。

北川 それの4分の1ですから大体。あの小さいものは実際には売っていません。フルサイズとしてはA4サイズが今メインなのです。

畔上 今、けっこうブームに荅はなっているように思うのですが、それでも。

北川 そうですね。ブームになっているかどうかは端的に言うのは難しいけれども。

畔上 分かりました。豊口先生いかがですか。

豊口 私は庭仕事をあまりやっていないものですから、私の視点から見るとよく分からない。はっきり言って申し上げられないのですが、盆栽に凝っている方は

STEP UP FORUM Part 1 生活を助ける商品

熱中してやっていらっやいます。そういう人たちはあの苔を基本的な材料としてお使いになっているのだろうと思うのです。苔がないと盆栽が成り立たないような状態になっていますから。ただ、そういう趣味性の非常に高い商品に、どのくらいのニーズを持った方がいらっやするのか、マーケットがあるのか。この辺が鍵だと思われる。そういう人たちがいらっやるといことは確かだと思います。特に都会の生活などでは、盆栽を家の中で楽しんでいらっやの方はたくさんいらっやと思うのです。そこら辺をどういうふうに関拓をしていかれるのか。これから新しいマーケットを見付けていかれることが一番大きな課題ではないかなと思います。

畔上 では、東急ハンズさん。宮武先生お願いします。

宮武 私は製品を見て直感的に感じたことなのですけども、趣味性のほうに振るのか、関連性のほうに振るのか、少し難しいなと。振り方が難しいなと正直思いました。苔がブームなのですが、例えば盆栽だとか、あとは庭で育てるといふうにすごく趣味性を求められる方ももちろんいらっやるし、その苔を素材として使って、例えばアクセサリーホルダーだとか、あるいは表札で使ってもらって付けられるという方なのですけども、後者の方は、こういう言い方をすると適切かどうか分からないのですけども、けっこう百円ショップとかでもドライ苔を使っているのです。それで関連性のほうを求めると、本当にそこまできてしまいます。あちらのプロダクトに関して言えば、ドライ苔は本格的なものだと思いますし、なおかつ、土を使わないので、海外の検疫とかに引っかからないという特徴を持っているというところで、本格的なのだけでも簡便性が高いというものと、あとその価格ですね。どういう形で折り合いを付けて、どんな方をターゲットにするのかというのが、今一つ私からすると、その解が見付けられなかったということが正直なところですよ。

畔上 ありがとうございます。大島先生、お願いします。

大島 先生方が言われたように、私も製品の狙いが分からないと感じました。ドライ苔をどれほど大きくできるのか、大きくできるならば建築資材として開発する手法もあるのですが、その場合、量産的に可能かどうかです。逆に小さくハガキサイズにして、ハガキとして活路を見つけるかです。要するに失礼かもしれませんが、A4サイズにできましたということが先にあって、できてからどうしようというプロセスになっていると感じられます。本当は先にこういう市場でこのような問題や要望がある、その問題解決として、ドライ苔が有効なので開発したというプロセスが必要です。今後、商品展開をしていく過程において、いろいろな障壁が現れるかもしれませんが、一步一步乗り越えて進んでいくしかないと思います。発想的にはA4にこだわらず、サイズを変えることで見えてくる市場があるかと思いますので、一度試す価値はあると思います。期待しております。

畔上 いかがですか。ありがとうございます。ほかにご質問は。

高井 川口工器株式会社の高井と申します。話の中で高齢者向けの商品、主に介護関係の話が出て来たかと思うのですけども、私の母もけっこう高齢者の立場になってきたので、力が無くなってきたので、そういった方向けに介護まではいかないけれども、力添えするような商品を開発していけないかなと考えてはいたのですが、その際に見た目的にこだわる方向として、まず決して介護用品には見えないような、日常生活に一体化しながらも力を添える方向に進むほうが良いと考えるか、それとも、見た目から少し無骨だけれども、使用上に安心して使えるような、安心感を与えられるような太い素材で作ったりとか、そちらの方向に進んだほうが良いのかとご意見はいただけますか。商品開発としては美しさを求



めるか、ぱっと見の安全性を、安心感を与えるほうを目指すほうがいいのか。

豊口 良いものというのは美しいですよ。無骨なものにはよくないです。だから、いくら高齢者が使うにしても、やっぱりそれはその目的とした形をちゃんと整えていて、しかも美しく使うのが楽しくなる。これが大条件ではないかと思います。いかに安全であっても、おばあちゃんが使っているから嫌だと子どもたちが、孫が思うようなものは困る。やっぱり孫たちもそれを使ってみたいと思うような、そういうものが私は一番いいのではないかと思います。以上です。

宮武 少し介護用品から離れるのですけども、今、例えばワイングラスでも、屋外で使うようなプラスチック製品あるいはシリコンで作られたようなものがあるのですけども、一見してみると本当にガラスのような透明感があつたりするのです。非常に美しいものなのです。やはり屋外で飲むのだからこのプラスチックでいいやと思えた瞬間に、多分お客様に手に取ってもらえないのです。手に取って見たらこれ実はプラスチックなのだというようなものが比較的好まれるという傾向はもちろんあります。これは豊口委員長とも全く同じ意見なのですが、そこに何らかの驚きがないと、いくら介護用的なものだとしても、なかなか昨今、受け入れられるのも厳しいかなという印象でございます。

大島 私は介護と言う程の経験はしておりませんが、その少ない経験から話せば、やはり介護する側、される側の視点はまったく異なるように感じます。介護する側というのは大変です。想像以上に体力も要りますし、決してきれいな事ではありません。必要充分条件として介護に必要なところには必要なものが付いてきます。ただ、それを足して行くだけではなく、機能を突き詰めて整理していくと、最後は自然にきれいなモノになっていきます。必要だからと言って無骨のままで満足していると使いやすいものには決してなりません。要素を足していくのではなくて削いでいく。そうすることで、先ほど豊口先生が指摘した美しいものに自然と近づきますから、その追及を怠らなければうまくいくと思います。

畔上 ちょうどこれで時間になりました。先生方にぜひ拍手をお願いしたいと思います。どうもありがとうございました。



ステップアップフォーラム 第2部

生活を楽しむ商品

レジャー、インテリア、ファッション、健康、情報など個人の生活を豊かにする商品

NIIGATA
DESIGN IDS
COMPETITION 2017

コメンテーター

土居 輝彦

株式会社ワールドフォトプレス 編集局長
パブリッシング

近藤 裕次

株式会社京急イーエックスイン 専務取締役
株式会社京急百貨店 取締役
流通

今澤 知江

株式会社スタジオティ 代表
流通

コーディネーター

畔上 正美

新潟県工業技術総合研究所 素材応用技術支援センター長

STEP UP FORUM

Part 2

畔上 午後の部のテーマは「生活を楽しむ商品」、商品群でいうと、レジャー、インテリア、健康など、生活を豊かにする商品についてのコメントをいただくことになります。

3人の先生から講評をいただいてから、まとめて質疑の時間を取らせていただきますので、よろしくお願いいたしますします。

土居 午後の部は「生活を楽しむ商品」ということをテーマにしてお話をさせていただきたいと考えております。

ひとことで生活を楽しむと言っても、いろいろな楽しみ方がありますが、生活を楽しむために、モノはどうあるべきかという話を私のほうでさせていただきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたしますします。

最初に、皆さんによく考えていただきたいという一つの視点といいますか、着眼点があります。それは何かというと、我々はサイズの中で生活をしている、ということ。サイズの中で生活をしているとはどういうことかというと、例えば、住まいの中で考えていくと、畳というものは一つのサイズになっていますよね。部屋の広さというものは畳の畳数で判断できます。大体、6畳と言えばどのくらいの広さかということは、皆さん、感覚的に分かっていると思います。それは日本の生活空間の中で過ごしていらっしゃる方であれば、非常に簡単なことだと思います。別に部屋のサイズだけではなくて、例えば、今の時代だったら、スマホのサイズ、パソコンの画面のサイズ、テレビのサイズ。みんなサイズがあるのです。ですから、モノづくりをしていく中で、このサイズ感というものをどうとらえるかということは、とても大事なことでないかと考えます。

たまにサイズを無視して自由な発想でものを作って、そ



れがままたる場合もなきにしもあらずです。ただし、それは本当に一握りのもので、ヒットしている商品というのは、ほとんどがきちんとしたサイズ感の中で発想されて作られたものというのが多いのです。ですから、サイズについての認識というか、そういうことを常に念頭に置きながらモノづくりをしていただきたいなと考えております。

今日、お話しする中で、まず消火器というか、キッチンのレンジフードの下に置いて、ガス台の上に置いて、大体、そこから火事が起きることが多いですから、そのための消火剤を出すための製品について話をいたします。キッチンはもちろん、インテリアという視点で見ても言えることなのですが、例えば、イスの高さ、テーブルの高さ、それからキッチンの高さなどというのは適正なサイズというものが存在します。実は西洋と日本では全然高さが違います。それは、日本人と西洋人の体格の差に起因するものです。西洋のサイズ感ではイスが高くなったり、キッチンも高くなったりしている。それを日本人のサイズに合わせて少し低くしたりということが当た

STEP UP FORUM

Part 2 生活を楽しむ商品

り前のサイズ感として、我々の生活の中で浸透しているのですけれども、この商品の場合、いろいろ試してみただけですけれども、どうしてもこれ以上、高さが上がらないのです。高さ調節ができないのかなと。この高さのものが、すでにキッチンにあるということを考えてみましょう。ものとしては素晴らしく機能するものかもしれませんが、これから先ずと、何十年とそのキッチンで料理をしていく状況、例えば、家庭の奥様が、このデザインのものを目の前にずっとあるというような状況というのが、果たして理想的な状況かどうかと言われたら、どうもそれは違うのではないかという気がいたします。この商品の説明を見ますと、将来的には、キッチンメーカーと一緒に、ビルトインにして商品化してみたいという視点もお持ちのようですけれども、ただ、レンジの上で料理をする場合に油污れが、普段、皆さんキッチンの掃除の中で一番苦労されるのは、多分、レンジフードの掃除だと思うのですけれども、あのすごい油污れがこの液が出てくる出口に詰まってしまうことも多々考えられるので、発想はすごくいいのですけれども、実用性を考えた場合に、これはとてもつらいかなということが一つ。

最初に言ったサイズの話でいくと、やはりキッチンというのは、お鍋やフライパンや包丁やはさみといったいろいろなものが飛び交う空間なのです。この高さでキッチンの高さから考えたときに、やはりこのくらいの高さしかないものということでもとても不便なものに、じゃまなものになるのではないかという気がして、その辺の解決というのが足りないなと思っております。是非、そういう視点も参考に頑張ってくださいと思います。

それから、次の製品なのですが、はっきり言ってあまり点数はよくなかったのですけれども、僕はすごく可能性がある商品だと思って、今日はお話をさせていただきたいと思います。これは、何かと言いますと、実はお寿司の握り玉を作る機械です。ご飯を作って、酢飯を作って、これをぎゅっとやると、職人さんがちょうど握った感覚の要するに一番いいサイズの握り玉ができて、それに具を載せればちゃんとしたお寿司ができてというもののなのですが、まだこれは発想段階でして、こういう形になっていくだろうということで出品されました。審査のときに

ご飯が置いてあったので、審査委員の先生方も実際に試してみただけですけれども、ご飯を握る部分にいっぱいご飯粒がついて、あまり実用性が見えてこなかった。それでいい点数が取れなかったのではないかと思います。

実は、この発想というか、握り玉を作る機械というのは、1983年にオーディオテクニカという会社が作っています。レコードが全盛だった時代でしたが、前年にCDが登場して、レコード盤をトレースするカートリッジを作る会社が、これから先、CDに変わったら我々の仕事がなくなる、別の事業を考えなければいけない、ということで作られたのが「にぎりっこ」という製品でした。それはローラーをぐるぐる回すと五つ六つくらいあった握り玉を作る凹みが、ご飯の上をすくっていきながら、次々に握り玉を作るという機械だったのですけれども、その商品開発をされた方を当時、取材をさせていただいたときに聞いた中で、やはり一番印象に残ったのは、とにかくご飯粒が、握り玉のローラーの凹みに、いかにくっつかないようにするかということに最大の苦労をしたとおっしゃっていました。ですから、この商品は、これから商品化されることになると思うのですけれども、とにかくご飯と接する部分のテフロン加工なのか、金属加工なのか分かりませんが、この部分にご飯粒がくっつかないように加工や、コーティングの工夫を考えていただきたいと思います。そういった点を意識された商品開発をぜひ期待したいなと思っております。

また、工業製品の多くには継ぎ目というのがありますが、その継ぎ目というものが特にキッチンなどはそうなのですけれども、ずっと使っていくと汚れがたまりやすいのです。こういう道具もそうなのですけれども、継ぎ目の部分に汚れがたまると清潔じゃなくなるのです。

今のものづくりのキーワードは「清潔感」です。その清潔感を考えていく中で、この商品が最終的にできあがったときに、継ぎ目の部分であるとか、加工された部分の握り玉を作る部分であるとか、そういうところに汚れがたまらない、ご飯粒がつかない、そういうところまできちんと解決されることに期待したいです。お寿司は口に入るものですから、特に清潔感ということには気を使った商品開発をされたらいいかなと思いました。



次は「Tewel(テオル)」という商品です。いわゆるハンカチなのですが、実はよく考えられていて、何が考えられているかというと、小さく折りたたむので、大体ハンカチくらいのサイズにすると、すごく薄くなるのです。薄くなるということは、夏場のスタイルの中でポケットが膨らまないという利点があって、夏用としてはすごくいいかと思いました。ところが、実際の商品では、このサイズで季節関係なく売ろうというようなことが書いてあったので、できればこれはもう夏用と割り切ったものづくりとして一つ形を作っていき、冬用のこれよりももう少し大きいサイズで、もう少しかさばってもいいようなものを作られたらいいのではないかと思います。

もう一つ思うのですけれども、このタオルは、決して安いものではありません。売れるかと言われたらなかなか難しいと思うのです。あちらにも商品が展示されていますから、皆さん是非ご覧になって下さい。矢絣(やがすり)であるとか、波目であるとか、日本古来のいい柄のものがたくさん用意されています。なかなかいい商品に仕上がっています。しかし、今の時代だったら、これをポケットチーフにしたいという欲求もあるわけです。そうなったときに、このサイズではポケットチーフは難しいので、やはり四角いハンカチのサイズというのはある意味で、意味があることなのかと思いますので、その辺のサイズ感、最初に言いましたサイズ感ということをきちんと頭に入れた商品開発というものをされたら、もう少し完成度というものが上がるのではないかと思います。

最後にもう一つ、これです。午前中、東急ハンズの宮武

先生もこの商品についてお話しされていましたけれども、僕はこの商品を見たときに、私も家の中で段ボールの紐がけをやらされるので、本当に苦労がよく分かるのです。よく作ってくれたと思ったのですけれども、お値段を見たら4,000円くらいするのです。けっこうお値段が高いのです。すごくいいですし、下に紐もつけるし、車輪もついていてとてもよくできているのですけれども、さらに簡素化できないかと。車輪も要らないし、紐も置けなくていいから、もう少し簡素化して、例えば、A4とか、B4くらいのサイズのものがばっちりとはさまって、それである程度、押さえられたところではぱっと紐がけができるような簡素化したものができたら、意外とそういう商品のほうが今の家庭の中で求められていくものになるのではないかと思います。なぜかと言いますと、これはやはり家の中でずっと置きたくないのです。少し邪魔なのです。ですから、それが折りたためて、どこか部屋の隅にでも収納できるような形になれば、もう少し商品として完成度が高まってくるのではないかという気がいたしました。

畔上 ありがとうございました。たしかこれは川口工器さんの作品だと思うのですがもしいらっしゃいますか。いかがでしたか、今の先生の話は。

川口工器 すごくいい意見だと思ったので、ぜひ早速検討させていただきたいと思います。

畔上 ゴトウ熔接さんでしょうか。すぐうなずいてられ

たのですけれども、ご飯がくっついて離れなかったり、角やつなご目のところの仕上げですね。今、指摘していただいたのですけれども、話を聞かれていかがですか。

ゴトウ 熔接 非常に勉強になりまして、そのとおりかと思えます。それを全面的に開発のテーマにしたいと思っています。

土居 くっつかないというのが最大の売りになると思うので、ぜひがんばっていただきたいと思います。

ゴトウ 熔接 日本の食文化のイメージが変わるのかもしれないませんが、先ほど、先生が言われたように、やはり道具としていいものを作れば認めてもらえるのではないかなと思っていますので、がんばっていききたいと思います。

土居 最初に言い忘れましたけれども、これは絶対に輸出向けですね。もちろん国内でも需要はあるでしょうけれども、輸出用として考えられたらいいかなと思っています。

畔上 ありがとうございます。ぜひがんばって、商品化に向けてください。

続きまして、近藤審査委員からよろしくお願いいたします。

近藤 近藤でございます。昨年の、この場では京急百貨店の常務という立場でお話をさせていただきましたが、今年は先ほどご紹介いただいたように、百貨店の経営者に加え、京急EXインの専務ということで参りました。EXインとは何かと言いますと、実はビジネスホテルのチェーンでございます。ビジネスホテルと言いますと、今、何かと話題のAPAが最大手。彼らは353棟5万3千室を運営しておりますが、わが社は京急沿線に13棟2,500室というさほど大きな規模ではないのですが、昨今は後で、詳しく話そうと思いますが、2020年のオリンピックに向けて、首都圏はホテルが大変な建設ラッシュになっておりまして、いろいろな事業者がホテル業界に参入してい

るという中で、当社も今年の暮れに羽田、来年には浜松町で新店開発プロジェクトが決まっているというところで、これから多店舗化を進めていくような事業者でございます。そこで今日は、百貨店からビジネスホテルチェーンに来て感じたことを中心にマーケティングの話を前段としてお話をさせていただこうかなと思っています。

それと今、世の中で我々が注目していかなければならない二つの国策。一つは今、言いました2020年オリンピック開催に向けたインバウンド、もう一つが働き方改革実現会議の動向です。この二つがマーケットにどういう影響を及ぼすかということにふれながら、審査に当たって感じたことというように話を続けてまいりたいと思います。

まず、百貨店はつい最近、三越伊勢丹の社長が業績不振の責任を取って辞任されるというニュースが駆け巡りました。少し前には仙台のさくら百貨店が倒産。筑波西武が2月28日に閉店とか、百貨店業界は非常に厳しい状況になっております。これは、長く続くデフレの中で、百貨店の業態というものが今の状況に合わなくなってきたといったところだろうと思います。百貨店というのは、もともと非常に負担の重い施設や機能を多面的に拡げて業態を作ってきてしまいました。百貨店から負担の重たい催事場、外商、あるいはレストラン街を引いていくとどういう業態になるかと言いますと、コンビニエンスストアやSPA（製造小売専門店）になるわけです。そして百貨店はコンビニ、SPAにマーケットを奪われている。さらにCVS（コンビニエンスストア）とSPAから店舗を引くと通信販売になります。eコマースです。百貨店から市場を奪ったコンビニも、SPAも今やeコマースに市場を奪われているというところだろうと思います。

一方、ホテルに目を転じますと、グランドホテルというのが百貨店に類似した業態としてございます。やはりこのグランドホテルも宴会場というものを持っていますし、料飲部門（レストラン）を持っています。それから、百貨店の外商と同じように法人のマーケットに向けてのセールス部隊を持っています。これをグランドホテルから引くと何になるかと言いますと、私が携わっておりますビジネスホテル、宿泊特化型のホテルになります。

では、百貨店から店舗を除いたように、ビジネスホテルからベッドを引くということはありません。わけなのですが、そのビジネスホテルへの対抗馬というものは、もうすでにマーケットに出始めております。何故かという、国策のインバウンド強化が背景にあります。2016年度のインバウンドは2千4百万人を超え、2020年4千万人、2030年6千万人と言われ、宿泊施設が足りないという中、多くの出店ラッシュが続く、ホテル以外の業態が望まれるようになっているのです。その一番の強敵は民泊です。それから、カプセルホテルもどんどん上質化しております。あるいはドミトリイという形式の簡易宿泊所というものが多分2020年に向けて多数出てくる。これは長らく続くデフレとインバウンド強化が、こういったマーケット環境を生み出しているわけですが、この流れは何かと言いますと、引き算の経営だと私は見ております。何をやるかではなくて、何をやらないかという戦略的な選択と集中を行うことで業態がどんどん変化しているというのが今の時代ではないのかなと感じているところでございます。ですから、昨日、商品審査にあたりましては、何をやらないかという選択肢の中で、商品づくりがされているものというのはどんなものかなみたいな問題意識の中で、一つ見させていただきました。

もう一つ、働き方改革実現会議の問題でございます。これは当然、女性の活力をどんどん世の中に活用していこうということで、当然、少子高齢化、人口減社会の中で、働き手がどんどん少なくなる。女性の力を世の中



にもっと活用していこうということがベースになってできあがっているものだと思います。ですから、ダイバーシティの問題なども当然入ってくるのですが、今、一番話題になっているのは、電通の痛ましい若い女性社員の自殺から始まって、労働時間の短縮ですね。先般、プレミアムフライデーというものが初めて行われまして、都心部では多少、話題にはなりませんでしたけれども、これも要は労働時間を短縮していこうという国策の中で動いてきていると考えます。時間当たり生産性の向上を世界のトップレベルにしたい、ということですね。そうすると、その余った時間で何をするのというところになってくるのですが、午前中のフォーラムでも東急ハンズの宮武さんがおっしゃっていましたが、小売では「モノ」から「コト」へということで、もう「モノ」は要らない。体験型の価値の提案や旅行であったり、あるいは文化教室だったり、そういったものの価値が見直される時代になっているのではないかなというように話がございました。ただ、人間長く生きているといういろいろなことを経験できまして、実は「モノ」から「コト」へというのは、1970年代オイルショックの時代に「モノ」から「心」へといったことが叫ばれたことの焼き直しなのではないかなと感じていますが、その時代、心を重視したマーケティングが行われたかという、実はそんなことなく、せいぜいオウム真理教みたいないびつな新興宗教が生まれたくらいでございました。

何が言いたいかと言いますと、あまり「モノ」から「コト」へというテーマにしばられる必要はなく、そうではなくて、商品開発をする中で、時間の価値というものが相対的に上がってくるというところに視点を合わせていくべきであり、やはりそういった視点でものを見ますと、エイジングビーフ（熟成肉）が食品の中で流行ったとか、あるいはボジョレヌーボーが全く売れなくなった。新しい商品が以前と比べると持てはやされなくなって、それよりは熟成に時間のかかる発酵食品のほうが脚光をあびるようになってくる。要は未来志向よりも、過去や歴史的価値に向かった志向。時間というものの蓄積がそこに表現されているような商品といったものの価値が相対的に上がってくる。そういう世の中の流れなのではないのかなというふうに思っているところです。

以上、インバウンドのお話と何をやらないかという戦略的な選択と集中のお話と時間型商品というお話をしている中で、私が審査委員賞に挙げさせていただきしたのは、安田瓦の丸三安田瓦工業さんがお作りになった、こちらの「TSUKI」という賞品です。これは安田瓦という伝統の瓦の製作技法に則って、瓦ではない新しいジャンルの商品にチャレンジしたいということで作られた食器です。瓦のマーケットというのは震災以降非常に縮小していて、この伝統技術がへたすると途切れてしまう。そういう危機感に基づき、何とかしなくてはいけないという中で、この商品が開発されたとお聞きしております。伝統の鉄色という非常にユニークな色を使い、伝統の技法に則って作っているのですが、見た目、瓦とは到底見えない。後ろを見ると瓦だなということが分かるのですが、昨日の夜の懇親会で、丸三さんの遠藤常務にお話をお聞きしたところ、「山口県の下関に瓦そばってありますよね。それは意識されたのですか」とお聞きしたところ、「いや、あれはやっちゃいけないと思いました」というふうに遠藤常務が即答されて、これこそやらない戦略ということなのではないかと思って、その中で伝統技術という時間型商品、

価値のあるもの、背景のあるものを活かして現在と未来に向かって商品開発するということで作られている素晴らしい商品ではないかと思いました。

同様に、賞には惜しくも漏れてしまったのかもしれませんが、同じく伝統技法に則って作られた商品ということで、「Homage&mitate(オマージュ&ミタテ)」にふれたいと思います。こちらは漆を使った賞品です。木製の器に漆を塗っているわけですが、これも200年前の廃れてしまった伝統技法である髹銀塗り(おぼろぎぬり)という手法を使って食器を作ったということで、丸三さんと同じような発想の中で作られた食器ということで、とても素晴らしいなと感じているところです。また、「オマージュ&ミタテ」というネーミングには、「ミタテル」という日本の価値が表現されています。「ミタテル」「アツラエル」「シツラエル」というのは、新しい価値を未来に向けて提供するという日本の価値観であり、伝統を未来に向けて解放する行為ともうけとれます。実は、賞を取られた「SILOK」も伝統の技法で織られた、お坊さんの袈裟などに使われていた生地をベースに商品づくりをされているのですが、この三つの商品の共通項であ

る伝統、時間という価値観を持っているものを未来に向けてどう展開していくかといったところに大変僕は感銘を受けたといったところでございます。

最後に、昨年、この場で新潟は酒の文化があるので、酒器をいろいろもっと活性化させてくださいというようなお話をしたところ、こういった商品が出てまいりました。銅の鍍起で「酒器」という商品でございます。一人で晩酌するときに非常に便利な商品だなとも思います。一人用という価値観も現代に合っていますし、残念ながらお酒ではなく、水で注いでみたのですが、注ぎ口の水の切れ方。非常に美しく、それを見ただけで気持ちよくなる商品で、これも伝統技法に則った素晴らしい商品だと感じましたので、昨年、私がここで酒の話をしたのを受けて作ってくださったのならば、最後に素晴らしいものを作って下さり、ありがとうございますと感謝を述べて、私のコメントとさせていただきます。

畔上 ありがとうございます。髹銀なのですが、新潟漆器の組合の方が作られたのですか。今日、おいでですか。女性の方などいらっしゃるのですか。新潟漆器もいろいろ種類もいっぱいあるのですけれども、私も初めて髹銀という名前を知って、ぱっと見かけは完全に金属ですよ。そのときも国の開発プロジェクトに新潟県は1人だけ参加されていて、商品開発をやってられるようです。ありがとうございました。

それでは、今澤先生よろしく願いいたします。

今澤 今澤です。私がどんな仕事をしてきたか少しお話しさせていただきます。

新規事業計画を立ててショップブランドを作るような仕事、例えば、六本木ヒルズの商業施設を作ったのですが、その中に今も残っているのですが、「CLASSICS THE SMALL LUXURY」というハンカチ屋さんと「TOUCH」というタオル屋さんがあるのですが、それはその商品の素材や特性の原点に帰って商品企画を見直して、全く新しいブランドを作るということを、私からその会社の社長さんにお願いをして作っていただいたブランドなのですが、ハンカチの持っている本来の意

味、タオルの持っている本来の意味が伝わるブランドとして今も人気があります。それ以外に、普通の商品企画つまり女性対象の雑貨商品の商品企画とデザインをすることで、小さなメーカーさんのカンパニーブランドを作るといったようなこともしています。

それから、障害者施設のお手伝いもしています。その施設の利用者さんたちが作るお菓子を同僚で買ってほしくないと40歳の若い女性理事長さんがおっしゃいました。その言葉を聞き、それに感動して、それならお手伝いしたいと思って始めました。「カステラを焼いて、それを使ってラスクを作る」ということを1年かけて試作していたところに私がいったのです。理事長さんたちは「カステラとラスク」を販売したいと考えていたようですが、それではコンビニ商品との価格競争になると思いました。そのお菓子を通して、何を伝えたいのかを伺ったら、「子供たちの笑顔を伝えたい」とおっしゃったので「えがおのおやつ」というブランドにしました。カステラはどういう食感が聞いたら「ふわふわ」と言うから、それは「ゆるふわ」という名称にしましょう。ラスクは「さくさくしている」から「さくさく」という名称にしました。そうするとコンビニ等との価格競争に引っかけからず商品を見ていただけるし、子供たちのイラストを使ったパッケージにもなったので、それがかわいいから買ってください。おいしいからまた買いに来るといことになるかと思いました。それを私が考えるのではなくて、施設の職員さんたちと一緒に考えて商品化していきました。新潟の仕事も黒川さんのお手伝いで幾つかさせていただいたので、十数年ぶりでまた審査員をさせていただき、商品の進化ぶりにすごく驚きました。みんなすばらしくて、一つずつがパワーのある商品になっていて、それだけで感動しました。やはりその中でも、仕事の関係もあり、素材にすぐ目がいきました。いいと思ったのが、「紹(ろ)」と「紗(しゃ)」を使って作るストール類です。私が個人的にすごくストールが好きということもあるのですが、「紹」と「紗」は、私が母から着物を譲り受けて両方とも持っているで夏になると着ています。本当にいいなと思っていたものが、こういう形で伝わってくるということがすばらしいと思ったのです。着物は残したほうがいいのです



けれども、今の生活にはなかなか合いづらいところがあるので、このように素材感を通して、ここからまた着物に戻っていただくこともできるかもしれないと考えました。そして、ストールという新しいアプローチで伝えることがいいと思いました。これは素材が持つ力でみんなに訴えかけていく感じがするからです。

それとこれは触っていただくと分かるのですが、触ったときの感触がすてきなです。私は先ほどお話ししたタオル屋さんを作ったときに「肌ごこち」を一番考えたのですが、これも同じで、肌に触れたときの心地がすごく良くて、ストレートに心につながってくる、心が安らぐ感じがするのです。そうするとこれを持っていると恐いおばさんにはならないように思いました。こういうもの身に着けていると、怒りそうになったとき、これに触ると少しやさしい気持ちになれるかも知れないと言うようなことも含めて、「心にまで響いてくる商品群」と思っています。でも、一つお願いをしたいことは、やはり今のファッションに合わせた色やデザインを考えていただきたいということです。そうすると、日常的に使いたいスカーフになると思いますし、もう少し小さいサイズでバンダナサイズのものがあるとより使いやすくなるかと思えます。サイズ展開と色展開、デザインの展開をもう少ししていただくと、より魅力的な商品になり、素材の持つよさと新潟の生地の持つ力というのが伝わっていくかと思いました。

もう一つ選ばせていただいたのは、「ししゅうのえほん」です。これは「ししゅうされた見開きえほん」を二つ折りにして「紙製のブックケース」の中に入れたもので本として贈れるということと、本体を箱から出して、開いて触ることによって刺繍の糸の起伏が指先を通して細かく伝わってきて手仕事の温もりが伝わります。私が無類の刺繍好きということもあるのですが、今、朝のドラマの「べっぴんさん」の中で、ドラマの一つのキーワードが「刺繍」になっていますよね。「刺繍が親子をつなぐ」とか、「お客様と商品とつなぐ」とか、それを通して、刺繍のポジショニングが全国区になったなと思っていたところにこれと出会ったものですから、いろいろな意味で、発展性があると思ったのです。やはりこういう手仕事ってすごく



良いです。でもこれを本として終わらせるだけでは、もったいないので、昨日、審査委員の皆さんの中からも意見が出たのですが、例えば、これがブックカバーになる、つまり「文庫本サイズのカバーにもなります」ということだったりすると良いのかと。これだけで飾っておくのもいいけれども、やはり使えるようになると嬉しいと思うので、「何かに変身して使えるアイディア」があるといいと思うし、刺繍のところがかが形で抜けていて「ブローチ」として使えたりするのでもいいかなと思いました。そうすると小さなものから大きなものまでの展開ができるのかと思うのです。こういった「手の温もりが伝わる刺繍商品」は、「心がつながり、コミュニケーションが生まれる」ということが商品の魅力になっていると思います。だから、いくら今、モノが売れない時代と言っても、「自分の暮らしが豊かになる」とか、「心が豊かになる」とか、「近くに置いておきたい」とか、「見ているだけで幸せ」というモノは、どうしても買いたくなくと思っています。そういった心が通い合う商品に、今取り上げさせていただいた二つの商品はなっていると思いました。

それから、私の個人賞で選ばせていただいたのが、この仏壇代わりの小さな壇板の上に仏具を置いた商品です。私が一昨年、京都の南禅寺にある庭園寺院の中にショップを作るという企画を手がけた時に、小さな仏空間、つまり小さな壇板にお線香を立てたり、お花を生けたりというシンプルな形での小さな壇を作って新しい祈りの形を提案したいと考えていました。つまり「新しい祈りの形の提案ができる商品」を何か探したいと思っていたのです。いろいろ探したのですが、かわいい「ろうそく」や「お香」等は見つかったのですが、全体のイメージを象徴するものが何もなくしたのです。今回、ここで商品を拝見したときに、私が思っていた「祈りの空間」がここにあったと思って、すごくいいなと思ったのです。と

いうのは、だれでも身近な両親が亡くなったり、いろいろな災害や事件が起きたりして不安がいっぱいのこの時代、「手を合わせて祈り、心を通わせたい」と思う時があると思うのです。それは、「自分がある現在を起点として、過去とこれからの未来」が全部つながり、安心感を得ることができる、と言うことだと思うのです。この仏壇代わりの小さな壇板はそのための空間演出をしてくれ、「心が安らぐ自分スタイルの祈りの空間」が作れるようになると思ったのです。メーカーの阿部仏壇製作所さんにお話を聞いて、後ろに装飾のガラス板を立ててある部分が写真になってもいいし、違うものを置いてもいいということなので、いろいろアレンジして、マイスタイル壇板使いで自分の祈りの空間が作れるのが、すごく良いと思いました。これはまさに「心が安らぐ商品」、こういうものが家の中にあると幸せな気持ちになれるかと思いましたが、本当に今、モノの売れない時代と言われていますけれども、今、私が推薦させていただいた商品を見ると、やはり欲しいと思うのです。値段がさほど高くないですから、買いたいと思える魅力にあふれていると思ったのです。買った人もすごく幸せになれるし、例えばこういうものを誰かにプレゼントしたときに、もらった人もすごくハッピーな気持ちになれると思うのです。だから、いろいろな意味で、「生活を豊かにしてくれて、心を豊かにしてくれるモノ」であれば残れると思うので、その基本は新潟にはたくさんあると思わせていただきました。これからも楽しい出品を期待しております。ありがとうございました。

畔上 ありがとうございます。阿部仏壇製作所さんはいらっしゃるんですか。この商品はもうすでに商品になっているものなのですか。

阿部仏壇製作所 阿部仏壇製作所の吉田と申します。まだ、今回、試作品の途中として出させてもらったのですが、来月から早速、試験的な販売ではあるのですが、新潟の百貨店で販売していいよという許可を頂いたところ です。

畔上 価格設定は考えられているのですか。

阿部仏壇製作所 おおよそは決まっております。

畔上 今澤先生は、これからこれを商品としてというところまでまだ。

今澤 もう少しいろいろな形にカスタマイズできるようになったり、例えば、ご推奨する寺院に合う様式を少し取り入れるようになったり、ということであれば、考えられることがあるのかと思います。

畔上 ありがとうございます。質問はいいですか。

阿部仏壇製作所 せっかくの機会なので最後に一つ質問で、カスタマイズという部分で、今のところ弊社で作っているステージの部分、木の部分と同じ新潟の会社に協力してもらっている背景にあるガラス、もしくはアクリル板、つまり写真立てですが、そこをお客様が選んでいただけるというようなことを考えていて、実際、手前に置いてあった仏具に関しては、富山の高岡で作っているうちがもともと仏壇の製造販売をしている会社ですので、おつきあいのある仏具メーカーから仕入れているものなので、すけれども、お客様の用途によっては、おりんが要らないとか、その代わりお花は置きたいとか、多分、それぞれの考え方があると思うのです。ただ、あまりそれが多岐に広がってしまうと、私どもで提供できるサービスの幅が広がってしまうために在庫の管理が大変だったりとか、間違いの原因になったりとか、そういうことが問題として出てくると思うのです。どういったところまでカバーすればいいのだらうというか、バリエーションであったりというところがまだはっきりしていない部分がありまして、何か一つアドバイスをいただけたらありがたいです。

今澤 御社は本来、仏壇を作っていたから、いろいろなことをご存じだと思うのですが、基本的なことでは「お線香を立てる」、「お花を生ける」ことなのかと思います。私は自分でどうしたかという、友人の陶芸家

STEP UP FORUM Part 2 生活を楽しむ商品

が作った楕円型の中皿の上に、京都の「リスンのお香」をお線香の代わりに香立てで立てて、それからろうそくは石川県の「菜の花ろうそく」を買って、小さな「花びら型のろうそく立て」にたて、それに合わせる小さな「りんご型の火消し」があったのでそれを添えました。そんな風に本当に必要なものだけをパーツでそろえて、自分の母の仏前を作りました。そのように基本的に必要なものは限られるじゃないですか。その中でチョイスできて、この壇板の上で自分の思いが形になれば、本当に「マイスタイルの祈りの空間」が作れますよね。それとあまりデザイン的である必要はないと思います。スタイリッシュでなければいけないということはないので、少しかわいらしかったり、やさしかったりという要素が入ってきてもいいのかなと思うので、デザインが勝ちすぎない方向でのまとめがあったらいいかと思っております。

阿部仏壇製作所 大変参考になりました。ありがとうございます。

畔上 ご質問のある方は挙手をお願いいたします。

苔神工房 苔神工房の北川と申します。苔の製品を今回、出品させてもらっています。苔は従来、用途としては造園向けが大半で、それ以外の用途というのはあまりなかったのですが、この用途を拡大するという意味で、クラフトとか、室内使用でのさまざまな形態に合うような形でドライシートというものを開発していたのですが、これについて審査員の皆さん方、ご覧になってどんな印象を持たれたか。市場性とか、そんなものについてご意見を伺いたいと思います。お願いします。

土居 午前中もこの話題が出ました。まず最初に質問なのですが、例えばあのドライシートは、水をかけると着床というのでしょうか、着苗というのでしょうか、要するにまた生き返るものなのでしょうか。

苔神工房 成長を開始します。

土居 成長を開始するのですね。あれは、輸出はできるのでしょうか。

苔神工房 できます。

土居 そうしたら、僕は商品を見たときに思ったのは、最近、盆栽が好きな外国人の方がすごく多いのです。植木鉢というか、プランターというのは、日本であろうが、イギリスだったら本場のガーデン用のプランターがあるだろうし、スペインだったら赤い土のスペイン産の土でできたようなプランターもあるだろうし、そういうところに実際にクラフトとおっしゃっていましたから、例えば小さく切った正方形のものを千鳥格子に並べていたりとか、そういう具体例というものを各国のいろいろなプランターを持ってきて、その中で再現したものが見たいと思いました。またこれはとても大事なことですけれども、製品のパッケージも含めた英語版を作ったらいかがでしょうか。

苔神工房 サンプルを作るということ？

土居 サンプルというか、要するに具体例です。この商品でこういうことができると。それを日本のプランターでやったらまいち伝わるものも伝わらないと思うのですが、海外で実際に日常生活で使われているようなプランターの中でその世界観を提示されると、伝わりやすいかなということが一つ。それから、英語版を作るということ。そして、これはとても大事なことですけれども、インターネットを通して自らホームページを立ち上げて、その中で発信されることをお勧めします。実際、苔の育成はやったことがないので分からないのですが、ただ、苔自体はすごく魅力的なものですから、海外で売る場合も、何という商品名になるか分かりませんが、生きているモスというようなことでネーミングをきちんと作られてやれたらいいかなというふうに思います。

苔神工房 やってみたいと思います。

畔上 今澤先生、近藤先生いかがですか。

近藤 あの商品を見させていただいて、私が反射的に思ったのは、ビルの緑化対策用の一つとして認定されるものなのでしょうか。

苔神工房 多分なると思います。今のところ、ビルの屋上や壁面などの緑化で苔をいろいろ使われているのですが、実態としては、なかなか壁面や屋上で苔が定着して生長するという例は少ないのです。ですから、新しい製品で私は試験をやっている最中なのですが、ある程度の実績が出た段階で、そういう土木建築関係の製品として提案していこうとは思っています。

近藤 午前中、大島先生もおっしゃっていたのですが、やはり建築の方向というのは一つあるのかと思います。僕は今、ホテルの経営をやっていますので、当然、新館のホテルを建てるときに緑化という問題に直面いたします。それがああいったもので、もし実現されるのであれば、一つの特徴になり得るかと感じましたので、そのところをぜひこの後研究されるとよろしいかと思います。

苔神工房 継続して努力します。

今澤 商品を見せていただいたときに、スイスの山に住んでいるフランス人なのですが、日本文化が大好きで日本語ペラペラというおばあちゃま友達がいますけれども、その人にお土産に持っていきたいなと思ったのです。だけれども、あのパッケージじゃと躊躇しましたし、先ほど、土居先生がおっしゃったように、英語の説明がないから差し上げてわからないかもしれないと思いました。それと、使い方をうまく説明できないから、せめて英語版のホームページを見て、そのやり方が分かるということがあれば、少しインターナショナルになり得るかと思いました。苔が好きな外国の方が多いと聞いているので、ホームページを見ることでつながっていくかと思っていますので、そのあたり、工夫してみてください。

苔神工房 分かりました。やってみます。

畔上 それでは、そのほかにご質問ないですか。

川口工器 川口工器株式会社の高井です。とても個人的な質問になってしまうのですが、先ほど、土居様がおっしゃっていた簡素化したA4、B4サイズのものというのは、売価として目指すところはどれくらいでしょうか。

土居 そうですね。東急ハンズの宮武さんに聞いたほうがいいかと思うのですが、でも例えばどうでしょう。これについてこのサイズのもので、多分、3,900円でしたっけ。

川口工器 はい、3,980円です。

土居 半分くらいかな。1,500円とかくらいが一番現実的な値段かなという気がします。

川口工器 分かりました。

土居 普段は量んでいるのですが、きゅっと引っ張ったらこういう形になって、そこに段ボールも挟んでいけば、ぱっと紐がかけられるというものが欲しいです。

川口工器 ではもうしばっておくみたいな、十字にしておいておくみたいなものですか。分かりました、目指してみたいと思います。

畔上 逆に作り手としては、3,980円とはじいていますけれども、半額だとどうですか？

川口工器 いや、もうこれで限界というところを持ってきたものです。

畔上 宮武先生がいらっしゃいますので、ついでに大体。

宮武 安ければ安いほどいいと思うのです、私もね。昨日、たまたま個人的にお話をしたときに、仮に3,980円



の売価であれば、もう一機能、二機能あったほうがという話はいたしました。困り具合によって、多分、相当困っている人は、ある程度、お金を積んでも欲しいでしょうし、逆にあってもなくてもいいかなくらいな感じの人にとっては、多分、かなり金額的な要素が違うと思うので、そこは難しいところかなと思います。

畔上 すみません、突然ありがとうございました。やはりなかなか厳しいですね。

川口工器 いっぱい作れば安くなりますので。けっこう小ロットで作っているの。

畔上 分かりました。それでは、ほかにございませんか。まだ時間が少しあるのですけれども。

土居 せっかく審査委員特別賞をあげたのでこのお話をします。

五泉市で作っている白いシルクの織物なのですが、ぜひ皆さん、あそこに展示してある商品を見てください。模様がものすごくかわいいのです。ちょっとゆるキャラなのですが、自分たちでキャラクターを作られて、その絵を織りで表現されていて、とてもすごい商品なのです。商品としては、このサイズのメガネ拭きが提案されて、これで1,000円というけっこうなお値段なの

で、モノはすばらしいので賞をあげたのですが、実際の商品として競争力があるかという、なかなかこれから厳しいかと思っています。ただ、一つだけ皆さんにもぜひ見ていただきたいのは、この会社のロゴマークとSILOKという文字の「O」の字がひょうたん型になっていて、こどもひょうたんを横にした形になっていて、ロゴもこのひょうたんの形の中に収まっていてということで、よく見たら模様自体がひょうたんの形なのです。とてもグラフィックのデザインがすばらしいのです。よく考えられている。裏側にはきちんと五泉のシルクの歴史が書いてあり、実際の職人さんの写真も入ったりということで、とても完成度が高い商品なので、多分、モノづくりをしていく中で、こういうコンペなどにも皆さんこれからもっと出されていくことになると思うのですが、そういうときにプレゼンテーションの仕方としてこれだけのものが実際にできているわけですから、ぜひ参考にされて、何を自分たちが訴えるかということとをぜひ来年からのコンペに活かしていただきたいなと思います。そういう意味では、すごくいい参考商品になると思うので、皆さんに見ていただきたいと思います。

畔上 最後に一言ずつ、今澤先生のほうからこの産地に対するエールでもいいですし、モノづくりのヒントでもいいのですが、お願いしたいと思います。

今澤 今、土居先生のほうからもご説明があったように、「SILOK」のパッケージもすてきだし、「ししゅうのえほん」も箱がブックケースになっていて本の形になっているということもすごくすてきだと思ったのです。そうすると土居先生がおっしゃったことと同じなのですが、伝わりやすいし分かりやすいと思うのです。それと、このようにパッケージに入れて魅力を付加すると、「プレゼントになる」と、思いますよね。そうすると自分も買いたいし、またお友達のためにも買いたいというような購買動機が広がると考えられるのです。そういう意味も含めて、パッケージをきちんと作って提案するということは、先ほどの「寿司玉作りの機械」だってパッケージに入っていれば贈り物になると思うのです。ちょっとプレゼントしたいなと思えるアイテムになり得るということは大切だと思うので、できることならば、商品単体ではなくて、最終的なパッケージデザインもしていただいて、ご提案いただくと、見た方のイメージがすごく膨らむと思うのです。そういうことも含めてご提案いただけるとありがたいと思います。よろしく願いいたします。

近藤 拝見させていただいたのは、76点ですが、昨年よりも多く商品を見せていただいて、総体的に感じたことは、デザインのクオリティレベルが昨年よりもさらに上に上がってきたという印象でございました。先ほど、商品の価格のことでいろいろお話がありましたけれども、お客様はモノがこれだけあふれている時代ですから、ある程度、事前の期待値というものを持っています。この商品だったらこのくらいの値段だろうとか、この商品だったらこのくらいの機能だろうとか、それを上回るような提供価値というものがないと顧客満足にはつながらない。感動しない。その部分が一番大事だと思いますので、今、今澤さんもおっしゃっていましたパッケージもお客様の事前期待値を裏切る、上回って裏切るというようなことの一つの要素かもしれませんので、ぜひ皆様それぞれの商品の中で、お客様がどの程度、何をこれに期待するかなということを想定したうえで、それを上回るような提供価値を商品に与えていくような方向で開発にまい進していただければと期待しております。

土居 せっかくなので、最後に、先ほどの仏壇の方なのですが、うちは数年前にペットが亡くなりまして、骨をどうしようかということで、いろいろお墓を探したりしたのですが、手元に置きたいという家族の願いも強かった。そんな気持ちを持つ人に、ああいう特別なものがあるととてもいいなと思ったのです。ただ、骨壺自体をむき出しで置くのには抵抗があります。結界とまでは言いませんけれども、透明な空間の中にガラスか何かで囲った中に本体がきちんと入っていたらいいですね。他に写真が1枚入れられればいいかと。また本棚に収納できるような、そういうサイズの中での発想もありですね。

阿部仏壇製作所 ペット用としてまだ……。

土居 そうですね。剥き出しのままおきたくないのです。そこは気持ちの問題だと思うのですが、それが写真と一緒に飾られたらいいかなと思いました。あったら欲しいです。

畔上 ありがとうございます。

このコンペは実は27年前から始まっていて、そのときからモノ余りの時代というようにずっと言われ続けて27回やっているわけですが、我々はずっとモノを作り続けています。一方で、最近、エシカルデザインとか、エシカル消費という、エシカルというのは倫理的ということだそうなのですが、倫理的な商品、倫理的でないということで、国のほうも2年前に倫理的商品研究会というものを立ち上げています。そののねらいは持続型社会を実現するという目標のものなのですが、要は、作る責任と使う責任ということになるわけですが、今回、ここに出品されているものというのは、すごく責任と誇りを持って作られているものばかりで、ある意味、我々使うほうが求められているのは、使い手の責任ということを問われているのかと思います。

それでは、時間が来ましたので、これでステップアップフォーラムを終了したいと思います。どうもありがとうございました。

併設展



百年物語

Centennial Value Collection
from Niigata JAPAN



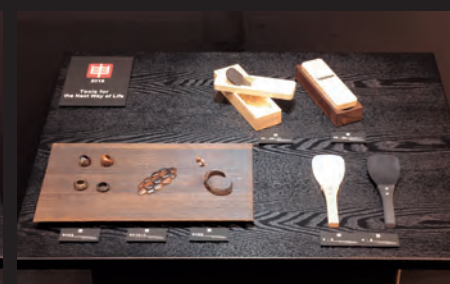
百年物語「酉年モデル(2017年モデル)」の特別展示

ニイガタIDSデザインコンペティション2017の併設展として、新潟発の国際ブランド『百年物語』の特別展示を行いました。

『百年物語』は、次代の生活文化を創造していく道具として、「100年後にも大切にしていきたい生活文化を、

楽しみ、維持し、継承していくための道具」を基本テーマとして商品開発を行っております。

今回の特別展示では、平成29年2月にドイツ・アンビエンテメッセ2017発表を行った最新モデルを中心に展示を行いました。



出品者一覧

ジャンル

- Tool (ツール)
- Bath & Toiletry (バス & トイレタリー)
- Gardening (ガーデニング)
- Interior (インテリア)
- Home electronics (家電)
- Disaster prevention (防災)
- Education (教育)
- Kitchen tool (キッチンツール)
- Help & Health (ヘルプ & ヘルス)
- Table ware (テーブルウェア)
- Fashion (ファッション)
- Stationary (ステーションナリー)
- Outdoor (アウトドア)
- Others (その他)
- System (システム)

検索方法

このページからご覧になりたい出品者の作品を検索することができます。
例えば「07- ■ 01」の場合、「7 ページ内にあるジャンル No.01 の作品」となり、
■はそのジャンルが「Stationary (ステーションナリー)」であることを示しています (左記参照)。
ジャンル No. は該当ジャンルの通し番号で、各作品ごとに記載されています。

	企業名	住所	TEL	URL	ページNo. (ジャンルNo.)	
あ	アーネスト株式会社	三条市福島新田丁858	0256-41-1010	http://www.ar-nest.co.jp/	23-■11、23-■12、26-■07	
	有限会社浅野木工所	三条市南四日町2丁目11番23号	0256-32-1800	http://asano-mokkousho.co.jp	18-■04	
	有限会社阿部仏壇製作所	新潟市東区木工新町372-10	025-275-7801	http://www.ab.auone-net.jp/~abe-bu/index.html	14-■02、25-■04	
	有限会社E & E	三条市下保内2989	0256-39-0177	http://www.eande-ltd.com	27-■04、29-■02	
	新潟県クラフトマンクラブ 有限会社イソダ器物	燕市桜町3116-8	0256-64-5665	http://www.niigata-craft.jp/isoda.html	29-■03	
	一菱金属株式会社	燕市燕49-7	0256-63-7211	http://www.ichibishi.com	09-■01、22-■07	
	有限会社井出計器	糸魚川市竹ヶ花125-1	025-556-6432	http://idekeiki.com/	09-■02	
	有限会社永塚製作所	三条市塚野目6-9-1	0256-38-8275	http://www.field-good.jp	17-■01	
	有限会社エス・オー・ディ	新発田市新富町1-1-3ストライプビル2F	0254-24-5121	http://www.sod-design.co.jp	19-■05	
	越後亀紺屋 藤岡染工場	阿賀野市中央町2-11-6	0250-62-2175	http://kamekonya.com/	17-■01	
	有限会社小国和紙生産組合	長岡市小国町小栗山145番地	0258-95-3016	http://www.oguniwashi.jp	18-■04	
	有限会社おだきん	小千谷市城内1-10-12	025-882-2136		11-■01	
	有限会社小田製陶所	阿賀野市六野瀬2312	0250-68-3432	http://www.odakame.com	20-■04	
か	オトノハコ株式会社	新潟市西区善久799-2	025-211-2213	http://otonohako.co.jp/	30-■05	
	株式会社兼古製作所	三条市塚野目2201	0256-32-6321	http://www.anextool.co.jp/	16-■02	
	川口工器株式会社	三条市一ノ門2丁目4-45	0256-32-0421	http://kawako.info	13-■01	
	株式会社川崎合成樹脂	三条市下保内401-17	0256-38-2531	http://www.kawasaki-plastics.jp/	22-■08、22-■09	
	桐建材株式会社	新潟市西区遠藤863番地 1	0256-77-8950	http://www.kirikenzai.com/	24-■02	
	株式会社グリーンライフ	三条市南四日町3-7-58	0256-36-4001	http://www.greenlife-web.co.jp	29-■03、30-■06	
	株式会社クワバラ	長岡市関原南1-4346	0258-46-6013	http://www.kuwabara-kk.com	19-■06	
	苔神工房	新潟市中央区本町通14番町3118-7	025-223-4274	http://www.kokesin.com	17-■03	
	幸工 (KOKO)	加茂市大字下条戊906-8	0256-53-0410		25-■02	
	有限会社ゴトウ熔接	燕市粟生津1393番地 1	0256-92-6736	http://gotou-yousetsu.co.jp/	23-■10	
	COLON (コロン)	上越市柿崎区川井1264-1	080-2386-5116	http://www.colon-design.com	27-■03	
	さ	株式会社さいかい産業	新潟市西区みずき野2-12-9	025-239-1400	http://www.saikai-sangyo.com/	10-■02
		有限会社坂井工業	三条市直江町4-7-44	0256-33-2082	http://sakaikougyo.co.jp	31-■06
株式会社三条特殊鋳工所		三条市大字福島新田丁642	0256-45-3155	http://www.e-santoku.co.jp	24-■14	
シゲル工業株式会社		上越市頸城区西福島401番地2	025-545-0050	http://www.shigeru-k.co.jp/	21-■04	

	企業名	住所	TEL	URL	ページNo. (ジャンルNo.)
	株式会社システムスクエア	長岡市新産3-5-2	0258-47-1377	http://www.system-square.co.jp/	08-■01
	下村 宇三郎	燕市笹曲10番19号	0256-97-2437		16-■01
	下村企販株式会社	燕市小池4803-4	0256-64-5588	http://kajidonya.com/	23-■13
	進展工業株式会社	新潟市西区寺地670-7	025-267-3762	http://shin-ten.com	30-■07
	シンワ測定株式会社	三条市興野3-18-21	0256-34-1412	http://www.shinwasokutei.co.jp/	16-■03
	STUDIO 4CS	長岡市長峰町60-134	0258-47-3221		27-■06
	ストーリーオ株式会社	小千谷市本町2丁目7番3号201	0258-81-0006	http://avanwood.storio.co.jp/	28-■02
	株式会社スパンギャルド	新潟市東区松和町8-26	025-383-6810	http://thecanvet.com/	28-■07
た	株式会社第一印刷所	新潟市中央区和合町2-4-18第一和合ビル1階	025-283-6222	http://www.dip.co.jp	28-■03
	有限会社高三	三条市金子新田1669-20	0256-32-0365		16-■04
	ツインバード工業株式会社	燕市吉田西太田2084-2	0256-61-6141	http://www.twinbird.jp/	20-■01、20-■02、20-■03
	塚野刺繍株式会社	五泉市石曽根新42-3	0250-58-2130		21-■01
	株式会社テーエム	三条市金子新田丙967	0256-33-1200	http://tm-tm.net/	26-■08
	株式会社トクニ工業	燕市新興野15番28号	0256-97-4721	http://www.tokuni.co.jp	29-■04
	株式会社トミタ	燕市大曲2602	0256-62-5962	http://www.tomita-kogyosho.co.jp/	30-■04
	株式会社富田刃物	燕市小関623-1	0256-63-2221	http://www.nisaku.co.jp	17-■02
な	特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会NAZE	長岡市新産4丁目1番地1	0258-42-8700	http://www.naze.biz/	31-■07
	長岡藤家具研究会	長岡市高見町738-1	0258-89-7466		24-■01
	成田 文香	新潟市西蒲区横曽根64番地9	0256-78-8585		19-■08
	新潟精密鋳造株式会社	燕市砂子塚726-3	0256-98-5121	http://jizodo.jp/	18-■03、22-■06
	日本ファイヤープロテクト株式会社	長岡市下々条町1202-2	0258-86-7308	http://group-jfp.com	21-■01
	株式会社ネオス	長岡市幸町1-3-10	0258-33-8836	http://www.neos-design.co.jp/	07-■01
は	羊工房	村上市古渡路1483-3	0254-72-1553		25-■03
	falaj	上越市大学前65	025-523-1696		19-■07
	株式会社富貴堂	燕市花見274番地4	0256-63-8395	http://www.fuukidou.co.jp	26-■06
	藤屋段ボール株式会社	北蒲原郡聖籠町東港3丁目78-2	025-256-1221	http://www.fujiya-db.com/index.html	18-■02
	プリンス工業株式会社	三条市金子新田丙313-1	0256-33-0384	http://prince-kk.jp/	11-■03
	株式会社フレーム／新潟漆器株式会社	新潟市中央区万代3-3-27 DNビル2F	025-255-1655	http://frame-d.jp/	26-■09
ま	丸三安田瓦工業株式会社	阿賀野市保田6130-1	0250-68-3802	http://www.marumikawara.com	12-■01
	株式会社宮崎製作所	燕市小池4852-8	0256-64-2773	http://www.miyazaki-ss.co.jp	21-■05
や	株式会社山谷産業	三条市北入蔵2丁目2番57号	0256-38-5635	http://www.rakuten.co.jp/yminfo/	28-■01
	株式会社横正機業場	五泉市吉沢1丁目2-38	0250-42-2025	http://www.yokosho.co.jp	12-■02、27-■05
わ	Y・I play	新潟市東区中島1-7-2-707	025-277-7247		24-■03
	株式会社ワイ・エム・ケー長岡	長岡市高見町738番地1	0258-89-7466		13-■01
	ワキヤ技研株式会社	長岡市大積町1丁目甲1279-1	0258-86-8820	http://wakiya-giken.com	10-■03
	有限会社渡辺合金鋳造所	長岡市鉄工町2-4-47	0258-27-1857	http://www.nscs-net.ne.jp/watago/	25-■05
	株式会社笑足ねっと／株式会社白川製作所	柏崎市東本町1-6-12 モーリエⅢ 1F	0257-41-4360	http://www.balance-sumo.org	31-■05

2017 年 市町村別の出品状況／過去の出品作品数

市町村別の出品状況

市町村名		新潟市	長岡市	三条市	柏崎市	新発田市	小千谷市	加茂市	見附市	村上市	燕市	糸魚川市	五泉市	阿賀野市	上越市	佐渡市	魚沼市	弥彦村	聖籠町	阿賀町	県外	合計
出品者数	2014	8	6	23	2	0	0	0	0	1	9	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	55
	2015	6	11	14	4	1	0	2	2	0	10	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	55
	2016	8	6	14	0	0	1	2	1	1	13	0	1	2	0	0	0	1	0	1	1	52
	2017	11	11	15	1	1	2	1	0	1	12	1	2	3	3	0	0	0	1	0	0	65
出品数	2014	10	7	30	2	0	0	0	0	2	11	0	1	2	0	0	0	2	0	0	1	68
	2015	9	11	19	4	1	0	3	3	0	13	0	0	1	1	1	1	0	0	0	2	69
	2016	8	6	18	0	0	1	2	1	1	15	0	1	2	0	0	0	1	0	2	2	60
	2017	12	11	20	1	1	2	1	0	1	16	1	3	3	3	0	0	0	1	0	0	76

過去の出品作品数

	第1回 1990	第2回 1991	第3回 1992	第4回 1993	第5回 1994	第6回 1995	第7回 1996	第8回 1997	第9回 1998	第10回 2000	第11回 2001	第12回 2002	第13回 2003	第14回 2004	第15回 2005	第16回 2006	第17回 2007	第18回 2008	第19回 2009	第20回 2010	第21回 2011	第22回 2012	第23回 2013	第24回 2014	第25回 2015	第26回 2016	第27回 2017	合計
新潟市	7	14	8	11	8	5	5	14	4	9	9	12	6	8	13	13	8	14	5	8	8	12	10	10	9	8	12	250
長岡市	0	1	4	5	1	5	8	14	7	7	4	5	13	3	6	7	4	9	7	8	7	3	4	7	11	6	11	167
三条市	11	35	40	37	28	27	35	42	42	40	30	30	25	17	18	32	21	19	18	31	29	15	16	30	19	18	20	725
柏崎市	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	2	2	0	2	1	1	1	2	4	0	1	21
新発田市	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	12
小千谷市	0	0	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	2	0	0	0	0	1	2	18
加茂市	3	7	4	3	7	4	3	2	9	2	5	2	9	3	4	1	4	2	2	2	1	3	1	0	3	2	1	89
十日町市	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	1	0	2	1	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	13
見附市	1	2	0	1	0	0	1	1	1	0	1	3	3	0	0	1	1	1	1	0	2	0	0	0	3	1	0	24
村上市	1	1	2	3	0	5	3	2	3	1	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	0	2	0	1	1	35
燕市	10	16	19	15	14	15	17	12	10	10	12	17	16	15	16	14	12	9	9	13	18	13	12	11	13	15	16	369
糸魚川市	1	0	3	1	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	13
五泉市	0	0	0	0	5	1	1	0	3	0	0	0	3	2	0	2	3	4	3	3	1	1	1	1	0	1	3	38
上越市	2	5	4	2	1	1	3	5	3	0	1	3	1	0	0	0	1	0	0	2	1	1	1	0	1	0	3	41
阿賀野市	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	2	1	2	3	14
佐渡市	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	0	0	1	0	0	7
魚沼市	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	13
南魚沼市	-	-	-	-	1	-	1	-	2	-	1	-	1	1	-	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	9
胎内市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3
聖籠町	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
弥彦村	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	3	1	1	1	0	3	2	0	1	0	17
田上町	0	1	0	3	2	3	1	1	3	6	3	2	2	3	3	4	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	43
阿賀町	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
出雲崎町	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	12
湯沢町	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
県外	0	0	0	4	0	2	0	0	0	0	0	2	0	2	2	4	0	1	0	4	3	3	2	1	2	2	0	34
計	37	84	87	93	73	72	81	96	89	77	71	78	84	63	70	89	61	70	54	78	78	61	52	68	69	60	76	1971

第27回 ニイガタIDSデザインコンペティション

NIIGATA IDS DESIGN COMPETITION 2017

主 催 公益財団法人にいがた産業創造機構（NICO）

共 催 新潟県、長岡市

後 援 経済産業省関東経済産業局、公益財団法人日本デザイン振興会、新潟日报社、朝日新聞新潟総局、毎日新聞新潟支局、読売新聞新潟支局、産経新聞新潟支局、日本経済新聞社新潟支局、共同通信社新潟支局、日刊工業新聞社新潟支局、NHK 新潟放送局、BSN 新潟放送、N S T、TeNY テレビ新潟、UX 新潟テレビ 21、エフエムラジオ新潟、FM PORT 79.0、公益財団法人燕三条地場産業振興センター（順不同）

事務局 公益財団法人にいがた産業創造機構（NICO）
〒950-0078 新潟市中央区万代島5番1号万代島ビル9階
TEL 025-246-0044 FAX 025-246-0030
URL <http://www.nico.or.jp>

ポスターデザイン 松葉大輔 作品集編集 株式会社博進堂



Integral : 総合的・体系的

Designing : 生活の質的向上を図るあらゆる創造行為

Systems : 県内の力を結集したいくつもの戦略システム