

第18回福岡デザインアワードの応募件数は、150件(127社)となり、前年度以上に意欲的で質の高い商品の応募をいただきました。

大賞、優秀賞、入賞、特別部門賞の審査は、20名の専門家(実務家8名、大学等関係7名、流通関係5名)によって行いました。また、今年度新設した「良品物語賞」の(株)国際マーケティングサービスの葉健栄氏、「Makuake(マクアケ)賞」の(株)サイバーエージェント・クラウドファンディングの木内文昭氏をゲスト審査委員に招聘しました。

審査は、例年通り「商品の市場性」「地域産業への影響力」「デザインの独創性・新規性・先導性」の審査基準と、下記の6項目の審査の観点のいずれかにおいて優れたデザインを「福岡デザインアワード」に選定する方法で行いました。

- 伝統技術を活かすなど、地域に貢献している。
- ビジネスの可能性を広げ、その波及効果が大きい。
- 技術面や機能面が優れている。
- 地球環境にやさしい、生活福祉の向上につながる。
- 新しいライフスタイルを提案している。
- パッケージ等ユーザーのインターフェイスに優れている。

審査は、応募内容の事前確認の後、書類による1次審査を行い、展示会会場において2次審査を行いました。

2次審査では、まず審査委員が全商品の書類及び現物、概要パネルを確認して投票する非公開審査を行いました。

その後、7つの区分(生活環境、食品、繊維・日用品、家具・インテリア、産業・商業機器、情報・サービス、特別部門)ごとに、応募者へのヒアリングによる公開審査を実施しました。そして非公開審査での投票結果に、公開審査で得られた商品についての知見等を加えた審査委員協議によって賞の選考を行いました。

協議の結果、「第18回福岡デザインアワード」受賞候補41件を選出し、この41件の中から最も優れた「大賞」を1件、大賞以外の優れた商品6件について「優秀賞」、他34件を「入賞」に選出し、別途ゲスト審査委員による「良品物語賞」を1件、「Makuake賞」を1件選出しました。

今年度は「特別部門賞」は該当無しとなりましたが、特別部門の応募の中で「入賞」に相当する1件を選定しました。(内訳は下表を参照)

応募状況と受賞状況	応募区分	応募数	受賞数
・応募数は2次審査時点 ・受賞数にはゲスト審査委員による選出を含めない	A 生活環境	6	2
	B 食品	44	7
	C 繊維・日用品	58	19
	D 家具・インテリア	21	8
	E 産業・商業機器	7	3
	F 情報・サービス	4	1
	G 特別部門	6	1
		146	41

第18回福岡デザインアワードは、受賞商品だけでなく応募賞品も魅力的でクオリティが高く、特に福岡らしさを標榜した商品が数多くありました。

各区分の受賞率については、家具・インテリア区分では今年も受賞率が4割近く、商品の完成度の高さが光ります。

また、応募件数が少ない生活環境、産業・商業機器、情報・サービスの区分ですが、2割5分から4割以上と受賞率は高く、オンリーワンの福岡デザインのオリジナリティの高さが特筆されます。

食品と繊維・日用品の区分は、今回も安定したデザイン性の高さから、受賞件数が両区分で全体の6割以上を占め、その内、大賞と優秀賞4件を受賞する等、今年度も地域の資源を活かした創意工夫によって魅力的な商品に結びつけた、優れた福岡デザインを代表する区分となりました。

大賞は、「博多水引」を継承し続けている(有)ながさわ結納店の「博多水引ボトルリボン」(繊維・日用品区分)が選ばれました。「博多水引ボトルリボン」は、博多の伝統工芸の一つである艶やかな美しさを結び留めおく「博多水引」を、伝統的な贈答のシーンだけでなく、ワインボトルを華やかに飾る、これまでの贈答品から一歩進んだ「心を贈る」結びへと独自の展開をみせています。伝統工芸の技術を現代の生活に活かせるよう、伝統の美しさと使い勝手の良さを融合させ、現代の感性に対応した博多の“粋”を、立体的造形や色使いなどにより大胆ながらも繊細な細工で表現した、まさに福岡・博多発信で水引の美を世界に伝えることのできる卓越したデザインが大賞に値しました。

生活環境区分の優秀賞は、植物の自然力を最大限利用した、肌に触れても安心して使える液状消臭剤「ベチベルミストPRO」((株)アルサ、デザイン:デザイングレイス)が選ばれました。安心・安全な消臭剤の性能への信頼は高く、特に自然力を可視化しているロゴマークとパッケージデザインは、商品の性能を端的にコミュニケーションする優れたデザインです。

食品区分での優秀賞2件は、まず、福岡県糸島市二丈の無農薬・低農薬の紅白のお米を詰め合わせた、結婚式や祝事、贈り物などに向けた商品「二丈紅白米」(ゴー オーガニクス ジャパン、デザイン:レノ・デザインワークス)。紅白米の縁起の良さを、福岡の元気ある地域性を見事なまでのプレミアムなパッケージに表現し、そこに日本古来の造形要素を組み込みながらも現代を表現する、美しいパッケージデザインに結実しています。

もう一つの優秀賞は、日本の伝統的なお漬物である奈良漬とチーズの絶妙な出会いをデザインした商品「SALON

DE AMBRE 奈良漬×クリームチーズ」((有)奈良漬さろん安部、デザイン:SpearMint)です。奈良漬とチーズの組み合わせによる新たな美味しさを伝えようとするデザイン、世代を超えて共感できる簡素で深いパッケージやパンフレットのデザインなど、一貫したデザインマインドを構築しています。

繊維・日用品区分の優秀賞2件は、ひざに優しい靴「アサヒメディカルウォーク」((株)アサヒコーポレーション)と、長崎県の波佐見焼と博多曲物の共作によるカップ「Haori Cup」(奈須田友也)です。「アサヒメディカルウォーク」は、踵部に設置されたスクリュー構造により、着地時に踵中心に爪先がやや外へと回旋し、ひざ関節の動きをコントロールして、ひざにやさしい歩き方へ導くなど、永年にわたる体に優しい靴の技術開発力と履きたくなる魅力の双方のバランスに優れたデザインに結実しています。

「Haori Cup」は、磁器と曲木の機能的な相互補完の活用だけで無く、磁器と木の持つ触感を視覚的にも美しく表現していること、その表現が物理的な機能を誘発していることなど、技術と芸術が見事に融合した優れたデザインとなっています。

家具・インテリア区分の優秀賞は、置き場所を選ばない神棚のあり方を、実に魅力的なスケールと質感で表現した「神棚『奉り』」((有)アマート)。神棚の機能をミニマムにまとも木質を生かしたシンプルなデザインを施し、忘れていた日本人観を呼び起こし、新しいライフスタイルを提案しています。

今年度は、特に福岡の資源、素材などと伝統的技術を用いて、潔い独自の着眼点から魅力的で独創性の高い商品に結びつけた“福岡デザイン力”が、大賞、優秀賞をはじめ多数受賞するなど、デザイン活用が福岡の地域産業と生活文化を、ますます牽引する力となっていることを再認識しました。

デザイン活用は、ユーザーの立場に立って、より良い生活イメージを機能と感性の融合によって、作り手そして送り手としての商品や仕組みの物語を、具体的な“かたち”に可視化し、事業に結びつけることです。僅差で入賞に至らなかった商品も多くありましたが、それぞれ作り手のものづくりへの熱い想いが伝わるものが多かったのが印象的です。

次年度も、福岡から日本、そして世界へ発信できる“福岡デザイン力”による地域ブランド創生のために、多数の意欲的な応募を期待しております。



審査委員長 森田 昌嗣  
(九州大学大学院芸術工学研究院・教授)

審査委員長	
森田 昌嗣	九州大学 大学院 芸術工学研究院 教授、デザインディレクター

ゲスト審査委員	
葉 健栄	株式会社国際マーケティングサービス 代表取締役
木内 文昭	株式会社サイバーエージェント・クラウドファンディング 取締役

審査委員	
青木 幹太	九州産業大学 芸術学部 教授
石村 一枝	株式会社石村萬盛堂 取締役
岩崎 充子	株式会社井筒屋 本店 営業推進部 宣伝担当 課長
大倉 紀子	株式会社ジャンヌマリー 代表取締役
大庭 香代子	学校法人九州呉学園 専門学校 日本デザイナー学院 校長
大齒 滋喜	合同会社オクケーテクノロジー 代表
尾方 義人	九州大学 大学院 芸術工学研究院 准教授
かねこしんぞう	株式会社インデックスプラス 代表取締役
清須美 匡洋	九州大学 大学院 芸術工学研究院 教授
久保 紀子	公益社団法人日本グラフィックデザイナー協会 福岡地区代表幹事
神谷 昌秀	福岡県工業技術センター 所長
重松 依子	株式会社宜研 代表取締役
杉本 美貴	九州大学 大学院 芸術工学研究院 准教授
鈴木 貴之	東神開発株式会社 営業本部 営業企画部 MDグループ MD担当次長
津岡 卓央	株式会社インキューブ西鉄 取締役 営業部長 兼 天神店 店長
塚本 邦大	株式会社東急ハンズ 博多店1F・2F・3F 営業マネージャー
中島 浩二	西日本工業大学 デザイン学部 情報デザイン学科 教授
中村 俊介	株式会社しくみデザイン 代表取締役
野村 純	株式会社ロフト 天神ロフト 館長

(敬称略)



# 01

## 博多水引ボトルリボン

C/有限会社 ながさわ結納店

水引は、未開封であるという封印・魔除けの意味や、人と人を結び付ける縁や幸せを結び留めおく意味があるといわれ、水引結びは、引けば引くほど強く結ばれるものが多い。

日本では古くから神事での贈答品に、リボンのような紐の水引をかける習慣がある。

現在身近な水引といえば、冠婚葬祭の際に紙幣を包む袋や、婚約の際に両家が金品を取り交わす「結納」という儀式の際の装飾品に多く使われている。

「博多水引ボトルリボン」は、博多の伝統工芸の一つである艶やかな美しさを結び留めおく「博多水引」を、伝統的な贈答のシーンだけでなく、ボトルリボンとしてワインボトルを華やかに飾るといった、これまでの贈答品から一歩進んだ「心を贈る」結びへと独自の展開を見せている。

「博多水引」をワインボトルにかけることで、華やかさだけでなく、ワインボトル自体が縁や幸福を運んでくれるラッキーアイテムになってほしいという気持ちをこめて、一つひとつ手づくりしている心遣いが伝わってくる。しかも、手づくりながらも手頃な価格におさめ、博多のおもてなしの美しさを提供できる商品として、福岡だけでなく東京などでも既に多くのファンを得ていると聞く。

「博多水引ボトルリボン」は、伝統工芸の技術を現代の生活に生かせるよう、伝統の美しさと使い勝手の良さを融合させ、現代の感性に対応した博多の“粋”を、立体的造形や色使いなどにより大胆ながらも繊細な細工で表現した、まさに福岡・博多発信で水引の美を世界に伝えることのできる卓越したデザインとして高く評価された。

(講評/森田 昌嗣)



C/Company:企業  
D/Design:外部のデザイナー、デザイン企業を表しています。

02

ベチベルミストPRO

C/株式会社 アルサ  
D/デザイングレイス

東南アジア産のイネ科の多年草である「ベチベル」の根から抽出した精油は消臭効果が高く、除菌効果にも優れている。ベチベルミストはこの「ベチベル」の根の強消臭力を生かした天然成分消臭スプレーである。石油系合成界面活性剤を使用した従来製品と違い、肌に触れるものにも安心して使えるところや消臭力の即効性から、ホテルや旅館等宿泊施設の評価も高く、販売実績を積み重ねている。また、開発当初から九州大学農学研究院と産学連携を組み、詳細な分析データの収集、エキス抽出技術も確立して特許を取得するなど、学術的评价も高い。容器デザイン等も総合してシャープな仕上がりでビジネスの可能性を強く感じさせた。  
(講評/大歯 滋喜)



04

SALON DE AMBRE 奈良漬×クリームチーズ

C/有限会社 奈良漬さん安部  
D/SpearMint  
※2個セット化粧箱と合わせて1件としての受賞

食文化の多様化が進む中、日本の伝統食「漬物」と「クリームチーズ」を合わせた新たな発想。この発酵食品の組み合わせは、従来の漬物ファン＝シニア世代という概念を払拭させる。商品開発からロゴマークやパッケージに至るまでの一貫したコンセプト力に、博多曲物をイメージさせる容器はシール留めという、見事なまでに華美なものを一切排し、極めてシンプルなデザインに仕上げている。一方、2個セット化粧箱は赤×白、黒×白の2色展開で、包装紙を使わず赤い紐で“ハレ”感を表現している。贈答の目的に合わせて選択も可能なだけに、漬物ファンのみならず、新たな顧客層の掘り起こしも予見させる商品とパッケージデザインに期待度が高まる。  
(講評/久保 紀子)



03

二丈紅白米

C/オーオーガニクス ジャパン  
D/レノ・デザインワークス

日本の歴史や文化は「米」でつくられたと言っても過言ではない。日本に最初に大陸からお米が伝来したのは縄文時代後期で、そのもっとも古い稲作を代表する赤米を、糸島地区を中心とした地域で栽培している。しかし、農家にとって生産したお米の安定需要は大きな課題であり、日本の農業人口は減少を続けている。そのような地域農産物とマーケットの活性を基本コンセプトに開発されたのがこの「二丈紅白米」。祝祭の紅白米の詰め合わせのパッケージには、日本古来の反りの意匠や紅白の色彩が施されていて、箸置きにもなる博多水引の箱留めなど、随所に日本古来の美しさと作法が取り入れられている。形状のみならず地域産業革新の要素も評価したい。  
(講評/かねこしんぞう)



05

アサヒメディカルウォーク WKL003、WKM003

C/株式会社 アサヒコーポレーション

世界初の特許登録商品として、膝のトラブルを予防するSHM機能(膝の正常な回旋運動)を搭載したシューズ。踵部に配置したスクリー構造のパーツの働きによって膝への負担を軽減、理想的な歩行をサポートできる現代のウォーキングシューズに適合した優れた機能を持っています。インソール・アウトソールともに、久留米工場の自社成型による生産のジャバクオリティ。機能的でありながらデザイン・カラー・素材にも気配りがみられ、幅広い年代・用途での使用が見込まれます。日本の健康づくりへの貢献、人に優しい機能性シューズとして高く評価されました。  
(講評/岩崎 充子)

