

25th フクオカデザインアワード

FUKUOKA DESIGN AWARD 2023



受賞商品集

FUKUOKA DESIGN AWARD 2023

受賞商品集

福岡県産業デザイン協議会・福岡県



FUKUOKA DESIGN AWARD

「そのヒラメキ」に花が咲く。



地域には、まだ知られてない魅力的な商品やサービスがたくさんあります。それらに光を当て、人に伝え、ビジネスをサポートするのが福岡デザインアワード (FDA) です。

美しい、カッコいいといったデザイン面だけでなく、使いやすさや新しい価値の提供、環境面の配慮など総合的に審査を実施し、大賞、金賞、銀賞が決まります。

審査を通して全国各地から集まった魅力的な商品・サービスに触れることで、きっと新しいアイデアが生まれるきっかけになるはずです。“ヒラメキの花”がビジネスや地域の未来にも咲き誇る。FDAはそんなアワードを目指しています。

GOOD DESIGN IS



GOOD BUSINESS

大賞

ふるさとズ

株式会社サンカクキカク

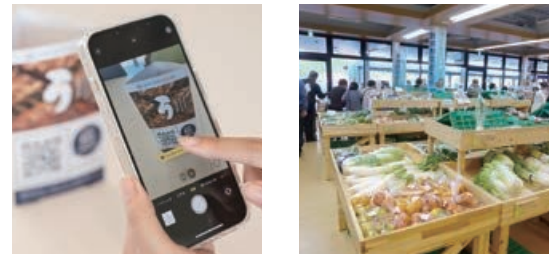
Design: 菊竹 美希

地域に行った体験こそが
付加価値となり
ファンを作る

来訪者が地域とつながり 応援できる仕組みのデザイン

ふるさと納税とは、そもそも何だったのか。あたかもカタログショッピングのように、魅力的な返礼品を“お取り寄せ”するために“納税”するのが当たり前になってしまっていることに気づかされた。2023年の大賞に輝いた「ふるさとズ」は、応援したい自治体を自ら選んで納税することで、人と地域がながく付き合うというふるさと納税本来のカタチを取り戻すサービスデザインだ。

基本的な仕組みは、実際に町を訪れ、モノやコト、人に触れた上で、寄附をして現地で返礼品を受け取るというシンプルなものだが、その意味は大きい。返礼品から寄附する町を選ぶのとは逆に、まず町を知り、その町が好きになって応援することで、ふるさと納税の本来の目的が達成される。自治体は、現地でしか得られない経験や品物を工夫するようになるだろう。町の魅力を伝えるイベントや、来訪者が地元の人々と交流する機会などを創出し、その場で「ふ

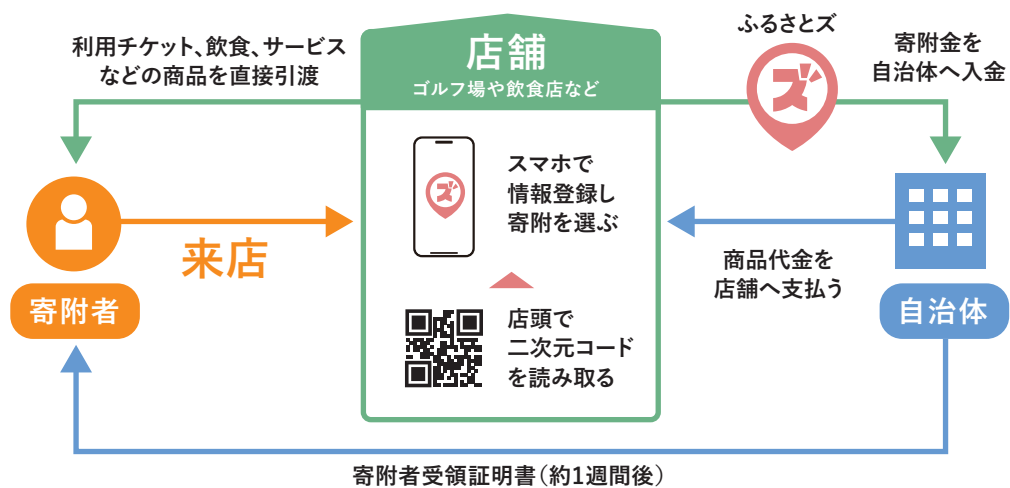


訪問先の店舗に専用のPOPがあり、スマホを使ってその場で寄附し、「ふるさと」を応援することができる。

るさとズ」を活用することで、返礼品が本来の感謝やおもてなしのメッセージとなる。シンプルな仕組みなだけに、それを導入する自治体のアイデアが鍵を握る。「ふるさとズ」は、自治体と来訪者が一緒に地域を盛り上げる好循環を日本各地に生み出す格好の触媒となるだろう。

九州大学 池田美奈子

『ふるさとズ』の仕組み



店舗型ふるさと納税®
ふるさとズ
<https://furusatos.com>

地域の魅力を見つけ 応援したいふるさとを増やしていく。



「何もない」と思っている地域にも必ず魅力があります。自治体と協働してその土地ならではの魅力を発掘し、寄附者にかげがえのない体験を贈る。「ふるさとズ」を通して「幸せの連鎖」がはじまっています。

茨城県にあるゴルフ場での試験導入を経て
リリースされた「ふるさとズ」。
サービスの使いやすさに加え、
返礼品をつくる過程で
地域の魅力を発掘し、地域の未来まで
共に考える伴走力が強みだ。

店舗型ふるさと納税®
ふるさとズ

「ふるさとズ」の試験導入を行った、茨城県つくばみらい市。日本初の「ゴルフ場deふるさと納税」をキャッチコピーに、市内3つのゴルフ場で導入。ゴルフ場の利用料をふるさと納税の返礼品として受け取れる画期的なアイデアが利用者に喜ばれ、約半年間で5,000万円以上の寄附を集めた。



“ふるさと”だと考える場所が増えたら、きっと楽しい

「ふるさとズ」という名前は、ふるさとだと思える場所が増えていくのって、楽しい。そう思える人が増えたら、日本がもつとよくなるんじゃないかという想いから生まれました。応援したい場所をチョイスするのではなく、増やしていく。私たちは企画とデザインの力で変化を起こす企業として、以前から多くの自治体とお取引があり、その中で、ふるさと納税には地域に共通の課題があると感じていました。



サービスの開発費は全てサンカクキカクが出資。一度完成するも、ゼロからやり直したという強い想いを感じる開発秘話も。

だから、「ふるさとズ」がその課題解決の橋渡しとなり、地域活性化の起点になればと思っただけです。

- 〈ふるさと納税の地域の課題〉
- ① 自治体の業務負担
 - ② 返礼品として「モノ」がある事業者しか参加できない
 - ③ 寄附者に返礼品が届くまでに長い時間を要する

デザインの力でITを「簡単」に90代の利用者がいるのが自慢です

デザインに関わる企業として、こだわったのは、いかに「簡単」なシステムにできるかということ。2021年11月のリリース後、自治体・事業者・寄附者と様々な方に改善点をヒアリングし、千回を超えるアップデートをしています。サイトデザインは、スクロールせず寄附ボタンを押せるように細部まで調整。その結果、いわゆるデジタル世代ではな

現地で体験、納得して応援する
全く新しいカタチのふるさと納税

ネット通販型サイトが定番になっているふるさと納税。事前決済や商品到着までの待ち時間など、不便な点も少なくない。そんな固定概念を覆すサービスが、「店舗型ふるさと納税」の「ふるさとズ」だ。現地に訪れた際のゴルフやマリンスポーツといった体験など「現地で支払う費用」をそのままふるさと納税にできる仕組みが好評を呼んでいる。仕掛人となったのは、福岡県久留米市にある株式会社サンカクキカク。このサービスの発案者でもある代表の宇佐川氏に開発に込めた想いや目指す未来像を伺った。



返礼品は、ゴルフやマリンスポーツといった体験型のサービスも多い。その場で納税できる気軽さから、全国での寄附者は増え続けている。

い80代・90代の方にもご利用いただけますし、店舗のレジの方にはDX化の練習にもなっています。



スマホでの利用を意識したデザインを採用。利用者の使いやすさにこだわり、自治体や事業者、寄附者の声を聞き、日々アップデートを迅速に繰り返している。

プレイヤーを明らかにする
というもう一つの役割

ふるさと納税の使い道って、意外と知られていませんよね。本当は、先に使い道があって、それを応援したいから寄附を



柿田川湧水（静岡県清水町）

『ふるさとズ』は、
もともとひとつの自治体に向けて
作られたもの。
とことん想いに寄り添った企画だから、
全国でも愛されるものになった。



丹波農園（京都府京丹波町）



料亭旅館三川屋（福岡県大川市）



野村織物（福岡県広川町）



GDO茅ヶ崎ゴルフリンクス（神奈川県茅ヶ崎市）

するのがふるさと納税だと思うんです。だからこれからは使い道にもこだわりたい。例えば訪問先で寄附をする際に、お店の方が「この税金はこんなことに使いますよ」と語れたら、とてもいい場所だなと思うし、変化した地域を見たくて、再訪のきっかけにもなる。そうやって、ふるさと納税をアップデートしたいんです。

最近では、地域の事業者から自治体に掛け合って、一緒に打ち合わせに来てくださることも増えました。地域を実際に盛り上げている事業者の方が手を挙げてくださいることでプレイヤーが明らかになるので、寄附者が地域だけではなく、その方のファンになる可能性が増える。それにプレイヤーご本人も、人任せではなく地域への想いが強くなるんですね。私たちは返礼品の相談も受けていますが、自治体や事業者の方が面白い提案をしてくれることが増えたのも、プレイヤーが明らかになり、みんなが積極的に地域の未来を考えてくれた結果だと感じています。

ふるさと納税で集めた支援で地域の未来へ向けた取り組みを

ありがたいことに、リリースから1年半で寄附額が2億円に到達しましたが、ふるさと納税の利用者はまだ15%程度。残り85%の方を取り込みたいです。「魅力的なものや場所がない」という自治体も、第三者から見たらその土地だけの財産がたくさん。こうして日本中に魅力的な場所やサービスが生まれたら、日本全



参加した店舗向けにチラシなどの告知ツールもデザイン。気軽に利用してもらえるようにアピールしている。



地域や日本の未来について熟く語る宇佐川氏。100件を超える自治体から導入の相談があり、宇佐川氏は日本全国を飛び回り地域の魅力を発掘している。

体がよくなっていくはず。それに、税金の使い道は環境保全や子どもたちのための環境整備などSDGsに関するものが多い。ふるさと納税を通して、寄附文化を醸成し、富を再分配してみんなが豊かになっていけたらいいですよ。

ふるさと納税はあくまで地域活性化のはじまり。そこに住む人たちが地域の未来について考え、町や人が元気になるための最初の一步にしてほしい。ふるさと納税の先を見据えたご相談も増えていて、これからは楽しみです。



『ふるさとズ』マップ

全国で導入をいただいている自治体をマップでご紹介しています。お近くにある『ふるさとズ』をご利用いただける店舗を、地図上でご覧いただけます。

金賞

またいちの塩

新三郎商店株式会社

Design: よつめ染布舎
小野 豊一
有坂 光葉

海の未来を考えて 紙の容器でリニューアル

海を間近でみつめ海とともに生きる

工房とつたんは糸島半島の西の突端で竹林を切り拓き2000年に創業。この地で自然のままの海水を汲み上げ、立体式塩田で10日以上循環させ塩分濃度を上げ、釜に移し薪火で3日間煮詰める。そして出来る上がる結晶。これがまたいちの塩である。効率が求められる時代にゆっくりと惜しみなく時間をかけてつくられる塩は格別だ。時間をかければよいということではない、という意見もあるが、またいちの塩は妥協を許さない徹底的に手仕事に拘ったすえの時間である。

そんなまたいちの塩が紙カップにパッケージを一新。デザイン性の高さはもちろんだが社会課題の解決に向けたこのリニューアルを多くの人に知ってもらいたい。海を間近でみつめ、海とともに過ごしてきたからこそ海の変化に気づき、憂い、守るために行動する。その火のような意思に敬意を表したい。

株式会社阪急神百貨店 澄川 達哉



海水とは切っても切れない関係にある塩づくりにとってプラスチックゴミ問題は深刻な問題である。

受賞者のコメント

万野 潤二さん

新三郎商店株式会社

目指すのは「持続可能な塩づくり」。海水を原料に塩づくりをする私たちが、海の汚染につながるプラスチックの容器に入れて、塩を売っている。この現状を変えなければいけないという想いで、私たちは試行錯誤を繰り返してきました。

今まではプラスチックのパウチ袋を使用していた、またいちの塩でしたが、紙の容器に生まれ変わりました。紙を使うことでプラスチックを減らすことができます。もちろん最終的な目標は0%にすることです。

～プラスチックゴミを減らすことは 海の未来を考えることになる～



暮らしで使ったプラスチックが目に見えないほど細かく砕けて、水や食べ物に混入しています。



またいちの塩「ミタマ」
(ハーブ・おむすび・金ごま)
¥2,160

またいちの塩
炊塩 ¥486 / 焼塩 ¥648

新三郎商店株式会社
<https://mataichi.info>

金賞

伊都物語
たべるヨーグルト(加糖・プレーン)

株式会社糸島みるくぷらんと

Design: 高田 史代

生乳を美味しく便利に！
アルミパウチ型のヨーグルト



伊都物語
たべるヨーグルト(加糖・プレーン)400g
¥637/1個

株式会社糸島みるくぷらんと
<https://www.itomonogatari.com>

こだわり生乳と新製法から
生まれたたべるヨーグルト

たべるヨーグルト(プレーン)は、ホモ牛乳(生乳に含まれる脂肪球を小さく均一化した牛乳)を使って、プレーンタイプと加糖タイプがある。

生乳は糸島地域の近隣の酪農家から運ばれる新鮮な生乳を使って、生乳と乳酸菌だけのシンプルな原材料で仕上がっている。パッケージは、衛生面に配慮したスパウト付きのアルミパウチなので必要な量を容易に絞り出せ、パウチのままでも食べられる。

なお、この商品は福岡県の最西部糸島半島の34の酪農家とふくおか県酪農協同組合の合同出資会社であり、地区酪農の地域振興としても評価できる。商品特性をそのまま生かした商品のネーミングも楽しい。

コロナ禍での牛乳需要の減少や酪農コストの高騰など明るい話題が少なかった酪農分野に一石を投じる商品として期待したい。

株式会社リトルストロークス
久保紀子



受賞者のコメント

高田 史代さん
株式会社糸島みるくぷらんと

糸島地域の酪農家が、牛乳を消費してほしいと立ち上げた「伊都物語」のブランド。乳製品という特性により、パッケージが限られる中、スパウトがついたアルミパウチでの提案をいたしました。

衛生的に便利に食することができ、外からの影響も受けにくい仕様で、ゴミの軽減にもなる商品です。

地域の皆さまどの世代にも、使いやすい身近に、手に取っていただける商品を目指します。

金賞

Ultima

有限会社 淵上 熔接

Design : 淵上 貴之

安価な楽器でさえも
美しい音色に変える



Ultima ¥46,000

有限会社 淵上 熔接

<https://fuchigami-welding.com>

音の持つ可能性を広げる エンドピンストッパー

チエロやコントラバス等の大型弦楽器の底部には、床に突き立てて楽器を支えるエンドピンという棒状の部品がある。振動を床に伝え響きを増幅させるのだが、先端が尖ったものが多く、会場によってはストッパーを使用するため響きを損なう場合もあるという。

製作者は、溶接の技術を極める傍ら、教育機関で吹奏楽の指導を行い、学生が使用する安価な大型弦楽器でいかに低音の厚みを出すかに悩む中で、解決策として本業を生かし完成したのが、楽器本来の音響特性を向上させるエンドピンストッパーだ。

見た目も非常に美しくデザインされ、九州大学との共同研究で音響効果も証明されている。演奏者以外にも、オーディオシステムでの使用など用途の広がりもみせている。二つの分野に長けていたからこそ誕生した製品が、国内外に広がっていくことを期待したい。

大宰府天満宮 西高辻 信宏

受賞者のコメント

淵上 貴之さん

有限会社 淵上 熔接

開発において一番苦労したことはサイズ(形状)の選定です。

まずは既存のエンドピンストッパーと言われるものを調べて平均的なサイズを割り出し、厚み等を決める際には重量を考えサイズに対して重くなりすぎないようにしました。

それから使い勝手が良くなるような形状を作り上げるのに苦労しました。

今後は国内のみならず海外でもたくさんの方に使っていただけるようになり、これをきっかけに福岡から世界に誇れる楽器パーツメーカーとして成長していきたいです。



金賞

龍洗濯室

株式会社龍クリーニング

Design: 浅野藝術株式会社
浅野 雅晴

10年、20年先を
見据えた、福岡発の
無人クリーニング店



入店前に自動販売機で「会員キット」を現金購入し、封入されているカードをカードリーダーにかざし入店。



現金をカードにチャージし、タッチパネル操作をして衣類を預ける。1分ほどで操作は完了します。

受賞者のコメント

龍 大次郎さん

株式会社龍クリーニング

人手不足に直面し、1人の営業マンと出会ったのがきっかけでした。町のクリーニング屋さんを作る細部までこだわった新システム実現のため、開発に携わる企業を探すことに苦労しました。法令の基、許可取得時には開発から8年が経っていました。

今後、お客様への更なる認知と実際に使ってもらうこと。そして、福岡発のシステムを多くの企業に導入してもらい、業界の垣根を越え互いに成長できるように全国展開していくことが目標です。

龍洗濯室

○企業様／要相談 ○一般消費者／入会金¥2,000 クーポン¥660～
株式会社龍クリーニング <http://www.rlr.jp>

地域DXのお手本 機能美溢れた無人店舗

受賞作品は美術館のような機能美を備えた無人店舗だ。一見して、ここがクリーニング店だと理解できる人はおるまい。クリーニング業は存亡の瀬戸際にある。クリーニング業は存亡の瀬戸際にある。

が、何より担い手不足が大きい。とはいえ、広く普及したクリーニング店は地域の公衆衛生に貢献してきた不可欠の存在なのだ。無くすわけにはいかない。

しかし、単純に「人手不足なので無人にする」ということもできない。国や地方自治体で様々な規制があり、それらは「有人」が大前提であったからだ。

最新テクノロジーをふんだんに取り入れ、創意工夫と情熱で規制を突破して、この無人クリーニング店1号店は誕生した。地域DXのお手本といっても過言でない。

Photo: マーケティング株式会社
内田 一博

昨今、健康志向や環境問題が危惧され、大豆ミートが注目を集めている。「Soycle」は「身体に地球に良い循環を」というコンセプトから生まれた発芽大豆フレック。ネーミングはSoy+Cycleの造語。ロゴは力強い手書き文字で、黒と黄色系で目立つ配色。そのシンプルで力強いパッケージジは、売り場で目立ち、キッチンでは暖かいイメージを醸

株式会社九州博報堂 山田彰

銀賞 Soycle 発芽大豆フレック

株式会社上向き

Design: カジワブランディング株式会社 梶原 道生



¥490
https://soycle.com

し出す。素材はクラフト紙でプラスチック素材のチャックも無く、環境に配慮したデザインとなっている。商品開発・ブランドコンセプト・ネーミング・パッケージの全てのコミュニケーションデザインが、ブレずに一貫して行われていることが高く評価された。



銀賞



銀賞 田川ホルモン鍋完璧セット

(クラフト袋入り)

株式会社KOYA

Design: ふるさとデザインラボ 古野 悟



¥2,400
https://localshop-koya.stores.jp

かつて、昭和の高度経済成長期を支えた田川市が誇るご当地グルメ「田川ホルモン鍋」。この商品にはデザイン面で様々な仕掛けが施されている。元来、ホルモン鍋はセメント袋の上で調理される料理である。そこで「セメント袋」に見立て、クラフト袋に「昭和レ

株式会社岩田屋三越 石松瑞樹

トロ」の雰囲気強く意識したロゴマークを印刷ではなく、一つ一つスタンプを押印するこだわり。田川市を多くの方に知って欲しいという強い想いがこのデザインに詰まっている。



銀賞 サツマシラヌイヌーボー2023

テンダリー

Design: テンダリー 満留 隆一
ヒーローズD 松田 貴志



¥3,750/1本
<https://www.fresh-fukiage.com>

街の生ゴミを堆肥に変え、サツマシラヌイという新たな価値を生み出す地域循環型の取り組みというだけでも十分素晴らしいが、10000本しか生産できないことを逆手に取った「1年で10000人だけが選ばれる」という付加価値を創出

するコミュニケーション戦略、漂流ゴミをアートに昇華させたエチケットデザイン、購入後にも納得度・満足度を高め、購入者を愛好者に育てる手厚い限定コンテンツ、あらゆる点で秀逸。

株式会社電通九州 永野 弥生

銀賞 はぎトッツォ
株式会社ダイキョープラザ

Design: 株式会社ダイスプロジェクト 佐藤 瞳



¥378~518/1個
instagram @okomeno.omekashi

おはぎにクリームを挟んだ「はぎトッツォ」は、ローカルスーパーが生んだ新感覚スイーツ。おはぎとクリームの組み合わせはいまや60種類以上。まるでおはぎが生クリームで「おめかし」しているようだ。元タスーパーに並んでいた商品を「おもたせスイーツ」としてブランド化ができた

のは、作り手の商品に対する愛情、お客様へ体に良いもの・美味しいものを必ず届けるという情熱なくしては叶わなかっただろう。ローカル発ブランドとして、今後の展開に期待する。

株式会社マクアケ 宮田 紗良

銀賞 くるめ高良山メンマ

高良山竹林環境研究所

Design: MODANIS 本多 修三



¥3,000
instagram @bamboo_of_kitchen

放置竹林は全国的な社会課題である。また、九州、いや我が国を代表する由緒を有する高良山が全国的な知名度で劣後することは地域の社会課題である。受賞作品は2つの社会課題を解決する可能性を秘める。竹の商品化、高付加価値化によって、竹林の

手入れがサイクル化できれば、高良山の威厳は輝きを増すこととなる。全国でも同様の竹害に悩む神社や観光地は多いはず。本商品の銀賞受賞が、その解決の嚆矢となることを期待したい。

「Bamboo Marketing」株式会社 内田 一博

銀賞 Orabubble

株式会社豊洋製作所

Design: 九州大学 杉本研究室
杉本 美貴
小河原 悟



¥49,800
<https://www.hoyo-s.co.jp>

高齢者介護の困りごととして現場で多くの声が聴かれる口腔ケア問題を、簡便で最適な方法で解決できている。要介護者の使用負担を減らすために持ち手形状の最適化を行っているが、機能美とも言えるそのなめらかなフォルムを安価に量産する難しい課

題を、高度金型技術を持つ県内企業との協業で成立させた努力は感服させられる。着眼点、ストーリー、使いやすさ、美しさなど全てが高いレベルで、教科書に載せたいデザインと言える。

西日本工業大学 中島 浩二

銀賞 Deodo Tile
田川産業株式会社

Design: ulu
中村 珠里



¥3,300
<https://www.makuake.com/project/tagawasangyo>

「伝統×革新」はよく使われるフレーズであるが、「Deodo Tile」はこの言葉に相応しい商品はまたとない。古くから優れた壁材であった漆喰を進化させ暮らしに用いる、ということに執念を燃やし製品化に辿り着く。漆喰のもつ優れた耐久性、消臭・吸湿機能を靴の臭いをとるとい

うことに活かす発想は素晴らしい。光触媒加工により日光に当て吸着した臭いを分解し繰り返し使用が可能であることや天然素材が主原料であり環境にも配慮していることも見過ごすことができない。

株式会社阪急阪神百貨店 澄川 達哉

銀賞 桐のフードコンテナ
【FOOD CONTAINER】

株式会社増田桐箱店

Design: 商品企画室トライシンク
小嶋 健一



¥3,080~
<https://kiribako.jp>

桐箱の歴史は古く、高級品の保管に重宝されてきた。乾燥や湿気に弱い物品を保存するのに向いている桐の特性を活かし、福岡県古賀市で90年続く桐箱の老舗が、現在の生活様式にフィットする新たな桐箱として開発したのが「桐のフードコンテナ」

だ。インテリアとしても空間に馴染むデザイン。中に缶を入れることで桐箱では保管が難しいとされる粉物や油性の強いものも保管ができ、中を取り出して洗えるなど、随所に光る顧客視点が評価された。

株式会社マクアケ 宮田 紗良

銀賞 ヨコナガメッシュタキビダイ
株式会社乗富鉄工所

Design: 山田 茂



¥26,950
<https://www.nori-pro.jp/life/87>

軽量、コンパクトな設計でありながらキャンプ好きの想いを叶えた一品。開発したのは、創業75年の福岡県柳川市に本社をおく水門メーカー・乗富鉄工所。炎の美しさだけでなく、調理のしやすさやタフさにもこだわった焚き火台で、自社内のキャンプ好きの鉄工職人が発案し開発、商品化したという。メッシュ素材は、数十年以上風雨にさらされる水門にも使われる素材、ステンレス SUS304 を採用し、非常に高いサビへの耐久性があるそうだ。数人で楽しむ調理もまつりソロキャンプでも様々なキャンプシーンに期待ができる商品。

造形美も素晴らしく、夜どんなふうに炎が見えるのか、想像するだけで胸がわくわくする。

日本グラフィックデザイン協会福岡地区
永野 研太

銀賞 WOOD WORKING BUS
REPLACE

Design: 坂元 啓二



<https://replacefurniture.work/bus>

自らリノベーションしたバスで出向き、木材加工時に発生する端材を用いて木工体験を提供する移動型木工ワークショップ。出張先への運転からワークショップ運営まで全てを一人でこなし、バスが会場となるため受入れ側の負担も軽減される。廃材活用、参加者や地域

のコミュニケーション、木材に触れ学ぶ機会の提供等を実現し、将来的には雇用創出も目標としている。材料が不足するほどの人気と聞いて、ますます今後の活動への期待が膨らむ。

一般社団法人 Design-DESIGN MUSEUM
廣嶋 まい

ものごとの本質に目を向けた懐の深いデザイン



九州大学大学院
芸術工学研究院准教授
池田 美奈子

25周年の節目を迎えた今年の福岡デザインアワードでは、ものごとの本質に目を向け、商品を取り巻く環境や社会、そして仕組みを取り込んだ懐の深いデザインに光が当たった。大賞を受賞した「ふるさとズ」は、ふるさと納税の本質を問い直すところから発想した展開性のある新しいサービスのデザインだった。また、金賞の「またいちの塩」は、長年塩をつくりながら見てきた海の環境変化に危機感を抱き、パッケージをプラスチックから紙カップに変え、さらに工場を使う燃料も見直した。パッケージを紙カップにしたことで、以前のプラスチックパッケージよりも使い勝手がよくなったと評判も良い。「伊都物語」たべるヨーグルト」もパッケージをアルミパウチに変えてゴミを減量した。さらにヨーグルトを後発酵させる製法を、

時間をかけて開発し、従来の前発酵から切り替えたことで、製造過程で出る乳清の廃棄をなくすとともに、より栄養価の高いヨーグルトを商品化した。また、久留米の高良山の荒れた竹林を整備するなかで使い道のない伸びたタケノコを有効活用しようと生まれた「くるめ高良山メンマ」は、久留米名物のラーメンとイメージがつながることで、地域の食文化を引き立て、高良山という地域の誇りを広く知らせる役割も担う。

環境配慮があらゆる商品のデフォルトとなった今、とかく環境のためには多少の不都合や不都合を引き受けなければならぬといった考えに傾きがちだが、今年の福岡デザインアワードは、

環境課題の解決を超えて、新たな価値を生み出すデザインの力を示した。本質は何かを見極め、そこに真っ直ぐにアプローチすることで、パッケージなど目に見える部分だけでなく、バックヤードの生産工程や仕組みにまでデザインが踏み込んでいた。

デザインは地球環境などのグローバルな課題を私たちの日常生活に引き寄せると同時に、ローカルな文化や地域産業の伝統と技術を受け継ぎ、育て、国内外に発信することにも貢献している。人手不足に悩む鉄工所が自社開発したキャンプ用の「ヨコナガメッシュタキビダイ」や溶接工場が自社開発した楽器の音響を向上させるエンドピ

ンストップパー「Ultima」、建築様式の変化によって需要が減った漆喰のメーカーが開発した日常的に使える身近な製品「Deodorize」など、従来は裏方にまわることの多かった地場産業がデザイン性の高い製品を開発することで、自社が培ってきた技術や素材の持つ力を発揮して新たな可能性をひらいている。超高齢化社会の課題にシンプルなプロダクトデザインで応えた「Orabubble」も金属加工の地場企業発の製品だ。

ほかにも健康や食の問題、テクノロジーの進歩などを背景に、私たちが未来をつくる多様なアプローチが示された2023年の福岡デザインアワードだった。



1



2



3



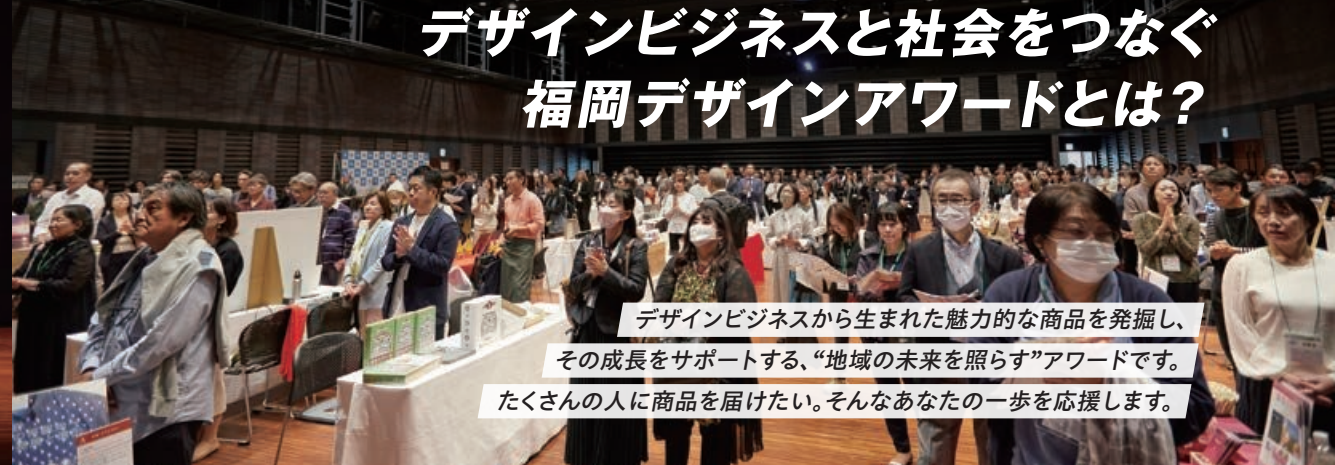
4

1) 来訪先で魅力に触れ寄附先を選ぶ「ふるさとズ」2) 海環境に配慮してパッケージを紙カップにした「またいちの塩」。3) 利便性と環境配慮を考えリニューアルした「伊都物語 たべるヨーグルト」。4) 高齢者の口腔ケアの課題に向き合った「Orabubble」。

デザインビジネスと社会をつなぐ 福岡デザインアワードとは？



受賞企業15社全員で記念撮影。大賞50万円、金賞5万円、銀賞1万円の賞金が贈呈された。



デザインビジネスから生まれた魅力的な商品を開発し、
その成長をサポートする、“地域の未来を照らす”アワードです。
たくさんの人に商品を届けたい。そんなあなたの一歩を応援します。

最終審査会当日は、400人以上が訪れる大盛況。商品に関する質問が飛び交い、活気あふれる時間となった。

有識者、デザイナー、流通関係者など様々な分野から集められた計12名の審査委員により、受賞作品が選出されます。受賞すると、専門家に認められたという箱が付くのももちろん、福岡デザインアワードのロゴが使用できるなど、商談の際の強みに。また県が主体となってプレスリリースのほか、商品紹介動画や商品情報ホームページ掲載などを通じて、県内外へ商品の魅力を発信します。



デザインを表舞台に

「より多くの魅力的な商品に光を当てたい」という思いから、今年度よりオンラインでのエントリー受付を開始しました。審査項目を入力する際に、自社商品の魅力を客観的に見つけブラッシュアップすることで、新たな魅力が付くことも。そうして商品と向き合いながら完成したエントリーシートは、商品の魅力やコンセプトが目でわかる販促ツールとして、商談の場でも大活躍するはずです。



ネットで簡単エントリー

受賞商品は、JR博多駅を中心にデジタルサイネージ等により広くPRします。また、ハンズ博多店での販売会で商品の良さを直接お届けするほか、大賞、金賞に輝いた商品は、クラウドファンディング支援により全国に発信するなど多方面から販路拡大をサポートします。審査委員の講評や大賞商品の制作秘話などを掲載した本受賞商品集は販促ツールとして活用できます。

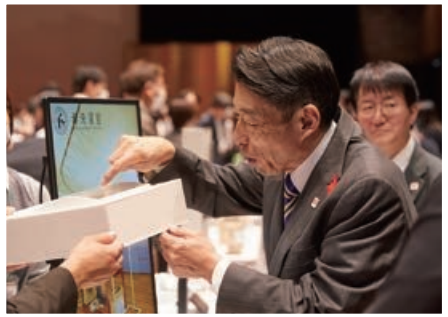
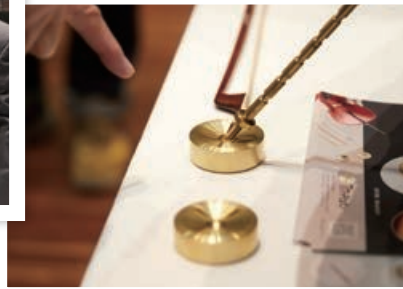


ビジネスの販路拡大支援

1次審査を通過したノミネート商品50点は、最終審査会場で一斉にお披露目されます。全国から集まった優れたデザイン・商品に刺激をもらえるうえに、他社のデザイナーやバイヤーとの交流は視野が広がる場にもなっています。審査会後には、有識者から出品者へのフィードバックが行われるため、商品をアップデートし、より魅力的なものへ成長させるきっかけになります。



デザインの価値を高める



新たな価値を創造する
デザインの重要性が
ますます高まっています。

福岡デザインアワードは、優れたデザインを評価、発信するコンペティションです。今回で25回目を迎え、これまで約3000件の応募の中から700件を超える商品を発表してまいりました。受賞をきっかけに、百貨店やホテルからの新規受注が増えた、月間売上個数が倍になった、商談にあたって大きな信用につながっているといった多くの声が届いています。

デザインは、色や形で商品の魅力を高めるだけではなく、優れた技術や独創的なアイデアで消費者のニーズを満たし、社会の課題を解決する、新たな価値を創造する力を秘めています。

エネルギー価格や原材料価格の高騰など、産業、経済、生活が大きな影響を受ける中、商品のブランド価値を高め、

差別化を図り、ビジネスを発展させていくためには、デザインの力が今まで以上に重要です。

福岡県では、福岡県産業デザイン協議会と連携して、商品開発の過程で生じた課題の解決を目指すワークショップや販路拡大のための販売会や商談会、クラウドファンディングの実施など、商品開発から販売までの支援に取り組んでいます。

福岡県はデザインを学ぶ環境が充実しており、多数のデザイナーが活躍している全国有数のデザイン集積地です。この強みを生かして、皆さまにはこれからもデザインを活用したもののづくりにチャレンジしていただき、大きなビジネスチャンスをつかんでいただくことを心から願っています。

第25回福岡デザインアワードは、全国148社から184件の応募をいただきました。コロナ禍の3年間を乗り越えて、コロナ前のピークの応募件数となったことを大変嬉しく思います。応募いただきました企業の皆さまに改めて感謝申し上げます。

今年オンラインによる応募を可能とするため、新しくオンライン応募システムを導入しました。また、最終審査会の会場を県庁講堂からJR九州ホールに変更し、博多駅や地下鉄のサイネージ広告を実施することで多くの方にご来場いただきました。受賞商品については、従来の販売会や商談会に加え、クラウドファンディングの実施により、商品の販路拡大を支援します。

最終審査会では、一次審査を通過したノミネート商品50件が一堂に会し、有識者からのアドバイスはもとより、他の企業やデザイナー、バイヤーとの交流によって、視野や知識、販売チャンスが大きく広がったものと信じています。

福岡県産業デザイン協議会では、産業界、デザイナー、行政等が緊密に連携し、デザインを活用した商品企画・開発の促進やデザイン性に優れた商品の販路開拓の推進に取り組み、地域の発展に貢献しています。

今後、この福岡デザインアワードが福岡に留まることなく、全国の優れた産業デザインを競う場に発展していくよう取り組んでまいりますので、ご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

オンライン応募システムを導入。販路拡大の支援も積極的に行います。

福岡県産業デザイン協議会 会長
(九州旅客鉄道株式会社 代表取締役社長執行役員)

古宮 洋二

福岡県知事
服部 誠太郎



第21回 2019

monaca stool シリーズ
株式会社 酒見椅子店

和菓子の「最中」をモチーフに、日本古来の六花の華やぎを纏わせたスツール。令和に相応しい花の心のカタチにしたトータルデザイン。
応募件数157件(145社)



第17回 2015

アイスリットテープディスペンサー
福岡丸本株式会社

微細加工技術を用い、金属刃による課題を解決したテープディスペンサー。デザインや、産学連携の実証実験、社会への新たな提案力。
応募件数165件(145社)



第13回 2011

ヘアケアピュアローション「椿なの」、
「椿なのリペア」株式会社オーラテック

界面活性剤を使用しない防腐剤無添加のヘアケアピュアローション。「ひとにやさしい」デザインが評価された。
応募件数162件(136社)



第9回 2007

小倉織 縞縞 SHIMA-SHIMA
株式会社小倉クリエーション

途絶えた小倉織を復活させ、機械織により広幅化を実現した風呂敷。現代的な縞柄デザインを取り入れたクオリティの高い商品。
応募件数100件(79社)



第5回 2003

あんしんなタオル
宮原タオル株式会社

化学薬品を使わない、赤ちゃんからお年寄りまで安心して使えるタオル。商品説明も読みやすく処理された一貫したデザイン。
応募件数80件(62社)



第1回 1999

フロートパッキング
株式会社コンドー・マシナリー

電子機器等の品物を発送する際の衝撃から守るために開発された梱包材。エコな素材、簡単に無駄のないデザイン。
応募件数94件(61社)



第22回 2020

該当なし

※新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止。



第18回 2016

博多水引ボトルリボン
有限会社ながさわ結納店

ワインボトルを華やかに飾る博多の伝統工芸「博多水引」のボトルリボン。伝統工芸の美しさと使い勝手のよさを融合させた卓越したデザイン。
応募件数150件(127社)



第14回 2012

柳川まめマヨ
柳川農業協同組合

柳川産大豆フクユタカの豆乳を原料としたマヨネーズ風ドレッシング。商材の魅力を伝えるネーミングやパッケージ、地域ビジネスの可能性。
応募件数174件(139社)



第10回 2008

TONBY
紙飛行機デザイン工房

世界初、折り紙の特殊効果用紙飛行機。単純な構造ながら安定した滑空を実現。大空に飛ばせるイベントツールとしての可能性がある。
応募件数132件(106社)



第6回 2004

DAIDABO
東木工株式会社

木製板材と箱で構成されたユニットによる組み合わせ収納家具。ライフスタイルに合わせて、使い勝手が工夫できる新しい型の家具提案。
応募件数102件(63社)



第2回 2000

快步主義KHS L002
株式会社アサヒコーポレーション

歩く楽しさ、快適さを追求して開発された高齢者向けの靴。機能性と造形性のバランスがとれたデザイン。
応募件数108件(90社)



第23回 2021

Titanium Spoon series
有限会社リナシメタリ

チタンの優れた特性を活かし、航空機や自動車向けの最新加工技術と匠の手による研磨仕上げによって、チタンの難加工性を克服している。
応募件数123件(111社)



第19回 2017

廃校活用事業「いいかねPalette」
株式会社BOOK

廃校を活用し永続的施設運営を可能にした地方創生プロジェクト。多彩に成長するビジネスモデルが評価された。
応募件数147件(132社)



第15回 2013

Archi skin
株式会社マイサ

「建物を覆う皮膜」をコンセプトにアルミ製パネルで作られた建築資材。技術面や機能性、新しいビジネスの可能性を広げ、波及効果が大きい。
応募件数145件(124社)



第11回 2009

緑茶維新シリーズ T/BAG、
T/POWDER 株式会社つり

国産厳選茶葉の美味しさを手頃な価格で簡単に飲めるティーバックとティーパウダー。美味しいお茶を飲む感動というメッセージが明解。
応募件数152件(123社)



第7回 2005

ecopo
田川産業株式会社

漆喰土壁の特性を活かした焼かない植木鉢の手作りキット。実体験型の学習効果や植木鉢を作る喜びを表現したデザイン。
応募件数100件(67社)



第3回 2001

Life-D
大川ライフデザイン研究所

11社の大川家具メーカーと福岡のデザイナー・建築家の異分野協働で生まれた家具。日本人の暮らしに寄り添った人にやさしい造形性。
応募件数65件(57社)



第24回 2022

mu
SEA you again プロジェクト

海洋ごみを無くすことにちなみ、「mu(ムー)」と名付けられた。海洋プラゴミを「資源」として蘇らせ、価値あるものとしてアップサイクルされた石けんケース。
応募件数120件(98社)



第20回 2018

一日20gの食習慣「西利乳酸菌ラブレ」
京つけもの西利

乳酸菌を使用した野菜の漬物。1週間分がワンパックになったデザイン。企画性、価格努力など、商品開発力が評価された。
応募件数130件(122社)



第16回 2014

ぐっ波斯
独楽工房 隈本木工所

筆記姿勢をよくする教習具。県産材を用い高い技術と人間工学に基づいたデザインによって福岡発の思いやり商品として結実させた。
応募件数189件(155社)



第12回 2010

デザイナーズ防犯カメラ[PF-JT111]
株式会社日本防犯システム

ブランドショップなど多様な設置環境との調和を考慮した「み(見・聴)せる」防犯カメラ。最新技術と造形力が統合されたデザイン。
応募件数139件(117社)



第8回 2006

八女手漉き和紙 プリーツ加工紙
松尾和紙工房

半立体のプリーツ加工を施した八女手漉き和紙。平面表現に特化した和紙のあり方を一変させ、多様な生活シーンを創り出す。
応募件数112件(87社)



第4回 2002

該当なし

応募件数91件(74社)



主催 福岡県産業デザイン協議会・福岡県

協賛 九州旅客鉄道株式会社、九州電力株式会社、株式会社九電工、西部ガスホールディングス株式会社、TOTO株式会社、株式会社西日本シティ銀行、西日本鉄道株式会社、株式会社福岡銀行、福岡地所株式会社、株式会社安川電機（順不同）

後援 九州旅客鉄道株式会社、西日本鉄道株式会社、RKB毎日放送、NHK福岡放送局、FBS福岡放送、九州朝日放送、TNCテレビ西日本、テレQ、朝日新聞社、一般社団法人共同通信社福岡支社、産経新聞社、西日本新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、株式会社井筒屋、株式会社岩田屋三越、株式会社ハンズ博多店、麻生建築&デザイン専門学校、九州産業大学、九州大学、専門学校日本デザイナー学院、西日本工業大学、福岡デザイン専門学校、一般社団法人九州アートディレクターズクラブ、一般社団法人日本空間デザイン協会、北九州総合デザイナー協会、公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会、公益社団法人日本インテリアデザイナー協会、公益社団法人日本グラフィックデザイン協会（JAGDA）、公益社団法人日本サインデザイン協会、公益社団法人日本ジュエリーデザイナー協会、公益社団法人日本パッケージデザイン協会、一般社団法人九州北部信用金庫協会、一般社団法人福岡県中小企業家同友会、公益財団法人福岡県中小企業振興センター、日本貿易振興機構（ジェトロ）福岡貿易情報センター、福岡県商工会議所連合会、福岡県商工会連合会、福岡県中小企業団体中央会、北九州地域中小企業支援協議会、筑後地域中小企業支援協議会、筑豊地域中小企業支援協議会、福岡地域中小企業支援協議会（順不同）

応募対象 日本国内に事業所等をおく、中小企業者又は小規模企業者等

応募資格 日本国内において製造または販売する商品・サービス等のうち、次の要件を満たしているもの。
 ①反復生産が可能なもの（部品を含む）
 ②概ね5年以内に開発されたもの
 ③現在販売中または今年度販売予定のもの

応募区分 A 衣料・アクセサリ／衣服、バッグ、時計、貴金属など、身につけて使用するもの
 B 食品／食材や製法にこだわった飲食に関するもの
 C 健康・美容・福祉用品／健康グッズ、化粧品、医薬品、介護用品など身体に働きかけるもの
 D 生活雑貨・生活用品／生活用品、文具、玩具など、主に手に取って使用するもの
 E 家具・インテリア／家具、量など置いて使用するもの、照明、カーテンなど空間を構成するもの
 F 産業・商業・公共空間機器／OA機器、医療設備など事業活動や公共空間において使用するもの
 G 情報・サービス／ソフトウェア、デジタルコンテンツなどサービスを提供するもの
 H イベント・地域ビジネス／スポーツイベント、地域行事・催事に関するもの

会期 2023年10月24日（火）
 9:30-11:30 公開審査／13:00-16:00 ノミネート商品展示会／15:00-16:00 授賞式

会場 JR九州ホール（福岡市博多区博多駅中央街1番1号 JR博多シティ9階）

審査委員長 池田 美奈子 九州大学大学院芸術工学研究院 准教授
 副審査委員長 廣嶋 まい 一般社団法人Design-DESIGN MUSEUM 理事
 審査委員 石松 瑞樹 株式会社岩田屋三越 マーチャンダイザー
 内田 一博 iBankマーケティング株式会社 代表取締役副社長 兼 株式会社TAP代表取締役
 久保 紀子 株式会社リトルストロークス 代表取締役
 澄川 達哉 株式会社阪急阪神百貨店 博多阪急 デビジョンマネージャー
 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
 永野 研太 公益社団法人日本グラフィックデザイン協会福岡地区 代表幹事
 永野 弥生 株式会社電通九州 シニアクリエイティブディレクター
 西高 辻信宏 太宰府天満宮 宮司
 宮田 紗良 執行役員株式会社マクアケ 九州拠点責任者
 山田 彰 株式会社九州博報堂 エグゼクティブディレクター

福岡県産業デザイン協議会

設立 平成9年11月13日
 産業界、デザイナー、行政等が緊密に連携して、デザインを活用した商品企画・開発の促進と、デザイン性に優れた商品の販路開拓を推進することにより、福岡県における産業デザインを振興し、福岡県経済の発展に寄与することを目的とする。

会員数 210団体・個人（2023年3月末現在）

会長 古宮 洋二 九州旅客鉄道株式会社 代表取締役社長執行役員
 副会長 西高辻 信宏 太宰府天満宮 宮司
 永野 研太 公益社団法人日本グラフィックデザイン協会福岡地区 代表幹事

事務局 福岡県 商工部 新事業支援課
 〒812-8577 福岡県福岡市博多区東公園7-7
 Tel. 092-643-3449 Fax. 092-643-3226
 E-mail: design-2@fida.jp URL: https://award.fida.jp

福岡デザインアワード 2023 受賞商品集
 編集・デザイン：太田 康之（VIGORE Design） 取材・文：諸崎 そよか 撮影：上田 晴司、藤川 隆史（ゼン福岡スタジオ）