



**Nagasaki Design  
Award 2016**

長崎デザインアワード 2016

## ごあいさつ

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

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

今年で6回目となる「長崎デザインアワード2016」には、前回は10点上回り、生活用具から食品のパッケージ、家具、アクセサリ等、147点ものご応募をいただきました。その中から、選定会により大賞をはじめとする17賞と入選33点を選定するとともに、今回は、本年4月に長崎・佐賀両県の磁器が「日本磁器のふるさと肥前」として日本遺産に認定されたことを記念して、今回受賞した商品の中から該当する商品を併せて選定いたしました。

本展におきましては、これらの「長崎ならではの」の優れたデザインの選定品をご高覧いただきますとともに、この長崎デザインアワードが、県内製造業のデザイン開発意欲やデザイン力の向上に繋がることを祈念いたします。

平成28年10月吉日

長崎県産業デザインネットワーク  
会長 松尾慶一



## 総評

今年度の「長崎デザインアワード2016」は、昨年度の応募件数を10点上回る件数であった。これまでのデザインアワードのように、今年度も磁器、ガラス、木、ファブリック、金属、紙と素材の幅も広く、商品も生活用具から食品のパッケージ、家具、アクセサリなど、多種多様な文化をルーツとする、まさに「長崎ならではの」デザインアワードであった。高度経済成長の時代がすでに終わりを告げ、これから次世代にいたる商品戦略の中で、生き残りのための重要な「デザイン思考」による商品戦略が、今年度のデザインアワードの中にもより強く感じられ、「モノを造る」から「市場を創る」というデザインの視点をさらに広げた長崎デザインアワードのレベルが、昨年度より一層力強く感じられた審査会であった。

「長崎デザインアワード2016」選定委員長 山村真一

## 概 要

### 長崎デザインアワード 2016

#### ■ 目的

「長崎デザインアワード 2016」は、豊かな地域と社会の実現に向け、県内で企画・開発されている商品の中から優れたデザインを選定・表彰し、県内製造業のデザイン開発意欲やデザイン力の向上に寄与することを目的として開催するものです。

#### ■ 賞

大 賞	1 点
金 賞	1 点
銀 賞	1 点
銅 賞	1 点
長崎賞	3 点
奨励賞	5 点
選定委員特別賞	5 点



#### ■ 募集対象

長崎県内で企画・開発された下記3部門の商品のうち、反復生産が可能なもので、平成27年8月1日から平成28年7月29日までに商品化され販売されているものとします。(但し、平成27年8月1日以前に商品化されたもので、上記期間にデザインを改良した商品は対象とします。)

#### ■ 応募資格

県内に事業所を置く企業、団体、個人に限ります。

#### ■ 「長崎デザインアワード 2016」応募状況

応募総数 : 147 点、58 企業

#### ■ 部門別応募一覧

部 門	点 数	企業数
1. 生活デザイン	84	35
2. パッケージデザイン	63	25
3. 工業デザイン	0	0
合 計	147	※60

※2社が複数部門応募

## 選 定 委 員



◎委員長  
山村 真一  
(株)コボ 代表取締役社長  
プロダクトデザイナー



かねこ しんぞう  
Indexplus 代表取締役  
グラフィックデザイナー



左合 ひとみ  
(株)左合ひとみデザイン室  
代表  
グラフィックデザイナー



塚本 カナエ  
Kanae Design Labo  
代表  
プロダクトデザイナー



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

# 大賞 GRAND PRIZE

## 陶切子・凜（プレート・箸置き）

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー /  
福田 友和（有限会社 筒山太一窯）



審査講評 ■ 今世界で注目されているジャパンデザインの潮流は、日本伝統の匠をいかに現代に再生できるかが大きなテーマとなっている。この「凜」シリーズは、長崎から伝わったガラスの製造技術をもとに江戸や薩摩で磨かれた切子のパターンを、シンプルな白磁の皿の全面に施し、モダンな食器に展開している。長皿はもちろん、小さな箸置きにも切子のパターンが活かされ、まさに「凜」とした佇まいを演じている所が高く評価され大賞に選ばれた。

（山村 真一）



商品概要 ■ 従来、自社では陶器（土物）を中心に生産していますが、昨今の多様化するニーズに対応するため、自社製品にない分野を開発することで、新しい販路を開拓したいと思い開発しました。この商品は、白磁に連続した模様を彫り込むことを特徴としたものです。

コンセプト ■ シンプルな形状に菱形の連続模様を彫ることで、デザイン性と技術力をアピールし、良質の磁器の土で用いることで、白の清潔感とエッジが際立つフォルムを表現しました。菱形の彫り込みには、原型加工に3Dデータを用いたことで、精密な加工と反復生産が可能となりました。プレートは重なりがよく収納しやすい形状です。

サイズ ①プレート：220×112×55mm  
②正角はしおき：35×35×8mm  
③長角はしおき：45×18×8mm  
④長角足つきはしおき：6×18×12mm

価格 ①2,000円 ②400円 ③400円 ④600円  
（全て税抜）

# 金賞 GOLD PRIZE

## 文明堂総本店 カステラパッケージ

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 中川 安英  
(株式会社 文明堂総本店)
- デザイナー / 上杉 滝  
(株式会社 ノット・フォー)



Nagasaki Design  
Award 2016



審査講評 ■ 明治 33 年創業の老舗である文明堂総本店が、33 年ぶりにリニューアルしたパッケージ。伝統的な商品の顔つきを変える場合は、積み重ねてきた価値を失うことなく、時代に合ったものに刷新するべきであるが、この受賞作は見事にそれを実現している。南蛮船や出島といった、長崎の古き良き時代のモチーフに、ブランドロゴと英文を丁寧な吟味によって合わせ、老舗らしさに新しい風を吹き込んだ。伝統あるブランドの改革の好例として高い評価に値する。(左合ひとみ)

商品概要 ■ 文明堂総本店がカステラサイズの変更や、食べやすく 10 切れにカットしたカステラの販売に伴い、平成 28 年 6 月 1 日よりカステラパッケージを 33 年ぶりに変更いたしました。

コンセプト ■ 南蛮船や出島が描かれたパッケージはカステラが伝来したころの長崎の古き良き時代を表し、文明堂総本店のロゴや英語表記で丁寧にブラッシュアップし老舗感をだしました。

- サイズ ①カステラ 0.6 号 277×63×63mm  
②カステラ 1 号 277×103×63mm  
③カステラ 2 号 280×207×65mm
- 価格 ①1,000 円 ②1,750 円 ③3,500 円  
(全て税抜)



# 銀賞 SILVER PRIZE

## 日本遺産認定記念



### 松葉

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー / 富永 和弘 (白山陶器株式会社)



審査講評 ■ 本年度日本遺産に認定された「日本磁器のふるさと肥前」で、古くから作られてきた二口爛瓶と呼ばれる、お酒の容れ口と注ぎ口が分かれた酒器を基本に、現代空間に映える完成度の高いデザインの酒器「松葉」が高く評価された。酒器の首の反りは持ち易く、優雅にのびる細い注ぎ口は、上品に少量ずつ盃に注ぐことができ、薄手に仕上げられた盃の口ざわりはなめらかで、お酒の美味しさを引き立てる。お酒を愉しむ佇まい、勝手の優美さを、肥前の伝統に根ざしながら、モダンなフォルムに造形し、艶やかな鉄赤釉と白磁にあしらわれた松葉の染付模様が織りなす心地よいハーモニーは、日本の新しい美を創り出している。(森田 昌嗣)

商品概要 ■ 一般的に酒器の形は口がひとつの瓶型が主流ですが、肥前地区では二口爛瓶と呼ばれる容れ口と注ぎ口が分かれているものが古くより作られてきました。「松葉」は地域特有の酒器の形をベースに現代の空間にも似合うモダンなものとする事を目的に開発しました。艶やかな鉄赤釉と、松葉をあしらったシンプルな染付模様が特徴です。

コンセプト ■ 晩酌はもとより、祝いの席などでも、日本酒を粋に楽しめる酒器の提案。フォルム、アレンジ共に伝統に根ざしたモダンなデザインを心掛けました。酒器の首の反りは持ち易く、細い注ぎ口はお酒を少量ずつ上品に注ぐ事が出来ます。盃は口当たりとキレを良くするため、薄手に仕上げています。

サイズ ①酒器 125×125×100mm

②盃 75×75×35mm

価格 ①3,500円 ②1,200円 (全て税抜)



# 銅賞 BRONZE PRIZE

## 長崎ふうけい (おさんぽ日和・くじらさんとねこさん・歴史のキセキ)

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 井上昌一 (千寿庵 長崎屋)
- デザイナー / 江口正和  
(株式会社 昭和堂 TOPLAN)



審査講評 ■ 長崎には様々な伝統的なお菓子があり、江戸時代から、長崎を通してお菓子の文化が全国に広がった、いわゆるシュガーロードである。その中でも、この「口砂香・こうさこ」と言う落雁の原点ともなる長崎の伝統菓子。その伝統的であるがゆえに、お供え菓子や干菓子として範囲の狭い市場で作られてきた口砂香を、現代のニーズに合うようなモチーフと色合いを組み合わせ、長崎の3つのテーマで表現されたこの商品は、長崎みやげとして洗練されたパッケージデザインで新しい市場の可能性を持つものと評価された。(かねこ しんぞう)

商品概要 ■ 「長崎ふうけい」は長崎伝統の口砂香(こうさこ)という菓子で作っています。口砂香は今までお供え菓子やお茶菓子の干菓子として使われるシーンが多かったようです。その菓子を、可愛らしく長崎らしいモチーフにし多くの方に手にとってもらえる斬新な商品を開発しました。

コンセプト ■ シュガーロードの出発点「長崎」を

お菓子で表したい思いから生まれた商品。このまちを歩けば目にする長崎らしい風景を、古から伝わる「口砂香」にて3つのテーマで表現。素朴で優しく、どこか懐かしいテイスト、古き良き「長崎」を感じさせるデザインを目指しました。

サイズ 各 110×120×25mm

価格 各 360円 (税抜)



Nagasaki Design  
Award 2016





審査講評 ■ 長崎らしさと、五島の豊かな自然が感じられる、魅力的なパッケージである。目をひく鮮やかな色使いや繊細なモ



# 長崎賞 NAGASAKI PRIZE

## 刷毛目青磁 bowl・plate

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー / 亀岡 靖弘 (陶房 亀岡)



審査講評 ■ 化粧土を硬い刷毛のようなもので引掻き模様を作り、その素地にあらかじめ釉薬を混入して防汚効果も狙うアイデアと技法は素晴らしい。最近では 3D CAD による新規性のある商品も見受けられるが、当該商品のように既存の素材の新しい使い方により、まだまだ新規性のある商品が創出できることが証明された。白磁と青磁の部分のコントラストが美しく、白磁の刷毛目の清廉さが長崎の磁器の繊細さを良く伝えている。(塚本 カナエ)

商品概要 ■ 濡れている状態の生の磁器の土に刷毛目を施すという、今までにはなかった方法で製作しました。伝統技法を使いながらも、現代の食卓に合った、シンプルだけれどもちょっと洒落たセンスのいい器の提案です。

コンセプト ■ 化粧土による刷毛目を器のリムに施し、あえて釉薬をかけず焼き締めることで、刷毛目の柔らかさや立体感などの魅力を強調しました。焼き締めた化粧土には釉薬を加えることで、汚れを防止する工夫をしています。青磁釉と白の化粧土の対比によって、爽やかで清涼感を感じられるデザインにしました。

サイズ ①bowl 183×183×37mm  
②plate 212×212×27mm

価格 ①5,000円 ②6,000円 (全て税抜)



Nagasaki Design  
Award 2016



# 長崎賞 NAGASAKI PRIZE

## やさいのかりかり

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 濱浦かをる・太田圭美 (村菓子 × inaho)
- デザイナー / 古賀正裕 (古賀正裕デザイン)



審査講評 ■ 野菜生産者にとっては、商品の鮮度が生命線である。気候や土壌や手入れなどの条件の下で丹精込めた野菜も、計画的な生産を行うためには、加工食品を研究しなければならない。果物や野菜のさつま芋やじゃが芋や南瓜、ごぼう等を作って作られたスナック菓子である。卵・乳・小麦・白砂糖は不使用で、ノンフライで仕上げられた手づくりの商品。それらの特徴をネーミングタイトルやタイポグラフィやイラストデザインで充分引き出している。難を云えば各個の商品の展開力に対して、外箱のBOXにもう一工夫あれば、さらに商品力が増すと感じた。(かねこ しんぞう)

商品概要 ■ 親子で安心して食べられる毎日のおやつをと、西海市産の季節の野菜を使った手作りスナックを作りました。卵・乳・小麦・白砂糖不使用、ノンフライ製法で仕上げたお菓子です。

(第46回長崎県特産品新作展「菓子／スイーツ部門」最優秀賞受賞)

コンセプト ■ 透明包装からアルミ包装とする事で、日光を遮断し賞味期限を倍にすることが可能となりました。野菜をモチーフとしたラベルを貼り分け、低コストでの多品目化を実現しています。「西海のおいしい自然、てづくりで」をコンセプトに、小さな子どもを持つ母親層をターゲットとし、シンプルな体裁ながらも手仕事を感じる素朴な雰囲気が出るよう心がけました。

サイズ 各 40×90×100mm

価格 各 300円 (税込)



# 奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

## ピュアチョコ（長崎ハタ文様シリーズ）

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / Chocolatehouse Spectacle（株式会社 メモリード）
- デザイナー / 羽山潤一（DEJIMAGRAPH）



審査講評 ■「長崎風（ハタ）」と呼ばれる旗の模様をラベルに生かしたパッケージのシリーズである。白地に赤と紺の3色によるシンプルな構成で、統一感のある展開にしているところに、他の商品と一線を画す独自性が感じられた。昔からあるものに現代的な解釈を加えて新しい価値を生み出していく姿勢も高い評価に値する。（左合 ひとみ）

商品概要 ■長崎には「長崎風（ハタ）」といわれる風があります。出島に入港するオランダ船の国旗がはためく様子からハタといわれたそうで、国旗の3色で作られた伝統文様が多く残っています。長崎独自の文様をあしらった缶入チョコです。ハウステンボス内の工房で手づくりされたピュアチョコが入っています。

コンセプト ■ハタ文様は長崎ではおなじみのもので、多くのお土産物にもあしらわれています。販売店舗のブランディングに合わせ、既存商品にないトーンでシンプルにハタ文様をまとめました。地元の人でも「こんなに素敵な模様だったんだ」と長崎の文化や色彩感覚を再発見し、新鮮さを感じてもらえるように心がけました。

サイズ 各φ100×32mm  
価格 各594円（税込）



Nagasaki Design  
Award 2016



# 奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

## 波佐見焼 スキットフラスコ汁次

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー / 谷口 貴子 (株式会社 永泉)



Nagasaki Design  
Award 2016

審査講評 ■ 口元の栓を閉める機構は自社意匠の復刻ということであり秀逸である。また、蓋裏の細工により、液漏れがしにくいことも特筆すべき点であるが、蓋裏の細工についてはもう少し実験・研究を進められると更に完成度が高まるであろう。現代の生活にマッチするシンプルで柔らかな形状と柄、また家族で使用する際のサイズ感(量)も絶妙である。(塚本 カナエ)

商品概要 ■ 昭和 58 年に全国業界意匠登録をしている、あと引きしないネジ式の蓋が落ちないという弊社の古くからの技術を生かしたスタイリッシュな汁次です。

コンセプト ■ 多様化する生活スタイルに馴染む、幅広い世代に愛され続ける、スマートかつ安定感のある形、デザインにしました。

サイズ 各 72×72×100mm

価格 各 1,680 円 (税抜)



# 奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

## 畳和椅子

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー /  
勝手 孝英 (株式会社 勝手)



審査講評 ■ 畳をもっと身近にとの思いから企画開発を行った「畳和椅子」。特に高齢者にとって座ることへの負担を考慮して腰掛けることのできる長椅子を提供している。和室、洋室に対応するため、ウォールナット無垢無塗装のフレームに、着せ替え可能な8色のカラーバリエーションの畳や格子の組合せでデザインされ、また収納ができるなど、使用上の利便性も考慮されている。現代生活において畳を再認識するための家具開発に基づく工夫されたデザインは高く評価できる。長椅子が置かれている状況はカタログで確認できるが、使う際のシーンなど

が伝わりにくいため、今後は生活シーンを想定したさらなる開発を期待したい。(森田 昌嗣)

商品概要 ■ 畳離れの要因の一つに、和室で高齢者が座るといふ動作があります。和室の欠点である膝を曲げて座るといふ行為は、どうしても身体的に負担になります。そこで畳をもっと身近に人の手に触れやすくするために、腰掛ける高さまで畳をもっていくことで解決できないかという思いから企画・開発に至りました。簡単に畳を入れ替えることで、和室、洋室どちらでも合うようにデザインしました。

コンセプト ■ 洋室、和室を問わず、お部屋の雰囲気を壊すことないデザインにしたいと思いました。そのため、椅子の材質(ウォールナット無垢無塗装)、畳のカラーバリエーション(8色・着替可)や格子を取り入れたデザイン、座る事だけでなく収納スペースを工夫したことで、和・洋のどちらでも合うようなデザインにしました。

サイズ 450×1300×450mm

価格 250,000円(税抜)



Nagasaki Design  
Award 2016



# 奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

## 21cm スクエア (5 柄彫り)

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



審査講評 ■ かつて大賞に選ばれた大皿と同じシリーズのデザインが、今年度は、実に使い易い 21cm サイズの角皿に展開され、ウェーブやストレートなど 5 パターンのカンナ彫りが白磁の表面にバランスよく施された、実用的で上品かつシンプルなプレートのデザインに仕上がっている。和、洋、中、どのような料理の盛り付けにも対応できるオシャレな 5 枚 1 組の角皿シリーズが奨励賞に選ばれた。

(山村 真一)

商品概要 ■ 2014 年に開発した 28cm スクエアが、今でも人気で、もっと家庭的に使える 21cm スクエアを 2016 年にデビューさせました。こちらもとても好評です。

コンセプト ■ シンプルという個性をテーマに、軽くて、手作業のカンナ彫が入っているデザインです。今回は彫りのパターン 5 柄を施しました。

サイズ 各 210×210×10mm

価格 各 3,200 円 (税抜)



# 奨励賞 ENCOURAGEMENT PRIZE

## あげとっと

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 野内仁博 (のうち製麺)
- デザイナー / 新井唯香、古澤高志  
(株式会社 デザイン・スーパーマーケット)



審査講評 ■ 美味しい物を探求するには、それを見抜く眼力と舌力がある。しかし商品を買うときに試食でもしない限りは、商品のネーミングやパッケージのデザインに頼らざるを得ない。本来島原で手延べ素麺の製造時に出てしまう端材料の節部分の「ふし麺」を、女将さんがお孫さんへのおやつにと、まかない菓子としてカラッと揚げて喜ばれていた裏方だった商品。大切な材料を無駄にせず、地元の名物菓子にした企画力は、長崎の産業とデザイナーの共同作業の質の高さを感じる。(かねこ しんぞう)

商品概要 ■ 「島原伝統手延べそうめん」を若い年代にも PR するため、手軽に楽しめる新名物を開発。大引き前の生麺や製麺の際にできる節部分「ふし麺」を油で揚げ、味付けしたお菓子「あげとっと」が完成。開発時まかないで出して以降口コミが広がり商品化に至りました。商品名には親しみ易く、響きが面白い島原半島の方言を用いています。

コンセプト ■ 南島原では珍しい「手延べ麺を使ったお菓子」をアピールするため、商品に台紙を用いて誕生秘話などを記載。ラベルは台紙つき・台紙なしの状態でも両立できるようデザインしています。また、今後の味展開を考慮し、陳列時見栄え良く並べていただけるよう自立性のあるチャック付き包材を採用しました。

サイズ ①あげとっと各種 45×125×170mm、  
②あげとっとセット 47×370×158mm

価格 ①410円 ②1,300円 (全て税込)



Nagasaki Design  
Award 2016



# 選定委員特別賞

JURY SPECIAL PRIZE

かねこしんぞう賞

## 最後かもしれないシリーズ

(島の柚子シロップ、島の柚子ごしょう、不思議調味料ゆべし)

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 豊永レイ子  
(最後かもしれない商店)
- デザイナー / 羽山潤一  
(DEJIMAGRAPH)



Nagasaki Design  
Award 2016



審査講評 ■ 長崎県の壱岐は、人口 26,500 人の島であり、有史以来、永年大陸文化の入口として果たしてきた役割は大きい。観光地としても大きな魅力を持っており、漁業や畜産業、お米や果樹園などの地元の産物を活かした商品開発も意欲的になされている。「これが最後かもしれない島の柚子」シリーズは、この島ならではのスタンスに立脚した力を持っている。平均年齢 77 歳の島の人たちにより、島内の加工所で新鮮な材料を使い、熟練の技で丁寧に作っている風景が目には浮かぶ商品に仕上がっている。(かねこしんぞう)

商品概要 ■ 食が豊かな壱岐島ですが、お土産に向く農産加工品が少ないと感じていました。この商品は、島に住む平均年齢 77 歳の生産者の方々が作っています。島の魅力が伝わるような新しいお土産として育てていくシリーズ第一弾。郷土料理である「ゆべし」をはじめ、人気の柚子加工品 3 品です！

コンセプト ■ 後継者不足や高齢化で、生産が危ぶまれる商品が島にはたくさんあります。それこそ強みになると考え「最後かも知れない商店」とネーミング。壱岐の猿岩をモチーフにしたロゴづくり、島の風土、生産者の人柄、販売者のキャラクターを反映したデザインにしました。今後商品が増える際は、天面の丸シールを貼るだけでシリーズに加えられる、無理なく長く使える仕組みにしています。

サイズ ①シロップ 45×135×45mm

②柚子ごしょう 45×55×45mm

③ゆべし 45×55×45mm

価格 ①972 円 ②648 円 ③648 円 (全て税込)



# 選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

## 左合ひとみ賞

### 鷹島離宮

吟醸古酒（日本酒） / じゃこの佃煮  
（生姜・山椒・梅風味） / 本まぐろ燻製

- パッケージデザイン部門
- 受賞者 / 山口智士  
（鷹島バイオパーク株式会社）
- デザイナー / 新井唯香、古澤高志  
（株式会社 デザイン・スーパーマーケット）



審査講評 ■ 鷹島バイオパークに新しい日本食ブランドとして、日本酒や海産物で構成される「鷹島離宮」。今の空気を表したロゴタイプと自然の草花や波のモチーフから、複数の文化が交差する長崎らしさが伝わってくる。ぱっと見たときにすぐはわからないことから、「なんだろう？」と気になってしまうコミュニケーション方法。審査中に何度か手に取らせてしまった。その吸引力に対して私の個人賞とさせていただいた。（左合ひとみ）

商品概要 ■ 鷹島やその近郊で水揚げされる海の幸を用いた鷹島バイオパークオリジナルの新しい日本食ブランド「鷹島離宮」です。鎖国時代より、異国文化の往来が盛んな長崎では、卓袱料理など当時の「最先端の日本食」を生み続けてきました。その精神を現代の料理人が受け継ぎ、新しい長崎の食文化に挑戦していきます。

コンセプト ■ 江戸時代、海外との貿易で取引されていた”中国陶磁器”と、鷹島に生息する”草花”をモチーフに、長崎らしい異国文化漂う”新しい日本食ブランド”をイメージさせるデザインを目指しました。日本酒のパッケージでは、陶磁器特有の質感をパッケージでも表現できるよう光沢感ある加工で仕上げています。

サイズ ①吟醸古酒 82×82×305mm、  
②じゃこの佃煮 82×82×58mm  
③本まぐろ燻製 150×250×50mm  
価格 ①2,000円 ②1,000円 ③2,000円  
（全て税抜）



Nagasaki Design  
Award 2016



# 選定委員特別賞

JURY SPECIAL PRIZE

塚本カナエ賞

## かくれんぼ

■ 生活デザイン部門

■ 受賞者・デザイナー /

阪本 やすき・真梶 貴志 (白山陶器株式会社)



Nagasaki Design  
Award 2016

審査講評 ■ 個々のディテールの完成度の高さに脱帽した。磁器スプーンは、メインプレートの全ての角に吸い付くようなフィット感があり、プレートの側壁の高さも絶妙である。裏の溝も食洗器でも汚れがきれいに流れ易い太さ、深さ、形状となっている。手に持つ食器は重量感が重要な要素だが、コップと茶碗が若干重いように感じる。もう少し軽量化を図ると、子供達に更に使い易いものになるだろう。色、柄は、現代の子供達が喜んで使うような研究を更に積み上げてほしい。そうすると国内では子供用食器の分野で唯一無二のデータ量を誇る企業となり得る。その際には対象となる子供達を初めから入れて開発されることをお勧める。(塚本 カナエ)

商品概要 ■ 親子の会話が弾む食事のシーンをイメージした子ども用食器の提案です。小さな子供にとっての食べやすさや扱いやすさを追求した形状に、「とり」と「葉っぱ」をモチーフとした新パターン

をアレンジしました。全体的に淡い色調で、さまざまなメニューに合わせやすく、離乳期からアイテムによっては小学生位まで、長く使うことができます。コンセプト ■ カラフルにちりばめた「葉っぱ」の中に「とり」がかくれんぼするパターン。楽しく「とり」を探しながら食が進み、親子の会話も弾むデザインにしました。重心を低く底を厚くすることで安定感を出し、楕円形のフォルムにすることで体を近づけて食べることができます。

サイズ ①仕切皿 265×210×25mm  
②楕円鉢 190×135×40mm  
③手付ボール 160×120×50mm  
④お茶わんφ 110×50mm  
⑤カップ 115×90×65mm  
⑥すり鉢φ 105×55mm  
⑦スプーン 145×35×25mm

価格 ①3,200円 ②2,000円 ③2,200円 ④1,200円  
⑤2,000円 ⑥2,800円 ⑦800円 (全て税抜)



# 選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

森田昌嗣賞

## カレー・パスタ皿

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



審査講評 ■ 日本人の国民食ともいえるカレーやパスタの皿を「つい使いたくなる」をコンセプトに開発したことに好感が持てる。機能的には、深さがありリムもついているので運び易く、この適度な深さと立ち上がりがすくい易く、スプーン、フォークの使用時に食べ易くなっている。また量産性を高め価格を抑えていることや、リム付ながらスタッキング性も高い。これらの機能的な特質とともに、何といても波佐見焼の伝統的な絵付を基に新しい絵模様を提案していることなど、食卓での日常使いをより楽しくするデザインに結びつけたことが高く評価できる。(森田 昌嗣)

商品概要 ■ 毎日の食卓に「つい使いたくなる」そんなカレー、パスタ皿を目指してつくりました。

コンセプト ■ 深さがあり、リムもついているので、食卓に運ぶ時とても運び易いです。また、深さがあるのですくい易く、パスタなどは立ち上がりを利用すると、とても食べ易いです。家族分買っても、重なりも良く5枚以上は平気で重ねられます。

サイズ 各 205×225×45mm

価格 各 1,620円 (税込)



Nagasaki Design  
Award 2016



# 選定委員特別賞 JURY SPECIAL PRIZE

山村真一賞

## Carry Box 青空ブランチ マイコンロ 《B+B+Q》

- 生活デザイン部門
- 受賞者・デザイナー /  
Benny Zipps (Benny Zipps)



審査講評 ■ 大きな社会問題となった東日本大震災に続き熊本地震も起こり、今非常用コンロが注目されている。この一斗缶を斜めにカットした「マイコンロ」は、収納も簡単で使用時にはワンタッチ程度での組み立てが可能となっている。エコ活動メンバーと協力して端材の利用から生まれたコンロは、バーベキューパーティはもちろん災害時用としても話題となるだろう。但し一斗缶の切り口の仕上げなど、少し工夫が必要なことも付け加えたい。

(山村 真一)

商品概要 ■ 5年程前からメンバーと共に端材 Steel 材のリメイク作品創りを通して、eco 還元活動を行っています。今回は『和み』をテーマに、家族の輪、仲間の輪、自然の輪を、身近で憩えるアイテムとして、長崎の旬の食材を手軽に楽しめる BBQ マイコンロを製作しました。シンナー CAN をリメイクして、軽量で女性の方でも持ち運びしやすい取っ手とスタンドレッグスを取り付け、耐火塗料を施した

NO 直火で自然にも優しいコンロに仕上げました。炭等の備品も収納でき、ダブルコンロは勿論、クロウズすればプチ燻製も楽しめるお手軽コンロです。

コンセプト ■ 元の CAN の形状を活かして、女性の方でも、手に取りやすいスタイリッシュな雰囲気に仕上げました。メモリアルナンバーやサインプレートを設定することで、マイコンロ感を UP。安定してお使いいただくために、把手及びスタンドレッグスの形状と位置、プチ燻製時の空気調節用の孔を、CAN 蓋をアレンジしてダイヤルで開閉させる等、外観と実用性のバランスを工夫しました。

サイズ コンロ本体 320×300×500mm

価格 コンロ本体 3,740円 (税抜)

# 入選 WINNING PRIZE



## inoshika パールブレスレット・2巻帯

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 武末 聖子 (対馬パールプロジェクト)

デザイナー ■ 対馬パールプロジェクト

商品概要 ■ 対馬の猪と鹿の革と対馬パールをつかったブレスレットです。柔らかい感触のものが鹿、固いものが猪。革と対馬真珠を組み合わせることで、対馬をアピールできる作品に仕上げました。全国 2 位の真珠養殖のシェアを誇る長崎県。対馬の誇る、豊富な資源を活用した作品です。

コンセプト ■ 対馬の猪・鹿の革と対馬産アコヤ本真珠を使用。留め具は 14kgf (ゴールドフィールド) 使用しており、磁石なので簡単に留めることができます。革留には鍍金使用。カラーは全 7 色。カジュアルにも、フォーマルにも似合う対馬の夏にピッタリの商品に仕上げました。

価格 各 3,900 円 (税込)



## ikeshima spirits パッケージ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 荒木 智佳子 (ナガサキ・マジェンタ 100)

デザイナー ■ 荒木 智佳子 (ナガサキ・マジェンタ 100)

商品概要 ■ 九州で最後に閉山した長崎の池島には、素晴らしい設備が残っているのに、石炭アクセサリーを販売することで、この池島の風景を発信したいという思いから制作しました。島民の方や地域おこし隊、三井松島リソースさんのご協力のおかげで完成できました。

コンセプト ■ 身に纏うエネルギー! 黒く輝く石炭を宝石と、美しい池島の風景を伝えたい思いでパッケージを製作。産業革命を支えてきた石炭、その誇りを池島スピリッツという名前に込めました。「池島」をはじめ「軍艦島」等長崎の観光資源を発信していければと思います。



## Air Bubbles Vase

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 竹田 礼人 (有限会社 瑠璃庵)

デザイナー ■ 竹田 礼人 (有限会社 瑠璃庵)

商品概要 ■ 花のための器を。花がなくても存在感のあるものを。主張しすぎず、主張する。扁壺型の花器です。ガラスという素材と、規則正しく並んだ泡 1 つ 1 つに映る小さな世界も楽しめます。

コンセプト ■ 不規則になりがちな泡模様を規則的に並べることと、透過素材であるガラスにしか出来ないことを結びつけることをコンセプトにしました。日の光や水の量によって、様々な表情を見せてくれる花瓶をイメージして製作しました。

価格 クリア 5,400 円 ルリ 7,020 円 (全て税込)



# 入選 WINNING PRIZE



## 陶切子・凜 (酒杯3点)

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 福田 友和 (有限会社 筒山太一窯)

デザイナー ■ 福田 友和 (有限会社 筒山太一窯)

商品概要 ■ 昨今の多様化するニーズに対応するため、従来の自社製品にない、新しい販路を開拓したいと思い開発しました。白磁に連続した模様を彫り込むことを特徴としたものです。ギフトとして自由な組み合わせができます。  
コンセプト ■ シンプルな形状に菱形の連続模様を彫り込むことでデザイン性と技術力をアピールしました。また、透光性の磁器の土で製品化することで、独特の手触りとお酒を注いだときに透けて見えます。菱形の精密な彫り込みには、3Dデータを用いて原型を加工しました。

価格 フリーカップ：2,200 円 ロックカップ：2,200 円  
酒杯：1,800 円 (全て税抜)



## BRICK

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 阪本 やすき (白山陶器株式会社)

商品概要 ■ 薬味・タレ、おつまみなどをいれる仕切り皿として、小さなお菓子を色とりどりに盛り付けて食器として使える連結の小皿。小分けにして収納したいアクセサリやステーションナリーなど食事以外にも活用できます。

コンセプト ■ 小さな角皿を単体から、2個、3個とスライドしてつなげた。3種類のユニットそれぞれ明るい色合いの6色展開でコーディネートのごさし色として使うこともできます。各ユニットから自由に選び、重ねたり組み合わせることで、用途や演出方法が広がります。

価格 トリプル：1,700 円 ダブル：1,200 円 シングル：700 円 (全て税抜)



## 蒼鎬 ボウル、スープ碗、皿セット

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 武村 博昭 (株式会社 利左エ門)

デザイナー ■ 武村 博昭 (株式会社 利左エ門)

商品概要 ■ 独自で調合した上質なブルー釉を使用。生地に鎬を入れる事により、釉の濃淡が付いて深みの有る器になっています。

コンセプト ■ 長崎(西海)の海をイメージした蒼の器。手彫りによる丁寧な仕上げとブルーの釉の深みがマッチしたこだわりの逸品です。

価格 ボウル L：3,600 円 ボウル M：2,800 円 ボウル S：1,800 円 ボウル SS：1,300 円 スープ碗：2,800 円 スープ碗台皿：2,000 円 皿 L：4,000 円 皿 M：2,800 円 皿 S：2,000 円 (全て税抜)



# 入選 WINNING PRIZE



## 国産黒ごまカステラ

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ 森 淳 (株式会社 葉秀苑森長)  
 デザイナー ■ 羽山 潤一 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ 国内消費量の1%以下の希少性の高い国産(島原産)の黒ごまを使った商品。カステラとの相性はもちろんのこと、本物のごま味を目指し、ごまの香りと食感を併せ持った商品の開発を職人の技で実現しました。

コンセプト ■ 原材料であるごまをモチーフにしたデザイン。お土産店などに卸される機会の多い商品なので、売り場で目立つシンプルさ、スタッピングされた時の美しさと存在感などを意識してデザインしています。稀少な島原産のごまを使用しているため、プレミアム感が感じられるデザインを心がけました。 価格 378円(税込)

## 伊王島塩珈琲

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ 平山 良子 (長崎温泉 やすらぎ伊王島)  
 デザイナー ■ 林 和廣 (アスクサイン)

商品概要 ■ 伊王島の海の塩で焙煎したミネラルたっぷりのコーヒー。塩の味はしませんが、なんとなくしょっぱいような気がする不思議な珈琲です。

コンセプト ■ シンプルかつコーヒーが好きな方が惹かれそうなイメージで作成。「塩珈琲」というネーミングにすることで、インパクトを強くしました。

価格 550円(税込)



## 雲仙大地の恵み 黒胡麻素麺

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ 外山 貴之  
 (社会福祉法人南高愛隣会コロニーエンタープライズ)

商品概要 ■ 「雲仙大地の恵み」のシリーズとわかるロゴパッケージに、古くから不老長寿、長生きの薬として用いられてきた胡麻を練りこんだ新しい島原素麺の開発、健康意識の高まる現在に通用する、訴求力の高い商品作りに注力しました。

コンセプト ■ 人々の健康と長寿を祈る意味からも様々なシーンで広く使われているなじみ深い、すっきりとした直線が印象的なごまの模様を取り入れ日本らしさ、帯を黒で引締め、雲仙のロゴに懸かる月光、または朝霧のような淡い色をいれ、神秘性、涼感を意識しました。

価格 410円(税抜)

# 入選 WINNING PRIZE



## swatch カップ・お茶わん

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 松尾 一朗 (有限会社 松尾商店)

デザイナー ■ 松尾 一朗 (有限会社 松尾商店)

商品概要 ■ お茶わんは毎日使うからこそ、家族それぞれお好みの柄を選んでいただきたくて、11 柄というお茶わんでは珍しい柄の展開数になっています。カップは絵付け方法を変え、同種の小皿や正角皿との愛称も良くしました。コンセプト ■ 旧カップよりスリムになりスタイリッシュになりました。お茶わんは高台を大きく厚くしたことで、ごはんの熱さも感じにくくなり、高台がしっかりしているため、重ね収納する時も安定感があります。小ぶりに見えますが、意外と深さがあるので、大人からこどもまで使えるサイズのお茶わんになっています。

価格 どちらも全て 864 円 (税込)



## PASTO

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 阪本やすき (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 阪本やすき (白山陶器株式会社)

商品概要 ■ シリーズを構成するプレート、ボール、マグはそれぞれ実用度の高いサイズ・形状としリムや玉縁により強度を高めています。ヘルシーでカジュアルな雰囲気を持つシリーズです。

コンセプト ■ 朝食や休日のランチなどリラックスした飲食のシーンに使うアイテムを機能的な形状とナチュラルなカラーで提案しています。

価格 プレート L: 3,000 円 プレート M: 2,000 円 プレート S: 1,000 円 ボール L: 2,500 円 ボール M: 1,800 円 ボール S: 1,200 円 マグ: 2,200 円 (全て税抜)

## e-丼・e-プレート

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 小柳 吉喜 (有限会社 アイユー)

商品概要 ■ 周りの丼が、全て丸い形だったので、テーブルスペースをたくさん作ってくれる楕円の丼を開発しました。すくい易く、重なり易く、持ち易くが特長の商品です。プレートは丼の蓋にもなり、台皿、取り皿としても使用できる様に考えました。

コンセプト ■ 人に優しいコンセプトで、和洋中に使用できる丼の形状を考えました。丼の両サイドのハンドルは持ち易く、プレートも指がすっと入るフチの高さとししました。フラットな面も広くし、重なりが良くなるように工夫しました。

価格 丼: 1,944 円 プレート: 1,296 円 (全て税込)





# 入選 WINNING PRIZE



## chat ティーポット

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 團 浩道 (団陶器株式会社)

デザイナー ■ 岡崎 達也 (ttyokzk ceramic design)

商品概要 ■ ライフスタイルの変化もあり、お茶の時間(ティータイム)も少なくなりましたが、「会話のはずむ」「おいしく」「たのしく」「こちよく」を考えた商品です。

コンセプト ■ 使い心地がよく、ちょっと一息にちょうど良いサイズです。「無数の細かい穴が茶葉をしっかりキャッチ」、「後引きしにくい注ぎ口」、「開口部が大きくお手入れ簡単」などの機能が特徴のスタイリッシュなティーポットです。

価格 各 3,800 円 (税抜)

## Mat 茶器セット

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 福田 史慶 (福峰陶苑有限公司)

デザイナー ■ 福田 史慶 (福峰陶苑有限公司)

商品概要 ■ 釉薬をマットでまとめモダンな感じにしました。土瓶は、持ち手を金属にすることでよりモダンに仕上げました。カップ&ソーサーはもてなしの器として使って頂けます。他にも、釉薬や絵付けなどでも様々なバリエーションを展開できます。

コンセプト ■ 土瓶の需要が減っていく中で、若いユーザーにも土瓶でお茶を飲もうというコンセプトで製作しました。

価格 カップ：1,200 円 プレート：1,000 円 土瓶：3,800 円 (全て税抜)



## ピニオン

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 伊藤 真宜 (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 伊藤 真宜 (白山陶器株式会社)

商品概要 ■ スタンダードな筒型で幅広い種類の花にあわせやすい花瓶です。凹凸のスリットがあることで花を安定させやすくおさまりも良好です。季節の花を生けることやインテリアとのコーディネートを考え、大・小 2 サイズ 4 色展開にしました。

コンセプト ■ 歯車をモチーフにしたデザイン。特徴的な凹凸は花を生ける際におさまりが良く安定させやすい。手のかかりが良いため持ちやすく、水の出し入れや持ち運びに安心感があります。パールトーンの釉薬の濃淡で凹凸の陰影を強調し、フォルムを際立たせています。

価格 M：8,000 円 S：4,000 円 (全て税抜)



# 入選 WINNING PRIZE



## 中野蒲鉾

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 中野 大四郎 (中野蒲鉾店)

デザイナー ■ 羽山 潤一 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ 長崎は蒲鉾の産地。伝統ある食材なので、商品の見た目が似ており、パッケージで特長をつけてアピールする必要性を感じ、ラベルを一新。ギフト市場で詰め合わせにも対応できるシリーズ感をだしました。

コンセプト ■ 各蒲鉾をカラフルなカラーと商品の特徴である野菜、雑魚、イカ、イワシの材料をデザイン化したシルエットを配置しています。他商品との差別化を図り、幅広い年代の消費者に手にとってもらうデザインにしています。

価格 雑魚天：410円 その他：195円 (全て税込)



## 至福の家バル

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 藤本 千加子 (株式会社 豊味館)

デザイナー ■ 藤本 千加子 (株式会社 豊味館)

商品概要 ■ ご家庭でも「バル」の雰囲気でお酒を楽しんでいただける、お肉の本格おつまみシリーズです。お肉の旨味はそのままだけ、食感はやわらかく仕上げました。ビールやワイン、焼酎などお酒に合わせて楽しめるアイテムを揃えました。

コンセプト ■ お洒落なワインバルのような雰囲気を黒と金で表現しました。グリーンラインで華やかさもプラス。売り場で統一感が出るよう全種類同じデザインを採用し、なるべくシンプルに仕上げ、中身が引き立つようなラベルにしました。

価格 各 380円 (税抜)



## カワキヤ・ドライフルーツ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ 栗原 雄一郎 (株式会社 KAWAKIYA)

デザイナー ■ 村上 比子 (オフィス MUHIKO)

商品概要 ■ 島原半島のおいしいフルーツをそのままに、水分だけを飛ばしたドライフルーツです。新しい工法のヒートドライ製法で、今までのドライフルーツとは違い、完全無添加食品です。加糖されていないので素材のうま味、甘みを感じ子供から大人まで安心安全に食べられます。

コンセプト ■ 農家の皆さんがこだわりをもって作られているフルーツというモチーフを活かし、女性が思わずかわいいと思って頂けるイラストとしました。少しずつ味わえるアソートは、長崎のイメージでもあるステンドグラスのイラストにしています。

価格 600円～(全て税抜)



# 入選 WINNING PRIZE



## フォレンジビスク スタッキングトレイ ・スタッキングロング2トレイ

部 門 ■ 生活デザイン部門

受 賞 者 ■ 太田 聖 (株式会社西山)

デザイナー ■ 江添 裕治 (株式会社西山)

商品概要 ■ 木の葉（はっぱ）のパターンとし、磁器の光沢感とは違う独特のマット感で、ナチュラルでモダンな感じで。形状は重ねやすく収納しやすい形状。

コンセプト ■ 従来の食器だけに使うの目的ではなく、アクセサリなどの小物入れなどに。使う人のセンスで、いろんな使い方をしてもらいたいです。

価格 トレイ:1,000円 ロング2トレイ 1,800円(全て税込)

## HACHI-how

部 門 ■ 生活デザイン部門

受 賞 者 ■ 小橋 めぐみ・林 恵深 (株式会社 和山)

デザイナー ■ 小橋 めぐみ・林 恵深 (株式会社 和山)

商品概要 ■ 改めて和食が見直されている時代に、現代の生活スタイルに合わせた和食を楽しめる器を提案したいと考えました。様々なシーン、用途で使っていただけるコンパクトな食を通したコミュニケーションを楽しむ時間を提案する器にしたいと考えました。

コンセプト ■ 様々なシーンを楽しめ盛り栄えのする8角の形状、多様な組み合わせができるサイズ感、シンプルな色合い、収納性美しさを併せた器。角を少し丸め、側面に緩やかなカーブを付け、おもてなしの雰囲気と日常食器としての優しさや親しみのある器シリーズです。

価格 ボウル:600円 プレート大:1,800円 プレート小:800円(全て税抜)



## ペトラ

部 門 ■ 生活デザイン部門

受 賞 者 ■ 中村 大輔 (白山陶器株式会社)

デザイナー ■ 中村 大輔 (白山陶器株式会社)

商品概要 ■ 置く方向や見る場所によって表情がさまざまに変化するプレート。普段の食事はもちろん、ホームパーティーなど多様なシーンでテーブルを演出します。サイズによって異なる形と3色のカラーを組み合わせると自由なコーディネートを楽しめます。

コンセプト ■ 川原の小石をイメージさせるデザイン。川上から川下に行くほど角がとれて小さくなるように、サイズ展開は小さくするにつれ5角から4角・3角と角が減っていく造形としました。料理の色が映えやすくとまた石をイメージさせる落ち着いたカラー展開にしました。

価格 L:2,500円 M:1,200円 S:800円(全て税抜)



# 入選 WINNING PRIZE



## きびなくん

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ 濱口 貴幸 (株式会社 浜口水産)  
 デザイナー ■ 有川 智子 (草々舎)

商品概要 ■ 朝どれの五島産きびなを 2 日間冷風乾燥させ旨味を凝縮。その後サクラとリンゴのチップでスモークし、仕上げています。

コンセプト ■ きびなのイラストを描き、視覚的に商品に使用されている魚を意識しやすいデザインにしています。また、ひらがなの商品名は、きびなの商品である事が分かると同時に、愛着のわくネーミングとなっています。

価格 432 円 (税込)



## フェイスマスク

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ まちやコスメ tefufefu (株式会社グッドスマイル)  
 デザイナー ■ 羽山 潤一 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ フェイスマスクです。修学旅行生や観光客のお土産の選択肢に、長崎でしか買えないご当地コスメを加えていただければと思います。長崎市の町中、周辺に残る町家風の外観の「まちやコスメ tefufefu」のコスメ商品です。

コンセプト ■ パケ買いされるフェイスマスクを目指しました。  
 価格 800 円 (税抜)

## 長崎模様のおぶらとり紙

部門 ■ パッケージデザイン部門  
 受賞者 ■ まちやコスメ tefufefu (株式会社グッドスマイル)  
 デザイナー ■ 羽山 潤一 (DEJIMAGRAPH)

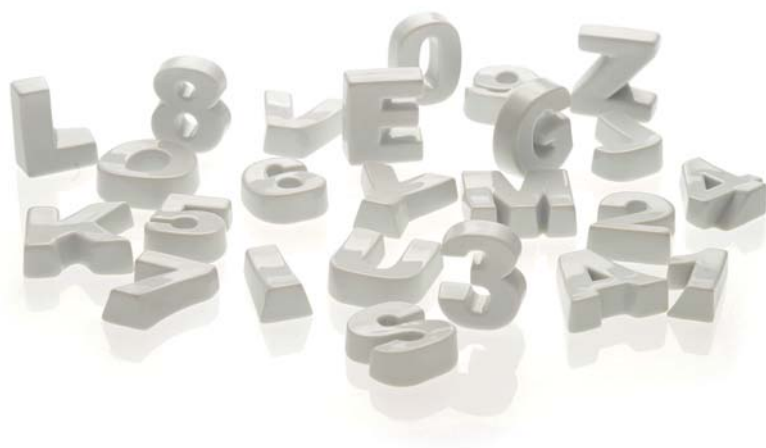
商品概要 ■ 長崎市の町中、周辺に残る町家風の外観の「まちやコスメ tefufefu」のコスメ商品です。プチプライスのおみやげとしておすすめしています。かさばらずに持ち帰れるので海外のお客様向けのアイテムでもあります。

コンセプト ■ 長崎を象徴する椿の花、鯨、猫、教会のデフォルメしたイラストが表紙になった油取り紙です。

価格 各 432 円 (税込)



# 入選 WINNING PRIZE



## Standing rest (アルファベット箸置き) White

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 一瀬 龍宏 (株式会社 一龍陶苑)

デザイナー ■ 一瀬 龍宏 (株式会社 一龍陶苑)

商品概要 ■ アルファベット 26 文字、数字 10 文字計 36 文字の卓上小物。箸置きやスプーンレストとしてテーブル上のアイキャッチとしても勿論、表札やウインドディスプレイとしてのインテリア雑貨的な遊び要素も加味。

コンセプト ■ 36 文字全てが Standing(立つ)仕様。レストとしての実用性も踏まえ縦置き横置き兼用できる形状デザイン。アルファベットと数字、縦横の立体的な組み合わせにより表現出来るワードやメッセージは無限大に。

価格 各 600 円 (税抜)

## コンプラ瓶のおみくじ

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 中山 公弘 (金屋神社)

デザイナー ■ 朝長 美紀、林 深恵 (器工房 den、株式会社和山)

商品概要 ■ 波佐見町で最も歴史がある金屋神社の魅力を知ってもらいたいと、地域おこし協力隊と金屋郷の窯元が中心になった町おこしの商品です。形状は波佐見焼の歴史を象徴するコンプラ瓶で、瓶の中におみくじが入っています。

コンセプト ■ 波佐見町の産業である磁器で作られており、持ち帰りやすいサイズと手に馴染む優しい感触がポイントです。たくさん並んだ時の可愛さや選ぶ楽しみを考え4色展開。おみくじを結んだあとの瓶は持ち帰ってもらい、一輪挿しやようじ立てなどに再利用できます。

価格 各 500 円 (税込)



## コンプラ小皿

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 重山陶器株式会社 (重山陶器株式会社)

商品概要 ■ 長崎の波佐見らしい商品群のひとつとして開発したもので、毎日気軽に使え、使いやすいように皿のくぼみをななめにし、ソース類がたまりやすいような形状としました。

コンセプト ■ 波佐見焼の代表的な製品であるコンプラ瓶を切って皿としたイメージの商品。コンプラ瓶から古き良き時代の波佐見、カラーバリエーションで現在の波佐見を表現しました。

価格 各 920 円 (税抜)



# 入選 WINNING PRIZE



## 長崎板チョコ (長崎ハタ・長崎名物・長崎の風景シリーズ)

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ Chocolatehouse Spectacle (株式会社メモリード)

デザイナー ■ 羽山潤一 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ 眼鏡橋近隣の直営店・チョコレート専門店「Spectacle」の商品。「長崎らしさをさりげなく」を店舗と商品全体のコンセプトに掲げ、これまでにないトーン&マナーのデザインの商品を展開しています。

コンセプト ■ 長崎名物、長崎の名所を、新たなデザインの切り口で表現しました。地元の人々が自慢したくなる、贈りたくなるチョコレート商品を目指しました。

価格 大きな板チョコ 810円 小さな板チョコ 486円  
(全て税込)



## 長崎ピュアチョコ (長崎ことはじめ・長崎名物シリーズ)

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ Chocolatehouse Spectacle (株式会社メモリード)

デザイナー ■ 羽山潤一 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ 眼鏡橋近隣の直営店・チョコレート専門店「Spectacle」の商品。「長崎らしさをさりげなく」を店舗と商品全体のコンセプトに掲げ、これまでにないトーン&マナーのデザインの商品を展開しています。

コンセプト ■ 数多く存在する「長崎事始め」を、今の感覚で新しくデザイン。チョコの形状をそれぞれのデザインモチーフに例えたネーミングにしました。長崎のトリビアとしてお土産話に花が咲くことを願っています。

価格 各 594円 (税込)



## 長崎ラスク・奇跡の復活ラスクシリーズ

部門 ■ パッケージデザイン部門

受賞者 ■ チョコレートハウス株式会社 (チョコレートハウス株式会社)

デザイナー ■ 羽山潤一・西村明洋 (DEJIMAGRAPH)

商品概要 ■ 長崎名物は、既に多くのお土産品で展開されています。既存商品に無いトーンと佇まいに心がけました。外箱の側面にもデザインを施すことで、小売店でスタッキングされた時の美しさ、ぱっと見のかわいさを創出しました。

コンセプト ■ 「よいお土産物は、広報物にもなる」という考えで、多くの人に話題が広まっていく「拡散力のあるお土産」を目指しました。観光名所にちなんだお土産をあまり購入しない若い世代にも、長崎の魅力をもち帰ってもらい、家族や友人に伝えるツールになればと考えます。

価格 各 702円 眼鏡橋 1,296円 (全て税込)



# 入選 WINNING PRIZE



## 尾まがり手ぬぐい

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 松本 信幸 (HOP)

デザイナー ■ 松本 信幸 (HOP)

商品概要 ■ 尾曲がり猫が目印の「nagasaki-no neco」新商品。唐草模様がだんだん尾曲がりに見えてきて、作りました。4色。

コンセプト ■ 唐草の中に、尾曲がり猫たちが自由気ままに戯れるデザインです。今後、いろんなグッズに展開予定です。

価格 各 1,200 円 (税抜)



## ながさき日傘

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ かのこ ゆり (ふんどしセレクトショップTeRAYA)

デザイナー ■ 鴨川 志野 (工房カモ ※テキスタイルのみ)

商品概要 ■ 雨の長崎は印象的ですが、晴れの日の長崎もまた良いもの。長崎の町はさるいて (歩いて)こそ、その魅力に触られるので、長崎の町をより楽しく、よりお洒落に歩いて頂くために制作しました。

コンセプト ■ 「長崎デザインアワード 2014」の「長崎賞」を受賞したテキスタイルを使用。個性的な柄なので、地色をやさしいカステラ色にすることで、風景や持つ人の服装になじみやすくしました。

価格 16,800 円 (税抜)



## ひかりのア・ン・ド・ン

部門 ■ 生活デザイン部門

受賞者 ■ 土井 千代子 (アトリエひかり)

デザイナー ■ 土井 千代子 (アトリエひかり)

商品概要 ■ ステンドグラスの技法で製作。和室、洋室どちらでも使えるインテリアランプを目指しました。チェストの上やベッドサイドに置いて楽しんでもらいたいです。

コンセプト ■ 直線の構成でシンプル、あきのこないものとした。ガラスは白、透明、少しの青でまとめました。白い模様ガラスの間からもれる光は、見る角度により変化します。はんだパターナは若干黒みを落としました。

価格 48,000 円 (税込)

# Nagasaki Design Award 2016

長崎デザインアワード 2016

## 長崎デザインアワード 2016

発行 2016年10月28日発行  
制作 長崎県産業デザインネットワーク  
企画・編集 長崎デザインアワード開催事務局  
撮影 廣田 健二 (Photo Image 瞬屋)  
印刷 (有) 正文社印刷所  
イベント委託 株式会社 KTN ソサエティ  
お問い合わせ 長崎デザインアワード開催事務局 (長崎県窯業技術センター内)  
〒859-3726 長崎県東彼杵郡波佐見町稗木場郷 605-2 TEL: 0956-85-3140  
※本誌掲載の記事、写真、図表等の無断転写 (コピー)、転載、転用、複製を固く禁じます。