

toyama design wave

富山で生まれる、次のデザイン。

2021

富山で生まれる、次のデザイン。

Toyama Design Wave 2021



消費者や社会のニーズは多様化するなか、「ものづくり」には機能性やコストパフォーマンスのみならず、共感や好奇心を湧き起こす「コトづくり」の要素が求められるようになってきています。

従来の発想にとらわれず、柔軟に対応しながら、新しい価値の創出や、企業競争力の向上に繋げていくために、デザインの力を活かすことが重要であると考えています。

また、現在、新たな成長戦略の策定を進めており、産業分野では、デジタルを含む新たなテクノロジーの活用に加え、クリエイティブやデザインといった創造的な知的活動を行う人材の育成が必要であると考えています。

富山県では、デザインの振興に早くから着目し、県総合デザインセンターを中心に、デザイン性に優れた商品の共同開発や販路開拓の支援、デザイン人材の育成など、幅広い取組みを進めてきています。

そのなかで、このデザインウエーブ事業は優秀な作品の商品化を支援する「富山デザインコンペティション」を核とし、展示会や県内企業ツアーなど、多彩な企画を実施してきており、今回で32回目を迎えました。

今回の「富山デザインコンペティション」では、よりリアリティのあるデザインプロジェクトを創出する試みとして、「県内企業が抱える3つの課題」をテーマに作品を募集しました。県内外から新たな価値やビジネスを創造する、「富山で生まれる次のデザイン」256点の応募をいただき、11月の公開審査会を経て、各賞を決定したところです。

このデザインウエーブが、デザインの新たな方向性を見出すきっかけになるとともに、デザインの振興、ひいては産業の発展に大きく貢献することを心から期待しています。

デザインウエーブ開催委員会 会長 新田 八郎



CONTENTS

03 デザインコンペティション

富山デザインコンペティション 2021

- テーマA 音のあるくらし
- テーマB 料理を楽しむ
- テーマC 香りを拡げる

- 07 入賞作品 (グランプリ1点、準グランプリ1点、審査員特別賞1点)
ファイナリスト作品 (6点)
入選作品 (12点)

- 15 審査員講評

- 17 デザインメンターがふり返るコンペティション

- 19 富山デザインウエーブ2021デザイン展
企画展「TOYAMA PRODUCTS 2021」

- 21 商品化プロジェクト
ifuki / nodo

- 22 イベントレポート
富山デザインフェア2021
市場街2021
第61回富山県デザイン展

TOYAMA DESIGN COMPETITION 2021

28回目となる「富山デザインコンペティション」のテーマは、昨年に引き続き、県内企業の抱える3つの課題から設定。社会におけるデザインの意味と価値を見つめなおし、先の見えない不安や、孤独や制限される日々において、今デザインにできることは何か。生活の変化をはじめとする、社会が抱える課題を打破し得るデザインやプロジェクトを全国から募集しました。また、令和2年度より開始した「デザインメンタリング」を引き続き実施。ファイナリスト(1次審査通過者)へのサポート体制を強化し、デザインメンターと共にアイデアを深化させました。本年はデザイナー、エンジニアなど幅広い層から256点の応募があり、これからの時代に向け、多くのデザイン提案が寄せられました。

【富山デザインコンペティションとは】

富山デザインコンペティションは、富山デザインウエーブ事業の柱として開催されるコンペティションです。1994年、全国初の商品化を前提としたデザインコンペティションとしてスタートして以来、これまでたくさんのヒット商品を生み出してきました。

THEME テーマ

リアリティあるデザインプロジェクトの創出をめざし、「県内企業が抱える3つの課題」を募集テーマに設定

A 音のある暮らし
株式会社 小泉製作所

B 料理を楽しむ
北陸アルミニウム 株式会社

C 香りを拡げる
前田薬品工業 株式会社

応募対象

商品(モノのデザイン)
量産可能なプロダクト製品

プロジェクトプラン(コトのデザイン)
近い将来に実現可能と予想されるプロジェクトのプランニング

審査評価基準

- (1) **新規性**：社会や文化等に対して、新たな価値を提案しているか。
- (2) **独創性**：オリジナリティが反映された美しいデザインであるか。
- (3) **市場性**：時代に適合し、将来のニーズを誘発するものであるか。
- (4) **実現性**：現実的な製造方法やビジネス化が考慮されているか。

審査員

秋山 かおり (デザイナー/STUDIO BYCOLOR 代表)

吉泉 聡 (デザイナー/TAKT PROJECT Inc. 代表)

桐山 登士樹 (富山県総合デザインセンター 所長)

SCHEDULE スケジュール

6月18日～8月31日

応募登録、
作品シート提出
(応募作品256点)

9月14日

1次審査、
ファイナリスト
発表

作品シートによる書類審査後、ウェブサイトファイナリスト9名の氏名と作品タイトルを発表。

9月末～11月

デザイン
メンタリング
(詳細はP17-P18で紹介)

ファイナリスト作品のブラッシュアップを目的としたデザインメンタリングはすべてオンライン(企業訪問はリアルで実施)を実施。作品シートをもとに、企業との意見交換や3名のデザインメンターによるアドバイスをを行いました。

11月25日

最終審査・
授賞式

プレゼンテーションは簡易模型やCG、動画を使って行われました。ファイナリスト9名によるプレゼンテーションを行い、公開審査で各賞を決定しました。

12月14日～20日

展示会

富山デザインウエーブ2021デザイン展にて受賞者およびファイナリスト等の作品を展示。

2022年～

商品化、
プロジェクト化

1月よりテーマ企業と協力しながら、作品の商品化、プロジェクト化を推進。



TOYAMA DESIGN COMPETITION 2021

募集テーマ

テーマに込めた「原点」への思い

「富山デザインコンペティション」は、今日では知名度も高まり、受賞作の商品化実績も積み重ね、デザイナーの登竜門として広く知られるようになってきました。今年で28回目を迎えることになりましたが、その歴史は試行錯誤の歴史でもありました。

当初は「富山プロダクトデザインコンペティション」の名前でスタートしましたが、25回目より「プロダクト」の文字を取り去り、モノのデザインのみならずコトのデザインの領域も視野に入れたコンペティションへと成長してきました。それに伴い、経営からブランド価値、新規事業の立案なども「デザイン」の領域となり、デザイナーにはさらに深く踏み込んだ提案が求められるようになっていったと思います。

さて、今年度のコンペティションは、テーマ企業の商品化・事業化を前提に行われました。おりんの「音」で知られる小泉製作所は、音の次なる展開を求めておられました。鍋フライパンの専門メーカーとして高いシェアを誇る北陸アルミニウムは、リソースを活用した新規事業を摸索しておられました。製薬会社の前田薬品工業は、アロマのさらなる可能性を求めておられました。

3社に共通するのは、新たな事業展開への意欲でした。「本業を生かし成長する」、そのためのひとつの機会として本コンペを活用いただくことになりました。産業界と二人三脚で富山の魅力を高める、そのためのデザインの力と可能性を問うコンペティションであったと思います。

デザインウェブ開催委員会
実行委員長 桐山 登士樹



テーマの概要
生活の中には様々な音が溢れています。音の多くは気にもとめませんが、「巢ごもり」などの新しい生活様式の現代においては、騒音や暗い話題等の、ストレスとなる音も多く感じるようになってはいませんか。小泉製作所は創業以来培った技術で、素材の持つ美しく心地よい音色「快音」を最大限に引き出すものづくりを行っています。しかし音色のアイテムは一般に普及しているものではありません。こんな時代だからこそ、癒しの音色のアイテムを広く浸透させたいと思い、「日常生活の中でスタンダードとなる、新しい暮らしを彩る快音のアイデア」を募集しました。

企業の概要
仏具、音響クラフト、精密バルブ、機械部品などの銅合金鋳造及び加工を生業としています。特に金属の持つ魅力的な音色を最大限に引き出した音響クラフト製品の開発を得意としており、癒しを感じる心地よい音色の「快音」をテーマに、オリジナルブランドも展開。常に人々の暮らしに癒しや喜びをとの想いから「世の中にない新しいもの」をテーマに、音と乾杯をテーマにした酒器や、暮らしを彩るインテリアのようなおりんなど、これまで様々なアイテムを生み出してきました。伝統的な技術のほか、3D プリンター・モデリングマシン・レーザー加工機などデジタル技術の導入、近年はロストワックス鋳造などを取り入れたものづくりも展開しています。



テーマの概要
気軽にどこへでも移動できなくなってしまった現在、身近な場所で楽しみを探し出す機会が増えたのではないのでしょうか。なかでも少人数や家族で楽しく過ごせるように、毎日の食事から工夫している人も多く、家で調理はもちろん、屋外での調理など、料理のスタイルも日々進化とともに多様化しています。料理が好きな人には、もっと快適に。面倒だと思っている人には、楽しめるように。はじめての人には、続けていきたいと思えるように。「金属を用いた、料理を楽しむ新しいアイデア」を募集しました。

企業の概要
1930年、アルミ鋳物による鍋や釜などの日用品の製造を開始。戦後の経済復興と日本経済の成長によるアルミ需要の拡大を経て、優れた金属加工技術に基づいた鋳造やプレス成形などの生産ラインを高岡の地に確立しました。企画から研究、開発、設計、生産、販売まで一貫したコンセプトで高品質なものづくりを行っています。また、日用品以外にも建材や家具など様々な生産を行う全国的に数少ないアルミ製品の総合メーカーとして、環境保護に取り組みながら、お客様に満足していただける製品を提供し、更なる飛躍をめざしています。



テーマの概要
先が見えない不安や、孤独と制限された日々により、誰もが何らかの形でストレスを感じているのではないのでしょうか。前田薬品工業では治療薬の研究と製造で培った英知と技術を「健康」にも生かし、純度と確度の高い天然国産アロマを製造しています。豊かな富山の大地からすい上げてきたアロマを、一人でも多くの方へ届け、香りによる癒しを届けたい。「全世界に向けて癒しを拡散する、唯一無二のアロマディフューザー」を募集しました。

企業の概要
創業当初より外用剤を中心として研究開発にこだわり、多くの医療用後発医薬品及び一般医薬品を新規に開発、世に送り出してきました。「世の中に必要とされる100年企業」を目指し、これまでの外用剤の「塗る・貼る」そして「皮膚に浸透させる」知見・ノウハウをフルに活用し、全世界の人々のあらゆる皮膚の悩みの解決に向けたモノ・コトの創出に取り組んでいます。弊社が展開するアロマブランド「Taroma®」は豊かな富山の恵み、皮膚専門製薬会社の高度な製造技術、そして確かな知見と長年培った臨床現場での経験のもと、西洋医学を助ける補完代替医療として、使用者にとって最適なアロマセラピーを届けています。

グランプリ

絆創香 〈ばんそうこう〉

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社



ラベンダーの抗菌作用に代表されるように、古来アロマ(精油)が治療薬として使われてきたことに改めて着目しました。「絆創香」は目的や効用に応じたアロマをテープに塗布して患部を包みます。

ケガが治癒するまでの不安やストレスを和らげてくれる香りを自身のまわりにだけ閉じ込めると共に、消毒や鎮痛・消炎といった生理活性を高めることで、機能的な保護だけに使われてきた絆創膏の役割を変えられるのではないのでしょうか。



徳山 洋 (とくやま ひろし)
岡山県生まれ
金沢美術工芸大学大学院卒業
コクヨ株式会社勤務

準グランプリ

Seed 〈シード〉

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社



山田 竜也 (やまだ りゅうや)
1995年生まれ。金沢美術工芸大学製品デザイン専攻卒業後、キヤノン株式会社にプロダクトデザイナーとして入社。その後、PRODUCT DESIGN CENTERに参加。プロダクトデザインを軸に、アートピースやショーウィンドウのデザインなど、幅広くデザインを行う。

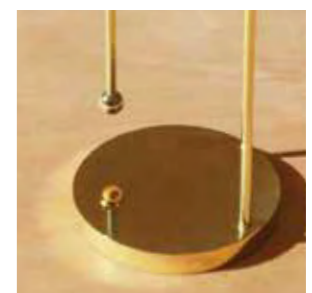
富山は薬都として発展する中で、薬瓶の製造が盛んになったことから、ガラスの街としても知られるようになったそうです。その歴史を知り、富山の製薬会社を作るアロマディフューザーはガラスで作るべきだと考えました。

「Seed」は、空間を彩るガラスのアロマディフューザーです。アロマを温めるキャンドルの光は、香りだけでなく、光のゆらぎや空間の演出といった、より複合的な癒やしを与えてくれるでしょう。

審査員特別賞

INAHO 〈イナホ〉

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

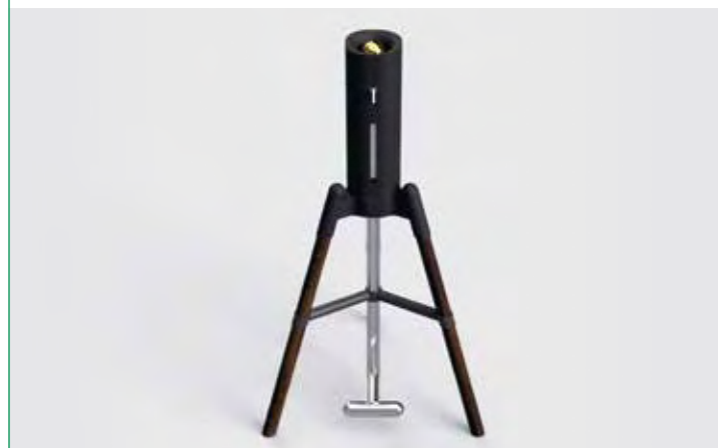


土田 恭平 (つちだ きょうへい)
東京藝術大学大学院修士課程在籍。美術作家。デザイナー。主に人と風景の関係性からものを起こしています。

従来の風鈴は江戸時代に普及したものであり、主に軒下に吊すように考えられています。しかし、現代の居住空間に軒下のような空間は珍しくなっており、風鈴の居場所がなくなっているように感じました。そこで卓上における風鈴の形を模索することで、音のある暮らしを提案しようと考えました。最終的に、富山に広がる田んぼの風景から、重力に従って首を垂れる稲穂の姿が自然に従順でやさしいと思い、風になびく稲穂をイメージした風鈴が出来上がりました。

CLEAN BELL 〈クリーン ベル〉

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所



手が消毒されると同時に、金属特有の美しく心地よい音色が響き、訪れた人を歓迎する。音は消毒という行為と結びつき、聴覚で安心感を実感できる。ペダルを踏んで響いたベルの音色は、拡散され空間へ広がってゆく。消毒されたユーザーの心を癒すだけでなく、その音色を聞いた周囲の人にも安心が拡散され空間を癒す安心安全のシンボルとしての消毒液スタンド。

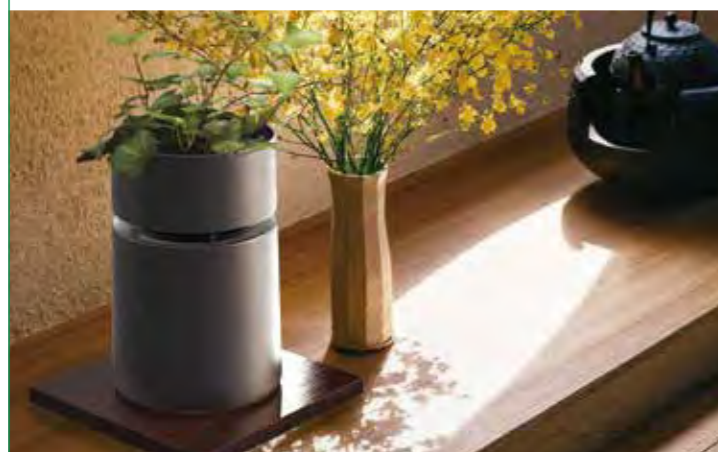
DESIGN COMPANY CUMO
(デザインカンパニー クモ)



鳥山 翔太 / 柳澤 駿
東京工芸大学卒業後 2021 年より 2 人のデザイナーによるデザインユニット CUMO として活動を開始。企業や職人からの相談に最適解で応えるべく日々デザインを行っています。
関野 真理恵
2016 年より共感をテーマにしたプロダクト展を開催。展示会という場を通して、生活の中にある小さな発見が日々の豊かさに繋がることを目指して活動をしています。

Helmholtz 〈ヘルムホルツ〉

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所



『Helmholtz』は日本庭園最高技法の一つとされる水琴窟をモチーフにした、滴水の水滴の反響音を楽しむプランターです。植物に浸透した水が金属の空洞内で反響することで、琴のような安らぎを与える高周波の快音を届けます。日々の暮らしに寄り添い、彩りを与えてくれる植物との生活の中に、水琴窟の残響に耳を傾け、音の余韻を楽しむ閑寂な時間を提供します。

岩佐 真吾
(いわさ しんご)



1994 年 宮城県生まれ。
2017 年 東北芸術工科大学プロダクトデザイン学科を卒業。
インハウスデザイナーとして従事する傍ら個人制作を行っています。

MUG RYOSHIKA 〈マグ リョーシカ〉

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社



縁起物として広く知られるマトリョーシカの入れ子様式と富山が誇る高度な金属スピニング (絞り) 技術が合わさった、食卓を彩るマグセット。底から口へ広がる曲線型の上マグと、ストレート型の下マグの上下 1 体・5 セットが入れ子に収納されており、食べ物や飲み物、人数に合わせて、好みのサイズ・形状のマグが選択できます。大小計10個のマグは料理を入れる器からお猪口用途までシーンに合わせて幅広く対応することができ、使いやすさだけでなく、見た目の愛らしさも相まって食卓を彩ることでしょ。

PUBLIC SERVICE
(パブリックサービス)



大津寄信二と石上諒一によるデザインユニット。伝統工芸から工業製品まで多くの商品開発に関わり、分野・業種に関わりなく地域・会社・個人のあらゆる悩みに対応する商品開発サポート事業として、2021 年京都にて PUBLIC SERVICE を設立。量産の金型成型品から一点物の特注家具まで、幅広くものづくりのサポートをしています。

Chocoola 〈ショコラ〉

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社



アルミニウムの熱伝導性の高さを利用したキッチン用ヒートシンクの提案です。料理の粗熱取りや食材の解凍、冷蔵庫内での冷却といった時間のかかる熱交換作業を効率化し、楽しく快適な料理を手助けします。キッチンにも馴染みやすい板チョコ状のデザインは雑貨的な可愛らしさがあるだけでなく、表面積が広いため効率的に熱を逃すことができる機能性も備えています。サイズもコンパクトで、冷蔵庫内や食器棚でも場所を取りません。

シマクマ



嶋田 研人
九州大学大学院卒業後、福岡のデザイン会社でプランナー・コピーライターとして勤務。現在は店舗を中心としたブランディング全般に携わる。
松隈 祐紀
九州大学大学院卒業後、照明メーカー、店舗用品メーカーのデザイナーとして勤務。現在はフリーランスのデザイナーとして活動中。

ヒトシナ

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社



ヒトシナは小鉢を集めた鍋のようであり、調理ができる食器のようでもあります。手の込んだ料理には向きませんが、火にかけるだけでできる簡単な料理を作ることができます。小さな容器なので少ない材料でおかずを増やすことや、個々に合わせた食材や味付けを調整することで、食卓に小さな豊かさをプラスできます。火から下ろした出来立ての料理を楽しみましょう。

大木 陽平
(おおき ようへい)



1984 年東京生まれ。
阿佐ヶ谷美術専門学校スペースデザイン科卒業。
デザインオフィス nendo で経験を積み、id として活動した後、2019 年に『side』を設立。平面から立体までカテゴリーを問わずデザインを手がけています。

とやまの、

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社



富山県内の産業で構築したアロマディフューザー。容器は高岡の鋳物、アロマオイルを染み込ませる部分は、井波彫刻から出る木の削りかすや、米や蕎麦栽培から出るもみ殻やそば殻です。そのままと捨てられてしまう「かす」を再利用します。容器は揺れる形状をしているため、揺らすことでオイルが空気に触れてほのかに香りが漂います。また側面のスリットは風が通れば香りの拡散に貢献します。

平川 貴啓
(ひらかわ たかひろ)

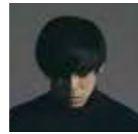


プロダクトデザイナー。
2010 年、TAKAHIRO HIRAKAWA DESIGN を設立。手がけたデザインは、船のような小さなものから工作機械のような大きなものまで。受賞歴は東京ビジネスデザインアワードなど多数。

BellDice <ベルダイズ>

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

「BellDice」は鈴のように音を奏でるサイコロです。日本古来の、鈴を鳴らして神に祈る=参拝の文化を引用し、私たちの日常にささやかな祈りと幸福をもたらすプロダクトを目指しました。各面には数字の代わりに伝統文様を施し、音と手触りのみでも楽しめるよう工夫しました。せわしない現代を迷いや葛藤とともに生きる私たち。たまにはふと力を抜いて運と音色に耳を傾けてみるのはいかがでしょうか。



横瀬 健斗
(よこせ けんと)



水鈴 <すいりん>

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

湯に揺れるベルの音で、風呂をより癒しの場にしてくれる新しい入浴時間のカタチ。日本の入浴文化は湯の成分だけでなく、景色、ヒノキや注がれる湯の匂い、音など、様々な感覚で楽しむリラクゼーションです。「水鈴」は浮きとなる輪と、傾くたびに揺れて鳴る中央のベルからなる「浮かぶベル」。不規則に揺れる湯によって自然で心地よい音を奏で、更に複数浮かべれば、お互いがぶつかって違うリズムや和音を風呂の空間に静かに響かせます。



鈴木 正人
(すずき まさと)



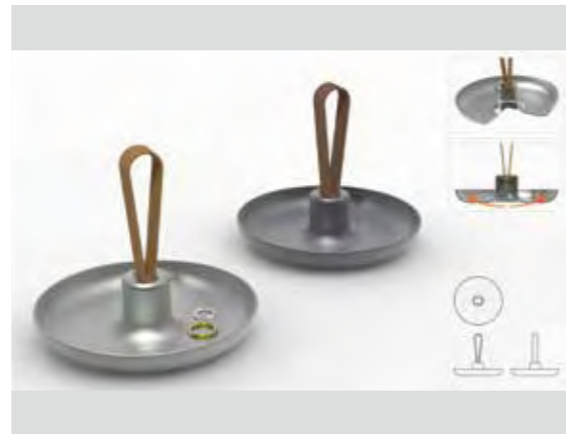
swing tray <スウィング トレイ>

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

掃除や模様替えて触れる頻度が高い小物類に着目し、移動させるたびに音が鳴るトレイを考えました。このトレイは移動させたり、持ち上げたりすることで、トレイが揺れて、内部の金属とトレイ自体がぶつかり「音」が鳴ります。日常生活で「音」を楽しむ為に、身近な存在のトレイに「音」をプラスしました。心地の良い音は日常を彩り、心を豊かにしてくれます。



浦辺 諭
(うらべ さとし)



KATOKI <かとき>

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

ろうそくの火が燃焼することで上昇気流が発生し、上部にあるベルを鳴らして音を発生させるキャンドルホルダー。火の灯りにも音にも心地良い気持ちにさせてくれる効果がある。キャンドルホルダーとして火を眺めて癒されるのはもちろん、火と空気が反応して起こる自然現象、化学反応を耳で聴いてその不思議さを体感することもできる。真鍮同士が触れ合う心地良い音と共に知的好奇心を揺さぶるような新しいカタチの光と音を楽しむアイテム。



溝口 玲司
(みぞぐち れいじ)



えんりん

テーマ A 音のある暮らし 株式会社小泉製作所

「f分の1のゆらぎで耳から癒しを」をコンセプトにこの「えんりん」をデザインしました。f分の1のゆらぎは、リラックス効果がある癒しの音の定義として知られています。「えんりん」は、金属製の円盤が点で支えられている構造になっているので、f分の1のゆらぎの音を長く発生させることができます。また「えんりん」は2個で1セットであり「えんりん」同士を叩き双方の耳に近づけることで、快音に包まれているような新しいリラックス体験をすることができます。



長谷川 瑛紀
(はせがわ あきつぐ)



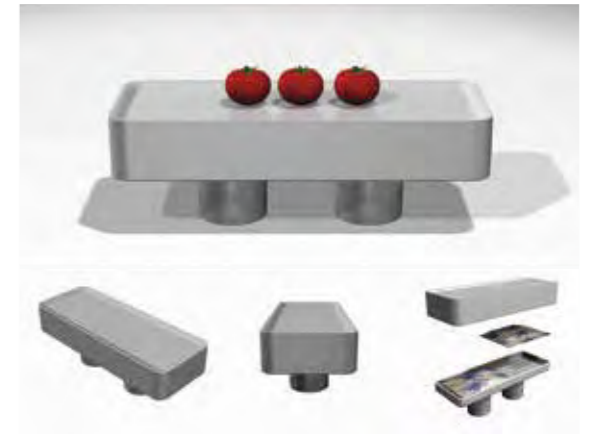
CHILL BOARD <チルボード>

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社

時間をかけてお酒を楽しむような場合、冷たいものは長く冷たいままであって欲しいが、食卓で使う保温装置はいろいろあるが、保冷装置はあまり見かけない。そこでアルミの熱伝導性の良さ、どの家庭でも冷凍庫に溜まっているはずの保冷剤を利用した卓上簡易保冷プレートの提案。器の表面温度を10度位に2時間程度保てればよしと考える。蓋の裏面が常に保冷剤に直に接するのが保冷効果を高めるポイントで、受け皿を浅めにして蓋の自重でその状態をキープする。



中村 哲也
(なかむら てつや)



スペースを有効活用できる「角型アルミボウル」

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社

角にゆるやかなRをつけた、角型のボウル。いくつ置いて使っても、となり同士のすき間が少なくコンパクトに並べられるので、貴重なキッチンスペースを有効活用できます。液体を注ぐ時にはコーナーを利用すれば、液だれすることなくスムーズに注ぐことが可能です。また、スタッキングして収納する時も、円形ボウルに比べて無駄なスペースを取りません。シンプルで機能性に優れながらも、美しい佇まいで日々の調理に寄り添う角型ボウルです。



亀田 潤
(かめだ じゅん)



first pot <ファーストポット>

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社

料理のレシピを書いていて困るのは仕上がり量のブレです。材料の量は指定できても、火加減は「中火」「弱火」などあいまいな表現しかできず、器具や人により煮詰まり加減が異なります。同じレシピで作っても、塩加減や濃度など想定と異なるものになることがあるのです。「初心者にはレシピ通りに」はよく言われますが、分量や加熱時間だけでなく、仕上がり量を意識することでより上達が早く、また気楽に作るできるようになる。またこの鍋を標準としたレシピの展開も、という提案です。



辻村 哲也
(つじむら てつや)



Sparkle Mill 〈スパークルミル〉

テーマ B 料理を楽しむ 北陸アルミニウム株式会社

不揃いの凹凸を施した、アルミ鏡面仕上げのミルです。自然光や照明の光を乱反射することで、ランダムな光の筋を料理に降りそそぎます。色とりどりの食材の鮮やかさや瑞々しさ、香ばしく調理された表面の質感など、料理自体がもつ美しさを、ミルによって生み出された光と影がスパイスのように際立たせます。「料理は目で味わう」と言うように、味覚だけでなく視覚的にも料理を楽しむ、ミルのあり方の提案です。



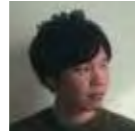
wah (ワ-)



aroma planter 〈アロマプランター〉

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社

「aroma planter」は木の形をしたガラスのアロマディフューザー。すりガラス状になっている表面に付属のフェルトペンでアロマを塗ることで香りを拡散する。アロマを塗った部分は透明になり乾くと戻るためアロマの状態を視認し香量の調整ができ、また、柄や絵・メッセージなどを描き楽しむ事もできる。複数を1列に並べると塗布面積が広がり、香りも描く楽しさも広がる。自然から生まれる様々な香りを空間に植える様な感覚で、自分だけの「香りの森」を作り楽しんで欲しい。



池野 修平 (いけの しゅうへい)



coco aroma 〈ココアロマ〉

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社

アロマオイルの入ったカプセルをコットンで覆い、紙で、包んだ、「coco aroma」。中のカプセルをつぶすとコットンにオイルが染み込み周囲に香りが拡がる、準備やメンテナンスの要らない気軽に試せるインスタントディフューザーです。電気や火、水平な場所を必要とせず価格も抑えられるため、利用シーンも拡がってアロマオイルの経験者が増えていけば、アロマオイルやディフューザーの購入につながっていく可能性があります。



原田 一穂 (はらだ かずほ)



筧 - ささら -

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社

サステイナブル素材である平竹ひごを、ディフューザーの根本には日本の伝統的な竹の加工法「四つ目編み」を、上部には茶筧の加工法「味削り」を施しています。茶道で使われる茶碗や釜、そのどれにも作り手の「銘」が記されています。その中で銘が刻まれないのが「茶筧」。捨てられてはしまうがなくてはならないもの。捨てられてしまうのに美しさを備えているもの。そんな茶筧のアイデンティティをアロマディフューザーに取り入れました。



高橋 雅也 (たかはし まさや)



ライチョウのディフューザー

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社

富山の県鳥であるライチョウをデフォルメした木製のディフューザーです。直接本体にアロマを垂らして使います。アロマは柑橘系など多少色味のある物を使っているとシミになっていくと聞きます。それを長期間使用する事によるエイジングとしてポジティブに捉え、自分だけのライチョウの羽模様をカタチ作る事のできる電気を使わないアロマディフューザーです。



小林 佑規 (こばやし ゆうき)



HEAT PETAL 〈ヒートペタル〉

テーマ C 香りを拡げる 前田薬品工業株式会社

PC やタブレットなどのデジタル端末を熱源として使用するアロマディフューザー。放熱性とグリップ性を兼ね備えた形状のアルミ筐体に、銅の焼結金属フィルターを組み合わせることで繰り返し使え、デジタル端末があればどこでも使える仕様を考案した。従来になかった長時間のテレビ会議などでの疲れを癒す道具として提案。



大塚 淳 (おおつか じゅん)





審査員講評

募集テーマの選定から1次審査、最終審査までを担った3人の審査員に、今年の応募作品への評価や今後のコンペティションへの期待などを伺いました。

審査員プロフィール



秋山 かおり

(あきやま かおり)
デザイナー
STUDIO BYCOLOR 代表

色や素材の持つ力を効果的に活用するクリエイションを生み出すデザイン事務所STUDIO BYCOLORを主宰。2002年千葉大学工学部デザイン工学科を卒業。German Design Award(独)、DESIGN PLUS(独)、DFAアジアデザイン賞(香港)、DIA Top100(中)、グッドデザイン賞(日)受賞等。ミラノサローネやアンビエンテなど国内外の展示会に出展。マテリアル実験から生みだされた自然が織りなす固有のパターンの美しさをプロダクトへ昇華したブランドINHERENT: PATTERN他、現在プロダクトを通して様々な地域や工芸・工業と素材の魅力を切り拓く活動を行う。千葉大学工学部デザイン工学科、法政大学デザイン工学部システムデザイン学科にて非常勤講師。



吉泉 聡

(よしずみ さとし)
デザイナー
TAKT PROJECT Inc. 代表

既存の枠組みを揺さぶる実験的な自主研究プロジェクトを行い、その結果をミラノデザインウーク、デザインマイアミ、21_21 DESIGN SIGHT、パリ装飾美術館、香港M+など国内外の美術館や展覧会で発表・招聘展示。その研究成果を起点に、様々なクライアントとコラボレーション、「別の可能性をつくる」多様なプロジェクトを具現化している。主な受賞に、Dezeen Awards 2019「Emerging Designers of the year」(英)、Design Miami「Swarovski Designers of the Future Award 2017」(米)、iF Design Award(独)、Red Dot Design Award(独)、German Design Award(独)、Good design Award(日)、桑沢賞など。また作品は香港M+に収蔵されている。



桐山 登士樹

(きりやま としき)
富山県総合デザインセンター 所長

30年に渡ってデザインの可能性を探り、さまざまな基盤や領域の活動を実践。1993年から今日まで「富山県総合デザインセンター」で富山県のデザイン振興に携わり、商品化を前提とした「富山デザインコンペティション」を企画・実施。地域の資産を活かした「幸のこわけ」の企画・商品化など様々な活動を展開中。現在、富山県総合デザインセンター所長、富山県美術館副館長。

試されるべき感覚の豊かさと表現の鋭さ

秋山 かおり

今回のテーマである「音」「料理」「香り」は、あたりまえのように日々の暮らしの中にあるからこそ、そのひとときを豊かにする状況をしっかり作り出せるかどうか求められるコンペだったように感じています。「時代への提案性」「未来への発展性」これらはデザインコンペティションにおいて重要な視点ですが、それらに加えて今回私が評価の基準としたのは、「'本当'に豊かに感じられるかどうか」。例年以上に感覚の豊かさと表現の鋭さが試される審査となったのではないのでしょうか？

オリジナリティの強さという観点から徳山さんの作品『絆創香』は特に魅力的でした。傷の治癒・保護という機能を超え、気持ちを前向きにさせる魅力が加わり既存製品を見直し新しい価値を付与する試みであり、香りの新しい身に着け方へのビビッドな提案だと感じました。

土田さんの『INAHO』は何よりも会場に響いた音色が素敵でした。真鍮管の厚みの検証結果も併せて体感できた存在感のある美しい提案でした。

ファイナリストの作品はいずれも「日常の中で感覚を揺さぶらせたい」という強いメッセージを発するものだったと思います。これらの提案が次の時代を彩る製品となっていくことを応援しています。

モノが喚起する情緒的な価値

吉泉 聡

極めてレベルの高いコンペでした。ここまでの完成度で作品をつくり込んでくことは、とても大変だった事と思います。皆さん、お疲れさまでした。

だからこそ、『ところでその「完成度」の矛先は？』という所が審査のポイントだったように振り返っています。完成度が高いという中に、破綻がなく、今にでも商品化ができそうな提案という物が含まれます。それはもちろん素晴らしい事ですが、「破綻がない」という事は、現時点の価値観に寄り添っている、つまり、未開を切り開く力とは違った事でもあるのかもしれません。

こうした未知の可能性について、そして、モノが喚起する情緒的な価値を改めて考えさせられました。

そんな中で、山田さんの『Seed』に目を奪われました。この作品は、楽器の形状が出す音の必然性によって決まるように、「香りを立たせる」という役割や機能を、量感・質感あるモノとして作品化しており、とても好ましく思いました。岩佐さんの『Helmholtz』と土田さんの『INAHO』の美しさも素晴らしいです。

モノが喚起する情緒的な価値は、素材の豊かさがある富山だからその強みだと思います。モノが溢れ、その意味が希薄になりがちな時代の中で、「これがあって良かった」「この素材、この質感、この形状で良かった」というモノが持つ力、そういったプロダクトとしての存在感の強さを改めて大切に感じた審査でした。

粗削りでもいい“熱”を蔵したデザインを

桐山 登士樹

「もう完成の域に達している」「このまま商品化できそうだ」という作品もあり、今回の応募者のレベルの高さを実感しました。このデザインコンペティションが美しいデザインかどうかだけを競うものならば、全員に賞を進呈してもいいと思うほど、一次を通過した作品は拮抗していたと思います。

それでも賞を選ばねばならない。悩ましい審査会のなか選考基準としたのは、粗削りでもいいのでどれだけ「新規性」のある作品か、そこに可能性があるか、人に伝える力「熱量」を蔵しているか、冷静に見させて頂きました。失礼ながらデザインと同時にデザイナーを見てしまいました。その意味では「コンペとは何か?」「賞とは何か?」「何を評価するのか?」を改めて自問自答する機会となりました。

このコンペは私が起案し、ずっと審査に立ち会ってきました。28年前を思い返してみると、応募してくるデザイナーの熱量は高く、審査員も鋭く切り込みハラハラドキドキさせられる審査会でした。もちろん今と同様に公開でした。最終審査のプレゼンを見ると、皆さんとても上手になさっている。けれど「人に伝える」とはどういうことなのか。自分のデザイナーとしての使命とか思いとか、それらを表に押し出す力とかを、もっと磨く必要があると感じました。大きく変化する時代の中、そんな力がデザインに求められていると思います。





デザインメンターがふりかえる コンペティション

「デザインメンタリング」という新しいコンペのあり方が導入されて2回目となる今回。ファイナリストに寄り添いサポートしながら、間近で作品づくりを見つめてきたメンターの目に、今回のコンペはどのように映ったか。3人のメンターに振り返っていただきました。

企業の思いと参加者の思い

- 岡** 今年のコンペをふり返って、皆さんどのようなご感想を持たれましたか？
- 有田** 全体的にリアリスティックな提案が多かったように思いますね。「余白」の部分が少ないというか、製品化を急いでいるというか。そこに余白、いわば「夢」のような部分をつくっていくのが、我々メンターの役目だったような気がします。
- 河崎** 思い返すと、昨年度は抽象度の高い提案が多く、そこからいかにモノに落とし込んでいくのかというアプローチが必要でした。有田さんの言い方に倣うと、余白がたっぷりありましたね。今年は全員、自腹でモックアップをつくってこられた。そのあたりにもコンペのリアリスティックな傾向が出ていました。
- 有田** コンペにエントリーされた方も、今年はリアリスティックなモノづくりに長けた人が多い印象でした。
- 岡** そこに「音」「料理」「香り」という3つの課題を出した企業さんの思いも加わって、さらにリアリスティックが加速されたんですね。企業としては宿命的にリアルにならざるを得ないわけですから。
- 河崎** だからメンターには、余白を与える、余白をつくり出す役割が求められた、と。
- 有田** また、真逆な観点もあって企業さんは日々リアルに直面されているわけですよね。モノづくりの部分でも、販売の面でも。そこにモノづくりについて知識の少ないコンペ参加者が直面すると・・・
- 河崎** どうしても食い違いが生じてくる。その齟齬をメンターがサポートし調整する必要がある。

- 岡** 参加者の企業訪問に、メンターも同行する必要があるかもしれません。

オンラインメンタリングのもどかしさ

- 岡** 今回はメンタリングを2回行いました。課題を出す企業と参加者とのコミュニケーションなどで感じられたことはありますか？
- 有田** 参加者の立場で考えると、富山県という地域の実情や課題を出している企業の情報収集をしたいのですが、オンラインだとそれはなかなかできない。実際にモノづくりの現場に行き、そこでちょっとした無駄話なんかを通じて多くのものを知ることができる。
- 河崎** 空気感みたいなものを共有できるかどうかというのは大きいですね。
- 有田** それが今年ではできなかった。
- 岡** 直に会うことの情報量の多さ、ですね。メンタリングも直接したほうがいい。
- 有田** 去年のほうがメンタリングの醍醐味を味わえました。対面の中で一緒にアイデアをつくっていきながら。



モノの価値を再び考える

- 有田** メンタリングを取り入れた2回目のコンペとなりましたが、大きく時代が変わる中でコンペの新しい形を模索していく良い機会になっていると思います。
- 河崎** 審査の吉泉さんもおっしゃっていましたが、体験価値においてモノが人に与える影響力は実はとても大きく、そこにフォーカスを当てていくことはこれからも益々重要なことになると感じています。
- 岡** モノと人や社会との関係という面では、今回の応募作品の中には、廃棄物を利用する作品もありました。興味深く見ていたのですが、「廃棄物を利用する」ところからさらに一歩進んで「廃棄物を新しい何かに変える、新しい価値を生み出す」ところまで突き抜けていく、そんな提案も期待したいと思いましたね。
- 有田** いまモノが溢れている時代だから、次々とモノをつくり出すこと自体の是非が問われていますよね。でも何もつくらなくなってしまうと文化は生まれません。モノが新たな文化をつくり出すきっかけになるところに価値があるわけで、そういうところでデザインを考える人を育てていく必要があると思っています。

競争から共創へ

- 岡** さて、改めてメンタリングなのですが、改めてその役割って何なのでしょうね？
- 有田** 参加者にとっての「ディスカッションパートナー」として考えてもらえればいいんじゃないでしょうか。コンペを通じてディスカッションを喚起する役割である、と。
- 河崎** アップルは短期間にデザインのクオリティーを上げるために一人のデザイナーがデザインを完成させた後に次の人がブラッシュアップさせる行為を複数人で繰り返すという話を聞いたことがあります。そういう

関係をメンターとコンペ参加者とで行うことができると新しいメンタリングとなりそうですね。

- 岡** そういう意味で言えば「メンター」と言うより共につくっていく「メンバー」と呼ぶほうがいいですね。一緒にトライしていく仲間だと。
- 有田** 今は多様な観点が必要とされますよね。唯我独尊のデザインというのはなかなか成立しなくなっている。コンペという競争の世界では、往々にして一人の視点になってしまう。そこにメンターというかメンバーがいることで多様なものを見方を取り入れていくことができるように思えます。
- 河崎** かつて企業の若手デザイナーは多様な先輩の下でデザイン作業のトライ&エラーを通じて、多様なものを見方を学べたと思いますが、2010年頃から企業でのものづくりの数が減りデザイナー教育にも余裕がなくなり多様な視点を学ぶ機会が減ったように感じています。その代わりにデザインのノウハウ本が増えているように思います。この傾向は多様なものを見方を補うものとなっている様に思います。
- 有田** やはりこれからのデザインにとって、多様なものを見方はとても大切。だからコンペも、単なる競争ではなく、そこに共創の要素を入れることでもっと豊かなものになるのではないのでしょうか。その役目をメンタリングが果たしていければと思います。
- 岡** 「競争から共創へ」ということですね。河崎先生、有田先生、どうもありがとうございました。



デザインメンター プロフィール



河崎 圭吾

(かわさき けいご)

金沢美術工芸大学
製品デザイン専攻 教授

金沢美術工芸大学卒業。NEC / NEC USA ,inc. 勤務。渡米中は研究員としてWhipsaw Inc.に勤務。シリコンバレーの動向調査や北米をターゲットにした商品開発に従事。2010年より現職。毎年六本木AXISギャラリーにて展示発表。「IoTのつくり方」(2017)「これからのエンターテイメント」(2018-2019)「Visionary thinking」(2020) 受賞歴:「Roku Soundbridge Radio」CES Innovations' 06 IF賞、「Weather report」IDEA金賞、「Plasma-X」Gマーク金賞、「SX-4」Gマーク大賞、「Voice Point」JIF賞。NY近代美術館バーマントコレクション選定。その他国内外の受賞歴多数。



有田 行男

(ありた ゆきと)

富山大学 芸術文化学部
准教授

1996年に神戸芸術工科大学大学院卒業。京セラ株式会社、日本電気株式会社にてケータイやスマートフォンのデザイン、商品企画、事業マネジメントに関わる。デザインの実務とともに商品企画部長としての経験を基に、デザインマネジメント・コミュニケーションデザイン・プロダクトデザインを主な専門領域とする。2014年以降は活動の拠点を富山県高岡市に移し、デザイン教育と地域のデザインに取り組む。グッドデザイン賞については、デザイン実務時代の受賞とともに、学生の卒業制作を含めたデザイン教育と地域のデザイン活動においても受賞。



岡 雄一郎

(おか ゆういちろう)

富山県総合デザインセンター
デザインディレクター

金沢美術工芸大学工業デザイン学科卒業。NEC (1989-1997)、AISIN (1997-2016) でデザイナー、ディレクターとして勤務。2016年にTUG DESIGN Inc.を設立。企画から製品デザイン、プロモーションまで総合的なデザインを手がけている。現在、富山県総合デザインセンターのデザインディレクターとしても従事。主な受賞歴:Milano Design Award 2016 Best Engagement by IED (イタリア)、iF Design Award (ドイツ)、RedDot Design Award (ドイツ)、German Design Award (ドイツ)、Design For Asia Award (香港)、Good Design Best 100 (日本) など。

デザイン展 富山デザインコンペティション 2021

企画展 TOTAMA PRODUCTS 2021

「TOYAMA DESIGN WAVE」は、富山県、富山市、高岡市が1990年から始めたデザインイベント。“富山から世界に発信するデザインムーブメント”をキャッチフレーズに、今年も富山発の新しいデザインの波を提案します。28回目を迎えた「富山デザインコンペティション」の作品を展示するデザイン展とともに、20周年を迎えた富山プロダクツ選定事業の企画展「TOYAMA PRODUCTS 2021」を、1週間にわたって開催しました。



2021年12月14日(火)～12月20日(月) 10:00～18:00

オープニングセレモニー：2021年12月14日(火) 10:30～11:00

会場：イオンモール高岡 東館2階 イオンホール

デザイン展 富山デザインコンペティション 2021

デザイン展ではグランプリ・準グランプリ・審査員特別賞の入賞作品3点、ファイナリスト作品6点の最終審査に使用したモックアップをはじめ、入選作品14点のパネル展示や審査会の様子をまとめた動画など、今年のコンペティションの全貌を紹介しました。また、テーマ企業として参加した3つの企業の紹介も行い、県内のものでづくりの魅力を発信しました。



企画展 TOYAMA PRODUCTS 2021

土地と人の力で育った、富山プロダクツ Made in TOYAMA : TOYAMA PRODUCTS

今年度選定された「富山プロダクツ」の展示を中心に、これまでの選定商品を振り返るパネルとおすすめる商品をセレクトして展示しました。20周年を迎え、伝統産業、アルミ建材、クルマ関連商品、ファッション関連商品に加えて、最近は快適な暮らし方に役立つ製品や環境問題に配慮した製品など、アイテムが多岐にわたるようになりました。

企画展参画企業

アイオーティカーボン株式会社/株式会社カジメイク/株式会社クリエイトダイス/有限会社桂樹舎/株式会社駒井漆器製作所/株式会社米三(ウッドリンク株式会社)/colm design/助野株式会社/株式会社高田製作所/株式会社タカタレノス/株式会社TAPP/辻四郎ギター工房/有限会社中村製作所/美術木箱うらた/株式会社山口久乗/株式会社リッチェル

富山プロダクツ選定事業について

富山県内で企画または製造されている性能、品質及びデザイン性に優れた工業製品を「富山プロダクツ」として選定。富山ブランドとして国内外に情報発信し、企業の販路開拓を支援する事業です。選定商品を生産・販売する企業には、商品の紹介パンフレット作成や、各種展示会への出品について県が支援を行うほか共通シンボルマークの使用も認められます。

富山プロダクツは3つの観点から選定を行っています。

- ①デザイン・優位性、独自性
- ②コンセプト(富山らしいものづくりのストーリーや考え方)
- ③継続性(環境や社会に配慮した持続可能な開発目標)

products.toyamadesign.jp



2018年受賞作品から生まれた新ブランド



(左から時計まわりに)MANTLE ダンベル 44,000円(税込)/POLAR 花器 220,000円(税込)/WALTZ 花器 308,000円(税込)/CLAMS 箸置き 4,400円(税込)/CAGE A・GAGE P お香たて 19,800円(税込)

ifuki [イフキ]

デザイナー 阿部 憲嗣 × 製作メーカー 有限会社 中村製作所

2021年に立ち上げたオリジナルブランド「ifuki (イフキ)」。中村製作所の特長である「ロストワックス精密鋳造」の技術の数々を盛り込んだ、独自性の高いアイテムを展開しています。人々のライフスタイルに馴染むアクセサリのような道具。使っている時もそうでない時も、生活を華やかにしてくれます。
<https://www.ifuki.jp>



阿部 憲嗣 (あべ けんじ)

東京を拠点とするプロダクトデザイナー。多摩美術大学プロダクトデザイン専攻卒業。素材や、作り手の良さを生かしたデザインを心がけている。富山デザインコンペティション2018/とやまデザイン賞受賞をきっかけに、(有)中村製作所と共に工場の技術を用いたブランド「ifuki」を立ち上げる。

<https://kenjiabe.com/>

2016年受賞作品から生まれた新ブランド



nodo metal tie silver polished シルバー (NU21P-01 AL)/black matte ブラック (NU21P-01 BK) 16,500円(税込)

nodo [ノード]

デザイナー 薄上 紘太郎 × 製作メーカー 株式会社 タカタレムノス

職人の技術を装身具としてデザインするブランドnodoのファーストコレクション。

金属加工によって生みだされる質感表現を追求した蝶ネクタイです。リボンは鋳造の技術を基に、軽量で錆びにくく形状の自由度が高いアルミニウムの特性が活かされたデザイン。ベルトは日本製のシルクを糸の選定から行い、職人が一つ一つ手作業で縫製。
https://www.instagram.com/nodo_japan



薄上 紘太郎 (うすがみ こうたろう)

1991年福島県生まれ。2013年宮城大学事業構想学部デザイン情報学科卒業。'16年金沢美術工芸大学美術工芸研究科デザイン専攻製品デザインコース修了。'16年より時計メーカーにて腕時計のデザインに従事。フィジカルな試行錯誤によるプロダクトデザインのプロセスを軸に、製品単体のデザインに留まらずコミュニケーションを含めた包括的なアプローチを実践している。グッドデザイン賞等受賞多数。

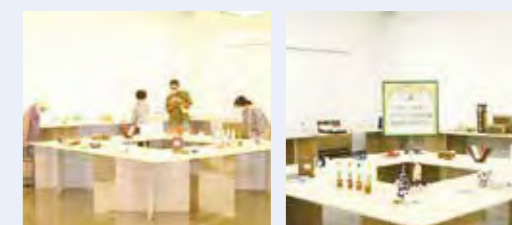
EVENT Report 2021

「富山デザインウェーブ 2021」とともに、富山県内ではデザインに関するイベントが開催されました。

EVENT 01 富山デザインフェア 2021

- 会 期 10月1日(金)～3日(日)
- 場 所 富山市民プラザ、デザインサロン富山

今年で25回目を迎える富山デザインフェアが、富山市内2か所の会場で開催。デザインを学ぶ学生を対象にパッケージデザインを公募する「パッケージデザインコンペティション」への応募作品や、「TOYAMA ADC展」「日本パッケージデザイン展」「とやまクリエイター大賞作品展」など、県内外のクリエイターや企業、日本トップクラスのクリエイターによる作品が展示された。新型コロナウイルスの影響で昨年は審査会が行われなかった催し物もあり、例年にも増して多くの作品が並んだ。



EVENT 02 市場街 2021

- 会 期 10月22日(金)～24日(日)
- 場 所 高岡市内各所

「高岡クラフト市場街」は、高岡市が育ててきた「ものづくり」に触れてほしいとの思いから2011年にスタートしたクラフトイベント。10周年を迎える今年から、名称を「市場街(いちばまち)」に刷新した。御旅屋、山町筋、金屋町、戸出、善興寺など市内の各エリアおよびオンラインで、「観る」「知る」「買う」「作る」「食べる」などをキーワードに、展示会、工芸体験&ワークショップ、ディスカッション、工芸と食などのイベントが開催。来街者と、職人やアーティスト、学生たちの交流が行われた。

また、クラフト展では、全国公募展「工芸都市高岡クラフトコンペティション」の入賞・入選作品など124点が展示された。



EVENT 03 第61回富山県デザイン展

- 会 期 11月13日(土)～14日(日)
- 場 所 富山県高岡文化ホール

富山県デザイン協会が公募した、県内のデザイナー、学生などによるグラフィック、工業デザイン、クラフト、ファッション、建築・インテリア・ディスプレイなどの作品199点が展示された。一般の部最高賞には高嶋鮎美さん、学生大賞には谷口叶翔さん、学生建築デザインコンペでは富山工業高校の清田詩乃さん・池田明伽音さんの作品が最優秀賞に選定された。





富山で生まれる、次のデザイン。

toyama design wave

| | |
|---------------|---|
| 発行日 | 2022年3月12日発行 |
| 編集・発行 | デザインウエーブ開催委員会 |
| 事務局 | 富山県総合デザインセンター 〒939-1119 富山県高岡市オフィスパーク5番地 TEL.0766-62-0510 FAX.0766-63-6830 ホームページ dw.toyamadesign.jp |
| 主催 | デザインウエーブ開催委員会(富山県、富山市、高岡市) |
| 共催 | (株)富山県産業高度化センター (一財)富山県産業創造センター、(公社)富山県デザイン協会 |
| 後援 | 経済産業省中部経済産業局、(公財)日本デザイン振興会、 (公社)日本インダストリアルデザイン協会、 (公財)富山県新世紀産業機構、 (独法)日本貿易振興機構 富山貿易情報センター、 北日本新聞社、富山新聞社、読売新聞北陸支社、 中日新聞富山支局、日本経済新聞社富山支局、日刊工業新聞社富山支局、 朝日新聞富山総局、毎日新聞富山支局、 NHK 富山放送局 、 北日本放送、富山テレビ放送、チューリップテレビ、富山エフエム放送、 (一社)富山県アルミ産業協会、富山県プラスチック工業会、 富山・ミラノデザイン交流倶楽部、高岡商工会議所 |
| 監修 | 桐山登士樹 |
| 編集・構成 | 大矢寿雄／藤田忠彦／岡雄一郎／岩崎友昭／窪英明／ 堂本拓哉／吉田絵美／平野尊治／板野雄太／五十嵐瞳／溝口千賀子 |
| クリエイティブディレクター | 加藤嘉一郎 |
| デザイン | 川原一也 |
| ライター | 中谷裕也 |
| 撮影 | 本田万里 |
| 印刷・製本 | キクラ印刷(株) |

