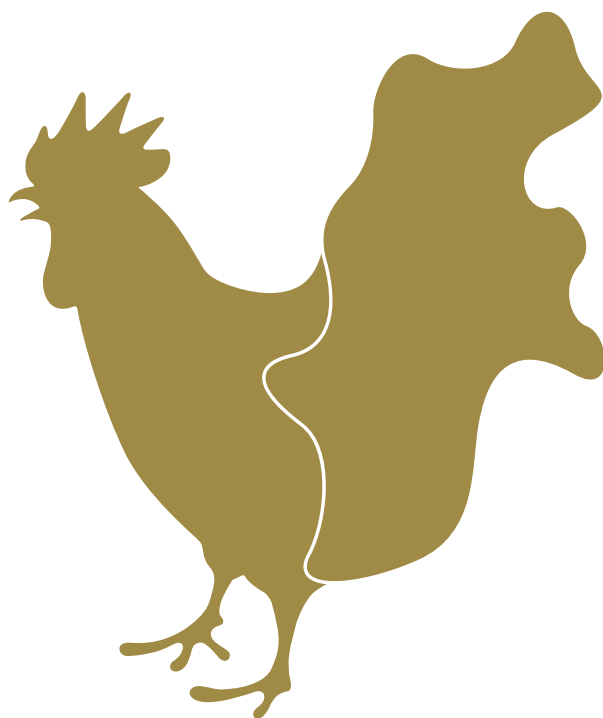




しあわせ
信州



SHINSHU BRAND AWARD

信州ブランドアワード 2021

選考結果



信州ブランドフォーラム

信州発の優れたブランドとデザインを選定・表彰

■ 1. 対象

長野県を拠点とする企業・団体・自治体等の事業者により事業化され県内外に発信されているブランド・デザイン。(農水産品や加工品・工業製品・食品などの商品自体や、事業者が顧客から何らかの対価を得て提供するあらゆるサービスが対象となります。)

■ 2. 部門

・「しあわせ信州」部門

(※2020年8月までに事業化されたブランド)

毎年テーマを設定します。そのテーマに即して信州ブランドの価値向上に大に関係しているブランドを選定します。2021年のテーマは「ゼロカーボンを意識した製品・サービス」です。

・「NAGANO GOOD DESIGN」部門

2020年8月までに発表され、長野県のデザインレベルアップを牽引するデザインを実現している製品・サービスを選定します。

■ 3. 募集期間

2021年9月13日(月)～11月11日(木)

■ 4. 選考方法

- ・募集期間内に応募されたブランドを選考基準に従って2021年12月に一次選考。
- ・一次選考を通過した事業者は2022年1月13日の最終選考会にてプレゼンテーションを行い、最終選考委員による採点、審査により各賞を決定。

■ 5. 受賞者のメリット

- ・信州ブランドアワードのロゴマークが使用できます。
- ・選定ブランド、商品、サービスを紹介するカタログを作成、展示会等で無料配布します。
- ・県庁等の公共施設で展示会を行います。
- ・長野県の営業支援対象候補になります。

■ 6. 選考基準

・「しあわせ信州」部門

下記の6つの観点で選考します。

- **テーマ性**：本年のテーマ「ゼロカーボンを意識した製品・サービス」につながる製品・サービスか
- **志向性**(コンセプト)：事業者が他にはない自らの“強み”を確立し、ブランドとして打ち出そうとしているか
- **表現性**(デザイン)：ブランドづくりの志向・コンセプトを、具体的で独創的な姿・形として効果的にデザインしているか

- **情報伝達性**(コミュニケーション)：ブランドの持つ価値や情報を広く内外に向け発信し、顧客とのコミュニケーションを図っているか

- **地域性**(ローカル・コミュニティ)：県内のさまざまな地域資源をブランドづくりに活かし相乗効果を生んでいるか

- **継続・発展性**(マネジメント)：ブランドづくりが継続的に発展性のある経営戦略として行われているか

・「NAGANO GOOD DESIGN」部門

下記の5つの観点で選考します。

- **表現性**：表現性が極めて高く、それが売り上げ・地域活性化に貢献しているか

- **使用性**：使いやすさ・分かりやすさ・親切さなど、ユーザーに対してしかるべき配慮がされているか

- **共感性**：ユーザーから共感を得るデザインであるか

- **合理性**：的確な技術・方法・品質で合理的に設計・計画されているか

- **提案性**：新しい作法・ライフスタイル・コミュニケーションなど、新たな文化の創出に貢献しているか

■ 7. 賞

- 部門大賞 …………… 各部門1点

両部門の部門賞の中でそれぞれ最も優秀なブランド・デザインに授与されます。賞状・記念品を贈呈します。

- 部門賞 …………… 各部門3点前後

賞状・記念品を贈呈します。

- 入選

入選証書を贈呈します。

■ 8. 選考委員 敬称略・順不同

金井 伸樹 (選考委員長)

長野県営業本部 営業局

小澤 吉則

一般財団法人長野経済研究所 理事・調査部長

宮坂 公美

宮坂醸造株式会社 ショップディレクター

林 靖人

信州大学産学官連携・地域総合戦略推進本部 本部長

和田 功

信州大学繊維学部先進繊維・感性工学科 特任教授

荒川 清司

株式会社まちなみカントリープレス 代表取締役社長

小林 勝彦

学校法人クリエイティブA 長野美術専門学校 校長

岡 正子

岡学園トータルデザインアカデミー 校長

信州ブランドアワード2021 選考結果

「しあわせ信州」部門

テーマ:「ゼロカーボンを意識した製品・サービス」

部門大賞

N-PLAjet

日精樹脂工業株式会社(坂城町)

部門賞 (順不同)

信濃錦「超玄」

合資会社宮島酒店(伊那市)

co:do

フレックスジャパン株式会社(千曲市)

入選

ウッドバスケット

レッドハウスファニチャー(朝日村)

「NAGANO GOOD DESIGN」部門

部門大賞

扉グループの文化財・古民家活用の取組

扉ホールディングス株式会社(松本市)

部門賞 (順不同)

筒けん

株式会社筒けん(上田市)

VAIO® SX14 VJS142 リーズ

VAIO 株式会社(安曇野市)

入選 (順不同)

林檎の花 完熟生はちみつ

株式会社美谷島養蜂(信濃町)

無双ベルト

各務メンズベルト(飯田市)

SHINSHU
BRAND
AWARD



しあわせ信州部門

SHINSHU
BRAND
AWARD



名 称 N-PLAjet

事業者名 日精樹脂工業株式会社
(坂城町)

部 門 しあわせ信州 部門

N-PLAjet



N-PLAjet について

【プロフィール】

1947年の創業以来プラスチックに携わる当社は、1990年代初めからいち早く生分解性樹脂を用いた射出成形法の研究開発に着手、材料の進化に合わせて、それら材料に対応した成形技術を継続して開発してきました。生分解性樹脂は環境負荷低減につながることから、素材としてのポテンシャルは高いものの、成形加工しにくい(用途が限定される)、材料価格が高い、供給量が少ない等の課題も多く、普及拡大のネックとなっていました。射出成形機メーカーの当社としては、成形加工面における課題を解決し、成形加工メーカーがターンキーで生分解性樹脂成形に参入できるよう、PLA専用の射出成形システムを開発し、上市。プロジェクトを組んでPLAの普及拡大に努めています。

【ゼロカーボンを意識した製品・サービス】

PLAは、サトウキビやトウモロコシ(食用ではなく飼料等の工業用)を原料とする植物由来で、かつ生分解性を有するプラスチック材料であり、使用後にコンポスト環境に埋設することで、微生物の働きにより水とCO₂に分解されます。更にCO₂は植物の光合成により吸収されることから、PLAはカーボンニュートラルな素材と言えます。当社は、このPLA材料向けの射出成形システムを開発、一部顧客で実用化されています。直近では長野県内の間伐材を有効利用することを目的に、間伐材を微粉末化してPLAにブレンドした、コンポジット材料(木粉・PLAとも100%自然由来)の開発にも取り組んでいます。

【志向性】

環境負荷低減につながる素材として注目されるPLAですが、成形が難しい(流動性・離型性が悪い)、耐熱性が低い、需要に供給が追いついておらず材料価格が高い、といった課題があり、流通量は頭打ちの状態にあります。射出成形機メーカーの当社は、電子レンジや食洗器での使用にも耐え得る耐熱製品向けやガラスのような薄肉・透明製品を可能とする成形技術、更に木粉を配合したコンポジット材料など、用途拡大に向けた技術開発を行っています。それらPLA専用の各種成形システムの総称が「N-PLAjet」です。

【表現性】

当社が提供するものは、環境負荷の少ないプラスチック製品を生み出すための射出成形技術・成形システムであり、この成形技術を使用した各種成形サンプル(デモ成形用金型)を製作し、国内外の展示会やプライベート展等で成形実演を行い、PLAの普及拡大に努めています。また、N-PLAjetのロゴマークを策定、展示会出展機等にロゴシールを貼付しています。

【情報伝達性】

PLA成形技術の普及には成形加工メーカーとその上流にあたるエンドユーザー(消費財メーカー)の意識改革が必要であり、国内外の展示会・プライベート展を通して、情報発信を行っています。また、国際会議(アフリカ開発会議、世界水族館会議等)の場で、成形サンプルをお土産として提供するなど、カーボンニュートラル素材(植物由来&生分解性樹脂)であるPLAの啓蒙活動を実施しています。

【地域性】

前述した通り、成形技術の引き出しの1つとして、長野県内の間伐材を微粉末化し、PLAにブレンドしたコンポジット材料の研究開発に着手、2021年10月1日・2日に開催された「さかきモノづくり展」で成形事例として紹介した他、同年9月29日～10月1日に名古屋で開催されたプラスチック工業展で実演しました。

長野県内の間伐材の有効利用を視野に、全国第3位の森林県である長野県に本社を置く企業として、またプラスチックに携わる当社だからこそ実現できるゼロカーボンに向けた取組みを一步一步進めていきたいと考えております。

【継続発展性】

海洋マイクロプラスチックの問題により、世界中で使い捨てプラスチック製品の脱プラスチックの動きが加速していますが、地球環境に配慮した取組みには様々な形があります。同じ山頂を目指すにしても登り方は様々で、一概に何が正しいとは言えませんが、プラスチックやリサイクル、リユース等に関する正しい理解が必要と考えます。エンドユーザーを動かすにも一般消費者の消費動向が重要と考えることから、一般向けの啓蒙活動を充実させてまいります。



名称 信濃錦「超玄」
事業者名 合資会社宮島酒店
(伊那市)
部門 しあわせ信州 部門



信濃錦「超玄」について

【プロフィール】

信濃錦では「信州の大自然を表現すること」をテーマとして酒造りを進めてきました。長年の取り組みである「地元産契約栽培米を用いた低精白の純米醸造酒」という酒造りの中で、特に有機肥料のみを施肥し農薬を一切使わない特別栽培米を用いた製品群をリブランディングし「超玄」シリーズとしました。「地元産契約栽培米を用いた低精白の純米醸造酒」という概念につきましては、ウェブサイトに記載しておりますが、今までは品種毎に別々の商品として販売してきたため、ともするとイメージが拡散してしまうきらいがあり、それらを統合して再構成し「超玄」シリーズとしてブランディングを行っています。

【ゼロカーボンを意識した製品・サービス】

ゼロカーボンは、含炭素温暖化物質の排出を抑制し或いは吸収して温暖化を食い止めることを目的としていますが、炭素を含まない一酸化二窒素等を含めた抑制も必要であると考えます。有機栽培では肥料分の分解が緩慢となるため、そこに固定されている炭素を長期にわたり土中に留めることができ、さらに温室効果が大きな一酸化二窒素の放出も緩やかにできます。また、化学物質を使わないことにより農地周辺の生物多様性が維持され、それらの生物が炭素を体内に固定するなど、炭素を土中に隔離することに貢献できます。さらに、遠く海外から運ばれてきた粗製アルコールに再び熱を加え蒸留して仕上げられる「醸造アルコール」を用いず、精米時に多大なエネルギーを消費する高精白を行わずに敢えて低精白とすることで、エネルギー消費を積極的に抑制しています。なお、低精白純米酒の酒粕は廃棄することなく、稲作の肥料として有効活用しています。

【志向性】

「超玄」のブランドコンセプトは、この宇宙の成り立ちを記述しようとする「超弦理論」へのオマージュです。県外産酒米「山田錦」への信仰や、「高品質＝高精白」という価値観、或いは醸造アルコールを加えて香りを最大限に引き出した大吟醸を高く評価するという時代が長く続いた中で、信濃錦が平成 16 年以來積み重ねてきた「地元産契約栽培米を用いた低精白の純米醸造酒」という考え方は異端と見られてきましたが、温暖化や食糧危機を目前とした現在、地域循環経済としての地元へのこだわりや、農薬の使用を抑制した農法の大切さ、低精白米を用いた醸造アルコールを用いないことで、フードロスやエネルギー消費を抑制できることなどの意味合いをご理解いただけるようになってきました。既存の価値観から全く別の価値観へ社会を変革させなくてはならない「SX」の時代を迎え、あたかも超弦理論の中で重力を伝達する重力子のみが別の宇宙に飛び出していくことができる姿にも似て、新たな日本酒の姿を体現した製品群にふさわしいブランドであると考えています。

【表現性】

発売当初より超弦理論の方程式をラベルに刷り込むなど、そのブランドコンセプトの提案を意識してまいりましたが、この冬より発売する新酒からは、瓶の首に巻きつけるのみの新たなラベルデザインを採用し、省資源化を推進する形で商品

コンセプトに沿ったラベルとしています。これにより、単にラベル紙の使用量削減のみならず、ラベルの汚れ対策として用いてきたラベル保護フィルムなどの副資材の削減も可能となります。

とは言え、ラベルは商品の顔であり、それを小さくすれば商品の存在感がうすれてしまいます。そこで、存在感は残しつつも、エシカルな志を持った商品であることを訴求できるデザインを採用しました。ラベルを瓶の首に巻きつけることで一定の長さを確保し、必要事項のみならず、超弦理論の方程式をさりげなくデザインでき、また JAN や QR コードなどの無粋なものも裏側に表示させることが可能となっています。

【情報伝達性】

「超玄」シリーズは、BS-テレ東の新番組の第 1 回放送において全国に向けて発信されると同時に新発売とさせていただき、発売の翌日には数千本が完売となるなど絶好のスタートダッシュを切ることができました。それに併せてウェブサイトやインスタグラムなどにて、米作りからの酒造りや商品紹介を積極的に行っています。

また、社長が得意先などで行っている SDGs 関連の講演の中で、その取り組みの体現例として「超玄」シリーズを紹介することにより、取引先での積極的なお取り扱いが広がっており、業界紙などにおいても取り上げられるようになりました。

【地域性】

昭和 57 年に酒造米の全てを長野県産酒造好適米として以降、平成 3 年より伊那谷にて契約栽培に取り組み始め、平成 17 年にはその全てを無農薬もしくは減農薬栽培とすることができました。地元産の「顔の見える」原料米にこだわることで米を通して環境保全の大切さなどが訴求でき、「超玄」シリーズのみならず、「信濃錦」ブランド全体のイメージ形成に大きく寄与しています。

また「GI 長野」のイメージビデオにおいて酒米作りの代表蔵として取材され、地域資源を活用することの意義が全世界に向けて発信されることになっています。さらに、長年近く続けている無農薬田「草取り援農の会」には全国から参加者が集まり、長野県の環境の素晴らしさや、それを保全していくことの大切さを実感していただいております。それと合わせ、社長の個人アカウントにおいても長野の大自然を感じて戴くアピールを続けています。

【継続発展性】

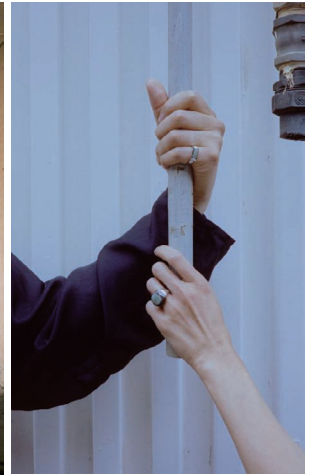
「グレートリセット」という言葉に象徴されるように、現在、長年慣れ親しんできた「資本主義」にメスを入れ、社会システムそのもののあり方を見直すことが論議されています。それは SDGs への取り組みのみならず、個々人の生き方そのものにも変革を迫るものでもあり、そのような時代の中で「日本酒」の進むべき姿の提言を続けています。「超玄」シリーズは、それを体現する低精白純米酒の中でも特に精緻なブランドであり、SDGs についての情報発信や講演活動を通して、お客様を含めた日本酒業界のゼロカーボンに向けた意識改革と連携させ、ブランド価値の維持、向上の努力を続けてまいります。



名 称 **co:do**

事業者名 **フレックスジャパン株式会社
(千曲市)**

部 門 **しあわせ信州 部門**



co:do について

【プロフィール】

大量生産・大量消費・大量廃棄型の現代社会のあり方、またコロナ禍における生活様式のシフトを目の当たりにし、縫製工場を有するアパレルメーカーとして世の中に必要とされるモノづくりとは何かを考え、若手社員が主体となって co:do というブランドを立ち上げました。

『故きを温ねて新しきを纏う (ふるきをたずねてあたらしきをまとおう)』という故事成語を基にした造語をブランドスローガンとして掲げることで、伝統的なモノづくりに新たな価値観を付与し、次世代へと繋ぐアイデアやプロダクトとして提供します。

ブランドネームの「co:do」は、『心臓が脈打ち血液が廻るように [鼓動]』、『先人たちの軌跡を辿るように [古道]』、そして『作り手と使い手が共に行き、より良い未来を形作るように [co(ともに)do(行う)]』という想いが込められています。

【ゼロカーボンを意識した製品・サービス】

半纏 (Japanese short coat) においては、尾州 (愛知県一宮市を中心とした毛織物産地) にて 50 年以上前から取り組まれてきた毛七と呼ばれるリサイクルウール (不要となった衣料品や端切れ、繊維くずなどを反毛することにより繊維として再生) の活用や、それに伴い県内でのウールリサイクルプロジェクト (2021 年 9 月 23 日から 10 月 10 日に、長野市のカフェ North South East West の協力のもとウール衣料の回収イベントを開催) を実施しました。

不要となってしまった衣類やハギレなどを焼却処分せずリサイクル、リペア、リメイクすることにより、温室効果ガスの発生が削減されていることはもちろんのこと、ブランド活動やモノづくりを通じて地域の方々にサーキュラーエコノミー (廃棄物を出さずに資源を循環させる仕組み) を体験していただく機会を設けることができました。

【志向性】

co:do はフレックスジャパン株式会社が今まで培ってきたモノづくりの精神と、若手社員ならではの感性が融合した、工場発のファクトリーブランドです。

2020 年に 80 周年を迎えた老舗縫製工場として、創業以来、今もなお探求し続けている着心地へのこだわりと仕上がりの美しさという品質の保証に加えて、co:do ではプロダクトに用いる原料や素材のエシカルな選定、そして生産背景の見える化を強化し、修理対応や循環型消費の促進により、ユーザーの皆様へ安心と満足をお届けしています。

また長野県 SDGs 推進企業、そして地元地域に根差したアパレルメーカーであることから、【3R の推進】【環境配慮】【廃棄物】への取り組み、【地域への配慮】【社会課題解決】を意識した運営をブランドのコンセプトとして考えています。

【表現性】

愛着を持って長く使うことができるアイテムという考えを根幹に、老若男女が時代を問わず誰しもが着用できる普遍的なデザインを意識しています。

流行り廃りに囚われたモノづくりをしないこと、自社縫製工場を持つブランドとして丁寧にしっかりと作ること、使い込むごとに味わいを増していく環境に配慮した素材を用いること、そして人に語りたくなったり惚れ込むことができるような背景があることを大事に考え、ブランドアイテムの企画開発を行っています。また地域における新たな取り組みや伝統などをアイテムに取り入れることで、信州らしさを感じられるブランドとして発信しています。

【情報伝達性】

環境配慮の観点からブランド主体による情報発信にはチラシなどの紙媒体は使用せずに、Instagram や note などの SNS への投稿、そしてテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ウェブメディアなど各媒体へのプレスリリースにより情報発信を行っています。また内山紙を用いて、本の葉にも活用できるようデザインしたブランドタグに QR コードを記載し、ブランドホームページへとアクセスできるようにしています。その他、メールや電話によるお問い合わせへの対応や SNS における DM でのやり取り、県内外におけるポップアップストアやマーケットイベントへの参加により直接ユーザーとコミュニケーションを取る機会を設けています。

【地域性】

県内の伝統的工芸品などの地域特有の取り組みに目を向け、ブランドアイテムの付属品に活用しています。

半纏 (Japanese short coat) においては松井窯松代陶苑による松代焼の陶器ボタンを、モンクバッグ (Monk bag) においては黒姫高原のアファンの森の間伐材のコナラの木を原料に南木曾の榎木工製作所にて形作られた木の環を、そして本に挟む葉としても再活用できるブランドタグと商品の包み紙には内山紙を採用することで、ブランドアイテムを通じて信州に目を向ける機会となるような企画開発を意識しています。また戸倉上山田温泉街や姨捨棚田、善光寺などの信州らしさを持ったロケ地にてプロモーションビデオやルック写真を撮影し、商品とともに魅力的な地域の風景を発信しています。

【継続発展性】

地元の企業や店舗、職人や作家の方々との協業を行い、その輪を広げていくことで、県内から県外へと信州の魅力と共にブランドを発信しています。今後も地域との関わり合いを深め、ブランドの運営を通じて「モノづくりの信州」のイメージ躍進の一助となるよう取り組んでまいります。

名 称 ウッドバスケット

事業者名 レッドハウスファニチャー
(朝日村)

部 門 しあわせ信州 部門

入
選



ウッドバスケット について

【プロフィール】

当工房のある朝日村はカラマツの産地、公共施設の備品や家具を村産材のカラマツで製作する事業に参加させていただいたことから、カラマツ材製品の製品開発・製作に取り組んでいます。

長野市の水害やマイクロプラスチック等の環境問題が取り沙汰され、地域材の有効利用など木工家としての地域貢献活動を模索する中で発案した「ウッドバスケット」は、県産材のカラマツを主材として製作した、本当の意味での「エコバッグ」です。

【ゼロカーボンを意識した製品・サービス】

本ブランドの発案にあたり、プラスチック製品を木製品に置き換えることを意識して考案しました。プラスチック製品の製造や、処分の際にも発生する CO² の削減に大きなメリットがあると考えます。

レジ袋の有料化に伴いエコバスケットの需要が高まりましたが、“脱プラスチック”が本来の目的の環境問題にも係わらず、プラスチック製のエコバスケットを購入しエコ活動とする動きに大きな違和感を感じたことから、県産材のカラマツで作る本当のエコバスケット「ウッドバスケット」を考案しました。

【志向性】

カラマツは軽くて丈夫、ウッドバスケットには適した材料で、経年劣化と共に深みのある茶褐色に変化し味わいのある材料です。一方でヤニ、割れ、歪み等の欠点も多く、製品化に至るまで何度か試作や失敗を繰り返し、材料の薄さや接合部の工夫などを行い釘やネジを使わず本体を組立することで、軽くて丈夫、見た目にもオシャレなデザインに仕上げました。

キャンプ等のアウトドアでも使用できる商品としてラインナップ (Sサイズ・Lサイズ・Lサイズ用の蓋)

【表現性】

日常的に使える軽さや丈夫さは勿論、Lサイズはショッピングカートに載るサ

イズを考慮してデザインしました。Sサイズはコンビニ等のお買い物に最適です。エコバッグとしての機能に加え、プラスチック製のバスケットに比べ天然木の保温性もあり、冷凍食品や温めた食品の保温にも優れています。オプションの蓋を使用すれば、更に保温効果が高まります。

蓋は、簡易的なテーブルとしても使用できるため、食材を買い込んだままピクニックやアウトドア等にも出掛けられます。小さなSサイズは、Lサイズの中に収納できるようにデザインしています。

【情報伝達性】

コロナ禍もあり、対面型の販売できなかつたために、クラウドファンディングを手段に販売を行いました。全国各地より想像以上のご注文と反響があり、環境問題への意識の高まりを実感しました。

松本広域振興局や朝日村役場に寄贈、展示していただき、環境問題に対応した商品であることから、TV取材3社、新聞にも多数取り上げていただき予想以上の反響をいただきました。

【地域性】

信州はカラマツの産地、全国第2位の植樹面積を誇る特産品です。一般の方がカラマツ材を身近に感じ手に取って触っていただける商品ですので、県産材のアピールに繋がると期待しています。

「ウッドバスケット」は ウッドデザイン賞 2021 を受賞しました。信州カラマツの魅力、全国へアピールしていけると考えています。

【継続発展性】

精密な加工や組立ては手作業による製造となっていることから生産量が限られている状況です。将来的には量産化体制を構築し、多くの方に「ウッドバスケット」を使用していただき、脱プラスチック、ゼロカーボン活動の一助になることを目標に活動したいと考えています。



NAGANO GOOD DESIGN部門

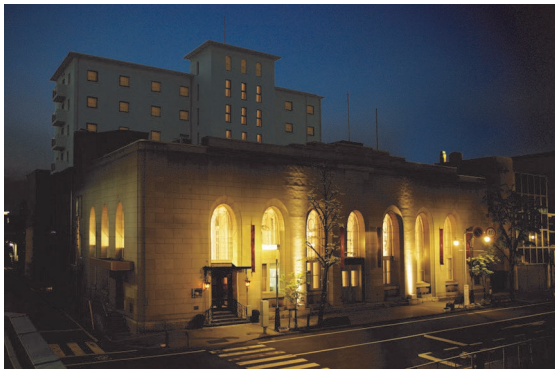
**SHINSHU
BRAND
AWARD**



名 称 扉グループの文化財・古民家
活用の取組

事業者名 扉ホールディングス株式会社
(松本市)

部 門 NAGANO GOOD DESIGN 部門



扉グループの文化財・古民家活用の取組 について

弊社が取り組む文化財や古民家を活用した飲食・宿泊施設の運営が、長野県のデザインレベルアップを実現するサービスであると考えこの度応募をさせていただきました。自然や歴史豊かな長野県には価値のある建物が多く残り、そのような建物を保存するだけでなく、積極的に活用することは地域活性化に貢献するのみでなく、「新しいものだけでなく、古いものの価値を再発見し、次世代に繋ぐ」ものとして今後も重要になってくると考えています。

弊社は本年創業90年を迎えた扉温泉明神館を中心とする企業で、長野県松本市で宿泊・飲食施設の運営をしております。そのうち3施設は国の登録有形文化財に登録された建物を含み、宿泊・飲食施設として運営し、保存するだけでなく活用することにより新たな価値の発信、地域経済への貢献、また雇用の創出により移住者の促進を含む地域活性化の一助となっています。このような取組は、少子高齢化や担い手不足により今後増加すると考えられる長野県内の歴史、価値のある施設を活用するモデルとなると考えています。

1. 2006年開業 レストラン ヒカリヤ (国の登録有形文化財)

築130年以上、松本市東町にあった名門商家「光家」の建物を改装し、日本料理「ヒカリヤヒガシ」、フレンチレストラン「ヒカリヤニシ」として運営をしております。建物の持つ雰囲気や人気を博し、開業当初から、結婚式など特別な時間を過ごす場所として使用いただいております。また建物(ヒカリヤ主屋と文書庫)は2010年に国の登録有形文化財への登録がされました。ヒカリヤニシは、2014年に世界的なホテル・レストラン組織であるル・エ・シャトーに厳格な審査基準をクリアし加盟しました。審査基準の中には空間的な評価基準もあり、文化財を活用した建物の持つ魅力も評価されました。レストラン開業の背景には、かつてはあたり一面に広がっていた木屋の蔵は取り壊され、駐車場になって

いく中で、建物の価値を見直し、活用することで次世代に繋げる想いのもと始まりました。

2. 2019年開業 Satoyama villa DEN

扉グループでは2019年より「里山再生プロジェクト」として、豊かな自然と生活が残る松本市内の里山に位置する古民家を改修し宿泊施設として運営を始めました。第一弾として松本市中山に位置する築100年以上の古民家を改修し、民泊宿として営業を始めました。オーガニックガーデンやBBQスペースも併設し、豊かな自然を感じながら宿泊できる場所として、県内外のご家族や友人グループに人気です。

3. 2020年開業 Satoyama villa 本陣

「里山再生プロジェクト」の第二弾として、松本市四賀地区にある「旧小澤家本陣」の建物を改修し、2020年に宿泊施設として生まれ変わりました。こちらは旧江戸街道保福寺宿に位置し、かつて松本藩主が参勤交代の際に使用した建物です(当時の建物は明治時代末期の火災で焼失、現在の建物は大正時代に再建されたもの)。2021年7月には国の登録有形文化財へ登録されました。県内外からお越しになる宿泊客の他、敷地内にある離れの洋館では松本市で人気の喫茶店が営業を開始し、若者が訪れるきっかけとなっています。

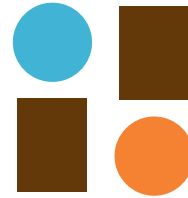
4. 松本丸の内ホテル併設 「アルモニビアン」

松本城近くの大名町に位置する1937年に建てられた「旧第一勧業銀行」(現:アルモニビアン)は2007年に国の登録有形文化財に登録された建物で、現在はアルモニビアンとして結婚式場ならびに飲食施設として運営。松本のシンボルの1つとなっています。

名 称 筒けん

事業者名 株式会社筒けん
(上田市)

部 門 NAGANO GOOD DESIGN 部門



筒けん
T S U T S U K E N



筒けん について

【年齢に関係なく「できた！」が気持ちいい】

「スクワット運動」「バランス感覚向上」「集中力アップ」「脳の活性化」などの効果を持つけん玉をより手軽にどなたでも世代に関係なく楽しめるよう考案しました。けん玉は実際にやってみると想像以上に難しいことが多く、効果を期待しつつもその難しさから継続をあきらめてしまう人が多いのが現実でした。その点、筒けんはどなたでもすぐに「できた！」を体感することができ、挑戦意欲をかきたててくれます。糸がないことからけん玉ではできない動きもできるため、けん玉だけでなく筒けん独自の進化を期待し、「手軽にできるスポーツ」として普及を進めています。

【特徴】

- ・キャッチがとても簡単 (砂の入った玉がポイント)
- ・糸がないため、動きに制限がない
- ・持ち方が単純 (けん玉のように持ち方で悩むことがない)
- ・1人でも、複数人数でも楽しめる (複数人でパスをするなどの楽しみ方もできる)
- ・何よりも手軽で簡単、電池不要

【効果】

- ・自己肯定感の向上 (できた！)
- ・挑戦への意欲 (もっとやってみよう！)
- ・自然なスクワット運動
- ・脳機能の活性化 (集中力や記憶力アップ)

【グッド・トイ アワード2021 多世代交流賞 受賞】

グッド・トイとは

遊びのスペシャリストの投票で決まるおもちゃの賞制度。(投票権のあるおも

ちゃコンサルタントは全国で2,000名。おもちゃコンサルタント有資格者は6,000名。)

健全性やロングセラー、コミュニケーション性といった内容のほか、五感を磨き、コミュニケーション能力を養い、夢を育てる手助けができるかどうかを総合的に判断されます。

<https://goodtoy.jp/> (グッド・トイホームページ)

【小学校や高齢者施設、障害者団体での活用広まる】

小学校では「密にならない、危険でない、組体操の代替で筒けんパフォーマンス」「ダンスよりも高度で多彩な表現ができる筒けんダンス」などの取り組みが広がっています。

- ・大町市内小学校・・・組体操の代替として筒けんパフォーマンス
- ・上田市内小学校・・・プロのダンス講師監修のダンスと筒けんがコラボした「筒けんダンス」を実施 → テレビ放送でも取り上げられ、先生方をはじめ多くの反響をいただきました。

このほか、県内外で健康運動教室や障害者と健常者が共に行う表現活動で筒けんが採用されるなどの広がりをみせています。

筒けんは場所を選ばず、世代も選ばず、どなたでも手軽にいい汗をかくことができます。今後は技能認定制度や指導者育成制度、大会の開催なども考えており、「筒けん」という新たな文化を日本国内だけでなく世界中に広めていきたいと考えています。

- ・筒けんホームページ <https://tsumu-ken.com>
- ・YouTubeやSNS等でも情報発信中

名 称 **VAIO® SX14
VJS142シリーズ**

事業者名 **VAIO株式会社
(安曇野市)**

部 門 **NAGANO GOOD DESIGN 部門**



VAIO® SX14 VJS142シリーズについて

1. VAIO のものづくり、日本のものづくり。

「ユーザーのみならず、長く快適に使って欲しい」という強い意思のもと、長野県安曇野市にある VAIO 本社に設計からサポートまで、全チームを集約。日本のユーザーのために、日本の技術と日本人の美意識を活かしたこだわりのつくりこみを行っています。さらに、一台一台、妥協のない精緻なつくりを実現するために、製造を VAIO 本社で行う、Made in Japan にたどりつきました。

2. 美しいカラーリング

スタンダードな「ブラック」、VAIO のコーポレートカラーである勝色のニュアンスを含んだ「シルバー」、そして、背面 VAIO ロゴとオーナメントに特別なゴールドメッキを施した「ブラウン」をご用意しました。

3. 14.0 型ワイドディスプレイ

VAIO SX14 はモバイルノート PC として一般的な 13.3 型ワイドディスプレイより一回り大きな 14.0 型ワイドディスプレイを搭載。テキストや表が見やすく、長時間の作業でも疲れにくいのが特長です。ディスプレイベゼルを従来の半分以下にスリム化し、13.3 型ワイドディスプレイを搭載する VAIO S13 と、ほぼ同じフットプリント(設置面積)を実現しました。

4. カーボン素材で大画面でも軽量化・堅牢性を実現

東レ株式会社との共同開発で生まれた高弾性 UD カーボン*1 を用いた「カーボンウォール天板」により、従来モデルと同等以上の剛性を確保。14.0 型ワイドディスプレイ搭載モバイルノート PC でトップクラスとなる約 999g*2 の超軽量ボディを実現しています。また、大画面化のためベゼルを狭額縁化しながらも、内部構造を徹底的に見直し、従来モデルと変わらぬ堅牢性を実現しています。

堅牢性を実現するための品質試験

https://vaio.com/quality/qualitytest_sx14/

*1 UD カーボンの UD とは、Uni Directional (単一方向性) の略。カーボン繊維を同じ方向に並べた層を、縦、横に幾層にも重ね合わせ、どの方向の力にも強い一枚に仕立てています。

*2 構成によって重量は異なります。

5. 快適キーボード

・周囲に配慮できる「静寂キーボード」

中高域のノイズを低減し、心地よい打鍵感を実現。高精度に組み上げたキーボードユニットを高剛性ボディで支え、中高域のカチャカチャというタイプ音を防止しました。

・両手をしっかり支える「無限パームレスト」

机面までシームレスに続くように感じられる「無限パームレスト」を実現。使用時にキーボード奥部が持ち上がるチルトアップヒンジ構造の採用で、手のひらや

手首にかかる負担を大幅に軽減しました。

6. ビジネスに必要なインターフェイスをフル装備

最新インターフェイスに加え、ビジネスの現場で使われる旧規格のインターフェイスもサポート。たとえば、VGA 端子(アナログ RGB 出力端子)接続のプロジェクターでも、問題なく接続できます。また、USB Type-C™端子と HDMI 端子、VGA 端子(アナログ RGB 出力端子)の同時映像出力にも対応しています。

7. モバイルの限界を超えるハイパフォーマンス

PC 作業をより速く快適に行えるように、VAIO が長年培ってきたノウハウとテクノロジーをつぎこみ、プロセッサのパフォーマンスを極限まで引き出す VAIO 独自のチューニング「VAIO TruePerformance®」が施されています。最大 6 コア / 12 スレッド駆動のハイパフォーマンスを存分にご活用いただけるように、システムの放熱設計等について緻密なチューニングを実施し、VAIO TruePerformance 適用時に Core i7 モデルで最大約 40% という圧倒的な性能向上を実現しています。

8. 長時間バッテリー駆動時間

Full HD 液晶を選択した場合、省電力液晶の搭載により最大連続約 20.5 時間と、バッテリー駆動時間が飛躍的に向上しました。内蔵バッテリーだけで朝から晩まで使えるので、外出時に AC アダプターを持ち歩く必要がなくなり、荷物がさらに軽くなります。

9. 指紋認証に加えて顔認証にも対応

Windows Hello 対応の生体認証方式として新たに顔認証に対応。これにより、センサー部に指を置くだけの指紋認証、内蔵カメラでユーザーの顔を自動認識する顔認証の 2 つの方法で瞬時にログインが可能です。

10. テレワークを円滑にする高性能カメラ & マイク

・美画質に撮れる“好感度”フロントカメラ

約 207 万画素の高性能フロントカメラを搭載。薄暗い屋内でもユーザーの顔を高精細・高画質に撮影します。

・高性能マイク & ステレオスピーカー

2 つのマイクで収録した音声进行析し、正面のユーザーの声だけに絞り込んだクリアな音声で通話できるステレオアレイマイクを搭載。高音質なステレオスピーカーも搭載し、クリアな音声で Web 会議を行えます。

11. カーボンファイバー(炭素繊維)リサイクル

筐体材料として使用している炭素繊維の資源循環を行うため、炭素繊維の再生において優れた固有技術を有する株式会社ミライ化成と協業。より付加価値の高い再生技術を生み出すための研究開発を進めています。

名称 **林檎の花 完熟生はちみつ**

事業者名 株式会社美谷島養蜂
(信濃町)

部門 NAGANO GOOD DESIGN 部門



入
選



林檎の花 完熟生はちみつ について

非加熱はちみつとビーポーレンをメインに BIYAJIMA BEE FARM というブランド名で展開しています。

商品ラベルのイラストは、養蜂家の美谷島豪がハチミツの魅力に出会った場所でもあるニュージーランドのデザイナーに、北信州に咲く野花と信州林檎と林檎の花を依頼しました。また、最後の一口まで食べやすいように広口で円形の瓶を採用しました。

日本を代表する高品質なハチミツを目指し、ラベルシールには和紙を使用しました。また、信州のお土産として選んでもらえるように、手に取りやすいサイズを用意しました。

現在、上水内郡信濃町のふるさと納税制度の返礼品として、提供させていただいています。また、信濃町や白馬村、長野市内のレストランやカフェで、ハチミツを使った新しい料理、商品を提供してもらっています。

高品質なハチミツの条件として示されている、以下の点を満たしています。

- ・採蜜源であるファームの周りの大気が汚染されていないこと、農業で土壌が汚染されていないこと。
- ・非加熱であること(熱に弱い天然酵素を守るため)。
- ・ミツバチに対して抗生剤を使用していないこと。
- ・花粉が入っているかどうかははっきりしていること。
- ・ハチミツの濾過のプロセスが自然であること。
- ・プラスチック容器に入っていないこと。

必要以上の濾過はハチミツに含まれる栄養豊富な花粉を取り除きすぎることになるため、メッシュの異なる3種類のフィルターを自然落下で通すだけにしています。また、2階建て構造になっている巣箱の間に隔王板というフィルターを使用して、女王蜂に2階部分で産卵させないことで、採蜜する2階部分の巣枠には花粉を含む完全に純粋なハチミツのみが集められ、それだけを採蜜し、よどみ・濁り

のない透明感のある綺麗なハチミツを商品化し、提供しています。また、ハチミツの色が分かりやすいように、栄養成分表示や製造者等の表示を底面に配置しています。

・完熟について

ハチミツに含まれる水分量を測定し、日本の規約にある22%以下よりも低い、20%以下になるように蜜巣枠を厳正して、採蜜しています。

・ミツバチの飼育について

持続可能な自然環境とのかかわりを求めて、ミツバチに使用が認められている農薬(天敵であるミツバチヘギイタダニの駆除剤)、抗生物質、巣箱への防腐剤、ファームでの除草剤を一切使用しません。

近年、農薬の使用により農産物の花粉交配の担い手であるミツバチを含む自然の虫たちが減少し、農家の人工授粉作業が必須となっています。農家、養蜂家の高齢化により花粉交配用のミツバチの需要が高まっています。

周辺環境の変化(農薬汚染など)に影響を受けやすいミツバチは、環境指標生物とよばれています。

養蜂家自ら農薬を使用しないことで、自然との共生を農家さんと一緒に考えていければと考えております。そうした中で生まれる純粋ハチミツを手にとってもらうことで、一般の方にも自然にいる虫たちに目を向けてもらえたらと考えています。

その他に、エコロジカルな取り組みの一環として、マルシェ等の出店の際には、ハチミツの量り売りを行っています。事前に家にある空き瓶をお客様に持参していただき、ハチミツの保管用ステンレスタンクから直接瓶詰めを行っています。

美谷島養蜂ホームページ

<https://biyajima-beefarm.com>

名 称 無双ベルト
 事業者名 各務メンズベルト
 (飯田市)
 部 門 NAGANO GOOD DESIGN 部門



Kagami belt



無双ベルト について

各務メンズベルトは、1976年創業 信州飯田のベルト工房です。

手間をいとわない昔気質の工房として多くの一流ブランドから信頼を寄せられてきました。

数多くベルトはありますが、中でも得意としているのが、無双ベルトです。戦前からあると言われている日本独自の作りで、一般的な両サイドにミシンが縫い合わされているものと違い、表と裏に一枚の牛本革を贅沢に使用し、着用時に縫い目が見えない『無双ベルト』は職人の手作業が欠かせない高級ベルトです。

各務メンズベルトは剣先にも無駄な折り目編目を見せません。

1メートル以上の帯(革)を裏返して、中に芯材を入れ袋状に仕上げる特殊な製法で、ガマ口や足袋のように袋状をひっくり返すので『袋無双』『反し無双』とも呼ばれています。

一般的なベルトと無双ベルトの違いは、仕上がりのしなやかさ、柔らかさがあります。上質で肌触りの良さは他にはありません。

美しく上品な本製品は、大人のフォーマルに適したmade in Japanの逸品と言われています。

親子2代で受け継がれた世界にも誇れる『無双ベルト』。

伝統を守りながら新しい世代にも残していきたい日本の手仕事です。

数年前から『LICS』信州皮革産業連合を発足しました。長野県の飯田市に2軒のタンナーがある非常に革に縁のある土地柄です。1軒目のタンナー宮内産業株式会社さんからは、馬のフロントスムース革。2軒目のタンナー株式会社メルセンさんからは、地元の猟師が捕った鹿革を無双ベルトで作ってみました。どちらもベルトではあまり知られていない革です。

天然革は一枚一枚同じ物がなく傷もあります。傷があると商品にならない物が多いですが、傷も一つの個性、革の特性。と認知していただくことで革の無駄が減っていくと考えています。天然革は人工では真似できないしなやかさ、やわらかさを持っています。

これからもっと飯田市は革の町であることをアピールし、SDGsの活動にも力を入れて革の無駄をなくしていくことにも取り組みたいです

[ブランドアワード部会] 順不同・敬称略

荒川 清司 株式会社まちなみカントリープレス (部会長)

塚田 文武 カシヨ株式会社

島津 豊 長野県営業本部 営業局

北野 哲彦 長野県工業技術総合センター 環境・情報技術部門

杉崎 君枝 株式会社アサヒエージェンシー

常盤 昭二 株式会社ながのアド・ビューロ

辻 圭介 長野県デザイン振興協会 (事務局)



信州ブランドフォーラム

[主催] 信州ブランドフォーラム開催実行委員会

長野県デザイン振興協会 長野県 一般社団法人長野県経営者協会 長野県中小企業団体中央会
一般社団法人長野県商工会議所連合会 長野県商工会連合会 信州大学 長野大学 松本大学

[特別後援]

信濃毎日新聞社 SBC信越放送 TSBテレビ信州 NBS長野放送 abn長野朝日放送

[特別協賛]

EPSON
EXCEED YOUR VISION

かんてんぱぱ®


apple & roses®
APPLE & ROSES COMPANY JAPAN
since 2015

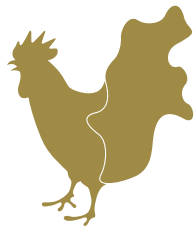
[協賛]

株式会社アサヒエージェンシー アド・コマーシャル株式会社 株式会社エイブルデザイン オリオン機械株式会社 カシヨ株式会社
株式会社共立プランニング 第一企画株式会社 中外印刷株式会社 有限会社デザインスタジオ・エル 株式会社ながのアド・ビューロ

[お問合せ] 長野県デザイン振興協会事務局

〒380-0838 長野県長野市県町584番地 長野県経営者協会会館内

TEL : 026-238-6360 FAX : 026-238-6442 E-mail : contact@ndpa.jp



**SHINSHU
BRAND
AWARD**