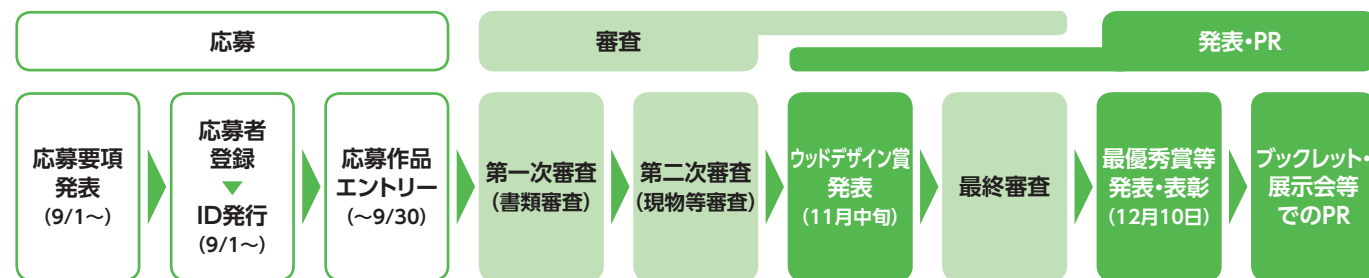


ウッドデザイン賞の主な流れ



受賞後の展開

ウッドデザイン賞の受賞作品は以下の特典、広報が受けられます。

●ウッドデザインマークの使用

・ウッドデザイン賞を受賞した作品は、ウッドデザインマークの使用が認められます。マークを表示することで受賞の成果を訴求することができます。

●「エコプロダクツ2015」における発表、表彰及び広報

・最優秀賞等の発表、表彰、及びウッドデザイン賞の受賞作品の展示を「エコプロダクツ2015」(発表・表彰は2015年12月10日、展示は12月10～12日・東京ビッグサイト)にて行います。
・同展では受賞者によるプレゼンテーション、交流会なども企画予定です。詳細はウェブサイトにて発表します。

●「ウッドデザイン コンセプトブック2015」の製作

・ウッドデザイン賞の受賞作品を全点掲載したブックレットを製作し、受賞者とともに自治体や関連業界へ配布します。受賞作品の広報・PRにお使いいただけます。

●地域巡回展の実施

・各地域で実施される展示会、交流会等で受賞作品の展示及びPRを行います。

●メディア・流通小売との連携企画の推進

・メディアや流通小売業と連携して、ウッドデザイン賞の趣旨を伝えるとともに、受賞作品の掲載・露出・PRを積極的に行います。

審査委員会 (敬称略・※印は分野長)

審査委員長

赤池 学(プロジェクトデザイナー、科学技術ジャーナリスト)

建築・空間・建材・部材分野

隈 研吾(建築家、東京大学 教授)※
腰原 幹雄(東京大学 生産技術研究所 教授)
鈴木恵千代(空間デザイナー)
手塚 由比(建築家)

木製品分野

益田 文和(プロダクトデザイナー)※
高橋 正実(デザイナー、コンセプター)
三谷 龍二(木工デザイナー)
山田 遊(バイヤー)

コミュニケーション分野

日比野克彦(アーティスト、東京芸術大学 教授)※
戸村 亜紀(クリエイティブディレクター)
古田 秘馬(プロジェクトデザイナー)
山崎 亮(コミュニティデザイナー、東北芸術工科大学 教授)

技術・研究分野

伊香賀俊治(慶應義塾大学大学院 教授)※
相茶 正彦(木材・バイオマス利用コンサルタント)
青木 謙治(東京大学大学院 講師)
恒次 祐子(森林総合研究所 主任研究員)

ウッドデザイン賞運営事務局は、特定非営利活動法人 活木活木(いきいき)森ネットワーク、公益社団法人 国土緑化推進機構、株式会社ユニバーサルデザイン総合研究所の3者から構成されるウッドデザイン賞の運営及び関連事業を推進する組織です。

詳細はウェブへ。ホームページで応募者登録すると最新情報が届きます。

<http://www.wooddesign.jp>

各種お問い合わせ先：ウッドデザイン賞応募受付担当

TEL:03-5777-3128 FAX:03-6740-8333 お問い合わせ専用メールアドレス:info2015@wooddesign.jp

※上記アドレスはお問い合わせ専用です。こちらへの応募は無効となりますのでご注意ください。

－ 第1回 －

JAPAN WOOD DESIGN AWARD 2015

ウッドデザイン賞2015

(新・木づかい顕彰)

応募お申し込みのご案内



JAPAN WOOD DESIGN
AWARD 2015

募集期間 2015年9月1日(火)～9月30日(水)

審査費用:無料

<http://www.wooddesign.jp>

主催 ウッドデザイン賞運営事務局

後援 林野庁

ウッドデザイン賞は、木の良さや価値を再発見させる製品や取組について、特に優れたものを消費者目線で表彰し、木材利用を促進する顕彰制度です。建築、木製品、取組、技術、研究など木材利用促進につながるすべてのモノ・コトを応募対象としています。

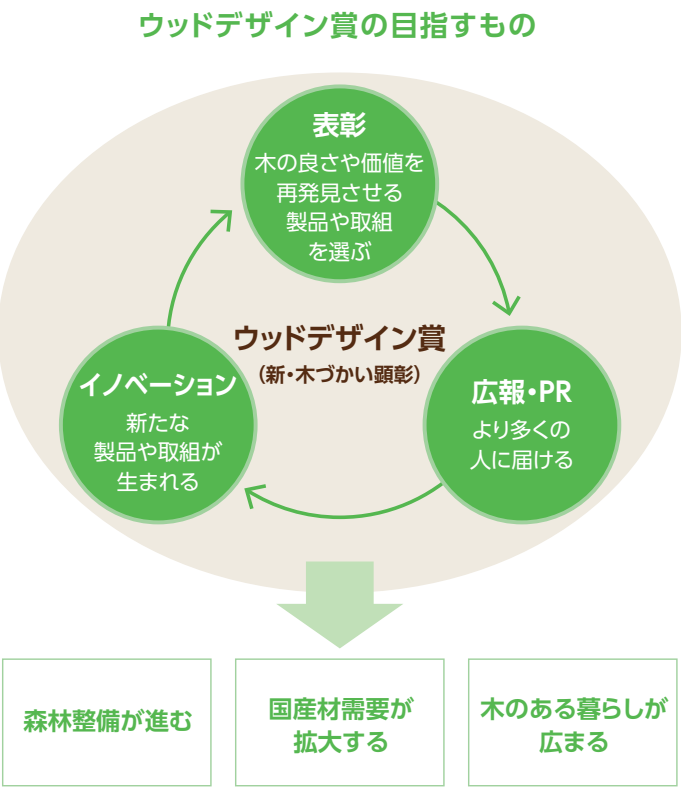
創設の趣旨

我が国においては、戦後造成した人工林が本格的な利用期を迎えており、適正な森林整備を進めていくためには、国産材の積極的な利用を促進していくことが重要です。

ウッドデザイン賞は、木の良さや価値を再発見させる製品や取組について、特に優れたものを消費者目線で評価し、表彰する新しい顕彰制度です。

これによって“木のある豊かな暮らし”が普及・発展し、日々の生活や社会が彩られ、木材利用が進むことを目的としています。

受賞者には、様々な広報・PRの場を提供するとともに、生産から消費に関わる人のマッチングを進めていきます。



表彰部門

ウッドデザイン賞は以下の3つの表彰部門を設け、消費者目線の木の良さや価値を持つ優れた製品や取組を表彰します。

ライフスタイル
デザイン部門

木を使って
暮らしの質を高めている
ものが対象

木を使うことで機能性や利便性を高めている、新しい領域で木の活用が提案されている、消費者に木のある豊かな暮らしを提案している、建築、空間、木製品、取組、技術、研究など。

ハートフル
デザイン部門

木を使って
人の心を豊かにし、身体を
健やかにしているものが対象

木を使うことで快適性を高めたり、五感や感性に働きかける、リラックス効果や健康増進効果がある、作り手や担い手のストーリー性を伝えている、建築、空間、木製品、取組、技術、研究など。

ソーシャル
デザイン部門

木を使って
地域や社会を活性化
しているものが対象

木を使うことで地域や森林の活性化に貢献している、持続可能な森林利用の仕組みを生み出している、木材利用の意味を啓発したり、人材育成をしている、建築、空間、木製品、取組、技術、研究など。

※ 表彰部門については、応募作品の特徴・内容に合わせ、エントリーの際に応募者自らが選択します。

応募対象分野

木に関するあらゆるモノ・コトが応募可能です。

建築・空間 建材・部材分野	建築・空間(住宅関係)	戸建住宅、量産型住宅、集合住宅、内装木質化(住宅の部屋・スペース毎の取組等)、その他
	建築・空間 (店舗・施設関係)	店舗、商業施設、オフィス、会議施設、公共施設、パブリックスペース(公園、造園、緑化、土木等)、その他(景観、空間、ランドスケープ等)
	建材・部材	構造材、外構、床材、壁材、内外装材、インテリア、開口部、エクステリア部材、木材製品用部材、その他
木製品分野	木材を使った製品 (一般消費者向け)	家具、インテリア、寝具、什器、キッチン、食器、日用品、雑貨、楽器、おもちゃ、文具、教具、伝統工芸品、その他(家電、スポーツ、娯楽品、乗り物、福祉機器等)
	木材を使った製品 (事業者、施設向け)	施設・空間を構成する設備、家具、大型遊具、その他
コミュニケーション 分野	コミュニケーション (活動・PR・人材育成)	イベント・ワークショップ等の活動、地域での取組・サービス・行事、店頭・空間・映像等を活用した各種のセールスプロモーションや普及啓発活動、ウェブ・冊子・その他の媒体等を活用した情報発信や交流、人材育成の仕組み、その他
	パートナーシップ	生産－加工－流通－販売をつなぐ仕組み・ネットワーク、ビジネスモデル、制度、その他
技術・研究分野	技術	新たな工法・素材活用の技術、新たな製造・加工の技術、新たな流通・販売の技術、その他
	研究・調査	木材利用の機能や快適性を高める研究・調査、木材利用の環境や社会性を高める研究・調査、木材の流通や販売促進に寄与する研究・調査、その他
	試作品・ 展示用製作物	市場にはまだ流通していないが、各種の技術・研究・素材・設計によって実際に制作されたもの。実験住宅(施設)を含む。木材利用の新たな提案を有するものに限る。

ウッドデザイン賞の構成

ウッドデザイン賞は以下の構成によって実施されます。

第二次審査を通過した作品には「ウッドデザイン賞」が付与されます。

ウッドデザイン賞受賞作品の中から、最終審査を経て、最優秀賞・優秀賞・奨励賞が選出されます。

また、「テーマ賞」など、本賞構成以外の特別賞も検討中です。

