

さて、どんな作品が展示されるのか、少しだけご紹介。詳しくは会場でご確認ください。

スーパーカブ



新しい乗り物として登場したスーパーカブは、その機能と高性能で、日本のみならず世界中の人々の“暮らし”をデザインしてきた。デビュー当時の広告を振り返りながら、製品がもたらす価値と、それに連動した広告デザインの役割を紹介する。

出展社：（株）東京グラフィックデザイナーズ

新潟・村上の塩引鮭



「塩引き鮭」は、藩政時代の乱獲で激減した鮭を、世界初の自然ふ化に成功して漁獲高を回復させた歴史を持ち、更に内臓から骨、頭や皮、全てを捨てずに活かす一物全体食が貫かれているのが特徴だ。昔から自然と共生してきた、日本独自のサステナブルなフードデザインを紹介する。

出展社：フェロールーム（株） / （株）東京グラフィックデザイナーズ / （株）エディターシップ（共同制作）

鼠磁 ～工芸のモジュール化～



工芸と工業は、手作業と大量生産という相反する手法で日本の文化と発展を支えてきた。その二面性を邂逅する試みとして、塩化ビニール製配管資材をモチーフにした“工芸のモジュール化”を図り、見慣れたものや現象を新たな視点で捉え直す。

出展社：(株) アクロバット / (株) ナッジ (共同制作)

おもてなし×サステナブル



相手を大切に思い、喜ばせる「おもてなし」という日本の文化は、古来より紙を素材として表現されてきた。紙のサステナブルな特性と魅力に注目し、紙ゴミからの再生紙を利用して「おもてなし」と「サステナブル」を掛け合わせたプロダクトを開発。新たなニッポン・デザインを提案する。

出展社：(株) アドブレン

角隠し -おツノ美学-



花嫁被衣^{かつぎ}「角隠し」は、ハレを象徴すると同時に男性中心主義や女性蔑視につながるケガレの概念をも内包している。その奇妙なコントラストに隠された「伝統的」な思想と「被衣」の役割との関係性を探り、角隠しの美学を考察する。

出展社：(株) スタチオ・ユニ

ひび、大切に生きる -金継ぎと日本の私たち-



破損してしまった陶器を修復する「金継ぎ」には、単なる実用の技術に留まらず、傷を受け入れ、美しさへと昇華させる日本固有の心の持ち方が表れている。傷を負ったからこそその輝きという逆転発想の価値を、今の私たちの生き方に重ね合わせて表現する。

出展社：(株) 東京アドデザイナーズ