



# 第3回 エコ・プロダクツデザインコンペ2009

参加企業募集

## ECO Corporations × Designers = Matching Stage 「エコ企業」×「デザイナー」＝「マッチングステージ」

近年、環境問題、特に地球環境問題は社会問題となり、国際的な議論や取り組みがいくつか実行され一部は効力を表していますが、地球温暖化など対策が不十分とされるものも存在します。また、経済発展に絡んだ生活の向上と相反して行き詰まり、ライフスタイルの刷新など抜本的な対策が必要となっています。このような状況の中、環境配慮型製品が成功するためには、十分な機能、一貫した品質、低コストを超えた差別的要素が必要で、これらを追求していくとデザインに着眼せざるを得ません。メーカーとユーザーをつなげる言語である「デザイン」主導のイノベーションを実現すれば、顧客に喜びを与えられる製品が生まれます。アイデアだけでなく実現化しマーケットインすることによって期待できるエコ・エフエシシー（エコの効果）を一つでも多く実現する事がこのエコ・プロダクツデザインコンペの目的です。



## 今、いちばん新しいコンペのカタチ。

### ECO企業

市場競争力のある  
エコ商品をつくりたい

企業のエコの実践ノウハウや競争力あるエコ・アイデアを実用化し、マーケットインしていく場であること。

### デザイナー

自分のアイデアやデザインを  
評価してくれる企業と出たい

デザイナーやシンクタンクなどの優れたエコ・ソリューションを生かす場。

### マッチングステージ

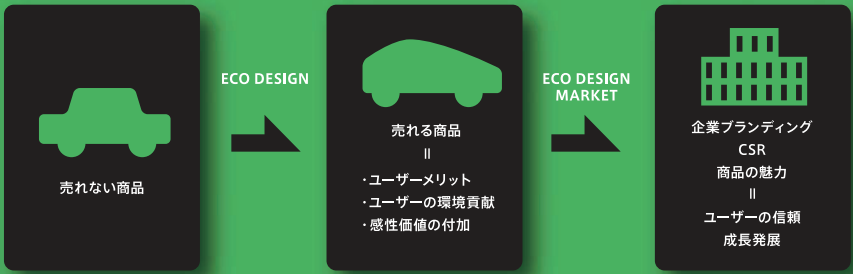
- 企業が、たくさんのデザイナーのアイデアから選択できる場を！
- デザイナーは、多くの企業からアイデアを選択してもらえる場を！
- 企業は、試作商品を流通してセールスできる場を！

デザイナーやシンクタンクなどのエコなアイデアを一堂に集め、企業ごとの視点で選定し、商品化へ結びつけるマッチングの場づくり。

## ECO商品は、企業も救う。

エコ・デザインを活用することによって、競争力のあるエコ商品を。

国内製造業は、これまで小型・軽量化、高機能化に代表されるモノ自体の機能・性能の向上を中心とした技術開発を行うことにより、強い競争力を有してきました。しかし、中国をはじめとするアジア諸国が急速に競争力を高めてきており、低価格を中心として途上国に対し価格面で優位性を失いつつあります。各国企業においても機能、品質、価格での差別化に限界があるとの認識等から、デザインの重要性への認識が高まっています。また消費者は、自分自身にこだわりを持ち、デザインを重視する生活者が多くなりつつあります。これらに対応する企業経営としては、デザインを重要な経営資源と位置づけて、デザイン力を活かしたものづくりを実現することが重要です。



## ECOコンペのテーマ企業になりませんか？

エコを実践する企業が、コンペのテーマを掲げ、広くアイデアを募集します。

### デザイン獲得のメリット

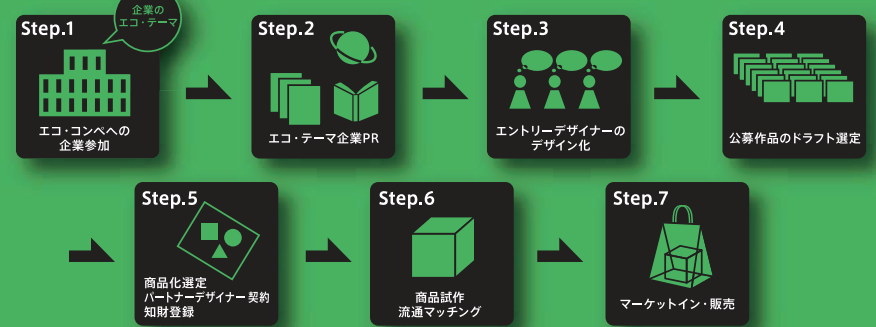
全国より集まった未発表のデザインの提案をいち早くごらんいただけます。

### ビジネスパートナー獲得のメリット

新しい視点からのクリエイティブな提案を“見て、聞いて、知って”有能なビジネスパートナーが発見できます。

### 企業PRのメリット

企業の持つコアコンピタンス（顧客に対して価格提供する企業内部の一連スキルや技術の中で、他社が真似できない、その企業ならではの力）を広くPRできます。



## 開催日程

### 参加企業募集概要

募集期間：2009年6月中旬～8月20日（木）**〆**切

協賛金：協賛金5万円  
（告知物に都度、企業名を掲載します。）

特別協賛金20万円  
（告知物に都度、企業名と企業PR・エコ活動を掲載します。）

※協賛金は運営費用に充当します。

応募対象：エコ商品実現化の検討が可能な企業・団体。

### デザイン募集概要

募集期間：2009年9月15日（火）～11月15日（日） 出品料：無料

応募資格：あらゆる分野のデザイナー、技術者、学生など、団体あるいは個人やグループで応募できます。

※年齢、性別、国籍は問いません（日本語の理解が必要で）。

※デザインのジャンルは問いません。ただし、コンペ未発表作品で知財を個人で有するものに限りません。

※応募点数の制限はありません。 ※表彰式に出席できる方（受賞された場合）。

### 参加告知デザイナー・団体（予定）

全国のデザイナーに参加告知をいたします。その他、主なデザイン団体、デザイン系大学、短大、専門学校生なども参加告知をいたします。

**JIDA** (社) 日本インテリアデザイナー協会 (会員)  
1958年に結成された日本を代表するインテリアデザイナーの団体で、近代デザインにおいて半世紀にわたり幅広い活動をしてきました。又国際的活動もわが国を代表し世界のインテリアデザイナー団体陣に加盟しています。  
<http://www.jido.or.jp>

**JPDAD** (社) 日本パッケージデザイン協会 (会員)  
(社) 日本パッケージデザイン協会は、個人会員（デザイナー）と法人会員（企業）を構成とする組織です。1960年に設立され、1981年に社団法人（公益法人）として認可された、日本で唯一のパッケージに関わる民間の団体であり、取次名称をJPDAとしています。  
<http://www.jpda.or.jp>

**JIDA** (社) 日本インダストリアルデザイナー協会 (会員)  
国内のフリーランス、インハウスデザイナーが参加する、日本で唯一のインダストリアルデザイナーの全国組織。  
<http://www.jida.or.jp>

**Osaka Design Promotion Plaza** 大阪デザイン振興プラザ/デザイン工房 (入所者)  
新進デザイナーの活動を支援する「人材育成」と40社を越すデザイナーの集積メリットを生かした「交流」さらに充実した展示施設の活用とデザインビジネスに有益なセミナー開催などの「情報発信」これら3つを軸に未来へ繋ぐ大阪デザインビジネスの発信拠点です。  
<http://www.osaka-design.co.jp>

**Osaka Design Center** (社) 大阪デザインセンター (会員)  
デザインビジネスプロモーションセンターは、中小企業の新商品開発や販売促進の強化に欠かせないデザイン導入を豊富な人材データとケーススタディをもとにコーディネート。専門家による派遣指導からデザイン事務所紹介まで、無料でサービスを提供。  
<http://www.osakadc.jp>

### 表彰式・交流会

各賞の表彰式の開催と企業とデザイナーのマッチング交流会を開催します。



※試作品の進捗状況の確認を行います。

### 賞（予定）

グランプリ (1点)	100万円
近畿経済産業局長賞 (1点)	20万円
大阪府知事賞 (1点)	20万円
大阪市長賞 (1点)	20万円
優秀賞 (10点)	5万円
企業賞 (数点)	

※企業賞は企業の選定になります。（各社1点まで）  
※各賞については「該当なし」となる場合があります。

～8月20日**〆**切  
参加企業募集

9月上旬  
プレス発表

9月15日-11月15日  
デザイン提案募集

11月下旬  
一次審査  
(審査員による審査)

12月  
二次審査  
(企業・審査員による審査)

1月  
知財権の確認・取得、  
試作品の制作

3月  
表彰式・交流会

次年度（予定）  
展示会に出展

### 一次審査（書類審査）

審査員の視点から、応募された全作品より優れた作品を選出します。

審査員（敬称略）



山本 良一  
東京大学生産技術研究所教授



渡辺 健司  
大阪府立大学名誉教授



池上 俊郎  
京都府立大学名誉教授  
京都府立大学デザインセンター長



ムラタ・チアキ  
（株）エコーデザイン代表取締役  
METAPHYS 代表取締役



益田 文子  
（株）エコーデザイン代表取締役  
代表取締役 デザインコンサルタント



左合 ひとみ  
（株）エコーデザイン代表取締役

### 二次審査（書類審査）

一次審査を通過した作品を企業と審査員で投票し、審査員が各賞を決定します。また、企業と審査員がデザインの実現化、商品化について協議を行います。

### 試作品制作費について

試作品の制作費は、企業のご負担になります。



### 知財権「確認」・「取得」について

受賞作品の知財権の「確認」は、コンペ事務局がサポートします。  
※「企業賞」については、各企業ごとに知財権の確認をお願いします。  
※知財権「取得」は、企業で行ってください。  
※受賞作品以外の作品を商品化する場合、知財権「確認」・「取得」は企業で行ってください。

### 知財権「譲渡」について

知財権保有者（応募者）とのロイヤリティ契約が必要です。  
ロイヤリティは製造原価の2%程度、または、商品の対価（ロイヤリティと同等な金額）を目安に権利の買取をして下さい。  
※契約条件の交渉は、主催者は関与いたしません。応募者との交渉により決定して下さい。

### 試作品の展示・流通マッチング （次年度/予定）

商品化が決定したプロトタイプ（試作品）は、おおさかATCグリーンエコプラザをはじめ、各種エコ関連のイベントに参加・展示を予定しています。  
商品PRの場として活用できます。

### メディア発信

受賞作品の発表ならびに試作品のメディア発信を行います。