



世の中の一歩先を行く AGRI DESIGNとは、 何ですか？

私たちの考えるアグリは、積極的に行動する新しい農業のカタチ。
そして、AGRI DESIGNは、衣・食・住・人・物を動かす原動力になり、
農業を新しい産業へ進化させていくものです。

01 AGRI coming soon!

ロハスを実践すると、アグリになる。

最近、健康や環境を志向するライフスタイルであるロハス、食育やスローフード、食の安全性など、食に対する意識が高まっています。そのような流れを一過性のもので終わらせることなく、食の根本である農業を見つめていく取り組みがAGRI DESIGNです。そして、積極的に農業にかかわり、行動していくために、私たちは解決しなければならぬアグリ課題に現在立ち向かっています。

02 What's AGRI DESIGN?

農業に新しい風を起こそう。

普段、食べている農作物は、それがすべてとはいきませんが、消費者を真っすぐ見つけてはいません。なぜなら、その視線は流通や販売先が求めるニーズを見つめているから。そして、農業従事者の減少、自給率の低下、耕作放棄地の増加など、アグリにまつわる課題は、数多くあります。私たちが考えるAGRI DESIGNは、そういう課題を解決するもの。そして、農業に新しい風を起こす力があるものです。

03 Purpose of AGRI DESIGN

AGRI DESIGN = プラットフォーム。

個性的で売れる野菜、生産者の顔が本当に見える流通、都市部の屋上農園、市民農園の増加…。日本のあちこちで少しずつ広がっているアグリを試み。AGRI DESIGNが思い描いている未来は、点と点で散らばっているアグリ情報を線で結び、マーケットとして成立するプラットフォームを構築すること。そして、その場所にさまざまなアイデアが生まれ、農業を新しい産業に進化させていくことです。

04 Future of AGRI DESIGN

自由に、楽しく、AGRI DESIGNする。

市民農園のネットワーク化、生産・流通・販売の一本化、大規模農園…。これはAGRI DESIGNが考えるプラットフォームから生まれるマーケットのカタチ。そこに、衣・食・住・人・物がかわれば、新しいビジネスが広がります。たとえば、機能美を追求した道具やウェアが市民農園で流行する、新しい農業技術を企業に提供する…。その広がり、無限大。そうすれば、自由に、楽しく、アグリがあふれる社会になります。

AGRI DESIGN CONTEST 2007

衣・食・住・人・物をデザインする アグリなアイデアを募集中です!

応募
締め切りは
9/14

昨年スタートしたAGRI DESIGN CONTEST。本年は部門を2つ増やし、AGRI DESIGNを発展させるさまざまなアイデアを広く募集します。入賞作品は商品化・実用化に向けた交渉権を獲得! 皆さんからのご応募をお待ちしています。



菊池 健蔵

(日本アグリデザイン評議会 議長)

農業は、私たちの命を支えるもの。そんな人間に身近なことだから、農作業は誰にとっても楽しいんだと思います。このコンテストを通じ、社会のいろいろなところで、農業へのかかわり方が生まれ、紹介されることを願っています。

部門

アグリ ファッション AGRI FASHION

近い将来、実現するAGRI DESIGNのプラットフォームで、実用化・商品化できるファッションのアイデアをご提案ください。

審査のポイント

- デザイン性が高いこと。
- 機能性・耐久性に優れていること。
- マーケット性が高く、売れるものであること。
- 実用化することができるもの。

提出形態

応募用紙&デザイン画

※デザイン画は全体図(または三面図)を1枚で表現。素材の指示もできるだけ、ご記入ください。素材の種類・混率は不問。

アグリ アイテム AGRI ITEM

近い将来、実現するAGRI DESIGNのプラットフォームで、実用化・商品化できるアイテムをご提案ください。
※アイテムとは、日用雑貨や農機具などのプロダクト全般。また、パッケージデザインも含まれます。

審査のポイント

- デザイン性が高いこと。
- 機能性・耐久性に優れていること。
- マーケット性が高く、売れるものであること。
- 実用化することができるもの。

提出形態

応募用紙&デザイン画

※デザイン画は全体図(または三面図)を1枚で表現。素材の指示もできるだけ、ご記入ください。

アグリ ビジネス AGRI BUSINESS

近い将来、実現するAGRI DESIGNのプラットフォームで、実用化・商品化できるビジネスのアイデアをご提案ください。

審査のポイント

- 普遍性があること。
- 独自性があること。
- 売り上げが見込めるもの。
- 概念として、新しいこと。

提出形態

応募用紙&企画書(形式自由)

審査員 (五十音順)



磯野 梨影 (プロダクトデザイナー)

ヒトは本能的に土いじりの醍醐味を知っています。もって「農」を身近にするような「育で」「種り」「味わう」を素直に楽しむためのモノがあるといいですね。武蔵野美術大学卒業後、ソニー(株)デザインセンターに入社し、ビーンズウォークマンなどをデザイン。その後、PSD Associates(英)でSwatch Telecom社の製品を手掛けた後、Pear Design Studioを設立。子どもの道具や生活について考える「コド・モノ・コト」のメンバーでもあり。



昆 吉則 (「農業経営者」編集長)

答えは1つではない。非・農業国日本であればこそ、多様な生き方とビジネスのアイデアがあるはずだ。

農業全般をテーマとする編集プロダクション「農業技術通信社」を創業。「農業は食べる人のためにある」という理念のもと、農産物のエンドユーザー＝消費者のためになる農業技術・商品・経営の情報を発信している。2006年より内閣府規制改革会議農業専門委員を務める。



浜 美枝 (女優・農政ジャーナリスト)

「農」それは、命と環境にかかわり続ける有史以来のお仕事。2007年に生まれる「かたち」を楽しみにしています。

女優・司会・パーソナリティなど幅広い経歴の一方で、10代から日本古来の文化や農業に興味を持ち、全国各地を巡る。現在では「農村アムニティ審議会」委員、「食アメニティを考える会」会長を務め、「農・食・文化の継承」について積極的な実地活動を展開中。



緒方 義志 (「義志」「小萩」デザイナー)

私たちは農業をデザインすることに無頓着だったような気がする。農業が楽しいものになるための鍵は、デザインが握っているのかもしれない。純国産のアパレルブランド「義志」「小萩」の代表及びデザイナー。日本の衣服が持ち合わせている機能美の普遍性を主張するデザインは評価が高く、2006年のミス・ユニバース日本代表に衣装を提供し、ナショナルコスチューム(民族衣装)部門で最優秀賞を受賞した。



高橋 かなり (国立ファーム代表取締役社長)

若者が参加する魅力的な産業になれば農業の未来はないと思っています。ビジネスにつながるようなアイデアを期待しています。

テリ・伊藤の下で、「元気になるTV」のディレクターを務めた後、30歳で初の起業。現在は、「農業改革〜ものづくりがもっと良いと思える社会づくり〜」を企業理念に掲げる国立ファームを設立し、農作物の生産から流通までを一貫して行い、農業が魅力ある産業であることを証明していく。



村田 正樹 (MTラボ株式会社代表取締役社長)

農業の再生こそ日本が力を取り戻す原点! 農業に従事する人が、明るく活力のある生活を送れるようなデザインをクリエイティブしてください。

東京大学を卒業後、野村証券(株)に入社。森トラスト・アセットマネジメント(株)代表取締役社長を経て、現在MTラボ(株)代表取締役社長として新たな金融ビジネスモデルの開発に取り組む。マネジメント教育事業を展開するビジネスブレークスルーの監査役、国土審議会の特別委員も兼任。



行動する アグリな オトコ

農作物の生産・流通・販売の一本化の実現を目指す高橋かなりさん(国立ファーム代表取締役社長/本コンテスト審査員)に、アグリを熱く語ってもらいました。

農業はクリエイティブであるべきだ!

国立ファームのビジネスは、農作物の生産・流通・販売を一本のラインで提供できる、モデルを作ること。実際に、グループ会社のレストラン(農家の台所)の野菜の一部は、国立ファームで生産したものです。今後は、野菜のことはもちろん生産者のこだわりまで話せる店員がいる八百屋などを展開していきたい。野菜の千足屋みたいな

イメージかな? 生産・流通・販売の一本化にこだわるのは、イイ農作物を作っている農家がカッコイイということを直接消費者に伝えたいから。農業はモノづくり。だから、本能的にクリエイティブな仕事。でも、いまの野菜は個性が少なく、同じようなものばかり。生産者はクリエイターである以上、人と違うカッコイイ野菜をつくるべきですね。