

## 房総の風物をモチーフとした清酒ラベルのデザイン開発

生活工芸課 岡村 成将

Designing new bottle seals for Sake with motif of BO-SO scene

Norimasa OKAMURA

千葉県の観光名所をモチーフとして、観光土産品や通信販売による贈答品の為の、清酒ラベルのデザイン開発を行った。その結果、四季をテーマに4種類のラベルを試作した。

### 1. はじめに

一昨年度の「地域画像データベースの研究」と昨年度の「味覚表現言語の清酒ラベルデザインによる可視化の研究」を踏まえ、それらの研究を製品化に向けて具体化する事が目的である。本年度は千葉県の風物をモチーフに、清酒の贈答土産品のデザインを試作し、これによって県内の優良な清酒のPRと普及並びに観光地の宣伝、新たな土産品としての期待など、多方面に効果的であると、開発を行うものである。

### 2. 方法

#### 2.1 製品開発コンセプト

初期の段階での製品企画案は、通信販売で月に一度、県内の名酒を配付するというものである。ラベルのデザインに千葉県の名所を12箇所選定し、月代わりでラベルと酒蔵、銘柄を変える事により、知名度の低い県内酒にも親しんでもらえることを目的とした。

だが、12枚のラベルを印刷するコストや、通信販売で年間単位の価格が高くなってしまいう事、消費者の清酒離れが進んでいる現状を踏まえ、今回は季節ごと、すなわち四季をテーマに年間4回の配付、販売単位に設定を変更した。

#### 2.2 風景の設定

千葉県の名所を、新聞のアンケートや観光公社、観光物産課、広報課、文化国際課などからの出版物を基に検討した。その結果、ラベルに使用できる名所は多いが、今回は知名度、人気度よりも、千葉県の四季のイメージを表現しやすい名所を設定する事とした。春の菜の花、夏の海は千葉県でも定番の観光資源である。秋は一般的だが県内の

紅葉名所、冬は雪はないが、寒さを表現できる名所を考えた。その結果以下の通りに名所を設定した。

四季のイメージと千葉

春	菜の花畑	マザー牧場
夏	海岸風景	屏風が浦
秋	紅葉風景	養老溪谷
冬	寒山風景	九十九谷

### 3. 結果

多くの清酒ラベルは風景も図案化されたものが多いが、今回は観光地の風景が分かりやすく表現されてなくてはならない。しかしながら写真では日本酒従来のラベルイメージから離れてしまう事から、絵画調のデザイン例を作成した。

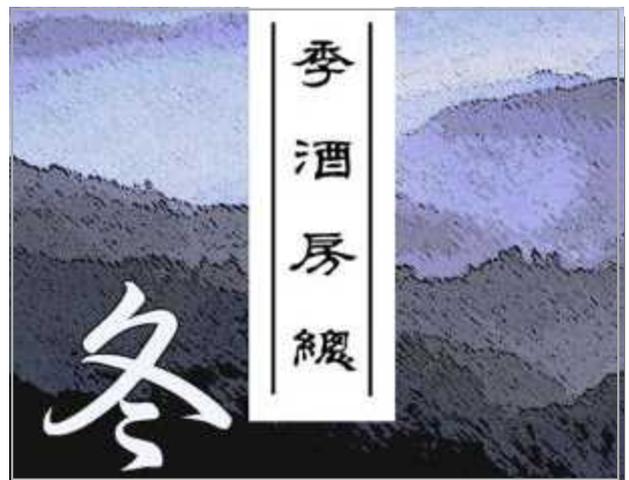
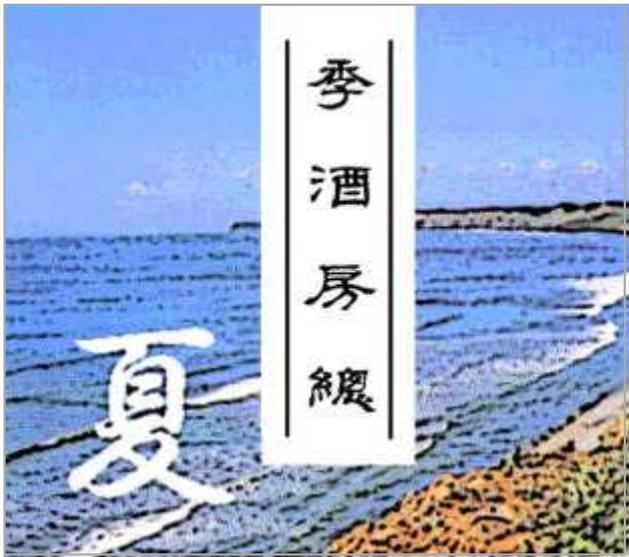
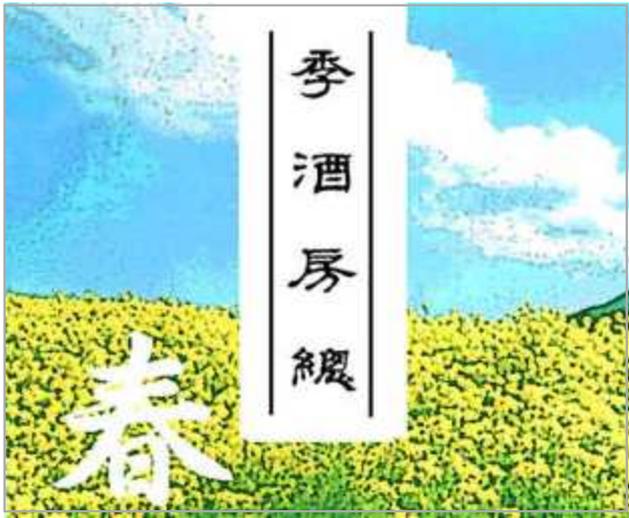
ネーミングは業界及び関係者と協議して決定しなくてはならないが、今回は四季と千葉の意味をもたせ、「季酒房総」とした。(仮称)

これらをコンピュータグラフィックスにより、4案のラベルデザインを作成した。(図1)

### 4. まとめ

今回の研究を進めて行く過程で、県内には沢山の銘酒、観光地が有る事が分かった。更に、千葉県は四季の特色もわりと明確であり、首都近郊圏の観光地として、更なる可能性があるのではないであろうか。

この基礎案を関連団体や企業にプレゼンテーションし、デザイン、ネーミング、販売方法、パッケージングなど更に検討した上で、この製品が土産品の一環を担える商品として位置付けられるよう、今後も開発を進めたいと思う。



(図1)

参考文献

- 1) 房総の魅力500選, 千葉県
- 2) 日本の銘酒事典, 講談社
- 3) ちばの酒, 千葉県酒造組合