

日本酒のブランド再構築 — デザイン教育の実践から

Product planning of Japanese sake From practice of the design education.

橋 本 学

1. はじめに

研究室ではこれまでに、新潟市西区内野町に有る日本酒の蔵元「塩川酒造」との関わりからデザイン教育実践を行なって来た。新商品のラベルデザインへの参加や、学生達が提案した限定ラベルを施した商品の築きから、定められた期間内で販売する試み等、実社会でのリアリティーのあるデザイン教育を展開して来た。

背景には、2001年から動き出した新潟大学教育学部芸術環境講座が主体となった地域連携によるアートプロジェクト「うちのDEアート」¹⁾と称するアートプロジェクトの存在がある。連携母体は、新潟市西区・内野町であり、芸術表現の新たな展開、産学官での新たな研究、地域のコミュニティの再生を目的とした芸術表現活動である。この取り組みの中で、内野町のある蔵元「塩川酒造」²⁾と出逢い、互恵関係のもと活動を積み上げている。

ここで紹介する「日本酒のブランド再構築—デザイン教育の実践から」は、2014年3月に新潟大学農学部と塩川酒造との産学連携で造られた新潟大学ブランド酒である「新雪物語」³⁾の商品リニューアルの話しを頂き、関わったデザイン教育実践である。

商品のブランドイメージを再構築する会議に出席しながら、研究室に所属する芸術環境創造課程造形表現コースの三年生6名を商品企画の段階から関わらせ、意見を収集しながら商品のデザインワーク全てに関わった活動である。この実践の組み立て方法としては、単なるラベルデザインのコンペティションという関わりで終えるのでは無かった。ゼミ学生相互でのチームワークの過程で商品企画・ブランドの築きを考えさせる一方、所属している講座で進めて

いる地域連携アートプロジェクトを利用しながら、広報戦略としてのPRブースの空間演出や、今後の展開も視野に入れたパッケージも手がけるなど「新雪物語」のブランド再構築をテーマとした総合的な実践を展開させていった。

〔実践内容〕

- 1) 新商品「新雪物語270ml」のラベルデザイン
- 2) 「新雪物語720ml」のラベルのデザインの提案
- 3) 販売スペースの空間演出

〔日程〕

- 4月 打ち合わせ「ブランドの再構築」
- 6月 デザインの制作、270ml用、瓶の選定
- 7月 デザイン決定「リニューアルラベルデザイン」
- 8月 期間限定720mlの新雪物語のデザイン展開
- 9月 720ml用新作ラベルデザイン制作・発注
- 10月 商品紹介スペースオープン

2. 新雪物語とは

2006年に、新潟市西区新通にある新潟大学農学部フィールド科学教育研究センター圃場にて、学生達が減農薬により栽培された酒米「五百万石」を使用し、地元の蔵元「塩川酒造」が醸造した新潟大学ブランドの酒である。この取り組みは、2008年、文部科学省の大学院教育改革支援プログラム（大学院GP）「食と農のスペシャリスト養成プログラム」として採択されている。

開発時のネーミングコンセプト（図1）と弥彦山を背景に新雪が降る風景をベースに作られたラベルデザイン（写真1-2）は、農学部のホームページ上などで公募（応募総数30件）を得て決定した。

塩川酒造での取材によると、現在は、酒造好適米

「越淡麗」に変え、「除草剤を必要としない再生紙マルチ農法や、チューン除草、米ぬか農法などを利用し、環境に優しい米作りや良質な米作りの開発に取り組んだ酒米」⁴⁾が使われている。



(写真1)



(写真2)

初代の 720ml の新雪物語

<新雪>

- ・新潟大学・新潟の「新」
- ・酒米の産地、新通ステーションの「新」
- ・「新潟＝雪」というイメージから「雪」
- ・新しい試みであることから（「新雪（新設）」である）

<物語>

- ・完成に至るまでの作り手のこれまでの様々な物語を感じて欲しいことから飲み手のこれからの「物語」という思いも込めて

図1 ネーミングコンセプト 新潟大学農学部職員 青木由利子氏

3. ブランドの再構築

塩川酒造，農学部担当者，教育学部橋本研究室が集まり，多くの学生を交えた意見交換をしてブランドリニューアルについて話し合った。

実習田の酒米を用いたお酒である為，数量には限りがある現状があった。近隣の酒屋に商品は置かれているが，販路の中心は新潟大学生協となっている。消費者となるのは学生が中心であり，消費者の視点からブランドのあり方として自由な意見を交換していった。その中の意見を纏めてみると「日本酒を飲む学生達は減少している。」「手軽な価格で買いたい。」「帰省時のお土産に買っている。」という声が多く，また，女学生からは「容量の大きいパッケージでは買いにくい。」と言う意見も示された。

この様な意見を取り入れながら，酒量を720mlから270mlに変えたパッケージの方向性で価格を抑えながらも，プレミアム感を崩さずに，手にしやすい商品にすること。ネーミングである「新雪物語」に

ついては，変えずにブランドを再構築することを共有した。

4. ラベルデザインの制作

1) ラベルデザインコンセプト

会議場で出た意見を集約して持ち帰り，研究室にて各々の学生がラベルデザインに取りかかった。この段階では，学生個人の思いを持ったデザインの制作である。既存のラベルデザインには捕われずに，ブランドを自由に解釈させた。諸条件はシンプルにさせ「新潟大学から生まれたお酒であること。」「プレミアム感を演出できるラベルであること。」だけに重点を置き，様々なラベルデザインが浮かび上がってくることを期待した。

商品のパッケージデザインや，ラベルデザインでは，商品をより良く引き立てる要素や，消費者が手に取りやすい視認性や，付加価値を築く試みが求められている。しかしながら，これらのビジュアル的な手法の行為において，商品の中身との関係性は無視してはならない。今回のラベルデザインでは，産学連携で造られた特殊なお酒であることを考え，新雪物語の開発ストーリーが，ラベルからも感じ取れ視覚化出来るデザインで有ることを教授しながら第一回目の選考会議（写真3）に至った。

学生が導き出した幾つかのアイデアを見ながら次のステップとして，方向性を示すヒントを，次の様に与えた。商品名の「新雪物語」には，北国・新潟・新たな開発が見え隠れする商品名であること。また，同じ形が無い雪の結晶の神秘性とも掛け合わせて『様々な人々との関わり』を『様々な形の雪の結晶』として示し，構成してゆくことは出来なきかと言う内容である。各々の構成したラベルデザインの背景に表情を加える提案をした。その他，ラベル



(写真3) 第一回選考会議

デザインの制作に向けての諸条件は以下の様に定め指導していった。

様々な人々との関わり = 様々な形の雪の結晶

- ・背景に雪の結晶を配して新雪物語の表情を築く。
- ・新雪物語のロゴを漢字表記する。
- ・「新潟大学で生まれたお酒」を表記する。
- ・新潟大学の校章を用いる。
- ・褐色の270mlの瓶を用いる。

2) プレゼンテーション

各々の学生に諸条件を組み入れて考えさせプレゼンテーションの方法としては、具体的なイメージが共有出来る様に、決定した褐色の瓶にラベルデザインを張り込み、検証作業を進めさせた。(写真4)

第二回目の農学部での会議場では、ラベルデザインを制作した学生は各々のプランを示していった。会場にいる方にも参加して頂き、賛同出来るプランの良い所を示して貰いながら意見を交わし、候補を絞りきり、ラベルデザインのベースを決定していった。(写真5) 最終的に残ったプランは、シンプルな表情を持ち備えながら、銘柄を識別出来て、高級感を演出しながら、ラベル自体がお酒の開発ストーリーを物語るデザインであったのではないかと感じている。(写真6) 公募形式でのデザインの提案

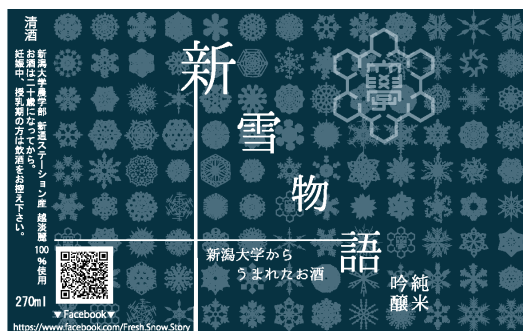


(写真4) 検証作品



(写真5) 選考会議

であれば、この時点で担当した学生だけが関わってゆくのだが、この実践では商品企画からPRブースの空間構成を経て、販売までの流れまで繋がった取り組みである為、選ばれたラベルデザインの担当した学生を中心としながらも共有させ、細部の仕上げに向きあわせた。最後迄、争点となった事項である瓶色を考慮した中でのラベルの色味の関係や、背景に配した様々な雪の結晶の図案の構成とかにも皆に関わりながら活動は続いていったのである。



(写真6) 選考されたラベルデザイン

3) ラベルデザインの仕上げ(雪の結晶の図案集め)

プレゼンテーション時は、仮に配していた背景の雪の結晶の図案を、関係者から集めると共に、開発ストーリーに消費者も取り入れることが関係者全体会議で打ち出された。それは、新雪物語のリニューアルを広報する戦略も考慮したからであった。

消費者である一般の方々から雪の結晶の図案を募集する仕組みとしては、Web上のソーシャルコミュニティの活用と言う意見が打ち出され、塩川酒造のホームページの中に、Facebookを利用して「Fresh Snow Story 新雪物語」(写真7)というサイトを学生達が立ち上げた。塩川酒造や、プロジェクト関係者の紹介や、囁きから、興味を持った消費者が参加する方法である。



(写真7) <https://www.facebook.com/Fresh.Snow.Story?fref=photo>

具体的な雪の結晶図案の募集方法としては、紙を切って出来る雪の結晶造りを解説した映像(写真8)を制作してサイトに上げ、サイト上に訪れて関わって頂いた方が制作した作品写真(写真9)を、同サイトにアップしてもらう方法である。

メ切込に、同サイトから22作品を集めることが出来た。予定していた作品の数とは大幅に異なってしまったが、ラベルの中に、消費者の関わりも加え物語が築けたことは大きい要素となったと感じている。不足した数は、同講座での学生に協力を仰ぎ集めていった。



(写真8) Facebook 映像



(写真9) Facebook 提出写真

4) 270ml ラベルデザインのデータ補正

雪の結晶の写真が集まり次第、学生達は分担して電子データとしてラベルデザインに反映していった。最終的にラベルに配した雪の結晶の図案は、計116個となった。その後、デザインのベースとなるプランを手掛けた学生が中心となって完成データとしての構成を纏めていった。

次に、塩川酒造と印刷会社と我々で、刷色の調整や、ラベル紙の選定を行なった。印刷コストを抑える方法として二色で刷り上げるか、一色のエンボス

加工⁵⁾により仕上げる方法の提案が、印刷会社より示され、試作印刷を施して貰いながら判断して行くこととなった。

褐色の瓶との相性や、プレミアム感を引き出せる手法を考えた結果、使用は、結露や、水滴に強いユポ紙を用いて、酒ラベルではあまり用いていないエンボス処理した印刷を選んだ。色は一色であるが、背景の雪結晶の図案が浮かび上がる表情を持った印刷である。印刷会社としても細かな図案が配した印刷物としての事例が少なかった為、特別に試作を繰り返して頂き、背景の雪の結晶の図案の識別具合を検証していった。最終的には私の方でデーターを微調整して決定して行った。(写真10)



(写真10) 新雪物語720mlパッケージ

5. 提案商品(新雪物語720mlパッケージ)

270mlの新雪物語のリニューアル商品は無事完成し、既存の720mlの商品と並列した中で、8月の夏休み前には大学生協の購買部での販売がスタートした。新旧のブランドイメージが混在してしまっている理由には、720mlの旧ラベル商品の在庫を抱えているからである。既に瓶詰めされたお酒が無くなる迄は、このような状況が続いてゆく。時間の流れから徐々に解消できる問題かもしれないが、ブランドを市場に認知させるには、良くは無い要素ではあったが、今回の開発のケースでは販路が小さく、価格設定に計上した経費の流れから、避けられない状況だった。

そのような状況で、地域連携アートプロジェクトを利用したブランドの広報及び展示販売の計画も進めていった。塩川酒造に築く仮設店舗空間には、地

域の方々や学生とは違った年齢層の鑑賞者が訪れると予想した。蔵元直接販売も行なう中で、ミニボトルより720mlのパッケージの需要があると考えられ、次期の商品提案にも繋がる取り組みとして、期間限定「新雪物語720ml」のパッケージデザインを実験展開することを決めた。

制作にあたって270mlのラベルデザインでは、瓶の選定からトータルのパッケージを作れたが、期間限定酒である「新雪物語720ml」では、在庫で残っている青色の瓶での展開であった。その瓶の彩色にあわせ、基本構成を変えない中で彩色の変更と、和紙を織り込んだ封印キャップを加えたデザインを考えていった。(写真11)

先に述べたが、このデザイン教育実践での学生の取り組み方は、個の作業として関わるのでは無く、最終的にはグループで共有したアイデアを示し取り組む活動である。構想段階では各学生の提案を築ながらも、最終的には協議を重ね選定して行く過程を用いてきた。個人の表現を研ぎすます芸術教育とは違った側面を持つ。提案形の「新雪物語720mlパッケージ」では商品化された「新雪物語270mlのラベルデザイン」のベースを担当した学生以外にも彩色や、封印キャップの様式を打ち出させて決めていった。諸条件が整ってからの構成方法でも、煮詰め方

で商品の表情は大きく変わる。ダイナミックなコンセプトを築くだけがデザインでは無い。地道な調整行為も大事な要素である。一貫として、この様な考えで、学生に教授し展開させていった。

6. ラベルデザインから空間構成へ

このデザイン教育実践に参加している所属講座の他の学生達にも、「新雪物語」でのデザイン教育実践でのプロジェクトの流れを報告しながら、雪の結晶の制作にも関わってもらった。

ラベルに反映する雪の結晶の図案集めは勿論ではあったが、同時に、同講座主導で開催を計画している内野町での地域連携アートプロジェクト「うちのDEあい」⁶⁾での連携企画として、「新雪物語」のPRブースの空間構成を計画していたからである。デザイン教育実践に関わっている学生を中心として、講座内での造形ワークショップ(写真12)を開催していった。

「新雪物語」を紹介する空間演出には、ラベルで用いた雪の結晶の表情とリンクさせ、空間に用いる構想を持っていた。その手法は、コピー用紙を折り畳み、鋏で切り取りながら造る方法である。出来た様々な形の雪の結晶は、ラミネートフィルムで保護し、糸で連結させ、展示空間内の天井からモビール状に吊り下げてゆく形式を考えた。短時間で制作することが出来、単元の限られた時間内でも、多数の学生が関わる事が可能な教材提示であった。

ブランドのイメージ立案
パッケージデザイン
商品紹介
展示発表



(写真12) 講座内での造形ワークショップ



(写真11) 新雪物語720ml 決めたラベルデザイン

7. 展示会場構成・商品紹介の取り組み

塩川酒造の酒蔵に併設された倉庫の中で、様々な雪の結晶作品を連結させ、空間を演出していった。(写真13) アートプロジェクトの会期中に訪れた鑑賞者の方々にも雪の結晶を造って頂き、出来た作品は展示室に加えながら増殖させていった。ラベルデザインに関わったお酒は、専用の台座(写真14)の上に展示し「新雪物語」PRブース(写真15)の空間構成は完成した。期間限定ラベルを配した720mlの「新雪物語」は、この場所で直接販売を行なった。

訪れたアートプロジェクトの鑑賞者に聞いてみると新潟大学ブランドのお酒「新雪物語」の認知度はまだ浅く、興味を示して頂いた。非日常の空間の築

きの中で、様々な方々に広報が出来たと感じている。

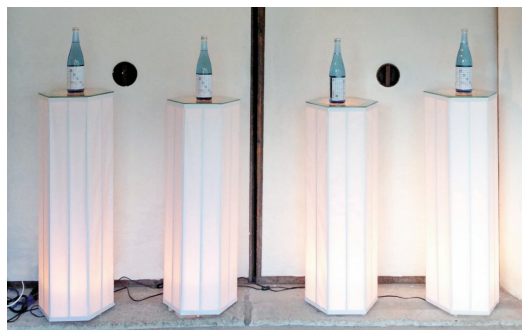
今後の展望としては、産学の連携を深めるところを目指し、他領域や、学部間の交流を持って、実社会との互惠関係が結ばれるデザイン教育の可能性を探る実践を展開してゆきたいと考えている。

8. おわりに

最後に監修として関わりながら見えて来た意見を述べさせてもらう。新潟大学酒「新雪物語」のパッケージデザインでの関わりから、商品企画の流れ全般に関わったデザイン教育実践を構成して行った理由には、本質的なデザインの関わり方を感じてもらいたかったからである。表現教育でもあるデザインだが、アートの教育方法とは違った側面を持つ。機能として成り立つ方法や、消費者やクライアントの目線での提案を忘れてはいけない表現であることである。自身の拘りも大事であるが、場合によっては自身の考えを押し殺す過程もあるのだろう。今回の実践では個の表現から移行しグループで纏め上げる手法をとった。様々な意見を交わしながらニュートラルな思考を保ちつつデザインに関われた実習ではなかったかと感じている。また、PCでのグラフィックデザインの作業や、ディスクワークがまだ足りない学生であったが、目の前の現実的な課題に向き



(写真13) 雪の結晶による空間構成



(写真14) 専用の台座に陳列されたお酒



(写真15) 新雪物語PRブースの空間構成

合い実社会での責務ある関わりから、好奇心を持って短期間で成長した姿が伺われた。

商品企画では、ブランドのリニューアルとしての途中からの参加となった訳ではあるが、修正していかないと行けない問題も様々見えて来た。一つには商品コンセプトの中で一番大切な「お酒の味」である。酒造りについて塩川酒造の杜氏さんに訪ねたところ「様々な味付けが製造過程で可能である。」⁷⁾「新雪物語では気取らない定番のお酒として、アルコール度数、酸味をコントロールしている。」⁸⁾という話しが聞けた。「新雪物語」は新潟大学のお酒として、学生達が生産に関わる過程は築けてはいるが、肝心の味に関するコンセプトが薄く感じたことだ。販路が新潟大学生協で閉じられていることや、18歳の未成年が入学し、22歳で卒業してゆく大学環境を考えれば、「初めて飲む日本酒」や、「低アルコール日本酒」等の様に、思い切ったコンセプトが必要であるのではないか。この様な思いを9月のアートプロジェクトでの「新雪物語」の展示会時で塩川酒造さん、農学部先生方とも意見を交わしてきた。新雪物語は、まだ小さな一つのブランドではあるが、関係者の思いを強く結び、熟成しながら大きく育って行って欲しいと願う。

注釈)

1) 「うちのDEアート」

うちのDEアート「めくりめぐる、うちのまち」

(2013)概要集 P 4

新潟市西区内野町を舞台に開催しているアートプロジェクト。実行委員会である新潟大学教育学部芸術環境講座が中心となり、芸術の新たな可能性の模索と地域の活性化を図ること、社会とアートの新しい関係を築くことを目的に、2001年から続いているプロジェクト。

2) 「塩川酒造」

新潟市西区内野町662

大正初期に設立された大正酒造株式会社で、昭和8年、清酒「越の関」等を、塩川酒造が事業基盤として継承して現在に至る。近年、ワイン市場で戦える新たな日本酒の開発や、海外での現地生産にも積極的に取り組んでいる。

3) 「新雪物語」

新潟大学ブランドのお酒。

新潟大学農学部附属フィールド科学教育研究センター圃場での実習による酒米を用いて、塩川酒造にて醸造されたお酒。平成18年に誕生。

4) 塩川酒造でのインタビューによる。

新潟県独自の大吟醸酒が醸造できる酒米新品種として「越淡麗」が開発され、新雪物語でも酒米を変更して用いている。

5) エンボス加工

表面に特殊なインクを付着することで凸部を形成する印刷方法。今回のラベルでは、紙色の白、指定色の黒の上に、透明光沢塗料を付着させた加工。

6) 「うちのDEあい」

2015年度の「うちのDEアート」と繋がりを持たせたアートプロジェクトの表題。開催されたこの年は、新たな出逢いをテーマとした企画が、内野町の界限で展開された。2014年9月

7-8) 塩川酒造でのインタビューによる。

酒造りの行程では、米の選定、酵母の選定、酒母の培養、発酵の行程、仕込み、これらの行程で酸味やアルコールの度数は自由に設定出来る。