

「水俣のすばらしい自然が育てる茶を、世界に向けて発信したい」。商品価値をパッケージデザインで表現するため、デザイナーと打ち合わせをする松本さん(右)＝水俣市。左下枠内は茶畑の風景を表現した「みなまた茶」のロゴマーク



パッケージデザイン

■最初に届く情報
農薬や肥料を使わずに茶を自

「全国、いや世界に『みなまた茶』の素晴らしさを伝えられる」。水俣市の松本和也さん(42)は、茶畑のポスターに感慨深げだ。

農林水産物の輸入自由化や価格の低迷を背景に1990年代「さらから、食のブランド化で他との違いを出す取り組みが盛んだ。店頭で消費者が商品情報を得る手段の一つが「パッケージデザイン」。県内の生産者も、ブランド化にデザインの力を生かそうと取り組んでいる。(峰松清子)

然栽培する松本さんは3年前、JAあしきたのオリジナルプラ

「農林水産物・食品の地域ブランド」の目指すべき姿

- ①「もの」の価値(食味、栄養などの品質)が確立されていること
- ②地域との関連性(自然的、歴史的、風土的、文化的、社会的等)を有し、地域の人々に愛着を持たれるものであること
- ③「もの」の価値や地域との関連性を伝えるため、適切な表示やパッケージデザイン、マーケティング等売り方が工夫されていること
- ④「ブランド」とは消費者の信頼により成り立つことを認識し、その信頼を裏切らないブランド管理(品質・表示)を行っていること

農林水産省「地域ブランドワーキンググループ報告書」より

ブランド化へ商品の本質主張



「茶もラインアップに加えて周囲に理解を広げ、『みなまた茶』ブランドの発売に向け準備を進めてきた。「水俣は、食べ物を通じて起きた水俣病が発生した土地。だからこそ、環境に負荷をかけず食べ物を生産していることを世界に発信したい」

松本さんは、店頭で最初に消費者に届く情報であるパッケージについて、構想段階から熊本市のグラフィックデザイナー吉本清隆さん(42)に相談。思いを伝え、やりとりを重ねた。

「パッケージデザインについて、熊本大学の岩上孝二准教授(グラフィックデザイン)は「虚偽のない表示で商品の物語を伝えるもの。陳列棚で目を引き、手に取ってもらえるという、主張があるものが望ましい」と解説。しかし、単にしゃれた箱とマークだけでは、消費者には価値が伝わらない。「商品の完成後にパッケージを作るのでは本質の表現が難しい。商品設計と同時にデザインも構築する必要がある」

■商品設計と同時に

「パッケージデザインについて、岩上准教授は「虚偽のない表示で商品の物語を伝えるもの。陳列棚で目を引き、手に取ってもらえるという、主張があるものが望ましい」と解説。しかし、単にしゃれた箱とマークだけでは、消費者には価値が伝わらない。「商品の完成後にパッケージを作るのでは本質の表現が難しい。商品設計と同時にデザインも構築する必要がある」

金丸弘美の地域リーダー

高知県馬路村農協のゆず加工品は、今や全国に知られる地域ブランドになった。人口12000人の山村が年間33億円を売り上げる。

ゆずのドリンク「ごっくん馬路村」は750万本を売る大ヒット。商品を見ると「ゆずポン酢」を始め、ふりかけ、ジャム、マーマレードから化粧品まで、考え付くありとあらゆる加工品がある。

なかでもユニークなのが、ゆずの皮を使った入浴剤「ゆず湯の素」。「愛と勇気のある湯」「明日もがんばるぞうの湯」「恋する人の湯」「しあわせを

作り手の気持ちより印象的に

かきあつめるの湯」「夢をみる湯」など29種類がある。中身はすべて同じだが、パッケージが違う。素材は、加工のために果汁を搾った後のゆずの皮だ。そのままでは廃棄されてしまうものを、パッケージとネーミングの工夫で見事に商品化した。

三重県伊賀市の「モクモク手づくりファーム」は、山村にある農業体験ファーム。ハム、ソーセージなど

る」と指摘する。

マーケティング戦略に詳しい県立大の棟方信彦教授は「商品の概念や意味づけ、信頼性などの可視化、パッケージでの表現がブランド化には重要」と分析。ブランドは価値の提供を消費者に約束し、消費者はブランドに期待するという。「それらが支持されればブランドは強化され、消費者と長期的な関係が築ける」と強調する。

吉本さんは「みなまた茶」のデザインについて「自然の美しさを環境保全とといった水俣の情景を展開した。『Tea』の英文字で、日本茶のイメージを海外にも広く伝えたい」と意気込む。松本さんら生産者は、消費者へのメッセージを込めたパッケージを武器に今夏、販売活動に入る。

1月1回掲載