

## おいしさの メッセージを読み解く

近年、日本酒の味わいは世界を魅了し、若い世代のみならず海外の食通まで新しいファンの層が広がっています。米や水にこだわり、精米歩合や酵母の種類、仕込み方など様々な工夫を凝らして生み出される「日本酒」。三越伊勢丹ではその香りや味わい、余韻をイメージ豊かに伝えたいとの想いから「Sake Art Label Project『Tsumu-Gu』」を立ち上げました。自然派ワインではお馴染のアートラベルは、ワインがどのように造られたかを証明するより、口に含んだときどのような印象なのかを伝えたい。そんな造り手の想いから生まれたといわれています。

今回、日本酒のアートラベルを造るためにまず行ったのは、日本酒の香りや味わいをイメージに置き換える試みです。日本酒の専門家、ソムリエ、料理研究家、ライター、カラーコーディネーターなど、味覚や感性を發揮して活躍する総勢30名以上のお酒好きの方が集まってサンプル8種を「ブランドディング」。それぞれの香りや味わいから浮かぶ色や景色、想い出などを感じたままを語りあつて、ラベルが表していること

は、暖色系の色や自然のエネルギーを感じさせるイメージに集約した、淡麗辛口の純米吟醸のサンプル。もうひとつはラビスラズリやゴールド、星空や宇宙など、包み込まれるようなイメージの豊かな余韻を持つ大吟醸原酒のサンプルでした。

テイスティングの結果をもとに、試飲にも参加したアーティスト・平島毅氏（'01）と和洋酒担当林バイヤーが何度もディスカッションを重ね、完成したのがこの2種類のアートラベルです。日本酒を口に含んだときだけなく、その先に続く第2、第3のイメージを読み解き、香り、味わい、余韻、気分の4つの要素で表現したことで、見えなかった味を伝えるアートラベルに仕上がりしました。

「Sake Art Label Project『Tsumu-Gu』」は、日本酒のおいしさをたくさんの人々に伝え、その魅力を未来へつなげる第一歩です。

でもありました。そこで参加メンバ

から出たのは「太陽」「若木」「ラ

バラ」に思える表現。しかしこれ

た8種の中から、際立った個性を持つ2種類を選びました。まずひとつ

や酵母の種類、仕込み方など様々に工夫を凝らして生み出される「日本酒」。

三越伊勢丹ではその香りや味わい、余韻をイメージ豊かに伝えたいとの想いから「Sake Art Label

Project『Tsumu-Gu』」を立ち上げま

した。自然派ワインではお馴染のア

ートラベルは、ワインがどのように造

られたかを証明するより、口に含ん

だときどのような印象なのかを伝え

たい。そんな造り手の想いから生ま

れたといわれています。

今回、日本酒のアートラベルを造るためにまず行ったのは、日本酒の香りや味わいをイメージに置き換える試みです。日本酒の専門家、ソムリエ、料理研究家、ライター、カラーコーディネーターなど、味覚や感性を発揮して活躍する総勢30名以上のお酒好きの方が集まってサンプル8種を「ブランドディング」。それぞれの香りや味わいから浮かぶ色や景色、想い出などを感じたままを語りあつて、ラベルが表していること

は、暖色系の色や自然のエネルギーを感じさせるイメージに集約した、淡麗辛口の純米吟醸のサンプル。もうひとつはラビスラズリやゴールド、星空や宇宙など、包み込まれるようなイメージの豊かな余韻を持つ大吟醸原酒のサンプルでした。

テイスティングの結果をもとに、試

飲にも参加したアーティスト・平島

毅氏（'01）と和洋酒担当林バイヤー

が何度もディスカッションを重ね、完

成したのがこの2種類のアートラベ

ルです。日本酒を口に含んだときだけなく、その先に続く第2、第3の

イメージを読み解き、香り、味わい、

余韻、気分の4つの要素で表現した

ことで、見えなかった味を伝えるア

ートラベルに仕上がりしました。

「Sake Art Label Project『Tsumu-Gu』」

は、日本酒のおいしさをたくさん

の人々に伝え、その魅力を未来へつなげ

る第一歩です。

*Message in food*

# おいしい幸せを 未来に食べ継ぎ、伝えるために

## Sake Art Label Project 'Tsumu-Gu'

今時代の「おいしい幸せ」を共感し、食べ継いで未来に伝えるために、この春の食品フロア、オンライン・エムアイのテーマは

「メッセージ・イン・フード」と「つながる・たべる・つながる」。

まず最初は、食に込められた様々なメッセージを読み解き、ご紹介します。

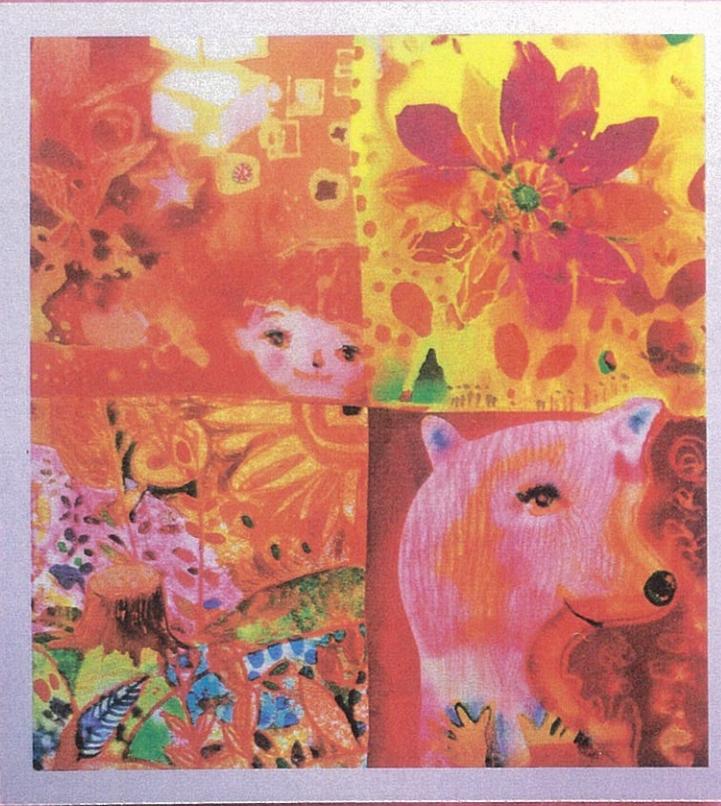
**Kunpuu (くんぶう)**  
ラビスラズリや温かいピンクを想起する人が多く、女性的なふくよかさやボリューム感、長く続く余韻が特徴的。季節は秋。特に夕陽が沈む間との境目の時間帯をイメージし、「薰風」と名付けた大吟醸原酒です。  
(720ml) 2,100円 ■ 粽の座 WEB

**Kureai (くれあい)**  
イエロー・オレンジを想起する人が多く、柑橘系の香りを想わせる純米吟醸。味わいはミネラルを感じる静的で落ち着いた印象で、春先から初夏の爽やかなイメージを感じざるところから、初夏に吹く心地よい「薰風」と名付けました。  
(720ml) 2,625円 ■ 粽の座 WEB

辛口 ↑  
★ ★  
甘口 ↓  
● ●  
↑ 旨味  
→ 余韻  
← 基本  
↓ 甘口

**Photo:** A person working at a stall, likely a sake brewery.

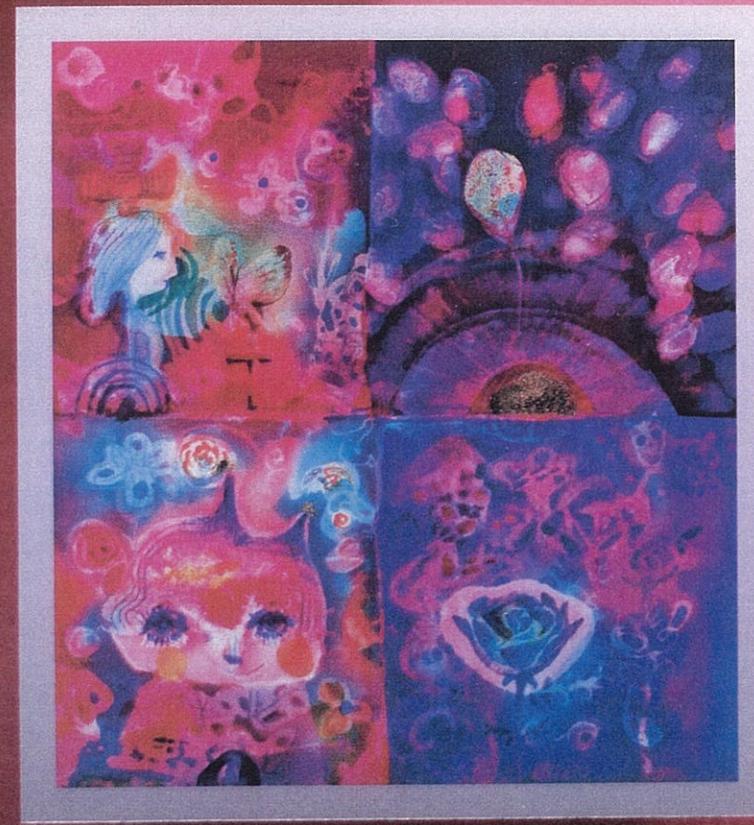
※20歳未満の方の飲酒は法律で禁じられています。



薰風（くんぶう）

想起されるモノ、コト	
イエロー	ガーベラ・ひまわり
オレンジ	大きな花
グリーン	田舎の小学校から見える小川
ホワイト	少年ぼさの残る「美しい顔立ち」 若武者
新芽	雪 若木 若木

ラベルが表していること



暮逢（くれあい）

▲想起される色

▲想起されるモノ、コト



01 平島毅氏

1971年生まれ 東京藝術大学大学院修了。現在、東京藝術大学大学院准教授。アートディレクターとして、多くの技術をもとにしたアートプロジェクトを行っている。また、アートディレクションによる新宿店での開業企画など、多くの実績がある。

新宿店で開業企画を行った際、伊藤のアートディレクションによる新宿店での開業企画など、多くの実績がある。

★本号の表紙も、こちらのアートラベルの考え方を基に表現しました。