

レトロ・デザイン研究 <人はなぜレトロを感じるか?> Why we feel Retro?

チャーオ！ エミリです。日本で時々耳にする「あー古き佳き時代」という言葉。イタリア人の私にはあまりピンとこないのですが、きっと「ノスタルジー」と同じような意味なのかな？ 周りに目を向けてみると、確かに建物、映画、車、日用品、インテリアに至るまで「レトロ」が増えているように思います。そこで、今回はレトロなラベルデザインのお酒にスポットをあてて、なぜレトロに感じるのか、「レトロの法則、8か条」を考えてみました。なぜ、Fiat500が登場するのかと言うと、、英文のとこを参照して下さい。

(text & picture: シーナ・K・エミリ)



「月桂冠」(京都) 「白鹿」(兵庫) 「八海山」(新潟) 「呉春」(大阪) 「此の友造 但馬」(兵庫)

「レトロの法則」 その①

筆書きの銘柄

代々伝わるものであろう墨書。筆で書いた漢字銘柄はジャパニーズ・レトロの基本ですね。「長生自得千年壽」とか「名聲布四海」とか、漢文サブキャッチがいっそうのレトロ感をさそいます。



「白龍」(新潟) 「雪蘭」(富山酒造) 「櫻正宗」(兵庫) 「下越酒造」(新潟) 「香住鶴」(兵庫) 「朝止本嘉納正宗」(兵庫) 西の関 (大分) 麒麟 (新潟)

「レトロの法則」 その② 背面の鏡(かがみ)

銘柄をぐると囲む枠を「かがみ」というのだそう。これがあると、なぜかレトロスペクティブ。「三種の神器」の一つ、「八咫(やた)の鏡」をかたどったものは、お酒ラベルによく使われています。

「レトロの法則」 その③ ポップな色づかい

赤・黄・青など、ポップだけれどレトロな色の組み合わせ、ありますね。南国の風土のせい、特に泡盛はポップ・レトロが多い。このサンプルを見ていると、筆書きの銘柄文字とのマッチングがポイントのようです。



「金武酒造 龍」(沖縄) 「田嘉里酒造所 田泡盛」(沖縄) 「瑞泉」(沖縄) 「樽平酒造 住吉」(山形) 「瑞鷹 東肥赤酒」(熊本)



「朝白山」(新潟) 「河内ワイン エビス福梅」(大阪)

「レトロの法則」 その④

めでたい伝統意匠

朝日と富士、えびす、盃に瓢(ひさご)、松と浪(なみ)。DNAに埋め込まれたレトロ感因子?に自然反応する意匠、ってありますね。



「新平酒造 金の露」(鹿児島) 「麻原酒造 菟藟のさ浪」(埼玉)

Ciao, I am Sienna. Hearing "retro", the first thing comes to me, or here in Italy now, should be the new Fiat 500, unveiled on July 2007, after exactly 50 years of the previous 500. The most critical value of the new 500 is not technology, but retro look succeeded from the previous one. The old 500 has built up enormous iconic value in many countries including Japan. (As you know, one reason is that Lupin the III uses this lovely car in Manga!) The modern and stylish approach is of course important when you make esquisse or design of new products. However, "retro design" seems to be more and more valuable in our life. Here, I am "watching" the reason why we feel retro through the case study of Sake and other Japanese products. Thought you might find this quite interesting! (Sienna K. Emiri)

「レトロの法則」 その⑥
人物の顔

色白の顔、写真でなく絵のような仕上がりが。昭和初期や大正モダンでよく使われた美人画ラベルは、今見るとレトロです。



「レトロの法則」 その⑤
変わらぬ登録商標

CIと称してトレードマークを変えてしまうことも多い世の中、変わらぬ商標には高度なアイコン性あり、です。流行遅れに見えた時代もあったるうけれど、守り抜いた価値がありますね。



「レトロの法則」 その⑦
子供時代から変わらない

昔も今も変わらないパッケージデザイン。子供時代にみたパッケージそのままでも販売される長寿商品は、大人にとってレトロです。

「レトロの法則」 その⑧
異国レトロのエッセンス

いずれも今、日本で売っている商品です。アメリカンドリームのころのペプシやキャンベルスープ、ヨーロッパの伝統を感じる紅茶缶やウスターソース。アールヌーボー曲線の縁取り、マーキュリーの双翼の杖（ローマ神話）のモチーフ。異国レトロには、日本とは少し違った法則が感じられますね。

シーナの私的考察
車に見る、レトロ4分類考



< 1. 復活レトロ > いま、イタリアで一番盛り上がっているレトロは、「フィアット 500」。50 年前に発売され、イタリア庶民の足を支え続けたフィアット 500 の復活版が新発売されたこと。昔のラインが巧みに取り入れられて、イタリア人の郷愁に訴えかけます。(「ルパン三世」の車。たぶん日本でも人気があると思いますよ。) これは「復活レトロ」、お酒やビールでもこのコンセプトはありますね。

< 2. 昔も今も変わらないレトロ > イギリスの「モーガン」は、何十年も同じデザインで作られ続ける車。現代にこんな車があるのは不思議ですが、人気があるらしい。「昔も今も変わらないレトロ」は、車の世界では稀ですが、森永キャラメル、養命酒、改源のように、食品、お菓子、薬、香水などではよくあるレトロです。



< 3. 擬似レトロ > 日本でよく見かける光岡自動車の「ビュート」は、車好きなら往年の英国車「ジャガーマークII」をモチーフにしたものだわかります。ただし、完全コピーしたのではなく、チョロQ化(?)したものです。カワイイ! この、「擬似レトロ」というべき範疇のものは、お酒や食品のラベルでもありますね。



< 4. 近未来レトロ > 前出の「モーガン」が、自社のレトロルックを活かしながら、近未来 SF に出てくるようなデザインに変えたものが AERO8。お酒ラベルではこのカテゴリーは少ないように思いますが、横尾忠則さんのイラストをつかった「越後鶴亀」が該当するのではないのでしょうか。(Sienna K. Emiri)



⑤: 「バーチャル出演」: Fiat, Morgan, 光岡自動車、上原酒造のウェブサイトから取り込んだ画像です。