

「レトロ」パッケージの分類学

Taxonomy of RETRO Packaging

カタカナ・レトロ

カタカナ表示は、イタリア人の私にもなんとなくレトロ感が漂います。昔の活版印刷のようなタイポグラフィがポイント。使われているカタカナのフォントもレトロ。ハクツルの「ハ」、トリスの「ス」など、特徴がありますね。
※ タイポグラフィ：文字によるデザイン・読みやすい文字レイアウト



漢字・レトロ

漢字書体がレトロ。「月桂冠」「養命酒」は墨筆以上のデザインが入っている感じ。デフォルメされた「宝」の文字は、現代デザインにないレトロ感を感じます。



カラフル・レトロ

文字やデザイン以上に、「赤」がレトロ感のカギ。赤だけでなく他にも原色が使われることが大事なようです。



ネオクラシック・レトロ

伝統ラベルを、モダンなパッケージや色使いと組み合わせたレトロ。カラフル・レトロと違って、原色ではなく、落ち着いたシックな色使い。



デザイナーズ・レトロ

独特のデザインがレトロを感じさせます。色数を押さえることも、重要なポイント。



2色ラベル・レトロ

ブランド名やラベルを「赤と黒」で表現。実際には2色以上が使われていますが、赤・黒がキーカラー。印刷が1色か2色だった時代のデザイナーのチャレンジが引き継がれています。

ボルドー
ウルトラプレミアム・レトロ

「マルゴー」と「ラツール」は1色印刷、「フィジャック」と「ペトリュス」は2色印刷。(見た目の色数) たぶん何十年も、ヴィンテージ年以外はラベルデザインを変えていないのだと思います。



一升びん・レトロ

一升びんのラベルは、昔から同じ意匠で変わらないケースがあります。リニューアルしても、レトロ感を意識したものも。ここに掲載したもののほとんどは、銘柄名の後ろに「鏡(かがみ)」があつて、それもレトロ感のカギですね。「八咫(やた)の鏡」という意匠がありますが、様々なカタチに変えた「鏡」が使われています。



シーナの私的考察

●メンソレータム、金鳥蚊取、ケロリン、マロニーなど、長年変わらぬキャラクターの商品が日本には多いですね。オリエンタルカレーの男の子、ボンカレーの松山容子さんの写真は、半世紀以上前の撮影とおぼしきもの。当初はレトロを意図していないのかもしれませんが、長年パッケージが変わらないので、現在ではレトロを感じます。●一方新デザインの商品でも、レトロを意図したものがあります。「サントリー・ボス・ピトウ」は2022年9月に発売された新製品。「ピトウ」のカタカナ表記や全体のタイポグラフィ、ちょっとくすんだ色使いが実にレトロです。●お酒も、食品・飲料も、医薬品・家庭用品も、レトロパッケージデザインをウリにしている商品が実にたくさんあることに気づきます。レトロデザインは商品の信頼感につながるのでしょうか。●(参考写真) 日本酒の菰樽は今年のお正月に榎原神宮で撮影したもの。菰樽デザインはレトロが多いですね。(text = Sienna K. Emiri)



アールヌーボー・レトロ

アールヌーボー・カーブや文字配置、色使いがこのジャンル独特のレトロ。
※ アールヌーボー・カーブ：例えば、パリの地下鉄出入りに今も残る、独特の有機的曲線



泡盛・レトロ

泡盛のラベルはレトロが多数派。原色の「赤・青・黄・墨」の4色に加え、「緑」がアクセントを添えるパターンが多い。これからも変えないでほしいですね。



画像は沖縄県酒造組合のウェブサイトから