

「動物ラベル」 観察 「スパークリングはRTD、ワインはETR」の法則

Watching Animal Labels @ Wine, Beer, Saké & Spirits

●チャーオ！シーナです。「アルパカ」(チリ)が、2016年以降日本で一番売れているワインだそうです。ピンに「アルパカ」(首長の羊みたいな南米の動物)のイラストがあるので目立つし、リピート買いの人に覚え易い。●最近、ワイン業界では「動物ラベル」という言葉が使われるそうです。世界最量販ワインの一つ、「イエローテール」(オーストラリア製 1,000円以下の価格帯)も「カンガルー」が描かれています。「キューベ・ミディーク」(フランス、1,000円超えの価格帯、「フクロウ」のイラスト)、「スピネッタ」(イタリア、3,000円超えの価格帯、「サイ」のイラスト)など、中～高価格のワインでも動物がブランドのアイコン・シンボルになっていますね。●今回は、ビール、サケ、蒸留酒も含めて、「動物ラベル」観察をしました。(text & pictures = Sienna K. Emiri)

Wine



Saké



Beer



Spirits



シーナの私的考察

<有力企業、老舗企業の「動物」ロゴ>

<イタリア、シエナ市のコントラダ (自治区) の「動物」マーク>

■様々な分野の有力企業も、ロゴに「動物」を採用。こうして見ると老舗企業が多い。動物ロゴは、企業長寿の一端を担っているのかもしれない。ふるさとイタリアの都市、シエナの「コントラダ」(17の自治区)のシンボルが「17の動物」であることも思い出します。動物は西欧にも東洋にもわかりやすいです。

■ボルドーやブルゴーニュのワインは、シャトーのイラストだったりブランド名だけ(アルファベット文字のみ)がほとんど。熱心なワイン好きは銘柄を覚えるだろうけれど、普通の人は覚えていられない。美味しかったワイン銘柄も、忘れ去られる運命にあります。もちろん味や品質も大事だけれど、結局のところ、「覚えやすいラベルのワインが売れる」「動物は消費者にとって覚えやすい」という要素は大きいのだと思います。

■ビール類の消費が減少する中で、「RTD」(Ready to Drink・すぐ飲める)が伸びています。それに掛けて、動物ラベルには「ETR」(Easy to Remember/Remind・覚えやすい)と名づけておきます。「スパークリング酒類はRTD、ワインはETRの法則」が、今回の考察結果です。ビールやサケにも、この法則は応用できるのではないのでしょうか。(参照情報:「きた産業メルマガ vol.229 2017年4月18日」)

「実物を撮影した画像」+「インターネットから取り込んだ画像」で構成しています。