

Sienna's Watching

シーナズ・ウォッチング

「アートラベルのお酒」 Artist Label Watching



World-Class Artist
ワールドクラス・アーティスト

×「Ch. ムートン・ロートシルト」

●ムートン・ロートシルトは、ボルドー5大シャトーの一つ。1級格付けの品質もさることながら、世界に冠たる「アートラベルの元祖」である。最初のアートラベルは1924年らしいが、毎年アーティストに絵を依頼しそれをラベルに採用するようになったのは1954年から。70年近く継続している。ムートンが例外的に1級に格上げされたのは1973年なので、アートラベルはその前からという事になる。●有名な画家ではマルク・シャガール（1970年、下の絵）、パロピカソ（1973年）、バルテュス（1993年）など。ちょっとエロチックな少女の絵で有名なバルテュスは、ムートンのために裸の二つのラベル画を描いた。アメリカではこのラベルを禁止された（アメリカではお酒のラベルはATF-アルコール・タバコ・武器局-の承認が必要）ので、この年のムートンはアメリカ向けだけ絵のないものになったそうだ。●なお、日本人画家では、堂本尚郎（フランスで活躍、レジオンドヌール勲章）が1979年、バルテュス節子（バルテュスの妻、先妻のあったバルテュスに見初められ結婚）が1991年を担当。ムートンのヴィンテージものは、熟成具合もあるが、ラベルの絵が価格に大きく影響するという。



Owner Artist
オーナー・アーティスト

×「ヴィラデスト」

●玉村豊男は、数十冊の著作のある作家でありながら、画家としても有名。（日本画家、玉村方久斗の末子）箱根に「玉村豊男ライフアートミュージアム」がある。「パリの風景画シリーズ」（若いころ暮らしたパリへのノスタルジアがバックグラウンドにある街角風景）も魅力的だが、独特の筆致と美しさの「ボタニカル・アート」は特に有名。●美食家であり、ワインにも造詣が深く、2003年に自身のワイナリー「ヴィラデスト・ガーデンファーム・アンド・ワイナリー」を開設、ワイナリーオーナーとなった。そのワインボトルのラベルは、自国のブドウや草木を題材にした玉村自身のボタニカル・アート。とても美しい。



玉村 豊男

●チャーオ、シーナです。今回のテーマは「アートラベルのお酒」。お酒のラベルは普通は「デザイナー」が作る。「デザイン（意匠、設計、計画）」の定義は「対象物（お酒）の、目的（＝販売）、機能（＝致酔飲料）、対象市場、販売価格、商品価値、生産工程などを考慮して、適切に形態（ラベル）を構成する」ことです。●一方、「アート（芸術）」の定義は「美を創造・表現する作品」であって、特定の対象物や、その目的・価値を考慮したものではありません。でも時として、アートラベルはとても高い付加価値になり、商品本来の目的や機能を強化します。●今回は、ワイン、スパークリング、日本酒、ウイスキーなど幅広いジャンルについて、日本で販売されていないものも含めてアートラベルをウォッチングしました。



Marilyn Monroe by Photo Artist

マリリン・モンローの写真

×「マリリン・メルロー」

●マリリン・モンローの写真は、アートである。ナバのモンロー・ワインは、醸造所は持たず、自国のブドウをセントヘレナの Napa Wine Co. というカスタムクラッシュの会社に生産委託しているブランド。マリリン・モンローの写真はラベルに使うことをコンセプトとして、1990年代に創業したワインブランド。●ヴィンテージ毎、品種毎に使われるマリリンの写真は、ミルトン・グリーンのもの。ミルトン・グリーンは、著名人を撮影したフォトアーティストとして夙に有名で、マリリン・モンロー以外に、フランク・シナトラ、グレース・ケリー、オードリー・ヘプバーン、ソフィア・ローレンなどの俳優、ジャコメッティ、アンディ・ウォーホルなどのアーティストなど、そうとうな人物を撮影した。●ワイン自体の品質も高く、ヴィンテージ物は価格が数百ドルするものがあるが、ムートン・ロートシルトと同じく、熟成具合よりラベルの写真の人气が価格を左右している。マリリン・ワインは、日本でも入手できる。



マリリン・モンロー

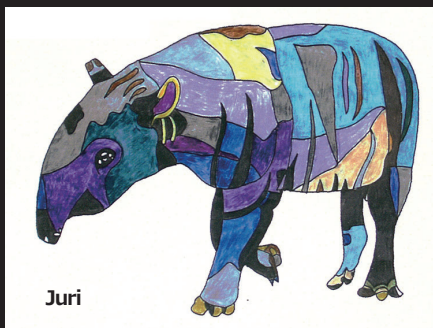
Art Brut

アール・ブリュット

×「白米城」中山酒造

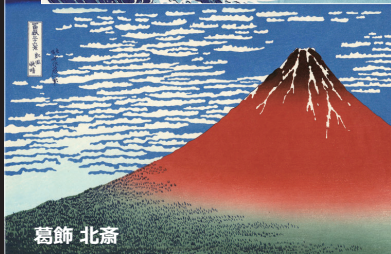


●「アール・ブリュット（Art Brut、仏）」は、英語では Outsider Art. 「既存アートの域外（うちがい・アウトサイド）にいる人々や価値観によるアート」といった意味だが、近年、特に日本では、「障害のある人の描くアート」という概念がある。適応障害や知的障害を持つ人の描く絵は時として、考えられないほどの緻密さや、驚くべき色彩・構図になって、見る者の心を惹きつける。日本では、滋賀県近江八幡市に常設の美術館（「ボーダレス・アートミュージアム NO-MA」）がある。世界的に有名な展示施設は、スイスのローザンヌにあるアール・ブリュット美術館。●三重県の蔵元「中山酒造」は、地元の「NPO 法人希望の園」で活動する障害のあるアーティストの作品をラベルにした商品を販売している。タイトルは「Bholero（ボレロ）」、「Composition（コンポジション）」、「Julius（ジュリアス）」。

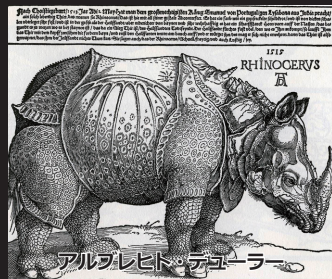


Juri

●浮世絵は、「日本のアンティーク木版画」である。その製作目的は、各地の風景や、相撲・歌舞伎などを庶民に紹介することで、アートとしての意図はそれほどあったわけではないだろう。ところが、18世紀末から海外に大量にもちだされた結果、海外で蒐集家が現れ、また印象派の画家たちに影響を与え、今では世界的にジャパニーズ・アートとして評価されるに至った。1点ものの絵画と違って、版画は一度に数百程度刷られるのが普通。数があるので、流通・収集しやすいという事情もある。愛好家の絶好の蒐集アイテムであり、オークションで取引される。●数多い浮世絵師のなかでも、葛飾北斎は世界的に有名。「富嶽三十六景」は北斎の富士図集で、新しい日本のパスポートのスタンプのページの背景にも採用された。●堀内二次醗酵のスパークリング清酒をつくる awa 酒協会では、「富嶽三十六景」を使った、統一記念ボトルを商品化している。「富嶽三十六景」は世界の人々が知っている。スパークリングのサケを海外に広めていくうえで、インパクトある企画である。



葛飾 北斎



アルブレヒト・デューラー



マーク・ケーツビー

●「日本のアンティーク版画」浮世絵に対し、「西洋のアンティーク版画」は博物館の挿絵である場合が多い。数百程度刷られて数があるので流通・収集しやすく、熱心な愛好家の蒐集アイテムであるのは、浮世絵と同じである。ここでは2つの事例を紹介。●アルブレヒト・デューラーは、ルネッサンス期のドイツの版画家。1515年作の「犀（さい）」は、数あるデューラーの版画の中でもとくに有名。細かい線刻だが木版画である。当時、ヨーロッパには犀は持ち込まれておらず、想像で描かれたものだが、長年にわたって犀の絵として模倣された。イタリアの「スピネッタ」は、デューラーの犀のラベルがワインブランドのアイコンになっている。●マーク・ケーツビーは、17-18世紀のイギリスの博物学者。写真のない時代、植物図譜（図書）は、その図版を銅版でつくった。ケーツビーの植物図譜は、学問的正確性もさることながら、1枚のアートとして評価がとても高い。なかでも「マグノリア（モクレン、あるいは、朴の木）」は有名。ナバのワイン「アウトロット」は、ケーツビーのマグノリアがアイコンになっている。が、よく見ると、左右を逆転してラベルとして使いやすいように加工してある。日本も西洋も、アンティーク版画には版權がないので、使用や加工が自由である。●なお、「デューラーの犀」、「ケーツビーのマグノリア」は、サザビーズなどのオークションに時々出展されるが、1枚の価格は数百万円から一千万円以上。浮世絵も、「富嶽三十六景」の「神奈川沖浪裏」や「赤富士」で、初刷りで状態がよければ、似た価格になる。



●ミュージックもアートである。ここに紹介するシンガーソングライターの「エド・シーラン・ボトル」と、ロックバンドの「KISS オリジナル・ボトル」は、白雪・小西酒造のミュージシャン・ラベルの日本酒。●エド・シーランは日本食と日本酒のファンだそうで、2019年のワールドツアーで来日した時の記念ボトル。●「KISS オリジナル・ボトル」は、海外アーティストをフィーチャーした冠商品のライセンスを管理する PAN という会社が「ロックレジェンズ酒シリーズ」として企画したもので、小西酒造のほか、奥の松、ほまれ酒造、三宅本店の4社が商品化。2019年にリリースされた。



ファンタジスタ 歌麿呂

●Fantasisita Utamaro(ファンタジスタ・歌麿呂)は、ニューヨークのブルックリンを拠点にする日本人アーティスト。独特の色使いや、「ドドド」「ギャー」「ゴッ」「ポッ」などのカタカナ間投詞を織り込んだデザインパターンは、日本よりむしろアメリカで有名。テキスタイルや、ビッグブランドのパッケージのパターンとして採用されている。「きやりーばみゅばみゅ」や「初音ミク（バーチャル・キャラクター）」のミュージックビデオも有名。●この「CHICHIBU DISTILLERY」4種は、ベンチャーウイスキーがフランスの LMDW（ラ・メゾン・ド・ウイスキー、パリのウイスキー専門店・商社）に限定で供給した商品。中身は、バーボン樽、ベルジアンスタウトビール樽、バーガンディワイン樽、羽生のホグスヘッド樽の、それぞれ樽1本分のシングルカスク。●ファンタジスタ・歌麿呂独特のパターンや色使いと、ウイスキーの琥珀色が、見事にマッチしている。



Ⓚ

Japanese Antique Prints, Unkiyoe
日本のアンティーク版画=浮世絵

×「awa 酒スパークリング」

European Antique Prints, Natural History

西洋のアンティーク版画=博物画

×「スピネッタ」（イタリア）
「アウトロット」（アメリカ）



Ⓚ

Music Artist
ミュージシャン

×「白雪」

Fantasia Utamaro

ファンタジスタ・歌麿呂

×「イチローズモルト」



Ⓚ

お酒のボトルやアート作品は、実物を撮影した画像と、ネット・書籍・カタログなどから取り込んだ画像で構成しています。

Primitive Art in Haiti
プリミティブ・アート ×ハイチの「ボタニカル・フレーバード・スピリッツ」



ハイチのプリミティブアート

●プリミティブ・アートの魅力は、子供が描いたような素朴さ。中米・カリブのフランス語圏の島国ハイチには、街にも人々にもプリミティブ・アートのエッセンスが多く残るのだろう。「ハイチ」「プリミティブ・アート」で検索すると、次々と魅力的な絵が出てくる。(残念ながら、ハイチは最貧国の一つでもある。) ●「FLORITA (フロリタ)」は、Velier 社のラム酒ベースのボタニカルのお酒。「フロリタ」の名前は、ユネスコのランドマークに指定されている、19 世紀末に創建された歴史的ホテル、HOTEL FLORITA に由来。 ●ハイチのボタニカルのみを使う。ハイチ・シトラスやハイチ・ペッパーなどはわかるが、名前を聞いても全く分からないボタニカルも多い(日本でいえば、ユズとかシソみたいなものか)。びんの容量は350ml で、アルコールは 43%程度が多いが、左端の女性 3 人のラベルは 94%! 主にフランスや英国で販売されている。ハイチ国内ではなく、英仏でアピールするために選ばれたアートラベルだろう。



●真澄は、地元信州の芸術家を支援する目的で、2013 年から毎年、「真澄アーティストラベル」を限定販売している。ここに掲載したのは、2014 年：たかはしびわ、2017 年：ナカムラジン、2018 年：田嶋健の 3 点。どれもアートとして個性的で、とても魅力的な出来栄え。 ●なお、2016 年から、キャップは当社の AZK を採用いただいています。ありがとうございます。



Local Artist
地元のアーティスト ×「真澄」

Yayoi Kusama
草間彌生 ×「ヴーヴ・クリコ」



草間 彌生

●赤い髪で、独特の風貌の草間彌生(くさまやよい)を写真で見た人は多いと思う。1929 年生まれ の 91 歳である。瀬戸内海の直島にある、カボチャをモチーフにした作品(写真)はとても有名。 ●Wikipedia:「子供時代は統合失調症で、繰り返し襲う幻覚や幻聴から逃れるために、その幻覚や幻聴を描きとめる絵を始めたという。現在に至るまでドット(水玉)をモチーフに制作する事が多いが、これは耳なし芳一が幽霊から身を守るために全身を経で埋め尽くした様に、幻覚や幻聴から身を守るために、作品全体をドットで埋め尽くす儀式でもある、とされる。」 ちょっと、アール・ブリュットの要素を感じさせる色使いやパターンもうなずける。 ●シャンパーニュメゾンのヴーヴ・クリコは、今年(2020 年)「ヴーヴ・クリコ・グランドム 2012 草間彌生」を発売した。独特のドット柄は、草間彌生の作品であることを明確に主張している。アートラベル商品であるが、ラベルより、ボックスの方に力点があるように見える。



ブランドン・ブロー

●沢の鶴が伊勢丹新宿店との企画で商品化した、13 人のアーティストによる 14 種のアートボトル。グラフィックデザイナー、漫画家、挿絵作家、CD ジャケットデザイナー、イラストレーター、コーヒークグスのデザインハウスなど、実に様々な分野のアーティストによるアートラベル。海外アーティストも含まれる。 ●お酒と異なる分野で活動をしているアーティストが作るお酒のラベルは、新鮮である。中身は山田錦の純米酒。2020 年のリリース。



Various Artist
様々なアーティスト ×「沢の鶴」

Takehiko Sugawara
菅原健彦 ×「LMDW のスコッチウイスキー」



菅原 健彦

●フランスの LMDW (ラ・メゾン・ド・ウイスキー) の「ARTIST #8」シリーズは、2011 年から始まったスコッチウイスキーの限定品企画。5 つほどのブランドから「絶品の樽」をえらび、その樽 1 本分をシングルカスクとして共通のボトルに詰めたもの。表ラベルはシンプルな共通の様式だが、裏がアートラベルになっている。一人のアーティスト(画家やフォトアーティスト)の 5 枚の作品が、アート裏ラベルになる。 ●日本画家の菅原健彦(すがわら たけひこ)が担当したのは「シェリー樽エーシング」という企画で、ボウモア、グレンリベット、グレンローゼス、ベンネビス、ブナハーブンの 5 品という、豪華ブランド。ラベルの作品名は「臥龍松」、「神代桜」、「三春」など、日本伝統のもの。画面も、前衛的な筆使いだけれど、狩野派や琳派に通じる日本文化を感じさせるものだ。



リキデンスタイン



World-Class Artist
ワールドクラス・アーティスト ×「テタンジェ」

●シャンパーニュのテタンジェは、ボルドーのムートン・ロートシルトに触発されて、アートラベルを始めたそうだ。1978 年がアートラベルの初ヴィンテージ。当初、マルク・シャガールの予定だったが、直後に失明してかなわず。次は藤田嗣治へ依頼しようとしたが、藤田が急逝してかなわなかったそうだ。(シャガールも藤田も、シャンパーニュのランスに縁が深い。) 結局、初ヴィンテージは、フランス人画家ヴィクトル・ヴァザルリーが担当。 ●テタンジェのアートラベルの他にない特徴は、「ボトル全体にアートを描く」こと。アート原画がラベルに占める面積は、ムートンで 1/3 くらい。仮にラベル全面をアートにしても、ラベル面積に制約される。テタンジェは、ボトル全体・全周にアート原画を配っている。ボトル上部が細くなってデフォルメされることや、絵の端と端が裏でつながることなどを、アーティストは考慮しなければならない。 ●この 3 本は、ロイ・リキデンスタイン(1985 年)、今井俊満(1988 年)、マッタ・エショーラン(1992 年)。なかでも、リキデンスタインは多くの人が知る名前だろう。バブルの頃だったが、東京都がリキデンスタインの絵を 6 億円で落札したとき、「マンガに 6 億円? !」と話題になった。「ボールを持つ少女」(ニューヨーク近代美術館蔵)は代表作。確かにちょっとマンガっぽいのが特徴である。

Sienna's Watching

Eiji Okuda
奥田瑛二 ×「ジョニー・ウォーカー」



奥田 瑛二

●ウイスキーは琥珀色がきれいに見えるよう、ほとんどのびん(ガラス)が「透明」、少数派だけれど「黒」もあり、「緑」のびんのグレンフィデックは例外的。ところが「ジョニー・ウォーカー」の最高級品「ブルーラベル」は、「ブルー=青」のガラスびんである。透明のスピリッツならブルーのびんもわかるが、琥珀色とブルーという組み合わせはヘンな色に見えないかと思う...、が、実物は見事にプレミアム感のある商品となっている。 ●奥田瑛二は俳優であるが、映画監督、そして画家としても活動しているそうだ。「ジョニー・ウォーカー・ブルーラベル・ジャパンリミテッドエディション 2020」は日本限定のアートラベル。奥田瑛二がボトルデザインを監修した。 ●モエヘネシーディアジオのサイトによれば、奥田は龍、桜、赤い雲、月などを配した原画を提供したそうで、実際の絵は別の人が描いたのだろう。青い龍が、ブルーのボトルとうまくマッチしている。ウイスキーコレクターなら、ぜひ 3 本並べてみたいだろう。

シーナの私的考察



紙幅の都合で、本文で紹介しきれませんでした。魅力的なアートラベルのお酒はまだあります。 「ブランドを代表するアイコン」、「高価な限定商品のため」、「愛好家や富裕層の購買を動機づけるため」、「若い芸術家の経済的支援」、「アール・ブリュットを使って障害者支援」...、アートラベルには様々な目的がありますが、共通する背景は「商品力を高めるアートの力」。 通常のラベルでは、デザイナー、コピーライター、フォトグラファー、印刷業者など、複数の人たちの共同作業であるが故、妥協する場面もありますが、Artist (芸術家)、Artisan (匠の職人)、Artisanal (伝統職人) は自分だけの考えで、一人で創作する。それがアートの強さであるように思います。(Sienna K. Emiri)

Ⓚ: きた産業がラベル・びん・キャップのいずれか、あるいは、すべてを納入させていただいている商品。 DK プリントがラベルを納入、あるいは、ルーツ機械研究所が醸造設備を納入している商品もあります。