

高橋 美桜

TAKAHASHI Mio



カステラのリブランディング

インクジェット、紙

## カステラのリブランディング

私は事前調査でブランディングには社会背景、歴史的背景、ユーザーの変化が大きく関わっており、それに伴ってブランドや企業が遷移することで長く続くということを学んだ。この調査結果からリブランディングに絞り研究を進めた。現在、既に多くのブランドが世の中にあるが、社会にまだ対応しきれず低迷している企業も多く存在する。そんな企業をリブランディングすることに興味を持ち本研究に至った。

修了制作ではカステラのリブランディングを行った。カステラは添加物が無く栄養もあり安全なお菓子。味は程よく甘く、こどもから大人まで一緒に食べることができる。そこで購買層が高齢化しているカステラを、こどもに親しまれる体験づくりにするべくリブランディングをし、商品と空間のデザインを行った。

コンセプトにはカステラが伝わった当時から長崎と400年以上も貿易を続けるオランダとの歴史から「長崎とオランダの共存」に決め、今後も長くカステラを愛してもらいたいという願いをこめた。

リブランディングの展開としては、カステラメーカーの老舗「松翁軒」をモデルとしてパッケージと店舗を新しく提案。パッケージデザインには、外側に長崎とオランダの有名な土地、建物、乗り物をデザインし、内側には描かれているものについての解説を書き、食べ終わった後もターゲットであるこどもが楽しく触れることができるようデザインした。箱はのりを使わず一枚の紙を折って組み立てることができ、開封した際に下まで開ききった状態でカステラを簡単に取り出すことができる。店舗はカステラの製造工程を知る体験の場としてデザインし、親子と企業の幸せ・笑顔に繋がるように展開した。