



「みよちゃん」こと吉崎三代子さんと夫の貞二さん(左)、息子の伸吾さん(右)。伸吾さんの持つ「おはぎ」のラベルも小野さんがデザインしました。

小野さんとの打ち合わせでは、かりんとうに対する思いや、夜に作っていることなど、商品ができるまでの背景をいろいろ話しました。その後で、小野さんから「『よなべ』を商品名に追加しましょう」とご提案がありました。それから、ラベルのデザインが出来上がったのですが、裏のラベルの「商品の物語」には驚

看板商品は「かりんとう」で、販売を始めて10年になります。最初はうちの店だけで販売していたのですが、道の駅などにも置いてもらえることになったので、「外で売るなら、デザインも変えた方がいいかな」と考えていました。そのとき、娘から小野さん(よつめデザイン)のことを聞いたので、早速デザインを頼んでみることにしたんです。

新しいデザインになってからは、売上が全然違います。以前は、主に地元の方が買ってくれていましたが、デザイン変更後は市外の方がお土産として買ってくださるようになりました。テレビなどでも紹介されるようになって、遠くからも注文がきます。「中身は「緒なの」に、こんなに変わるんだ」とって、デザインの力を実感しました。皆さんが「おいしい、また買います」と言ってくれるのが、うれしくて。これからはお客さんのために、愛情を込めて作っていききたいです。

きましたね。「物語」をラベルに入れるという発想はなかったです。「よなべの話、温かくていいね」と、夫も気に入ってくれました。

デザインの力を実感



(株)ヨシザキ
吉崎 三代子 さん
(国東町鶴川)

みよちゃんの よなべかりんとう

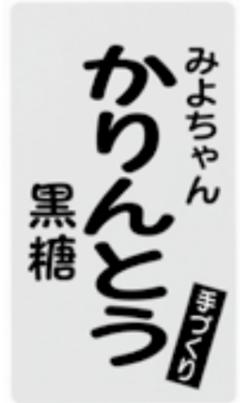
人気商品誕生の裏側には
“デザインによる成功”がありました



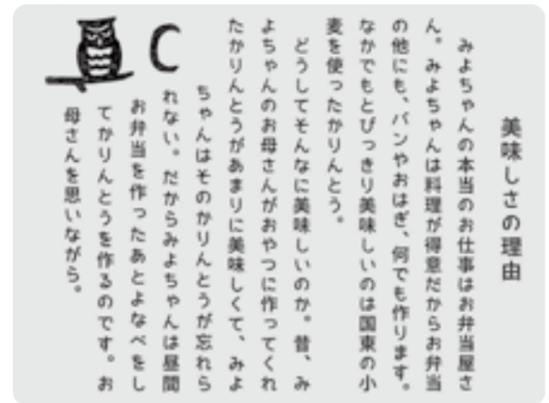
ラベルのデザイン変更で
売上アップ!



新デザイン(表)



旧デザイン



新デザイン(裏)

商品の物語
を記載

新デザインのこだわりポイント

- 1 商品の物語のキーワード「よなべ」を商品名に追加。裏のラベルで「よなべ」についての物語を説明。
- 2 かりんとうを作る「みよちゃん」を親近感の湧くデザインで表現。ラベルの左上に「よなべ」の時間を表す時計も。
- 3 地元産の小麦を使っていることを強調。安全でおいしい手作り商品であることをアピール。



新デザインに合わせて、自立型で目立ち、チャック付きで便利な包装に変更しました。