

滋賀発おむすび専門店「近江結屋（オウミムスビヤ）」の提案

瀧井 結貴

[指導教員：武庫川女子大学講師 北原 摩留]

キーワード：おむすび、グラフィック、店舗デザイン、商品提案、滋賀県

1. 制作の背景

短期大学部から大学4年生の秋まで地元の滋賀県を離れ、兵庫県で一人暮らしを経験する中で、年に数回地元に戻ると「やっぱり地元はいいな」と改めて思った。卒業研究に取り組むに当たり、地元に関することについて制作に取り組みたいと思った。

豊かな自然に囲まれ、日本一の大きさを誇る湖「琵琶湖」がある滋賀では、県全土で近江米というお米が栽培されている。近江米は様々なランキングに載ったり、評価ももらっている。しかし、それほどおいしいお米があるのにも関わらず全国的にあまり知られていないことも事実である。

そこで、全国そして世界から訪れる観光客にまで、近江米をはじめとする滋賀の特産物を知ってもらえるような店を提案したいと思った。

2. 制作の目的

滋賀のおいしい特産物を知ってもらうため、近江米と具材すべてが滋賀県産の食材を使ったおむすび専門店を提案する。おむすびとして商品化することで、イートインでなくてもコンビニ感覚で気軽に立ち寄れて手軽にどこでも食べることができ、なおかつ海外からの観光客にも日本の昔ながらのファストフードとして手に取ってもらえるのではないかと考える。

3. 近江米

滋賀県でとれるお米を近江米と呼び、主な品種は「コシヒカリ」、「キヌヒカリ」、「みずかがみ」などである¹⁾。近江米の中でも今回の提案で店の商品に使用する「みずかがみ」という品種は、2013（平成 25）年に滋賀県で開発された新しいお米である²⁾。特徴は炊き上がりがキラキラつややかで、ほどよい粘りと甘みがあり、冷めてもおいしいという特徴がある。

4. 滋賀発おむすび専門店「近江結屋」の提案

ショップコンセプトは“たくさんの人に滋賀の魅力を伝えられるおむすび屋さん”である。商品に使用する食材はすべて滋賀県産のものを使用する。また、用いた食材について書かれたシートやパッケージの紙を琵琶湖でとれるヨシ紙を使用するなどパッケージにも滋賀の要素を取り込んだ。

「近江結屋」という店名は近江（旧国名での滋賀県の名称）とたくさんの人を結ぶきっかけとなるおむすび屋さんになりたいという思いから考えた。

ターゲットは世界中や国内からの観光客はもちろんだが、特に同じ関西地域の人々である。身近なところでおいしい食材が育てられているということを伝えたいと考える。

立地は京都駅中央改札口を出て左にある案内所の横を想定する。ここに決めた理由は全国からの観光客・海外からの観光客・近隣県からの観光客・学生・通勤者等、観光地と京都駅の交通網の多さ（新幹線・JR・近鉄・京阪・阪急）から駅利用者のバリエーションが豊かであることが特徴だったからだ。また、駅構内に計画することで時間がない人でも手軽に食べられるおむすび屋に足を運んでもらえるのではないかと考えた。そして学生や会社員の利用者も非常に多いので朝食代わりや間食用としてニーズがあると考えた。また、中央口を出ると目の前に京都タワーがあることや、観光地や大学などに向かうバスターミナルがあるので観光客や学生、通勤者も中央口から出る人が多い中央改札側に決めた。

販売方法は店内にイートインスペースもあるが、駅構内であるので急いでいる人でも、購入から商品のお渡しまでがスムーズに進むようにすでにパッケージに詰められたものをショーケースに置く。具材がしっかり見えるようにパッケージを工夫した。価格は学生でも手軽に買えるような安価におさめる。値段が安くてあまりない具材のおむすびを提供することで、コンビニとの違いを出そうと考えた。

5. 今後の課題

他県やほかの地域の人に自分たちの地元の食材やいいところを知ってもらうにはまず自分たちが地元のことをよく知ったうえで様々な方面からうまくPRすることが大切だと感じた。

パッケージやショップツールを考える上で、滋賀の情報をデザインの邪魔にならないように取り入れるにはどのようなデザインにしたらよいか工夫することが難しかった。

今後は地元や他県のアンテナショップなどの商品デザインにたくさんふれ、どのようなデザインで地元をうまくPRしているのかを見ていきたいと考える。

注及び参考文献

- 1) 滋賀県 HP、「近江米「みずかがみ」の推進について」、
<http://www.pref.shiga.lg.jp/g/nosan/shiga73gou.html>, (2018/01/05)
- 2) 滋賀のおいしいコレクション 食材紹介 - 近江米,
<https://shigaquo.jp/foods/rice/a01.html>, (2018/01/05)



図1 商品



図2 ショップツール



図3 ショップリーフレット（左：表面，右：裏面）



図4 ショップロゴ



図5 店舗 ファサード



図6 店舗 内部空間