

# 若年層への訴求を目指した和菓子のトータルデザイン

## Japanese sweets aimed at appealing to young people

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 伝わるデザイン研究室  
宮森 衿名 指導教員 川崎 紀弘

キーワード：和菓子、パッケージデザイン、カウンターデザート、店舗ブランディング

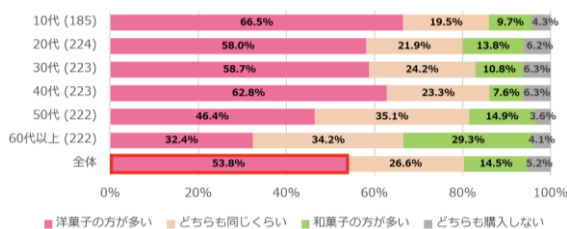
### 1. 研究目的

日本の伝統のお菓子である和菓子の中でも「練り切り」は自然や季節をテーマに作られる芸術性の高いお菓子である。しかし、現代では和菓子よりも洋菓子を好んで購入する人が多く、年齢が下がるにつれて種類の認知度が低い傾向にある。このことから若者にも親しみをもちてもらい和菓子離れの解決を目指した和菓子を中心としたサービス全体のトータルデザインを提案する。

### 2. 調査内容

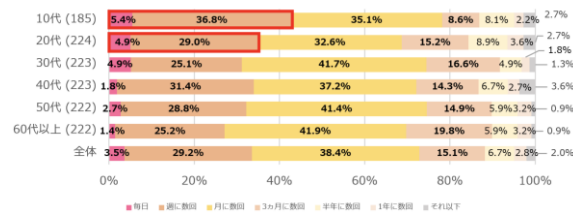
若者が和菓子に対してどのようなイメージを持っているのか調査した。10歳以上の男女1299人に行った「和菓子の喫食率」のアンケートがある。購入するお菓子の種類の調査では10代から40代の約6割が洋菓子を多く購入し、和菓子を多く購入している人は約1割となった。それに対し60代は洋菓子と和菓子を多く購入する割合がほとんど同じで約3割だった。これらのことから、年齢層の高い人に比べ若年層は和菓子よりも洋菓子を多く購入していることがわかった。

グラフ1 購入する菓子の種類

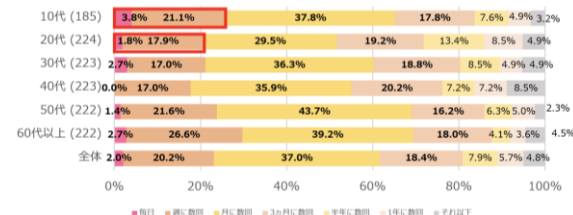


続いて、スイーツを食べる頻度についての調査では週に数回洋菓子を食べる割合が10・20代で約4割いるのに対し和菓子を食べる割合は約2割となった。購入するお菓子の種類の調査の結果と同じように若年層は食べる頻度も洋菓子より和菓子の方が多くなる。

グラフ2 洋菓子を食べる頻度



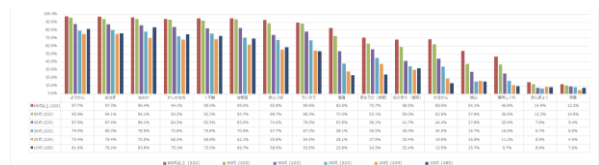
グラフ3 和菓子を食べる頻度



洋菓子よりも和菓子を購入する理由の10代の調査では「かしこまった感じ」「気軽に食べられない」などの理由があった。和菓子に関するイメージの調査では「高級感」や「特別感」などの意見が多く、洋菓子に関するイメージの調査では「オシャレ」「身近である」など、和菓子よりも日頃から食べていることがわかるような意見が多かった。以上の結果から、和菓子は洋菓子よりも身近な存在ではなく、見た目などから特別感を感じてしまい、気軽に食べてもらえず和菓子がより遠い存在に感じられてしまふと思った。

和菓子の中でも、行事ごとなど特別な時に食べていた「練り切り」は見た目が美しく和菓子の魅力を持っている。そんな練り切りは若者の認知度が和菓子の種類の中でも低くなっている。このことから練り切りに注目し若者に練り切りを身近に感じてもらいたいと考えた。

グラフ4 和菓子の認知度



### 3. コンセプト

若者に人気のパフェと和菓子の練り切りを掛け合わせ若者に練り切りを親んでもらう商品を提供するカウンターカフェを提案する。カウンターカフェはパフェを作っている工程を間近で見ることができ、作っている途中が美しい練り切りを楽しんでもらうために最適なカフェの形式である。コンセプトを「見て香って食べて楽しむデザート」として味覚のテーマに沿った味の商品を展開する。

### 4. 提案内容

パフェを提案するためそのデザインとお店に関する制作物を提案する。具体的にはロゴデザインやお持ち帰り用の紙袋とパッケージ、ホームページやパンフレットを制作する。

パフェは練り切りを主役にし、「甘い・酸っぱい・苦い・旨い」をテーマにしたパフェの上のせる。チョコレートやレモン、抹茶、旬の果物の味のパフェを想定し、練り切りにも味のついたあんこを使用する。



パフェのデザイン案

お店の名前は香庵（英語表記でkoan）由来はパフェを作っている工程を間近で見て、側で香りを感じ、食べ終わるまで楽しんでもらいたいという思いを込めた。また“庵”の字で和のイメージを持たせ、英語表記で洋の要素を入れた。



お持ち帰り用の紙袋と練り切りのパッケージはお土産として買って帰ることができるように提案する。紙袋やパッケージはシンプルなデザインでお店の雰囲気に合うようにする。

ホームページもお店のイメージに合うようなデザインにし、ランディングページのみで構成する。コンセプトや商品の写真と詳細、フッターには地図や会社情報などを簡潔に記載する。

### 4. 今後の方向

利用者の来店から退店の行動の中でインサイトを検討した場合のパフェの提供方法とお土産などでのより良いデザイン向上。

### 参考文献

オールアバウト・春華堂「和菓子に関する調査」  
(2021/10/18)

[https://corp.allabout.co.jp/corporate/press/2017/0509\\_1.html](https://corp.allabout.co.jp/corporate/press/2017/0509_1.html)