

デザインの力で商品の魅力を発信する —おいしい東北パッケージデザイン展2018・2019—

大和製罐株式会社 技術開発センター 商品デザイン室 大原菜桜子

1. はじめに

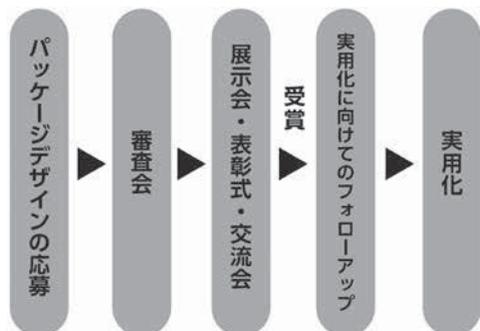
大和製罐株式会社 技術開発センター 商品デザイン室は、社内外からのデザインに関する業務に携わるデザイナーを擁する部署である。また、大和製罐株式会社の知名度向上・社外のデザイナーと切磋琢磨することによるデザイナーの技能向上を目的とし、2016年より外部のデザインコンペティションへの参加を行っている。今回、「おいしい東北パッケージデザイン展」に於いて2年連続で優秀賞を受賞することができた為、その事例を紹介する。どのようにデザインを発想しているか、どのようにしてデザインで問題を解決できたか、デザイナーが語る場は少ない為、普段、デザインに関わりの無い方にも読んでいただければ幸いである。

2. おいしい東北パッケージデザイン展とは

東北地域には豊かな自然・文化から生み出された魅力的な商品が数多く存在している。しかし、その魅力を効果的に伝えきれていない商品デザインもある。「おいしい東北パッケージデザイン展」(以降、当コンペティション)では、そんな魅力的な商品を“デザイン”の力でより強く発信し、

東日本大震災によって被害を受けた東北地域をデザインによって活性化することを目的としたコンペティションである。具体的には、当コンペティション主催者が東北地域の企業からデザイナーにパッケージデザインをしてほしい商品を募り、8品程度の対象商品が当コンペティションWEBサイトに提示される。応募者はデザインする商品を選択し、実際に作成したパッケージデザインを主催者に送付することで応募を行う。全国の学生・デザイナーからの応募があり、近年は400点近い応募作品が集まっている。当コンペティションの魅力的部分は、優秀賞を受賞したデザインに関しては実用化・商品化を目指す所にある。その為、応募デザイン案を作成するにあたっては見た目のデザインが優れているだけでなく、包材コスト・作業性・耐久性など、商品としての実現可能性が求められる。審査委員は日本の著名なデザイナーだけでなく、前述した実現可能性の部分から対象商品の企業の担当者も含めて行う(第1図)。

受賞となれば仙台で行われる授賞式・展示会(第2図)への参加が可能になり、「1. はじめに」で述べた社外へのPRにも繋がることになる。



第1図 コンペティションのスケジュール



第2図 展示会の様子(カラー図表をHPに掲載C085)

当コンペティションのWEBサイトにて過去の展示会のカタログが閲覧可能になっている。受賞作品はどれも面白い作品ばかりで毎年刺激を受けるのでデザインに興味のある方は是非ご覧になっていただきたい。

3. おいしい東北パッケージデザイン展2018

—福島県・米のパッケージデザイン—

2018年に参加した事例を紹介する。

・企業からの要望

当コンペティションでは、デザイン対象の商品に対して企業からの要望をまとめた「ヒアリングシート」が参加者に提示される。応募するデザインはその内容に沿ったものを提出することが求められる。2018年のコンペティションでは福島県会津地方にある株式会社米夢の郷の「^{まいむ}活き活き発芽&雑穀米」という、お米のパッケージデザインに挑戦した。



第3図 リニューアル前のデザイン

このお米のパッケージデザインは、従来のパウチ入り1kgのパッケージデザイン(第3図)が「薬の処方箋のようだ」といわれ、お客様にいまひとつアピールできていないという不満点があった。デザインをリニューアルするにあたり、

- ①品質の良さをアピールし、ヘルシー志向の女性のお客様に手に取っていただきたい。
- ②東日本大震災で福島県全体に及んだ風評被害を払拭し、会津を誇りに感じるような会津らしさを表現してほしい。

という要望が企業から挙げられた。

・制作意図

デザインリニューアルにあたり、商品が狙う会津らしさを表現する為に、会津漆器の伝統紋様「会津絵」(第4図)を使用し、まるで漆器にご飯が盛られているようなパッケージデザインを制作

した。(第5図)容量は手に取りやすさ・お土産としての持ち帰りやすさを考慮し、従来の1kgのパウチから300gパウチを紙箱に入れる形とした。紙箱



第4図 会津絵(カラー図表をHPに掲載C086)

の絵柄のご飯部分を型抜きして中身そのものを見せ、中に入っている米の種類が一目で分かるデザインである。また、箱の面ごとに変化する絵柄でご飯の盛付けからごちそうさままでを表現。実際に食べている様子を想起させることで、よりいっそう中身がおいしそうに見える工夫をした。

手に取った時に楽しく、陳列時の賑やかさや目立ち感にも繋がることを狙っている。

商品名は会津らしさと親しみやすさを感じさせる、会津弁で「どうぞ食べてください」を意味するものを使用した。

・審査員評

有難いことに審査委員の大半から「改善する必要が無いほど完成されたデザインで、とても良くできている」との評価をいただき、優秀賞を受賞することができた。

・実用化にあたって

優秀賞を受賞することができたデザインは実用化(商品化)を目指していく為、応募デザインをどのようにして生産するか、参加企業と打合せを重ね決めていく必要があった。応募時にも実現可能性を検討したが、実際に生産するとなると応募時には見えなかったシビアなコストの問題等が持ち上がってきた。審査委員から高い評価をいただいたデザインだが、クラフト紙+トムソン抜き+印刷4色&白のパッケージの仕様が300gの米に対しては高価すぎる仕様ということが判明し、改



第5図 応募デザイン(カラー図表をHPに掲載C087)



第6図 質感の比較（カラー図表をHPに掲載C088）
提出デザイン（左） 製品（右）



第7図 シリーズ化されたパッケージデザイン
（カラー図表をHPに掲載C089）

善する必要があった。また、クラフト紙は陳列時に汚れが付きやすいという問題も企業から提示された。その為、実用化の際は素材をクラフト紙からコートボール紙に変更し、紙自体のコスト削減・白版を無くすことでのコスト削減・陳列時の汚れ防止を図り、問題は解決できた。しかし、コートボールにしてしまうと表面が光沢になってしまい、応募時のデザインにあったクラフト紙の落ち着いた素材感が再現できない。そこで、コート紙にマット加工を施すことによって落ち着いた表面を再現し、コスト面もデザイン面も満たすことが可能になった（第6図）。

こうして完成したりリニューアル版の商品は、従来の「薬の処方箋のようだ」といわれ、販路が広がりづらいデザインから、このデザインにリニューアルすることで、採用される店舗が増え、主に女性や外国人に好評なデザインとなった。現在はシリーズ化されており中身の米の種類を6種類に増やし、販売されている。パッケージの米の部分トムソン抜きにすることで、他の中身を詰

めてシールの貼り替えのみでシリーズ展開に対応できるデザインにした為、シリーズ化も容易であった（第7図）。

4. おいしい東北パッケージデザイン展2019

—福島県・りんごジュースのパッケージデザイン—

・企業からの要望

2019年のコンペティションでは福島県福島市の有限会社くだもの畑が販売する、「りんごジュース」（第8図）のパッケージリニューアルデザインに挑戦した。

企業からの要望としては、

- ①福島は全国有数のりんご産地であるが、知名度は長野や青森に比べいまいと低い。長野でも青森でもない“福島”のりんごジュースであるということ表現してほしい。
- ②主な購入者は孫や娘にジュースを購入する人なので、お土産やギフトとして贈りたくなるような「暖かさ」「可愛らしさ」を感じるデザインが良い。

という2点が主に挙げられた。

・制作意図

福島産のりんごジュースらしさを福島伝統工芸『土湯こけし』（第9図）をアレンジして表現した（第10図）。

こけしというモチーフを用いることで、

- ①老若男女を問わず福島らしさ・親しみが伝わるデザイン。
- ②売り場での目立ち感と共に家に飾りたくなる愛らしさがあり、人に贈りたくなるデザイン。
- ③こけしの様に一品一品手をかけて作っていることが伝わるデザイン。

であることを目指した。

顔や柄にりんごの形を取り入れたこけしのイラストを大きく配置。店頭でこけしが賑やかに並んでいる様に見えることを狙った。

温かみや親しみのある味わいを表現する為、瓶はフロスト加工のものを使用し、外箱はりんごの段ボール箱をイメージしたクラフト調に色数を絞った印刷とした。



第8図 リニューアル前のデザイン



第9図 土湯こけし

シリーズ展開時はこけしの高さを調整して他容量へ展開が可能で、モチーフの果物を変えることで他のジュースにも対応可能となっている。

商品名は「福島のおいしさをぎゅっと絞った」という意味の「ふくしぼり」とした。

「ふくしぼり」として。



第10図 応募デザイン
(カラー図表をHPに掲載 C090)

・審査員評

福島県のりんごである、ということが瞬時に分かる強烈なインパクトのあるデザインが評価され、優秀賞を受賞できた。また、土湯こけしの生産地である土湯温泉の物産展での販路拡大も狙えるのではないかと評価いただいた。

・実用化にあたって

実用化にあたり、包材の選定は割合スムーズに進んだのだが、意外にも苦労した部分はこけしの模様に関する部分だった。

こけしは東北地域全体で生産されており、地方ごとにそれぞれ譲れない特徴がある。その為、今回作成したデザイン上のこけしが「土湯こけし」特徴をしっかりと踏まえる必要があることだった。そこで、こけしに関する記事や文献を調べ、応募時からこけしの絵柄をより「土湯こけし」に近づけたものを商品のデザインとした。(第11図) 念のため、修正したこけしのデザインは土湯温泉こけし工人会に確認していただき了解をいただいている。



第11図 こけしの顔
変更前(左) 変更後(右)

こうして商品化されたりんごジュースは2019年5月より、販売が開始された。可愛らしい仕上がりになった為これから沢山の方に手に取っていただきたい。

5. おわりに

今回、おいしい東北パッケージデザイン展2018・2019での受賞から商品化の事例を紹介した。コンペティションへの応募デザインを発想するのも一苦労だが、そのデザインを実用化するには思わぬ問題が発生し、さらに苦労する。しかし、パッケージデザインはデザインしたものが実際にモノとして出来上がり、店頭で並ぶことがゴールとなる為、「作った」達成感が大きい。小文をきっかけにパッケージデザインの難しさ、楽しさを感じていただけたら幸いである。加えて、パッケージデザインを作成する際には、大和製罐株式会社 技術開発センター 商品デザイン室にご用命いただければ幸いである。