

食品パッケージの商品化に向けたデザインプロセス —ナショナルブランドデザインとローカルブランドデザイン—

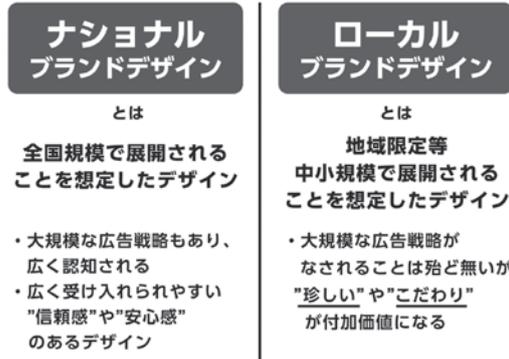
大和製罐株式会社 マーケティング部 大原 菜桜子

● 1. はじめに

大和製罐株式会社 マーケティング部は、社内製品のマーケティング戦略を策定し実行する部隊と、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隊で構成されている。今回は、後者の業務において、ナショナルブランドデザインとローカルブランドデザインという括りの視点から、製品の商品化に向けたパッケージデザイン制作のプロセスとその事例を紹介する。今回は有難いことにクライアントの協力もあり、没デザイン等、途中の紆余曲折も含めデザイン決定までの流れを詳細に解説することが可能になった。そのため、普段デザイン業務と関わりのない方にも、パッケージデザインの仕事がどのように発想され進められているのか、一例として読んでいただけたら幸いである。

● 2. ナショナルブランドデザインとローカルブランドデザイン

パッケージデザインを制作するにあたり、ナショナルブランドデザイン（以下 NB デザイン）とローカルブランドデザイン（以下 LB デザイン）という括りを意識している。NB デザインというのは、ナショナルという意味の通り全国規模で展開されることを想定したデザインのことである。対して、LB デザインというのは地域限定や、中小規模で展開されることを想定したデザインのことである。もちろん、手掛けるすべての製品が全国規模でヒットし何度もリピートがかかって欲しいため、全国規模を意識したデザインを作るべきと考えるところかもしれない。しかし、実際は案件によるロットや販路等の販売戦略に合わせて検



第1図 NB デザインと LB デザイン比較

討していく必要がある。次からは、NB デザイン・LB デザインそれぞれの強みを紹介する（第1図）。

NB デザインの強みは、パッケージデザインだけでなく TVCM 等の各種広告も同時に検討され市場に投入されるため、製品の魅力をパッケージ以外でも十分に伝えることができる部分にある。消費者は新しい製品に出合った際、馴染みがないものは手に取りづらい傾向にあるが、各種広告で消費者との接触を高めることで、店頭で出会い購入に至るまでのハードルを下げるができる。またパッケージデザインは発売までに消費者調査を重ね、より多くの人に受け入れられやすいデザインに設計される。コンビニやスーパー等で「どこでも売っている」と感じる製品に関してはこういったプロセスを経て市場に出回ることが多い。

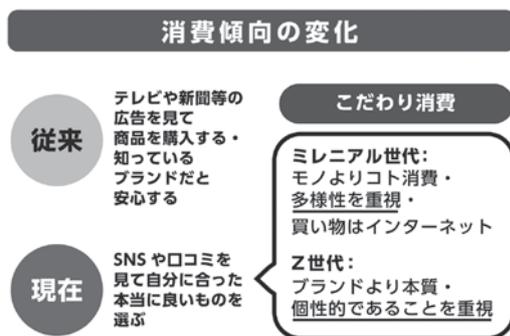
対して LB デザインは NB デザインのように大規模な広告戦略に予算を投じられることは殆どない。そのため消費者に製品を店頭で手に取ってもらうためには NB デザインとは差別化を図る必要がある。それは“特異性”と“品質感”であると筆者は感じている。LB デザインは規模が小さいからこそ“地域限定”や“作り手のこだわり”や

“珍しく貴重である”という価値がある。

●3. トrend傾向分析

LB デザインを手掛けるにあたり、近年の消費傾向の変化を押さえておきたい。

それはインターネットやSNSの発達により好みの多様性が起こり“自分に合った本当に良いものを選ぶ”消費傾向が見られ、LB デザインのような珍しいデザインの方に付加価値を感じる“こだわり消費”のケースが増えていることだ。この傾向は若年層を中心に多く見られている(第2図¹⁾)。分かりやすい例では、最近様々なクラフトビールを店頭で見かけるようになったのではないだろうか。従来は“みんなが知っている”製品を“安心感”や“信頼感”から買っていた層が多数だった。しかし好みの多様性が起こりこだわった製品を好むグループが増えた結果、その人たちにとっては見たことのない・珍しい・作り手のこだわりを感じる製品に対して付加価値を感じる。そのため、クラフトビールのようなLB デザインのものが選ばれる傾向が増えている。この傾向は、全国の消費者を対象としたNB デザインでは表現が難しく、LB デザイン作成時には利点となると考える。



第2図 消費傾向の変化

●4. 事例紹介 「武田食品 山梨サングリア」

今回、2019年に行った300mL 缶ワイン「山梨サングリア ぶどう・桃」パッケージデザインリニューアルの事例を紹介する。

・案件の概要

武田食品様が山梨県で展開されていたPB 缶ワ

イン製品「山梨サングリア 葡萄・桃」のパッケージデザインの改版を行うにあたりデザインリニューアルを担当することとなった。

製品は山梨県産ワインと山梨県の果汁が絶妙にマッチした飲みやすいサングリアである。本筋には関係ないがとても美味しいのでこれを読んでいる方にも是非飲んでいただきたい。デザインの際の要望として、山梨県を中心に販売をしているためデザインには山梨県のものだと分かる表記をして欲しいとのことであった。

・初回の提案

依頼を受け、まず初回のデザインを提出した(第3図)。



第3図 初回デザイン案(カラー図表をHPに掲載 C033)

サングリアということで、ワインと果実が入っていることが分かりやすいように写真やイラストが全面に入ったイメージを中心にデザインを制作した。他にも、サングリアはスペイン発祥の飲み物であることから、スペインの石畳やバルの黒板のようなイメージしたデザイン案を提出した。後日、このデザインに対してクライアントからは、“NB デザインのようで面白くない、もっと山梨県らしさ・高級感のあるデザインにして欲しい”とのリクエストを得た。

・デザイン修正ポイント

デザイン修正のリクエストから、初回デザイン提案の際の要望としてあった「山梨県産だと分か

る標記をして欲しい」という点において、クライアントとの認識が違っていたことが判明した。山梨県産を感じさせるデザインというのは単に“山梨県”という表記をするだけではなく商品全体から山梨県らしさを醸し出す必要があった。指摘を受け、再度デザイン提案を行うために考えを改めた。“山梨県らしさを表現しつつ高級感を感じさせるデザインを”というリクエストを達成するために行ったことを解説する。

・再提案

まず写真が大きく入っているデザインはNBデザインの製品に多く、分かりやすさと引き換えに大量生産品のような印象を与えてしまうため、写真を使わないことを意識した。今回のような地域限定の規模のものにNBデザインのようなデザインをしてしまうと、既に市場にある製品の後発品のように感じられて適正な価格設定がしづらくなるという欠点を見落としていた。安価で販売するPB商品ならそれが良いこともあるのだが、今回は中身を山梨県産にこだわっているのでNBブランド製品に見えるような表現は避けるべきであった(第4図)。次にパッケージの表面いっばいに要素を入れると賑やかな印象を感じさせてしまい、高級感からは遠のいてしまう。そのため、パッケージ表面に入れる要素は絞りたつぷりと余白を持たせることで落ち着いた高級感を感じさせるよう心がけた。最後には大事な、山梨県らしさの表現である。シンプルな中に山梨県らしさを感じさせるために、シンボルマークに山梨県らしさを込めることにした(第5図)。以上のことを踏まえ、デザインの再提案を行った(第6図)。

・決定デザイン

再提案を行ったところ、ワインのシンボルマークを使用した案が採用となった。ワインのシンボルマークの中に模様で山梨県らしさを細かく散りばめることで“このサングリアに山梨県がぎゅっと詰まっている”ということを表現している。シンプルな中にも手書きのような緩やかな線で仕上げることで“手をかけたこだわり”を感じさせるように心がけた。出来上がったデザインはクライアントの要望通り、高級感もありつつ山梨県らし



第4図 NBデザインの欠点



第5図 山梨らしさとは？



第6図 再提案デザイン(カラー図表をHPに掲載 C034)

さもしっかりと感じさせるLBデザインの強みを活かしたデザインになったのではないだろうか(第7図)。

こうして高級感もありながら山梨らしさを感じる「山梨サングリア 葡萄&桃」のデザインを制作することができた(第8図)。デザインを仕上



第7図 山梨サングリアのロゴ解説



第9図 部分マット



第10図 キャップシール



第8図 山梨サングリア 葡萄&桃
(カラー図表をHPに掲載 C035)

げるにあたり、部分マット印刷で全体の質感を落ち着かせた(第9図)。加えて、キャップシールでアルミ地の部分を隠し、見た目の色を統一することでより高級感を感じさせる仕上がりになった(第10図)。

様々なデザイン提案を経て遂に出来上がった「山梨サングリア 葡萄&桃」のデザインはクライアントにも好評をいただき、山梨県を中心に現在も販売されている。偶然、友人が山梨からの手土産でこの製品をいただいた時はこのデザインが受け入れられたのだと嬉しく感じたのを覚えている。

●5. おわりに

今回はNB デザインとLB デザインの比較から、こだわり消費のトレンドに結び付けてデザインを

作成した。デザインのトレンドは常に移り変わっているため常に新しい情報にアンテナを張る必要がある。現に、今回解説した製品の発売以降には世界的な新型コロナウイルスの流行が起こり、生活様式が変化したことはデザインに関しても影響を及ぼしている。(例えば、通販サイトが伸長したことにより“店頭で目立つデザイン”よりも“WEB ページで見た時に魅力的に見えるデザイン”が重宝される傾向が見られている。) これからも様々なクライアントの要望に対してより良い提案を行うためにデザインだけでなく様々な情報に気を配り良いデザインを提供していきたい。今回は拙稿をきっかけにパッケージデザインの発想やプロセスの面白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 マーケティング部にご用命いただきたい。

【参考文献】

- i) ミレニアル世代の定義や意味とは？ Y世代とZ世代との違いも解説 インスタラボ編集部 <https://find-model.jp/insta-lab/what-is-millennials/>

※本件に関するお問い合わせ先
大和製罐株式会社

〒100-7009 東京都千代田区丸の内2-7-2
www.daiwa-can.co.jp