

パッケージ開発に関する研究

デザイン開発室 ○山田淳人, 恵原 要, 藤田純一, 児浦純大

1. はじめに

鹿児島県は南北600キロに渡り、地形の変化に富み、豊かな自然に大変恵まれている。豊かな自然の恩恵を受けた農産物・農産加工品も数多く生産、販売されている。しかし、製品としての評価は高いが、商品としての価値を十分に上げていないとの声が多く、県産品は、パッケージデザインの立ち遅れから「商品」としての市場競争力が弱いといわれている。鹿児島県内のパッケージデザインの開発の現状は、企業側が印刷業者にデザイン等を一任してしまう場合が多い。また新しい製品が作られるとその都度印刷業者にパッケージを依頼する方式を採っているため同じ会社の商品でありながら、色・形・書体・マーク等が違っている例が多い。そのため、製品のイメージが不統一となり、また会社のイメージダウンともなりかねない。そこで開発者と印刷業者との間にデザイナーを入れて開発を進めていく方が前出のようなことが避けられる。デザイナーと提携することで、ロゴ・イラスト等に関連性が保たれ、初めて統一されたパッケージデザインというのできる。開発者と印刷業者の間にデザイナーが入ることで経費や時間がかかってくるのは当然であるが、本来パッケージ開発は、経費や時間がかかるものであり、それ相応の“デザイン料”が支払われるものである。鹿児島県内の企業の場合、デザイナーと提携している企業はまだ少なく、企業経営者、開発担当者のデザインに対する意識を深める必要があると考えられる。

2. パッケージ開発の実際

パッケージ、即ち包むということは本来手近な材料（紙・藁・笹などの自然物）を使って中身の保護や取扱いの便利さを追求するという実用本意の所から始まっている。しかし近年では「販売の促進」という機能が大変重要視されている。これは商品の品質・企画等が似たりよったりの中で少しでも自分の商品の優位さをアピールしていくためである。そのためパッケージの美しさや面白さ、機能性などといったプラスアルファが求められている。

現在では、商品企画そのものがパッケージデザインに大きくかかわっている。そのため市場分析、情報収集といった商品に関するマーケティングが欠かせなくなってきてい

る。このような事から、商品の企画から商品の販売・展示までがパッケージデザイン開発でありデザインワークといえる。以下はパッケージデザイン開発の具体的流れである。

1) 商品の企画

- 消費者の動向を探る（消費者が欲しているものは何か、トレンドの把握）
- 競合商品の傾向調査、分析
- 販売方法・販路の把握→戦略的な計画

2) プランニング

- 容量、包装形態の計画
- 適切な素材の選定（エコロジーブーム、コスト上の問題、運搬上の問題）
- 商品イメージ、ブランドイメージの決定（イメージスケールの活用、ネーミング）
- 販売計画・広告・キャッチコピー等の計画

3) デザイン

- ラフスケッチ、ラフモデルの作成（店頭での訴求効果）
- ロゴタイプ・イラストの活用
- 色彩計画・配色計画

4) 発注等

- 発注時の確認
- 展示等の確認（店頭効果）

3. 実践例

プランニングにおける商品イメージ・ブランドイメージの決定からデザインの色・配色計画までがパッケージデザイン開発において最も大事な作業であり、最も時間のかかる作業である。商品イメージ・ブランドイメージの決定に関しては、(株)日本カラーデザイン研究所のイメージスケール(図1)等を使用すると開発の際の参考となる。イメージスケールとは色と言葉とを関連づけて図表化したものである。

色彩・配色計画に関しては、CG(コンピュータ・グラフィックス)を使いカラーシミュレーションをするなどして作業をスムーズに行うことが出来る。

(写真1)は、CGを使って製作、出力したものである。(表1)は、イメージスケールの語群でのCGにおけるRGB(レッド・グリーン・ブルー)の調合例である。

イメージスケール・CGを多角的に使うことにより商品イメージを的確にすることができる。

4. おわりに

CGをデザイン開発に使用することでスピード化・簡略化・クライアントとのイメージの食い違いの防止・客観的視点によるデザインの検討など、実際デザイナーがアイデアを出してから製品化するまでを考えると、非常にメリットが多い。

しかしコンピューターも万能ではないが故に、手書き風の味のある絵、文字と言うのがうまく表現できないというところもあるため、実際はある程度ユーザー側の使いこなしの技術が必要となっている。また色彩に関しても、色を選び出す作業はユーザーのセンスが問われるために、ユーザー側の教育が必要となる。

今後パッケージデザインは、業界の商品の類似化・多様化・他社製品との差別化を図るなど様々な問題を抱える上でますますクローズアップされてくると思われる。

まだ鹿児島県内の企業では、社章やブランドネーム等のグラフィック面の管理がうまくなされていない企業が多く、商品の不統一さが目立つものが多い。

また近年のエコロジーブームの中で過剰包装の問題も浮上し、それらを踏まえた上での商品開発・パッケージ開発が望まれている。デザインに関する研究を進めていく過程で県内企業のデザインのレベルアップに貢献していきたいと考えている。また、離島産材の有効利用という側面から木をパッケージの材料に使うウッドパッケージ等についても研究を進めて行きたい。



写真1 CGによる焼酎ラベル

