

地域性を活かしたパッケージデザインの指導事例

デザイン・工芸部 ○山田淳人

1. はじめに

県内各地では、食の安心・安全な地産地消活動による地域の活性化を目的として、生活改善グループによる商品作り活動が盛んである。地元の特産品や農産物を使って、その地域ならではの商品が生産されている。製品化に当たっては、中身の製法は技術的にクリアされても、商品化にあたり、パッケージデザインなどに関しては、中身の良さを十分にアピールできていない商品が多く見受けられる。今年度、パッケージデザインの技術指導を行った「あおぞら農業協同組合」と「吾平町生活改善グループ」の2件の指導事例を紹介する。

2. 指導事例1（あおぞら農業協同組合）

あおぞら農業協同組合は、志布志市有明町の組合員数約3000名の協同組合で、当センター食品工業部と、「有色カンショを利用した発酵食品」を共同開発した経緯がある。製品だけではなく、パッケージデザインにも技術支援の要請があり、横断的な技術支援が求められた。「有色カンショを利用した発酵食品」に関連した商品は、ドレッシング、豚味噌、ふくれ菓子の3品であり、独特な色合いを持つ商品であった。パッケージデザインが施されていたわけではなく、あおぞら農協のブランドを示す「あおぞらブランド」のシール等が貼られていた。そこで、商品名の明記など問題点を整理し、その改善点を指摘した。また、売り場の雰囲気盛り込んだパッケージデザインにすることも提案した。開発した商品は、平成17年度さつまいも食品コンクールにおいて入賞し、好評を得ている。



図1 指導前の商品
(上はドレッシング, 下は豚味噌)



図2 指導後の商品

3. 指導事例2（吾平町生活改善グループ）

鹿屋市吾平町は人口約7500名の大隅半島中部に位置する町である。生活改善グループが新たに発足し、ブランド支援センターを通じて吾平町担当者から支援要請があった。

事例1と同様、パッケージデザインは、先行品があったが、商品全体を通しての統一感がなく、今後予想されるふるさと便や大手量販店への出品を控えて、ラベルなどに関してアドバイスが欲しいと

いうことであった。グループが結成して日が浅いということや、コピー機を利用した黒1色だけのパッケージデザインは過去に相談が寄せられた事例がなく、事例研究のひとつとして技術支援をする運びとなった。当初は、薄手のピンクの紙を利用したいということであったが、同一デザインで紙質が異なる和紙タイプのものとかラフト紙を利用したタイプも提案した。

クラフト紙に印刷して提案したものが、グループ内に好評で採用となった。商品全体に統一感がとれたことにより、陳列効果が上がった。また、グループ内に商品に「高級感が出た。」という声があり、いいものを作っているという意識の高揚も現れた。技術支援以降の新製品は当初のパッケージデザインをもとに試作され、度々パッケージデザインの相談に来られている。商品は、大手量販店にコーナーが出来るなど引き合いも多くグループ活動は活性化している。



図3 提案したデザイン



図4 指導後の商品

4. おわりに

ラベルの統一化をすることで、表面上のデザインだけでなく、店頭での展示アピール効果も期待できる。また、セット商品化しやすくなり、ふるさと便などへの対応も可能となる。吾平町のようにラベルの変更を通して、グループ内の意識の高揚も図られたのは、技術支援を通しての目に見えない効果であったと思う。

一方で、ラベルの統一化は、本来の手作り感を損なうおそれもあることを再認識する必要がある。統一感を出すことは、ナショナルブランドとの差別化も必要となる。手作り感の伝わる商品の雰囲気作りのためにパッケージデザインはどうあるべきか考慮して、今後の技術支援に役立てていきたい。

デザイン・工芸部でのデザインの提示は、相談を受けた場合、口頭で指導する際の資料としての一例であり、決して最終的なデザインの提案ではない。提案をもとに、デザイナー等を積極的に活用し、よりよい商品作りをしていただきたい。