



高付加価値化に欠かせない 「パッケージデザインのカ」

地域産品のパッケージデザイナーとして活躍する木通いづみさんに、「デザインのカ」について自らの体験をもとにお話を伺いました。

有限会社アクアス代表
きどおし
木通いづみさん



武蔵野美術大学卒。(社)日本パッケージデザイン協会会員。「食の千葉の逸品を発掘2018・金賞」。「ふるさと名品オブザイヤー・自治体が勧める地域の逸品優良賞(現在最終選考中)」

消費の主役である女性向けに

近年は、地域の特産品の企画・デザインのご依頼を多くいただけるようになりました。今回は、実際にパッケージデザインを導入されたことでヒットに繋がった成功例について、ご紹介しようと思います。

千葉県八街市のジンジャーエールのパッケージデザインを至急作成して欲しいと、県の産業振興課のK氏からお電話を頂いたのは2年半前の夏でした。

時間が無いということもあり、私とK氏とO氏の三人で、かなり切迫した会議になりました。

ジンジャーエールはいわゆる「地サイダー」です。しかも商工会議所のまちおこしの側面がありますから、地場の名物・名所などをデザインに盛り込まなければ皆さんが納得しないのでは、と推察されました。

デザイナーとしての正直な立場からすると、購入する顧客側は、

名所のデザインをそこまで求めているのかという疑問はありました。しかし、売る側の皆さんが、

地元を誇りをもって商品をお売するためには、そういう要素も必要かもしれないとも考え直しました。

通常そういう流れでデザインされたものは、名所の写真や地場の「ゆるキャラ」などで構成され、市場に溢れています。

消費者目線に立った時、それをデザインするのは私は納得できないことでした。消費の主役である女性はそうしたものを買ってくれないからです。

なんとか、作り手と買い手の双方が納得出来るものができないか、その会議中に方向性を決めたい。そんな時、ヒントになる言葉がありました。

「飲食店の組合が手作りのジンジャーエールを出していたことがこのプロジェクトのきっかけなのですよ」

飲食店！ 突然、私の前にイギリス風のかっこいいパブで、ジンジャーエールや、そのカクテルを飲んで知る光景が浮かびました。

そうだ、欧米風のエンブレムにして、そこに名物を盛り込んで行

ったらスタイリッシュに見えるかもしれない！(マンチェスターユナイティッドのようなイメージで)そのエンブレムが街中に張り出される光景も妄想します。

「なんだか楽しさになってきましたよ」

と、雰囲気も一転して皆で盛り上がり、その方向性で進むことになりました。

顧客の心に響くデザイン

そして、そのデザインが出来上がってからは、作成したマークに盛り込まれた名物などの地元感を評価していただき、有志の会のメンバーが集まり、事業組合が正式に発足したり、「エンブレム風ラベルがオシャレだ」と、女性客が

「パケ買い(パッケージデザインに惹かれて買うこと)」してくれたり、想定通り、いえ、想定以上の広がりを見せていきました。

いわゆる「パケ買い」をしてく

ださる女性客の中にはオシャレなカフェ経営者がおられ、店舗用に

仕入れてくれた、という事例もありました。高付加価値の商品を購入する女性客には「デザインのカ」が必要なのだと再確認できました。

そしてさらに喜ばれたのは、ギフトパッケージでした。箱はコストがかかるし在庫になるし、と敬遠されがちです。しかし、

「この箱のおかげで手土産として価値観がアップして、大変売れている」と喜ばれ、現在、『八街生姜ジンジャーエール』は月産1万本以上を数えるまでのヒット商品になり、各賞を受賞されました。市長からもお電話をいただき、生姜農家さんの励みになると喜んでいただいています。包装資材は単なるコストではありません。

デザインも印刷もきちんと仕上げれば顧客の心に響き売り上げ増につなげるのです。

今後もう言った事例を増やせるよう、弊社もさらに精進していきたいと思っております。



『八街生姜ジンジャーエール』のギフトパッケージ

- エンブレム風のデザイン
- 八街の名産である落花生を干している風景(ぼっち)
- 新生姜をリース風にイラスト化
- 江戸時代に放牧されていた野馬をかたどった意匠