

地域特産品の高付加価値化のためのパッケージデザイン

a2200904 大河内 愛子 a2200913 酒井 知里
a200931 渡邊 真純 e1201001 小林フェルナンダ

研究概要 既存商品のパッケージデザインの提案と南会津地方の地域特産品を活用した新商品の提案。新商品に関しては、食用ほおずきや花豆など南会津地方の地域特産品を原料とした南会津のイメージにあう和菓子を開発（食物栄養学科 真鍋教授担当）するとともに、それにあったパッケージデザインを作成し提案する。

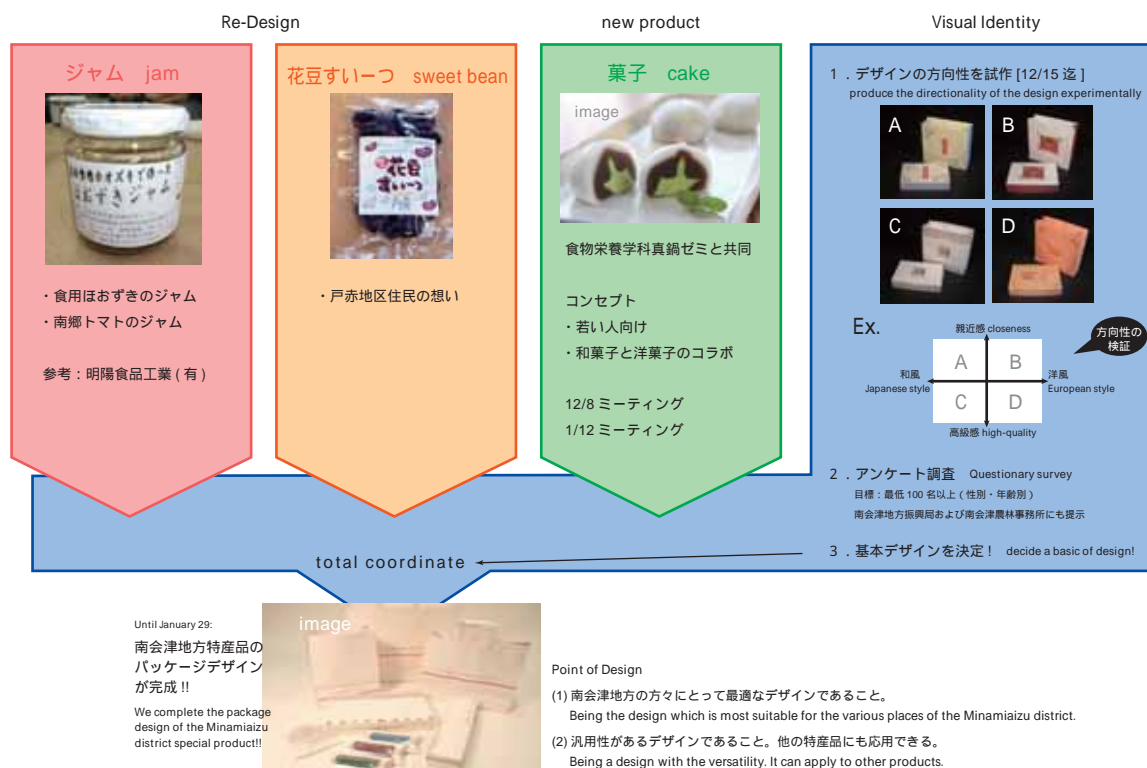
研究の目的 南会津地方のイメージ向上のため南会津地方の農産物を使用した新商品をつくり、地域の振興及び活性化を図ること。

研究の計画

4月	10月	中間発表	
5月	11月		
6月	現地調査、打ち合わせ	12月	池袋でアンケート調査
7月			
8月			
9月	現地調査		

4月から12月まで調査や話し合いを繰り返し、結果、下図の通りまとめることになった。

図1 南会津特産品パッケージデザインに関する研究のまとめのフローチャート



現地調査や話し合いの様子



南会津での現地調査。南会津で合宿を行い、現地調査を行った。最終日に南会津地方振興局の方達と話し合いをし、パッケージについてイメージを膨らませた。



明陽食品へのパッケージ事例調査。ジャムを製造している明陽食品へパッケージ事例の調査を行った。



池袋でのアンケート調査。東京池袋で行われたイベント「ほっとする、ふくしま。大交流フェア」でパッケージのアンケート調査を行った。

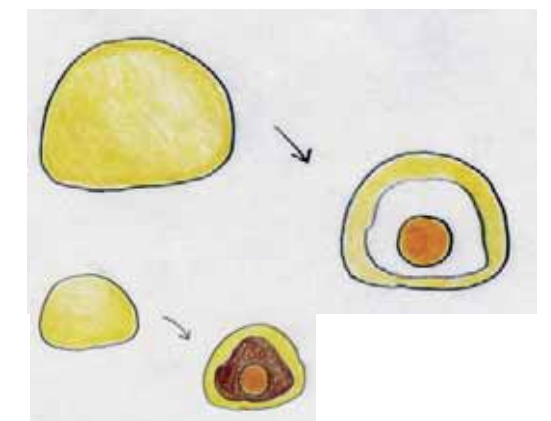


食物栄養学科真鍋ゼミとのミーティング。数回に及ぶミーティングを行い、南会津にふさわしいお菓子を考案した。

最終成果物のイメージ

新商品「ほおずき大福（仮称）」

食物栄養学科の真鍋ゼミと共同開発。主なターゲットは若い人。そして、話し合いを重ねた結果、若い人は見た目も重要視していることが分かった。その結果、他の商品と違いを出すために一目でほおずきのお菓子と分かるように、大福の色とパッケージもほおずきに似せることにした。



新商品イメージイラスト