

クッキーのパッケージデザイン

—女性をターゲットにしたデザインと販売方法の提案—

A2201401 和泉琴子

研究の背景

現在、菓子専門店やスーパーマーケット、御土産売り場など様々な場所でお菓子を購入することができる。しかしそれらのお菓子売り場では、一つの商品に対して展開されるパッケージデザインの数が少ないという共通の問題がある。またお菓子の詰め合わせを購入する場合、複数の味を自由に組み合わせることができない。この状態では消費者の選択肢が限定されてしまうため、それを改善するためのパッケージデザインと販売方法の新しいモデルが必要であると考えた。

研究の目的

複数の味を選択できるクッキーを多様なパッケージデザインで展開し、販売方法を工夫する新しいモデルを提案する。このモデルによって消費者に選ぶ楽しみを与え、個人の好みに合った商品を選びやすくする。また買い物を楽しめる女性としての購買意欲をさらに高めることを目的とする。

研究のプロセス

1.テーマ決定

想定した御土産売り場における問題点に基づき、パッケージデザインと販売方法を提案することに決定。同時にデザイン力向上のための課題制作を開始した。

2.売り場の現状調査

御土産売り場を含むクッキーを販売する店舗に行き、現状を調査した。それにより、初めに想定した問題が御土産売り場に限られたものではないことがわかり、販売場所を限定しない研究テーマへ変更。

3.ヒアリング①

学内外の方を対象にアンケート調査を実施し、この提案が問題の改善に有効であることを確認。さらにクッキーのパッケージとして好まれる色味についても調査した。

4.パッケージデザインの制作

アンケート調査に基づき複数の味のパッケージを制作した。

5.ヒアリング②

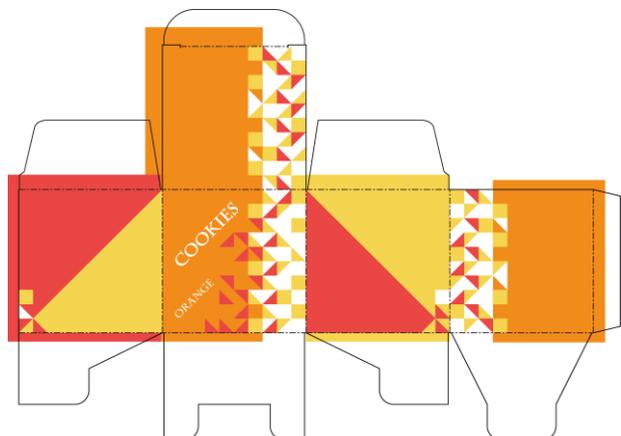
制作したパッケージの正面部分を利用し、クッキーのパッケージとして好まれる色味についてのアンケート調査を改めて実施。

「白を基調としたデザイン」「パステルカラーを用いたデザイン」「ビビットカラーを用いたデザイン」「落ち着いた色を使ったデザイン」の四つの選択肢の中から、最も購入したいと思う色味のパッケージを選んでいただいたところ、半数近い方が「落ち着いた色を使ったデザイン」と回答。この結果を受け、落ち着いた色味のパッケージデザインの割合を増やすことを決定した。

成果物

12種類の味で展開されるクッキーのパッケージを各種10パターンずつ制作した。(イチゴ、オレンジ、カボチャ、コーヒー、ココア、ゴマ、チョコチップ、プレーン、バナナ、紅茶、蜂蜜、抹茶)

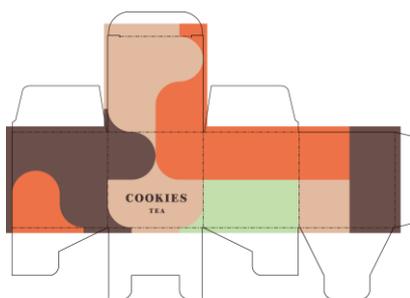
また、複数購入時に使用するための箱を制作した。



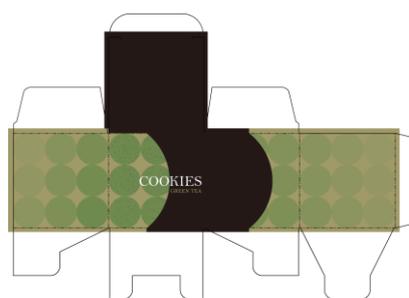
展開図(オレンジ)



(ココア)



(紅茶)



(抹茶)



考察

豊富な味とパッケージによって消費者の選択肢を増やし購買意欲を高める提案を進めることができた。

この研究を通して、一つのテーマに対し多くのデザインを考えることで自分の表現の幅を広げることができた。しかし、それぞれ異なるデザインにすることを意識するあまり細部にまで気を配ることができなかったものが一部あったことは反省すべき点である。また、これを実際に企業や店舗へ提案できればより良い研究になったのではないかと感じた。