



### 今月の提案者



有限会社 PADIK  
代表取締役

**角本 大弘氏**

address | 札幌市中央区  
北10条西20丁目2-22

phone | 011-642-2035

経営者の  
お悩みに対する  
処方箋

## 専門家からの提案書

経営にまつわる困りごとに、専門家からアドバイスをいたします。

topic	商品パッケージ・販促物デザイン
problem	かっこいいデザインだけが売れるとは限りません

売れるためには、マーケティングなどのさまざまな要因がありますが、今回はデザイン。その中でも食品のパッケージデザインに的を絞ってお話をさせていただきます。

### ■どんな売り場の雰囲気にも対応できるシンプルで解りやすい表現

商品が置かれている売り場や売り方によってデザインの作り方も変わってきます。自社店舗やブース、量販店やお土産売り場、ネット通販、そして物産展などです。どの売り場に置かれてもその商品の持つ特長や魅力をできるだけシンプルに解りやすく表現する事が基本です。そして、どの流通経路でどのように売られるか、競合品は何かの確認し、どのようにしたら他社より目立ち、手に取ってもらえるかが一番大切なところ です。

さらに、包材コスト・作業効率なども加味しデザインを作り上げていきます。例えば、洋風のいわゆるかっこいいデザインばかりが陳列されている売り場では、和イメージのほのぼのとしたデザインが目につきやすいというように、常に現場を見据えながら考えます。

### ■良いデザインは、優秀な売り子さんと同様です

商品パッケージが並んでいる光景は、書店の平棚を連想させます。特別に販売員(売り子)が付かない時、購買の動機としては装丁やタイトル、作者がポイントになります。パッケージデザインも同様にデザインやネーミング、ブランドがそれにあたり、デザインの善し悪しが大きくものをいいます。購買者を立ち止まらせ、手に取らせるのがデザインの力です。

今回は“デザイナーの見つけ方、付き合い方”、次々回は“ブランドの本当の意味”をテーマにお話をさせていただきます。

パッケージ  
デザイン例  
その1



がごめ昆布が広く認識される以前に商品の特徴の“粘り”を解りやすく、写真とネーミングで表現した例です。

パッケージ  
デザイン例  
その2



商品内容を解りやすいシンプルなネーミングにし、商品特徴の大根おろしのさっぱり感を色(ブルー)で表現した例です。

パッケージ  
デザイン例  
その3



紙パックの表現面積の広さを活かし、覚えやすい特徴あるネーミングと素材で可愛いキャラクターのイラストで印象付けた例です。

※いずれのデザインも当社が関与させていただいたものです。