

お菓子のパッケージ・デザインの研究

— 環境を配慮したパッケージ・デザイン —

石川 泰子・森本恵一郎・串田 賢一・益田 文和*

Study on Package Design Using Ecological Materials

— In A Case of Japanese Confectionery —

Taiko ISHIKAWA, Keiichiro MORIMOTO, Kenichi KUSHIDA and Fumikazu MASUDA*

要 約

本研究は山梨県菓子工業組合の要請により始めた。一方的な研究にしないために菓子組合の青年部と毎月ワークショップ形式で行った。参加企業の生産品種を分類したところ、流通菓子（通称袋菓子と呼ばれている）と生菓子（和菓子、洋菓子）の2タイプであった。今年度は流通菓子の現状を把握するために、甲府市内のデパート、スーパー、専門店の市場調査分析を行った。その結果を参考に、サンプル・デザインとして9タイプ12点を作成し、購入者指向を把握するためにアンケート調査したところ、大別して次の3点に集約される回答を得た。①一種類でなく複数種類のお菓子を少しずつ食べたい。②一包装の容量は現状より少なくても良い。③パッケージはリサイクル紙、またはリサイクル可能な素材で、楽しく、魅力あるもの。

そこで、最終提案として「環境を配慮した素材」をベースに、アンケート結果を考慮したパッケージ・デザイン8点を試作した。

1. 緒 言

昨今の社会状況下で、ものづくり産業においては、特に環境問題は無視できない。これは菓子業界においても、パッケージが問答の対象となっている。もともと、お菓子を食すること自体が日常の忙しさから一時離れ、心身の「いやし」、「くつろぎ」、「人とのコミュニケーションを育む」役割を持っている。そのお菓子を包むパッケージの役割は、市場において中身のお菓子を安全に保護し、中身をPRする大役を担っている。少なくとも購入され開封するまでは楽しく、心地良いものが望ましい。しかし、ひとたび開封されたパッケージはたちどころに、廃棄物になる訳で、ここですぐ廃棄処分となるか、あるいは別の用途で活用されるかは、包装材やデザイン次第と言える。素材によってはリサイクル・焼却・不燃物となって処理されるのだが、最近では環境問題に関心を持って商品を購入する人々が増えているのも事実である。

本研究では、現在使用しているパッケージを見直し、環境を考慮した素材への転換期でもあるので、お菓子が果たす役割を見据えながらも、時代の要請をいち早く取り入れることを目標とした。お菓子の品質・味は当然良くなって

はならないが、それを保護するパッケージは単に包むだけでは人目を引かない。中身をより良くPRする意匠がパッケージ・デザインであることを再確認し、積極的な姿勢で業界のイメージを示し、商品の販路拡大に繋ぐことを考慮した。

2. 調査方法

2-1 参加企業の生産品種調査

研究のワークショップに参加した企業の商品を調査し、それぞれの商品特性も含めて、市場でどのようなポジションで販売され、購入されているのか検討することとした。

2-2 県内のデパート、スーパー、専門店での菓子売り場の市場調査

流通菓子の売り場はかなり広いスペースで展示販売されているようなので、まず売り場の状況と流通菓子の包装方法、その形態と展示方法について調査することとした。

調査場所として店舗

- ① 甲府市内のデパート 2店舗
- ② 甲府市内の大手スーパー 3店舗

客層調査の実施

- ① ウィークデイの調査時間はPM 5:00~7:00とし、各売り場での目視調査

* 東京造形大学 教授

② 土・日曜日の調査はAM11:00~12:00とPM 4:00~6:00の2回とし、各売り場での目視調査

2-3 サンプル・パッケージによるアンケート調査
売り場での展示販売状況を調査する中で、更に詳細に購入者の指向を調べる必要性から、参加企業が販売している商品を中身とし、下記9タイプ12点のサンプル・パッケージを作成した。それらの写真1(A~L)をもとにアンケート調査を実施した。アンケートの対象者としては、甲府市に在住する幅広い年齢層の男女250名に協力要請をした。デザインのサンプル試作内容

- A 窓あき印刷の袋包装 (ミニサイズ)
- B 3種類袋を1セット包装 (ミニサイズ3種)
- C 減量した袋包装 (中サイズ)
- D 5種類を組み合わせた袋包装 (従来サイズ)
- E 単品を手提げ袋に包装 (ミニサイズ)
- F 3種類のミニ袋を箱詰め包装 (ミニサイズ)
- G 4種類を各少量箱詰め包装 (中サイズ)
- H 単品箱詰め包装 (中サイズ)
- I 単品箱詰め包装 (中サイズ)
- J 2種類を箱詰め (中サイズ)
- K 単品箱詰め包装 (中縦長サイズ)
- L 透明の袋包装で3シリーズ (ミニサイズ)

2 4 市場における商品の現状分析

- ① 市場で販売されているパッケージの素材を検証し、省略可能か検討
- ② 環境を配慮した素材に置き換えられるか検討
- ③ 中身によっては必要不可欠の包装があるので、素材そのものを再検討
- ④ トレイとして使用している発泡材は極力省き、非木材紙、リサイクル紙、または、リサイクル可能な素材を検討

2 5 環境を考慮したパッケージ素材の調査

包装材の企業は各種素材を研究し提案しているが、いずれにしても需要と供給に寄ることで、まだまだコスト高と言える。しかし、お菓子の業界に限らず、他産業においても環境問題への動きが加速しているのも事実である。そこで、現状の菓子用包装材について情報収集を行った。

3. 結果と考察

3-1 参加企業の生産品種

参加企業の製造商品を調査した結果、次の2通りであった。

- ① 流通菓子は、中身が和風、洋風、ボンボン、ゼリー、豆菓子、揚げ菓子など。
- ② 生菓子は和菓子、洋菓子の2タイプであった。

今年度は流通菓子に焦点を絞り、それぞれのパッケージ・デザイン、その1包装の容量、販売価格についても調査した。容量量は150g~250gが大多数で、価格は500円以内であった。

比較検討として県外の流通菓子を調査したところ、デザイン(包装材、配色、形態、文字)、容量、価格が従来からの流通菓子とは違っていた。特に変化していたものは、形態が立体系になっており、マチ付きで縦置き可能なもの、あるいは三角の縦長形態でかわいらしいデザインのものもあった。容量は少なめの120g~180gのもので、全体にコンパクトな包装のものがあった。

3-2 県内のデパート、スーパー、専門店における菓子売り場での調査結果

各売り場での調査結果を分析すると、流通菓子の売り場はどこもかなりの広さを占めていた。包装の形態は想像以上に多様化しており、それによって、展示方法、スペースも違っていた。

- ① 従来からある袋菓子は幅30cmほどの棚で重ね展示
- ② 袋の上部がリボン結びで、立体として立つものは棚に縦列に並べられての展示
- ③ 簡易な箱、紙カップ入りの立体物は棚に縦列展示
- ④ 透明筒状で止め口に穴を開けたミニサイズの袋ものは、ハンガー掛けでの展示
- ⑤ 有機栽培の素材によるお菓子、無添加素材のお菓子は健康食品コーナーでの展示

流通菓子の売り場は調査を開始した平成12年7月~11月に比べ、平成13年2~3月では微妙に売り場の変化が見られた。お菓子自体が新しい提案の商品あるいは従来からの商品であっても、ロングランで人気のあるものの中には、環境問題を積極的に導入した素材によるパッケージ・デザインが登場していた。このことから、流通菓子においても他の商品と同様で、環境問題を考慮し、企業戦略としていくことは確かである。パッケージにエコマークやリサイクルを表示することにより、その企業の理念の一旦を購入者にPRし、そのことが販売戦略に繋がるのも事実である。エコマークおよびリサイクルマークは環境を意識する多くの人々の価値判断の基準として認識されている。こうしたことを踏まえ、客層について目視調査を行った結果を記す。

- ① ウィークデーのデパート(2店舗)において、11月6日から10日の各日午後5時から7時の間、流通菓子売り場で目視による調査を行った。客層はほとんどが勤め帰りの婦人で年齢は40才から50才位で、まれに50才代の男性客が品選びしていた。売り場の担当者のお話によると月曜日の午前中は60才から70才のご婦人方が多く購入しているとのことであった。また、スーパー(

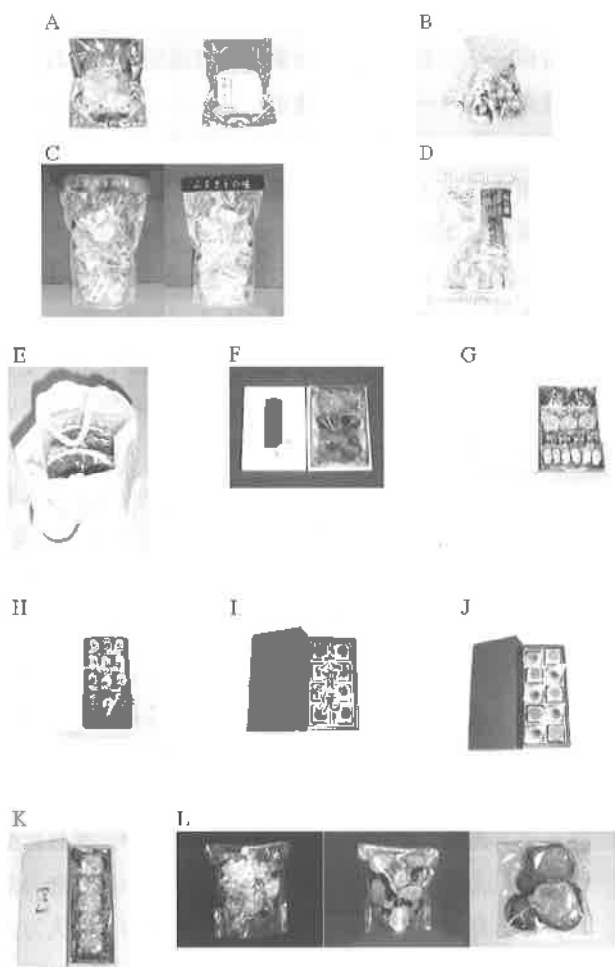
3店舗)の回売り場では、40才前後の婦人が多く見られた。売り場の担当者のお話では60才以上のお客さんは午後3時過ぎから4時過ぎの時間帯に来店し購入するとのことであった。

- ② 上・日曜日の午前中、デパート(2店舗)での流通菓子売り場の客層は、60才前後の婦人又は60才前後の夫婦が多く見られた。午後は40才から50才代の婦人が主体で、まれに50才代の夫婦が品選びしていた。スーパー(3店舗)の売り場においては、午前中は50才代の婦人が多く、午後は30才代から50才の家族連れが多く見られた。男性だけの客はほとんど見られなかった。スーパー3店舗の担当者からは的確な情報は得られなかった。

3-3 サンプル・パッケージによるアンケート調査

市場調査の分析結果及び参加企業持ちよりのパッケージ、並びに他県の流通菓子のパッケージを検討した。その結果を参考にして12点のサンプル・パッケージ(写真1, A~L)を作成した。パッケージに詰めるお菓子は参加企業持ちよりの商品を単品物と、3~5種類を組み合わせた物を写真撮りし、アンケート調査を実施した。

写真1 サンプル・パッケージ(A~L)



アンケート調査の対象者は甲府市周辺に在住の幅広い年齢層の男女を対象に実施し、250名の回答を回収した。集計に当たり、回答もれの項目があるものは全て除外した。全回答されていたのは147人で、その内訳は男性66人、女性81人であった。その結果を分析したところ年齢、性別、中身のお菓子が単品、あるいは複数種の組み合わせ、容量等、いくつかの要因により選定されるものが異なることが判明した。用途別に選定されたものは次の①~③である。

- ① 「家族で食べるお菓子」として選ばれたものを図1(男女別)に示す。男性は写真1のG, D, Bを選定し、女性はL, G, J, Kを選定した。共通して言えることは、複数種類のお菓子を組み合わせたものを3~4人で一回で食べ終わる容量のものを選定している。男女別で見ると、男性は箱タイプのきちんとしたパッケージを好んで選定し、女性は中身で選定している。

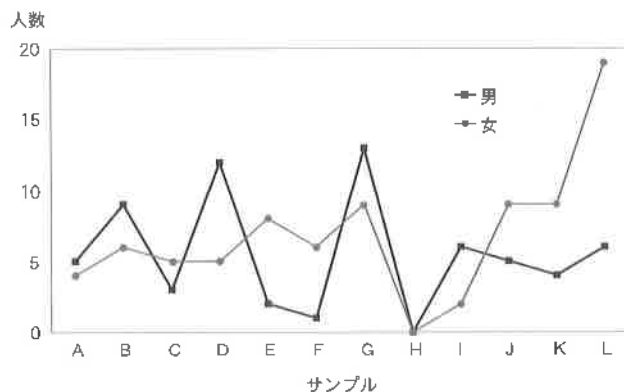


図1 家族で食べるお菓子(男女別)

年齢別で見ると、図2のようにそれぞれの好みで選定していることが判る。

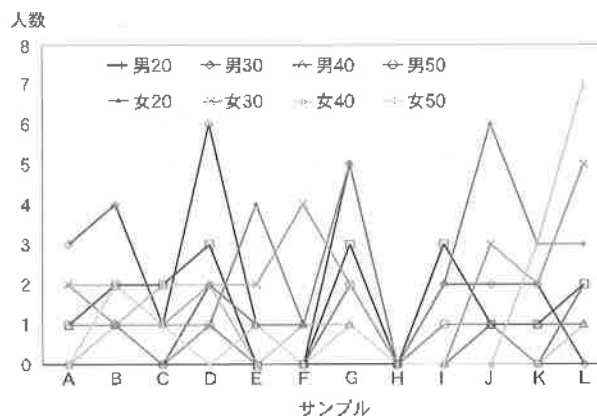


図2 家族で食べるお菓子・年齢別(男女別)

- ② 「来客用のお菓子」として選ばれた男女別の結果を図3に示す。男性は写真1のJ, G, Kを選定していた。

女性も同じ3点を選定しているがK, J, Gの順位で選定していた。男性は1位に日本調のパッケージのものを選定し、女性は1位に現代風の物を選定している。いずれにしても容量は少ないもので、開封してそこで食べ終わる容量の少ないものを選定している。包装は和風の物を選定していた。

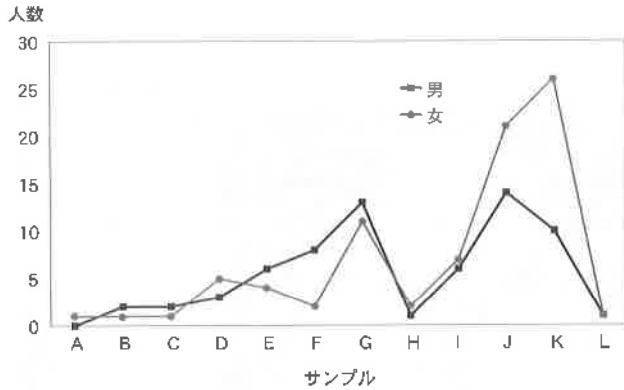


図3 来客用のお菓子 (男女別)

「来客用のお菓子」の年齢別・男女別選別結果を図4に示す。

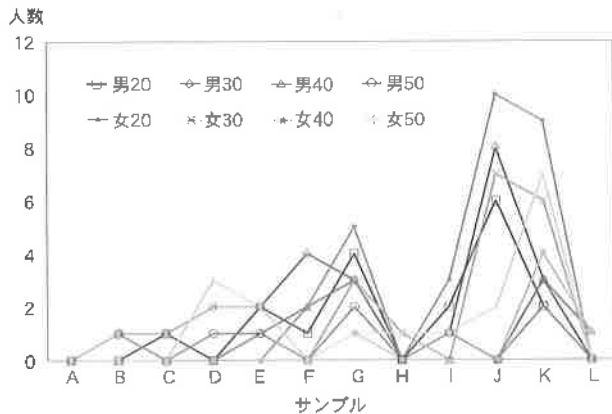


図4 来客用のお菓子・年齢別 (男女別)

③ 「手土産用のお菓子」として選ばれたものを図5に示す。男性は写真1のG, F, Iを選定している。女性はGに集中し、続いてJ, Fを選定していた。男女共に和風の箱タイプのパッケージで、容量的には一度で食べ終わり楽しめるものを選定している。親しい人へのちょっとした手土産には、体裁の良いおしゃれなパッケージを選び、中身のお菓子も少しずつ、いろいろ味わえるタイプのものを選定していることが判明した。

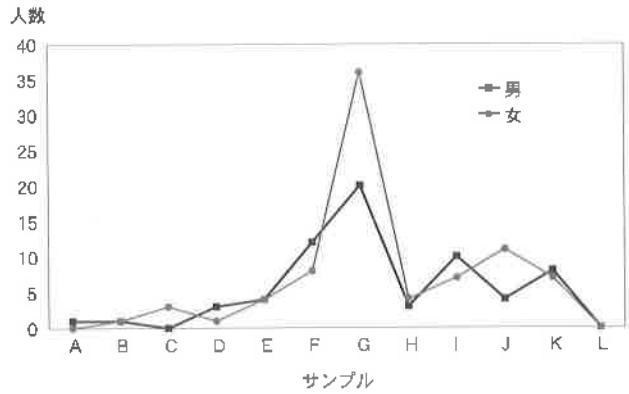


図5 手土産用のお菓子 (男女別)

「手土産用のお菓子」は年齢別・男女別では図6のようであった。

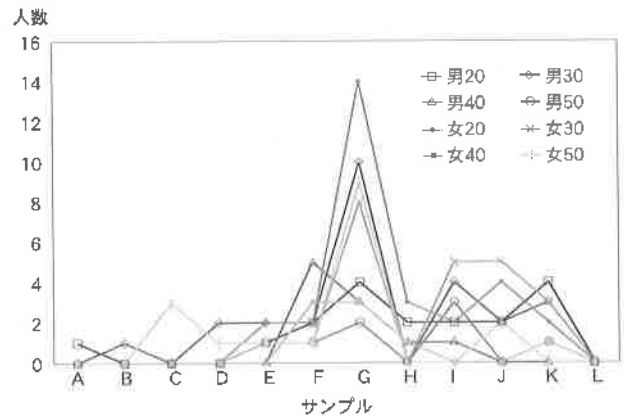


図6 手土産用のお菓子・年齢別 (男女別)

3-4 環境を考慮した素材

環境を配慮した包装用の素材はまだ初期段階ではあるが、各メーカーが研究開発しているのは事実で、それらを使用し始めた企業からの提案などによる改良開発が行われており、市販で自由に購入出来るものは一部である。調査した結果、次のような素材が挙げられる。

① ウッズ原紙

リサイクル紙で、古紙の配合比率は60~80%。古紙は、牛乳パック、書籍、クラフトパルプのカス、クラフト袋の古紙、パッケージの打ち抜き後の端切れ紙、新聞古紙(脱インキ)などをリサイクルしたもの。

② 非木材紙を原料としたもの

・サトウキビ

精糖工場で糟汁を搾った残り糟(バカス)を原料とした紙

・麦ワラ、稲ワラ

非木材の中で大量に利用されている紙の原料

・パーム椰子

食用や石鹸に使用される油の原料、捨てられている
屑の有効利用

・バナナ

幹の繊維を利用、薄くて丈夫な高級紙ができる

・竹の繊維

繊維が長く、インドや中国で広く利用されている

・葦の繊維

東欧やアジアで利用されているが、日本では多摩川と琵琶湖の葦が活用されている

・ケナフの繊維

栽培しやすく成長が早い作物で、紙資源として期待されている

・楮、みつまた、雁皮

手漉き和紙として従来からある

上記の素材によるものは、パッケージとしてのお役目を果たした後は廃棄処分となる。第一に検討したのは、リサイクルにより再利用出来る素材。再利用できても最終的に処分しなければならないが、その時には成分解質のものは土に返すことが可能である。また、焼却するにしても極力環境に優しい方向での処理が可能である。

3-5 最終提案のパッケージ・デザイン

パッケージの形態を作る元型は金型制作によるので、多額の経費を要する。本研究では、包材メーカー試作の包材及び容器を入手した。まず中に入れるお菓子の組み合わせを企画し、中身のPRをパッケージ上で如何にデザインすることが出来るかを検討した。本研究の最終提案としてのパッケージ・デザインを8点(写真2~9)を試作した。

試作の際、次のことを考慮した。

1. 牛乳パック等のリサイクル紙
2. リサイクル可能なもの
3. 材料が非木材(葦、ケナフ、バナナ、竹、バカスサトウキビ等)
4. ヤングから年配者まで購入してもらえるようなもので、時代を読んだデザインを企画
5. 環境を配慮しながらも、お菓子の持つ魅力とお菓子から文化を感じさせるものを表現
6. お菓子を媒体として「いやし」「くつろぎ」「コミュニケーション」を計れるデザイン

試作パッケージのデザイン意図

- ① 袋詰めのお菓子をモダンな感じにデザインし、ヤングから年配者まで幅広く楽しめるパッケージに衣替え出来ないか検討した。その結果、アイスクリーム感覚のイメージが浮かびカップを採用することとした。(写真2)

白地のカップで、中身の甘納豆、甘納豆苺、昔懐か

しい栗ボールとミニ桃山菓子をそれぞれのカップに入れ、単品もしくは3カップの組み合わせを企画デザインした。中身の写真をデザイン・モチーフにしたシールを蓋に添付し、美味しさをPRする企画とした。パッケージの素材はリサイクル可能紙を使用。このカップはドライブ、バス旅行、オフィスでのティータイムにそのままで十分おしゃれな容器で、周囲を汚すことなく使用出来ると考えた。

写真2

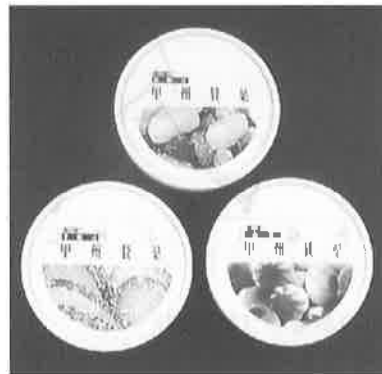


写真3



- ② 写真2のカップ入りお菓子3種類を組み合わせ、個々のカップの蓋は付けない状態で、中仕切りをして重ねた状態で半透明の袋入りを企画した。(写真3)それぞれの容量は蓋付きのカップのものより小さいサイズのカップで少量とし、家族、仲間で気軽に楽しめるものとした。

- ③ 小袋による小包装を止め、お菓子を一つずつ密着包装し箱に並べることにした。(写真4及び5)個々のお菓子の形を守るために、2色配色の中仕切り紙をヒントにし、中間色2色で上品な和風菓子用として構成した。これは、ちょっとした土産にもなる商品となった。年上の人を訪問する際に気張らずに差し出せるお菓子のパッケージとして考えた。

写真4



写真5



④ 家族でお茶を飲む時は、3～5種類のお菓子を一つずつ食べたいと言う意見がアンケート調査の結果で判明したので、複数種のお菓子を組み合わせる箱詰めとして企画した。(写真6) 箱の表には家族団欒の状況をイラスト調にデザインし、外包装紙を省き封はシール止めとする企画でデザインした。シールのデザインはイラストの一部である楽譜の部分を縮小し、楽しいデザインのシールとした。これらの一連のデザインはお菓子を食べながら「家族のコミュニケーション」の話題作りにと考えたデザインである。

写真6



写真7



⑤ 和風パイ入りのパッケージはアンケート調査の折、高得点の結果が得られたので、パッケージは箱タイプでお菓子屋さんのドアをイメージし、デザインを若者向きに企画した。これも外包装をせず封印はシール止めとした。(写真7)

⑥ 年配の人向けに、甘納豆を3種類ミニ箱に詰め合わせ合わせる企画とした。(写真8) これはパッケージの表に和風のイメージとして懐紙に甘納豆を載せた写真を使用しデザインした。外包装紙なしで封印はシール止めとした。また、年配の女性達の集まりの際、土産用としてミニ箱はおしゃれで、気取らない菓子折りとして活用できると考え企画した。

写真8



写真9



⑦ どちら焼きは電子レンジで加熱すると、焼きたてのホットどちら焼きで美味しい。このことをレシピ情報としてPRすることとした。(写真9) 容器のまま加熱できる素材として開発された葎を圧縮したパッケージを選定した。レシピ情報を「ホットどちら」と命名し、それをキャッチコピーとした。これは、ヤングから年配者まで幅広く楽しめるデザインとし、容量も一回で食べられる3ヶ入りとした。

以上が主な提案の試作内容である。本研究は商品をPRしながらも、可能な範囲で環境に配慮し、ゴミ問題、リサイクルによる資源の活用を基本とした。このことはパッケージデザインをするデザイナーの役割であり、使命であると考え、そうした企画提案としたものである。

4. 結 言

現在販売している流通菓子の包装材は一部環境に配慮したものが使用されていたが、一般的には従来のままの素材が多く、デザインは年配向きというイメージを拭えない。本研究はお菓子の果たすべき役割である「いやし」「くつろぎ」「人とのコミュニケーション」を考えパッケージを検討した。デザインの基本として、素材はゴミとして簡単に焼却せず、循環型の資源活用を前提に、次の素材を検討した。

- ① リサイクル用紙を活用
 - ② リサイクル可能な紙を使用
 - ③ 非木材(葎・ケナフ・バナナの素材)による紙等。
- また、アンケート調査を基に購入者がどのようなパッケージを望んでいるかを分析した結果、次のことが多くの人々の意識にあることが判明した。
- ① 「お菓子はいろいろの種類を少しずつ食べ、開封したものは一度で食べ切りたい」との意見が多い。従来の袋菓子はどれも容量が多く、あきたり、食べ残すことが多い。
 - ② 流通菓子のコーナーは年配者向きのデザインで昔からのものがほとんどで若者向きでない。
 - ③ リサイクルマークのもの、あるいは、環境に優しい素材使用のキャッチコピーが印刷されているもの。

本研究では、上記のことを踏まえ、本県の菓子業界が新商品のパッケージ・デザインを企画する際、環境問題を考慮しながらも、時代に応じたデザイン、キャッチコピーによる新鮮な商品を市場に提案し、若々しいお菓子として市場で人々の目を引き寄せ新規顧客を確保しながら、お菓子が持つ昔からの文化を普及することを期待する。

最後に、御協力を頂きました(株)オオキ、同社の小林

三氏，(株)オープンハウスの鈴木勝美氏，山梨県菓子
工業組合・青年部の方々，アシスタントの岡治美氏に心よ
り感謝します。

参考文献

- 1) 沖慶雄：エコパッケージへの取り組み，(財)クリーン・ジャパ
ンセンター，(社)日本パッケージデザイン協会，P.5-10 (1998)
- 2) 金子修也：エコパッケージへの取り組み，(財)クリーン・ジャ
パンセンター，(社)日本パッケージデザイン協会，P.11～17
(1998)
- 3) 佐藤邦夫，平澤徹也：H経デザイン 11月号，70～71 (2000)
- 4) 横路文雄：食品工業 2月号，62～63 (1999)