

「パケ買い」しやすい商品パッケージ

つい手に取ってしまうパッケージデザインの要素分析



Name 金子泰千 / Taichi Kaneko
High School 旭川東高校
Comment カレーの人
Graduation Work

1 背景と目的

「パケ買い」という言葉が存在するように商品のパッケージのみを見て購入することは少なくない。「かわいい」や「美味しそう」など心理的な要因が大部分ではあると考えるが、その他にもなんらかの要因が存在するはずである。

本研究ではパッケージデザインを分析し、つい手に取ってしまうパッケージデザインの要素を明らかにすることを目的とする。

2 概要

本研究ではテーマを「お土産」に限定し、「パケ買い」及び魅力的な商品パッケージについて心理的要因と具体的な購入要因、及びパッケージの構成要素について探り、パケ買いしやすいお土産の商品パッケージについて提案を行う。最終制作物として筆者の地元、東神楽町の「黒豆カレー」のパッケージ制作を行う。

3 研究内容

まず2017年から2021年の日本パッケージ大賞で金賞以上を受賞したパッケージデザインとじゃらん net で北海道のお土産ランキングトップ20に挙げられている商品を対象として調査

を行った。結果は日本パッケージデザイン大賞で金賞以上を受賞している商品はカラフルなもの、または白や黒を基調としたシンプルなデザインが多く見られた。またシズル感は少なく庶民的であるものも多く見られた。北海道のお土産ランキングトップ20では特筆すべき特徴は見られなかった。

次に既存のレトルトカレー五種のパッケージを対象にした印象調査を行った。結果はシンプルさと購入意欲、おしゃれと購入意欲の間に正の相関が見られた。またインパクトと購入意欲には負の相関が見られた。このことからシンプルでおしゃれなパッケージが好まれるのではないかと考えた。

次に、上記の調査結果をふまえたパッケージを制作し、印象調査を行った(図1)。



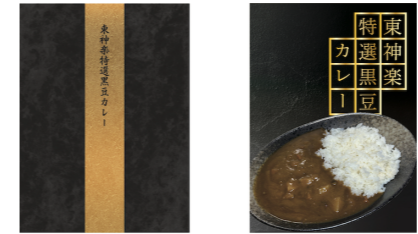
図1 制作したパッケージ

結果から消費者は「おしゃれ」と「高級感」をほぼ同義として捉えているのではないかと考

えた。

最後にこれまでのアンケート調査を基に4種類のパッケージを制作し、それを対象に印象調査を行った(図2)。

結果は全パッケージにおいて良いという評価が50%を超え概ね想定通りとなったが、いくつかのパッケージにおいて反省点も残る結果となった。



高級感重視

高級感+インパクト



インパクト重視

インパクト+面白さ

図2 最終制作したパッケージ

4 結論

複数回のアンケート調査を通して、パッケージのみを見て購入するには「高級感」が大切であることがわかった。そこから「パケ買い」には「高級感」が必要であると考えられる。

また、お土産とする場合には「高級感・おしゃれ」に加えて「インパクト」のある商品も人気であった。人に渡す場合には贈り物としての側面が強いから高級感のあるパッケージデザインが人気であったが、それと同じように旅行の思い出としてや、話のきっかけとしてインパクト

トがある面白いパッケージデザインも好まれるようであった。

魅力的なパッケージデザインの構成要素とは写真やタイトルであり、イメージには「高級感」が必要なのではないかと考える。



人間情報