

中小企業経営者のための包装デザイン選択手法の開発（第4報）

－経営会議の実施とアンケート調査による開発手法の評価－

Development of package design selection method for SME managers (4th report)

－Evaluation of the method through management meetings and questionnaire surveys－

工藤 洋司、赤田 朝子

県内中小企業においては、デザインの活用が増えている一方で、経営者がデザイン案の評価や選択に悩み、商品への採用を見送る事例も多く見られる。そこで、本研究では中小企業が利用できる客観的な「デザイン選択手法」を開発し、経営者が判断できる情報を提供することを目指す。

第4報では、第3報までに報告した包装デザイン評価法に基づき、3社を対象に経営会議を想定した各2案の包装デザインと経営者がデザインを選択できる情報※表1を簡潔にまとめて提供した。

模擬経営会議では、商品企画支援ツール「V-Cup」を使用して作成したデザイン仕様について解説し、その仕様がパッケージデザインにどのように反映されているかを説明した。また、2案のデザインについて、ターゲットイメージ層（20名）を対象に実施した視線測定とSD法による調査結果を基に要素の伝わり方の違いを解説した。その結果、経営会議参加者から「自信を持ってデザインを選択できる」との回答が得られた。また、試験に協力したデザイン会社へのアンケートでは、「クライアント企業とデザイン仕様を共有できた」「意見（イメージ）の食い違いが少なくなった。」等の回答が得られた。

さらに、これまで難しかった市場調査と分析を、簡易手法で確立し、デザイン案の情報伝達を評価する手順※表2とガイドブック※図1にまとめた。この手法を利用し、商品企画から始まるデザインワークを企画シートに沿って進めることで、企業自らがデザイン仕様を作成できるものと期待される。県内企業の包装デザイン評価法の活用事例を増やし、デザインの普及に努める。

表1 デザイン選択会議への提供情報

○デザイン仕様	ターゲット	価格	コンセプトなど
○パッケージ要素	メインブランド	商品名	イメージ図
	内 容	地域ブランド	製法技法
	その他		
○視線測定結果	包装の情報デザインを12秒以内に確認		
○SD法の結果	2案の情報デザインを評価（デザイン仕様に基づく評価基準を活用）		

表2 包装デザインの開発手順

- 1 商品企画支援ツールV-Cupシート記入
- 2 SNSによる市場調査
- 3 Text Miningを利用した解析
- 4 デザイン仕様書の作成
- 5 包装要素のチェック
- 6 視線測定による視認時間調査
- 7 SD法アンケートによる情報認知調査
- 8 デザイン選択の為の評価結果まとめ



図1 ガイドブック