

経営サプリメント



(公財)あきた企業活性化センター
知財・デザイン支援課 デザイン相談員

菅原 由佳

短期大学校、工業高等専門学校でのデザイン系学科にて講師を務め、各校で基礎デザイン、視覚伝達デザイン等の分野を担当。セミナー、調査・研究など、その他の業務にも携わる。2018年度からデザイン相談員として、デザイン相談、デザインの普及・啓発等に関する業務等を担当。



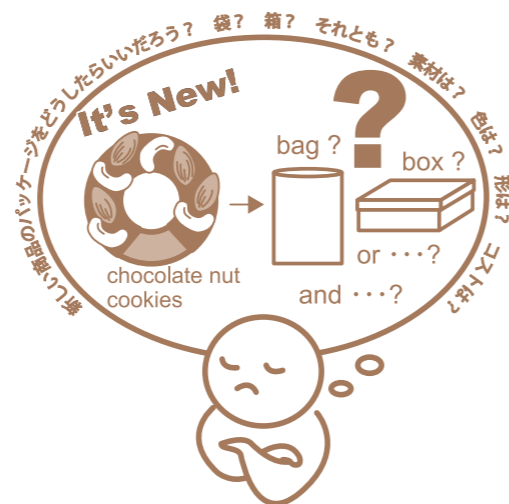
食品パッケージを作る前に考えたいこと I

～「6W4H」をもとに考えてみましょう～

秋田県内の中小企業の皆様からのご相談を受ける中で、比較的多いと感じるのが商品のパッケージについてのご相談です。例えば「新商品を開発した。」「商品をリニューアルした。」「今あるものをギフト商品にしたい。」など、様々な状況の中で新たなパッケージを作りたいがどうしたらよいかという内容です。

パッケージは商品を保護するとともに取り扱いを容易にし、商品の情報や魅力を伝え、お客様にとって第一印象となる大切なツールです。そのため、単に色や形のカッコよさだけでなく、本来の目的を考え、最適なパッケージは何かをよく練ることが必要です。

例えば、お菓子であれば、地域のスーパーで販売される日常的な商品と、百貨店で贈答品として販売される高級品とでは、パッケージデザインの表現が異なります。状況を考えず商品のコンセプトに合わないパッケージを作ると、良い商品であってもお客様に届きにくくなってしまいます。また、カッコいいステキなパッケージにしたのに売れないということもあ



ります。原因のひとつとして、内容とパッケージのミスマッチもあります。販路や伝達方法等に課題があることも考えられます。商品の売上向上が目的であるならば、パッケージだけではなく、商品状況を総合的に把握して、経営計画も含めて検討することが必要です。

そこで、パッケージを検討している方に、パッケージを作る前に考えておきたい「6W4H」をご紹介します。

耳なじみの「5W1H」は、「When(いつ)」、「Where(どこで)」、「Who(誰が)」、「What(何を)」、「Why(なぜ)」、「How(どのように)」を表しますが、「6W4H」は、これに1Wと3Hを追加したものです。

パッケージを考える際、ターゲットを考えることが大切ですので、ターゲットとしての「Who(誰に)」と、コストや数量等を考える「How much(いくら)」と「How many(いくつ)」、さらに今回「How to communicate(どのように伝える)」も加えてみました。スマートフォンやタブレット等で簡単に大量の情報を収集し、比較・共有できる現代において、WEB上の媒体のみならず、印刷物、売場、展示場など、様々な状況における商品の見せ方・伝え方は、商品をお客様に届けるためにとっても重要となるからです。

各項目は単語一つで表されていますが、確認する内容は多々あります。例えば「What」は「商品は何か」という項目ですが、商品そのものが何かというほかに、どんな価値やメリットがあるのか、どうしてそれを作るようになったのか、他社にはない特徴があるのか、どのように製造するのか、また、競合商品は何かなども考えていきます。各項目の中でさらにWhatやWhy、Howなどを使って探っていくのです。各商品によって状況が異なりますので、それぞれに応じて、「W」や「H」を増減しながら検討するとよいでしょう。

「6W4H」を基に、商品についてはもちろん、企業状況、事業計画、今後の展開などについて考えることは、その商品にストーリーを生み出すことにもつながります。改めて客観的に捉えたり、深めたりして向き合うことで、本来の課題が見えて、思い込んでいたことを見直すこともできます。そして、その中で、パッケージの方向性がより明確になり、コンセプトを確定することができるのです。



一見パッケージのスタイルを決めることは遠いように感じられるかもしれませんが、パッケージデザインの中で重要な第一歩となります。また、商品に関連したリーフレットやチラシ、ホームページなどを考える際にも役立ちます。

デザインを依頼する前に、または自分でデザインする前に「6W4H」を是非考えてみてください。

6W4Hの項目

1	What?	何を 商品	その商品はどのようなものですか？ 材料、サイズ、特徴、価値、メリット等はどうですか。競合商品はありますか。
2	Who?	誰が 企業・製造者	その商品をつくっているのは誰（企業・製造者）ですか。どんな企業ですか。どんな人がつくっているのですか。
3	Who? (whom)	誰に ターゲット	その商品を誰に買ってもらいたいですか。ターゲットは具体的にどのような人を想定していますか。その人に何を感じてほしいですか。
4	Why?	なぜ 目的・目標	なぜその商品を作って売りたいのですか。目的は何ですか。目標は何ですか。なぜそのような目的・目標に至ったのですか。
5	Where?	どこで 売場・流通	その商品をどこでどのように売りますか。具体的にどのような店を想定していますか。どのような販路がありますか。
6	When?	いつ 時期・計画	その商品をいつ売りますか。製造から販売までのスケジュールはどうですか。今後の事業計画はどうですか。
7	How?	どのように 状況・環境・方法	商品をどのように製造していますか。製造・販売する状況・環境はどうですか。商品の状況はどうですか。
8	How much?	いくら 価格・予算	その商品の原価はいくらですか。その商品の価格はいくらですか。適正価格になっていますか。パッケージにかかる予算はどのくらいですか。
9	How many?	いくつ 個数	販売個数は何個ですか。生産数はひと月どのくらいですか。どのくらい販売したいですか。
10	How to communicate?	どのように伝える 伝達方法	その商品をターゲットにどのように伝えますか。広告媒体は何を活用しますか。POP*、リーフレット、ホームページ等はどうしますか。

※ POP : Point of Purchase Advertising の略 (購買時点広告)

