

新たな豆腐シリーズ 「日本の豆腐」デザイン開発



図 1 企業製品 (HP より)

【開発の背景】

株式会社小沢食品は、茨城県内の豆腐製造企業で、製品は主にスーパーマーケットで販売されています。

(図 1)

今回、自社ブランドの刷新や新規機器の導入を切っ掛けに国産大豆にこだわった商品開発に着手しました。

特に、「上品さ」「高級さ」を目指した強い熱意を持っての開発であり、当センターはデザインの相談をお受けし支援しました。



図 2 デザインサンプル

【開発の経緯・支援内容】

デザイン開発において「上品さ」「高級さ」を探るために、1. 市場製品の現状を知るために市場製品画像を収集しデザイン傾向を分析、2. 企業が目指したいデザインの意向を整理、それらをもとに既存製品デザインと差別化を図るためのデザインの方針およびデザインサンプルを作成しました(図 2)。デザインサンプルについては無駄な要素を極力省き、各々のデザイン要素が認識しやすいようなものとしています。

また、デザインサンプルを 3～5 秒見たときにどの位置にどの程度注意が引かれているかについて、視線予測シミュレーションを用いて検討をしました(図 3)。

その結果、商品名を小さめに配置した今回のデザインサンプルの場合でも注意が引かれる確率が高いことが確認できました。

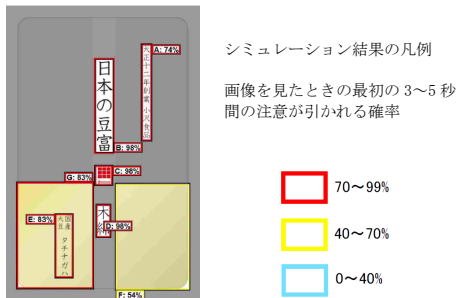


図 3 視線予測シミュレーション

【開発した製品の紹介】

現在は、このデザインサンプルをさらに展開した商品デザインに応用し「日本の豆腐シリーズ」として販売につながっています。(図 4)



日本の豆腐 4パック



日本の豆腐 常陸手揚

価格：メーカー希望小売価格 いずれも 200 円(税抜き) 販売先：茨城県内スーパーマーケット 等

図 4 デザインを展開した商品「日本の豆腐シリーズ」

基礎となった事業

平成 26 年度 オンリーワン技術開発支援事業 (受託研究)
デザイン開発支援事業

現在の担当部門

産業連携室 室長 磯 智昭 TEL:029-293-7213
主任研究員 石川 章弘