

カニ缶詰パッケージデザイン開発の支援

住所	宮城県亶理郡亶理町逢隈中泉字一里原 141-1	資本金	1,600万円
代表者	千葉 保男	従業員数	62人
創業年	昭和25年4月	売上高	-
業種	カニを主体とした缶詰、冷凍製品製造業 (懐石料理店の経営)		
TEL	0223-34-8358	URL	http://www.maruyasuisan.com/

事業概要(被災前)

- ・昭和25年創業、昭和42年株式会社に改組。
- ・カニ缶詰が主力商品で全国の百貨店、ホテル、中華料理店、TVショッピング、ネット販売で好評を得る。
- ・かつて、ズワイガニの水揚げがあった名取市閑上に本社を置く。



名取市閑上浜



本社工場(閑上)

被災概要

- ・名取市閑上にあった本社事務所、缶詰工場、倉庫は津波により壊滅。これにより、カニ缶詰の製造が困難となった。事務所・工場からの避難は完了したものの、会長、本社工場長、従業員に犠牲者が出た。
- ・亶理町にある冷凍製品工場と仙台市にある和食店は無事残る。閑上本社地での再建は断念。亶理工場の敷地内に缶詰生産ラインを復活、亶理工場に集約化。



閑上地区の被災状況

復興に向けた状況や課題

- 当面の課題は次の通り。
- カニ缶詰の売上高をより伸ばすため、
- ・現行パッケージの見直し。
 - ・差別化商品「北海道産フレッシュ紅ずわいがに缶詰」のパッケージ開発。
 - ・香港、台湾への輸出展開に伴うパッケージ開発。



亶理工場



外食部門・花乙女(仙台市泉区)

支援テーマと内容

1. 現行パッケージについて見直し
 - ・使用部位や蟹の種類によってグレードが異なるものの、デザインに差異なし。
 - ・企業ブランドの表記不在。
2. 差別化商品「北海道産フレッシュ紅ずわいがに缶詰」について
 - ・従来品とは一線を画した斬新なデザイン策定を支援。
3. 香港、台湾への輸出展開に伴うパッケージ開発

従来のデザイン
紅ずわいがに缶詰

棒肉詰



水揚げされた紅ずわいがに

「北海道フレッシュ紅ずわい蟹」デザイン作成支援 5案

支援の成果

- ・ライバル商品に埋没しない革新的なパッケージデザインを開発すべく、まずはメーカーの意図や想いを整理しデザイナーに伝えるためのコンセプトシートの作成について支援。
- ・ターゲットを明確にしていき、フレッシュさの演出から利用シーン、客層を国内で広げていくとともに、海外市場でも受け入れられる新しいカニ缶詰の世界観を作っていった。
- ・海外の消費者や国内の新たな顧客でも感覚的に商品を知ることができるよう、仕様別に色や写真で明確に差異を確認できる要素をデザインに取り入れた。
- ・コンセプトの共有を終えたのち、その具現化例としてデザインの5つの方向性を示した。その後の細部の調整を経て、最終的なデザイン作成に至っている。
- ・新ラベルデザインに合わせた斬新なギフト用ケースについてもデザイン案の支援を行った。

事業者からのコメント

・当社のカニ缶詰のデザインは、伝統と格調を重視し、各商品でほぼ同一のデザインを使用していました。もちろんそのデザインで認知し継続購買頂いているお客様もいますが、際立った特長をもつ商品を強く差別化し訴求する事ができずにおりました。新しい年齢層や海外消費者という、商品を未知の方にも訴求できるデザインを求めていましたが、地元では誰にどう相談すれば良いかも分からない状態でした。

・岩野アドバイザーのご指導により、商品への想いやねらいについてをコンセプトシートにまとめ、デザイナーと共有するための方法を学びました。また単にかっこいい、おしゃれなデザインが良いのではなく、対象を意識した細かい配慮や刺激を散りばめたデザインが重要と知りました。完成したフレッシュ製法の缶詰の新デザインは国内外で好評を得ており、それまでなかなか決まりにくかった国内こだわり食品の店の棚に置かれたりしました。整理したコンセプトに基づき、ネット上では利用シーンの提案も一新し、訴求を強化しました。岩野アドバイザーのご指導を生かし、その後、地元を中心とした厳選食材を製品化するための「CANNED」というブランドを立ち上げました。これからもコンセプトを練り上げ、発信する為のデザイン化については大切に考えていきます。本当にありがとうございました。

今後の事業展開

- ・お歳暮商戦までにはデザインを一新した北海道産フレッシュ紅ずわいがに缶詰をもとに、百貨店やこだわり食品の店、ネット通販を通じて販売拡大を図る。
- ・国内缶詰業界は全体として売上げは減少傾向にあるが、新たな年齢層への需要拡大や東南アジア、特に香港、台湾を中心とした海外にも通用するようなデザインで販路拡大を図る。鮮魚売り場でのカニ缶詰の陳列が、素材の良さをイメージさせ好評を得た事例も受け、今後は利用シーンのイメージを想起させる販売も提案する。野菜売り場(サラダに使う)やパスタとの併売などで消費者が手に取るきっかけを増やす。
- ・名取市閑上の工場は壊滅し現在も跡地は更地のままだが、将来的に閑上地区の街づくりが進み、既存もしくは新規の事業で機能をもち得る状況になれば閑上工場を再建したい。
- ・震災復興支援アドバイザー制度は、デザインの面ではもちろん、今後の事業展開のあらゆる局面で利用を検討したい。通常、中小企業の独力では到達する事ができない専門家の方の意見を頂けるので、事業の選択肢も広がる。

震災復興支援アドバイザーからのコメント

既存ラベルの改変を地元業者と進めていたが思う様なデザインが出来上がらないのが支援相談の発端でした。

開発に際して「物語(ストーリー)性」を持たせることの重要性と今後の商品開発の際にきちんと依頼を出来る進め方も同時に支援対象として取り組みました。

缶詰の購買層が高齢化している中で若い世代にも購買意欲が湧く様なデザインに加え、販路拡大の一つとして香港を初めとし海外での販売にも適用できるパッケージ開発を目指し、数点の方向性を明示して無事に方向性を決めることができました。

今回の進め方が今後のデザイン依頼をする上で参考になれば幸いです。



マルヤ水産株式会社
常務取締役 千葉 卓也氏



震災復興支援アドバイザー
デザイナー 岩野 了