NIHON CELLONPACK CO., LTD.
www.cellonpack.com

NCPタイムズ
Nihon CellonPack Times

発行所
日本セロンパック株式会社
大阪本社
〒540-0022
大阪市中央区糸屋町1-4-7
TEL.06-6941-8851
FAX.06-6943-8855

NCP 第6号 2012.4.16発行 Times

海外視察 CHECK

世界の動向を学ぶ海外視察
第42回ISM視察（国際菓子専門見本市）
2012年1月28日(土)～2月3日(金)
ドイツ・オーストリア視察

第42回ISM国際菓子専門見本市視察ツアーが2012年1月28日(土)～2月3日(金)の日程で実施されました。弊社デザイン室からは山田倫正が参加し、ISMはもとより海外のスーパー、専門店、市場等を視察し大いに刺激を受ける機会となりました。

ドイツ･ケルンで開催されたISM（国際菓子専門見本市）は世界最大級の菓子見本市となっており、今年は出展企業数1,412社（ドイツ国外比率83%）、来場者は約35,000人（ドイツ国外比率64%）と世界中の業界関係者が集結し、広範囲に菓子がアピールされる展示会です。

各国から多数の展示ブース及び来場者が来られ規模の大きさがうかがえました。各ブースとも趣向を凝らせたディスプレイが見られました。企業特色や商品を紹介するため、何を販売し、何をアピールするのかをよく考えた外国の方にも分かりやすい構成となっていました。各商品ターゲットが明確であり、大人向け、子供向けなど分かりやすくパッケージに表現されていました。展示物はチョコ関連が多く、贈答用などはデザイン的にも品があり、美しさ、綺麗さを印象づける商品が多く見られました。全体的にイラストや写真も質感やシズル感を重視するパッケージが見られました。文字を読ませるよりも視覚で訴える商品が多いのも特徴だと感じました。

日本の商品は説明が多く言葉を重視してるとも言えます。

今回、一番驚かされたのは日本のキャラクターの露出度です。「ドラゴンボール」や「マリオ」など、特に「キティちゃん」の露出度がとても多くディズニーを上回る勢いでした。今や日本に留まらず世界にも通じる人気ぶりに感心させられました。

今回、日本企業の出展は1社のみで少し寂しい感じがしました。一部海外企業が日本のおかきやアラレなどを出展しているブースもありましたが人気がありませんでした。その原因として、米菓や和菓子などの認知度の低さにあります。日本人が好む薄味や甘辛味、風味や食感を楽しむ微妙な感覚は日本特有のものです。日本のお菓子文化は海外とは別物であり、外国の方にお菓子として認識されていない限り今後も日本企業の出展が難しいと感じました。

（デザイン室・山田 倫正）

海外ならではの商品・パッケージデザイン

一般流通品は日本ではあまり見ない紫色や肌色、青色の商品なども多く見られました。逆に赤色のパッケージが少なく海外商品の色の違いを認識させられました。包材に関しては材質、印刷、包み方、切り口一つとっても日本の方がはるかに品質は上でした。国が変わるとデザインや品質、仕様などのも違い興味深い視察となりました。ほんの一部ですが右記にご紹介致します。

シュールな写真を使用したポテトチップスのパッケージ。一見するとポスターのようなデザイン。

紫のパッケージに女性の写真をメインに使ったグミのパッケージ。人物メインが珍しい。

タテにキャンペーンの帯を付け天地でシール。日本では見かけない目新しい手法。

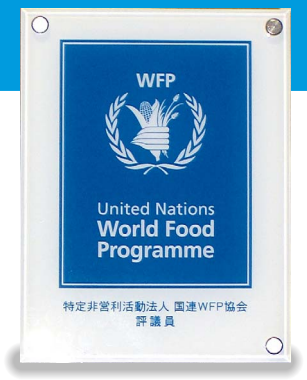
新規受注「足リラシート」について

今回、数年前まで受注していた樹液シートを「足リラシート」として再度受注しました。樹液シートとして売上が低迷していた製品が「足リラシート」として好調な販売と聞き、売込みを続けていた結果、ようやく新アイテム分を受注できました。印刷立会時に直接、広告代理店の担当者と話す機会があり、以前はどちらかといえば年配向けの製品でしたが、ターゲットを若い女性にして、品名も「樹液シート」ではなく、使用方法の解り易い「足リラシート」として、よりリラックス効果を強調されたそうです。また、デザインも女性向けデザインに変更、成分に唐辛子やラベンダー等の女性が好むものを加えた事によりOLを中心に売上が急伸し、アイテム数を増やすことになったそうです。そこで受注にむすびつきました。今はローズと生姜のみ受注ですが、他の種類についても改版アイテム増の際に伸ばすつもりです。量販店、薬局でも出回っておりますので、是非一度御覧になってください。

（名古屋支店・丹羽 達也）

WFP 国際連合世界食糧計画

World Food Programme



この度、特定非営利法人である国際連合世界食糧計画WFP協会の活動に深く共感し、当協会の評議会に入会させていただきました。現在、世界で9億人を超える飢餓に苦しむ人々の空腹や不安解消の一助となればと、微力ながら継続的な支援をしていきたいと存じます。WFPの目標「世界の飢餓撲滅」の実現を、弊社の目標として、グローバルな社会貢献を目指したいと思います。

（経営企画部・土橋 秀行）

ちょっとひと休み クロスワードクイズ

（ホームページ:CROSSWORD PUZZLE +より）

ヨコのカギ

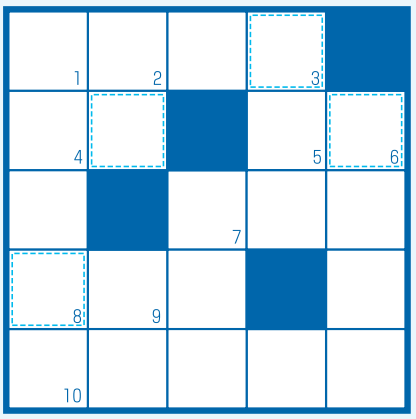
1) 古い法律にはこれで書かれたものも。
4) 木曽川中流に位置する中山道の宿駅。
5) 沖縄の県庁所在地。
7) 春半ばの夕方に南中する星座。
8) 出歯亀。
10) ギンガムチェック。

タテのカギ

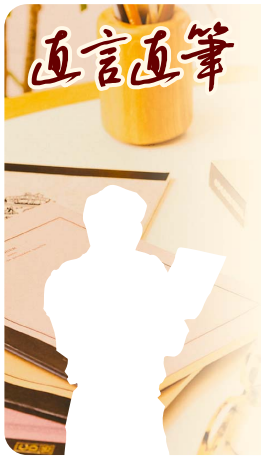
1) オタマジャクシは?
2) 不都合なことには触れずに…○○に上げる。
3) ○○○の権兵衛…誰?
6) すっかり花が落ちて。
7) サインや寄せ書きはここに。
9) 牙を目当てに乱獲された大型哺乳類。

［ヒント:4･5月にちなんだ植物です。（答えは次号に掲載します）］

破線付きの枠に入る文字を並べ替えて言葉を作りましょう。



直言直筆



「滑り込みセーフはアウトです」?車内中吊りマナー広告にあった、キャッチコピーに私は唸った。セーフなのにアウトと表現するという駆け込み乗車禁止のキャッチコピーに「なんて潔くて分かりやすいんだろう」と。このキャッチコピーは、一瞬でひらめいたかもしれないが、むしろこう思うのだ。何人もの人が何案も考え出し、産み出されたキャッチコピーなのかもしれないと。この時は「こういうキャッチコピーを待っていたんだ」と思った私だが、「こういう○○をまっていたんだ!」と言われるというのは商品作りに携わる人の誰もが言って貰うとなんとも嬉しいコトバである。改めて思う。何気なく見た商品が出来上がるまでに多くの人々の手によって形となりこうして目にする事ができるという事を。普段目にするものには様々な人が関わっているという事を考えさせてくれたキャッチコピー、そしてそれを目にする事ができた朝のラッシュの車内もそんなに悪くないと思えた。

（デザイン室・出口 依子）

前号のクロスワード答え

か	み	か	く	し
ぜ	ろ	■	ろ	す
ま	■	と	う	た
か	く	う	■	ー
せ	つ	ぶ	ん	■

【くろっかす】