



賀谷セロファン株式会社  
1day インターンシップ

# パッケージの企画提案の 魅力を体験！

2月22日(金)(予定)  
13:00 ~ 17:00

わたしたちの身の回りのもの、例えばお菓子やパン、化粧品や衣料品など、あらゆるものがパッケージで包まれています。当社はそのパッケージを企画し、製造している会社です。今回のインターンシップでは、当社営業担当のメインの仕事である、パッケージの企画提案について、その難しさや面白さを体験していただきます。

於：石川県白山市横江町1214番地4  
賀谷セロファン株式会社 本社  
★駐車場あり

参加希望の方は 2月 8日までにメール、またはお電話でお申込みください。

連絡先: 賀谷セロファン株式会社 管理部 田中  
電子メール: [kanazawa@kayonet.co.jp](mailto:kanazawa@kayonet.co.jp)  
電話: 076-276-2344

※メールでのお申込みの際は氏名・年齢・住所・電話番号・学校名  
学部・学年、参加を希望する日を記載してください。

## [インターンシップの内容]

- まずは当社営業企画室で活躍しているデザイナーからパッケージの企画提案について説明があります。
- その後、3人1チームに分かれて近くのAEONに移動。各チーム、テーマに応じた「魅力的なパッケージ」と「残念なパッケージ」を現地で見ながら選定し、購入して会社に持ち帰ります。(もちろん購入費用は会社が負担しますよ)
- 各チームで下図のようなレポートを作成して全員にプレゼンします。最後に当社デザイナーから講評をもらい、終了となります。



### ■市場調査

売れると思うパッケージと売れないと思うパッケージを選んでください。

《清涼飲料水》 陳列棚での目立ち方、手に取りたくなるポイント(形や色、デザイン、タイトル、訴求文など)を考えて選びましょう。

#### ■売れると思ったパッケージの良い点

- ・ 作り(持ち帰り用、手回しはき) 上品さ
- ・ 湯の入れ(レンジレシメット)のデザイン
- ・ 底の有機酸(乳酸)の安心感 } 材料が新鮮
- ・ 封条(袋)の質感
- ・ 商品の大きさ、素材使用 → ラグジュアリー感
- ・ 持ちやすさ(持ち手)
- ・ 持ちやすさ(持ち手)
- ・ ペットボトルの表面



#### ■売れないと思う商品の問題点

- ・ フォントに工夫が足りない
- ・ 説明がわかりにくい(わかりにくい)
- ・ 背景がわかりにくい(茶色にわかりにくい)
- ・ 色がわかりにくい
- ・ 持ちやすさ(持ち手)
- ・ 緑茶なのに白の背景
- ・ 手前にはわかりやすい商品の説明



#### ■売れないと思うパッケージの解決策(リニューアルのポイント)

ターゲット、商品の購入シーン、競合品との差別化、ネーミング、アピールポイント、デザインイメージ  
 ターゲット: 全年齢  
 シーン: のどが渇いたら、スナック

差別化: フォントと素材の組み合わせ(×大文字)  
 1.5倍の部分を倍にする(→スナックと茶のデザイン)  
 白と緑(799のイメージ)  
 陳列棚から視線を引く。  
 799のイメージのロゴ。

