

青果物の品質保持袋の パッケージデザインを変更

課題

関心は示されるは
なかなか受注につながらない

日産スチール工業株式会社は、デスクやロッカーなどのスチール製品を製造する企業で、2014年頃からは、新事業分野に挑戦。大阪大学との共同研究で青果物の品質保持袋「フレッシュママ」を開発した。この製品は、青果物が発するエチレングスを二酸化炭素と水に分解し、細胞の老化を遅くするフィルムで、主な顧客は、野菜や果物を取り扱う食品サービス業や農産物生産者である。

これまで国内外に向けて営業活動を行ってきたが、多くの方は製品自体に興味を示すものの、それがなかなか注文にまでたどり着かず、まとまった受注につながらなかった。こうしたなか「BtoBの先の最終購入者にも関心を持ってもらうためパッケージを刷新すべき」という声や、「現状のパッケージデザインは、すべての青果物に効果があるように誤解を与えているのではないか」という問題点が浮上してきた。

支援

消費増税に合わせて
デザインを見直す

そんなとき、ちょうど消費税が10%への引き上げが行われるのに際し、同社ではそのパッケージデザインを、価格転嫁に見合った、相応のデザインに刷新したいと考えていた。しかし、果たしてどんなデザインがいいのか。木津川市商工会に相談した。

同社の悩みに商工会では、デザインの専門家派遣を実施。その指導のもと、パッケージデザインの検討を支援し、ブラッシュアップを行った。

具体的には、伝えるべき人に「何を伝えるのか？」を踏まえ、「何が伝わっていないのか？」を探って行った。

単にチラシのデザイン性だけで製品のよさが伝わり購入にいたることは少ないことから、コンセプトの明確化を図り、何を載せるべきかについて、社長だけでなく営業担当専務らも加わって、専門家とともに4回にわたり検討を行った。

そのなかで、青果物を収穫してから、箱詰めする段階でシートをかけるのがもっとも効果が高いが、その後の運送時や倉庫納品後でも効果が発揮できたため、表現のあいまいさに気がついた。国内物流において、手間をかけて段ボール内にシートを1枚ずつかけることは、農家にとっては売り上げ増に結



専門家派遣を活用しながらパッケージデザインの変更を支援

びつかないこと、運送会社にとっては不良品に対して損害保険でカバーされることなどの理由から、シート購入へのインセンティブが働きづらいことがある。

また、海外向けチラシ、パッケージも含めて、SDGsの流れから「食品廃棄物発生率の低減化」という効用まで、パッケージでどう伝えるかという新たな課題も見えてきた。

支援の経過

期間	支援内容
2016年	京都府「知恵の経営」実践モデル企業認証、京都府商工会連合会顕彰事業受賞
2017年	京都エコノミック・ガーデニング支援強化事業（販路開拓・設備投資等型）の活用
2019年	専門家派遣による支援を開始

会社概要

会社名：日産スチール工業株式会社
 住所：京都府木津川市加茂町銭司門田44-1
 電話番号：0774-99-2500
 URL：https://nsk-kk.co.jp
 代表者名：代表取締役社長 西部清志
 創業年：1975年
 従業員数：18名
 商工会名・担当者名：木津川市商工会・森山誠司