



紅白きしめんのパッケージ

愛知学院大学経営学部2年

23M020

石神 諒佳

23M090

加世田 大河

23M099

神谷 茉奈

23M243

福島 宙

23M250

藤弘 真輝

概要・目的

- 刈谷ハイウェイオアシスさまの20周年のお祝い
- 角千さまのパッケージの依頼

デザインの方向性

シンプルなデザイン

- 消費者にわかりやすいもの
- 消費者に製品の本質をダイレクトに伝える
- 重要な要素を際立たせる効果

パッケージデザイン案



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY

愛知学院大学

デザイン案1



デザイン案2



デザイン案1

主役は紅白きしめん。
だが、鯛だしへのこだわりや
本格的な味わいが楽しめる魅力。

背景：デザイン案2に比べ
環境に配慮したデザインであり、
背景を白にすることによってさらに
シンプルなものに仕上がる。



デザイン案の詳細

水引き:花(蝶)結び
意味:何度迎えても良い
お祝い事

ブランド

黒文字できしめんにしたため
薄めの文字



紅:赤
白:白
きしめん:黒
フォント行書

きしめんの画像
※あくまでもイメージ図

デザイン案の意味合い

私たちの想い
今後も店の繁盛を祈り
みんなにも幸せを分け合いたい

愛知県産使用の主張

鯛だしの強調



鯛だしと鯛の意味合いのおめでたいをかけ合わせ強調

色を変えることによって紅白という字が強調される

ピンクのきしめんは抵抗があるかもしれないが、実物は普通に美味しそうだったため画像を挿入

デザインIのパッケージの売り とは何か

1. 贈与品の表書きをイメージ



消費者

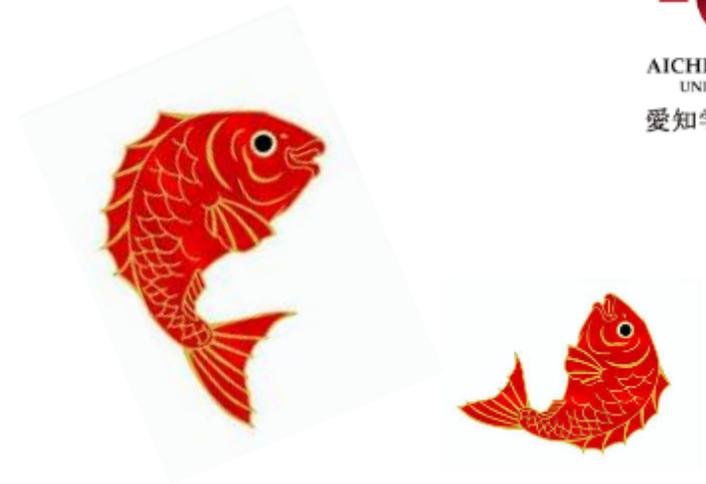


お祝いごとの商品!

背景:白
水引き
文字は縦文字

デザインIのパッケージの売り とは何か

2. 鯛による主張



デザインIのパッケージの売り とは何か

2. 鯛による主張

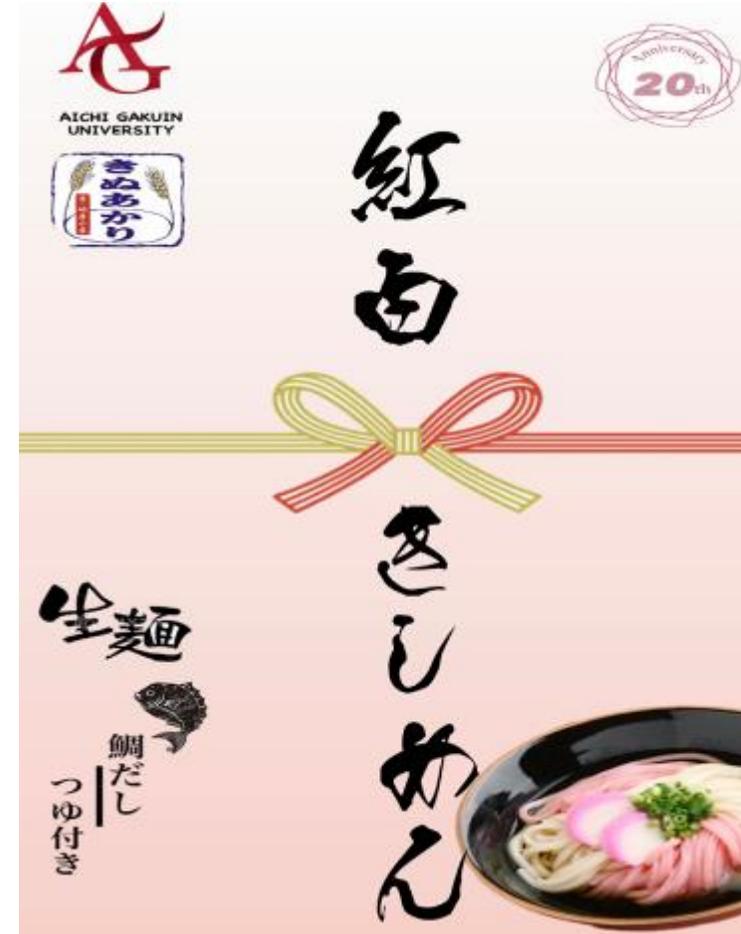
消費者へ

手に取ってもらいやすい形へ

デザイン案2

主役は紅白きしめん。
だが、**鯛だしへのこだわり**と今まで味
わったことのない商品提供の強調

背景：白と淡赤の2トーン配色で
情報伝達と紅白の意味合いの強
調のコントラストを効かせた。





AICHI GAKUIN
UNIVERSITY

愛知学院大学

デザイン案2

ブランド



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY



20周年記念
パッケージの右上
ベースは暗めの濃赤

水引き:花(蝶)結び
意味:何度迎えても良い
お祝い事



紅:赤 白:白
きしめん:黒
フォント行書

生麺



鯛だし
つゆ付き

つゆが鯛は珍しい
強調

紅白
きしめん



きしめんにあった画像
※あくまでもイメージ図

イメージしやすいイラスト



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY
愛知学院大学

デザイン案の意味合い



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY



角千さまの
愛知県産のこだわり



私たちの想い
今後も店の繁盛を祈り
みんなにも幸せを分け合う



消費者へ紅白きしめんだけを
伝えるのではなくだしの一押し



特別限定商品ロゴ
消費者へ希少性



紅白



色を変えることによって紅白という
字が強調される



きしめん

消費者がぱっととりたくなる
ような画像



生麺



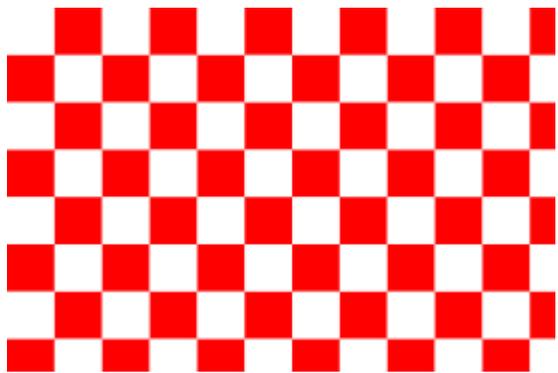
鯛だし
つゆ付き

画像を挿入することにより
イメージしやすい



デザイン2のパッケージの売り とは何か

1. 紅白カラーに合わせた背景



紅白の色



日本において

- 縁起の良い色合い
- お祝いごと

アピール



デザイン2のパッケージの売り とは何か

2. シンプルで上品なデザイン

紅白の結び目や美しい書体を使用



贈答用や特別な日にも適した商品



紅
白
結
目
の
美
し
い
書
体



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY

愛知学院大学

両方のデザインで消費者が 見て受ける印象

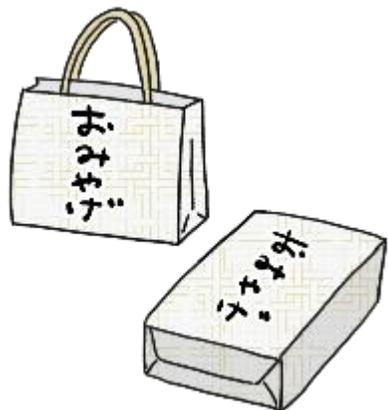
1. 特別感

2. 高品質な商品であるという印象

3. 日本の伝統と文化を感じさせる

1. 特別感

「20周年記念」や「紅白」の要素



- ◆特別な場面
- ◆贈答品としての適性が**高い**



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY

愛知学院大学

両方のデザインで消費者が 見て受ける印象

1. 特別感

2. 高品質な商品であるという印象

3. 日本の伝統と文化を感じさせる

2. 高品質な商品である

こだわりの商品



つゆ付き

鯛だし



鯛だし

つゆ付き

食材に対する**期待大**

消費者による**付加価値**



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY

愛知学院大学

両方のデザインで消費者が 見て受ける印象

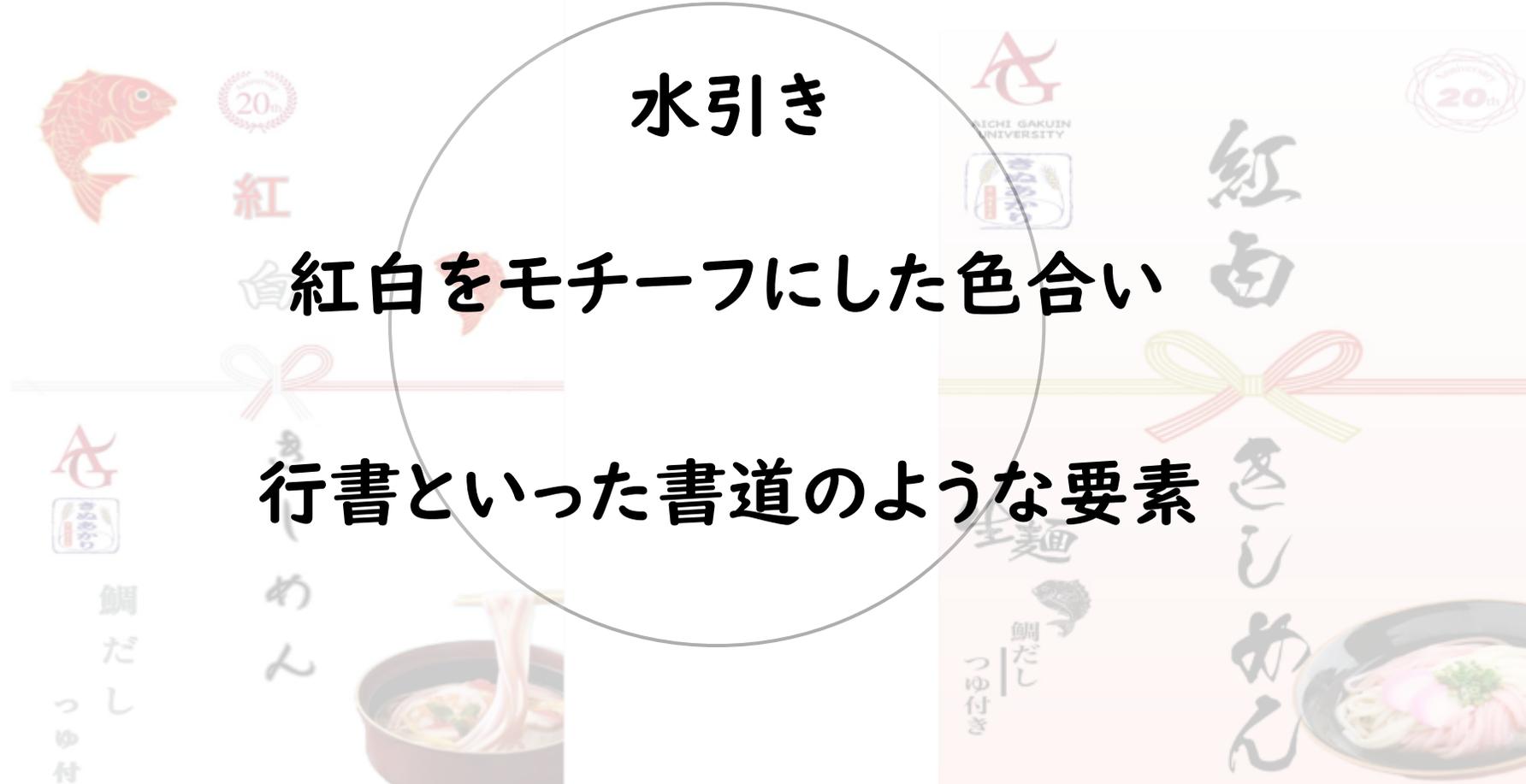
1. 特別感

2. 高品質な商品であるという印象

3. 日本の伝統と文化を感じさせる

3. 日本の伝統と文化を 感じさせる

日本の和を感じさせ、
海外の人にも影響大



ご清聴ありがとうございました。



AICHI GAKUIN
UNIVERSITY