

# 「青果物のジャパンブランド確立に向けた統一パッケージの 検討・開発事業」事業概要ご説明資料

---

2024年7月1日

•HAKUHODO•

株式会社博報堂

## 事業目的

現在の輸出先国・地域における日本産青果物のパッケージの使用実態や海外小売事業者等の要望等を踏まえた上で、ジャパンブランド確立に資するための統一的なパッケージの検討・開発を行う上で、令和5年度に実施した「日本産果実マークに係るブランド確立推進事業」及び「青果物のジャパンブランド確立に向けた包装容器の検討に係る調査事業」における成果を踏まえた、統一的なパッケージの検討・開発を行う。

## 事業内容

### ①パッケージの検討・開発

日本産果実マークを活用したパッケージの検討・開発、試作品の製造。

前提条件：

- アジアを対象地域とし、対象品目は輸出重点品目であるりんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき、いちごのうち、1品目以上
- 令和5年度実施の上記2事業の成果を踏まえたパッケージの検討・開発。
- パッケージとは、包装容器の規格（大きさ、内容積等）とそのデザイン（色、マーク等）を含む。
- 流通面における効率性や品質保持の性能、輸出先国・地域の包装容器規制や環境に配慮した原材料の仕様等にも考慮する。

### ②輸送実証及びアンケート調査

開発したパッケージの輸送実証を行い、実際に販売に供した現地小売店や消費者へのアンケート調査を実施、包装容器とそのデザインについての印象や実際の売上等について聞き取りを行う。

前提条件：

- 輸送実証は1回以上行い、この際に流通面における効率性や品質保持など実際の使用に当たっての課題等も洗い出す。

### ③他事業との連携

輸送実証及びアンケート調査を行う際には、同国で実施している他事業と連携をし相互補完に努めること。

### ④その他

本事業目的を達成するために必要と考えられる事項を行うこと。

## ✓ パッケージ開発方針の精度アップ

実施済みの2つの調査事業の成果をベースにしながら、**開発方針の精度を上げるための追加リサーチ**を実施。

## ✓ 万全のパッケージ開発体制

**パッケージデザインに定評あるクリエイティブスタッフ**に、現地デザイナー・現地商社の知見も加える体制で、最適な包装容器仕様と優れたデザイン性を兼ね備えたパッケージ開発を行う。

## ✓ デザインガイドラインの作成・提供

本事業におけるパッケージ開発・輸送実証とは別途、パッケージデザインの個性を重視したい会員様の要望にも応えるため、**「日本産果実マーク ロゴ活用マニュアル」**と、デザイン訴求力を高めるための**「地域別パッケージデザインガイドライン」**を作成し、会員様向けのセミナー開催を予定。

## ✓ 確実な輸送実証と、的確な現地リサーチ実施

現地商社との協業による**確実な輸送実証**と、各国に現地リサーチャーを有する協力会社との協業による**的確な現地リサーチ**を実施。

## 0. 実施概要の確定（対象国・品目の選定、事業設計・実施フロー確定、アサイン関連など）（5～6月）

### 1. パッケージ開発に向けた事前ヒアリング&追加リサーチ（6月～9月）

- 輸送時における現状課題把握のため、[会員企業様ヒアリング](#)・[物流関連企業様ヒアリング](#)を実施。
- 実施済みの2事業の成果をベースにしながら、開発方針の精度を上げるための追加調査を実施。  
①[購買者実態把握インタビュー](#) ②[店頭実態把握追加リサーチ](#) ③[有識者・現地デザイナーヒアリング](#) を想定

### 2. リサーチ分析～パッケージ開発方針策定（9～10月）

パッケージデザイン開発（包装容器含む）に向けたリサーチ分析からより訴求力を高める開発方針を策定。

### 3. パッケージの検討・開発・試作製作（10～11月）

- [3か国・各1品目 計3タイプのパッケージを開発・試作製作](#)（対象社は会員様の中から選定を想定）
- [「日本産果実マーク ロゴ活用マニュアル」](#) [「地域別パッケージデザインガイドライン」](#) の作成

### 4. 輸送実証～現地小売店・消費者アンケート調査実施（11月～2月）

3か国×カテゴリーの異なる2店舗の計6店舗向けに[輸送実証](#)を実施し、[課題の洗い出し](#)と、[現地小売店・消費者アンケート](#)を実施。

### 5. 会員様向けデザインガイドラインセミナー開催（2月）

[「日本産果実マーク ロゴ活用マニュアル」](#) [「地域別パッケージデザインガイドライン」](#) のセミナーを開催。

### 6. 事後アンケート集計・分析～報告書作成（2～3月）

### 7. 事業報告書納品（2025/3/15迄）

パッケージ開発・輸送実証における対象国・品目などは以下を想定

- ・対象国　：市場成熟度の高い順で、**香港・台湾・シンガポール**の3か国を選定
- ・対象品目：**各国1品目・計3タイプ**のパッケージを新規開発  
(現状、香港：高級かんきつ、台湾：シャインマスカット、シンガポール：いちごを想定)
- ・輸送実証：異なるカテゴリーの小売店（ハイエンド・ミドル・日系など）を**各国2店舗選定、計6店舗向け**の実施を想定

※パッケージ開発・輸送実証の対象品目は、季節性・他プロモーションとの連動等を考慮し最終決定いたします。

実施済みの2つの調査事業の成果をベースに、パッケージ開発方針を定めるため、今回の対象品目を中心に、会員様等へのヒアリングと追加リサーチを実施。

[日本産果実マークに係るブランド確立推進事業]  
[青果物のジャパブランド確立に向けた包装容器の検討に係る調査事業]  
現地における店頭陳列・包装容器の実態把握と、日本産果実マークの有用性を確認

+

会員企業様  
ヒアリング

物流関連企業様  
ヒアリング  
(現地商社等)

①  
現地生活者における  
日本産青果物購買層に  
対する**購買実態把握**  
インタビュー

生活者発想の追加

②  
現地リサーチャーに  
よる**店頭実態把握**  
フィールドワーク

店頭比較分析の補完

③  
**有識者**  
**現地デザイナー**  
ヒアリング

現地専門家知見

物流現場のどこに課題  
があるのか？

実際に現地の生活者が買いたくなるパッケージは何か？

- ex) 現地生活者（購買者）がPKGのどの部分を見て、どのような内容があれば購買にいたるか？
- ex) 現地のデザインの嗜好性にどのような違いがあるのか？



青果物の輸出促進につながるパッケージの開発  
開発したパッケージを用いた輸送実証

生活者発想  
の追加

## ① 現地生活者における日本産青果物購買層に対する購買実態把握インタビュー

- ✓ 現地在住ライフスタイル・リサーチャーのネットワークを活用し現地リクルーティング
- ✓ 青果物購買層に対し、購入目的や頻度、パッケージ等についてデプスインタビュー

### 〈調査項目案〉

- 日本産青果物の購入理由
- 青果物の喫食頻度
- 日本産と外国産があることの認知
- 日本産青果物に対するイメージ
- 青果物を購入する際の産地への意識の有無
- 「日本産果実マーク」の認知
- 日本産青果物の利用シーン（贈答やお祝い等特別な場面or日常）（誰と食べるか）
- 日本産青果物の喫食の仕方（そのまま食べる・製菓用 等）
- 日本産青果物のパッケージデザインの印象
- 日本産青果物のパッケージの訴求要素の理解度
- 日本産パッケージを提示した印象（ハイエンドやミドル店舗を想定）
- 青果物の購入時にパッケージで重要視する部分
- デモグラ（所得レベルや家族構成、居住エリア…） 等

## ② 現地リサーチャーによる店頭実態把握フィールドワーク

店頭比較  
分析の補完

✓ 購買層を考慮し、以下の異なるカテゴリーの小売店にて各国2店舗の追加調査を実施

- ・ハイエンド（現地系）・ミドル（現地系）・アジア系（主に日系）

〈調査項目案〉

- 各国販売店における青果物のパッケージ分析
- 商品棚における日本産青果物の陳列位置、棚における日本産・外国産の比率分析
- 店頭における日本産青果物の状態や扱われ方
- パッケージにおける訴求点、デザイン、情報量、価格などの傾向を分析
- 外国産、日本産の特徴・傾向分析 等

## ③ 有識者・現地デザイナーヒアリング

現地専門家  
知見

✓ 小売りの販売担当を中心に、販売用青果物のパッケージに詳しい現地の有識者を想定

✓ 各国デザイナーから現地目線でのパッケージデザインについてヒアリング

〈調査項目案〉

- 各国現地の青果物パッケージにおける訴求要素やデザイン傾向
- 日本産青果物の購入者特徴についての見解
- 日本産青果物の現地店頭での扱われ方・陳列のされ方の傾向
- 日本産青果物が現地でパッケージングされる際の包装レベルについての見解 等



## パッケージ開発

パッケージ開発のクリエイティブスタッフは、**大手食品メーカーを含む実績豊富なアートディレクターをアサイン**。今回は、デザイン＋梱包資材・仕様なども含めた開発となるため、特にパッケージデザイン、ツール開発などで定評のあるクリエイティブスタッフを選定。現地デザイナー・現地商社の知見等も加える体制で、最適な包装容器仕様と優れたデザイン性を兼ね備えたパッケージ開発を行います。

## 輸送実証

輸送実証は、香港・台湾・シンガポール・タイなどに拠点を持つ**現地商社、及び、日系物流会社との協業**で実施。物流現場における課題把握、包装容器仕様・梱包資材等に関するアドバイザーとしても参画。

また、輸送実証後に販売に供した現地小売店や現地消費者に対してアンケート調査を実施し、輸送実証の際の課題等を洗い出し、今後の施策改善へとつなげます。

### 〈アンケート項目例〉

- 包装容器とそのデザインに関する、現地の嗜好性を考慮した際の感想・改善点
- 最近の好まれるパッケージデザイン・包装仕様の傾向など - 流通面における効率性や品質保持の性能について
- 実際の売上動向、お客様の反応 - 消費者よりデザイン・包装容器に対する良い点・改善点ヒアリング
- 今後の購入意向とその理由 等

※パッケージ開発協力の会員様ご指定の会社があることも想定されるため、協議の上で輸送実証の協力会社は決定いたします。

輸送実証の小売店候補については、カテゴリーの異なる小売店を1か国2店舗選定し実施することを想定（3か国計6店舗）。※会員様のご要望等も踏まえた上で決定させていただきます。

・輸送実証 小売店候補 参考例

香港	台湾	シンガポール
カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：City'super URL：https://online.citysuper.com.hk/	カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：SOGO 台北忠孝館 URL：https://www.sogo.com.tw/	カテゴリー：ハイエンド 店名：CS Fresh URL：https://coldstorage.com.sg/csfresh
カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：そごう URL：https://www.sogo.com.hk/tc	カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：新光三越 DIAMOND TOWERS URL：https://www.skm.com.tw/	カテゴリー：ハイエンド 店名：FairPrice Finest URL：https://www.instagram.com/finestfoodsg/
カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：greatfoodhall URL：https://www.greatfoodhall.com/index.html	カテゴリー：ハイエンド・アッパー 店名：誠品生活 南西店 URL：https://www.eslitecorp.com/eslite/index.jsp	カテゴリー：ハイエンド 店名：Meidi-Ya URL：https://www.meidi-ya.com.sg/
カテゴリー：ミドル・大衆 店名：yata URL：https://www.yata.hk/	カテゴリー：ミドル・大衆 店名：家楽福（カルフル） URL：https://www.carrefour.com.tw/	カテゴリー：ハイエンド 店名：Isetan Supermarket URL：https://www.facebook.com/isetansg/
カテゴリー：ミドル・大衆 店名：FUSION URL：https://www.aswatson.com/our-brands/food-electronics-wine/fusion/	カテゴリー：ミドル・大衆 店名：家楽福 新店（カルフル大型店） URL：https://www.carrefour.com.tw/	カテゴリー：アッパー 店名：Cold Storage URL：https://coldstorage.com.sg/
カテゴリー：ミドル・大衆 店名：marketplace by jasons URL：https://www.marketplacebyjasons.com/	カテゴリー：ミドル・大衆 店名：全聯 URL：https://www.pxmart.com.tw/	カテゴリー：アッパー 店名：Eccellente by HAO mart URL：https://www.haomart.com.sg/
カテゴリー：ミドル・大衆 店名：Aeon URL：https://www.aeonstores.com.hk/	カテゴリー：ミドル・大衆 店名：小北百貨 寧夏店 URL：https://www.showba.com.tw/	カテゴリー：ミドル 店名：NTUC Fairprice URL：https://www.fairprice.com.sg/

会員様が今後の取組みの参考にできるように汎用性のある「**日本産果実マーク ロゴ活用マニュアル**」と「**地域別パッケージデザインガイドライン(仮称)**」を作成し、会員様向けにセミナーを開催予定。統一パッケージに拘らず個性を重視したい要望を持たれている会員様にもご活用いただけるマニュアル・ガイドライン作成を目指しています。

### 日本産果実マーク ロゴ活用マニュアル



効果的で統一感ある活用の促進を目的として  
ロゴ活用法を規定する役割を持たせる。

- ・統一感ある活用のための、ロゴ活用時のデザインレイアウト等における規定
- ・活用事例紹介
- ・提供可能ツールラインナップ（シールなど）
- ・海外における統一ロゴ活用事例 等

### 地域別パッケージデザインガイドライン

リサーチ分析から、訴求力の高いパッケージデザイン  
開発を行う上での情報を整備。

- ・パッケージデザイン現地トレンド
- ・包装容器・資材・仕様の事例
- ・現地の嗜好性に基づいた色使い・レイアウトなど
- ・輸送実証からのファインディングスまとめ
- ・輸送時における留意点 等

会員様向けのセミナーを開催（オンライン想定）

	事前追加リサーチ	パッケージ開発	輸送実証	他施策・レポート
2024/5月	実施概要の確定（対象国・品目の選定、事業設計・実施フロー確定、アサイン関連など）			
6月	<b>事前ヒアリング</b> ・会員企業様ヒアリング ・物流関連企業ヒアリング  <b>追加リサーチ</b> ①購買者実態把握 ②店頭実態把握追加リサーチ ③有識者・現地Dヒアリング			
7月				
8月		パッケージ開発実施の 会員様の選定		
9月	調査結果分析 ↓ パッケージ開発方針策定		小売店交渉・調整	
10月		パッケージ検討・開発 ↓ 試作製作		
11月			輸送実証準備	
12月			輸送実証 (3か国・計6店舗想定) ↓ アンケート調査 課題洗い出し	「ロゴ活用マニュアル」「パッケージデザインガイドライン」制作期間
2025/1月			アンケート集計・分析	
2月				会員様向け セミナー開催
3月				報告書 作成  事業報告書 ご納品