FROM KANSAI

「商品の顔」時代映し千変万化

思い込められたパッケージ

食品や化粧品、日用品など、あらゆる商品は箱や袋で「パッケージ」されている。パッケージは商品を傷から守るとともに商品を説明する役割を担うほか、買おうと思ってもらえるデザイン性も大切だ。商品の「顔」であるものの、用済みとなれば捨てられるはかない存在。国連の持続可能な開発目標（SDGs）の一環として環境への配慮を求められる中、作り手たちの模索が続いている。

（藤井沙織）

選ぶ楽しさ形に

中小企業の支援拠点である大阪産業創造館（大阪市中央区）で8月、同館主催の「パッケージ展2022」が開かれた。パッケージに関わる48社が集結し、消費者の目を引くデザインを提案した。

新居紙器（大阪府八尾市）が展開するサービス「ORiPA」のブースで見つけたのは、ティーバッグの詰め合わせなどを想定した蛇腹状の箱。凝った形状の箱は消費者の目を引くだけでなく、「店員がお客さんに商品を紹介したくなる」と担当者。箱を組み立てるための雇用の創出にもつながるという。

あえて透明なフィルムのパッケージを提案したのは「マチック・デザイン」（大阪市都島区）。ハーブティーのパッケージを依頼された際、日本茶とは異なるカラフルな茶葉を見て、「このきれいさも一緒に販売したい」と、中身を見せたデザインにした。彩りの美しさだけでなく、中身が見えることで、安心感を抱いてもらえる。

環境配慮の素材

多くの人が足を止め、触れたり持ち上げたりしていたのが、ある「桐箱」だ。横には「こう見えても、〝紙箱〟なんです」という説明書きがあった。再生紙を使って桐箱の風合いを表現、高級感を演出している。

出展したのは「岩谷容器」（奈良県桜井市）。もともと桐箱の製造を専門としている企業だ。紙製の桐箱を作った背景には、SDGsへの取り組みがある。

商品を消費者に届けるために欠かせないパッケージだが、購入後はほとんどが捨てられる。SDGsの取り組みの必要性が叫ばれる中、パッケージにも変化が求められている。

各メーカーが木材やプラスチックに代わる素材として、再生紙や不織布などを使った包装を提案する中、ユニークだったのが「和気」（大阪府大東市）の日本酒のパッケージだ。

紙卸売業「ペーパル」（奈良市）が開発した、廃棄される米から作った紙「kome-kami」を使用。和気の担当者は「ただ再生紙を使うより、商品と関連する素材を使うことでストーリーが生まれる」と話す。

広がる表現の幅

パッケージデザインの歩みは、常に社会の変化とともにあった。日本パッケージデザイン協会によると、経済成長で大量生産の時代に突入した1960年代は、米国の商品に学んだダイナミックな色彩の商品が目立った。

80年代後半になると、パッケージデザインへの企業の意識がより高まった。当時、缶ビールはクリーム色が主流だった中、メタリックシルバーを採用した「アサヒスーパードライ」（アサヒビール）など革新的なデザインが登場した。

さらに印刷技術の発展で、木材やガラス、フィルム、段ボールなどあらゆる素材へのプリントが可能となり、パソコンの普及によるデザインのデジタル化も手伝って、表現の幅も広がった。

そして、SDGsという新たな課題に向き合う時代になった。

同協会の理事、三原美奈子さんによると、業界では、木材やプラスチックよりも紙を、紙の中でも再生紙や適切に管理された森林の木材の使用を示す「FSC認証」の紙を使おうという動きが強まっている。三原さんは「百貨店などによっては、サステナブル（持続可能）なポイントがなければ、商品を置かせてもらえないこともある」と話す。

コスト抑制課題

ただ、地球環境に優しい素材を使ったパッケージに切り替えればいいというものではないのが、SDGsの難しいところ。

例えば食品の場合、紙の包装では劣化が速く、フードロスの問題が生じてしまう。ネスレ日本（神戸市）が3年前、チョコレート菓子「キットカット」の一部商品の外袋を紙にかえた際も、菓子を個別に包む内袋はプラスチック製を維持した。

コストの問題も悩ましい。プラスチックと比べて紙、中でも再生紙は高くつく。コスト増によって既存の商品が値上げすれば、消費者が離れかねない。ある出展企業の担当者は「SDGsを理念に掲げる企業は採用してくれても、そうではないところは難しい」と打ち明ける。

新商品のパッケージを作成中というある企業の担当者は「土に返る素材もいいが、捨てずに使いたくなるパッケージにすることも、SDGsの取り組みとして大事なのでは」と話した。

パッケージの素材をつくる企業に、プリントする印刷会社、箱や袋の形状、意匠を考えるデザイナー―。何げなく目にしているパッケージには、さまざまな人たちの思いが込められている。そのメッセージを意識してみると、買い物の新しい楽しみ方が生まれそうだ。SDGsに配慮したパッケージの商品を選ぶ消費者も増えるかもしれない。

パッケージデザインに関わる企業が集結した「パッケージ展2022」＝8月、大阪市中央区の大阪産業創造館

進化する商品パッケージ

ふじい・さおり

「ここにあるモンみーんな誰かが考えて作ってんねんやろ？そしたらコンビニも美術館みたいなモンやん」。美術を学ぶ学生たちを描いた漫画「ブルーピリオド」（講談社）にあったせりふを見て、パッケージデザインに興味を持った。「パッケージ展」では、箱の表面のデザインだけでなく、形状の細部にまで工夫がこらされていることを実感した。捨ててしまうのは惜しいときがある。