

「お客様視点の容器包装開発 ～最近の当社事例紹介～」

ハウス食品(株) ソマテックセンター 容器包装開発部 部長 大塚 淳弘

はじめに

当社は、1913年(大正2年)に薬種化学原料店として創業し、今年100周年を迎える総合食品メーカーである。製品を生み出すR&Dの拠点は、「ソマテックセンター」であり、Sophisticated/Soft/Science of the「So」、Marketing of the「Ma」、Technology of the「Tech」とCenterを組み合わせている。単なる研究所ではなく、「お客様」と「技術」を融合する場であることを意識しながら、お客様の視点に立った「モノづくり」「価値づくり」を目指し、仮説検証スタイルで研究開発を行っている。

また、製品を包む容器包装は、中身を保護し、おいしさを保持するだけでなく、食生活における新たな価値を創造するための一手段と考え、2001年同センター内に容器包装開発部を創設した。当社における容器包装開発のルーツは、1963年のバーモントカレーの容器¹⁾まで遡り、その後レトルパウチ²⁾、チューブ、電子レンジ容器、多層容器、PETボトル、ボトル缶、機能性紙箱など、半世紀に亘り容器包装を開発・改良してきた³⁾。本報では最近の開発・改良事例を紹介する。

開発・改良事例紹介

①練りスパイス製品⁴⁾

1930年代から約40年間、わさびやからしは粉末を小さな缶に入れ、使用時

に少量の水で溶くスタイルであったが、1973年それらを半固体状に加工してからアルミチューブに入れて発売した。これは必要な時に必要な量だけ使える画期的な製品として認知され、現在ではほとんどの家庭にある定番製品となっている。この容器包装は、トレンドやお客様の要望に応じて進化している。1984年廃棄性を考慮しプラスチックチューブ、1987年中身が見える透明チューブ、1994年キャップが簡単に開けられるクイックオープンチューブ、2001年より薄く絞りやすいソフトチューブに改良してきた。今回、お客様の満足度調査とご意見・ご要望から、「最後まで中身が出せない」「アルミ蓋が開けづらい」という点に着目し、2010年折り畳めて最後まで絞り出せるチューブを開発、またアルミ蓋も改良した。

まず、チューブにおいて、肩部に周方向の段差と肩から放射状に凸部を設け、またノズル部の螺旋状のネジ山にはスリット溝を設け、肩部とノズル部を潰しながら折り畳めるようにした(写真1)。これにより、従来は硬くて中身が押し出せなかったところを、軽い力で押し潰せるので、お客様にとって、最後の最後まで出し切ったという「達成感」が味わえ、「もったいない感」が払拭できる。実際に20～50歳代の男女18名を対象に、従来品と比較して出しやすさを調査したところ、従来品よりも出しやすいとの評価であった。

次に、アルミ蓋について、剥がし口(つまみ口)を従来より20%大きくつまみ易くした。同様の調査では、従来品より

も開けやすいとの結果であった。さらに、チューブを収納する外箱は、一回り小さくコンパクトにすることで、紙の使用量を削減し、環境にも配慮した。これらの小さな改良を積み上げた結果、消費者団体の方から「ちょっとした工夫だが、主婦にとってはありがたい改善だ」との評価をいただいた。さらに包装業界においても、2011年度日本パッケージングコンテストで最高賞の「経済産業大臣賞」、また2011年度世界パッケージングコンテストで「ワールドスター賞」を受賞した。

②瓶スパイス製品⁵⁾

2012年、瓶入りスパイス製品のフレッシュアップと同時に容器包装を刷新した。本製品の容器包装は、使用場面に合わせて2種類ある。まず、台所で調理時に使用されるコショウ、シナモン、ガラムマサラなどの洋風スパイスには、蝶の翅のように蓋が開閉するヒンジキャップタイプ(写真2)、また食事の際に食卓で使用される一味唐辛子、七味唐辛子、山椒などの和風スパイスには、ネジのように回転させて開閉するスクリューキャップタイプとしている。

瓶入りスパイスは丸形が一般的であるが、お客様のご意見やご要望を加味しながら従来品のメリット・デメリットを分析し、さらにファーストインプレッションにもこだわり、全体のフォルムは丸形のイメージも残しつつ四角形に変更し、「ピタビン」と名付けた。ピタッとすっきり収納、ピタッと手になじむ、カ

写真1 チューブの折り畳み方

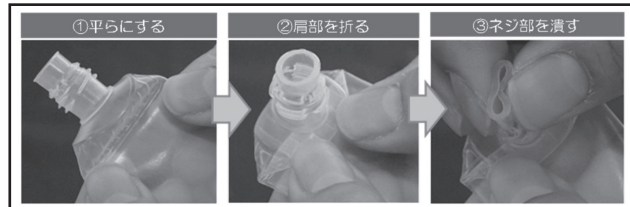


写真2 ヒンジキャップ

