

デザインアプローチによる 包装業界の魅力の抽出と発信

第3クォーター 受賞作品一覧

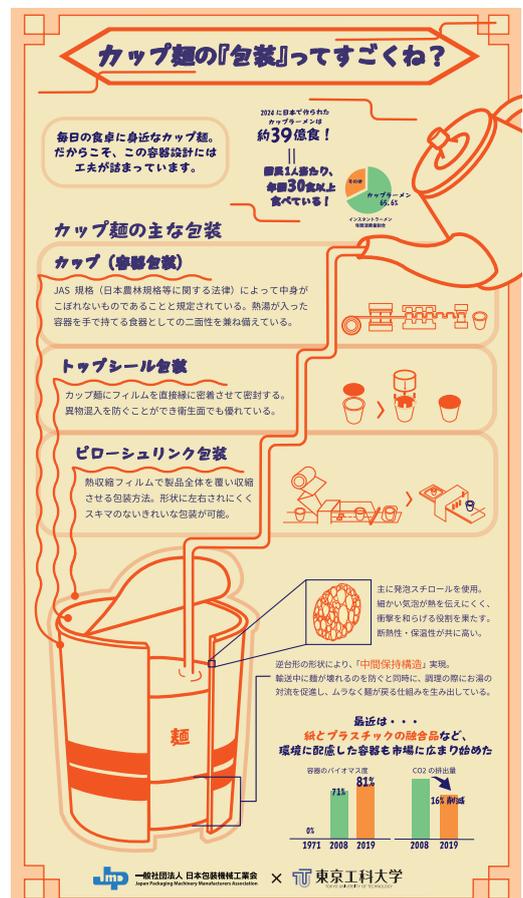
●インフォグラフィックス / Infographics



タイトル **カップ麺の「包装」ってすごくない?**

- メンバー
- ・内山 健太 (代表者)
 - ・相澤 果凛
 - ・児玉 実環
 - ・福田 真唯子

作品概要 本作品では、カップラーメンの包装を題材に、普段意識されにくい「包装の価値」をZ世代に伝えることを目的としています。身近な存在であるカップラーメンを通じ、包装が単なる包みではなく、品質保持・安全性・環境配慮を担う重要なデザインであることを可視化します。その背景には、包装の機能や工夫が見過ごされがちな現状があるからです。そこで、カップラーメンができるまでの各種包装方式などの具体的要素を直感的に整理し、理解しやすい表現を目指しました。本作がZ世代の日常的に消費する商品への視点を広げ、包装の価値を改めて考えるきっかけになればと考えています。



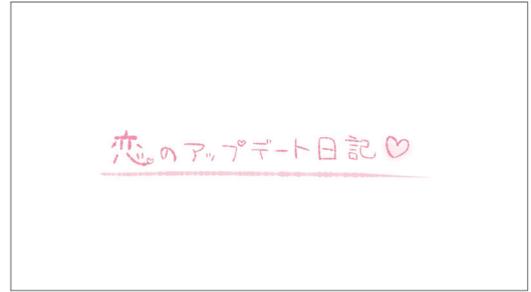
●インフォメーション / Infomotion



タイトル 恋のアップデート日記♡

・櫻井 ころろ

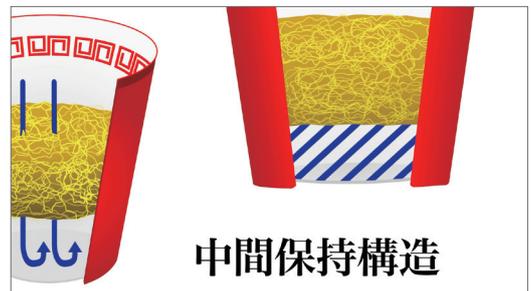
作品概要 本動画は、恋という身近なテーマを通して、普段は気づかれにくい包装が、地球と人のために静かに積み上げられてきた努力の上に成り立っていることを伝える作品である。ターゲットは恋をしている女子高校生。包装に全く興味のない人にも関心を持ってもらうためには、自分自身の経験と重ねて考えてもらうことが重要だと考え、多くの人が経験したことのある「恋」をテーマにし、親しみやすさを狙った。恋には、相手に見えないところで工夫する「言葉にしない努力」が多く存在する。包装もまた欠かせない存在でありながら、使う人のことを考え、見えない部分で多くの工夫や試行錯誤が重ねられている点で共通している。コンセプトは「恋みたいに言葉にはしない静かな努力」。恋の経験と重ねることで、包装業界も同じように努力を続けている存在であることに気づいてもらうことを目指した。



タイトル カップ麺の「包装」ってすごくない?

・内山 健太

作品概要 本動画のターゲットは、大学生活に勤しむZ世代の大学生です。日常生活に欠かせない包装は、商品を守り、情報を伝え、利便性を高める重要な役割を担っていますが、商品が「包装されている」こと自体は意識されにくくなっています。そこで大学生にとって身近なカップ麺を題材に、容器やフタ、外装フィルムといった包装の機能や工夫を視覚的に提示することで、包装があることで豊かになっている日常を具体的に示します。本動画を通して、何気なく消費している包装への視点を変えて、包装の価値や必要性を再認識してもらうことをビジョンとしています。

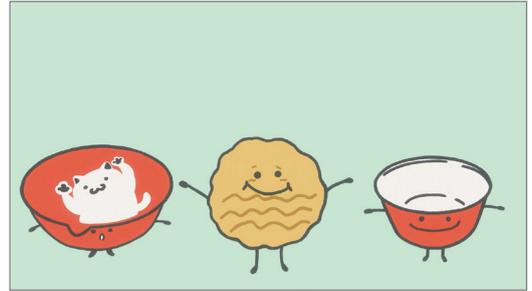




グループ賞
タイトル 毎日を包む仲間たち

・野呂 知弘

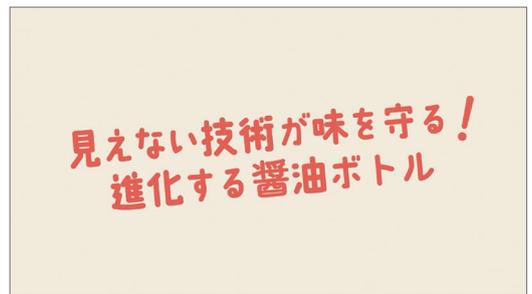
作品概要 この作品は、即席麺の包装の技術が私たちの安全で便利な食生活を支えていることをテーマとしています。お腹が空いた時に手軽に食べられるという利便性を持つ即席麺は、包装機械の技術によって安全性が守られているから安心して食べることができるのです。動画では、カップだけでなく小袋や麺そのものにも包装機械による形状や異物混入検査などの細心のチェックが行われていることを説明しています。私たちが日常的に安心して即席麺を食べることができていることを、キャラクター化したビジュアルを用いて、即席麺をよく食べる同年代の若者に即席麺の包装の重要性を身近に感じてもらうことを目的として制作しました。



オーディエンス賞
タイトル 見えない技術が味を守る！
進化する醤油ボトル

・五十嵐 楓

作品概要 本動画では、日常生活に欠かせない包装の便利さやありがたみを伝えることを目的としています。その理由は、普段何気なく使っている醤油をはじめ、私たちの身の回りにある多くのものが包装によって支えられ、食の美味しさや安全、使いやすさが保たれているからです。そこで、食べることが好きで「美味しく食べたい」と考えるZ世代をターゲットに、身近な存在である醤油を具体例として取り上げ、現代の包装の便利さや生活との深い関わりを表現しました。この動画を通して、食を楽しむ人々に向けて、生活の中になくてはならない包装の大切さを改めて感じてもらいたいと考えています。



デザインアプローチによる 包装業界の魅力の抽出と発信

第4クォーター 受賞作品一覧

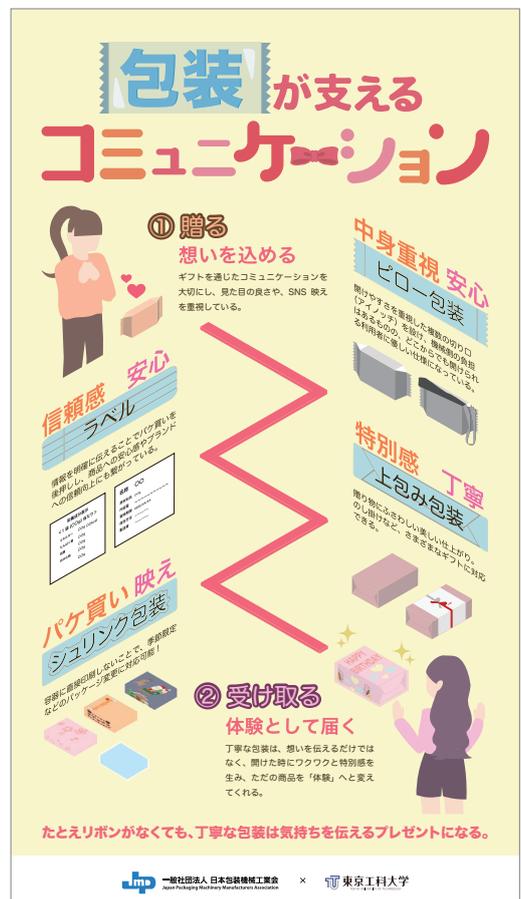
●インフォグラフィックス / Infographics



タイトル 包装が支えるコミュニケーション

メンバー
 ・岡田亜子（代表者）
 ・内田凧
 ・庭山雅隆

作品概要 本企画のターゲットは、SNSでの共有や映え、パケ買いを意識するZ世代です。彼らが商品選びで重視する「見た目」は、実は高度な包装技術によって支えられているという事実を伝えることを目的としています。Z世代はプレゼントを贈る際にサプライズ性や空間演出、写真や動画に残すことまで含めて体験として捉える傾向があります。そうした中で、贈り物の第一印象や安心感を担っている包装は、無意識のうちに人と人のコミュニケーションを支える存在となっています。身近でありながら意識されにくい包装を、「贈り物」を通して可視化することで、包装が支えるコミュニケーションの価値を再認識してもらうことを目指します。

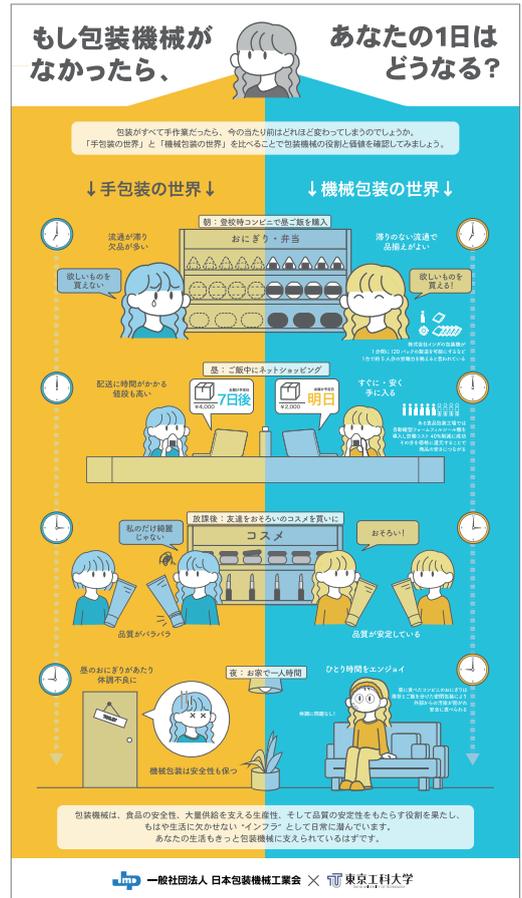




グループ賞
タイトル **もし包装機械がなかったら、あなたの1日はどうなる？**

- メンバー
- ・鎌田涼夏 (代表者)
 - ・持地駿
 - ・江川実来

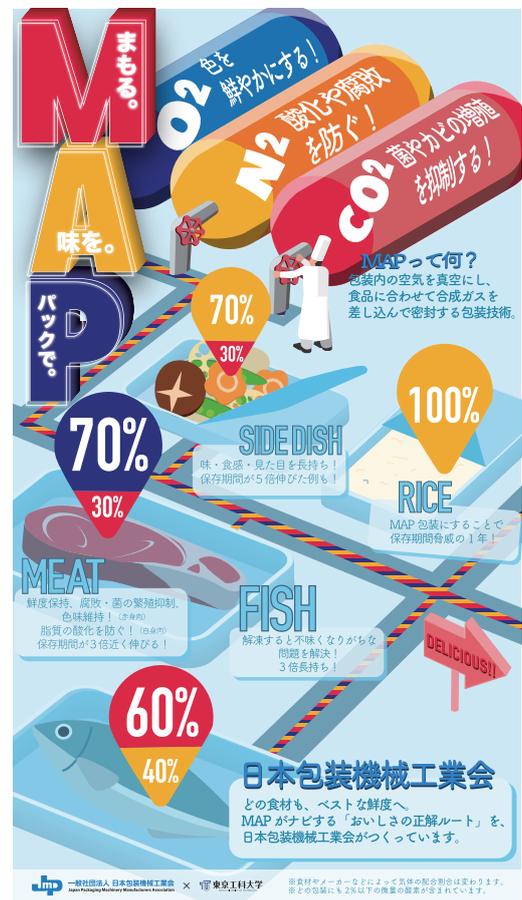
作品概要 本作は、当たり前すぎて意識されることのない「自動包装技術」が、私たちの豊かな生活を支える不可欠な生命線であることを伝えるインフォグラフィックスです。若者の包装技術に対する関心は極めて低いのが現状ですが、もしこの技術がなければ、商品の安全性やコストパフォーマンス、物流スピードは維持できません。そこで、大学生の一日を軸に「自動包装がある世界」と「手包装の世界」を左右で対比し、手作業では実現不可能な生産性や品質の安定性を、陳列棚の在庫数の差などを用いて視覚的に表現しました。この比較を通じて、自動包装が現代社会のインフラであることを提示し、学生が包装技術の恩恵を自覚して業界への興味を抱ききっかけとなることを目指します。



グループ賞
タイトル **まもる。味を。パックで。**

- メンバー
- ・角掛 快翔 (代表者)
 - ・日高 凜世
 - ・前田 朱凜
 - ・渡邊 銀雅

作品概要 健康意識が高く、日常的に口にする食品の質に関心を持つ人をターゲットとし、MAP包装の価値を可視化する。現在MAP包装は多くの食品に用いられているにもかかわらず、その技術は十分に知られていない。添加物を使わず、空気を調整することで鮮度を保つというMAP包装の特性は、健康を重視する層の価値観に訴えかけることができる。実際の食品やパッケージ表現を通して、空気の調整による保存という仕組みを視覚的に伝える。これにより、MAP包装をただの食品から選択の一つにし、安心して食品を選ぶ視点を提示することを目指す。





オーディエンス賞

タイトル **今日から始める真空包装**

- メンバー
- ・遠藤春希 (代表者)
 - ・齋藤梨華
 - ・美野ルカ
 - ・山口希京

作品概要 一人暮らしの大学生に向けて、「真空包装」による自炊の効率化を提案するインフォグラフィックスを作成しました。多忙な学生にとって、買い出しや調理の手間を省きたいと考える人は多いと想定しました。真空包装の特性は、こうしたニーズに合致しています。具体的には、空気を抜いて食品をコンパクトにすることで収納が容易になり、さらに長期保存が可能になるため、「まとめ買い」という選択肢が生まれます。このインフォグラフィックスでは、真空包装の利点をわかりやすくまとめました。これを通じて、真空包装の便利さを実感してもらうだけでなく、生活を支える「包装技術」への関心を広げるきっかけになればと考えています。

今日から始める真空包装
What is the Merit of Vacuum Packaging?

真空包装とは？
腐敗を抑える **安全性**、鮮度を保つ **保存性**、食材の無駄を減らす **経済性** の3つを改善するために生まれた技術です。そんな真空包装のメリットを紹介します。

01 食材が長持ちするようになる

生肉 (冷凍)	通常	3~4ヶ月
	真空	12ヶ月
チーズ (冷蔵)	通常	1~2週間
	真空	4週間

02 酸化と変色を防ぐ

真空フィルム
ポリ袋
りんごの変色とフィルムの関係
りんごの変色は酸化によるもので、真空包装や真空パックで空気を抜くと変色を防ぐことができます。

03 手間のかかる料理も簡単に調理できる

04 ごちゃついた冷蔵庫も素々整頓

05 菌の繁殖を抑えることができる

06 国内の家庭から出る食品ロスを減らせる

42% cut

真空包装は、食材の鮮度をしっかり保ちながら時間の節約にもつながる心強い味方。忙しい日々の生活に、暮らしにゆとりと安心をもたらしてくれる。その理由は、包装機械工業会の技術によって支えられている。家庭用の真空パック機も手軽に使えるようになってきている為、気軽に生活に取り入れてみよう。

JIP 一般社団法人 日本包装機械工業会 × 東京工科大学

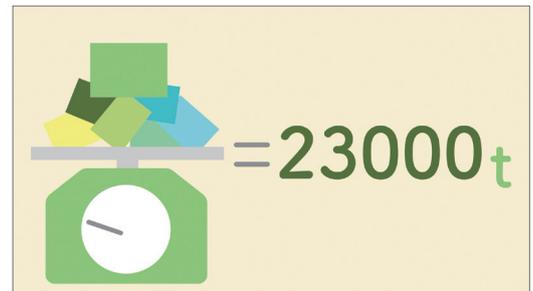
●インフォメーション / Infomotion



タイトル ラベルレスでラクエコライフ

・横内 遥

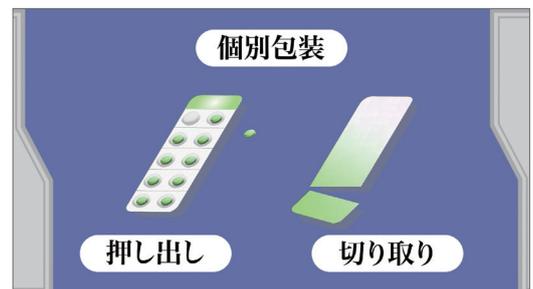
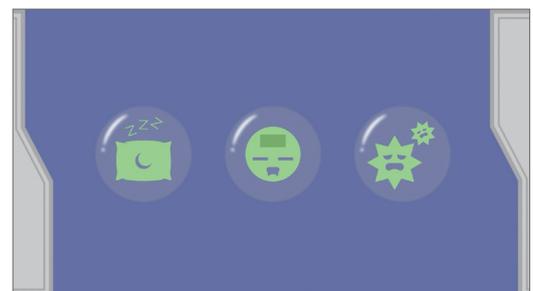
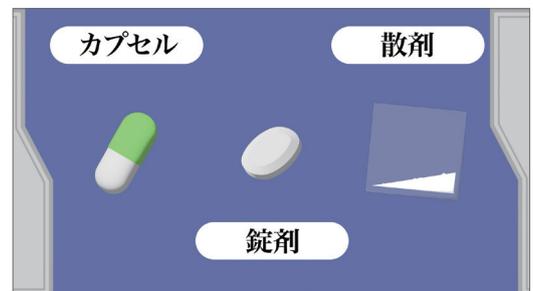
作品概要 本作品は「ラベルレスでラクエコライフ」をテーマに、日常の中で感じやすい手軽さに着目し、ラベルレスボトルを選ぶことで無理なくエコな行動につながるということを動画を通して表しています。近年、身近なお店で見かけるようになったラベルのないペットボトルは、分別の手間が減るなどのラクな側面と、プラスチック使用量の削減につながるエコな側面を併せ持っています。しかし、その利点や背景にある技術力はあまり知られていません。ターゲットは一人暮らしをしている20代女性で、ラベルレスペットボトルの利点を「ラク」と「エコ」の二つに分けて紹介し、その魅力や二つの側面を併せ持った機能性の高さを伝えることを目指して制作しました。



タイトル 薬の包装について

・野田 依吹

作品概要 本作品は、普段意識されることの少ない「錠剤の包装」に焦点を当て、その機能と存在意義を可視化することを目的としました。私たちは薬そのものには注意を払う一方で、それを守るパッケージについて深く考える機会は少ないと思います。しかし錠剤は、衛生性の確保、誤飲防止、持ち運びやすさなど、さまざまな理由から個別包装が採用されています。実際、押し出し構造や切り取り機能、子どもには開けにくく大人には扱いやすいCR包装、さらにX線検査や熱圧着、充填・検査といった複数の工程を経て、安全性が担保されています。こうした背景を知ること、薬の「中身」だけでなく「包む技術」への理解と安心感を生み出すことを本作品のビジョンとしています。

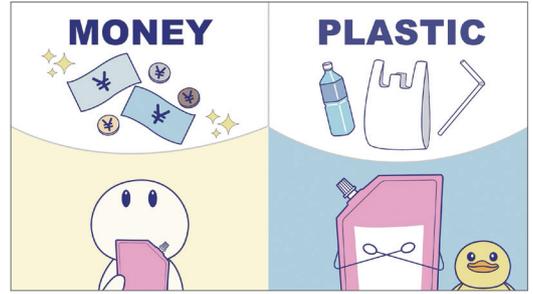




グループ賞
タイトル 詰め替えて減らそう

・木村 友美

作品概要 この映像は、詰め替えパックにおけるプラスチックを減らすための取り組みに焦点を当て、パックの形状の変化やリサイクル技術の発達などを、キャラクター化したパックくんの生活に置き換えて説明しています。ターゲットは、シャンプーを買う人で、子供から大人まで誰でも見やすい親しみあるアニメーションにしています。現状では節約のために買っていた詰め替えパックを、プラスチックを減らすという目的も叶えているという意識を持ってもらうのが狙いです。詰め替えパックを買う場面から、パックを詰め替えて捨てるまでの流れを軸に、人間らしい動きや表情を多く取り入れ、世界観に入り込みやすくし、内容を効果的に伝えるようにしています。



オーディエンス賞
タイトル ボトルくんは知ってほしい。

・渡辺 悠奈

作品概要 シャンプーの詰め替えパックにおける包装の環境配慮の取り組みを、アニメーションを用いてコミカルに表現しています。ターゲットは一人暮らしの20代女性とし、視聴後に詰め替えパックを手取るきっかけとなる事を目的としています。一人暮らしを始めると詰め替えを手にする機会は増えます。しかし作業の手間からボトルごと購入してしまう人も多いです。また節約以外の環境的メリットが十分に認知されていないという課題もあります。そこで、詰め替えパックを使用することが環境にも優しいという事を伝えるために可愛いアニメーションで表現しました。そしてキャラクターや動きを通して特長をわかりやすく伝える構成としています。

