

1. 研究目的

仕事帰りにコンビニへ寄り、そこで買った弁当を家に着くなり1人で食べる。弁当の味そのものは悪くなくても、何となく味気なく感じてしまった経験は多くの人にあるだろう。

その原因は「1人で食べていること」に加え、プラスチック容器に入れられた「素っ気ない見た目」にもあると考える。事実、容器など食品の見目は味の感じ方や食べる時の心理に大きく関係していることが分かっている。

私はこの味と見た目という観点より、コンビニ弁当から「寂しい」というイメージを払拭するような容器をデザインしたいと考えた。

2. 調査と分析

コンビニ弁当の見た目については

- ・ 食品の色は白・赤・オレンジ・茶などのものが多く、緑が少ない。
- ・ 容器の色は白・黒・赤がほとんどで、中味を見せるために必ず蓋は透明である。

といった特徴がある。

また、ニッスイによれば食品の色には

- ① 一般にオレンジや赤・黄の暖色系の色と黄緑・緑などの中間色が食欲をそそる色として好まれる。逆に青・紫は食欲が減退する色として嗜好性が低くなる。
- ② 食品の盛り付けの際には、食品同士の色を對比させて引き立たせるか、同系色にまとめると、おいしそうに見える。

という性質がある。以上の点を参考にし、今回はセブンイレブンの幕の内弁当の品目ごとに、ある程度まで適した色の範囲を絞り込んだ。



候補として上がった色の容器で実際に食事をしてもらい、その感想や意見を聞くことによってさらに調和している色を絞り込んでいった。

3. コンセプトの立案

コンセプトは「生活に色のサプリメントを与える弁当容器」とし、既存のコンビニ弁当の外観よりもポジティブなイメージを消費者に与え、より豊かな食生活を送ってもらうことを目的としている。

4. デザイン展開

デザインを展開するうえで、当初は色彩にのみ重点を置いていたが、前段の調査の際に「容器の形自体も見目の素っ気なさの一因なのではないか」という指摘を受けたため形状についても見直すこととし、デザインのポイントを「彩り」と「食べるまでの所作」の2点とした。

① 彩り

色はその弁当の品目ごとに調査によって決定した色を着色した。全体の傾向として彩度は低く、淡い暖色が好まれたが、一方で弁当内に足りない黄緑色や、和食器を思わせるような藍色も選ばれた。



② 食べるまでの所作

容器の形状は丸みを帯びた、ふっくらとしたやさしい形状にし、ご飯とおかずの2段重ねにすることによって弁当を食べる際に、正月のおせち料理のお重箱を開けるときのような「展開する」という動作を加えることによって食べる前の高揚感を所作にプラスした。

5. 完成図



※写真は着色前のもの。

6. 結論

寂しいというイメージが持たれやすいコンビニ弁当において、容器や食べる時の見た目をデザインし直すことは有意義であることが分かり、「前のものより見た目が華やかで楽しそうになった」といった共感を得ることも出来た。

しかし色彩感覚は個々の主観が強く反映されやすいものであり、季節感などにも大きく左右されるものであったため、より長期にわたる調査と検証で、この容器の有用性を確かめる必要があると感じた。