

【2022年春夏 685商品パッケージデザインランキング】

新商品デザイン好意度ランキングから見る パッケージデザインのトレンド

2022.6



※御社の商品に関する当該調査結果をお使いいただくことに問題ございません。
(株)プラグ『2022年春夏 新商品パッケージデザインランキング』よりと明記の上、
ご使用ください。

調査概要

【調査目的】 2022年春夏(2～4月)に発売された商品を中心に、消費財732商品(うち新商品685商品)のデザインの好意度評価とその理由を聴取。どのデザインが消費者に好まれ、どのような点が評価されているのかを明らかにすることで、今後のデザイン制作に役立つ情報を発信する。

【調査手法】 インターネット調査

【対象者条件】 20代～50代の男女

【サンプル数と割付】 1商品につき、1,000ss 延べ36,000ss

	20代	30代	40代	50代	TOTAL
女性	125ss	125ss	125ss	125ss	500ss
男性	125ss	125ss	125ss	125ss	500ss

【調査実施年月】 2022年5月17日～5月23日

【対象商品選定方法】 [日本経済新聞 電子版 新着ニュース]他4つのHPのプレスリリースから2022年2月～4月発売のものを選定

【調査カテゴリー】 732商品を以下の24カテゴリーに分類

1. ビール	6. お茶・コーヒー(インスタント)	11. カップ麺・袋麺	16. 冷蔵食品	21. 基礎化粧品
2. チューハイ・カクテル	7. 栄養ドリンク	12. スープ類	17. チョコ・飴・グミ	22. シャンプー
3. その他アルコール	8. その他飲料	13. デザート類	18. アイス	23. 医薬品
4. 炭酸飲料	9. 水	14. 常温食品	19. スナック菓子	24. 衛生用品
5. お茶・コーヒー	10. 調味料	15. 冷凍食品	20. その他菓子	

【TOP 1】

ハーゲンダッツジャパン株式会社
ハーゲンダッツ クリスピーサンド
ストロベリーチーズケーキ
カマンベール仕立て



好意度

好き:31.7% やや好き:39.7%

年代別順位

	20代	30代	40代	50代
男性	12位	4位	2位	33位
女性	2位	1位	2位	6位

自由回答

- ハーゲンダッツらしいデザインで、味が想像できる美味しそう
- 薄ピンクと白の背景が、いちごとチーズケーキの世界観を表している
- いちごとチーズケーキのイラストや背景のデザインが可愛いから
- アイスの断面がみえているのが美味しそう

【TOP 2】

日清食品株式会社
日清のどん兵衛
きつね焼うどん



好き:28.3% やや好き:42.0%

	20代	30代	40代	50代
男性	1位	9位	1位	2位
女性	55位	55位	11位	4位

- 見慣れた事の安心感と、食べ物の写真で美味しそうに見えるから
- 定番のどん兵衛に焼きうどんが珍しく感じたので食べて見たいと思った
- ピリ辛とか焼きなど内容がわかりやすく表示されていて、それでいてたくさんかいてるのに見やすい
- 通常のうどんと容器の形も違い特別感がある

【TOP 3】

ハーゲンダッツジャパン株式会社
ハーゲンダッツ クラシック洋菓子
ナポレオンパイ
苺とカスタードのパイ



好き:29.9% やや好き:39.8%

	20代	30代	40代	50代
男性	4位	53位	11位	1位
女性	4位	13位	11位	14位

- ゴールドの蓋と、ビビットカラーではないシックな赤がマッチしていて高級感がある
- 高級感がありスタイリッシュな感じがするから
- 背景の色と蓋の縁や文字、イラストの金色が高級感や統一感があり良い
- いちご味だとすぐわかるし、デザインで大人な味そうな気がして美味しそう

好意度ランキング4位～10位（685商品中）

※好意度は「好き+やや好き」を足しあわせたスコアでランキング

【4位】雪印コーヒー



好き:32.2% やや好き:37.0%

- 60周年だとわかりやすい
- いつも安心感があります。好きな甘い口どけを彷彿とさせられます
- コーヒー牛乳を表現しつつ柔らかいイメージ表れているから

【5位】チョコパイ こだわりのティラミス



好き:27.8% やや好き:40.6%

- カラフルでポップな感じがして美味しそうに見えるから
- イタリアの街並みが描いてあっておもしろい
- 金色をベースとしたパッケージは高級感がある

【6位】本格焼おにぎり



好き:24.9% やや好き:42.8%

- アツアツの感じがよく出ているから
- シンプルなパッケージでわかりやすくまたおこげが美味しそうに伝わってきた
- 商品名周囲のコントラストがはっきりしていて読みやすい

【7位】森永 PARM キャラメルラバース



好き:28.2% やや好き:39.4%

- アイスの断面がおいしそうで、キャラメルのとろけた感じのイラストもおいしそう
- 背景のデザインや色などシンプルで好みだから
- 背景のキャラメルがかわいい

【8位】ピュレグミプレミアム 山梨産白桃



好き:27.3% やや好き:39.7%

- ピンクのパッケージが可愛いし、桃のイラストが美味しそうで高級感があるから
- ジューシーさが伝わってくるから
- premiumのフォントがプレミアムらしさを出してる

【9位】ぜいたく果実 ブルーベリーミックス&ヨーグルト



好き:24.4% やや好き:42.3%

- おしゃれな感じがする。商品名のロゴの字体と色が好き
- ぜいたくの文字が際立って特別感がある
- さわやかな印象の色合いと大きくデザインされたフルーツが分かりやすい

【10位】綾鷹 ～桜デザインボトル～



好き:26.1% やや好き:40.1%

- お茶のパッケージにはシンプルな感じだけど花が描かれていて華やかさがあって、とても好き。急須の絵も好き
- 春っぽく桜のデザインがあり、爽やかな気分が上がるようなデザインだと思う

好意度

自由回答

好意度

自由回答

好意度ランキング10位～20位（685商品中）

※好意度は「好き+やや好き」を足しあわせたスコアでランキング
「好き」=TB (TOP BOX) 「やや好き」=SB (SECOND BOX) と表記

PLUG
RESEARCH & DESIGN

【10位】極上ヒレかつ

【10位】かっぱえびせん
桜えび

【13位】東ハト
チョコメリゼ 濃厚カカオ

【14位】焼おにぎり

【15位】やわもちアイス
よもぎもち味



TB:25.4% SB:40.8%

TB:23.3% SB:42.9%

TB:24.3% SB:41.3%

TB:25.6% SB:39.6%

TB:26.1% SB:38.1%

【16位】カルピスソーダ

【17位】とろける
ミルキードリンク

【17位】ルック一太の贅匠
さくらもち

【19位】キョログラミング
チョコボール ビスケット

【20位】素材がおいしい
ざつまいも



TB:19.9% SB:44.2%

TB:25.5% SB:38.2%

TB:21.0% SB:42.7%

TB:23.3% SB:40.3%

TB:20.7% SB:42.7%

好意度ランキング21位～30位（685商品中）

※好意度は「好き+やや好き」を足しあわせたスコアでランキング
「好き」=TB（TOP BOX） 「やや好き」=SB（SECOND BOX）と表記

【21位】麺 QUICK
国産豚 100%の
ボロネーゼパスタ

【22位】氷結（R）
ゆずレモン 期間限定

【23位】ゴディバ
ショコラパウンドケーキ

【23位】0秒チキンラーメン

【25位】Welch's
1房分のぶどう



好意度

TB:20.9% SB:42.4%

TB:22.6% SB:40.6%

TB:25.7% SB:37.4%

TB:22.3% SB:40.8%

TB:21.7% SB:41.2%

【25位】くだもの
もりもりみかん

【27位】五目シュウマイ
香りと旨み

【27位】ヨーロピアン
シュガーコーン
ベリー&ベリー

【29位】PREMIUM
あいすまんじゅう
極選一番茶

【30位】ビッグチロル
北海道乳業バターもち



好意度

TB:20.7% SB:42.2%

TB:23.1% SB:39.7%

TB:22.2% SB:40.6%

TB:24.9% SB:37.8%

TB:23.8% SB:38.8%

【20代男性】



1位



2位



3位



4位



4位



4位



4位



4位



4位

【30代男性】



1位



2位



2位



4位



4位



4位



4位



4位

【40代男性】



1位



2位



3位



4位



5位



5位



5位

【50代男性】



1位



2位



2位



4位



5位



5位

【20代女性】



1位



2位



2位



4位



4位

【30代女性】



1位



1位



1位



4位



4位

【40代女性】



1位



2位



3位



4位



4位

【50代女性】



1位



2位



3位



4位



4位

好意度ランキングTop30から見るデザイントレンド2



遊び心のあるデザイン

高級・本格感路線で上品で優雅なデザインが上位に入ることが多く、今シーズンもその傾向がみられるが、今シーズンはそれに加え、“楽しい”デザインが上位に食い込んでいる。背景やフォント、配置などに遊び心があり、消費者を楽しませるようなデザインが増えている。

コロナが落ち着き、直近1~2年の閉塞的な時代から解き放たれ、開放的な気分マッチしたデザインが好まれたのかもしれない。

好意度ランキングTop30から見るデザイントレンド3



余白を活かしたデザイン

これまで菓子系の商品は、シズルや文字、イラストなどが全面に入っているようなパッケージが多く見受けられていたが、今シーズンは余白を広めにとったデザインが上位にランクインしている。要素を絞って情報を詰め込みすぎず、余白を活かした洗練されたデザインが多いように感じられる。

特にこれまでインパクトがあるパッケージが多かったスナック菓子のカテゴリーにおいて、余白を広めにしたパッケージの増加が目立っており、スナック菓子業界のトレンドとなっている。

好意度ランキングTop30から見るデザイントレンド1



暖色系パッケージが高評価

例年、春夏のランキングはピンクなどのパステル色やさわやかな薄色を用いたデザインが上位に並んでいたが、一昨年から暖色系のパッケージが上位に入っている。高級感や本格感を感じさせる暖色系のパッケージは、シーズンを超えて通年で評価される傾向が今年も続いている。