

【2025年秋冬 601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

2025.12



※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『2025年秋冬 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。

【調査目的】 2025年秋冬(8~10月)に発売された商品を中心に、消費財654商品(うち新商品601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34,000ss

	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】 2025年11月11日~11月18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2025年8月~10月発売のものを選定

【調査カテゴリー】 654商品を以下の27カテゴリーに分類

1. ビール	6. コーヒー	11. 水	16. デザート類	22. スナック菓子
2. チューバイ・カクテル	7. お茶(インスタント)	12. 調味料	17. 常温食品	23. その他菓子
3. アルコール類	8. コーヒー(インスタント)	13. 鍋つゆ	18. 冷凍食品	24. 基礎化粧品
4. 炭酸飲料	9. 栄養ドリンク	14. カップ麺・袋麺	19. 冷蔵食品	25. シャンプー
5. お茶	10. その他飲料	15. スープ類	20. チョコ・飴・グミ	26. 医薬品
			21. アイス	27. 衛生用品

【TOP 1】

森永乳業株式会社
ピノ ダブルショコラ



好意度

好き:28.0% やや好き:40.3%

性年代別順位

	20代	30代	40代	50代
男性	29位	1位	2位	4位
女性	1位	9位	1位	1位

●ビターとミルクのダブルチョコであることが、pinoの文字の配色からもわかりやすく美味しいそう
●シックな見た目で、普通のピノより高級感を感じる気がする
●濃厚な感じがして、期待感を抱くから
●全体的に冬っぽく、落ち着いたまとまりのあるデザイン
●大人向けな感じが伝わるから

自由回答

【TOP 2】

森永乳業株式会社
MOW モウ 練乳いちご



好き:25.8% やや好き:38.3%

性年代別順位

	20代	30代	40代	50代
男性	47位	42位	6位	61位
女性	4位	3位	2位	1位

●「MOW」と大きく書かれてることで、新商品の味が発売されたときも、「あ！MOWだ！」とすぐわかるのが良い。
●濃淡のメリハリがあるピンク色のパッケージの中に金色の文字がある組み合わせが高級感を醸し出していて好きだと思ったから
●写真がリアルでとても美味しい。ピンクの色味がかわいい

【TOP 3】

チロルチョコ株式会社
チロルチョコ きなこもち



好き:24.4% やや好き:39.4%

	20代	30代	40代	50代
男性	15位	34位	27位	27位
女性	21位	1位	3位	9位

●きな粉のような色合いで温かみを感じる。期間限定の言葉が目に入りやすく、つい手にとってしまいそうなデザインもいい
●冬っぽい感じがよい
●商品名のフォント、商品写真、右下の餅のキャラクターがすべて丸っこくて可愛らしい
●和を感じる色合いで昔からこのデザインが好き

好意度ランキング4位～10位（601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】ピュアポテト 濃いのり塩



好き:20.2% やや好き:43.1%

- 高級感とインパクトがあり思わず目に留まるパッケージで好印象
- ピュアポテトの商品名だけしかないのでイモの本来の味が期待できそうなパッケージ

【8位】ピュアポテト オホーツクの塩と岩塩



好き:21.9% やや好き:39.9%

- 商品名がわかりやすく、じゃがいもの切れ込みやポテトチップスが美味しそうに見える。背景の水色と緑色が爽やかでよい
- 食品に使うには斬新なパッケージの色味がおしゃれで、ちょっと高級感のあるポテチなのかなと思わせてくれるので好き。

【5位】森永 PARM STYLE∞ チョコレート 糖質50%オフ



好き:20.3% やや好き:42.5%

- 50%になぞらえて半分白いデザインが面白い。いつものシンプルで落ち着きのあるデザインを損なっていないのも素晴らしい
- シンプルだが高級感がある。写真がとても美味しいで食べたくなる

【6位】PARM（パルム） バニラバー（6本入り）



好き:21.6% やや好き:40.8%

- 限定復刻のロゴが目立ち、その雰囲気に合った上品な色使いが好み。高級感がある
- とろけるようななめらかな食感がパッケージから見て取れる。商品の断面が美味しい

【7位】辻利 ミルクでつくる 宇治抹茶ラテ



好き:21.7% やや好き:40.5%

- 高級感が感じられるし、配色がスッキリしていて目に優しい。上品
- どんな商品かがわかりやすい。ミルクで作ると書いてあるうえに、牛乳不使用のマークがあり、いろんな人が手に取りやすいいいデザイン

【9位】ぶるんぶるんQoo ぶどう



好き:21.3% やや好き:40.2%

- ブドウ味ということがはっきりわかり色々が良い。ぶるんぶるんという文字で食感がよさそうに感じる
- キャラクターがかわいく、何味か直ぐに分かる。子どもが好きそう
- 見慣れたデザインで安心感がある

【10位】ピュアポテト ゆず胡椒



好き:19.6% やや好き:41.2%

- シンプルでありながら商品の特徴がよくわかる
- 全面にじゃがいもがあることで印象に残りやすい。また、白の背景が可愛いのと、食品本来の味を活かしているだから。

好意度ランキング11位～20位（601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

【11位】クノール (R)
 サクサクdeコパン
 北海道産スーパースイート
 コーンの濃厚コーンポタージュ



【12位】ロッテ
 生 チョコパイ 栗



【12位】ロッテ
 チョコパイ
 和栗モンブラン



【14位】ボスデリ
 とろーりポタージュ コーン



【14位】ロッテ 爽
 巨峰&マスカット



好意度

TB:19.6% SB:41.1%

TB:21.5% SB:38.8%

TB:19.8% SB:40.5%

TB:21.2% SB:39.0%

TB:20.8% SB:39.4%

【16位】ブルボン
 ルマンドアイス
 いもジェンヌ



【17位】ポケッティボトル
 お~いお茶 緑茶



【18位】味の素
 KKコンソメ



【18位】チロル
 チロルチョコ ちよこもち



【20位】MOW モウ
 クリーミーキャラメルラテ



好意度

TB:19.2% SB:40.9%

TB:24.7% SB:35.2%

TB:22.4% SB:37.3%

TB:18.8% SB:40.9%

TB:20.6% SB:38.7%

好意度ランキング21位～29位（601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

【21位】 PARM パルム
安納芋



TB:20.3% SB:38.9%

【22位】 マルちゃん
素材のチカラ
たまごスープ



TB:17.9% SB:41.1%

【23位】 ほんだし (R)



TB:20.3% SB:38.5%

【24位】 井村屋
井村屋謹製 たい焼き
白つぶあん



TB:19.2% SB:39.3%

【24位】 オランジェ
Premir Milk
もちもちサンド
蜜芋ブリュレ



TB:17.9% SB:40.6%

【26位】 ちょっと贅沢な
珈琲店 (R)
スティックカフェラテ
深いコク



TB:16.1% SB:42.3%

【27位】 氷結 (R)
巨峰スパークリング



TB:18.9% SB:39.4%

【27位】 井村屋
SHALILI
まっしろミルク



TB:18.4% SB:39.9%

【29位】 マンナンライフ
蒟蒻畑
シャインマスカット味



TB:19.7% SB:38.5%

【29位】 冷凍 日清もちっと
生パスタ
濃厚チーズクリーム



TB:16.6% SB:41.6%

好意度

好意度

好意度ランキング 男性年代別TOP5

【20代男性】



1位



2位



2位



4位



4位

【30代男性】



1位



2位



3位



3位



3位

【40代男性】



1位



2位



3位



4位



5位

【50代男性】



1位



2位



2位



4位



4位



4位

好意度ランキング 女性年代別TOP5

【20代女性】



1位



2位



3位



4位



4位

【30代女性】



1位



2位



3位



3位



5位

【40代女性】



1位



2位



3位



4位



5位

【50代女性】



1位



1位



1位



1位



1位



大きな文字+大きなシズルで、インパクトがありつつシンプルなデザイン

ランキング上位には、商品名・商品特長が大きな文字で書かれていると同時に、シズルを大きく見せている商品が目立った。情報を詰め込まず要点を強調することで、ぱっと見て何の商品かわかりやすい構造となっている。要素が少ない分シズルが目立ち、味の想像がしやすいため「おいしそう」「失敗しなさそう」という安心感にもつながっている。訴求点は増やさずに集約し、要素を少なくシンプルにまとめることが重要であることがうかがえる。



季節感と高級感が感じられるシックなブラウン

季節感を表現するデザインとして、深みのあるシックなブラウンを基調にした商品が人気を得ていた。ブラウンは素材の上質さ・熟成感・香ばしさを想起させる色でもある。特にチョコ、栗などのフレーバーにおいて、「濃厚」「本格」「大人」といった印象を作りやすく、今回も秋・冬らしい濃厚さや、素材の上質感・高級感を色で伝えている。「季節感を感じて食べたくなる」という意見も多く、期間限定の「今だけ感」を演出できているといえるだろう。



上品な高級感を成立させる落ち着いたゴールド

高級感のある色はシーズンを問わず支持されるが、今回は派手さを抑えた落ち着いたゴールドのパッケージがランクインした。ゴールドは限定感・ご褒美感を一目で伝えられる一方、彩度や光り方が強すぎると安っぽく見えるリスクもある。今回はトーンを落とした金色やメタリックカラーを用い、パッケージの要素もシンプルに整理することで上品な高級感を演出している。