

商品開発における産学連携の意義とデザインの可能性
ー第2弾 塩レモン味レギュラー化へ向けた共同開発の事例からー

鈴木 琴那

本研究は、酒田米菓株式会社と東北公益文科大学学生、東京女子学園高等学校生徒らによる産学連携プロジェクトを事例として、商品開発における産学連携の意義と、パッケージデザインが果たす役割を明らかにすることを目的とする。扱う対象は、産学連携商品開発プロジェクト第2弾商品である「オランダせんべい 塩レモン味」のレギュラー化に向けた共同開発である。

まず、産学連携およびパッケージデザインに関する先行研究を整理し、デザインが情報伝達や購買行動に与える影響について、理論的背景を確認した。そのうえで、著者自身が学生統括サブリーダー兼パッケージ・POP制作チームのリーダーとして関与したプロジェクトの進行過程を整理し、デザイン制作、プロモーション、営業同行などの実践内容を分析した。

その結果、パッケージデザインは商品の特徴を伝えるだけでなく、情緒的価値や地域性を可視化し、購買意図の形成に寄与していることが示された。また、学生が主体的に役割を担いながら企業と協働することで、実践的な学びや責任意識が育まれることも確認できた。これら産学連携企画は、商品価値の創出と人材育成の双方において有効であり、デザインはその接点として重要な役割を果たすことが示唆された。