

Case

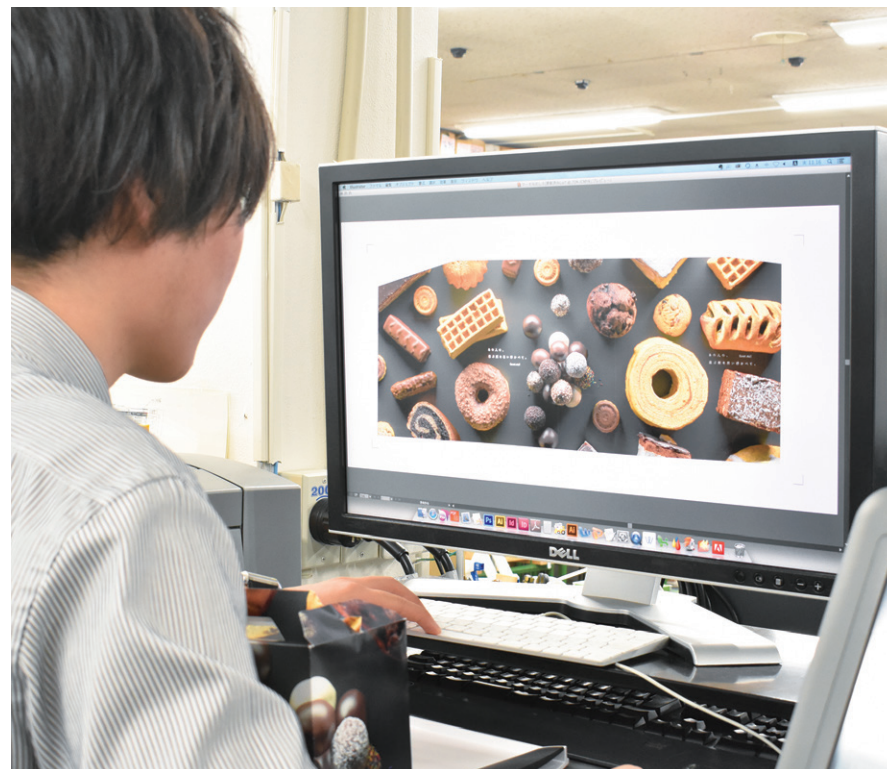
22

料理の魅力度アップ
テイクアウト用パッケージ提供サービスの開発

小規模飲食店がデザインされたパッケージを小ロット、低価格で導入できるサービス開発に取組んだ。テイクアウト用に着目し、デザインを苦手とする飲食店向けに料理の魅力を引き出す販促物の商品展開を目指す。



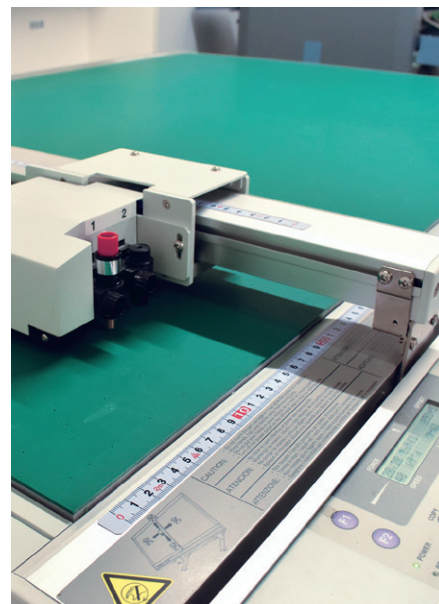
▲試作品のテイクアウト用パッケージ



▲パッケージの設計作業



▲ワイドフォーマット・プリンターで大判印刷も可能に



▲導入したカッティング・プロッター

事業計画の概要

これまで当社が提供できていなかった領域として、テイクアウトサービスに着目しパッケージ開発に取組んだ。安価で提供するためデザインされたテンプレートを活用しつつ、外形寸法を変えるだけで紙器を設計可能とした。印刷工程ではワイドフォーマット・プリンター、カッティング・プロッターを導入し生産体制を構築した。

補助事業のきっかけ

当社は飲食店向けに販促物のワンストップサービスを事業展開しており、飲食業界における認知度が徐々に高まっている。その中で、小規模飲食店はオリジナリティあるメニューで魅力があっても、写真やビジュアル、デザインでその魅力を伝えることが苦手な事業者が少なくないと感じていた。そこで販促物のラインナップを広げ、小ロットでも安価、資金余裕のない飲食店に対してデザインパッケージを提供することを目指した。

事業化状況

パッケージの品質を高めるため現在は試作品の検証を続けている。テイクアウトするメニューによって最適な紙質の選定、実証工程を経て、新サービスをリリース予定である。

飲食店の魅力を
引き出したい

当社は印刷業務全般、デザイン制作など、企業PRをお手伝いしています。お客様の中でも特に小規模飲食店向けの販促物については20年前から料理の撮影教室やメニュー作りまで行ってきました。魅力的なメニューを提供していても、その美味しさを伝えることが苦手であること、経営資源に限りがある中、販促物のデザインにまでコストをかける余裕がない事業者が少なくないからです。廃業した店舗も見えました。そのような中、当社が得意とするデザイン、印刷の分野でメニューの魅力を引き出せたらと考えています。

補助事業ではテイクアウト用のパッケージの試作開発を行いました。3D-CADによるパッケージ設計ではテンプレートを利用しコストを抑え、お客様独自に個性を出せるようアレンジを可能としました。写真などの素材がなくても、データベースから選べるようにし、利便性を高めています。キャッチフレーズも選択でき、至れり尽くせりのサービスです。100個の紙器を2万円程度で提

事業テーマ：3D-CAD導入によるテイクアウト用紙器の低価格提供サービス事業

事業者名：株式会社栄文舎印刷所 事業年度：27年度

企業概要



印刷会社は、ただ言われるがままに印刷物を作ればいいという時代ではなくなった。常に高いクオリティを求め、顧客の喜びと満足をプロデュースする。利益やモチベーションにつながっていく道しるべとなる成果物を提供する。それが、今の印刷会社に課せられた使命である。プロフェッショナルのプランナーやクリエイターによる、「印刷を中核に据えたイノベーション」をもたらし、地域をはじめ、全国の皆様の成果につながるツールづくりのために、全社一丸となって社会に向き合っている。

会社名 株式会社栄文舎印刷所
代表者名 代表取締役 関戸 昌邦
設立年 1958年
所在地 〒252-0157
相模原市緑区中野545

従業員数 15名
資本金 1,000万円
TEL 042-784-1185
FAX 042-784-6637
URL <http://www.eibunsha.co.jp/>

調査員考察

印刷業務の付加価値を高めるサービス開発の事例である。20年間飲食店の販促物に向き合ってきたことが当事業への着眼となった。現場ではデザイナーの業務拡大、若手社員の抜擢を行い人材育成の機会にもなっている。デザインにコストをかけられない小規模な飲食店にとって魅力的なサービスとなるとわかった。

供する目標の見通しが立ちました。これまでの制作はグラフィックデザインという2Dの業務でしたので、3D-CADによるパッケージ設計ではデザイナーが組立イメージを持てず苦労がありました。また新サービス立ち上げには入社3年目の社員をリーダーとするチャレンジもありましたが、経験値を高める機会になったと考えています。

新パッケージ、
まずは地元から

パッケージはできましたが、サービス展開にあたってはまだ課題も残っています。空箱を折ったんだ時のスペースを取らない保管方法や、ご飯もの、油もの、汁ものなど、それぞれに合わせた紙質をもう少し検証する必要があります。

今後、新パッケージの普及に向けて、まずは地元で実績を作り、販路を拡大していきます。飲食店だけでなく、自然豊かな相模原では6次産業化で開発された食品もあるので候補と考えています。地元でマッチング、連携する機会も作っていきたいですね。