

八街の落花生そのままの魅力を伝える  
パッケージデザインのご提案

2G08 高村奈月

## 千葉県定番のお土産



千葉県といえば…落花生！  
それなのに… 落花生その物のお土産は無い



採れたての本当の美味しさ、  
品種ごとの魅力は伝わっているのか…？

落花生が特産なのは…

本来、落花生の魅力を伝えるべきは  
生産量全国1位の八街市。  
しかし、落花生 = 千葉県 で止まっている。

唯一お土産になるのはジンジャーエール



生姜は生産量全国3位



落花生 = 八街 にしたい!



### 落花生がお土産にならない理由

- ✓ 大袋が多い → 値段が高い、食べ切る前に湿気る
- ✓ 見栄えがよくない → そのまま渡せない、若い人は手に取らない
- ✓ 地域性がない → 全て千葉県のお土産に





## 商品コンセプト

八街の落花生そのままの魅力を伝え、落花生=八街を定着させる。

若い人が知人・友人に迷わず渡せるお土産。

落花生=八街

殻付き  
そのまま

品種による  
美味しさ

ワンコイン

PK 買い

品種による違い

焙煎専用

茹で専用

1ヶ月天日干し ▶



◀ すぐ茹でる

千葉半立

中手豊

おおまさり

郷の香

Q なっつ



千葉半立

ザ・落花生  
あと惹く甘さ



おおまさり

ダントツの大きさ  
ホクホク・甘い

代表的な2種

## コンセプトを実現するアイデア

落花生=八街を結びつける

八街 → やちまた → やっちまった~



殻付きのまま  
天日干し・茹でる

擬人化 → 昼寝、入浴 → 寝過ごす、のぼせる

PK 買い

キャラ化、目立つ色

殻付き・新鮮さをアピール  
他との差別化

カップ & スリーブ式



## 商品の紹介

名 称	やっちまった落花生 寝過ぎしちまった(素煎り千葉半立)／のぼせちまった(塩茹でおおまさり)
価 格 帯	550 円
内 容 量	100 g
販 売 場 所	店舗、オンラインショップ、土産物店
ターゲッ	20代～40代の女性



日本一の落花生処



八街ぼっち商店

## パッケージ



寝過ぎしちゃった  
(素煎り千葉半立)



のぼせちゃった  
(塩茹でおおまさり)

キャラクターをアイキャッチに、  
「やちまた」「やちまた」を大きく強調



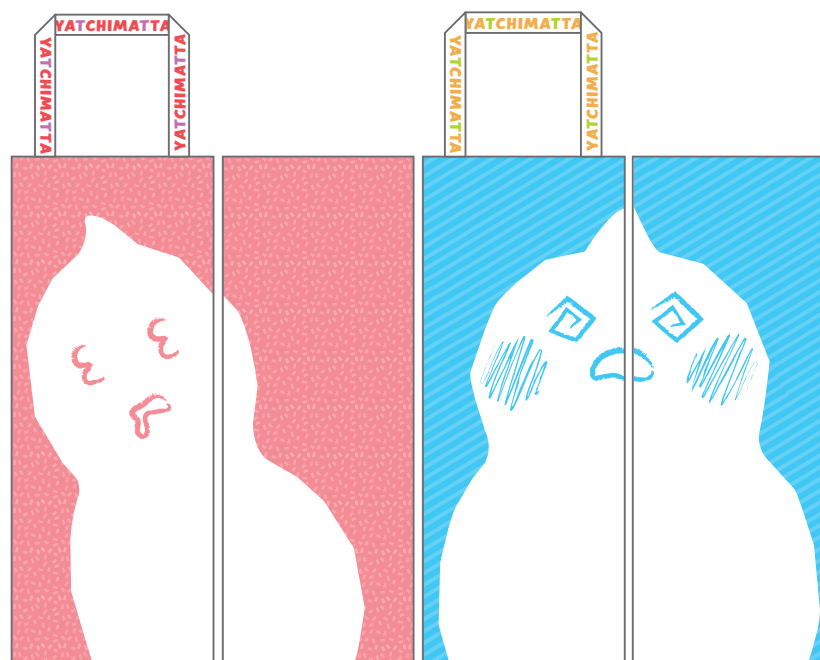
# リーフレット



# ショッパー



◀ 4つ買った場合にはショッパーが付く



4面に渡ってキャラを強調