

パッケージ イズ メッセージ

#パッケージ #インティマシー



誰だって、仕事をしていると疲れますよね。これを書き終えたら、次はあそこに連絡をして、あつちに確認とって、、、あー終わらない。

そんな時に、編集長のネコ(カウルくん)が「ブドウ糖で脳に栄養補給すると、効くよ～」と言いに来てくれました。幻覚なんかじゃありません。ラムネもネコも実体です。

その商品がこちら。



目に入ったのは、右上の(受験応援 10%増量)の文字です。冬は受験シーズン。

パッケージに応援なんて書いてあると、ちょっとほっこりします。

ブドウ糖が脳にとって栄養＝燃料になっていることはよく知られていますが、10%増量の情報と受験応援の合せ技で、今度は自分で買ってみようかなという気持ちになりました。

かつて、“The media is message”と言ったのはマーシャル・マクルーハン(カナダの文明批評家 1980 年没)でしたが、この概念はそのまま、“The package is message”と言い換えることができます。

このパッケージもただ印刷工程のボタンをポチッと押せばいい訳ではありません。増量する/しない、受験応援の記載ある/なしで、少なく 4 パターンの準備が考えられますし、生産ラインと販売計画との調整が必要で、売場でメッセージを発信するためにはおそらく結構な手間が掛かっています。

そして、「森永 ラムネ」で検索すると(<https://www.morinaga.co.jp/ramune/>)が最上段に表示され、動画コンテンツや勉強だけではなく、ビジネスシーンも想定した見せ方が用意されています。

定番商品を紹介する画像の横には、何気なく”レアハートが入っているかも？”とあります。こういう一言が、今度、探してみようかなという取っ掛けかりになって、買う理由になります。

これも製造工程でラムネの型をつくって混ぜるという一手間を加えています。



森永のラムネは40年を超えるロングセラーで定番品ですが、売れ続けるには一見なんてことはないように見えて、実は手間のかかることを積み重ねているようです。

気にしていなかったけど、いままでハート型のラムネなんて見たことないなあ。
(こうして、買っちゃう。)