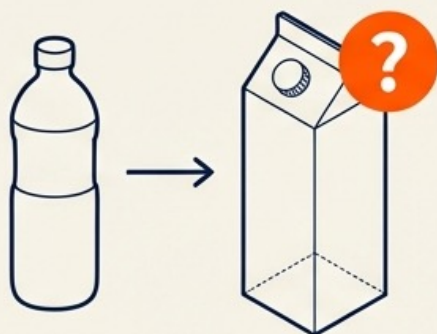


すべての人に優しい紙パック容器デザインへの転換

高齢者・視覚障害者と一般消費者の比較調査から導く、次世代パッケージの3つの条件

背景と課題



環境シフトと取り残されるユーザー:

プラスチックゴミ問題の解決策として紙パック容器への期待が高まる一方、高齢者や視覚障害者への配慮（アクセシビリティ）が決定的に不足している。

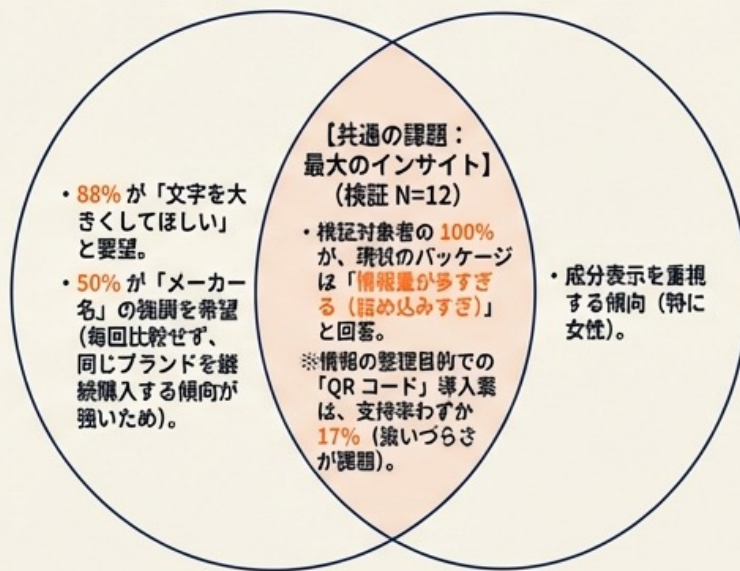
研究の目的:

一般消費者だけでなく、視覚的・身体的ハンディキャップを持つ人々にも「扱いやすい」ユニバーサルな紙パックデザインの要件を特定する。

ユーザー調査とインサイトの比較

【高齢者・視覚障害者の声】
(N=8)

【一般消費者の声】
(N=15)



次世代紙パックを構成する3つのデザイン原則



⚠️【重要事項】 ブランド・アイデンティティの保護:
デザインを刷新する際も、「いつもの商品」を継続購入する高齢者の視覚的混乱を避けるため、メーカー・ブランドの面影は確実に残す必要がある（デジタルに頼らない新しい情報提示の模索が今後の鍵）。