

販促コンペ

レンゴー株式会社 課題オリエンテーション資料

◆最終ページに課題概要シートがございます



- 1 課題説明
- 2 会社概要
- 3 デジタル印刷パッケージの紹介
- 4 デジパケ活用事例
- 5 まとめ

フルカラー
段ボールの
新たな可能性
を広げるアイデア募集!!

RENGO
DIGITAL PRINTING

詳しい情報はこちら

LUNGO

企業が販促に
デジタル印刷パッケージを
使いたくなるアイデア

「段ボール」の名付け親

1909年：日本初の段ボール事業を創業



パッケージに関わるあらゆるニーズに対応



段ボール国内シェア



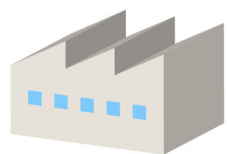
No.1

連結売上高（2023年3月期）



約8,500億円

国内工場数



34工場

国内取引社数



7,000社超



パッケージデザインを担う組織

得意先商品の
パッケージデザイン/商品企画



高付加価値パッケージで
課題解決・売上アップ



3. デジタル印刷パッケージの紹介

2019年に日本で唯一のプレプリント・デジタル印刷機を導入
段ボールに対して写真等の鮮やかな印刷が可能になり、表現の幅が広がる

Before



After



デジタル印刷を活用したパッケージ
= デジパケ

デジパケのポイント

高い印刷再現性

「1,200dpi」



バリエアブルなデザイン

「印版不要」



最大紙幅

「2,200mm」



開封時にも感動を演出

「両面印刷」



店頭 × デジパケ

無地の茶色い段ボール→「**デジパケ**」へ
段ボールのままお店での大量陳列を促す

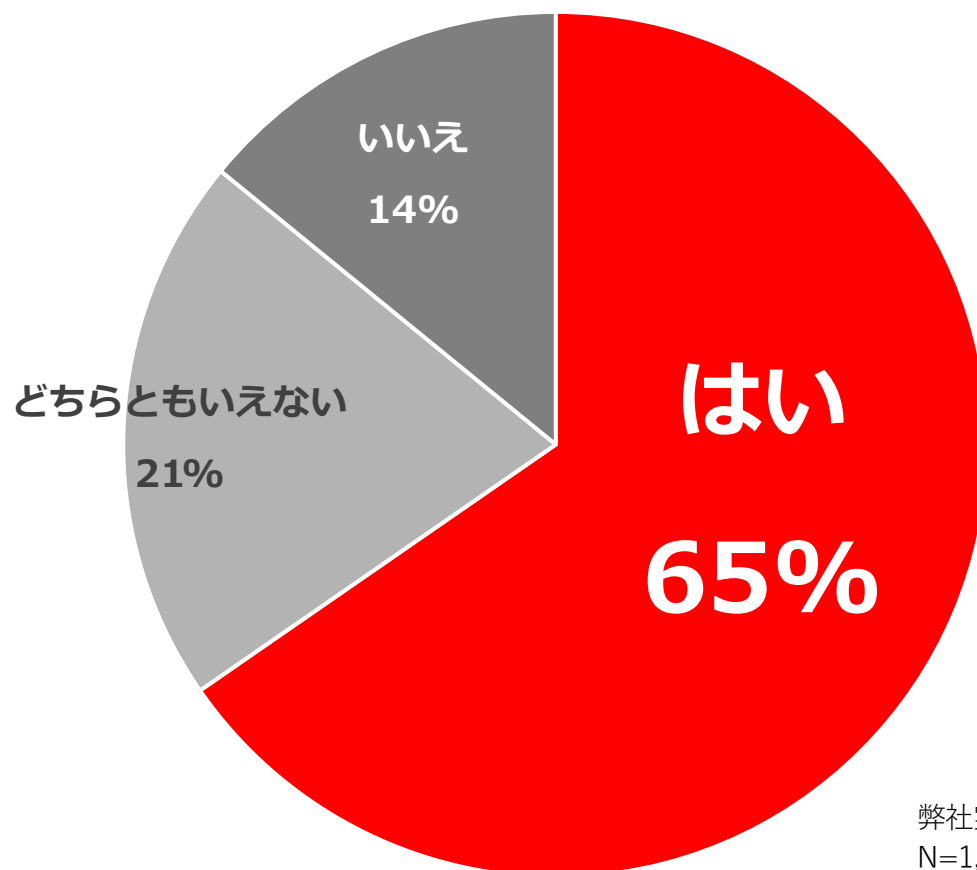


地域ごとに異なるカラーでデザイン
「味くらべコーナー」として4種並んで陳列され
デジパケがPOP代わりに



EC × デジパケ

ECで商品を購入した時、 デジパケで届いた時の方が嬉しい



弊社実施：パッケージ印象調査（Web調査）
N=1,184（属性：20～50代男女）
実施年：2023年

EC×デジパケにおけるエンドユーザーの声



茶色い段ボールは大量生産で機械的に感じるが、
**デジパケは購入者を大切にしている、
気持ちがこもっている**と感じる



グッズが届いたことを
段ボールごとSNSにUPし、シェアしたい



その時だけの限定デザインで届くと
買った人だけの特典気分に浸れる



値段が上がってもデジパケで購入する

弊社実施：パッケージ印象調査（CLT調査）
N=22（20～50代男女）
実施年：2023年

公式ECサイトの購入者限定で 選手の写真が印刷されたデジパケがランダムで届く



▼SNS反応

ジャイアンツの公式通販で買い物したら、坂本と亀井の箱が届いた
これは捨てられないやつだ笑



昨日に引き続き、ジャイアンツの公式通販で買い物したのが届いた。
昨日は坂本と亀井の箱。
今日は梶谷の箱。
箱だけでちょっとしたクリーンナップが完成した。



「いいね!」27件

miya.g.sta
ジャイアンツオンラインストアの
段ボールが岡本くんで、

いつもジャビットくんなのに
段ボールの選手ランダムらすいーくまた届くので、
勝手にワクワクしてます

段ボールだけで満足し過ぎて
一瞬何注文したか忘れてまッ。
開けて思い出しまッ

スポーツ×アニメによって新規顧客の獲得
内側のフラップがパターン別で、ランダムに届く



『TIGER & BUNNY 2』
企画・原作・制作：BN Pictures
©BNP/T&B2 PARTNERS

**店頭・ECに限らず、幅広く
活用アイデアをお待ちしております！**

企業が販促にデジタル印刷パッケージ (デジパケ) を使いたくなるアイデア

ターゲット：企業の販促・マーケティング担当者

注意点、トーン&マナー

- ・ 1点モノの印刷、
極端に少ない枚数での印刷はできません
- ・ 公序良俗に反する表現、競合他社などへの
攻撃的なアイデアは禁止です
- ・ 自由な発想で幅広くアイデアを募集します

フルカラー
段ボールの
新たな可能性
アイデア募集!!
を広げる

RENGO
DIGITAL PRINTING

詳しい情報はこちら

LJ

皆さまのご応募お待ちしております。

最後までご視聴いただきまして
ありがとうございました





企業がプロモーションにデジタル印刷パッケージを使いたくなるアイデア

フルカラー
段ボールの
新たな可能性
を広げるアイデア募集!!

RENGO DIGITAL PRINTING

詳しい情報はこちら

応募される企画で解決したい課題

現状の課題	段ボールは単なる資材とみなされることが多い。企業の販促・マーケティング担当者は自社の商品を知ってもらうことや商品を売ることに注力しているが、店頭・EC問わず顧客との重要なタッチポイントである「パッケージ」で「販促ができる」とは気づいていない。デジタル印刷パッケージの認知度が低く、販促施策にあまり活用されていないことが課題。
何を (商品、サービスなど)	自在なデザインをデジタル印刷した段ボール
誰に (ターゲット)	企業の販促・マーケティング担当者 パッケージを活用した販促を検討中、または新しい販促手段を探している方
解決したい課題	企業の販促・マーケティング担当者がデジタル印刷パッケージが販促施策の一つとして使えることを認知しておらず、採用してもらえないこと。

市場の背景/動向

- ・年々デジタル印刷を利用したパッケージの市場は拡大している。
- ・デジタル印刷パッケージは店頭・EC問わず活用されている。店頭ではPOP不要の販促ツールとして売り場獲得や商品認知の拡大に、ECではブランディング、新規顧客獲得やロイヤリティ向上の目的で使用されることが多い。
- ・ECで商品を購入した際に、デジタル印刷パッケージを含めてSNSに投稿する事例が増加している。

商品サービスの特徴

- ・高い写真再現性とフルカラーで美しい印刷
- ・版が不要なバリエーション印刷で、同時に複数のデザイン展開が可能
- ・最大紙幅2,200mmで小サイズから特大のサイズまで自在に対応
- ・箱の外側、内側への両面印刷が可能
- ・1点モノの印刷は不可

注意点

表現上のルールや トーン&マナー	・公序良俗に反する表現、誹謗中傷、競合他社などへの攻撃的なアイデアは禁止。 ・デジタル印刷を活用できる企画であれば、活用のテーマは問わない。
その他	・オンデマンド印刷ではない ・1点モノの印刷は不可。