

1050 包装における開発のチャンス

今まで新しい包装がどのように生まれ、どれが生き延び、どれが消えたか。
新しい包装はどのような時に生まれたか。では、今は新しい包装が生まれるチャンスか。
どんなものが生まれるだろうか、それを自分がやりたい気持ちで考える

【講座内容】

(1) 開発のチャンス

- ① 昭和35年ごろの包装、みかんやリンゴは木箱、段ボールの落下強度と積み上げ強度重視の世界、オーバーパッケージ。
- ② 欧米の包装に驚いたころ。
- ③ うるさい日本の機械、欧米の静かな機械。包装機械が主役。
- ④ 消費者の意識が次第に変わる。使用適性、軽包装、多機能包装。
- ⑤ 社会機構の変化と需要の中で開発が進んだ。
- ⑥ 安定、高速、信頼、周辺機器の技術進歩をいち早く掴んで活用。
- ⑦ NCカム、モーター、電子機器、素材、フィルム化、多層化、高機能化。
- ⑧ 公害問題。省資源、分別、リサイクル。
- ⑨ 消えた包装、生き残った包装。
- ⑩ これから生まれる包装は、社会ニーズの中から。
- ⑪ それは何か。そのヒント。出来るからやる、必要だからやる。

(2) 開発手法

シーズの取り込み→ニーズを常に感じ取る(自分は消費者)→生活と仕事の中で常に→気付く→考える→作る(実証/バラック試作)→調べる(IPDL)→無ければGO→有ればもっと良いのを→出願文書書く→見せる・話す→出願→先願調査依頼→早期審査請求→特許査定→実施への作業→困難な道。

現状は間違いかもしれない。必ず解決は有る。松茸は1000人の股をくぐる。必ず有る。今は、新しい産業革命の時代→視点を変えればニーズは無尽蔵。

- ① 人にはそれぞれの開発手法がある。自分に合った方法を伸ばす。
- ② ニーズからか、シーズからか、どちらも良いが、ニーズから入る方が易しい。
- ③ ニーズは与えられる時と、自ら気づく時と、その中間がある。
- ④ 生活と仕事の中で気づく。
- ⑤ 解決策は無数にある、それを出して目で判るように描く。
- ⑥ 複数の人で考える時は、1枚の紙に書くとき自分の色鉛筆を使うと良い。
- ⑦ 考えてから調べる方が、発想が委縮しない。
- ⑧ 必要なら実証のバラック試作を。
- ⑨ 後から調べる、IPDLが有効、ホームページも有効。
- ⑩ あったらめげず、もっと良いのを考える。
- ⑪ 出願文書、出願、必要なら早期審査請求、必要なら時間稼ぎ。
- ⑫ 私の体験。
- ⑬ 解決策は必ず有ると言う姿勢と、松茸は千人の股をくぐるの姿勢で。
- ⑭ 環境が変われば、ニーズは新しく出て来る。環境問題はチャンス。

お問い合わせ先

日本包装コンサルタント協会 (JPCA)

講座担当(大森) FAX; 045-833-5738

Mail; zero@qb3.so-net.ne.jp