

「自社のパッケージ力をアップしたい」

「現商品のパッケージを見直していきたいが、デザインの方向性が決まらない」

「パッケージデザイン案を絞り込む判断基準や指標を押さえたい」

「社内でイメージなど感覚的なコンセンサスがうまくとれない」

「デザイナーと意思疎通を図って、魅力的なパッケージに仕上げていきたい」

・・・などを、お考えの方にぜひお薦めしたい講座です。



過去
受講者の声



すぐに業務で活かせるような内容から、仕事をする上でのモチベーション向上になる講義など、どれも学びの多い時間でした
(食品メーカー/30代女性)

デザインの要素、考えるフロー等、実務で役立つ知識や考えが詰まっていたと思いました
(化粧品メーカー/30代男性)

受講者同士でのワークショップなど、プレゼンも本格的に出来て勉強になりました。実際に手を動かしたり、参加型で面白かったです
(生活用品メーカー/20代女性)

開催
日時

2022年
10/25(火)・11/1(火)・11/8(火)
15:00~18:10 (3日間)

募集
定員

12名(定員になり次第締め切ります)
※代理出席可

受講料

60,000円(税込)
※ODC会員は30,000円(税込)

対象

企業の商品企画・デザイン・販売促進部門の
担当者・管理者

申込
方法



当センターWebサイト
<https://www.osakadc.jp>

FAX専用申込み用紙
FAX 06-6265-2270

お申込み受付後、請求書を発行いたします。



会場
大阪デザインセンター セミナールーム
船場センタービル2号館1階北通り
大阪メトロ中央線「堺筋本町駅」東改札すぐ
大阪市中央区船場中央1-3-2-101

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策について
参加者の皆様に安心して受講いただけるように、受講者同士の
間隔や空調・消毒、実習スタイルなど十分な対応策を行います。

お問合せ
ODC 一般財団法人大阪デザインセンター
osaka design center TEL : 06-6265-2260
Email : odc@osakadc.jp

第9回 プロに学ぶ! 売れるための 商品パッケージ 企画実習講座



どう売るかではなく、
どう買っていただくか。

2022年
10/25(火)・11/1(火)・11/8(火)
15:00~18:10 (3日間)

会場 大阪デザインセンター セミナールーム (堺筋本町)
主催 一般財団法人大阪デザインセンター <https://www.osakadc.jp>

プロに学ぶ! 売れるための **商品パッケージ企画実習講座 受講申込書** FAX 06-6265-2270

受講者名	フリガナ	会社名
所在地	〒	部署名 役職
TEL		業種
E-mail		

どう売るかではなく、 どう買っていたかか。

Package x Communication

いろいろな競合商品が並ぶ店頭で、購買者に向けて、商品の良さ・魅力やブランドの価値を伝えているのは、まさに商品パッケージであり、その企画やデザインを高めることは、市場競争力を向上させる大変重要な要素です。
「とにかく商品が売れるパッケージデザインにしたい」という思いを皆様お持ちだと思いますが、単に色やカタチを良くして売れるものなのでしょうか? 売れる・売れないの分かれ道はどこにあるのでしょうか?
新型コロナによる生活様式の変化は、人々の商品マインドを大きく変え、またSDGsを意識した社会的役割のメッセージ訴求や体現もますます重要視されています。

こうした時代のニーズを捉えながら、新しい切り口やアイデアを創り出し、どのように表現・訴求していくべきでしょうか?

それは“デザイン”を差別化のためのスタイリングだけではなく、パッケージを通したコミュニケーションと捉え、商品開発に欠かせない戦略的なツールとして企画することが大きなポイントです。作り手の“伝える”目線だけでなく、生活者の顧客目線や価値観を十分に考慮し、商品を買っていただくための“伝わる”仕掛けが必須です。そのためにも、自社でパッケージをつくる、もしくは外部のデザイナーに依頼するにしても、その企画するプロセスや考え方をきちんと理解し、お客様の心に届くパッケージに仕上げなければなりません。

本講座では、長年にわたり、多種多様な企業の商品パッケージ企画に向き合ってきた実務経験豊富なプロのデザイナーを講師に、基礎知識から効果的に展開できる手法、デザインに取り組む留意点などをグループワークも交え、体感的に修得していただく講座です。

プログラム & 講師プロフィール

1

10/25 (火)

15:00~16:30

パッケージデザイン概論 & プロセス

ワークショップ

パッケージを生み出すというコト

16:40~18:10

マーケティングの視点から 「中身・パッケージ・価格」の バランス

ワークショップ

お客様目線でパッケージを評価してみよう

三河内 英樹 株式会社イングアソシエイツ ディレクター
Hideki MIKOUCHI
パッケージデザイナー。1973年山口県生まれ。1997年大阪芸術大学デザイン学科グラフィックデザインコース卒業。同年株式会社イングアソシエイツに入社。
入社当初はDVDなどのデジタル記録メディア、近年は主に食品関係のパッケージデザインを手がけ現在に至る。公益社団法人日本パッケージデザイン協会 会員。



坂元 雄二 株式会社スタッフワーク 代表取締役
Yuji SAKAMOTO
デザインプロデューサー。鹿児島市生まれ。早稲田大学卒業後、大手食品メーカーで営業・マーケティング・商品開発に従事。1990年に広告プロダクション・株式会社スタッフワークを設立。パッケージやSP広告のデザインプロデュースを、顧客視点で続けている。大阪府立環境農林水産研究所 大阪産(もん)チャレンジ支援事業 デザイン部門委員、大阪府6次産業化プランナー。全国の商工会などでの講師歴多数。



2

11/1 (火)

15:00~16:30

女性目線でわかりやすく伝える パッケージの技術

ワークショップ

キャッチコピーを含めたラフ案をつくる

大力 千津子 株式会社イングアソシエイツ ディレクター
Chizuko DAIRIKI
パッケージデザイナー。1987年に株式会社イングアソシエイツ入社。2013年日本パッケージデザイン大賞 電気機器・関連商品部門金賞受賞。
化粧品や下着、家庭用品など女性のための商品に長年関わり、生活者としての感覚を大切に、メーカーの思いをわかりやすく伝えることをモットーにデザインしている。公益社団法人日本パッケージデザイン協会 会員。



16:40~18:10

売れる、ではなく、 売れ続けるパッケージ作りの秘訣

ワークショップ

“コミュニケーションの最適化”で魅せる
パッケージづくり

森 孝幹 株式会社デザインフォース 代表取締役
Takaki MORI
(株)デザインフォース・(株)ボンドクリエイティブ・レガラン(株)代表取締役、公益社団法人日本パッケージデザイン協会理事。建築、出版を経て2000年創業。“コミュニケーションの最適化”を軸にブランディング・デザインを展開。グルマン世界料理本大賞2011_グランプリ、アジアパッケージアワード2015他入賞入選。ヤクルト、Dejavu、バインアム、Campus、Milbonグローバルのコミュニケーションなどが代表作。業務提携先多く海外も強み。



3

11/8 (火)

15:00~16:30

SDGsを取り入れた パッケージデザインの作り方

ワークショップ

社会性や多様性を意識した商品企画

三原 美奈子 三原美奈子デザイン 代表
Minako MIHARA
奈良市出身。京都精華大学美術学部デザイン学科VCD専攻卒業後、デザイン事務所を経て2010年三原美奈子デザインを設立。各種食品・コスメなどのパッケージデザインを数多く手掛ける一方、展覧会や講演・ワークショップでパッケージを一般に広める活動も積極的に行っている。パッケージデザイナー集団・パケクシオン主宰。大阪パッケージアカデミー講師。公益社団法人日本パッケージデザイン協会 理事。



16:40~18:10

パッケージデザイン 買ってもらえる仕掛け

かっこいいパッケージデザイン 発注の仕方

ワークショップ

チームで行う企画書作成&プレゼンテーション

松尾 政明 株式会社サンデザインアソシエーツ 代表取締役社長
Masaaki MATSUO
パッケージプロデューサー。1965年兵庫県生まれ。1985年大阪芸術大学デザイン学科入学、マーケティング専攻。1989年ナウシステムデザインに入社。洋菓子を中心としたパッケージデザインに携わる。1991年株式会社サンデザインアソシエーツに入社。一般食品、菓子、酒類等の食品関連のパッケージデザインや商品企画を中心に、日用雑貨、化粧品など非食品も手がける。公益社団法人日本パッケージデザイン協会 理事。

