

パッケージデザインカレッジとは

パッケージを「売れる仕組み」として捉え、戦略から表現までを一貫して考える思考を育む学びの場です。デザインを単なる“見た目づくり”ではなく、企業の戦略やブランドの物語を体現する手段として再定義し、売場で選ばれる理由を自ら設計できる人材の育成を目指します。前期では、分析や構想を通じて戦略的に考える力を磨き、後期では、情報設計や素材選定、言葉による表現など、実践を通じて戦略を形にする力を養います。



講座概要

開催日時：2026年2月18日(水)、2月25日(水)、3月4日(水)、3月11日(水) [各回]14:00～17:00

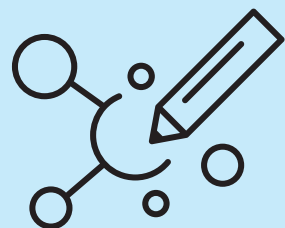
受講料：一般 69,300円(税込) ODC会員 58,300円(税込)

※プレミアム会員:2名まで会員価格、スタンダード・ライト会員:1名のみ会員価格

定員：16名(先着順) ※原則、1社につき2名まで

受講対象者

- ☑ デザイナーやマーケティング担当者
- ☑ 商品企画に関わる担当者
- ☑ パッケージや企画提案の“設計力”を高めたい方
- ☑ 領域を越えて“伝わる価値”をデザインしたい方
- ☑ 前期を受講し、さらに実践的な力を身につけたい方



【キャンセルポリシー】

講座開始11日前まで:全額返金

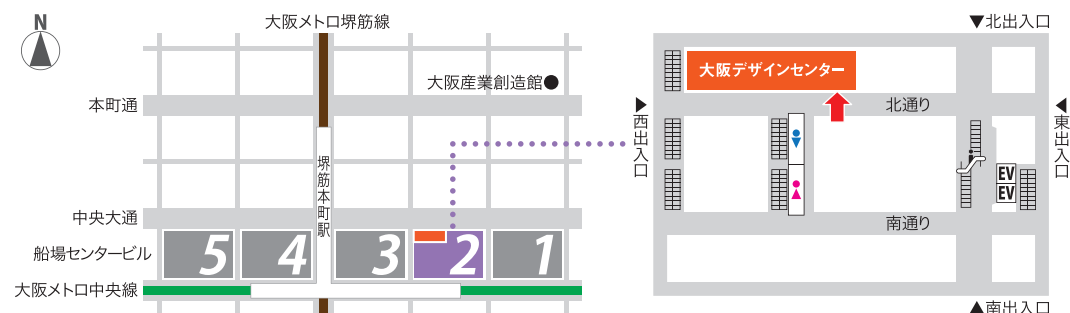
10日前～前日まで:50%返金

講座開始当日以降:返金不可

申込み方法:当センター ウェブサイトより
主催:一般財団法人 大阪デザインセンター



Access & Floor map



船場センタービル 2号館 1階

大阪メトロ堺筋本町駅からは、東改札口(①②③出口方面)より、船場センタービル2号館(地下2階)へ入り、エレベーター/エスカレーター/階段で1階へお越しください。

●19～20時の間に東西出入口のシャッターが閉まり、エスカレーターも停止します。南北出入口からか、地下からのエレベーター/階段をご利用ください。

売れる！パッケージデザインカレッジ vol.15

売れる仕組みを デザインする

戦略から表現まで一貫した
パッケージデザイン



全4回

2026.2.18 (Wed) / 2.25 (Wed) / 3.4 (Wed) / 3.11 (Wed)

各回 14:00 ～ 17:00

講義最終日の終了後に、ささやかな懇親会を予定しています



● 詳細・お問い合わせはこちら
一般財団法人大阪デザインセンター
Mail: odc@osakadc.jp

ODC
osaka design center

講座の目指すゴール 受講生は本講座を通じて、以下の3つの能力を習得することを目指します。

1. 売場を読み解く力

- ・パッケージを広告として捉える視点を持ち、瞬時に伝わる情報設計を理解する
- ・売場全体の中で競合と比較し、どう見えるかを分析できるようになる
- ・ブランドストーリーと売場戦略の一貫性を考慮し、単体デザインに留まらない視点を養う

2. 設計思考の能力

- ・構造、素材、物流、環境対応 を考慮したパッケージ設計の基本を理解する
- ・見た目だけでなく、流通効率やサステナビリティをふまえた提案ができる
- ・実現性のあるデザイン設計を行う視点を養う

3. 表現する能力

- ・コピーライティング、情報設計をふまえた「伝わる表現」ができる
- ・消費者にとって必要な情報と魅力的なメッセージのバランスを取れる
- ・言葉を通じて、商品の価値を正しく、かつ心に響く形で伝えられる



第1回 2.18 (Wed)

売場で「主役を張る品物」のパッケージに学ぶ



売場で「主役を張る品物」のパッケージを、単体デザインに留まらない広範な視点で掘り下げます。ワークショップでは、実際に売り場に出向いて様々な品物を観察して、顧客視点でパッケージデザインを考える力を養います。

第2回 2.25 (Wed)

パッケージには使命がある



社会や市場のニーズ、トレンドを的確に捉え、商品企画の段階から設計・製造・物流・販売までを俯瞰し、最適な包装仕様を検討するうえで必要な基礎知識を学び、実現性のある魅力的なパッケージを構築する能力を養います。

第3回 3.4 (Wed)

購買行動を促す言葉



パッケージに表記する情報は、商品の価値を正しく魅力的に伝え、消費者に購買を決意させる役割を担います。伝えるべきメッセージが「伝わる」コピーライティングを学び、消費者の行動を「引き起こす」情報設計を考えます。

第4回 3.11 (Wed)

共感と呼ぶパッケージデザイン



学びの成果を発表する成果発表会です。各グループで役割を分担してプレゼンテーションを行い、講師からのフィードバックを受けながら、成果をさらに磨き上げるための具体的なアドバイスを得られます。

【ワークショップ】 実際の商品を手に取りながら“売れる仕組み”を体感 「売れる」を支える、デザインの工夫を探ります



坂元 雄二 氏
株式会社スタッフワーク
CEO

アートディレクター
食品メーカーで営業・マーケティング・商品開発に従事した後、広告プロダクション・株式会社スタッフワークを設立。食品や生活雑貨のパッケージやSP広告のデザインを「顧客視点」で続けている。大阪府 地域資源活用・地域連携 プランナー。奈良県立 なら食と農の魅力創造国際大学 非常勤講師。全国の商工会や企業でのセミナー講師歴多数。公益社団法人 日本パッケージデザイン協会 会員。



西川 洋一 氏
レンゴー株式会社
担当部長 兼 部長代理（包装専士）

1992年にレンゴー（株）に入社以降、包装や販促物の企画・設計・デザイン業務に携わり、包装開発にも従事。包装分野の特許・実案・意匠等254件申請。包装コンテストでは（社）日本包装技術協会主催の日本パッケージコンテストで3度入賞の他、世界包装機構のワールドスターなど受賞多数。包装業界上位資格の包装専士や研究発表大会で優秀賞を受賞し、協会や団体で講演多数。現在は包装の開発や設計・試験を担う部署で部・課長職を兼務。



生駒 達也 氏
オーエンカンパニー
代表

クリエイティブディレクター/コピーライター
総合広告代理店を経て、現在はフリーランスで活動。グラフィック広告、テレビCM、WEBコンテンツ等の広告企画・制作に長年携わり、食品・医薬品・日用品・電器・住宅など各種メーカー、通販企業、インフラ企業、自治体、学校法人など様々なクライアントを担当。毎日デザイン広告賞グランプリ、消費者のためになった広告コンクール銅賞、東京コピーライターズクラブ新人賞など受賞。

- グループ制作
「売れるパッケージ」を再設計
- すべての講師よりフィードバック
- プレゼンテーション（見学可能）
※職場の上司の皆さまもご覧いただけます。
（前日までにお申込ください）

【懇親会】

講義最終日の終了後に、ささやかな懇親会を予定しています。講義中には聞けない話を伺ったり、講師や参加企業の方々との交流を深めたりできる貴重なひとときです。

