

化粧品業界で稼ぐデザイナーへの転換

～最上流企画での事業価値創造と継続案件獲得の実務～



セミナーの背景・問題意識

多くのデザイナーは、ロゴやパッケージ制作などの「下流案件」に限定され、以下の課題を抱えています

- ✓ 単価が低く、継続案件が少ない
- ✓ クライアント予算の中で「デザイン費」が真っ先にカットされる
- ✓ 競争が激しく、事業が成長しない
- ✓ AIやツールが普及する中、自分たちの市場価値が低下している



一方、化粧品業界は異なります。

化粧品は「企画段階から市場投入まで」、デザイナーの意思決定が事業成功に直結します。

にもかかわらず、多くのデザイナーは企画段階に関わる機会を持っていません。

このギャップが「単価が10倍になる」「継続パートナーシップが生まれる」ビジネスチャンスを生み出しています。

講座の目的・ゴール

本セミナーの参加者が修了時に達成する状態：

- ☐ 化粧品業界の利益構造と事業モデルを理解し、デザイナーが付加価値を発揮できるポイントを言語化できる
- ☐ 薬機法・景品表示法など、業界特有の専門知識を習得し、他デザイナーとの差別化要因とする
- ☐ 自分のスキル・経験を化粧品市場のどこに位置づけるか、ポジショニング戦略を設計できる
- ☐ 「上流企画パートナー」として初期営業につなげるプロトタイプ提案を作成する



主な講座内容

セッション 1

化粧品業界の構造理解 原価率の低さ、マージン構造、広告費配分。
他業界との比較を通じ「なぜ上流関与で単価が上がるのか」を理解

セッション 2

デザイナーの価値発揮ポイント 西山氏が見た「成功事例」3～4件を通じ、
企画段階での関与が利益をどう増やしたかを事例で学ぶ

セッション 3

薬機法・景品表示法の基本「これを描いたらアウト」の落とし穴、
知ること競争が激減する専門知識

セッション 4

単価設定・営業実務ノウハウ「明細を出すな」など、
化粧品業界特有の交渉術と利益率を保つプライシング戦略

セッション 5 [ワークショップ]

自分のポジショニング設計。スキル整理→市場ニーズ→勝ちどきを明確化。
西山氏からのフィードバック

講師プロフィール

西山 太 氏 （にしやま ふとし）

ノーベル化学宏業株式会社 OEM企画営業 執行役員

【経歴】リクルート、リコーでの法人営業経験を経て、化粧品業界へ参入。
ノーベル化学宏業にて初の営業として入社し、現在は執行役員に就任。

【実績】取引実績200社以上、年間売上規模数億円。化粧品OEM企画営業のパイオニアとして、
デザイナー・ブランド企業・小売業などのステークホルダーと事業を構築してきた。



受講対象者

- ・デザイナー（グラフィック、パッケージ、UX/UIなど領域不問）
- ・事業開発者、営業企画者
- ・化粧品業界でのビジネス展開を本気で検討している個人事業主、経営者

対象者に求める姿勢:単なる知識習得ではなく、
実際のビジネス転換に向けた「熱量」「行動力」「覚悟」を持っていること。



開催概要

開催日時：2026年11月30日(月) 15:00-18:00

会 場：大阪デザインセンター(対面)

定 員：16名

所要時間：3時間(講義+ワークショップ+個別相談)

受 講 料：一般 33,300円(税込) ※ODC会員は無料

持 ち 物：自社・自身の事業概要、競合分析資料などを持参

お申し込みは
こちらから



セミナー後の展開

本セミナーは「知識習得の終わり」ではなく、「ビジネス転換の始まり」です。
セミナー内で提示される厳しい前提条件や市場現実にも関わらず、「化粧品業界で稼ぎたい」という
熱量がある参加者に対しては、西山氏との個別相談を通じて、以下の伴走関係を検討します：

- ・初期営業パートナーとしての取引先紹介
- ・継続的なメンタリング(提案資料添削、営業同席など)
- ・OEM企画・商品開発プロジェクトへの直接参画

こうした導線を通じ、「参加者がビジネスパートナーとなる」ことを目指しています。



● 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