

パッケージデザイン懇話会平成28年度日程

	第135回	第136回	第137回	第138回
日程・時間	H28. 6. 2 15時~17時30分	H. 28. 8. 26 15時~17時30分	H. 28. 11. 11 15時~17時30分	H. 29. 2. 22 15時~17時30分

平成27年度実績

第131回懇話会

テーマ：「日本のデザイン“多様性と和えるチカラ”と“商品デザイン開発チームのチカラ”」

講師：公益社団法人 日本パッケージデザイン協会 理事長、

サントリー食品インターナショナル株式会社ブランド戦略部
シニアスペシャリスト クリエイティブディレクター

加藤 芳夫 氏

講演日：2015年5月28日（木）

講演要旨

日本の本当の魅力、能力、オリジナリティとは何なのか？新しい価値を生み出すイノベーション力とは何なのか？和魂洋才、八百万の神、神と仏の融合等に見られる“和える”という感性は大きな武器になる。“和えるチカラ”が、現代ではチームで開発する新価値創造のDNAとなり、コンセプトチーム（中身開発、マーケティング、デザイン）が密にコミュニケーションしながら強いデザイン製品を作っていく。“やってみなはれ！”という精神の元で、“みとくんなはれ！”と応える気持が重要と語った。



第 132 回懇話会

テーマ：「GK グラフィックスの4つのメソッド」

講師：株式会社 GK グラフィックス

取締役 佐藤 雅洋 氏

講演日：2015年10月1日（木）

講演要旨

GK グラフィックスは、1985 年に GK インダストリアルデザイン研究所から独立して、今年で 30 周年を迎える。また、GK デザイングループは、去る 2 月に創設者である榮久庵憲司を亡くし、変革を迫られる年となった。

榮久庵憲司が残したデザイン思想・哲学を継承し、どのように企業の理念とビジョンに結びつけていくか、これは GK デザイングループの火急のテーマである。

GK グラフィックスが掲げる 4 つの働きは、これまで 30 年間培ってきた榮久庵のデザイン思想 (=GK 思想) をベースに独自に構築したメソッドであり、「生活を創るグラフィックス」のテーマのもと、デザインを通じて人間生活の質の向上に寄与したいと考えるものである。



4つのメソッド

「Define (わきまえる)」
物事の違いの本質を見分けること。

「Adapt (かなえる)」
デザインは機能を適える。

「Improve (たかめる)」
デザインは表情を豊かにする。
商品コンセプトを決定づける。

「Identify (あかす)」
デザインは「身の証」をたてる。
社会の中で愛され続けること。

第133回懇話会

テーマ：「もったいない！食品ロスを減らすために」

講師：株式会社 office3.11

代表取締役 井出 留美 氏

講演日：2015年11月25日（水）

講演要旨

食品ロス実態とその低減にパッケージが貢献できることについて、お話を頂いた。食品ロスは、全食料生産の約1/3にあたる13億トン（2011年）に達し、国内で見ると1296万トン/年、事業系・家庭が各々約半分となっている。食品ロスに対しては、パッケージの保護機能向上により賞味期限の延長が、包装単位の縮減によって様々な消費スタイルに対応し無駄を生じにくくするなどの貢献が期待できる。



第134回懇話会

テーマ：「食感性工学による包装容器と「おいしさ」のコミュニケーション設計法」

講師：一般社団法人食感性コミュニケーションズ・代表理事

東京大学名誉教授 相良 泰行 氏

講演日：2016年3月10日（木）

講師からのメッセージ

この講演では「伊右衛門」やマウントレニア「ダブルエスプレッソ」の開発事例を話題として包装容器のデザインにブランディング技術を開発して導入するノウハウを紹介する。「伊右衛門」ではペットボトルが香味の「おいしさ」に劇的な好影響を及ぼすが、ヒット商品「おーいお茶」や「生茶」のペットボトルは、ブランド力により消費者の感性を刺激する情報媒体としての役割を担っている。このことは香味－包装容器－TV-CF－マーケティングなどを融合する技術の必要性を明らかにした。

他方、チルドカップ市場に「エスプレッソ」カテゴリーを定着させる目的でダブルエスプレッソ・シリーズを開発したが、ストロー直径によりエスプレッソの最も重要な香味因子である「苦味の強さ」がコントロール可能である事が紹介された。



平成26年度以前の実績

回	開催日	テーマ	講師
130	H27.2.13	ブランドストーリーから、デザインが見えてくる	バニスター株式会社 代表 細谷正人氏
129	H.26.11.28	荒木志華乃のA to Z	株式会社長崎堂 取締役 荒木志華乃氏
128	H.26.9.24	かわいいデザインへの感性工学的アプローチ	芝浦工業大学 教授 大倉典子氏
127	H.26.5.30	ユーザー体験を実現するパッケージデザイン	日経BP日経デザイン 編集長 丸尾弘志氏
126	H.26.3.13	菓子和包装	有斐斎弘道館 館長 太田達氏
125	H.25.11.15	パッケージとブランディングから考える日本美の世界への発信	Nosigner 代表 太刀川英輔氏
124	H.25.9.20	すぐ使える、実践マーケティング～デザインに役立つ、消費者の価値観と心の読み方	インフィニティー 石田美穂氏