

JPC



第65回 ジャパンパッケージングコンペティション

2026 JPCは経済産業大臣賞以下
41点が受賞しました。

主催：一般社団法人 日本印刷産業連合会
後援：経済産業省／(公社)日本パッケージデザイン協会／
(公社)日本包装技術協会／(公社)日本マーケティング協会／
(一社)日本プロモーション・マーケティング協会／(一社)日本百貨店協会
協賛：平和紙業株式会社



受賞作品紹介

2026 JPCは経済産業大臣賞以下
41点が受賞しました。

5 審査報告

ジャパンパッケージングコンペティション審査委員長

加藤 芳夫

受賞作品**経済産業大臣賞**

- 6 「SIIDA®」 味の素株式会社
7 シンカトリ 大日本除虫菊株式会社

経済産業省製造産業局長賞

- 8 ウィルキンソン タンサン ハーフ e c oラベル アサヒ飲料株式会社
9 むぎゅう〜と搾るヨーグルト 小岩井乳業株式会社

経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞

- 10 赤玉プレミアムブレンデッドワイン サントリーホールディングス株式会社
11 POLA B.A 株式会社ポーラ
12 「ブレンディ®」スティック パラエティボックス 味の素 AGF 株式会社

公益社団法人日本パッケージデザイン協会賞

- 13 消臭力 NOTE クローゼット用 エステー株式会社

公益社団法人日本包装技術協会賞

- 14 キュレル 潤浸保湿 フェイスクリーム つめかえ用 花王株式会社

公益社団法人日本マーケティング協会賞

- 15 森永ミルクキャラメル台湾限定デザイン 森永製菓株式会社

一般社団法人日本プロモーション・マーケティング協会賞

- 16 めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 花王株式会社
GO!GO! JASMINE (ジャスミンの香り)

一般社団法人日本百貨店協会賞

- 17 uniball ZENTO Signature model 三菱鉛筆株式会社

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞

- 18 ささっと! 砂糖 ウェルネオシュガー株式会社
19 コアラのマーチ 東京ばな奈「見つけたっ」 株式会社ロッテ / 株式会社グレープストーン
20 辻利 お濃い抹茶ラテ 210ml 株式会社 明治
21 明治 THE CACAO 4 種のアソート 株式会社 明治
22 GiDORAX ゴキブリ用 アース製薬株式会社

洋菓子部門賞

- 23 ピノ チョコアソート (人生ゲームパッケージ) / 森永乳業株式会社
いちごのアソート (人生ゲームパッケージ)
23 宵の堅あげポテト だし醤油味 / 濃厚海老味 カルビー株式会社
24 果汁グミ スマートパック 株式会社 明治

洋食品部門賞

- 24 マ・マー レンジで2分 もちもち生パスタ 株式会社日清製粉ウェルナ
25 「Mio Brodo™」 味の素株式会社

和食品部門賞

- 25 サザエ サザエ食品株式会社

中華・エスニック食品部門賞

- 26 「Cook Do®」極シリーズ 味の素株式会社
26 のせよう！サッポロ一番 サンヨー食品株式会社

健康食品部門賞

- 27 TABETARA Umios 株式会社

アルコール飲料部門賞

- 27 天山 150 周年記念酒 天山酒造株式会社

薬品部門賞

- 28 医薬品管理袋 アルフレッサ株式会社
28 おすだけノーマット台紙レス アース製薬株式会社

化粧品部門賞

- 29 ポール & ジョー サンプルセット台紙 株式会社アルピオン
29 シャンプートリートメント専用ボトル&詰め替え一式 株式会社ヤマサキ

化粧雑貨部門賞

- 30 up2me hug my lip color lock plumper コーセーコスメポート株式会社
30 POLA From Loss To Beauty 株式会社ポーラ

贈答用品部門賞

- 31 「ちょっと贅沢な珈琲店®」ドリップアソート ムードタイム 味の素 AGF 株式会社
31 ロクシタン 2026 ニューイヤーキット ロクシタンジャパン株式会社

POP部門賞

- 32 「Fruit Skip」ネックPOP メルシャン株式会社

包装紙・ショッピングバッグ部門賞

- 32 カミエコ® 見せパケ 日本紙パルプ商事株式会社

地域産業商品部門賞

- 33 haus Premium Hinoki Series haus.style

リニューアル商品部門賞

- 33 ミノン アミノモイスト 敏感肌・乾燥ケア 第一三共ヘルスケア株式会社
トライアルセット 紙パウチ
34 ダンディー チョコレート フタバ食品株式会社

ペット用品部門賞

- 34 nosh DOG (100g×5 種、300g×5 種) ナッシュ株式会社

開催主旨

JPC2026（2026年ジャパンパッケージングコンペティション）は、市場で販売されているコマースシャルパッケージの優秀性を競う商品包装展で、今回第65回を迎えます。

生活者の安心・安全、さらに環境への関心は極めて高く、供給サイドにおける商品包装への対応は、企業の社会的責任とともに一層重要になっています。

市場からは多様化するニーズに応えた、機能的で創造性のある、そして社会に調和したパッケージ開発が求められています。

JPCは、商品化されたパッケージを広く募集し、コンペティションを実施し、優秀な作品を展示することで、今後のパッケージ開発への情報を提供し、社会に貢献したいと考えております。



【審査委員（順不同）】

加藤 芳夫 氏、松崎 笙子 氏、福本 佐登美 氏、
信藤 洋二 氏、竹内 攻 氏、竹原 聖人 氏、
内田 剛 氏、西園 明美 氏、伊藤 友香 氏、
鶴田 崇義 氏

【オブザーバー】

経済産業省担当官諸氏

作品データの見方

SV：全体統括 監修 等

PD：プロデューサー ディレクター プロ
ジェクトマネージャー 等

CD：クリエイティブディレクター 等

AD：アートディレクター 等

D：デザイナー

BM：ブランドマネージャー ブランディング
デザイナー 等

LO：ロゴデザイン

IL：イラストレーター

PH：フォトグラファー

PL：プランナー

MK：マーケティング

CW：コピーライター

CO：構造ディレクター 設計 パッケージエンジニア
開発 包材 等

PR：広報 宣伝 等

M：製造 容器製作会社 コンバーター 等

審査報告

ジャパンパッケージングコンペティション審査委員長
加藤 芳夫 (大阪芸術大学客員教授・クリエイティブディレクター)

パッケージ（商品）をお客さまに伝える「情報伝達」は、「売り」だけでなく「ブランド創造」にもなる大切な機能です。「わからない」を「わかる」デザインにするには大変苦労しますが、「わかる」には「わかる＝読める」だけでなく「わかる＝商品の本質」もあります。すぐに「わかる」スピード伝達以外にも、ゆっくり「わかる」体験デザインという、深い味わいのある商品づくりもありそうです。

今回、JPC の2つの受賞作品を見ながら、パッケージデザインの「わかること」「わからないこと」の意味と価値についてももう一度考えてみようと思います。

経済産業大臣賞の「SIIDA」は、味の素から出された「だし（出汁）」の新しい商品ですが、一見なにか「わからない」デザインです。日本の食文化（伝統の和の世界）の商品の表記をローマ字「DASI」にして、さらに「SIIDA」と変換したブランドは、すぐにはわからない奥深さの表現です。創業以来「おいしい」にこだわり、消費者と接してきた「味の素」だから実現できる挑戦的な商品だと思います。「オンライン限定」商品は、お客様の手元でゆっくり確かめられる特性があり、商品理解の「時間＝余裕」を生み出していて、「焚(HUN)」「燻(KUN)」「酵(KOU)」という三つの味わいと意味を同時に体感する仕組みをつくっています。この商品企画からは、すぐには「わからない」がゆっくり「わかる」ことを価値にして「奥深さ」「こだわり職人の手仕事」を日本の新しい出汁文化の構築を見て取れます。簡単に「わかる」方法ではなく、少し「わからない」ネーミングやグラフィックにすることで、本当の価値を「わかる」ようにする巧みのマーケティングの姿がありました。

もう一つの経済産業大臣賞の「シンカトリ」は、一見すぐに「わかる＝読める」デザインです。しかし「本当の意味＝価値がわかる」には、少しだけ時間がかかるかもしれません。この商品は、火、電気、電池を使わない次世代型の蚊取りで、再生プラスチックを活用した環境配慮され安全設計使用にも配慮されている、大変真面目で優れたシンプルなプロダクトデザインです。その外装は真逆のデザインで、表面上のキレイではなく、大胆でユニークなタイポグラフィーの表現にしています。天地逆さまの「蚊」の文字が大きな太い書体で配置され、売り場で目をひく「おもしろい 驚き!と一瞬の?」「わからなさ」が不思議にあります。これは蚊取機能をイラストレーションではなく、文字で表現した「シャレ」のアイデアのなせる技だと思います。消費者に「しゃれ」の意味を考えさせる「なぞかけ」は、頭の中に引き込ませる仕掛け＝「他人事」ではない「自分ごと」にする優れた体験デザイン発想です。「蚊の一文字」の中に「文脈」があり「オチ」がある「おもしろい」デザインは、関西文化の老舗企業＝「金鳥」だからできる、真似のできない大技の企画とデザインだと思います。

生活者のココロをつかむ優れたパッケージデザインは、表面には「わからない」深い文化背景から生まれ出る隠された価値があるようです。JPC 入賞作には、それぞれの価値と工夫があり、開発の仕組みを紐解く発見をするのも楽しみだと思います。

今回も JPC ジャパンパッケージングコンペティションが開催できました。関係された皆様のご協力に感謝申し上げます。今後もよろしくお願ひします。

経済産業大臣賞



「SIIDA®」

味の素株式会社

D : o-flat inc.
M : 大日本印刷株式会社

選評

だし文化をリードしてきた味の素が、かつおだしの奥深い世界を体験してもらおうと丹精込めたB2C 限定の新ブランド。独自の製法で燻し分けられた3品種の個装からはそれぞれ職人の手間と情熱が立ち上る。スプレーアートをを用いた文字デザインからは手仕事の温かみを感じる。だしには原料や製法によりさまざまな個性があり、外箱では調理方法とともにそうしたストーリーも丁寧に教えてくれる。知的好奇心までも満たす渾身のパッケージだ。

経済産業大臣賞



シンカトリ

大日本除虫菊株式会社

- PD : 大日本除虫菊株式会社
- CO・M : 大日本印刷株式会社
- D : 株式会社デプロ・インターナショナル・アソシエイツ
有限会社スイッチ

選評

電源が不要で、置くだけで蚊が落ちるというまさに次世代型のヒット商品だが、まずは、容器を上下逆さまにするだけでシャッターが開閉し、オン・オフの切り替えが可能な薬剤のパッケージングに感心した。外箱は安価な商品だけに豪華さはないが、直感性で勝負。「蚊」の文字が斜め下を向き、力なく落ちる表現は秀逸な情報デザインなのではないか。蚊取り剤のイメージを一新する特徴もズバリ明記した。本体は再生プラスチック、外箱は紙製で、環境に配慮されている。

経済産業省製造産業局長賞



ウィルキンソン タンサン ハーフ e c o ラベル

アサヒ飲料株式会社

SV : アサヒ飲料株式会社 坂 公通
PD : アサヒ飲料株式会社 小諸 祐志 小林 正寿 齋藤 鷹也
CO : アサヒ飲料株式会社 佐藤 朋巳

選評

ラベルの長さをボトル半周分短くした。通販ではラベルレスの飲料商品をよく目にするが、店頭に並べられる商品では法律上の規定により一定の表示が義務付けられている。120年を超えるお馴染みの炭酸水ブランドの五感を刺激するようなシャープな世界観をこのぎりぎりのスペースにそのまま表現した点は見事だ。半周装着の技術がプラスチック使用量削減につながり、消費者の分別行動を容易にするトータルなデザイン設計は評価に値する。

経済産業省製造産業局長賞



むぎゅう〜と搾るヨーグルト

小岩井乳業株式会社

- AD : 大橋 幸裕
- D : 東 朋宏
- SV : 小岩井乳業株式会社 キリンホールディングス株式会社
- M : 共同印刷株式会社

選評

外箱の写真を見て「おいしそう」「楽しそう」と直感した。「親子の時間を生む新しいヨーグルトのかたち」がコンセプト。工夫を重ねられた独自のボトルがもたらす“搾る”という行為がヨーグルトの概念を広げ、デザートやトッピングへと盛り付けを多様化させた。子どもの小さな手にも持ちやすく柔らかで、出てきたヨーグルトは渦を巻く。親子で使いたくなる楽しい体験をパッケージがもたらしてくれるのはうれしい限りだ。

経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞



赤玉プレミアムブレンデッドワイン

サントリーホールディングス株式会社

- CD : 西川 圭
AD : 森田 きよの
D : 末藤 智菜 西川 圭
M : 高桑美術印刷株式会社 寿精版印刷株式会社
株式会社フジシールインターナショナル

選評

赤玉は1907年、日本人に合うワインとして誕生したサントリーの創業ブランド。当商品はその思想を継承し、日本の食を引き立てる赤ワインとして新発売された。ボトルの金ラベルは反射が緻密で店頭で映えるだろう。一方で食卓で落ち着く表情も感じる。ギフト化粧箱には、赤玉唐草や初期ラベルに見られた偽造防止のマイクロ文字が、箔押しによる緻密な意匠として再構築された。ブランドの歴史性を感じながら飲んでみたい。

経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞



POLA B.A

株式会社ポーラ

A D : 江藤 晴代
D : 重田 くるみ 羽室 暁 梶谷 文雄

選評

ポーラ最高峰のエイジングスキンケア商品。圧倒的なアートともいえるこの存在感をそのまま製造品に落とし込むのはとても大変なことではなかったか。「生命美」をテーマに「人の複雑な美しさ」を表現するため、実際に人のドローイングを繰り返すことで、造形を抽出したという。あらゆる角度で表情を変容させつつも手になじむから不思議だ。外箱はドローイングの質感と環境配慮を意識した FSC 認証紙を選定している。

経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞



「ブレンディ®」スティック バラエティボックス

味の素 AGF 株式会社

- S V : 味の素 AGF 株式会社
- P D : TOPPAN 株式会社
- C O : TOPPAN 株式会社 一二三 莉沙
オダデザイン事務所 織田 光郎
- A D : 株式会社電通プロモーション 吉村 直子

選評

30～40代の女性が主ターゲットのカジュアルなギフトボックス。カラフルな水玉があしらわれた小箱を開けるとさっと広がり、スティックコーヒーと「おしゃべりの木」が登場する。豊富なフレーバーのコーヒーを選べ、キャラクターが会話を楽しむきっかけや話題を投げかける仕掛けが楽しい。人が自然と集まり、温かい語らいのひとつときをもたらすコミュニケーションツールとして高く評価したい。

公益社団法人日本パッケージデザイン協会賞



消臭力 NOTE クローゼット用

エステー株式会社

AD : エステー株式会社 林 奈生 田中 祥子
PD : 株式会社ヘルメス 小林 秀士
D : 株式会社ヘルメス 河合 育美

選評

クローゼットのお気に入りの服たちに自然と溶け込むような、本体の上質なデザインをまずは評価したい。消臭・芳香機能に適う紙素材はシンプルながら、きらめきのあるニス使いで上品に仕上がっている。外装も丁寧に作り込まれている。ベージュのベースカラーにマットニスをあしらいつつ、透明感のあるさわやかな香りのイメージ写真は艶やかに表現されている。全体として外連味のない心地よさに満たされている。

公益社団法人日本包装技術協会賞



キュレル 潤浸保湿 フェイスクリーム つめかえ用

花王株式会社

M : TOPPAN 株式会社

CD : 花王株式会社

選評

包装技術の立場からは、環境性能と使用性の両立を第一の観点としたい。このチューブ型パウチは既存品に遮光性能を加えた新仕様で、粘度のある液体でも残液がほぼ発生しない従来の特性を生かしつつ、劣化しやすい中身でも詰め替え用として展開できる可能性を高めたのが画期的だ。今回、本体ジャー容器への詰め替え用として初めて採用された。ラミネートチューブ比でプラスチック使用量を約 30%削減するなどの成果にも敬意を表したい。

公益社団法人日本マーケティング協会賞



森永ミルクキャラメル台湾限定デザイン

森永製菓株式会社

- A D : TOPPAN 株式会社 貝塚 珠季
- P L : TOPPAN 株式会社 大内 茉優
- I L : しんたにともこ
- D : 株式会社キュー 吉橋 彩香 齊藤 可奈子 上野 日向
- M : TOPPAN 株式会社

選評

日本でも台湾でも長年親しまれているこのキャラメル。「両者の懸け橋」となるべく限定企画が進んだ。台湾で人気の日本の観光地をテーマに、各商品の味に合わせて名所がデザインされている。スリーブを引き出す仕掛けやクイズなど、内外装すべての印刷面を駆使した体験型パッケージはこれまでもお馴染み。楽しく学びながら両者の文化交流や旅への興味を促進する見事な商品となった。

一般社団法人日本プロモーション・ マーケティング協会賞



めぐりズム 蒸気でホットアイマスク GO!GO! JASMINE (ジャスミンの香り)

花王株式会社

- C D : 花王株式会社 藤井 博之
A D : TOPPAN 株式会社 貝塚 珠季
I L : 神保 賢志
D : 株式会社キュー 吉橋 彩香 堀 胡桃 荒木 七海 木曾 百音
M : TOPPAN 株式会社

選評

「ドンキ」限定のとにかく元気なパッケージ。めぐりズムは「『推し』のライブを澄んだ目で見たい」という人たちの間で流行しているそう。フェス前日のワクワクしながら休息する様子と、当日に思い切り楽しむ様子をパッケージの表裏で表現。ドンキの店頭では表裏交互に陳列されることでインパクトある店頭POPとなった。従来にないポップで楽しいデザインにより、Z世代へのアプローチを図った。

一般社団法人日本百貨店協会賞



uniball ZENTO Signature model

三菱鉛筆株式会社

A D : 竹本 勉
D : 増田 真由子 鷹見 理恵 Takami graphics

選評

水性ボールペンとして大ヒットしている「uniball ZENTO」。その最上位ラインがこの「Signature model」。やわらかい書き心地やそれを最大限に味わうための形状が、書くという行為に上質さをもたらしている。パッケージもていねいに作られた。店頭での高い訴求力、ギフト需要への対応、製品が見える形状、そして期待感を高める開封時の工夫など、従来のボールペンにはなかった独自のアイデアが随所に盛り込まれている。

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞



ささっと! 砂糖

ウェルネオシュガー株式会社

- P D : TOPPAN 株式会社 伊藤 友香
A D : TOPPAN 株式会社 貝塚 珠季
P L : TOPPAN 株式会社 齋藤 麻由香 安田 一輝
D : 株式会社キュー 吉橋 彩香 荒木 七海
I L : 株式会社キュー 太田 久美子
M : TOPPAN 株式会社

選評

片手でささっと振り出せ、最後まで自立の状態が保たれる。砂糖商品に潜在的にある課題＝「固まってしまう」とか「最後まで使い切りにくい」、「移し換えずにそのままさっと使いたい」といった何となく困っていたことを解決できた新しい形態だと思う。フロストシュガーを、溶けやすさや混ざりやすさといった特長を活かして、日常の料理用途へと拡大するリブランディングの一環だという。インパクトのある施策だと思う。

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞



コアラのマーチ 東京ばな奈「見つけたっ」

株式会社ロッテ / 株式会社グレーストーン

- CD : 株式会社ロッテ / 株式会社グレーストーン
- AD : TOPPAN 株式会社 竹内 清高 / 株式会社グレーストーン
- D : 株式会社アオトクリエイティブ
株式会社グレーストーン 安藤 綾希子
- CP : 株式会社グレーストーン 三島 伸康
- M : TOPPAN 株式会社

選評

普段のお菓子として人気の「コアラのマーチ」と、お土産需要の高い「東京ばな奈」の双方の特性がうまく組み合わせられた。パッケージでは、専用描き下ろしビスケット絵柄やバナナカスタード味チョコなど、特別感を随所に表現した。土産需要を意識した携帯しやすいサイズと開封時の高揚感を重視し、個包装の一覧性にも配慮された。エコバッグをはじめとしたグッズ展開など、パッケージを起点としたブランディングを強化している。

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞



辻利 お濃い抹茶ラテ 210ml

株式会社 明治

MK : 明治：芝
CO : 明治：堀田
BM : 明治：吉野
D : 株式会社 粟辻デザイン

選評

シリーズの基本商品と比べ抹茶原料の使用量が1.8倍。キャップ付きの特殊な容器により、奥深い香りとお味を手軽に楽しめる。おいしいものを封じ込める独自の技術が採用されているという。外装は緑色の変化が非常に美しい。小さい商品ながら全体的に高級感にあふれている。消費者の生活をより豊かにするパッケージに仕上がっている。

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞



明治 THE CACAO 4種のアソート

株式会社 明治

- CD : 株式会社 明治 井田 紀美子
- AD : 株式会社ライトパブリシティ 鈴木 奈々瀬
株式会社プロモーションズライト 岩瀨 周平
- PR : 株式会社プロモーションズライト

選評

「明治ザ・カカオ」を代表する4種をアソートに仕立てた。菓子のアソートで新しい展開は難しいと思われる中で、紙化は当然として、産地と製法で選ぶという新しい可能性をデザインで表現しているのが面白い。4種類の内容の情報デザインも率直だ。カカオ起点のデザインパターンで、売り場から見たときに新しさを感じる。

一般社団法人日本印刷産業連合会会長賞



GiDORAX ゴキブリ用

アース製薬株式会社

- PD : アース製薬 南 公彦
- MK : アース製薬 築森 公彦
- PL : アース製薬 安藝 紗織
- AD・D : アース製薬 小尾 真理子

選評

EC 専売のゴキブリ駆除スプレー。「最強&最速」なのだそう。ゴキブリのイラストを排除しつつも、グロス感ある飛び散るインクのデザインが効き目を直感的に伝えてくる。生活との調和を図るのが難しいカテゴリーと拝察するが、置き場所の迷いも緩めてくれそうだ。また、エアゾール缶では珍しくシュリンクを採用し、ザラザラ加工で滑りにくく持ちやすい。デザインと機能の両面で、虫が苦手な人でも使いやすいパッケージを実現している。

洋菓子部門賞



A D : TOPPAN 株式会社 貝塚 珠季 土屋 陽和
CO : オダデザイン事務所 織田 光郎
D : 株式会社スペースラップ 藤沼 佳世 續 聡子 高原 南
M : TOPPAN 株式会社

ピノ チョコアソート (人生ゲームパッケージ) / いちごのアソート (人生ゲームパッケージ)

森永乳業株式会社

「人生ゲーム」の世界観を通じて、ピノが持つ楽しさを伝えている。盤面やルーレット、コマや職業カードを作り、オリジナルの人生ゲームが作れる。2種の箱を繋げるとマスを増やして遊ぶことも可能。マス目を進むにつれ、大切な人と仲が深まっていきそうだ。

洋菓子部門賞



BM : カルビー株式会社 山本 千夏 小幡 貴弘 米澤 祐子
PD : 株式会社 博報堂プロダクツ 関谷 百合香
AD : 株式会社カタチ 干場 邦一
PH : 株式会社ライト 青木 倫紀
D : 株式会社カタチ 萩原 千裕 村上 恭代

宵の堅あげポテト だし醤油味 / 濃厚海老味

カルビー株式会社

お馴染みの「堅あげポテト」にこだわりを加えたぜいたくな限定商品。個性的な4つの形のチップスと厳選されたフレーバーを象徴的に取り上げ、独自の製造技術を率直に表現した。かなりレアだったと聞かすが、是非食べてみたいと感じさせられた。

洋菓子部門賞



C D : 株式会社 明治
M : TOPPAN 株式会社

果汁グミ スマートバック

株式会社 明治

標準4粒入りの小袋が12袋入ったコンパクトなガゼット袋にリニューアル。自立するので収納にも便利。従来の同容量大袋と比べプラスチック使用量を25%ほど削減しつつ、輸送効率を約1.7倍に引き上げた。

洋食品部門賞



P D : 株式会社プロモーションズライト
A D : デザインバス株式会社 M : TOPPAN 株式会社

マ・マー レンジで2分 もちもち生パスタ

株式会社日清製粉ウェルナ

生パスタを袋のままレンジアップできる斬新な商品として人気。茹でない=水を使わないことから環境適性に優れている。デザイン面では、マ・マーブランドのイメージカラーである赤と生パスタのシズルの組み合わせが生き生きと独特の臨場感をもたらしている。

洋食品部門賞



C D : 味の素株式会社
D : 株式会社電通
C O : TOPPAN 株式会社 大日本印刷株式会社

「Mio Brodo™」

味の素株式会社

イタリアの基本だし「ブロード」が主役の新感覚のパスタ用調味料。そのままポストインできる設計となっている。外食店のような本場感あるイラストは本格的な味わいを伝えてくる。開けたときの表情は新鮮さと楽しさに満ち、ワクワクした。

和食品部門賞



BM : 西澤 明洋
渡部 孝彦
饗庭 夏実
隆 アリア
村田 ショーン 拓也

サザエ

サザエ食品株式会社

おはぎやおむすびで北海道民になじみ深い同社のリブランディングは大きな話題にもなった。パッケージはシステムとしてブランドイメージを統一させるデザインに刷新。印象的でどこかほっとするロゴやブランドカラー、明快なキャッチコピーが商品の魅力を引き立てている。

中華・エスニック食品部門賞



C D : 味の素株式会社 D : 株式会社ロフト M : TOPPAN 株式会社

「Cook Do®」極シリーズ

味の素株式会社

刺激的な味わいで「史上最高品質」に仕上げたという同シリーズ。表面には料理写真ではなくソースに使用した素材が象徴として配置され、突き詰められた旨さや辛さを連想させる。主張の強い数々の競合品が並ぶ売り場で、シンプルな強さを放っている。

中華・エスニック食品部門賞



のせよう! サッポロ一番

サンヨー食品株式会社

「電子レンジで1分温めてのせるだけで、いつもの『サッポロ一番』がごちそうになる」というレトルト食品。パウチをそのままの状態レンジにかけられる。自動的に蒸気が抜ける機構で手軽さをもたらした商品設計が特徴。

健康食品部門賞



M : TOPPAN 株式会社
PD : TOPPAN 株式会社 八木澤 裕司 綿貫 琴子
CD・AD・D : underline graphic 石田 清志 坪田 理美

TABETARA

Umios 株式会社

魚由来のたんぱく質を子どもたちに届ける新ブランドで、中央に配置された親近感のある魚のロゴが印象的。忙しい日常の中でも手軽に栄養を摂れるよう、子どもが食べやすい厚みに設計した商品や、すぐに食べられるワンハンドスタイルの形状など、食べやすさにこだわった設計が盛り込まれている。

アルコール飲料部門賞



D : 株式会社第一紙行 羽廣 千穂
PD : 株式会社第一紙行 田代 俊太郎
CW : 株式会社第一紙行 白石 あきほ
M : レグナテック株式会社 (箱の天面・底の木材提供・加工) 名尾手すき和紙株式会社 (胴ラベル和紙)
LO : 株式会社エンターアイ (150周年ロゴマークデザイン提供)

天山 150 周年記念酒

天山酒造株式会社

佐賀を代表する酒蔵の 150 周年記念酒のパッケージに、地元の職人や素材メーカーが力を添えた。ラベルの手すき和紙、瓶の台座となる木材はいずれも地元のもの。それらをまとめ上げる見事な青色は名峰天山と清流を表す。地域に寄り添う長年の理念をあらためてシンボライズした。

薬品部門賞



M : 大日本印刷株式会社

医薬品管理袋

アルフレッサ株式会社

箱に入った医薬品と温度ロガーを同梱してセットアップし輸送から冷蔵庫内で保管する一連の作業を、デザイン面でフォローしている。▽正面がしっかり分かる「ヘムシール」▽底面がフラットで箱の薬品の配置が容易▽ロゴが入り封止シールによる安全性・確実性—などが特徴。

薬品部門賞



PD : アース製薬 南 公彦 PL : アース製薬 安藝 紗織
AD : アース製薬 小尾 真理子 D : アース製薬 石田 あゆみ

おすだけノーマット台紙レス

アース製薬株式会社

従来の紙台紙を廃止し、プリスターも使用せず、包材を大幅に削減した。その面積減少分を補う形で「使用上の注意」や特長などの説明は貼付ラベルを開いて確認できる仕組みとなっている。殺虫剤らしからぬインテリアになじむシンプルな色合いやデザインが実に新しい。

化粧品部門賞



SV : 川瀬 久美子 奥 聖香 (公式サイト) 関川 恵三 (マーケティング)
PD : 森岡 亜矢子 藤木 まどか
AD・D : 土屋 陽和 佐藤 慶太 尾形 雄一
CO : 織田 光郎 M : TOPPAN 株式会社

ポール & ジョー サンプルセット台紙

株式会社アルピオン

プライマーのサンプルセットの構造・グラフィックの新企画品。4,000 円程度の高価格帯で7種類ある商品で、全種類をトライしてもらい、ファンになってもらうために作られた。ブランドの世界観や品位が繊細な構造とデザインから静かに伝わってくる。

化粧品部門賞



D : 株式会社加納デザイン事務所 M : 龍江精工株式会社
PL : 株式会社ヤマサキ 前東 順 今榮 佑大

シャンプートルートメント専用ボトル&詰め替え一式

株式会社ヤマサキ

詰め替えの際、パックごと簡単にセットできる。注ぎ込みなどの作業が不要で、とても便利。年間約 0.4トンのプラスチックが削減されるという。真空の状態で最後の一滴まで無駄なく使え、衛生的でもある。3シリーズのボトルが共通化され、買い替え不要なのもうれしい。

化粧雑貨部門賞



CD・AD : 森田 利江子
D : 緒方 京子

up2me hug my lip color lock plumper

コーセーコスメポート株式会社

審査委員が外装の唇画像を自分の口元に当てて心弾ませていた。シルク印刷特有の立体感がリキッドリップの艶をリアルに表現し、商品カラーも一目瞭然。オフホワイトの容器からのぞくバルク色が個性的で可愛い。明るくポジティブなブランドメッセージを素直に伝えてくる。

化粧雑貨部門賞



A D : 丸橋 加奈子
D : 中山 雄介 松本 亜弓 吉野 佑香 木本 貴子

POLA From Loss To Beauty

株式会社ポーラ

各地に眠る農産物の未利用資源から地域機関と共にエキスをつくり、製品化する取り組みの成果。購入者にサステナブルをフランクに取り入れてもらえるよう、遊び心のあるカラーリングが提案されている。デザインを起点に関心を喚起していきたい思いが込められている。

贈答用品部門賞



S V : 味の素 AGF 株式会社
P D : TOPPAN 株式会社 A D : TOPPAN 株式会社 一二三 莉沙
C O : オダデザイン事務所 織田 光郎 D : 有限会社シード 飯田 光理

「ちょっと贅沢な珈琲店®」ドリップアソート ムードタイム 味の素 AGF 株式会社
パッケージをハウス型に変形させスマホなどのライトを入れると、ランタンのように光り、部屋が非日常空間へ。また、絵柄が変わるギミックもあるという。大切な人とコーヒーとともに過ごすひとときを素敵に演出してくれそうだ。

贈答用品部門賞



C D : ダイオーミウラ株式会社 門脇 利夫
A D・D : ダイオーミウラ株式会社 川畑 瞳

ロクシタン 2026 ニューイヤーキット **ロクシタンジャパン株式会社**
日本独自の年末年始ギフト文化を、ロクシタンのリブランディングに沿ったモダンな世界観でシリーズ化した。ブランドを象徴するハンドクリームを持つ猫のイラストの何と愛らしいことか。商品が正面を向いたまま収まる設計で輸送性も強化されている。

POP部門賞



MK : メルシャン株式会社 マーケティング部
M : TOPPAN インフォメディア株式会社

「Fruit Skip」ネック POP

メルシャン株式会社

ボトルキャップに被せるだけで高い視認性をもたらす。陳列時に安定するとともに、平置きでも訴求力が維持される。天面側にもメッセージを配置でき、陳列棚下段でもしっかりと商品価値を伝えることができる。秀逸な販促ツールだと思う。

包装紙・ショッピングバッグ部門賞



カミエコ® 見せパケ

日本紙パルプ商事株式会社

「カミエコ」は情報を「魅せる」ことに特化した紙製パッケージ。オフセット印刷対応で、内側にも低コストで高品質なデザインが伴った情報掲載が可能。ミシン目加工による「ぱりぱり」とした開封体験は手に取る瞬間を印象的に演出する。

地域産業商品部門賞



SV・PD・CD・D・BM・PL : 宮木 健二 (拓殖大学)

haus Premium Hinoki Series

haus.style

延岡地域のヒノキの端材から抽出したヒノキオイルを基幹成分としたルームミストやアロマオイルなどの多様な商品群。キャップは障害者施設との共創で端材加工されたもの。パッケージを通じて環境循環と社会的自立支援を同時に実現した。シンプルな佇まいが品質の高さを伝えてくる。

リニューーアル商品部門賞



CD : 第一三共ヘルスケア株式会社
AD・D : 有限会社 HANDFAST
M : TOPPAN 株式会社

ミノン アミノモイスト 敏感肌・乾燥ケア

第一三共ヘルスケア株式会社

トライアルセット 紙パウチ

窓貼り紙器から紙パウチへ変更された。紙使用量は実に89%削減された。しわを抑えながら、店頭陳列時の製品の幅が従来品と変わらないように設計したという。印刷面積が広がったことで色彩がもたらす印象が強まり、訴求効果が倍加したのではないだろうか。

リニューアル商品部門賞



P D : 大日本印刷株式会社 D : 神谷利男デザイン株式会社

ダンディー チョコレート

フタバ食品株式会社

モナカアイスのリニューアル。食感がパワーアップしたことを、真っ二つに割れたシズルと飛び散るクッキーチョコ、「バキザク」の大胆なコピーで表現した。競争の激しいアイス売り場で視認性が高いに違いない。

ペット用品部門賞

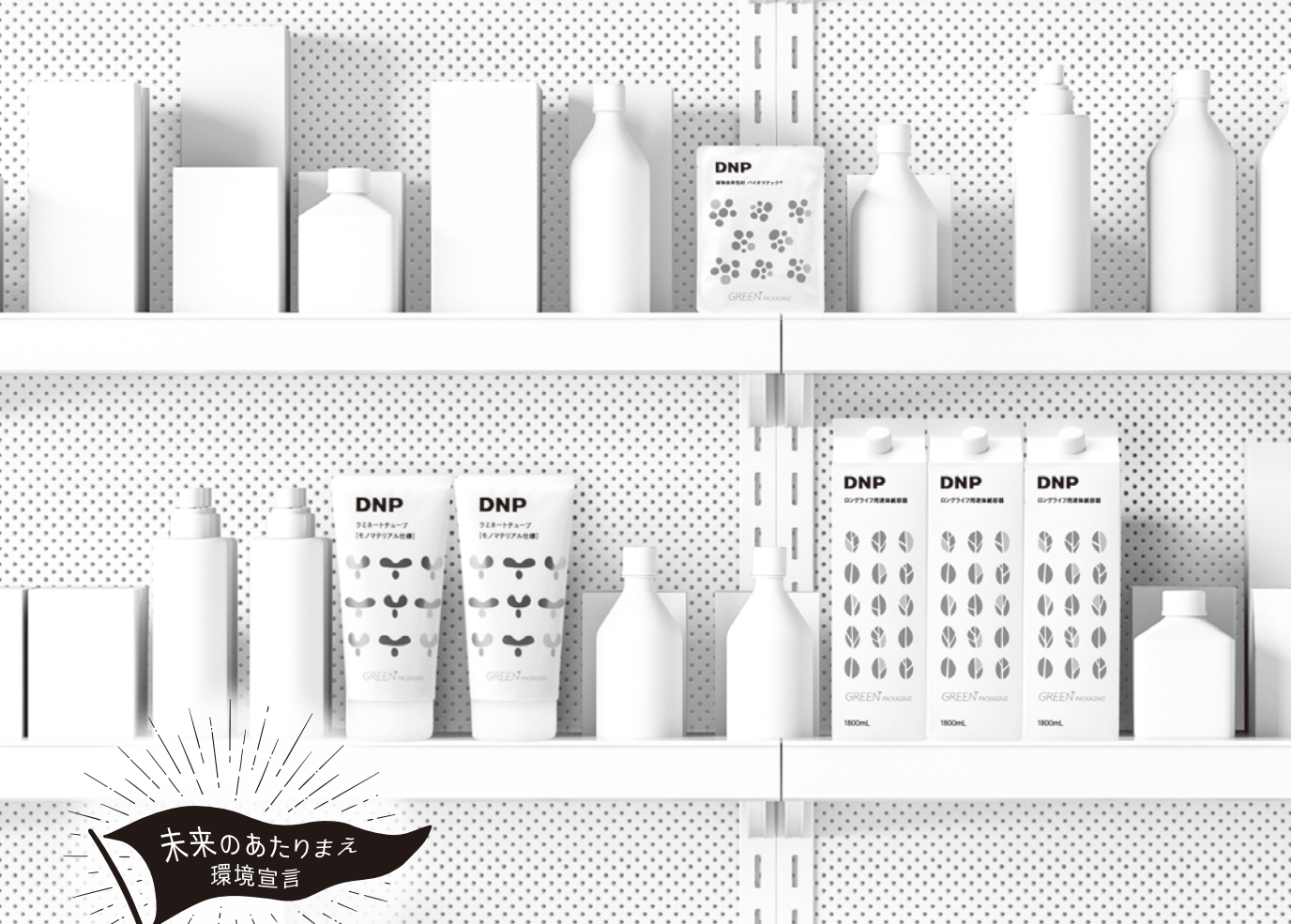


AD : ナッシュ株式会社 相原 悟郎 MK : ナッシュ株式会社 田村 和義
M : TOPPAN 株式会社 玉江 桃子 加藤 駿治 細見 芳明
CO : TOPPAN 株式会社 河合 広文 青木和美

nosh DOG (100g×5種、300g×5種)

ナッシュ株式会社

人が食するのと同等の健康食材を、ペット業界初採用の紙製レトルトパウチで提供。紙の温かな風合いと外連味のないシリーズデザインが製品の誠実さを伝えてくる。ミシン加工により開封の手間が省け、楽しいごはん時間を充実させてくれるのも愛犬家にとってはポイント。



※イメージ

脱炭素で「クリーン」な未来へ

私たちDNPは、工場の省エネ活動や再生可能エネルギーの導入等を進め、
 自社拠点での事業活動に伴うGHG(温室効果ガス)排出量の実質ゼロを目指します。
 また、日常のさまざまな場面でご利用いただく私たちの製品・サービスを通じて、
 脱炭素社会の実現に貢献していきます。

「環境配慮パッケージング GREEN PACKAGING®」 植物由来包材バイオマテック®

プラスチックの原料の一部を石油由来から植物由来に置き換え、製品のライフサイクル全体でCO₂排出量を10%以上削減しています。



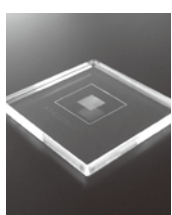
リチウムイオン電池用 バッテリーパウチ

脱炭素社会の実現に欠かせない電動化のカギを握る蓄電池。その外装材に必要な水蒸気のバリア性や耐熱性・耐振動性・長寿命化を実現しました。EV(電気自動車)などの需要にも応える製品です。



ナノインプリント リングラフィ(NIL)

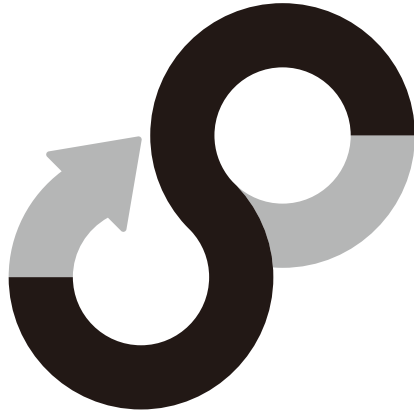
超微細な凹凸を形成した版を押し付けることで、シリコン基板上に回路パターンを作製する技術。半導体露光工程の消費電力を従来手法の約1/10に抑制し、製造コストの削減も可能にします。



未来のあたりまえをつくる。

DNP

大日本印刷株式会社



SMARTS™

Smart Choice, Sustainable Future
with TOPPAN

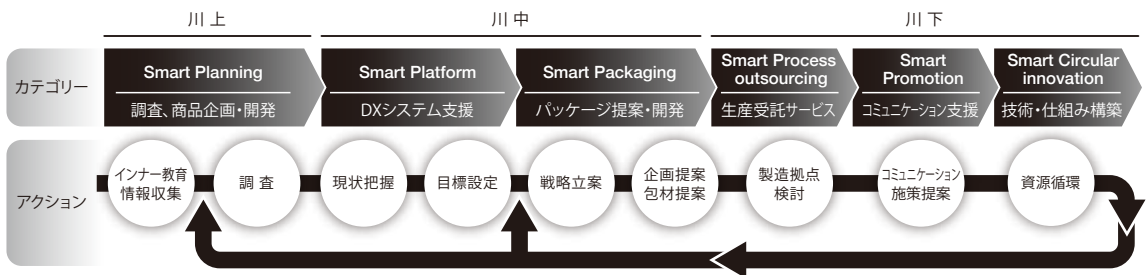
“サステナブルな未来に、スマートな選択を”

「SMARTS™(スマーツ)」は、パッケージを起点とした
TOPPANグループのサステナブルブランドです

パッケージで培った技術・ノウハウに、マーケティング・DX・BPOなどのリソースを掛け合わせ、
バリューチェーンに沿った最適な選択肢を提供します。

TOPPANは、「SMARTS™」が持つ多彩なソリューションで、
ステークホルダーの皆さまとともに持続可能な社会の実現に貢献します。

<お客さまのバリューチェーンに沿ったSMARTS™の支援領域>



TOMOWEL

包むことでひらける未来がある。



「SDGsの目標達成に、ビジネスを通じて貢献したい！」

でも当社の商品はプラ容器に入れないと、お客さまのもとにお届けできない…。

どうすればプラスチック原料を減らせる？ 容器を変更するなら、
ついでにユーザビリティも高めたいけど、それはさすがに難しいかな」

いえ、不可能ではありません！

TOMOWELの共同印刷なら、その要望にお応えできます。

イノベーションも、サステナビリティも。 支える、TOMOWEL。

共同印刷株式会社



www.heiwapaper.co.jp

Passion to Paper

心地よく、自分らしく暮らす。

最近、そんなライフスタイルを実践する人が増えています。

大量生産された画一的なものではなく、

誰かの想いが詰まった、ストーリーのあるものを選ぶ。

人々の価値観が変わってきた今、「伝える」方法にも注目が集まっています。

私たち平和紙業は、「感じる紙」をつくり、届ける会社です。

紙に触れることは、文字や言葉では語りきれない多くの情報に触れること。

情報があふれる時代だからこそ、私たちは「紙で伝える」この意味を考え、

ひとつひとつの情報の豊かさを追求しています。



HEIWA PAPER

平和紙業株式会社

東京本店
東京都中央区新川 1-22-11
Tel 03-3206-8511

大阪本店・名古屋支店・福岡支店
仙台支店・札幌・広島・香港



PAPER
VOICE

ペーパーボイス東京／大阪

東京都中央区新川 1-22-11
Tel 03-3206-8541

大阪市中央区南船場 2-3-23
Tel 06-4967-5013

PAPER VOICE
VELLUM

ペーパーボイスヴェラム

名古屋市中村区名駅 3-5-4
Tel 052-223-2314

歴代最高賞作品で振り返る パッケージングの風景

JPC（ジャパンパッケージングコンペティション）は、1961年に二人の著名デザイナーが中心となって創設した「パッケージング年鑑賞」がルーツとなっています。

最高賞である「通商産業大臣賞」は翌62年に制定されました。同時にコンペの名称は「パッケージング展」（JPC 通算第1回）と改称されています。通商産業大臣賞は75年（第14回）から、「総合的に秀でたもの」1点、環境問題、リサイクル、バリアフリー等「社会的機能に特に秀でたもの」1点の計2点を選ぶこととなりました。

現在の「JPC（ジャパンパッケージングコンペティション）」への模様替えは83年（第22回）に実施されています。通商産業大臣賞は2001年（第40回）から「経済産業大臣賞」に変わり、現在まで継続されています。

このページではこれまでの最高賞作品を振り返っていきます。時代の流れに沿って、パッケージングに求められてきた機能の変遷をくみ取っていただければと思います。

▼ 1967年 通商産業大臣賞（JPC 通算第6回）



資生堂アクテア化粧品 株式会社資生堂

アートディレクター：沢地康行
デザイナー：青木茂吉
制作会社：株式会社吉野工業所 東洋美術印刷株式会社 五條製紙株式会社

<当時の選評>

アクテアは酵素入の化粧品でパック用とクレンジングの2つの商品がある。外キャップはとき皿として使用出来るよう工夫されている。ロゴタイプは小文字を中心にオリジナルロゴを作り、シンボルはピンクとオレンジを使い新しいタイプのデザイン。

▼ 1968年 通商産業大臣賞（JPC 通算第7回）



トランジスタラジオ ソニー株式会社

アートディレクター：天津英夫
デザイナー：山口信江
制作会社：大共化成工業株式会社 株式会社千代田グラフィヤ印刷社 フェタ紙器工業株式会社

<当時の選評>

新しい素材の発泡スチロールを単なる緩衝材としてとらえるのではなく、即店頭効果のあるパッケージとして設計されている。外側には木目模様の印刷が施されたラベルを巻き、シリーズイメージを統一している。





これが
蚊取りの
進化形



シンカトリ



防除用医薬部外品
使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。