

DESIGN of PATISSERIE

パティスリーのデザイン

Vol. **01**
SEPTEMBER 2010

商品の見せ方・売り方を
トータルプロデュース

・どうすれば、お店を強く出来るか?

・店舗デザイン、パッケージデザイン、
トータルデザインの実例

「パティスリーのデザイン」発刊のごあいさつ

謹啓 さわやかな季節となり、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。

弊社は創業27年目のデザイン会社ですが、この度、パティスリー様向け情報誌「パティスリーのデザイン」を発刊しましたので、勝手ながらご送付させていただきました。

この冊子は、年6回、奇数月に発行していきますので、今後とも宜しくお願い申し上げます。

さて、弊社業務は最終頁に記しておりますように、大手食品メーカー様の新商品企画・パッケージデザイン、販売促進ツールのデザイン、企業理念からビジュアルデザインまでトータルにまとめ上げるCI(コーポレートアイデンティティ)運営などですが、並行して地元神戸のパティスリー様を多岐にわたりサポートさせていただきました。

このような経験のもと、気付きますことは、繁盛しているお店には共通点があったということです。

それは、多くの人を惹きつける魅力。つまり、お客様が感じる「引力」を持っておられ、とにかく明るく、イキイキとしています。お店の空気も、従業員も、ショーケースのお菓子も、ディスプレイも全てが躍動しています。では、繁盛していないお店はどうでしょうか。

売上の前年割れが続くと、オーナーや従業員にも活気が無く、お店の空気が重くなります。やがて、チーフも離れ、真新しいライバル店が近くに出店すれば、一気に消沈してしまう・・・

よくある話ですが、このようなパターンに陥らないためにも絶えずお店を磨きながら、明るく新鮮な空気を通して行くことが肝要です。

しかし、現実には「どのようにすれば良いのか。」悩んでおられるオーナーも多いことと存じます。

弊社では、固定観念に捉われない斬新な発想で、お客様に感動していただけるお菓子の見せ方、売り方をトータルにプロデュースさせていきたいと考えておりますので、ご一読いただけましたら幸いです。

敬 白

2010年9月 吉日

株式会社アートデザインセンター
代表取締役 横山 和之



表紙写真

この写真は、アンリ・シャルパンティエ/株式会社アッシュ・セー・クレアシオン様の会社案内ですが、1986年から現在までの25年間にわたり、弊社で毎年制作をさせていただいております。

写真①は、最初に制作したもので、アンリ・シャルパンティエ様が当時基調とされていたホワイトとシルバーをイメージさせ、写真②の2009年版まで、そのイメージを引き継ぎながらデザインしております。

弊社は、このお仕事を機に、パティスリー業界へとアプローチをしていくこととなりました。

アンリ・シャルパンティエ様のお仕事から25年目に「パティスリーのデザイン」を発刊させていただきますが、創刊号の表紙にはこの写真しかないと考えていました。

「パティスリーのデザイン」発刊の背景

パティスリーを取り巻く環境の変化

1. 経済がマイナス成長時代にあつて、洋菓子市場も低下している
2. 個人店の出店増による競争激化
3. スーパー・コンビニのデザートがグレードアップし、競合相手となってきた
4. 様々な情報により、お客さまの選択眼も厳しくなっている

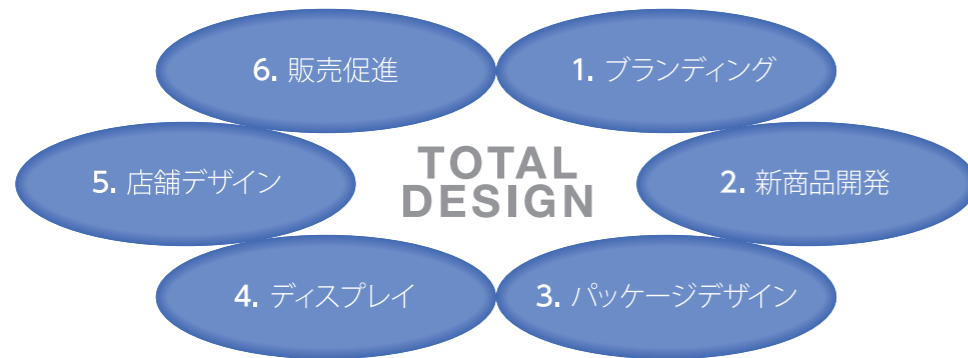
パティスリーの努力も空回り

- 美味しいと言ってもらえるお菓子づくりには自信がある
- 売れ筋商品は一通りそろえている
- 他店でヒットしている商品も、素早く商品化している
- 買いやすい価格に設定をしている
- ポイントカードを導入し、顧客管理をしている
- 店舗も自分なりにリニューアルし、綺麗になっていると思う

しかし、売上は年々下がってきている

どうすれば、お店を強くできるのか？

トータルデザインの必要性



本誌では、お店を強くするための成功事例をご紹介します

1. ブランドマークのデザイン
2. オリジナリティーの高い商品開発
3. 商品を活かし、お客さまに支持されるパッケージデザイン
4. 商品の美味しさ、特徴を伝え、手を伸ばしたくなる商品陳列、ディスプレイ
5. 個性を表現する店舗デザイン
6. タイムリーに情報を伝える販売促進

アートデザインセンターがご提案させていただくトータルデザインの流れ

① オーナーパティシエのヒヤリングと商圈調査

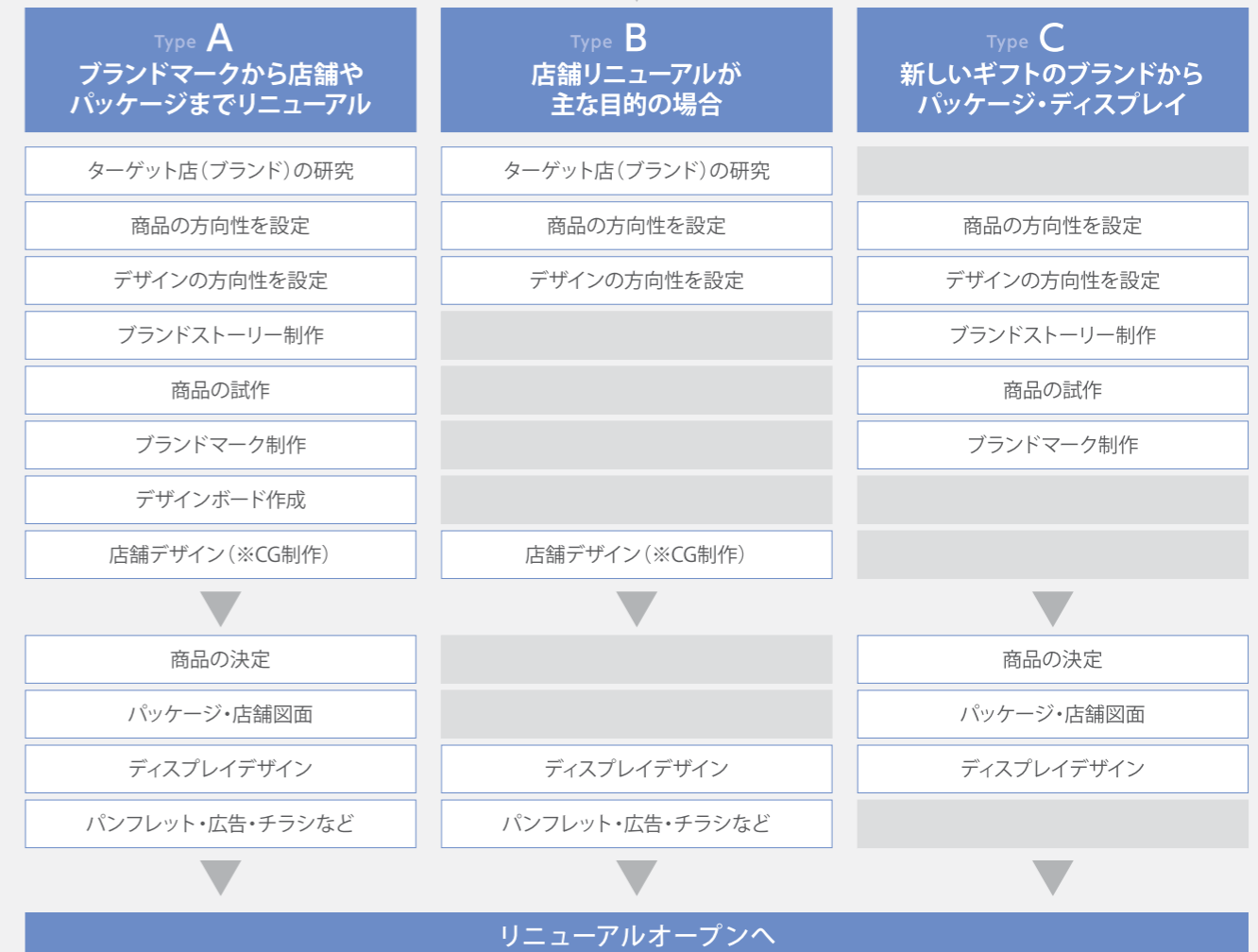
オーナーパティシエの夢・目標のご確認
現状の課題と分析
競合店と商圈の調査・分析
リニューアル予算のご確認
リニューアルの内容設定

② 目標の設定

初年度の目標設定
リニューアルオープンの時期
全体スケジュールと予算の決定

※予算配分の重要性
店舗改装をただでは、売上は伸びません。ブランドを形成する店舗、パッケージ、販促にバランス良く予算配分することで、費用対効果を最大限に発揮していきます。

③ 3方向のご提案に分岐



※CG(コンピューターグラフィック)

ブランディング事例

BRANDING DESIGN

01

プロバンスの空気が漂う、店舗とガーデン。 鈴鹿の1番店・シェリールの事例をご紹介します。

国道23号線沿いにあった以前の店舗が手狭になってきたため、新店舗を計画。当初より南仏をテーマにトータルデザインを進めていきました。新店舗のモチーフは、南仏の田舎にある小さなホテル。円弧を描く空間。ゆったりとした時間が流れ、遊び心があふれるお店をプロデュース。

新ロゴマーク



シェフが手のひらを合わせて、丁寧に、大事そうにお菓子を作っている様子をモチーフにし、また、オープンの炎もイメージさせるシンボルマーク。

新店舗の課題

オーナーパティシエ夫妻の夢を実現

プロバンスの空気が漂う店づくり

焼菓子・ギフト比率の向上

シェリール様 (三重県鈴鹿市)

● 弊社の仕事内容

ブランドストーリー制作

ブランドマーク制作

デザインボード作成

店舗デザイン

ガーデン・外構デザイン

上記図面作成

上記工事現場管理

ギフト・冷蔵ショーケースデザイン

パッケージデザイン

フィルム包材・ピック・シール類制作

ディスプレイ・POP制作

オープンチラシ制作

プライスカード・ショップカード制作

以前の店舗



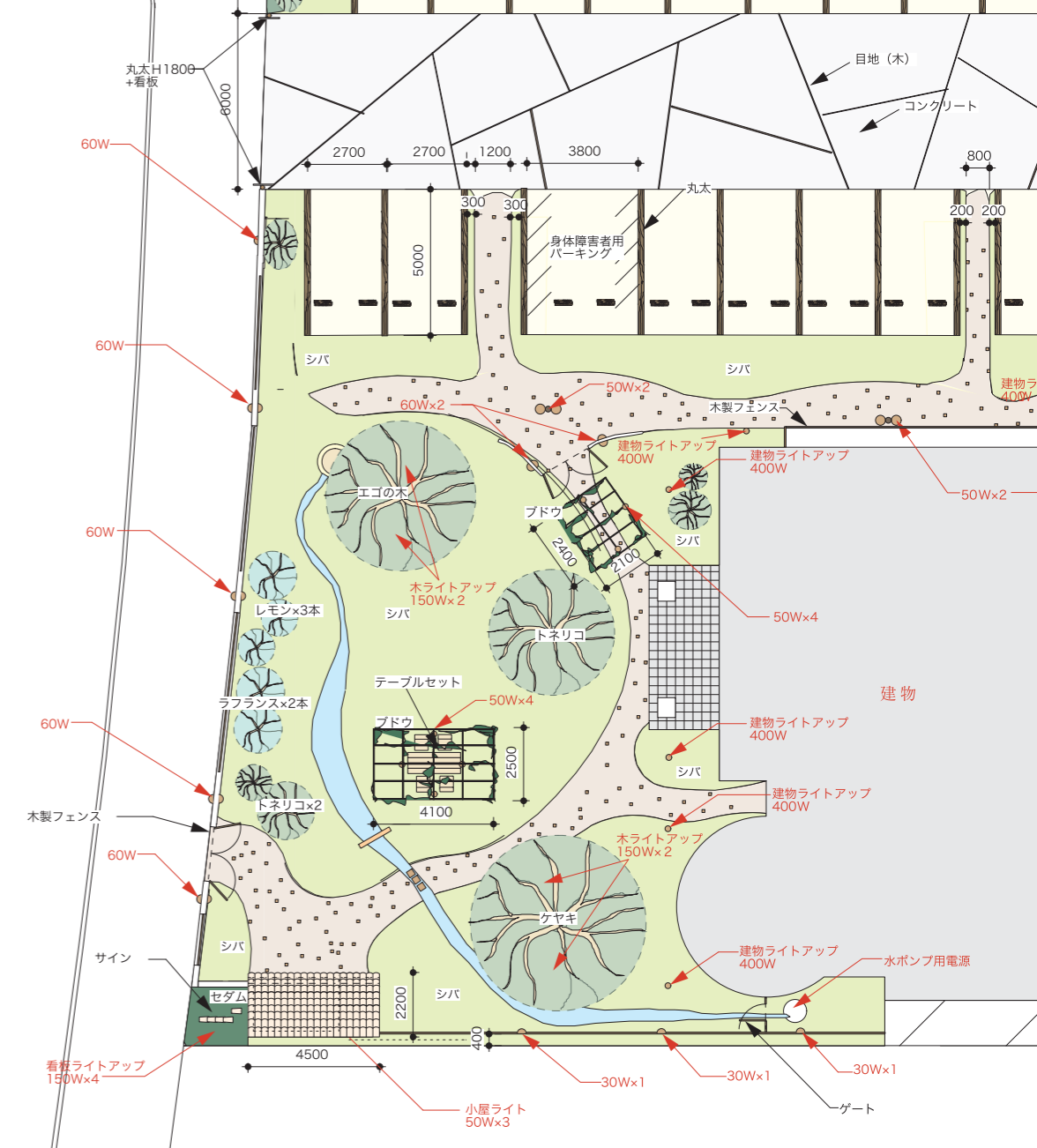
新店舗のモチーフ

店舗イメージを固めるために、プロバンス地方の古いホテルの写真を集め、企画書を作ることから始めました。屋根瓦の形、壁の仕上げ、フロアテラコッタの並べ方、ぶどう棚の形状、ガーデン小物……。オーナーパティシエ夫妻の想いを実現するために、プランニングをしては打ち合わせ。また、想いが高まってプランニング。模型を作って再確認。何度も繰り返すうちに波長がひとつになって、何処にもないお店に仕上がったと思います。



子供たちのために……

お店のフロアには、オーナーのご希望で、熱帯魚の水槽を設置。メンテナンスに手が掛からない水換え不要のシステムを考えました。そして、お子様に遊んでもらえるよう、キッズ・ルームも造作。遊びに熱中する子供たちを、そっと覗けるように屋根には覗き窓を付けました。また、ガーデンに小川を作り川魚を放流。水面が常に一定になり、水が循環する仕組みも、独自に考えたものです。想像通り、オープン初日から、子供たちの遊び場となりました。



ガーデンに設置した照明は、テラコッタの鉢を逆さ使いにして、電球型蛍光灯を埋め込んだ独自設計。高い場所には軽いテラコッタ風の樹脂鉢を使い、金具が腐って落ちることがないように配慮しています。



シェリールの
パッケージデザイン

南仏テーマのブランディングに沿って、パッケージデザインも、やさしく、
温もりのあるイメージに仕上げました。



①シェリールBOX
店名を冠したチルドの看板商品シェリールの10個入りBOX
商品を俯瞰で見たイメージをモチーフにデザインしています

②シェリールの個包装フィルムデザイン

③ムアルBOX
moelleux(ムアル)とは、仏語で「ふんわりふわふわ」という意味
とろけるようなチーズ&ショコラスフレをムアルとネーミングし、
デザインしました
この商品もお店の代表する商品に育っています

④焼菓子ギフトBOX
ガーデンの写真をを使ったオリジナルギフトBOX

⑤ガトーフロマージュBOX
4号サイズのチーズケーキをホールのまま入れるBOX

⑥とろけるプリンBOX
人気のプリンをパーソナルギフトとして5個入りBOXで展開



デコレーション箱



ロールケーキ箱



ショッピングバッグ



サービスケース

オープンチラシ
B4サイズ



このチラシの効果もあって、11月のオープンからお正月までは
常に行列のできる状態が続き、計画以上の売上を達成。
また、チルドギフトや高額な焼菓子の詰め合せも格段に売れる
ようになり、ブランディング効果は抜群でした。

ナチュラルで南仏的な店舗であっても
違和感のないフォーマルなギフトケース

ディスプレイ

新店舗の課題は、いかに焼菓子ギフトとチルドのパーソナルギフトの売上を上げるかに
ありました。以前のお店では、生ケーキの比率が90%と非常に高く、新店舗においては
経営の安定を図るためにギフト比率を高めることが絶対条件でした。
しかしながら、オーナーシェフご夫妻は、南仏のナチュラルなお店作りを目指しておられ、
外観はナチュラル、ギフトケースはフォーマル。この二律背反する課題をまとめ上げ、
ギフトが良く売れるブランドを構築するという課題と整合させる工夫が必要でした。

チルドのパーソナルギフト商品を、手に取りやすい
オープン冷蔵ケースに入れ、入口正面の壁裏に配置

02

生中心から、利益率の高いギフトが売れるブランドへとリニューアル。オープンから3年目にリニューアルしたパティスリー ラ・レネットの事例紹介です。

オーナーパティシエの原田氏は、イデミ・スギノ氏のプティガトーに心酔し、丁寧で細かなお菓子を創られる方ですが、豊明市のお客様は、分かりやすくリーズナブルなデザートをお求めのようでした。作業効率を上げ、パティシエ一人当りの粗利を高めていくために、利益率の高いギフト商品と、分かりやすく買いやすいチルド商品開発からスタートしました。

- 弊社の仕事内容
- ブランドストーリー制作
 - ブランドマーク制作
 - 店舗デザイン
 - 上記図面作成
 - 上記工事現場管理
 - ギフト・冷蔵ショーケースデザイン
 - 新商品の提案
 - パッケージデザイン
 - ショッピングバッグ・フィルム包材制作
 - ディスプレイ・POP制作
 - リニューアルオープンチラシ制作
 - プライスカード制作

新ロゴマーク

Pâtisserie
LA REINETTE
TOYOAKE

ギフトの売れるブランドへとショッパイメージを変えるために、新たにロゴマークを制作しました。商品パッケージに入るこのロゴマークは、商品の価値を高めるスタイリッシュなデザインです。



リニューアルの課題

- 売上・利益率の向上
- 焼菓子・ギフトが売れる店に
- 高級感を出すも、リーズナブル価格



以前の店舗

ディスプレイ

以前の店舗では、ギフト商品は、焼き菓子のアソートを棚に置いているだけでしたが、ギフト用の新商品を提案し、今回新しく製作したショーケースに入れ、POPを効果的に配置。魅力あふれるラインナップに。雑然とした印象の売場でしたが、広々とした空間となり、お客様もゆっくり商品を見て回れるようになりました。バラバラだったプライスカードも統一感のあるものに変更。

アントルメケース、冷蔵ケースは、以前の使用していたものに新しく製作した腰板を取付けリニューアル



ラ・レネットの
パッケージデザイン | スタイルッシュなお菓子を創られていたので、ロゴマークや店舗デザインも洗練されたデザインにリニューアル。
同様にパッケージデザインもメリハリの効いたカラーリングでシンプルなデザインに仕上げました。



- ①ラ・レネットBOX (パイ詰め合せ)
ラ・レネットとは林檎の品種名。自家製のパイ生地で作られた絶品のリーフパイと、アップルパイを詰め合わせ、フェラーリの赤とブラックでデザインしました
- ②ラ・レネットS-BOX
600円以下のリーズナブルギフトBOX
- ③TOYOAKEカステラ&ソレイユBOX
お店の格を上げるギフト商品として作られたカステラとマドレーヌを高級感のあるデザインで演出しています
- ④TOYOAKEカステラS&プリンギフト兼用BOX
カステラSサイズの箱に、カップを支えるゲスを入れ、プリンギフトとして使用し、別添の自家製カラメルソースはカップの上に乗せ、ラベルで一体に



パティスリーの経営に必要な要素

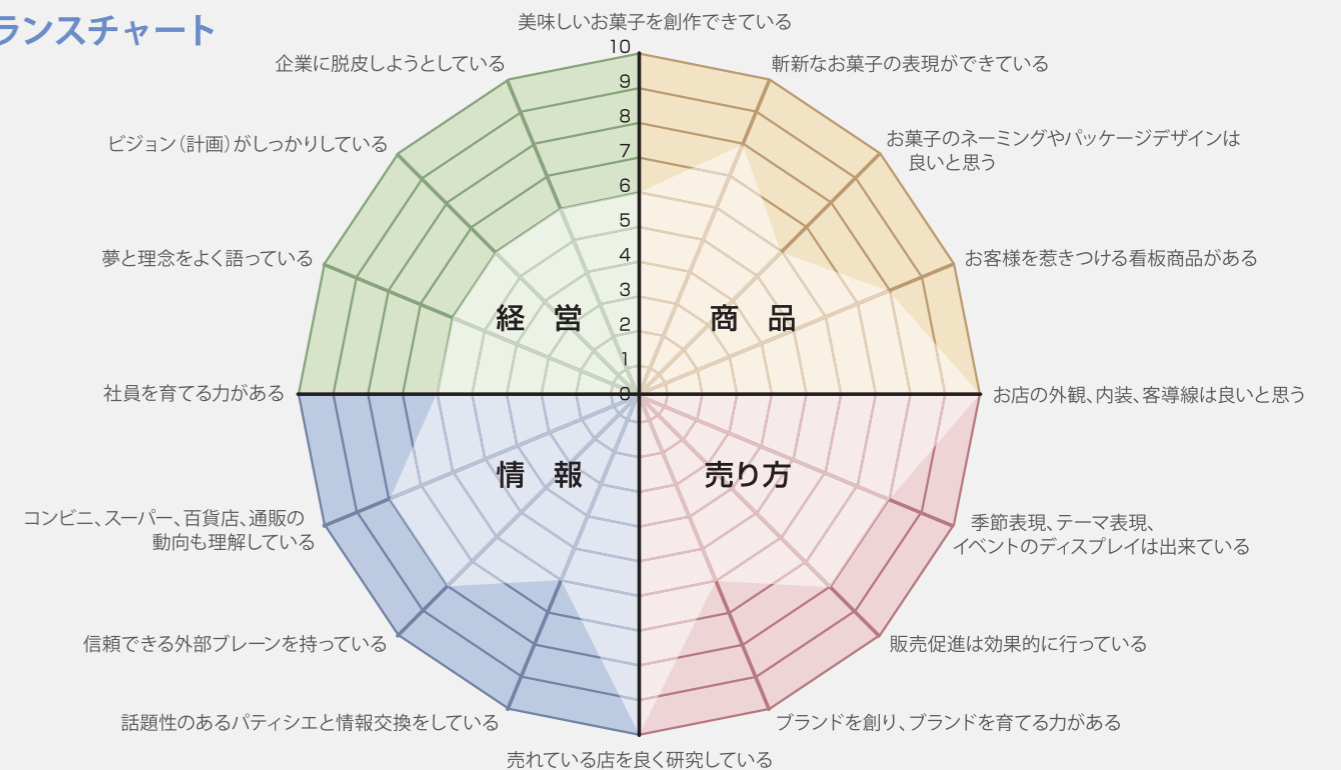
お店の売上に興味を持たないオーナーはいません。しかしながら、なぜ、伸び悩むのか、売上が落ちてくるのか。その原因を探り、的確な手段を講じている方は意外と少ないように思います。理由は、日々の仕事に追われ、分かっていながらも、問題の解決を先送りしているからではないでしょうか。下表は、パティスリー経営に必要な要素を4分野に絞り、チェック項目を書き出しています。グラフは10段階評価をバランスチャートで表したものです。ご自身の強み、弱みをご確認されてみてはいかがでしょうか。

チェックシート

分野	チェック項目	10段階評価
商品	・美味しいお菓子を創作できている	
	・斬新なお菓子の表現ができている	
	・お菓子のネーミングやパッケージデザインが良いと思う	
	・お客様を惹きつける看板商品がある	
売り方	・お店の外観、内装、客導線が良いと思う	
	・季節表現、テーマ表現、イベントのディスプレイは出来ている	
	・販売促進は効果的に行っている	
	・ブランドを創り、ブランドを育てる力がある	
情報	・売れている店を良く研究している	
	・話題性のあるパティシエと情報交換をしている	
	・信頼できる外部プレーンを持っている	
	・コンビニ、スーパー、百貨店、通販の動向も理解している	
経営	・社員を育てる力がある	
	・夢と理念をよく語っている	
	・ビジョン(計画)がしっかりしている	
	・企業に脱皮しようとしている	

※ご自身で10段階評価をし、バランスチャートに記入すれば、強み弱みが確認できます。

バランスチャート





クレエパティスリー [弊社オリジナル既成箱]

Créer クレエ = 創造

パティスリーのお菓子には、
シェフのこだわり・創造力が込められています。
パティスリーは、お客様に感動を与え、
笑顔あふれる、シアワセなひとときを創造します。
その夢のある風景を、ひとつでも多く、創造したい…
『クレエパティスリー』は、その想いから生まれました。



Créer Pâtisserie シリーズ



Créer Pâtisserie クレエ パティスリー

ご興味のある方には、クレエパティスリー[オリジナル既成箱]のパンプレットをお送りいたします

クレエ レーヴ ギフトBOX M

組立納品 入数 10
(ダンボール SIZE W600×L480×H200)
ご注文単位 20

SIZE W310×L235×H80



*パットは金と銀の2種類からお選びください

クレエ レーヴ ギフトBOX L

組立納品 入数 10
(ダンボール SIZE W630×L500×H200)
ご注文単位 10

SIZE W310×L310×H80



*パットは金と銀の2種類からお選びください

クレエ レーヴ ギフトBOX 10

入数 100
(ダンボール SIZE W470×L510×H180)
ご注文単位 100

組立納品 入数 24
(ダンボール SIZE W500×L440×H200)
ご注文単位 120

SIZE W220×L125×H60



*しきりは取りはずし可能です
*画像のタグはイメージです

クレエ レーヴ ギフトBOX 20

入数 100
(ダンボール SIZE W660×L510×H180)
ご注文単位 100

組立納品 入数 20
(ダンボール SIZE W440×L440×H320)
ご注文単位 100

SIZE W220×L220×H60



*しきりは取りはずし可能です
*画像のタグはイメージです

クレエ レーヴ ギフトBOX 30

入数 100
(ダンボール SIZE W660×L610×H180)
ご注文単位 100

組立納品 入数 20
(ダンボール SIZE W500×L440×H200)
ご注文単位 100

SIZE W320×L220×H60



*しきりは取りはずし可能です
*画像のタグはイメージです



[弊社が企画・運営するオンラインショップ]



神戸パティスリーネット

神戸のパティスリー23店舗がつくる、
こだわりスイーツを集めた、
お取り寄せネットショップです。



大手ネットショップが百貨店ならば、商品や地域を絞り込んだ専門性の高いネットショップとしてオープンしました。神戸のパティスリーに精通している弊社ならではの洋菓子専門ネットショップとして、2004年4月に立ち上げた事業です。

パティスリーネット

検索

www.patisserie-net.com

仰天! 雑学 ~発行人のコラム~

「魔法の軟膏」

毎日、立ち仕事をされているパティシエの皆さま、お尻が痛むことはありませんか？お盆明けの出勤日、私は急に肛門が大きく腫れ、立っても、座っても酷く痛むため、十数年前にお世話になった神戸・元町の結縁肛門科に駆け込みました。原因は、お盆休みに日曜大工に熱中し、冷たいものを飲み過ぎたこと、トドメにビールを一气飲みしたことでした。

私にとっては普段の休日の過ごし方ですが、大変な猛暑だったこともあり、冷飲料でお腹を冷やし、もともと弱い肛門が悲鳴を上げてしまったようです。結縁さんは御歳77になられる医師ですが、お若い頃から漢方を学ばれ、どのような症状でも手術せずに治される著名な先生で、県外からの患者さんも多く、診察は、食生活改善と独自に調合された漢方薬、そして、先生が試行錯誤の結果造りだされた「魔法の軟膏」を処方されるだけで一気に治していくのです。

「原因があって結果がある。原因を取り除けば必ずと治癒する。」至極当然のことですが、含蓄深いお言葉と、改めて感銘を受けました。

以前、洋菓子店のオーナーパティシエが肛門を患い「手術するので1ヶ月休まなければいけないが、クリスマスの準備をどうしよう」と言われたので、ご紹介をすれば、3回通っただけで完治されたということもありました。

食事によって体調を整えながら生命力を高める「自然治癒」に主眼を置き、薬草で患部をやさしくいたわるという漢方の療法は、理にかなっており、ビジネスの世界にも通じることと思います。もし、お悩みでしたらご紹介をさせていただきます。

株式会社アートデザインセンター概要

創業 1983年1月10日 / 設立 1984年11月6日 / 資本金 2,500万円

代表者 代表取締役 横山 和之

本社所在地 〒651-0086 神戸市中央区磯上通4丁目1-14 三宮スカイビル5F

所属団体 神戸商工会議所(情報文化部) / 日本パッケージデザイン協会

全日本ヴァンドゥーズ協会 / 兵庫県洋菓子協会

取引銀行 みずほ銀行 神戸支店 / 三井住友銀行 神戸営業部 / 東京三菱UFJ銀行 神戸支店

業務内容

- ①ブランディング: 企業や製品群のブランドをプロジェクト立ち上げから市場戦略までサポート
- ②新商品企画: 商品コンセプト設計、ネーミング、パッケージデザイン、販促物などの制作
- ③広告、販売促進物の企画制作: パンフレット、ポスター、新聞・雑誌広告制作
- ④スペースデザイン: 店舗やオフィス、ショールーム・モデルルームの設計施工
- ⑤Web制作: ホームページ、ショッピングサイトの制作
- ⑥市場調査: モニター調査・定量調査・グループインタビュー、ブランド調査、企業イメージ調査
- ⑦映像製作: 製品紹介・会社案内、周年行事、販売促進用ビデオの企画製作
- ⑧KOBEパティスリーネットの運営: 洋菓子のネット販売

お仕事をさせていただいたパティスリー様

アコア(東京) アスター洋菓子店(奈良) アトリエ・ミニョネット(神戸) アニバーサリー(松阪) アマンディーヌ(神戸) アルザス(西宮) アルパジョン(八戸) アンリ・シャルパンティエ(芦屋) エストローヤル(神戸) おきな(西宮) カッサレード(神戸) カプリス(尼崎) クリ(明石) ケーキ工房ワタナベ(尼崎) 神戸風月堂(神戸) コム・シノフ(神戸) コンサクレカイ(神戸) サイハラ(神戸) サフラン(大阪) サント・アン(三田) シーホース(神戸) シェフ・アサヤマ(芦屋) シェリール(鈴鹿) シプレ(四條畷) ジュール(尼崎) ショウタニ(尼崎) ジョフラン(枚方) シンフォニーナガノ(神戸) スモモ(志布志) ツルタニ(三木) ティータイム(神戸) デリス(津) ナイフ(明石) はーと(大和郡山) バイカル(京都) パオ・デ・ロ(神戸) パリ亭(青森) フーケ(神戸) フェスティバロ(鹿屋) ぶどうの木(金沢) フランス菓子16区(福岡) ブルシェ(神戸) ぶるみえる(静岡) ブレール(名古屋) ヘキセンハウス羽衣屋(西宮) ペリ亭(神戸) ベルン(東京) ベルン(西宮) ホリオ・ロワール(姫路) ポワソン・ダブルル(西宮) マッターホーン(豊橋) マルタン・マルタン(神戸) ミュウミュウ(神戸) ミルフィーユ(吹田) メゾン・ド・デセルル(神戸) モーツアルト(神戸) 森八大名閣(福井) モロゾフ(神戸) モンブラン(鹿島) モンブラン(神戸) ヤマチョウ(明石) ユーハイム(神戸) ラ・セゾン・ド・アスター(奈良) ラ・バルムドール(津) ラ・レネット(豊明) ラ・ピエール・ブランシュ(神戸) ランブリール・オクシジェヌ(神戸) ルーヴ(高松)

編集後記

この度、勝手ながら「パティスリーのデザイン」をご送付させていただきましたが、この情報誌は弊社が培ってきたノウハウと具体的事例をできる限りオープンにししながら、パティスリー様の一助となりますよう編集して参りますので、今後ともよろしくお申し込み申し上げます。また、創刊号の広告掲載を快くお引き受けいただきました不二製油株式会社様、株式会社アニー様に感謝の意を表します。「パティスリーのデザイン」は、オーナーパティシエ様を対象に、経営のお役に立つホットな情報を多方面からお届けいたしますが、発信側の一方的な情報提供ではなく、ご覧頂いた皆さまのご意見をお聞きしながら編集していきたいと考えておりますので、是非とも同封の読者アンケート用紙にご記入の上、FAXを流していただけますようお願いいたします。パティスリー様を下さえされている、原材料メーカー様、厨房機器メーカー様のご協力も得ながら末長く発行し続けられるよう努力いたしますので、何卒よろしくお願い申し上げます。

パティスリーのデザイン DESIGN of PATISSERIE

発行 株式会社アートデザインセンター
〒651-0086 神戸市中央区磯上通4丁目1-14
TEL.078-265-1211
URL:http://www.adc-kobe.co.jp
Mail:info@adc-kobe.co.jp

発行人 横山 和之
編集 香川 真吾 舟崎 修一
発送 井上 直穂

本誌の収録内容を無断転載・複写(コピー)・引用・データ配信などの行為を禁じます。
© Copyright 2010 ART DESIGN CENTER.CO.,LTD.

沿革

- 1983年 個人創業
- 1984年 株式会社に改組、資本金750万円
- 1985年 神戸商工貿易センタービルに移転
 - ・CVS、SM向けの袋物キャンディの商品企画、パッケージデザインを手掛ける(年間契約)
 - ・アンリ・シャルパンティエ様の印刷物を手掛ける
- 1986年 ・CIプロジェクトを数多く手掛ける
- 1989年 資本金を1,500万円に増資
- 1990年 資本金を1,900万円に増資
 - ・ロッテ様のチョコレート菓子パッケージデザインを手掛ける
 - ・不二家様のキャンディパッケージデザインを手掛ける
- 1992年 神戸ハーバーランドセンタービルに移転
 - 資本金を2,500万円に増資
 - ・江崎グリコ様の商品企画を手掛ける
- 1993年 ・ネスレ日本様のパッケージデザインを手掛ける
- 1995年 阪神・淡路大震災
 - ・パティスリーの商品企画・パッケージデザイン・販促物を手掛ける
- 1996年 ・神戸の老舗洋菓子店フーケ様のトータルデザインを手掛ける
 - ・ユーハイム様のパッケージデザインを手掛ける
- 1999年 ・トーラク様のCVS・SM向けチルドデザートフルサポート(年間契約)
- 2000年 ・トーラク様の新商品 KOBEシェフクラブ発売
- 2001年 ・モロゾフ様の新ブランドを手掛ける
- 2002年 ・神戸風月堂様のトータルデザインフルサポート(年間契約)
- 2003年 創業20周年式典開催
 - ・不二製油様のソヤファームをブランディング(年間契約)
 - ・ネスレ日本様(現ネスレプロフェッショナル)の販売促進、展示会フルサポート
- 2004年 ・不二製油 製菓製パン事業部様のフルサポート(年間契約)
 - ・生クリームの光劣化抑止プリンティングクリーム「ラクレール」の開発提案・トータルデザイン
 - 設立20周年記念ADC作品展開催
- 2005年 ・KOBEパティスリーネット事業開始(ネットショップ)
 - ・パティスリー(個人店)のサポート事業を拡大
- 2006年 ・ISO9001の認証取得
- 2008年 ・KOBEパティスリーネットブランドで阪急百貨店に出店
- 2009年 ・パティスリー向けのゼリーギフト商品を全国に販売
 - 神戸市中央区磯上通 三宮スカイビルに本社移転

Vol.	発行日	特集予定
Vol.1	2010年 9月 15日	どうすれば、お店を強くできるか?
Vol.2	2010年 11月 15日	バレンタインとショコラの未来を大激論!
Vol.3	2011年 1月 15日	春夏のギフト&ゼリーの見せ方、売り方
Vol.4	2011年 3月 15日	パースデーデコレーションを拡販する
Vol.5	2011年 5月 15日	販売データをベースにマーケティング
Vol.6	2011年 7月 15日	秋冬のギフト商品強化プランとは?

次号Vol.2の予告

バレンタイン特集

トップパティシエは、来年のバレンタインにどのような商品構成で挑もうとしているのか。また全体の傾向は・・・
トップパティシエたちが、ショコラの未来をディスカッションする内容を取材します。