

# DESIGN of PATISSERIE

パティスリーのデザイン

Vol. **03**  
FEBRUARY 2011

商品の見せ方・売り方を  
トータルプロデュース

- ・春夏向けゼリーギフトのご紹介とディスプレイ
- ・神戸の老舗パティスリーの新たなる挑戦!
- ・デコレーションBOXでバースデーの演出を考える



## 発行人からのごあいさつ

謹啓 バレンタイン、ひな祭り、ホワイトデーとイベントに追われ、慌ただしい日々をお迎えのことと存じます。昨年9月に創刊いたしました、パティスリー様向け情報誌「パティスリーのデザイン」を、いつもご一読いただいております。誠に有難うございます。

毎号、少しずつ配布エリアを広げておりますので、今回初めてお送りさせていただきましたお店もありますが、今後ともよろしくお願ひ申し上げます。

さて、創刊号とVol.2のアンケートをご返信いただきました方の中で、取分け早急なりリニューアルが必要なお店に對しましては、早速、お仕事を進めてさせていただいております。

いずれのお店も、ブランドづくりや商品構成、店舗表現、社員教育など、よく考えられておられますが、なかなか思うように売上に繋がらないと悩まれておられました。

オーナーご自身が考えられること全てを實踐されても、お客様に伝わらないのはなぜでしょうか?何が足りないのでしょうか?流行っているお店とどこが違うのでしょうか?今後の方向性が見えない状態でした。

弊社は、専門的な観点から、数多くのお店を拜見し、サポートしてまいりましたので、バランスの良い点、悪い点、お客様に伝わりやすくしている箇所、地域におけるポジショニングや商品・販売・価格戦略など客観的に見える部分も数多くあります。

わずかな修正や追加要素ですぐに結果が出せる場合もありますが、地域性や競合店との棲み分けを考えながら、戦略変更しなければいけない場合など、課題の範囲は多種多様です。

このように悩んでおられるお店に一軒でも多く、少しでも早くお伺いさせていただきたいという心情です。この冬は例年になく、雪も多く、また強い寒波に見舞われ、廃棄商品が増えているお店も多いことと拝察いたします。

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ただきますので、是非、添付のアンケート用紙にお悩みの点をご記入いただき、ご送信いただけましたら幸いです。

最後になりますが、皆様におかれましては体調管理にご留意され、ますますのご活躍をお祈り申し上げます。

敬白

2011年2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



「レオン自動機を使って商品を作りたいのだが相談に乗ってほしい」と西洋菓子処フーケの上野社長様からお電話を頂いたのは、2009年10月のことです。それからプランニングに入り、行き着いた先は、神戸土産といえばコレ!と言われるようなビッグマーケットへの参入でした。

弊社もトーラク株式会社「神戸プリン」のパッケージデザイン、販促プラン、什器製作の実績がありますので、その経験を活かしながら、インパクトがあり、子供さんからお年寄りまで幅広く浸透するプランを考えたのです。プランニングの骨子は、売り場で目立つ色、わかりやすいテーマ、買いやすい価格、そして、現在の神戸土産には無いキャラクター性を持つことを条件とし、社内ディスカッションを重ねていきました。うり坊(イノシシの子供)は六甲山系によく出没し、神戸市民にも観光客にも親しまれていますので、全国各地のゆるキャラブームにも便乗し、うりぼーをテーマに据えました。商品開発には半年以上かかり、昨夏より販売されています。神戸にお越しの際は、是非、ご購入いただけますようお願いいたします。



United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization  
Member of the UNESCO Creative Cities Network since 2008



スタイリッシュなゼリーギフトを  
デザインしました。

グラン・ブティユ

# Grande Bouteille Gelée



**ピンクグアバゼリー  
&  
ピーチ**

<山形産大久保白桃使用>

ピンクグアバゼリーと桃の果汁を使用した  
芳香なゼリーの中に山形県産大久保白桃を  
合わせました。

**パッションゼリー  
&  
マンゴースライス**

<アルフォンソマンゴー使用>

隠し味としてオレンジ果汁を混ぜ込んだ  
パッションフルーツゼリーにマンゴーの王様  
アルフォンソマンゴーを1房いれました。

**グレープフルーツゼリー  
&  
ネーブルオレンジ**

<愛媛のネーブルオレンジ使用>

グレープフルーツの果汁と、果実本来のほろ  
苦さを出すために皮ごと漬したグレープ  
フルーツピューレをたっぷりと使用しました。

**ぶどうゼリー  
&  
ブルーベリー**

<アントシアニンたっぷりのブルーベリー>

コンコードグレープ果汁をたっぷりと使用し  
たぶどうゼリーに、目に良いアントシアニン  
たっぷりのブルーベリーを合わせました。



ロゴマーク入りのラベルを制作すれば、オリジナルギフトとして表現できます。

**4本入**

パッケージサイズ  
290×100×118  
セット重量:1,000g



**6本入**

パッケージサイズ  
230×165×118  
セット重量:1,500g



**8本入**

パッケージサイズ  
230×212×118  
セット重量:1,980g



- 化粧箱は（組み立てされていない状態）1梱包に50箱分です。（商品とは別発送）
- アクリル前についている黒い留めシールは別売りになります。（最小ロット200枚）
- ※ 商品と同送いたしますがシールだけをお求めの場合は、別途運賃が発生いたしますので、ご了承ください。

納品形態（商品と化粧箱は別発送になります。）

- 梱包形態：1アイテム 1段×5×6=30個入り
- 天面ラベル：天面ラベル有り（30枚同封、セットアップされておりません）と天面ラベル無しの2種類からお選びいただけます。  
※天面ラベル無しの場合は、お客様の店名シール等を利用し、オリジナル商品としてアレンジできます。
- 原材料表示シール：30枚同封 ● スプーン：同封



梱包状態  
1アイテム×30本入り/約7kg  
(スプーンと表示ラベルを同封)

製造元：浪花食品株式会社 〒574-0013 大阪府大東市中垣内1-7-8 tel.072-871-2217

05

神戸の老舗パティスリー  
西洋菓子処 フーケの新ブランド  
「エスプリ・ドゥ・フーケ」

西洋菓子処フーケの創業は1970年。創業社長の上野庄一郎氏は兵庫県洋菓子協会の副会長をされており、現在の神戸洋菓子界を導いてこられた重鎮です。そして、弊社がお仕事をさせていただくようになったのは1998年頃。以来、パッケージデザイン、パンフレット制作、ディスプレイ、店舗デザインを数多く手掛けさせていただく中で、旗艦店である生田店活性化の課題を頂きました。生田神社の鳥居の前にあるこのお店は、東急ハンズや地下鉄の駅に隣接し、人通りの絶えない好立地ですが、若い女性が入りにくいお店になってきていたため、新ブランドをご提案させていただきました。

新ロゴマーク



ESPRIT DE FOUQUET'S  
SANNOMIYA

5方向のデザインで検討



従来の店舗



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
新ブランドづくり
●弊社の仕事内容
トータルプロデュース
ブランディング
ブランドストーリー作成
店舗デザイン
柱商品の提案
販売促進の提案
パッケージデザイン
店舗工事・現場管理
ギフトケースデザイン・製作
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
プライスカード制作



エスプリ・ドゥ・フーケのブランディング

ブランドコンセプトは、神戸の中心地、SANNOMIYAをバックグラウンドに、スタイリッシュでファッショナブルなパティスリー。和魂洋才をコンセプトとする西洋菓子処フーケと違うポジションを取ることで、お客様の層を広げることが目的でした。したがって、生ケーキも焼菓子、半生も全てエスプリコンセプトに基づいた商品開発をし、価格帯や量目も従来とは一線を画すものに仕上げていきました。また、ギフト商品の販売比率を高めるため、生ケースを最後方に配置し、ギフトケースを入口付近にレイアウトしたことで、結果的に売上もリニューアル前の1.8倍にまで伸びています。

1F ショップ



2F カフェ



**WORDS キーワード**

新しいフーケをイメージする言葉とは?

- ・エンジ:メインカラー
- ・ベージュ:サブカラー1
- ・黒:白:サブカラー2

**ESPRIT DE FOUQUETS**  
SARONIMITA  
エヌブリード・フーケ

**COLOR キーカラー**

「エスブリード・フーケのイメージカラー」  
実物らしく、奥行きを感じる。メインカラーにエンジ系、サブカラーは白と黒に統一する。

メインカラー:エンジ  
サブカラー:ベージュ

**TARGET ターゲット**

「自分のスタイルを持つ人たちに寄り添う。」  
店舗は異質ながらも、奥行きを感じさせる。顧客と接するよう女性たち。

**KOBE 神戸**

「神戸の街だからこそのことを。」  
海軍の街、フリスコンの街、栄えりな街をもつ。奥行きを感じる神戸の代名詞的な街並。

**WORDS キーワード**

「新しいフーケをイメージした言葉。」

- ・芯の強い女性
- ・高級感
- ・上品 (強さのある上品さ)
- ・常に新しい情報の発信
- ・フーケの精鋭部隊
- ・神戸の街
- ・心に響くお菓子づくり
- ・繊細な手作り感

**SHOP 店舗**

「今のイメージを壊さないらしいの新しい店舗を!」  
異質ながらも、奥行きを感じる店舗イメージ。

**SWEETS お菓子**

「他にはない、新しいお菓子」  
見た目、味、香り、食感もこれまでなかった新しいお菓子。



エスプリ・ドゥ・フーケのパッケージデザイン





西洋菓子処  
**FOUQUET'S**  
KOBE

西洋菓子処フーケのブランドコンセプトは、異人館や旧居留地をイメージする大正ロマンを背景に、温かく親しみのある洋菓子店です。どの商品にもストーリーを持たせ、長く親しんでいただけるパッケージを目指しています。



# 1

お散歩トコトコ神戸うりぼー  
**KOBE URIBO**  
やわらかくちどけの やさしいあまさ  
しっとりピスタチオあんケーキ

神戸みやげ  
プランニング  
事例

1 神戸みやげといえばコレ!という商品を目指しました。



北海道みやげといえば 白い恋人  
東京みやげといえば 東京はな奈  
博多みやげといえば 博多通りもん

話題のご当地ゆるキャラに注目しました。



彦根市 ひこにゃん  
奈良市 せんたくん

2 神戸ならではのキャラクター設定を考えました。



六甲山系に生息するうり坊は神戸市民や観光客にも親しまれてきました。

3 神戸の洋菓子店がつくる本当においしいみやげ菓子をご提供します。



バターが香るミルクーな生地に、しっとりとしたピスタチオあん...どなたにも食べやすく愛される味の、やさしいケーキを開発。お菓子がまるで、うりぼーそのものように、うりぼーの背中に入っている線を3本つけています。



自信をもって送りだす、洋菓子の街神戸として誇りが持てるレベルの高いおみやげです。



ショーケースの上に置くだけで明るく楽しい販売スペースが作れるディスプレイキットです。

スイングうりぼー  
左右に動いて  
お客様の目を  
引き止めます。



6個入 ¥600  
10個入 ¥1,000



ブランディング事例

BRANDING DESIGN

06

神戸市西区で新店オープンした、海のように爽やかなパティスリー。

オーナーパティシエより3人の娘さんの名前に付いている『海』を店舗名に使用したいとのご要望をいただき、『海』をテーマにロゴデザイン、ショップデザインを進行しました。店舗に費用がかかるため、パッケージやショッピングバッグ類はオリジナルで制作できませんでしたが、ショップカードやシールなどお客様とのコミュニケーションツールを制作することでブランドイメージを確立していきました。

新ロゴマーク



pâtisserie de cœur  
**CONSACREZ KAI**  
chez Yoshida

コンサクレとは仏語で『奉(ささ)げる』という意味。爽やかな海をイメージさせるロゴマーク。

5方向のデザインで検討



新店舗



コンサクレ・カイ様 (神戸市西区)

- 弊社の仕事内容
- ブランドストーリー制作
- ブランドロゴマーク制作
- 店舗・サインデザイン
- ショップカード・シール類制作
- タペストリー・POP制作
- オープニングチラシ制作
- オリジナルパッケージ制作
- ギフトショーケースデザイン
- ディスプレイ・プライスカード制作



ギフトショーケースとディスプレイ

オープン当初より売上は順調に推移し、2009年にオリジナルパッケージの制作。2010年にギフトショーケースの導入と段階的にお店をグレードアップしています。オーナーパティシエの吉田様は、最初にブランドコンセプト、イメージづくりをしっかりと確立できたことが良い結果につながっていると振り返られます。

POP



オリジナルパッケージ・ショップカード



オープンチラシ B4サイズ

公式サイト

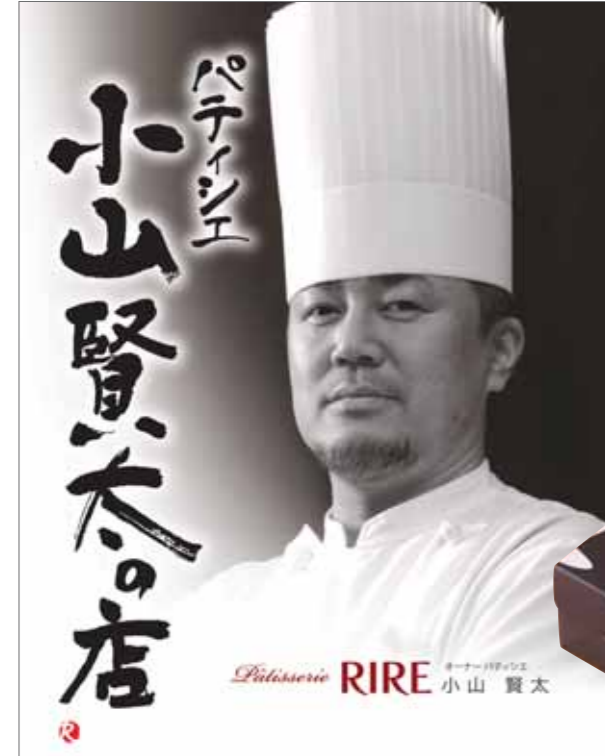


07

オーナーパティシエのキャラクターを  
全面に打ち出し、個性を表現。

オープンから3年目のお店ですが、売上は当初予定に程遠く、また近隣に新店舗の開業が続くことから、競争激化による売上げ減が予想されていました。バウムクーヘンの6本掛オープンを開業時から導入されていますが、稼働率は低い状態。お話を伺っているうちに、オーナーパティシエの頑固な個性が印象に残り、それがRIREというロゴマーク(下図㊸)のイメージと合致していないことに気づき、オーナーパティシエをキャラクター使用した㊸のブランド表現を提案。従来のパッケージやショッピングバッグ、包装紙などの在庫も多いことから、今回制作した掛紙を巻くことで、新しいイメージに変えていきました。

㊸ オーナーパティシエのキャラクターをブランディングに使用



㊸ 開業時に作られたロゴマーク



POP



掛紙で商品イメージを高める

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
個性的な店づくり

● 弊社の仕事内容
ブランドストーリー作成
デザインの方向性を設定
ブランドマーク制作
店舗外観デザイン
テント・タペストリー工事
掛紙・フィルム包材制作
チラシ制作
ディスプレイ・POP制作
プライスカード制作

リニューアル前



リニューアル後CGイメージ



ディスプレイ制作



以前のディスプレイ



リニューアル後のディスプレイ



オーナーパティシエの個性や考え方が、ブランディングに表現できた時、初めてお客さまに伝わっていく。

以前のロゴマークでは、オーナーパティシエである小山さんの頑固な個性が全く表されていませんでした。今回のブランディングでは、「パティシエ小山賢太」を強烈にアピール。その結果、競合他店とは違う個性化ができたと思います。ご自分自身をプロデュースすることは難しいことですから、第三者が客観的な眼で特徴を探し当てることも必要でした。ブランディングの軸がはっきりと決まれば、新商品の発想にも繋がり、固定客が付いてきます。また今回は、新しい表現を広く伝えるために、リニューアルオープンチラシを新聞折込で撒きました。これが切っ掛けとなり、売上が伸びて予算が取れるようになれば、次は店舗リニューアルやギフトパッケージの制作に取り掛かっていく予定です。



リニューアルオープンチラシ

# Créer Anniversaire

クレエ・アニヴェルセル

[弊社オリジナル既製箱]

BOX SIZE:内寸(mm)

4号 w145 × L145 × H140

5号 w190 × L190 × H140

E段ボールハンドル付デコ箱は、価格、利便性、安全性において優れていますが、イベントを盛り上げるという発想が盛り込まれていませんでした。

弊社ではバースデーケーキの「フタを開ける一瞬の笑顔」にこだわったデコレーションBOXを商品化しました。

デコレーションケーキの販売台数を伸ばしていくためにご利用ください。



オーガンジーリボンを掛ければ、まるで絵本に出てくるようなデコBOXです。4号、5号用をご用意していますので、生デコ以外にも焼菓子を入れたギフトBOXとしてご利用ください。



表裏がリバーシブルになっていますので、4通りの使い方ができます。

# NEW Créer Pâtisserie

クレエ・パティスリー

生ロールケーキ BOX プレート付

[弊社トムソン(木型)使用オーダー箱]



貴店のロゴマークを入れたデザインで、5,000枚からオーダーできます。

ドーム型で高級感のあるロールBOXですから、新作ロールや生ブッセ5個入りなどでご利用ください。

BOX SIZE:内寸(mm)

外箱 w105 × L210 × H90

プレート w 95 × L200 × H30

(フラップ)

※プレートは食品PPを貼っていますので直接ケーキを置けます。



クレエ ナチュラル・ボア BOX

焼菓子ギフト用

[弊社オリジナル既製箱]

ホットスタンプ(箔版)で、貴店のロゴマークを入れ、1,000枚からオーダーできます。

ロゴマークなしの場合は1ケース100枚入りで、ご発注いただけます。

BOX SIZE:内寸(mm)

Sサイズ w235 × L175 × H55

Sサイズ w235 × L235 × H55



第2回 インターネットの有益な利用

ホームページ、ブログ、メルマガ、ショッピングサイト・・・この10年でパティスリー業界にもインターネットサービスの波が次々と押し寄せてきましたが、今また新たにツイッターとフェイスブックというサービスが、消費行動に様々な影響を与えようとしています。この進化は、4～50年前のSF映画に出てきたテレパシー（遠隔の者と言葉を交わさずに通信する能力）にどんどん近づいていく現象ですから、いつまでも他人事と考えてはられない状況になっていくのではないのでしょうか。

2011年1月15日に劇場公開された映画「ソーシャル・ネットワーク」は、世界最大のソーシャル・ネットワーキング・サイト（社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス）「Facebook」の創設者マーク・ザッカーバーグの半生を映画化したもので話題となっています。また、鳩山前首相が使ったことで利用者が急増したTwitterは、140文字以内で「つぶやき」を投稿し、自分の思っていることを発信できるサービスです。これら新しいネット上のツールが、チュニジアやエジプトにおける暴動支援の呼びかけに利用され、世界を揺るがしていますが、同時にビジネスとしての活用も急増しています。

「今朝、ジューシーな白桃が入ったから、まるごとケーキに使おうかな」「今日は大雨でお客様が少なくケーキが余りそうだから、5時以降は割引します・・・」などと、ツイッターでつぶやくだけなので、押しつけの広告ではありません。それを見つけたお客様が「おいしかった」とか「得したよ」とつぶやけば、情報は人づてにすばいスピードで伝わっていきます。

下記は私の登録画面ですから、よろしければ覗いていただき、ツイートもしくはメッセージをお送りください。お待ちしております。



仰天! 雑学  
～発行人のコラム～

ザック・ジャパンから得るもの  
サッカーファンでなくても、アジアカップを制覇していくザック・ジャパンの姿に釘付けとなった人も多かったと思います。そして、帰国後の記者会見で選手達が口にしたのは、ザック監督の人身掌握術でした。控えの選手達が次々とゴールを挙げ、日替わりヒーローとなっていたことがチームの一体感を強め、優勝へと導いていった・・・その背景には、ザック監督の気配りがあったといえます。控えの選手ほど多く声をかけ、一人ひとりの性格、技術、精神力、健康状態を見抜き、最善の采配を振るつたと評する人も多くいました。

「名選手必ずしも名監督ならず」といわれるように、良き指導者の条件とは、本業の実績ではなく、チームを躍動させる人間力であることが窺えます。

リーダーが部屋に入ってきただけで、場の空気が明るくなる太陽のような存在。そして、いつも目にかけてくれ、自分のことのように心配し、喜んでくれるから、その人のために頑張りたいと思う。そんな人だから、たとえレギュラーを外されたとしても、不満に思わず、次の機会に必ず使ってくれと信じて頑張っていける。このようなリーダーとしての素質は天性のものなのでしょう。

ただ、そんなリーダーになりたいと、絶えず自問自答しながら、自分を磨きあげていかなければ進歩はありません。

成長力のあるパティスリーには、スタッフ一人ひとりの性格や能力を掌握したリーダーが存在します。そこで元気にハツラツと働くスタッフ達が、元気なお菓子をつくり、明るい空気をつくり、お客様を惹きつけていきます。

ザック・ジャパンが、この先ワールドカップの最高峰に向かって、どこまで上り詰めることができるかを見届けながら、私たちもまたリーダーとしての人間力を高めていきましょう。

株式会社アートデザインセンター会社概要

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

全日本ヴァンドウーズ協会 / 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
- ⑧KOBEP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) アマンディエヌ(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) エルベラン(西宮) おきな(宝塚) カッサレード(神戸) 雅藤(厚木) 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・シノワ(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) ティータム(神戸) デリス(津) ナイフ(明石) ナチュラル(大津) はーと(大和郡山) バイカル(京都) パオ・デロ(神戸) パリ亭(青森) ピアッコリーナサイ(神戸) フーケ(神戸) フェスティパロ(鹿屋) フジキ(三木) ぶどうの木(金沢) フランス菓子16区(福岡) フルシェ(神戸) ぶるみえー(静岡) プレール(名古屋) ヘキセンハウス羽衣屋(西宮) ベリ亭(神戸) ベルン(東京) ベルン(西宮) ホリオ・ロワール(姫路) ボワソン・ダブリル(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・デセール(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) やながわ(丹波) ヤマチョウ(明石) ユーハイム(神戸) ラ・ヴィエイユ(交野) ラ・セゾン・ド・アスター(奈良) ラ・パルムドール(津) ラ・レネット(豊明) ラ・ピエール・ブランシュ(神戸) ランプリール・オクシジェヌ(神戸) リール(四日市) ル・プティ・ブルー(八幡) ルーヴ(高松)

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 KOBESHEFF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 ・不二製油様のソファ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制ブレンディングクリーム「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	・KOBEP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	・KOBEP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
2010年	情報誌 パティスリーのデザインを創刊

編集後記

最近、いろいろな方々から、「毎号楽しみに読んでいますよ。」というお声を頂戴し、頑張つてこの情報誌を創刊して良かったと思っております。製菓学校の先生からは、「教材として使わせてもらっています。」とか、パティスリー様でも「社員に回覧し、勉強させています。」などという嬉しいお話を聞き、より深い内容にまとめ上げていかなければ・・・と考えております。さて、ここ数年、TVの情報番組や雑誌などでもスイーツ特集が、大ワクで組まれるようになってきましたが、やはり発想の斬新さ、見た目の面白さのあるものが取上げられています。ただ、そうなると思かきが優先され、次々と目まぐるしく新しいスイーツが登場し、結果的には商品を短命化してしまうという危惧があります。コンビニ商品であれば、新しさを競っていいのですが、パティスリーの商品は、じっくり作って、じっくり売っていただく方が奥深く、飽きない商品となり、結果的にはお客様を離さないことにつながると思います。ネット社会で情報が氾濫し、新商品を追いかけてこのように開発しなければいけない。という流れがよいかどうか。

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 舟ヶ崎 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 2011 ART DESIGN CENTER.CO.,LTD.

	発行予定	特集予定
Vol.4	2011年 4月 15日	パースデーデコレーションを拡販する
Vol.5	2011年 6月 15日	販売データをベースにマーケティング
Vol.6	2011年 8月 15日	秋冬のギフト商品強化プランとは?
Vol.7	2011年 10月 15日	クリスマス、バレンタインなどのイベント演出
Vol.8	2012年 1月 15日	フランスの最新パティスリー事情

次号Vol.4の予告

パースデーデコレーションを拡販する

- ・デコの見せ方、売り方
- ・販売促進の方法
- ・ネットを利用した予約注文

## DESIGN of PATISSERIE Vol.03

## 読者アンケート


**FAX.0800-919-1211** (編集部直通 無料ファックス)

<p>記事中でご参考になった点は 何でしょうか。 ※複数回答可</p>	<p>春夏ゼリーギフトの見せ方、売り方 エスプリ・ドゥ・フーケ様のブランディング事例 神戸みやげ「うりぼー」の戦略 コンサクレ・カイ様のブランディング事例 パティスリー・リール様のブランディング事例 弊社オリジナル既成箱「クレエ・パティスリー」 誌面勉強会「インターネットの利用」 発行人コラム「仰天!雑学」</p>	<p><input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし <input type="checkbox"/>興味がある    <input type="checkbox"/>興味なし</p>
<p>次号からの編集に役立てたいと 思いますので、ご関心のあるテーマ をお聞かせください。 ※複数回答可</p>	<p><input type="checkbox"/>見やすく買いやすい店舗レイアウトとは <input type="checkbox"/>看板、タペストリーの効果 <input type="checkbox"/>イベントのディスプレイ効果 <input type="checkbox"/>使いやすく、高級感のあるパッケージの仕組 <input type="checkbox"/>ブランドロゴマークから受ける印象とは <input type="checkbox"/>購買意欲のわくネーミングとは</p>	
<p>浪花食品ゼリーギフト グラン・ブティユ</p>	<p><input type="checkbox"/>詳しい資料がほしい(メール便)                      <input type="checkbox"/>必要ない <input type="checkbox"/>大至急、詳しい資料がほしい(PDFデータをメール添付)</p>	
<p>弊社オリジナル既成箱 クレエ・パティスリー</p>	<p><input type="checkbox"/>詳しい資料がほしい(メール便)                      <input type="checkbox"/>必要ない <input type="checkbox"/>大至急、詳しい資料がほしい(PDFデータをメール添付)</p>	
<p>弊社サービスについて</p>	<p><input type="checkbox"/>資料がほしい                      <input type="checkbox"/>必要ない <input type="checkbox"/>詳しい話が聞きたい</p>	
<p>ご意見、ご希望がございましたら お書きください。</p>		
<p>お店名</p>		<p>ご開業年</p>
<p>ご住所 〒</p>		<p>店舗数</p>
<p>お役職名/お名前</p>		<p>お電話番号</p>
<p>ホームページ <input type="checkbox"/>ある                      <input type="checkbox"/>ない</p>	<p>メールアドレス</p>	