

# DESIGN of PATISSERIE

パティスリーのデザイン

Vol. **04**  
A P R I L 2011

商品の見せ方・売り方を  
トータルプロデュース

- ・パティスリーのポテンシャルを引き出す
- ・焼菓子ギフトを飛躍的に伸ばした事例
- ・旧来の個人店体質から、新しい組織体へ
- ・宿泊研修のご案内  
お店の売上を伸ばすためには、何をすべきか

## 発行人からのごあいさつ

3月11日14時46分に発生した東北関東大地震により、被害に遭われた皆さまに心よりお見舞いを申しあげるとともに、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げます。

震災後、避難生活を送られている方や、大切なご家族、ご友人の行方がお分かりでない方の気持ちを思いますれば心が痛みます。

弊社も阪神・淡路大震災を経験しておりますので、一日も早い復旧復興を願わずにはられません。

また、関東圏におかれましては、計画停電や放射能問題の影響で売上を落とされているお店も多いかと存じますが、体調管理にご留意され、乗り切っていけることを祈念しております。

さて、今回の震災では、原材料メーカーや包装資材工場も被災され、パティスリー様にも少なからず影響が出ております。このまま復旧復興が進んで行っても、一般消費者や社会全体の価値観が全て元に戻るとは限りません。

このような時期に、弊社といたしましても、どのようなご支援をさせていただくべきか、社内で議論を尽くしましたが、結論は、パティスリー様に元気になっていただくことで、消費を喚起させ、少しでも経済復興の一端を担うことができれば、それが弊社の使命であり、存在意義であると再確認いたしました。

ゴールデンウィークと母の日が過ぎれば、閑散期に入っていきますが、パティスリー様のお役にたてる情報を今後もお送りしてまいりますので、ご一読願えれば幸いに存じます。

2011年4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

## 追記

選抜高校野球で日本全体を勇気づけた 創志学園高等学校野球部主将 野山慎介君の選手宣誓を転載いたします。私たちもまた、喜んでいただける仕事を誠心誠意努めていかなければならないと思っています。

「私たちは16年前、阪神・淡路大震災の年に生まれました。今、東日本大震災で、多くの尊い命が奪われ、私たちの心は悲しみでいっぱいです。被災地では、全ての方々が一丸となり、仲間とともに頑張っておられます。人は仲間に支えられることで、大きな困難を乗り越えることができると信じています。

私たちに、今、できること。それはこの大会を精いっぱい元気を出して戦うことです。

「がんばろう!日本」。

生かされている命に感謝し、全身全霊で、正々堂々とプレーすることを誓います。」

## 表紙写真




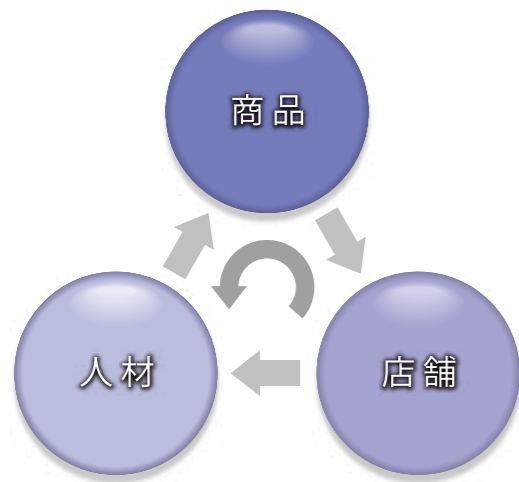
今回は、弊社独自の既製箱「クレエ・パティスリー」の中から、レーヴシリーズのパッケージ写真です。パティスリー様とお話をさせていただきますと、「ギフト商品売りたいたいが、オリジナル箱を作ればロットが多いし、無地の既製箱では如何にも既製品に見える。」というご意見が多かったため、既製箱でありながら、タグや掛け紙でオリジナルに見え、安価で使いやすい製品をめざしました。

クレエ・パティスリーの企画・販売から今年で8年目となりますが、これからもパティスリー様のギフト売上を伸ばしていただけるパッケージを開発してまいりますので、今後ともご最良の程、よろしくお願いたします。

※本誌13ページに詳しくご紹介しております。

## パティスリーのポテンシャルを最大限に引き出す5つのチカラ

 マイナスのスパイラルに巻き込まれると全てが縮小される。



### ブランディングが出来ていない

よく売れる看板商品がない

店舗のレイアウトが悪い


売上が伸びない

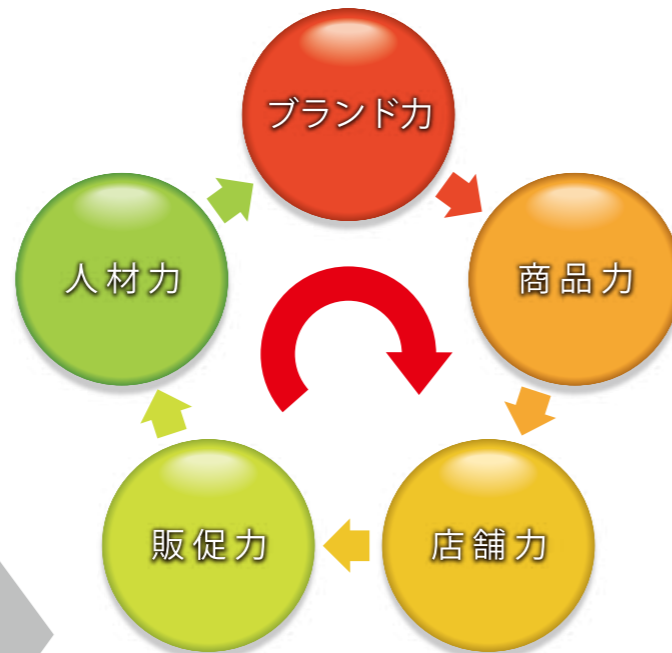
客足が遠のいていく

販促をする余裕もない

活気がなくスタッフのモチベーションが低い

**悪循環に陥る**

 プラスのスパイラルに乗ると全てが好転し拡大していく。



### ブランディングをする

オリジナルの新品を開発する

店舗リニューアルをする

オリコミチラシで案内をする

今まで来客されなかったお客様が来られる

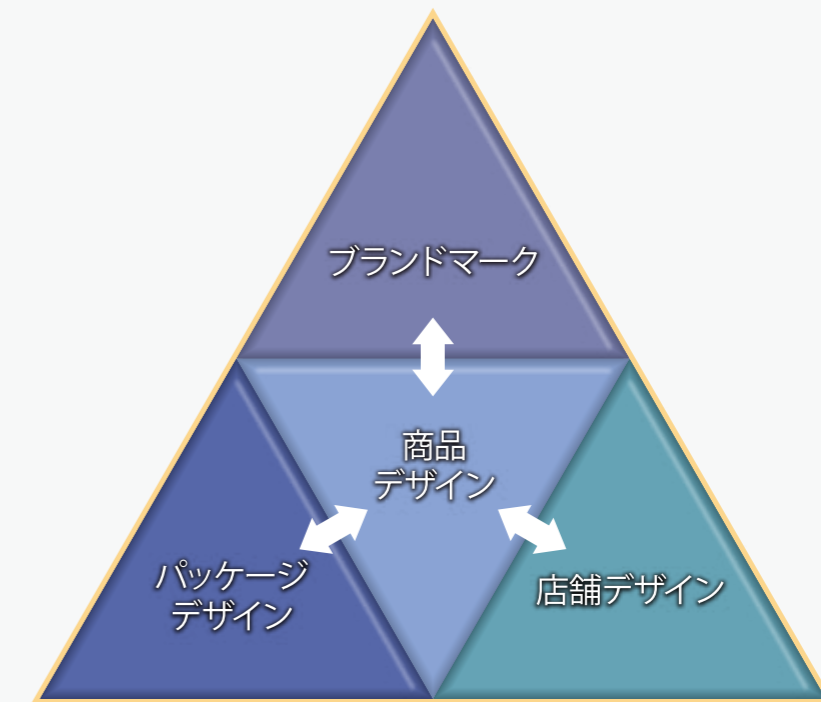
お店に活気が出る

スタッフの能力が上がる

**善循環になれば売上が伸びる**

## ブランディングを形成する4要素

リニューアルによって、同時にこれらのイメージをチェンジさせる。



繁盛店は、ショップアイデンティティが確立しています。

※アイデンティティ…主体性、個性、らしさ

### ●ブランドマーク

- ・ブランドマークがお客様に与えるイメージは大きく、安っぽく見えたり、古く見えてしまうとお店全体のイメージが悪く映ります。
- ・創業時に安直に作られたブランドマークも多く、場合によってはブランド名から再考しなければいけないケースがあります。
- ・理想は、ブランドコンセプトから再構築し、それに沿ったネーミング、ブランドストーリー、ブランドマークを制作。商品やパッケージ、店舗デザインに反映していくことです。

### ●商品デザイン

お店の顔となる「商品」が、いかにお客様に語りかけられているかが重要です。商品は、ブランドの心をお客様に伝えます。ブランディングがしっかりと出来ているお店は、お菓子からブランドの個性を感じます。ブランドコンセプト、ストーリー、ブランドマークから連想されるお菓子であるために、お菓子のデザインをカタチやカラーバランス、味や触感、原材料から見直す必要があります。

### ●パッケージデザイン

お菓子を演出するパッケージデザインは、購買につなげていくための重要なアイテムです。心を込めて創り上げたお菓子を入れるパッケージひとつを丁寧に考えることで、ブランドイメージが出来上がっていきます。また、ショッピングバッグ、包装紙、リボン、タグ、ピック、しおりなども同様です。

### ●店舗デザイン

リニューアルをして、ブランドイメージを強く伝えていくのが店舗デザインです。ブランドマーク、ブランドカラーをベースにデザインを進め、店内はお客様の動線を重視したレイアウトから考えます。焼菓子ギフトの陳列には、非冷Gケースで演出し、ディスプレイにもブランドイメージを表現します。また、プライスカードやPOP、ポスター、タペストリーなど視覚に訴えるものを全てを統一し、競合他店と差別化できたブランドイメージを形成します。

## 非冷Gケースでギフト売上が飛躍的に伸びます。

販売力のあるお店は、必ず目立つ場所にギフト用非冷Gケースを配置しています。旧来の個人店は、生ケーキが中心で、入り口正面に冷蔵ショーケース、焼菓子はカゴ盛りか既製品の貼箱で、入り口ココの窓際に陳列するパターンがほとんどでした。また、非冷Gケースは、大手専門店が百貨店で使うものという固定観念もあったと思います。ところが、90年代に入り、TV番組「料理の鉄人」が火付け役となり、パティシエブームが巻き起こり、話題の個人店が百貨店に呼ばれるようになりました。そして、パティシエの方々も非冷Gケースでディスプレイするのを経験され、路面店でも同じように使われるようになりました。生はいくら売っても利益が残らず、お店の力にはなりません。結局は日持ちがして、生産計画の立つ焼菓子ギフトの販売比率を上げるしかないはず。写真は、弊社で製作させていただきました非冷Gケースの一例ですが、どちらのお店も導入後、ギフト売上は2~5倍に伸びています。是非、ご参考にしてみてください。



フジキ  
兵庫県三木市  
外L型Gケース  
W3400×D950×H1200  
W2200×D700×H1200



パティスリー・プレール  
名古屋市中央区  
外L型Gケース  
W2400×D620×H1120  
W2250×D620×H1120  
バウムGケース  
W1350×D1165×H1100



エスプリ・ドゥ・フーク  
神戸市中央区  
角R直線Gケース  
W4200×D750×H1100



ラ・レネット  
愛知県豊明市  
外L型Gケース  
W3000×D900×H1100  
W2700×D900×H1100  
L型Gケース



シェリール  
三重県鈴鹿市  
直線Gケース  
W3600×D1100×H1100



コンサクレ・カイ  
神戸市西区  
直線Gケース  
W2000×D700×H1100



ラ・パルムドール  
三重県津市  
直線Gケース  
W3750×D900×H1100



ガトウ 森の里店  
神奈川県厚木市  
内L型Gケース  
W2600×D420×H1100  
W2500×D610×H1100

08

ギフト商品が売れるお店を目指して…  
兵庫県三木市にある  
パティスリーのブランディング事例です。

「生ケーキは売れるがギフト商品が売れない。」  
「お店、商品にオリジナリティーがない。」  
オーナーパティシエから2つのご相談をいただきました。  
この課題をクリアするため、ブランドづくりと店舗リニューアルをご提案。  
地元のお客様に愛されるお店を目指し、プランを進行しました。  
まずは店名を『お菓子の木 ふじき』から『三木山スイーツガーデン・フジキ』に変更。  
ブランドマーク・店舗(主に店内)・ショッピングバッグ・パッケージは  
ブランドコンセプトがお客様に伝わるよう、デザインし、  
商品もリニューアルオープンに合わせ、三木の食材を使ったスイーツを開発しました。

新ブランドマーク



三木山スイーツガーデン・フジキ

『名は体をあらわす』の諺どおり、ブランドコンセプトをあらわす店名に。

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
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
オフィシャルサイト制作



新ブランドコンセプト

森林公園や田園風景が広がる、緑あふれる街『三木山』。  
その『三木山』や地元のすばらしい素材を使い、  
からだにも心にもやさしい、  
味わい豊かなお菓子を創作していきます。  
『木々のようにまっすぐと。木々のようにやさしく。』  
人々の笑顔と安らぎがあふれる場所でありたい。

三木山スイーツガーデン・フジキ

従来の店舗





### ギフトケース・ディスプレイ

お客様がゆっくりと商品を選ぶことができるギフトケースを設置。商品が主役なのでディスプレイはすっきりと。



POP



オープンチラシ B4サイズ

DM/ハガキ

シヨップカード



### パッケージデザイン ブランディング強化のため、デザインイメージを統一。

- ①ロールケーキBOX&かけ紙
- ②半生BOX&タグ
- ③タルトBOX&かけ紙
- ④サービスケース
- ⑤カステラBOX
- ⑥プリンかけ紙
- ⑦ギフトBOX
- ⑧焼菓子個包装
- ⑨ショッピングバック
- ⑩しおり
- ⑪タルトBOXトレイ&ケーキピック



⑩



⑪

### オフィシャルサイト制作 [www.mikiyama-fujiki.jp](http://www.mikiyama-fujiki.jp)



09

生ケーキとデコレーションで固定客を  
がっちり掴んだお店が、  
ギフトブランドを定着させた事例。

デコレーションケーキの年間販売数は、松阪市在住の乳児から中学生までの人口を超えるほどの人気ぶり。週末はいつも行列ができる地域一番店が、ギフト売上を上げるためにバームクーヘンオープンを導入。

しかしながら、「アニバーサリー=生ケーキ」としてのブランドが定着しているため、新たなブランディングで、焼菓子ギフトの店舗イメージを創る必要がありました。そこで、トヨタがレクサスブランドを立ち上げたように、高級感とフォーマル性を併せ持った新ギフトブランドをご提案。

その結果、バームクーヘンは、お祝い用途を中心に定着。その後も、次々とオリジナリティの高いギフト商品を発売し、ギフトの強い店というイメージが出来上がってきました。

- リニューアルの課題
- ギフト商品の強化
  - ブランディング
- 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
  - ギフトパッケージ制作
  - フィルム包材、タグ制作
  - ディスプレイ、タペストリー制作
  - POP、プライスカード制作
  - 厨房紹介DVD制作



同じケースに、バームを陳列しているが、パッケージとディスプレイを変えると売上は3倍に。



# L'HISTOIRE DES RÊVES

## ANNIVERSARY

新・ギフトブランド リストワール・デ・レーヴ<夢・創・想>

夢を創り、想いを刻む...

人生の様々な節目に

その日を飾るにふさわしいお菓子があれば...

そんな想いを込めてアニバーサリーのオーナーシェフが

創り上げた自信のギフトブランド リストワール・デ・レーヴ<夢・創・想>

こだわりぬいた究極の味わいをご賞味ください。



バーム専用の厨房「バームハウス」





### リストワール・デ・レーヴのチルドギフト「レギャン」

この商品はアニバーサリーで人気の生ケーキ「レギャン」をベースに作られたチルドギフトです。

バレンタインの時期に合わせて発売。バレンタインでは大人気商品となりました。



### リストワール・デ・レーヴの「カステラ」

この商品は、アニバーサリーの前身である大住製菓が昭和7年に販売したものを70年以上の時を経て復活させたものです。このカステラも発売以来、ギフトの定番商品として定着しています。



### 創作菓子「マレ」

世界中で愛されているマドレーヌは、18世紀にフランスで広がったお菓子です。この伝統的なお菓子をベースに、素材とレシピにこだわり、さらに風味の良いマロンをしのばせ、「ふわっと、しっとり」する口解けの良いお菓子に仕上げました。

そして、出来上がったお菓子は、マドレーヌのレシピとは異なるものとなったため、アニバーサリーオリジナルのお菓子「マレ」と名づけました。マレは、フランス語で「満ちる」という意味で、お菓子がカップに満ち溢れることをイメージしています。

また、パリにはマレと呼ばれる地区があり、お洒落なショップやカフェが立ち並び、観光客にもパリジェンヌにも大人気のエリアです。創作菓子マレも、そんなお洒落で人気の高いギフトにしたいという想いが込められています。

### 弊社オリジナル既成箱

# Créer Rêve

クレエ レーヴ



クレエ レーヴ  
ギフトBOX 10

SIZE W220×L125×H60



クレエ レーヴ  
ギフトBOX 20

SIZE W220×L220×H60



クレエ レーヴ  
ギフトBOX 30

SIZE W320×L220×H60



クレエ レーヴ  
ギフトBOX M

SIZE W310×L235×H80



クレエ レーヴ  
ギフトBOX L

SIZE W310×L310×H80



シェフのこだわりがたっぷりと詰まった、個性豊かなお菓子たち。その味わいで、ひとりでも多くの人々を喜ばせたい。パティスリーの夢を託した、心あたまるギフトセットです。

ご興味のある方には、クレエパティスリー[弊社オリジナル既成箱]のパンフレットをお送りいたします。ご希望の方は弊社まで、お問合せください。

## 旧来の個人店体質から、新しいしくみを持った組織体へ

人が育てば、お店は伸びる。→ お店が伸びれば、人は育ち優秀な人材が集まる。

当たり前のことですが、この理屈が本当にお解かりでしょうか。

「仕事のできる人材が集まらない」「無理をさせれば辞めてしまう」「自分から技術を盗もうとしない」「教えても理解してくれない」

「常識を分かっていない」・・・と、嘆いていておられませんか。

ご自身の修行時代と同じように育てようとしても「最近の若い者」は、ついてきませんが、育った環境が違うため、それは仕方ありません。彼らが本質を理解し、やる気を持てる仕組みづくりが必要なのです。

お店の目的を理解させ、オーナーの考え方を教え、一人ひとりに目標を与えていけば、真面目にしっかりと働いてくれるはずですが。

お菓子の配合や製法が複雑化してきたように、仕事のできる人材を育て上げるには、環境を整備し、正しく評価し、誰もが納得のゆく組織づくりが必要です。

### 組織化に必要な社内制度

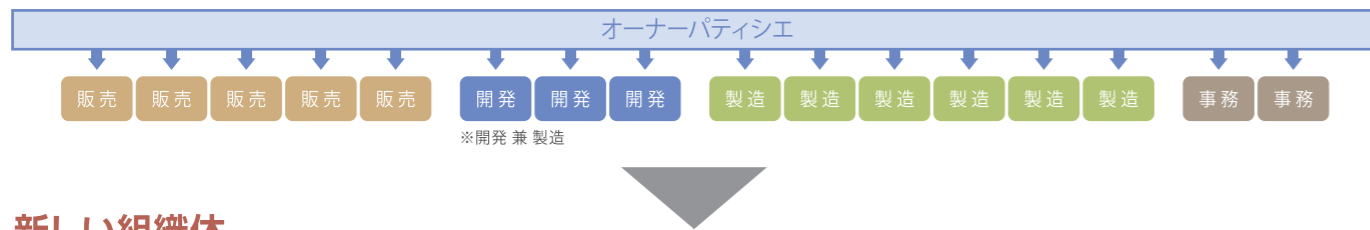
社会的責任の問われる時代に、必要不可欠な諸制度を作成することで、従業員も安心して働ける環境ができあがります。

また、目標作成→結果→評価→昇給→フィードバック→指導→目標作成のサイクルを創り上げ、組織が成長していく仕組み作りが必要です。

経営理念の策定	オーナーの夢や考え方、社会的な存在意義を示します。
中長期計画、年度目標	将来どうありたいか、そのために何をしなければいけないかを明確にします。
就業規則	従業員として必要なルールと義務を全員に徹底します。
賃金体系、職級制度	賃金体系と職級制度を確立し、従業員のレベルアップを図ります。
目標管理、業績評価制度	個々の目標を明確にし、評価基準に照らし達成度合を確認します。
全社定例会議・部門ミーティング	問題の共有化と対策案。目標達成度合の相互チェックなど。
研修・勉強会、社内コンテスト	レベルアップのための勉強会と、社内コンテストで競い合って成長する風土を作ります。

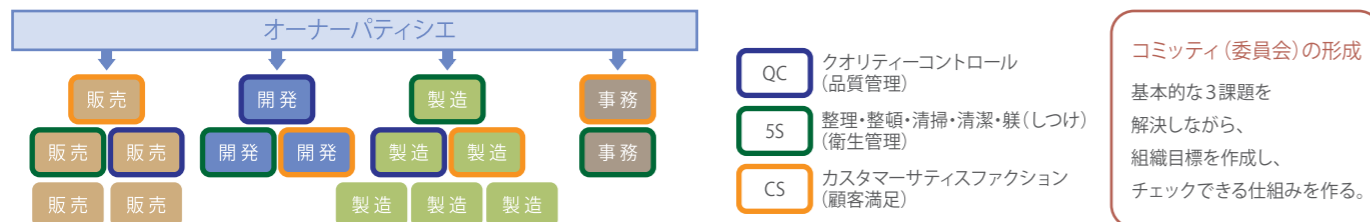
### 旧来の個人店体質

各セクションを仕切るリーダーがないため、オーナーが全てに指示を出さなければいけない組織形態。



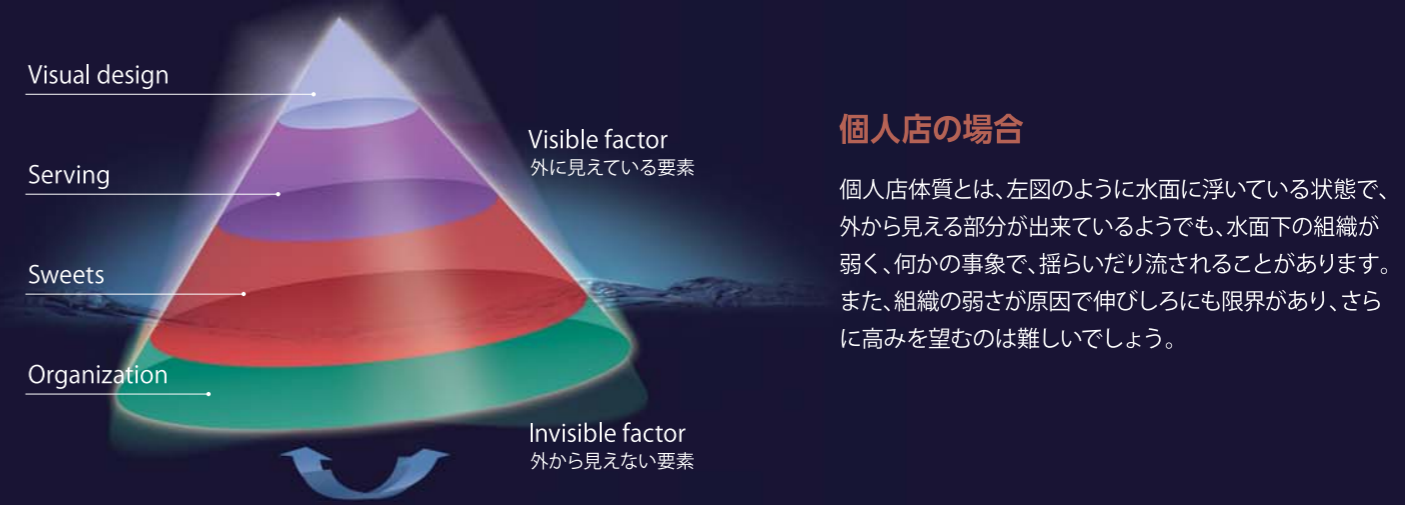
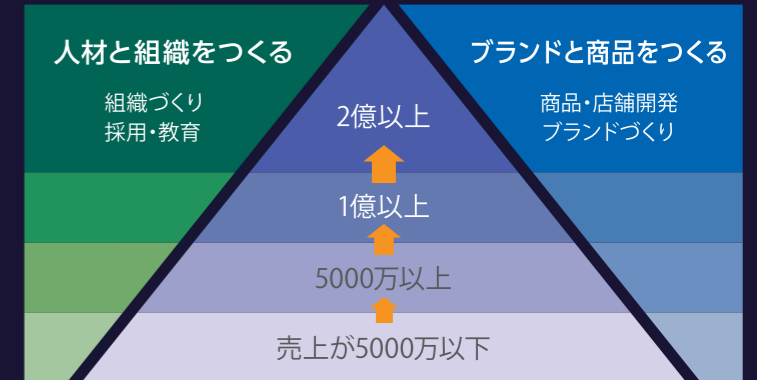
### 新しい組織体

指示・命令系統をつくり、部門のリーダーに責任を持たせながら、組織のカタチを造っていく。



## 荒波が来ても、揺れない、流されない、強固な組織づくり

売上が、5,000万を超え、1億を上回るようになってくれば、ブランドづくりや商品開発はもとより、人材を育て、いかに強い組織を作っていくか。という課題を乗り越えなければ、次のステップに登れません。

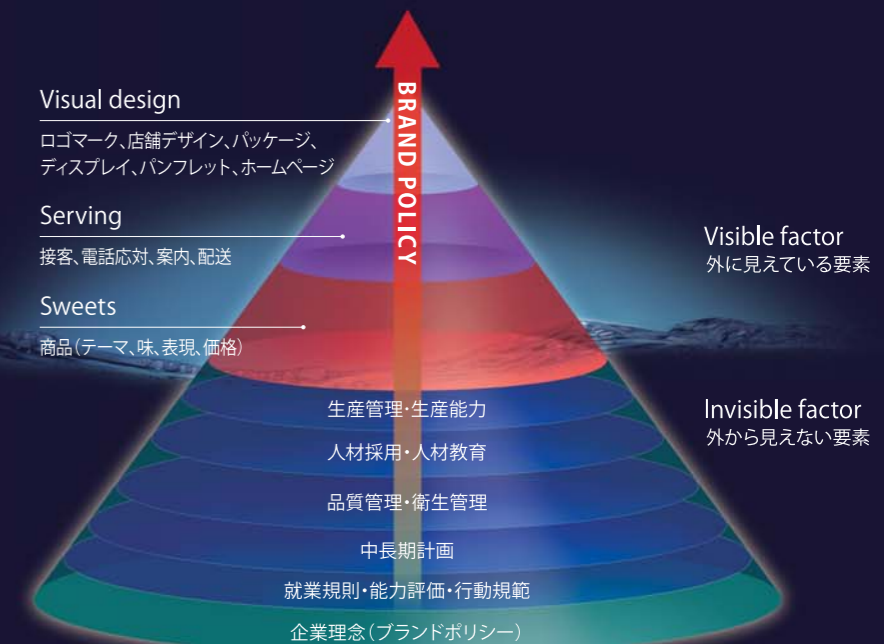


### 個人店の場合

個人店体質とは、左図のように水面に浮いている状態で、外から見える部分が出来ているようでも、水面下の組織が弱く、何かの事象で、揺らいだり流されることがあります。また、組織の弱さが原因で伸びしろにも限界があり、さらに高みを望むのは難しいでしょう。

### 組織化されている場合

組織化されたパティスリーは、水面下でしっかりと下支えができているため、多少の荒波にも揺らぐことなく流されず、しっかりと成長していけるでしょう。流れの速い、パティスリー業界において、確実な経営を続けていくためには、優秀な人材を育て、強固な組織を築き上げることが重要です。また、全てにおいてブランドポリシーという縦串で貫かれていることで、さらに強固なブランドになっていくことでしょう。





## 「パティスリーのデザイン」 宿泊研修のご案内

企画進行：株式会社アートデザインセンター

### 開催概要

テーマ：お店のブランド力を高め、売上を伸ばすためには何をすべきか。

- ・日時：5月24日(火) 13:00～25日(水) 12:00 / 研修会場：長良川国際会議場会議室、宿泊：岐阜都ホテル(シングルルーム)
- ・費用：お一人様 税込31,500円(宿泊費、夕食・朝食・酒類、研修施設利用費、お茶・コーヒー、おつまみなどを含む)
- ・集合：5月24日 12:30 JR岐阜駅バスターミナル(昼食を済ませてからお越しください)  
※お車でお越しの方は、岐阜都ホテル駐車場にお車を駐車し、12:50までに長良川国際会議場会議室までお越しください。
- ・解散：5月25日 12:30(集合場所と同じ)

オプション企画：解散後、フランボワーズ様ショップ見学(フランボワーズcafé hanareにてランチ)

オプション参加費：税込 3,150円(ランチ、送迎車込) 解散16:00(集合場所と同じ)

参加者募集 オーナーパティシエ、マネージャー、チーフ

定員：10名(先着申込み順、ご夫婦での参加可)

※参加ご希望の方は、添付アンケート用紙を記入の上、5月7日までに返信ください。

### 研修内容

#### テーマ①：事例研究

弊社クライアント店(ブランディング前と後)を分析して考察。

ブランド、ストーリー、店舗イメージ、パッケージ、ディスプレイから、

そのお店がお客様に何を伝えようとしているのか。

伝わっているのか。特徴が出ているのか。ウリは何か。

どのような結果が出ているのか。

#### テーマ②：ご自身のお店について考えます

・ご自身は、3年後、5年後、10年後どうありたいか。

・そのために、今、何をしなければいけないのか。

・自店の強み、弱みとは。

・ブランドづくり、ストーリーづくり、商品づくり、店舗づくり、

組織づくりを具体的にどのように進めればよいか。

### スケジュール

初日(5月24日火曜日)

・12:30 集合、ホテルのバスにて研修会場へ移動

・13:00～18:00 勉強会、ディスカッション

・18:00～18:30 ホテルチェックイン

・18:30～20:00 ディナー

・21:00～ 座談会(参加自由)

2日目(5月25日水曜日)

・8:00～ 9:00 朝食、チェックアウト

・9:00～12:00 グループ討議、発表会

・12:15 研修会場出発 → 12:30 JR岐阜駅着

→オプション参加者は、12:40 フランボワーズ北方店café hanare着

・13:00～14:00 ランチ&北方店見学

・14:00 車移動 → 14:15～ 島店(本店)見学

・16:00 JR岐阜駅着 解散

今後の宿泊研修予定

テーマ：パティスリーの2代目は、何をしなければならないのか。

日時：2011年9月27日(火)・28日(水)

場所：有馬ビューホテル

オプション企画：パティスリー・エス・コヤマ見学

参加定員：15名(オーナー、2代目、後継者対象)

ゲスト講師：株式会社ミルフィーユ 代表取締役 野村信希氏

※ 研修内容は諸事情により変更させていただく場合があります。



## 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(情報文化部会) / 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
- 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) 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) ケーキ工房フタナベ(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) ナチュール(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) フェスティバロ(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)  
ブレール(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) ボワソソ・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)  
森八大名園(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・メール・ブランシュ(多治見)  
ランブリール・オクジエヌ(神戸) リール(四日市) ル・プティ・ブーレ(八幡) ルーヴ(高松)

### 編集後記

今回は「パースデーデコレーションを拡販する」という特集を予定しておりましたが、勝手ながら、パティスリー経営に関するテーマへと替えさせて頂きました。東日本大震災のニュースが連日流れる中で、パースデーデコという内容は不適当と思われることと、天災はいつどこで起きるか分からない。世界情勢も不安定。政治も不安定。このような時に、弊社としてどのような情報をお出しさせていただくべきかを考えましたところ、以前から温めておりました内容となりました。大震災の前からパティスリーの経営は、年を増す毎に、確実に難しくなってきた。と感じていましたが、お客様の安全・安心を求める意識や、価格に対する価値観が、より厳しくなりつつあることも事実です。また、従業員の方は以前のような修行意識が薄く、しつかりとした雇用形態を望み、独立することなど考えない。という傾向を感じます。5月24・25日は、宿泊研修をさせていただき、これからの時代に必要なパティスリー経営について、とことん議論していきますので、是非、ご参加いただきたいと思います。

### 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.

### 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 オリジナル既製箱「クレエ・パティスリー」を発売  
・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 ・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

	発行予定	特集予定
Vol.5	2011年 6月 15日	研修報告「お店の売上を伸ばすためには、何をすべきか」
Vol.6	2011年 8月 15日	秋冬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、バレンタインのイベント演出
Vol.8	2012年 1月 15日	販売データをベースにしたマーケティング

※発行日・特集内容は予告なく変更する場合があります。

### 次号Vol.5の予告

研修報告「お店の売上を伸ばすためには、何をすべきか」

- ・パティスリーのポテンシャルを引き出す
- ・旧来の個人店体質から新しい組織体へ
- ・全く新しいシステムギフトBOXのご紹介

# DESIGN of PATISSERIE Vol.04

## 読者アンケート

### FAX.0800-888-1211 (フリーダイヤル)

記事中でご参考になった点は 何でしょうか。 ※複数回答可	パティスリーのポテンシャルを最大に… ショップイメージを形成する4要素 非冷Gケースで売上を飛躍的に伸ばす 三木山スイーツガーデン・フジキ様の事例 アニバーサリー様のブランディング事例 弊社既成箱「レーヴシリーズ」のご紹介 旧来の個人店から、新しいしくみの組織体へ 宿泊研修のご案内	<input type="checkbox"/> 興味がある	<input type="checkbox"/> 興味なし
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	<input type="checkbox"/> ホームページの制作事例 <input type="checkbox"/> ギフト商品の見せ方、売り方の事例 <input type="checkbox"/> ゼリーギフトのディスプレイ事例 <input type="checkbox"/> 季節テーマの商品事例 <input type="checkbox"/> ブランドマークの考え方 <input type="checkbox"/> 夏のディスプレイ事例		
弊社オリジナル既成箱 クレー・パティスリー	<input type="checkbox"/> 詳しい資料がほしい	<input type="checkbox"/> 必要ない	
弊社サービスについて	<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		
ご意見、ご希望がございましたら お書きください。			
宿泊研修ご参加について	<input type="checkbox"/> 参加したい( )名	<input type="checkbox"/> 必要ない	
	※参加ご希望の方は、詳しい資料をお送りいたします。		
お店名	ご開業年		
ご住所 〒	店舗数		
お役職名/お名前	お電話番号		
ホームページ <input type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	メールアドレス		