

DESIGN of PATISSERIE

パティスリーのデザイン

Vol.
10
DECEMBER 2012

商品の見せ方・売り方を
トータルプロデュース

- ・ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンスの使用事例
- ・東京と和歌山の老舗リニューアル事例
- ・愛媛のブランディング事例

KARAFURU
ANNIVERSARY

MARRONNIER
KUNITACHI-TOKYO

MARRONNIER
KUNITACHI-TOKYO



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

デザイン都市・神戸の活動に賛同しています。

CREATIVE INNOVATION
ART DESIGN

発行人からのごあいさつ

謹啓 蒸し暑い日が続くのやらと思っていたら、急に寒くなりましたが、皆様いかがお過ごしでしょうか。これだけ気温の変化が激しいと、体温を調整している自律神経にストレスがかかり、免疫力・抵抗力が弱まってしまいそうです。また、世の中、奇怪なニュースや暗い話題が多く、盤石と思えた大手企業も、急転落下を余儀なくされる時代です。

これらが影響してか、時代の流れが徐々に速くなっていると感じられませんか？

高速通信時代とは言え、市場の動きや人の価値観までもが、知らず知らずのうちに高速化＝飽き易くなっているようです。

弊社はブランディング手法によって、お店のブランドや商品の価値、お客様の認知度を上げていく仕事をさせていただいておりますが、一度根付いたブランドが、そのまま続かなくなっているのも事実です。

シャープの亀山ブランド、ソニー神話は過去のものとなり、パナソニックブランドも信頼性を失っています。先日発表された、シャープの通期最終赤字見通しは2500億円から4500億円へと大幅下方修正され、パナソニックも7650億円の赤字に転落。今年のテレビ販売額シェアは、1位サムスン28.5%、2位LG電子15.2%、3位ソニー8.3%、4位パナソニック6.8%、5位シャープ5.0%という状況です。合算すれば、韓国2社でシェア44%、日本3社で20%となります。

ブランドが認知され、胡坐(あぐら)を少しはかいて良いと感じた途端、もろくも崩れ落ちたように思います。

原因は、2008年のリーマンショックで、安値を武器に韓国勢が市場を拡大し、僅か3年で逆転され、4年目の今年、これ程の損失を出してしまうとは、誰も想像できなかったのではないのでしょうか。

ブランドが認知された事で、市場優位性が確立したと勘違いしてはいけません。

ブランドとは、絶えず鍛えながら磨き込んでいくものです。エス・コヤマの小山さんは、先日のサロン・デュ・ショコラで大きな賞を取っています。これは誰にでも出来るというものではありませんが、ブランド価値の向上に繋がります。ブランディングで他店との差別化は必要ですが、常に新商品や新サービスの提案、パティシエのレベルUP、ヴァンドゥーズのホスピタリティ向上、組織力の強化、衛生管理、クレームゼロ対策など、経営全般を厳しく見詰め直す必要があります。

皆様のお店が、時代の流れに呑み込まれることなく、ご繁盛されますことを心よりお祈り申し上げます。

敬白

2012年12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



今回の表紙は、弊社の既製品パッケージ「ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンス」を使っていたお店のパッケージです。この商品は、南仏プロヴァンス地方のカラーリングや表現をモチーフにデザインしていますので、今までに無かったパッケージとご好評をいただいております。また、身箱はトムソン式、フタは木製にしたことで、素材の違いやナチュラル感も演出できたと思います。フタのシルク印刷は、オリジナルで製作できますので、既製品というイメージはなくご使用いただけます。是非、別添のアンケート用紙よりサンプルをご依頼いただきたいと思います。

※本誌2～3ページに詳しくご紹介しております。

Le vent de Provence



ANNIVERSARY



MARRONNIER



プティBOX



ギフトBOX-S



弊社オリジナル既製箱
ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンス の使用例をご紹介します。
ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンスは、
太陽がまぶしい南仏プロヴァンスのカラーリングや表現を
モチーフにデザインしています。
今までの既製品ギフトBOXにはなかった木フタとトムソン箱の
組合せ、ビビットなカラーリングは、売場を明るく演出します。

Le vent de Provence

- 木のフタにシルク印刷で貴店のロゴマークをお入れいたします。
- 木のフタをパッケージの裏に貼り合わせますと、全てのサイズが2段重ね、3段重ねとして、ご利用いただけます。



プロヴァンス プティBOX (レッド・ブルー・グリーン)
BOX SIZE W120×L120×H70 (外寸)

※1梱包にレッド・ブルー・グリーン、各100個入

ご注文単位 300

プロヴァンス ギフトBOX-S
BOX SIZE W125×L240×H65 (外寸)

ご注文単位 100

プロヴァンス ギフトBOX-M
BOX SIZE W235×L240×H67 (外寸)

ご注文単位 100

プロヴァンス ギフトBOX-L
BOX SIZE W325×L240×H67 (外寸)

ご注文単位 100

16

東京都国立市の老舗パティスリー 洋菓子マロニエのリニューアル事例

洋菓子マロニエは、国立(くにたち)を中心に4店舗を持つ老舗洋菓子店です。本店は、一橋大学の隣にあり、3店舗はJR国立駅、JR谷保駅、KEIO高幡不動駅のそれぞれ駅前に出店されています。

また、国立市は東京都で始めて「文教地区」の指定を受けていますので、多くの学校を擁し、緑豊かで閑静な町並みが広がる、好立地です。

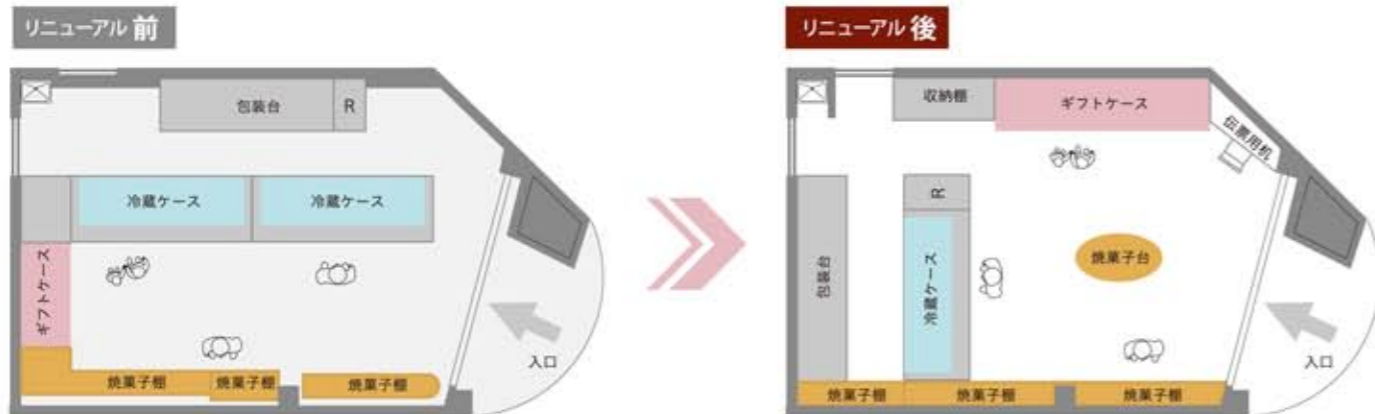
ただ、最盛期と比べると、売上げは低下し始め、店舗の老朽化、お客様の高齢化など課題も多く、今回リニューアルを決断されました。

リニューアルのコンセプトは、老舗らしく、上質感を出しながら、清潔感のある店づくりです。

まず10月に本店とJR国立駅北口店をリニューアル、来春、JR谷保駅前店、KEIO高幡不動駅前店に取りかかる予定です。

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	
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	
商品提案	
店舗デザイン	
販売促進の提案	
店舗工事・現場管理	
ショッピングバッグ・フィタ包材制作	
ディスプレイ・POP制作	

【マロニエ本店】



リニューアル前の店舗

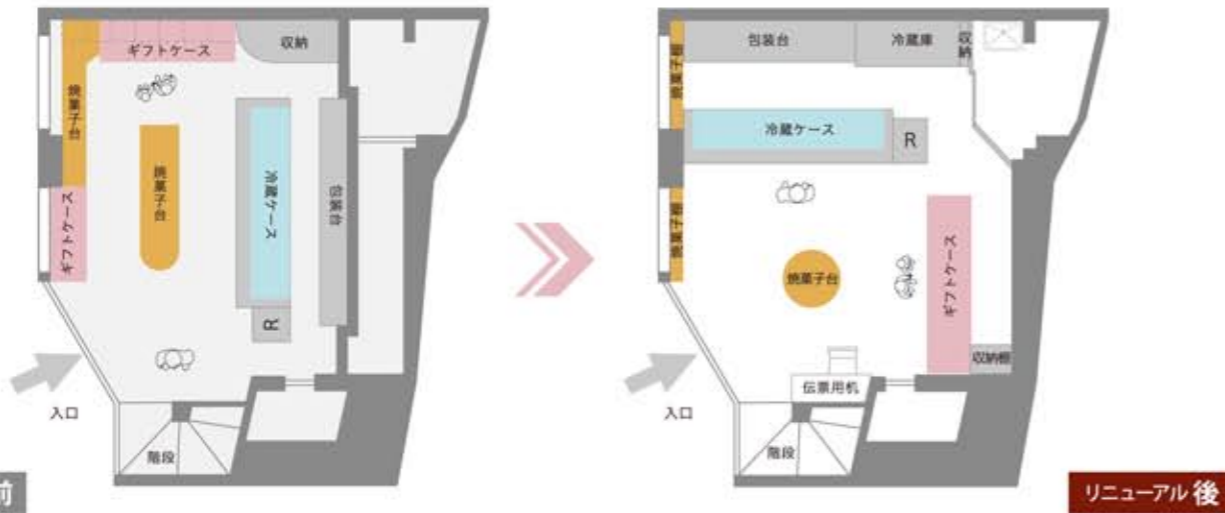


【国立駅 北口店】

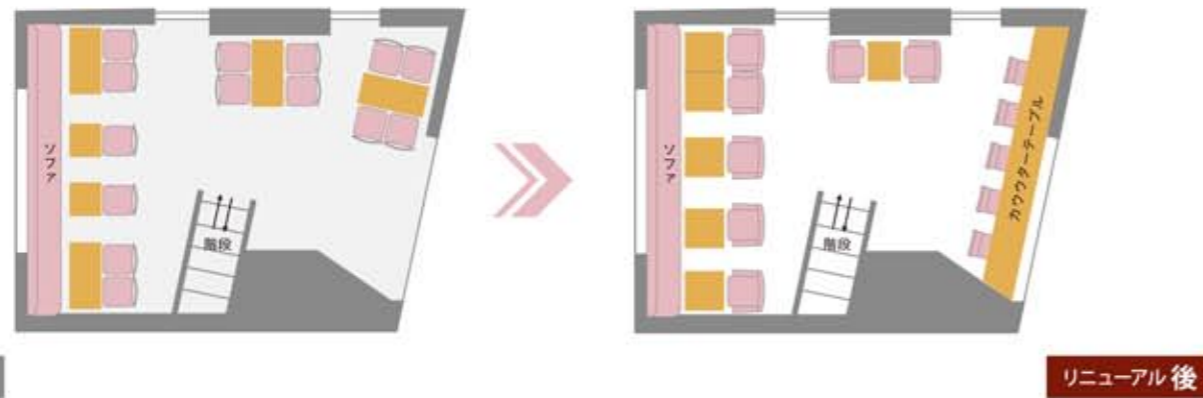
国立駅前にあるこのお店は、夕方から閉店時間にかけて通勤通学の人通りが多い好立地ですが、若い女性を捉えることができませんでした。

リニューアル後は、新聞オリコミを見ていない通勤通学のお客も多く、来店客数が増えています。また、ギフトBOXや焼菓子の売上げの伸び率が大きく、今後の動きに期待できます。

リニューアル前の1階店舗



リニューアル前の2階カフェスペース





パッケージデザイン

今回のリニューアルに向けて、マロニエ様と一緒に下記の新商品を考えました。お菓子の特徴をアピールし、お客様に覚えていただくためにはネーミングが重要です。今まで深くこだわっておられなかったため、漢字一文字のネーミングをご提案しています。



POP



オープンチラシ B4サイズ

一般的な老舗パティスリーの課題

- ☑ 最盛期より売上げが低下してきている。
- ☑ 近隣に新しい競合店が増えてきている。
- ☑ お客様が高齢化し、生ケーキの需要が落ちている。
- ☑ このままでは、後継者にバトンタッチできる状態でない。
- ☑ 従業員も高齢化し、人件費が増えている。
- ☑ 若いお客様が素通りしていく。
- ☑ 店が老朽化してきている。
- ☑ ブランドイメージが古く思える。



時代の変化、地域の変化に合わせて、お店を磨き込み、レベルアップを図る。



POINT 売上げが下降する前に、次々と仕掛けられる計画を立てる。

17

愛媛のパティスリーをブランディング。
地元のお客様に愛される
お店づくりを目指して…

現在のお店に移転されたのが9年前。初めてご訪問した時の印象は、お店に落ち着きはあるのですが、やや暗いイメージで、ブランドのアピールが足りていないと感じました。

まずは、お客様に認知されやすいよう、天使をモチーフにしたロゴマークとブランドカラーを全面に押し出し、お店全体に統一感を持たせました。

ブランドイメージに合わせて、生ケーキもリニューアル。

焼き菓子ギフトのラインナップも充実しました。

オープン後は、お客様の評判も良く、オーナーパティシエから「とても忙しくなった」とおっしゃっていただきました。

これからも、地元のお客様に愛される、明るくて、素敵なお店づくりを共に目指していきたいと思えます。

新ロゴマーク



「アンジェ」はフランス語で「天使」という意味。
天使をモチーフに、上品でありながら、親しみやすいロゴマークをデザインしました。

従来の店舗



リニューアルの課題
売上・利益率の向上
ブランド作り
焼き菓子・ギフトが売れる店
●弊社の仕事内容
トータルプロデュース
ブランディング
店舗デザイン
販売促進の提案
ギフトケースデザイン・製作
ショッピングバッグ・紙袋デザイン
パッケージ制作
包装紙・タグ制作
シール・ケーキピック制作
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





ギフトGケース・ディスプレイ

店内にはインパクトのあるギフトGケースを配置。
 冷蔵ショーケースは既存のものを使用し、腰部分のみリニューアルしました。
 ギフトGケース内は、お客様が焼き菓子ギフトを選びやすいよう、すっきりとディスプレイしました。



POP



18

和歌山県有田市の老舗パティスリー。
上質感あふれるブランドにリニューアル。

今年で100周年を迎える「レピマルカ」が店舗リニューアル。それに合わせ、焼き菓子ギフトの販売を強化したいとご依頼をいただきました。まずは、ギフト売場を従来の平台から、重厚感のあるギフトGケースに変更。そして、お店の看板商品であるバウムクーヘンとマドレーヌのネーミングを変え、パッケージをブランドイメージに合わせたデザインにリニューアルしました。今回の課題でもっとも大切なことは、「老舗としての風格が感じられるブランドになること」でした。

リニューアルの課題	
売上・利益率の向上	
ブランド作り	
焼き菓子・ギフトが売れる店	
●弊社の仕事内容	
ギフトケースデザイン・製作	
パッケージデザイン	
ショップカード、しおりデザイン	
オープンチラシデザイン	
ディスプレイ・POP制作	
プライスカード制作	



従来の店舗



ギフトGケース・冷蔵ショーケース
ギフトGケースと冷蔵ショーケース、レジカウンターのデザインを統一することで、すっきりと落ち着いた、上質な空間を演出します。



1976年から販売している「マルカ手焼きバウムクーヘン」のパッケージとオリジナルギフト箱。

POP



新商品「紀州バウム」のパッケージと掛紙。



オープンチラシB4サイズ



ディスプレイ

フランス視察ツアー同窓会のご報告

[日時 / 場所]

2012年9月25日(火)・26日(水) 岐阜都ホテル

[スケジュール]

25日(火) 集合 17:00 JR 岐阜駅 中央改札前→ホテルバスでホテルへ
18:00～夕食 (フレンチコース料理)、フランス視察写真上映
22:00～座談会
26日(水) 8:00 朝食、9:00 出発チャーターバス→フランポワーズ様 店舗 /
カフェ見学→昼食→チャーターバス→13:30 JR 岐阜駅解散

今年の6月に企画した「プロヴァンス〜パリ 雑貨屋巡りとショッピング・ディスプレイ視察ツアー」に13名の方が参加されましたが、帰国後、あの夢のように楽しかった8日間を振り返り、「また、皆さんで集まりたい。」というお声が多く聞かれました。そこで、同窓会をしようとプランを立てたところ、ツアー参加者全員+3名の方が参加され、大いに盛り上がり過ぎてしまいました。
8日間寝食を共に過ごせば、歳や経験が違えど、同級生のような感覚になります。これからのお店運営や、組織づくりなど、共通の悩みをぶつけ合い、本音で議論が出来たことは大きな収穫だったと思います。
そして、来年は、北フランスとベルギーツアーを企画しようという計画まで持ち上がりました。その後、参加者同士のコラボ商品の開発や、共同企画など、話はどんどん広がっています。



サロン・デュ・ショコラ

世界のファッションを1世紀以上もリードし続けたパリ・コレクション(パリコレ)は、多くのファッションデザイナーを育て上げました。そして、1995年から始まったサロン・デュ・ショコラも、今やショコラ祭典の世界最大ブランドとなり、1998年にはニューヨーク、2002年には伊勢丹が誘致して開催されています。

調べてみると、フォーミュラ-1(F1)の誕生も、1906年フランスで始まった初の四輪グランプリ「AFCグランプリ」から規格(GPフォーミュラ)が整理され現在のF1となり、ラリーの最高峰パリ・ダカール、自転車ロードレースのツール・ド・フランスなどなど、フランス人はブランドづくりがとて上手です。

サロン・デュ・ショコラ・パリ2012は、今年も大盛況で10万人の来場者があったようです。また、ここから新しいショコラデザートが世界に発信されていきます。情報の発信側となるか、受け手となるか。世界の中心に居るか、離れた所に居るか。パティスリーとて同じことだと思います。



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 / 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) アルサス(西宮) アルバジョン(八戸) アンリ・シャルパンティエ(芦屋)
アンジェ(四国中央) イムラ(東京) エストローヤル(神戸) エルベラン(西宮) お菓子職人おとべ(志摩)
おきな(宝塚) カッサレード(神戸) 雅藤(厚木) ガトーブーリア(つくば) カプリス(尼崎) クリ(明石)
ケーキ工房ワタナベ(尼崎) ケンテル(大阪) 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) サンティール(高島) サント・アン(三田) シーホース(神戸)
シェ・サンタ(亀岡) 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) 田村(田辺)
ツルタニ(三木) ティータム(神戸) デリス(津) デ・レーヴ(安城) 東京洋菓子倶楽部(東京都)
ナイフ(明石) ナチュール(大津) ノエル(大阪) はーと(大和郡山) バイカル(京都) パオ・デ・ロ(神戸)
ピアッコリーナ(神戸) フーケ(神戸) フェスティバロ(鹿屋) フォックス(西宮) フジキ(三木)
ぶどうの木(金沢) フランシーズ(堺) フランス菓子16区(福岡) プルシェ(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)
マッターホーン(豊橋) マルタン・マルタン(神戸) マロニエ(国立) ミュウミュウ(神戸) ミルアープ(天王寺)
ミルフィュー(吹田) メゾン・ド・テセル(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) もりおか風月堂(盛岡) やながわ(丹波) ヤマオ(富田林) 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・セゾン・ド・フランセ(岡山)
ラ・パニーユ(西宮) 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) ランプリール・オクシジェヌ(神戸) リール(四日市) リビエール(尼崎)
ル・クラブ(三木) ル・プティ・ブルー(京田辺) ル・ボミエ(佐久) ルーヴ(高松) レビマルカ(有田)

編集後記

何事も気持ちが入らなければ良い仕事にはならないと思います。

私たちの仕事も、ただやらされて作ったモノには、人に感動していただけるだけの力がありません。多くの人の心をつかめるモノを創るためには、制作者自身が夢中になってこそ、伝わるものだと思います。それは、新作のお菓子を考える時も、お客様に喜んでいただけるお店を創る時も同じでしょう。冒頭に書きましたように、大手企業と言えども、経営トップが数字だけを追いかけていたのでは、いつか足下をすくわれてしまう。

政治にしても同じこと。自己都合ばかり考えている政治家は、直ぐに化けの皮がはがれてしまいます。

自ら楽しんで出来ることを見つかること。そして共鳴し合える仲間を創ること。

6月のフランスツアーは、本当に大きな収穫でした。こんな出会いがあるとは考えもしませんでした。これからも、良い出会いを創れる企画を催していきますので、是非ご期待ください。

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 本池 舞
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 2012 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 ・トール様のCVS・SM向けチルドデザートフルサポート(年間契約)
- 2000年 ・トール様の新商品 KOBESHU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(株)フードサービス本部様(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ブラ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
- 2011年 ジャパン・ケーキショーへ出展



弊社オリジナルの既製箱「クレエ・パティスリー」のパンフレットをご希望の方はアンケート用紙からお申し込みください。

バックナンバーをご希望の方は、弊社ホームページからダウンロードしてください。<http://www.adc-kobe.co.jp>

2013年2月発行 Vol.11の予告

新店舗、リニューアル店舗、駅ナカ店舗の事例をご報告します。

DESIGN of PATISSERIE Vol.10

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>ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンスBOXの使用例 マロニエ様のリニューアル事例 老舗パティスリーの課題 アンジェ様のブランディング事例 レピマルカ様のリニューアル事例 フランス視察ツアー同窓会のご報告 発行人のコラム 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</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"/>効果的なイベントの演出 <input type="checkbox"/>バースデーデコの予約数を上げる方法 <input type="checkbox"/>ショップコンセプトの立て方 <input type="checkbox"/>新卒者の採用方法 <input type="checkbox"/>新人教育の取り組み事例</p>	
<p>弊社オリジナル既製箱 クレエ・パティスリー 及び ル・ヴァン・ドゥ・プロヴァンス</p>	<p><input type="checkbox"/>詳しい資料が欲しい</p>	<p><input type="checkbox"/>必要ない</p>
<p>弊社サービスについて</p>	<p><input type="checkbox"/>詳しい話が聞きたい</p>	<p><input type="checkbox"/>必要ない</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/店舗数</p>	
<p>ご住所 〒</p>	<p>お電話番号</p>	
<p>お役職名/お名前</p>	<p>ファックス番号</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>	