



アピデ株式会社 御中

## 神戸市西区新業態プラン

CALM.DESIGN  
interior planning & design

What do you want to draw?  
If you have a white canvas.

もし白いキャンバスを持っていたらあなたはそこに何を描きますか？

We design the air of the town

白いキャンバスに描くように街の空気をデザインする、私たちはカームデザインです。

CALM.DESIGN  
interior planning & design

# Concept

# コンセプト立案の前提

## Brand Statement ブランドステートメント

ありがとうをもっと、幸せをずっと。

感謝の心が人々を繋ぎ、幸せが連鎖してゆく。そんなお役にたきたい。

「ありがとう」をたくさん頂ける会社を目指したい。

そんな姿勢を表現した、アピデの声明（ステートメント）です。



# Concept

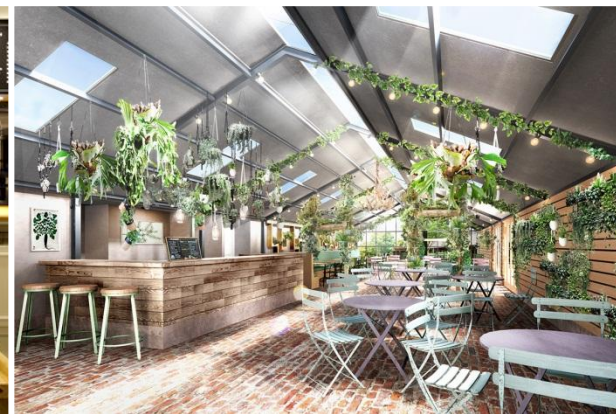
# コンセプト



暖かな太陽とイングリッシュガーデンを見ながら  
ゆっくりとギフトを送りたい人の笑顔を思い浮かべる  
メインディッシュと自分だけのポップオーバー  
カジュアル&リラックスを演出します。

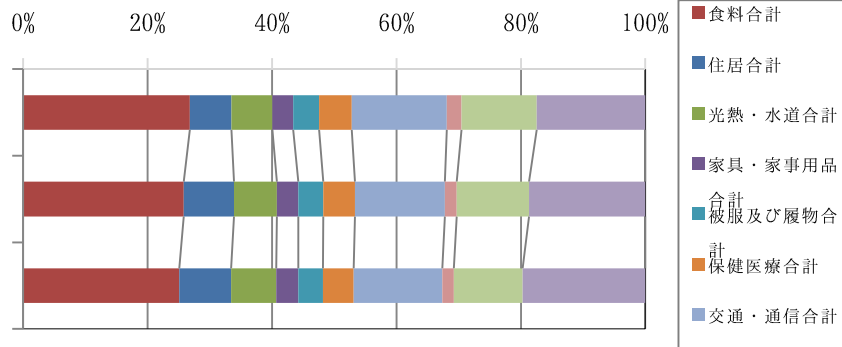
Gift & Cafe

apide



# Market Quotient Category

# 商圈調査



世帯数	自動車10分
一般世帯総数	52,902世帯 -
1人世帯	17,848世帯 33.7%
20代単身	3,240世帯 6.1%
高齢単身	4,871世帯 9.2%
2人世帯	13,982世帯 26.4%
3人世帯	9,704世帯 18.3%
4人世帯	8,356世帯 15.8%
5人世帯	2,360世帯 4.5%
6人世帯	487世帯 0.9%
7人以上世帯	164世帯 0.3%

家族類別	自動車10分
高齢夫婦世帯数	4,833世帯 9.1%
核家族世帯数	31,574世帯 59.7%

住宅所有の関係	自動車10分
一般世帯	52,902世帯 -
住宅に住む一般世帯	52,608世帯 -
持ち家世帯	30,301世帯 57.6%
公営公団公社の借家世帯	3,643世帯 6.9%
民営の借家世帯	17,164世帯 32.6%
給与住宅世帯	1,121世帯 2.1%
間借世帯	379世帯 0.7%

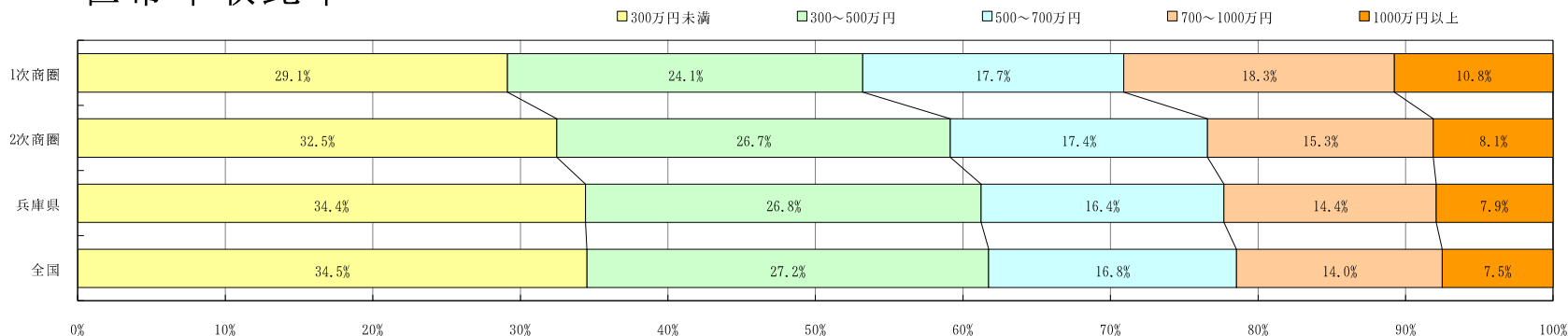
念願のマイホームを持った核家族のニューファミリーが多く、比較的所得も高いエリア。ニュータウン的な印象で今後の開発が見込めるエリアの可能性あり。昼間の人口より夜間人口のほうが多い。

- 平日は子供が小学生・中学生の主婦層ねらい
- 週末はファミリー需要を取り込んでいきたい。
- 競合は少ないエリア

# 商圈人口

年齢別人口	自動車5分					自動車10分					兵庫県				
	総数		男性	女性		総数		男性	女性		総数	男性	女性		
0-4歳	1,117人	5.9%	577人	6.0%	540人	5.7%	5,793人	4.7%	3,029人	5.0%	2,764人	4.4%	4.3%	4.5%	4.4%
5-9歳	1,178人	6.2%	598人	6.2%	580人	6.1%	6,025人	4.9%	3,070人	5.0%	2,954人	4.7%	4.5%	4.9%	4.7%
10-14歳	1,157人	6.1%	603人	6.3%	553人	5.9%	6,350人	5.1%	3,227人	5.3%	3,123人	4.9%	4.9%	5.2%	4.9%
15-19歳	1,028人	5.4%	540人	5.6%	488人	5.2%	6,695人	5.4%	3,447人	5.7%	3,248人	5.1%	4.8%	5.1%	5.1%
20-24歳	965人	5.1%	506人	5.3%	459人	4.9%	7,084人	5.7%	3,694人	6.1%	3,391人	5.4%	4.9%	5.1%	5.4%
25-29歳	1,253人	6.6%	632人	6.6%	621人	6.6%	7,562人	6.1%	3,845人	6.3%	3,717人	5.9%	5.4%	5.6%	5.9%
30-34歳	1,558人	8.2%	762人	7.9%	797人	8.4%	8,644人	7.0%	4,235人	6.9%	4,409人	7.0%	6.3%	6.4%	7.0%
35-39歳	1,928人	10.1%	1,008人	10.5%	919人	9.7%	10,417人	8.4%	5,178人	8.5%	5,240人	8.3%	7.8%	8.0%	8.3%
40-44歳	1,579人	8.3%	817人	8.5%	762人	8.1%	9,348人	7.5%	4,763人	7.8%	4,585人	7.3%	7.0%	7.1%	7.3%
45-49歳	1,240人	6.5%	636人	6.6%	604人	6.4%	8,125人	6.5%	4,034人	6.6%	4,090人	6.5%	6.4%	6.5%	6.5%
50-54歳	1,063人	5.6%	536人	5.6%	526人	5.6%	7,165人	5.8%	3,556人	5.8%	3,609人	5.7%	5.9%	5.9%	5.7%
55-59歳	1,086人	5.7%	537人	5.6%	549人	5.8%	7,932人	6.4%	3,916人	6.4%	4,016人	6.4%	6.6%	6.7%	6.4%
60-64歳	1,264人	6.6%	612人	6.4%	652人	6.9%	9,629人	7.8%	4,738人	7.8%	4,891人	7.7%	8.1%	8.2%	7.7%
65-69歳	961人	5.0%	501人	5.2%	460人	4.9%	7,622人	6.1%	3,683人	6.0%	3,939人	6.2%	6.8%	6.7%	6.2%
70-74歳	674人	3.5%	337人	3.5%	337人	3.6%	5,710人	4.6%	2,719人	4.5%	2,991人	4.7%	5.5%	5.3%	4.7%
75-79歳	468人	2.5%	219人	2.3%	249人	2.6%	4,522人	3.6%	1,984人	3.3%	2,537人	4.0%	4.7%	4.2%	4.0%
80-84歳	301人	1.6%	111人	1.2%	190人	2.0%	3,097人	2.5%	1,228人	2.0%	1,869人	3.0%	3.3%	2.7%	3.0%
85歳以上	230人	1.2%	62人	0.6%	168人	1.8%	2,434人	2.0%	655人	1.1%	1,779人	2.8%	2.8%	1.6%	2.8%

# 世帯年収比率



# Market Quotient Category

# 商圈調査

国調町丁目2010

居住者PFD\_全国\_小分類SIF10

- 全国02\_都会の富裕層
- 全国03\_都会型ニューファミリー
- 全国04\_ガテン系単身層、高資産混在型
- 全国05\_マンション住まいのニューファミリー
- 全国06\_念願のマイホーム
- 全国07\_子育てを終えた都市近郊夫婦
- 全国09\_公共事業依存型
- 全国21\_低所得大家族農村
- 全国23\_都市近郊共働きニューファミリー
- 全国24\_都市型低所得層
- 全国28\_地方の工場に勤めるニューファミリー



# Target

# ターゲット

競合店は少ないもマーケットは小さい。わざわざの目的店立地のため  
様々な利用動機に応えることができる店づくりが必須。

## Weekday



- 子供が乳児・小学生・中学生の主婦層がメインターゲット。  
子供が学校に行っている間の主婦ミーティング。
- 料理に関してのキーワードは“選ぶ楽しさ”“お値打ち感”“ボリューム”  
“食べ放題”“非日常性”“アンチエイジング”。わがままに答えてくれる店。
- 食事を楽しむというより時間を楽しむ、おしゃべりタイム
- 軽自動車での移動、駐車場の入れやすさも重要。
- ドッグランなどペット同行客なども取り入れたい。
- デイナーは厳しく夜のアルコール需要は弱い。(自動車商圏)

## Holiday



- 土曜日・日曜日のモーニングセットの検討。郊外型店舗では利用動機が高い。  
雑誌、新聞の準備必要。シニア層の取り込みの検討必要。  
ちょっと贅沢な時間を楽しめるモーニング。“新鮮卵の・・・”
- 25歳～30歳夫婦と乳児のヤングファミリーの取り入れ、離乳食など
- ゆっくりと休日の昼下がりをお店、手入れされたお庭を見ながら。
- 料理は手頃ながら本格的、ショッピングモールで高いお金を払うなら、ココで  
時間を過ごしたい(土曜：買い物、日曜日：ココ)



# Main Target

# メインターゲット



## TARGET LIFE STYLE

### ライフスタイル

日頃からグルメ情報はいろいろ見ています。多少高くてもコストパフォーマンスが良ければ満足。高級店に行けばいいというわけではなく、TP0に合わせて相応しいと思えるお店を選びたいです。

バブル景気と崩壊を見て来たのでバブル世代うらやましき半分、クールに見ながら適度にトレンドを取り入れるなど自分らしい価値判断を培ってきた世代。手堅く堅実な消費傾向と、情報を自分なりにの基準で比較検討することに長けています。

名前	吉瀬 美智子	年齢	38歳
居住地	神戸市西区 念願の一戸建マイホーム		
家族構成	夫 (42歳) 子供(10歳)		
職業	専業主婦	年収	600万
趣味	ワインや料理、旅行	車	アテンザ
購買誌	昔はVeryとか読んでいたが基本ブログ		
外食	子供が行きたい所中心(回転寿司、焼肉)		

## EAT OUT NEEDS

### 外食に対するニーズ

外食経験を積み、飲食店を評価する基準はできていますが育児で忙しく、外食から離れ気味。あらゆるものが平均点というよりも、どこか突出した特徴があるほうがよい。価格に関しては客観的な妥当性を求めます。

外食頻度	週に1回程度	利用金額	ランチ1300円 ディナー3000円
情報ソース	テレビ等のグルメ番組、ネット(食べログ)、口コミ		
ニーズと傾向	<ul style="list-style-type: none"><li>●お酒を呑む場は好きなのですが子供がいるので中々行きません。たまにはおしゃべりをしてゆっくりに外食に行きたい。</li><li>●ランチなど知らない場所についたらつつい口コミサイトでチェック。美味しいお店、隠れ家のお店を探してしまう。</li><li>●B級グルメやジャンクフードも結構好き。</li><li>●まだまだ私は女よ、このままおばさんになる訳にはいかないわ。昔みたいにイケてるお店でおしゃべりしたいわ。</li></ul>		

## DRINK MEASURE

### ドリンクメニュー対策

- 居酒屋ではとりあえずビールを呑んでスタート。ビールの銘柄は意識するようになりました。
- バルなどの洋風業態でハウスワインは呑みません。ボトルを選んでグラスワインを頼みたいです。葡萄の品種も知っていますからメニューじっくり見ます。
- ウイスキーやスピリッツに興味、なんかちょっと学生時代のバー業態全盛期の頃が思い出されます。
- そのお店ならではの酒が飲みたいです。

# Menu Concept

# メニューコンセプト

メインターゲットに伝えたいメッセージを取り入れたメニュー。  
自動車商圈、郊外型の立地などアルコール主体の雰囲気はハードルが高いため  
“おしゃべりが楽しいカジュアルなカフェ&ダイニング”が基本コンセプト。

Fun  
楽しい

Select  
アレコレと選ぶ楽しさ

Trend  
今話題の、旬を経験したい

Myself  
自分だけの

Reasonable  
納得いく、理にかなった価格

Yummy  
気取らずにおいしい

Simple  
経験値が低くてもわかりやすい

Ikemen  
男前がいる！

# Menu Concept



## Gift & Cafe *apide*

選ぶ嬉しさ、迷う楽しみ。ワクワク感が味わえる  
あなただけのポップオーバー食べ放題が人気。  
カジュアル&リラックスな時間を演出します。

ランチ、ディナーは季節のメインメニューと  
自分だけの楽しみ方ができるポップオーバー食べ放題。  
カフェタイムはダッチベイビーパンケーキやパフェが楽しめるカフェ



01



Main Menu  
季節のメイン料理

02



Topping Popover  
ポップオーバー 食べ放題

03



Drink Bar  
ドリンクバー

# Menu Concept

## Topping Popover

### Topping Popover

ポップオーバー 食べ放題



さくさく、ふわふわのポップオーバー。  
サラダやハムをはさんで、ディップソースをかけて  
サンドウィッチのように食べてみたり。  
生クリームをつけてスイーツのように楽しんだり。



Recipe

#### 01 Salad

新鮮野菜サラダ  
お好みの野菜をはさんで  
ヘルシーなサンドウィッチ



Recipe

#### 02 Ham

ハム&チーズ  
たっぷりをはさんで  
もっとおいしく。



Recipe

#### 03 Egg

たまご  
ポーチドエッグで  
エッグベネディクト風に



Recipe

#### 04 Dips

生クリーム・ジャム  
生クリームやジャムで  
スイーツのように楽しめます。

# Menu Concept

Topping Popover



選ぶ喜び、迷う楽しさ。

野菜やハム、ディップソース、クリーム、あれこれ  
はさんで、わたしだけのポップオーバーが楽しめる  
女性に嬉しいワクワク感を演出します。  
がっつり食べたいときも、ヘルシーにいたいときも  
お客様のニーズにお応えしたい、新しい提案です。



# Menu Concept

## Chopped Salad



話題のチョップドサラダ。

メッザルーナという三日月型のナイフで  
野菜を細かく切った、スプーンで食べるサラダ。  
色々な野菜が一度に味わえて心も身体もうれしい。  
ポップオーバーに挟んで食べるともっとおいしい。



# Menu Concept

Main Menu



## Main Menu

メイン料理スキレットを使ったオープンメニュー



VOL.  
01



VOL.  
02



VOL.  
03



VOL.  
04

VOL.  
01

自家製グリルチキン  
季節の野菜と一緒に

VOL.  
02

季節のグラタン・ドリア  
完熟トマトのラザニア

VOL.  
03

煮込みハンバーグ  
季節の野菜のソテーと

VOL.  
04

季節の具沢山スープ  
北海道男爵とバターの  
濃厚クラムチャウダー

ポップオーバーに  
つけて美味しい。

# Menu Concept

## Main Menu

### Original Fresh Pasta 自家製生パスタ

#### 【オイル&ペペロンチーノソース】

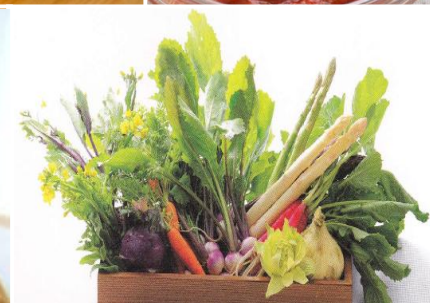
- ・ 緑黄野菜と厚切りベーコンのパスタ
- ・ 炙りベーコンとキノコのペペロンチーノ
- ・ あさりとキャベツのペペロンチーノパスタ
- ・ いろいろ魚貝のペスカトーレ 白ワイン風味

#### 【トマトソース】

- ・ 丸ごとトマトモzzarellaチーズのパスタ
  - ・ なすときのこの温玉ポロネーゼ
  - ・ 海老フリットのセアラビアータ
- ・ ズワイガニとアスパラのトマトクリームパスタ

#### 【バジルソース】

- ・ ルッコラと生ハムの菜園風パスタ
- ・ 海老とアボカドのジェノベーゼ
- ・ 帆立貝とブロッコリーのジェノベーゼ
- ・ グリルチキンと〇〇じゃがいものジェノベーゼ





# Menu Concept

Main Menu

## 【カルボナーラソース】

- ・クラシックカルボナーラ
- ・博多明太子カルボナーラ
- ・たっぷりキノコとチキンのカルボナーラ
- ・花野菜のカルボナーラ
- ・
- ・

## 【クリームソース】

- ・〇〇産サーモンと4種キノコのクリームパスタ
- ・ふりふり海老とアスパラ明太子クリームパスタ
- ・かぶと炙りベーコンのクリームパスタ
- ・グリルチキンとほうれん草のクリームパスタ
- ・
- ・

## 【ジャポネーゼソース】

- ・紀州梅とちりめんじゃこのハリハリ水菜パスタ
- ・博多明太子とやりいいかの和風パスタ
- ・帆立貝と博多ねぎのあおさパスタ
- ・豚しゃぶの梅しそ風味パスタ
- ・
- ・



# Menu Concept

Drink Bar



## Drink Bar

ドリンクバー



### ● 本日のデトックスウォーター

食材の栄養素が水に溶け込み摂取することができます。  
美肌・ダイエット・むくみの解消などの効果があります。

- 本日のレモネード
- オレンジジュース
- グレープフルーツジュース
- コーヒー(ホット・アイス)
- ティー(ホット・アイス)



# Drink Image

## ハンドドリップコーヒー

【2品～3品/¥400～¥500】

※ホット OR アイス

・コーヒー

フレンチロースト

・カフェ・オレ

・カフェ・モカ



## ティー

【5品～6品/¥400～¥550】

※ホット OR アイス

・オリジナルブレンドティー

ストレート、レモン、ミルク

・アールグレイ

【フレーバー&ハーブティー】

・今月のフレッシュハーブティー

・オレンジティー

・カモミール

・アップルミントティー

・レモンジンジャーティー



## ビバレッジ

【3品～4品/¥350～¥400】

・オレンジジュース

・アップルジュース

・ジンジャーエール

・コーラ

・ウーロン茶

# Drink Image

## フレッシュジュース&ソーダ

【5品～6品/¥480～¥580】

- ・自家製ハニーレモネード
- ・フレッシュオレンジジュース
- ・キャロット&オレンジジュース
- ・ミックスベリージュース
- ・エルダーフラワーソーダ
- ・自家製レモンスカッシュ



## ノンアルコール オリジナルカクテル

【3品～4品/¥500～¥550】

- ・果実カクテルサンテリア  
※ぶどうジュースをベースに開発
- ・ヴァージンモヒート



## ワイン

【2品/¥550～¥600】

- ・ワイン 赤/白 180ml 1ボトル
- ・自家製サンテリア



## ビール

【1品～2品/¥450～¥650】

- ・エビスビール
- ・ノンアルコールビール

# Tableware Image

- シンプルで且つ機能性に優れた食器。
- 色皿をポイントに入れ、楽しさや、賑わい感を演出しながら、テーブル上にメリハリを付ける。
- 盛り付けた料理が映える、インパクトのある形状の食器。
- 白を基調とし、形状でバリエーションを演出。



白をベースにし、オーバル皿、スクエア皿、ボール等で、パスタの表情を演出。



ライン、カラー皿をポイントに入れ、賑わい感や楽しさを演出。



# Tableware Image

鉄鍋・フライパン



キャセロール



バーニャカウダ

# Shop Image

## ENGLISH GARDEN TERRACE

イギリス郊外のイングリッシュガーデンに囲まれた住宅、その住宅に併設されたテラスをイメージ。

### Key Word

イングリッシュガーデン、テラス、  
温室、パーゴラ、グリーン、  
ハーブガーデン、土壁、ナチュラル、  
テラコッタ、住宅のキッチン



# Shop Image



© nontage