

# 大泉パティシエクラブ



～お菓子deつながるプロジェクト～

|           | 店舗名            | 所 属 等          |
|-----------|----------------|----------------|
| 和菓子店      | あわ家惣兵衛         | 佐藤 公明          |
|           | 和菓子大吾          | 大草 慎二          |
|           | 栄泉             | 佐藤 洋一          |
|           | その他協力店舗（3店舗）   |                |
| 洋菓子店等     | ナカタヤ           | 中田 亘伯留         |
|           | パティスリー プラネッツ   | 山本 紋子          |
|           | おだふじ           | 西山 良太          |
|           | その他協力店舗（5店舗）   |                |
| 菓子店舗以外    | マーケティングプロデューサー | 大和田 満 他、数名の協力者 |
| 区職員（兼務職員） | 大泉区民事務所        | 寺田 早織          |
|           | 大泉総合福祉事務所      | 高原 里枝子         |

## 事業目的

大泉パティシエクラブは、自主的な活動団体や地域住民と連携し、大泉地域の農家を巻き込んで、練馬ならではの名物菓子を開発・販売できる環境を整え、お菓子で大泉地域を盛り上げていくことを目指しています。

さらに、この地域おこしのステップを、地域住民や区内外に広げていくため、情報発信、食育活動、創業支援や菓子業界への就業の応援をします。

# お菓子のまち“大泉”

お菓子で、  
地域おこし！



農家



大泉パティシエクラブ



地域住民・団体

# 3年間の到達目標

認知度／ブランド力

## 認知拡大

- ・ 自主イベントの開催
- ・ 店舗周遊型イベント  
→ 協力店舗・認知度拡大
- ・ SNSの活用
  - ① イベントの開催情報の発信
  - ② 店舗の季節商品等の紹介

また、それぞれの店舗が持っているSNSフォロワーを大泉パティシエに取り込んでいき、認知・ファンの拡大を目指す



1年目

## 認知拡大

## 地域連携

- ・ 旬のイベントの機会出店
- ・ 区内の農作物を使ったオリジナルスイーツの開発
- ・ 農家・飲食店との共同の取組
- ・ 地元団体との連携



2年目

## 認知拡大

## 地域連携

### 地域資源の活用

### 取組の発展

- ・ 農家、地元団体、住民参加型の取組の充実  
例：製菓講座等



- ・ 就労体験  
例：就労が困難な方の就労機会創出

- ・ デジタルマーケティング  
例：お菓子の購入ができるオンラインポータルサイトの構築

- ・ 自主運営による出店機会の創出
- ・ 他団体主催、行政主催イベントでの出店機会の増加

3年目

4年目以降

# 令和5年度の主な計画

**1 旬のイベント等の機会出店**

---

**2 区内の農作物を使ったオリジナルスイーツ**

---

**3 農家・飲食店との共同の取組**

---

**4 地元団体との連携**

---

**5 SNS（Instagram、Facebook、Twitter）  
を通じたファンの拡大**

---

# 計画1 イベント等への出店

## イベントの目的

- アニメ以外にも大泉の魅力「お菓子の街」「豊富な生産農地」があることを発信し、大泉地域全体の観光・商業的価値のブランディングを醸成。
- 地域団体同士、農福連携等のきっかけ・場づくり
- コロナ禍で打撃を受けた商店街全体の活性化の起爆。 など

## 今年度参加したイベントについて

⇒計6回のイベントに参加

自主イベント2回  
機会出店3回  
合同イベント1回

|     |                           |        |
|-----|---------------------------|--------|
| 4月  | ①春爛漫スイーツスタンプラリー           | 自主イベント |
| 6月  | ②NHK朝ドラを記念した 高知県×練馬区物産展   | 機会出店   |
| 9月  | ③飲食店との初合同イベント 練馬オータムフェスト  | 合同イベント |
| 11月 | ④日本各地の農業博覧会 全国都市農業フェスティバル | 機会出店   |
| 12月 | ⑤大江戸線延線イベント マルシェ延伸大江戸線    | 機会出店   |
| 2月  | ⑥第2回 大泉スイーツフェスタ           | 自主イベント |

※他にも参加の打診をいただいたイベント等がありましたが、都合や臨時出店回数制限により数件参加できませんでした

# 計画1 イベント等への出店



## イベント① (自主イベント スタンプラリー)

### 開催概要

開催日：令和5年3月27日(月)～4月16日(金)

場所：大泉学園周辺

### 内容

対象：12店舗

4月スタートの植物学者、牧野富太郎氏を題材にしたNHK朝ドラ「らんまん」による大泉地域の機運醸成と春をスイーツにより楽しむスタンプラリーを掛け合わせたイベント。

### 結果



- 👏 (参加者の声) 馴染みの店以外にも、**地域を知る機会として楽しみ、楽しく健康の機会が創出できた**
- 👏 **地元企業の協力を得**、紙媒体に加え、デジタルラリーとしても開催でき、住民ニーズの確認ができた。
- 😞 **参加者数の可視化がしづらく、その後のイベント効果の検証等**があまりできなかった。
- 😞 **広大な大泉を巡ることが難しい方も多く、想定していたほどの反響がなかった。**

# 計画1 イベント等への出店

## イベント②（機会出店 高知県×練馬区 物産展）

6月

### 開催概要

開催日：令和5年6月4日（日）

場所：ココネリ

### 内容

「ねりま観光センター」主催のイベント。NHK朝ドラ放映を記念し、高知県のアンテナショップの出店の他、区内の店舗が出店。

### 結果

詰め合わせセット完売（正午頃）

- 各店舗の商品を詰め合わせた“大泉パティシエクラブセット”の需要があることを確認。また、地域団体として大泉を盛り上げる意義・役割があることを確認。
- 出店の機会をいただくことで、出店に掛かる人的、費用的コストの削減が図れた。
- ☹売れ残りを懸念し、強気な販売数設定ができなかった（常にこの課題はつきまとう）。



▲会場全体で約2,000人来場



▲この日限定の詰め合わせセットを20セット販売

# 計画1 イベント等への出店 + 計画3 農家・飲食店との共同の取組

# 9月

## イベント③ (合同イベント Nerimaオータムフェスト)

### 開催概要

開催日：令和5年9月24日(日)  
場所：ココネリ

### 内容

11月開催の「全国都市農業フェスティバル」機運醸成イベントとして、練馬区観光センター(区公社)が企画を仲介し、**都補助金事業として採択された。**練馬シェフズクラブ※との共催イベント。

※区内飲食店の若手シェフたちが結集した任意団体。練馬野菜を使ったオリジナル料理等を開発し、都市農業の魅力を伝えている。

### 結果

- 👉 親和性のある飲食店舗との合同出店により、1日だけの練馬区レストランが成功
- 👉 大泉以外の方にも足を運んでいただき、団体や商品を知ってもらう機会になった。
- 👎 運営費用の一部として設定した入場料がネックとなり、来場者数が目標に届かなかった。



▲約800人来場



▲この日限定の①焼き菓子  
②団子、③マカロンの  
セットを販売



# 計画1 イベント等への出店 +

# 計画2 区内の農作物を使ったオリジナルスイーツ

# 11月

## イベント④ (機会出店 全国都市農業フェスティバル)

### 開催概要

開催日：令和5年11月19日(日)

場所：光が丘公園

### 内容

練馬区主催のイベント。都市農業に積極的に取り組む自治体や農業者とともに、都市農業の魅力を広く発信し、更なる都市農業振興を図った。

### 結果

詰め合わせセット300セット完売(正午頃)

●練馬産の素材を使用したスイーツの開発契機になり、練馬の魅力を詰め込んだ商品をアピールすることに成功

●大泉以外の方にも足を運んでいただき、団体や商品を知ってもらう機会になった。

●多くの来場者とイベント主旨との相乗効果により、過去最大の売上を記録



▲約36,000人来場



▲練馬産農産物を使用した限定セットを300セット販売

# 計画1 イベント等への出店

12月

## イベント⑤ (機会出店 マルシェ de 延伸 大江戸線)

### 開催概要

開催日：令和5年12月6～7日 (平日2日間)

場所：練馬区役所アトリウム

### 内容

練馬区主催のイベント。延伸地域の農産物や地域内のお店のお弁当・お菓子等をマルシェ形式で販売することにより、延伸地域の魅力を延伸計画とともに広く周知する。

### 結果

個商品で約1,000個の商品を販売

- 👍隣接で販売する野菜のマルシェ販売等とともに、大泉の魅力発信に寄与。
- 👍<再掲>出店の機会をいただくことで、**出店に掛かる人的、費用的コストの削減が図れた。**
- 👎👎 売れ残りを懸念し、当初強気な品揃えができなかったが、予想を超える来客があった。



▲各店舗自慢のお菓子を販売

# 計画2 区内の農作物を使ったオリジナルスイーツ

## 区内の農家との意見交換

令和5年6月上旬

### 農家の悩み

農産品の販路を広げたい！  
練馬区の農産品の美味しさを伝えたい！



### 大泉パティシエクラブ

素材の特性、価格等を十分に吟味しないと、  
安定した商品化は難しい

## 結果

今年度は、店舗で既に取り交わしている農家を中心に仕入れ、お菓子を製作。



今後、引き続き区内農産品や江戸東京野菜等を取り入れるなど、開発調整を引き続き継続検討する。

## 区内農産品を使ったお菓子の事例



麩焼き最中  
(練馬産さつまいも)



練馬大根最中  
(練馬産ねりま大根)



かんの焼き  
(練馬産さつまいも)



フィナンシェ  
(練馬産さつまいも)



フィナンシェ  
(練馬産ブルーベリー)



マドレーヌ  
(練馬産かぼちゃ)

## イベント⑥ (自主開催：第2回大泉スイーツフェスタ)

### 開催概要

開催日：令和6年2月25日

場所：勤労福祉会館



### 内容

いちごとチョコレートをテーマに各店舗のお菓子を開発し、販売。当日は、お菓子の販売だけでなく、過去に交流した農家の出店やシェフズクラブ、区観光センター、地元学生ボランティア等の協力を得たイベントとして成功。

### 結果

- 様々な形で過去に携わった団体等と、合同で魅力発信する機会として相乗効果があった
- 地元学生との協力体制、農家との継続協力の関係性の構築が大きく前進した
- ☹補助事業終了後の実施がコストや人的体制で難しい可能性があり、今後の出店方法の検討が必要



中高生ボランティア18名にご協力いただきました

# イベント⑥ (自主開催：第2回大泉スイーツフェスタ 開催の様子)

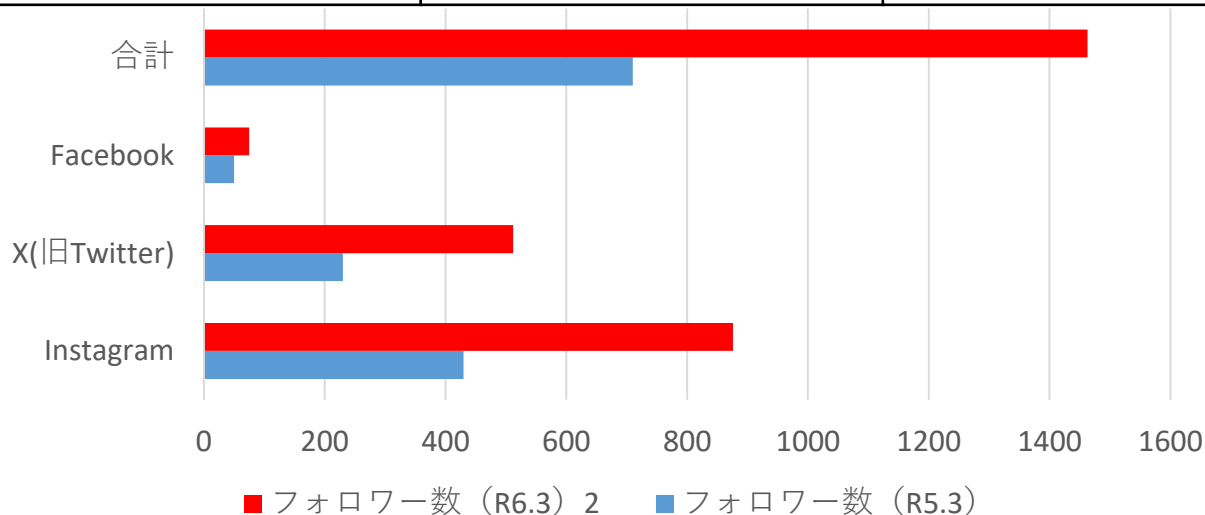
## 約1,600人来場



## 計画5 SNSを通じたファンの拡大

大泉地域のお菓子の魅力、イベント情報等を伝えるために、Twitter・Instagram・Facebookの運用を令和4年9月スタート！3月1日時点で、約870名（1年前から約700名増）の方に愛されています。

|              | フォロワー数 (R5.3) | フォロワー数 (R6.3) |
|--------------|---------------|---------------|
| Instagram    | 430           | 876           |
| X (旧Twitter) | 230           | 512           |
| Facebook     | 50            | 75            |
| 合計           | 710           | 1,463         |



約2倍

## 特別企画



1/2

インサイトを見る

投稿を宣伝



いいね! : youichi.satou.54、他 86 人  
oizumi\_patissierclub【練馬区独立76周年】  
お誕生日おめでとう、練馬区〜🍰!  
〜大泉パティシエクラブ〜

(参考)

昭和22年8月1日、練馬区は板橋区から分離・独立し、23番目の特別区となりました🎉

#大泉パティシエクラブ #お菓子のまち大泉 #お菓子 #お菓子好きな人と繋がりたい #スイーツ #スイーツ好きな人と繋がりたい #練馬区 #ハッピーバースデー #誕生日 #パースデーケーキ #誕生日ケーキ #birthday\_cake #独立 #ね

## イベント情報



インサイトを見る

投稿を宣伝



いいね! : youichi.satou.54、他 69 人  
oizumi\_patissierclub【#大泉スイーツフェスタ(2/25)】  
『いちごとチョコレートファクトリー』の準備が順調に進んでいます〜🍓🍫

明日の天気は、曇りのち雨(?)  
しかも、寒いようで、、、🌨️  
身体を冷やさないよう、暖かい服装で、お越してください👏

皆様のご来場、お待ちしております😊

## 季節のお菓子紹介



インサイトを見る

投稿を宣伝





いいね! : youichi.satou.54、他 38 人  
oizumi\_patissierclub【#季節のお菓子紹介】  
本日は、あわ家惣兵衛の『#サンタ&トナカイ饅頭』をご紹介します!

可愛い可愛いサンタさんとトナカイさんのお饅頭をおつくりしました🥰🐎山芋生地でふんわりもちもち蒸しあげた体に優しい薯蕷饅頭(じょうようまんじゅう)🍡


サンタクロスの中は、こし餡🎵  
可愛いトナカイの中は、チョコチップ餡が入っています🎵

# 3年間の到達目標に対する成果（3ページ目に対する途中経過）


## 認知拡大

| 指標             | 去年（3月）   | 今年（3月）      | 結果                  |
|----------------|--|-------------|---------------------|
| SNSのフォロワー数 ※再掲 | 710  | <b>1463</b> | <b>753人増（+206%）</b> |
| SNS年間発信数（投稿数）  | 88   | <b>159</b>  | <b>計247件の投稿</b>     |


## 取組の発展

| 指標              | 去年  | 今年        | 結果          |
|-----------------|---|-----------|-------------|
| パティシエクラブ会員・準会員数 | 10  | <b>13</b> | <b>+3店舗</b> |

## 地域連携

| 指標                   | 去年  | 今年        | 結果          |
|----------------------|---|-----------|-------------|
| 菓子店舗以外で協力関係にある店舗や団体数 | 5  | <b>10</b> | <b>+5団体</b> |

## 地域資源の活用

| 指標                              | 去年   | 今年        | 結果          |
|---------------------------------|--|-----------|-------------|
| 練馬素材のお菓子の数<br>（大泉にちなんだお菓子も含めます） | 2  | <b>13</b> | <b>+11品</b> |



# 令和5年度の成果（効果）

・ イベント・SNSを通して、「大泉地域にお菓子屋さんがたくさんある」、「大泉といえばお菓子」といったイメージを昨年度以上に広めることができた。

【今後の更なる発展のために・・・】

- ① 様々な団体と相互にフォローし合い、大泉から練馬全土へ広がる取組を視野にファン拡大を広げていく
- ② 住民が主役の機会を創出し、区民のアイディアから生まれたお菓子を開発するなど、より楽しめ、味わえる企画を検討

・ 「大泉パティシエクラブ」としてのセットを販売することで、大泉の様々なお菓子店のお菓子をご家庭で気軽に楽しめるアイディアが生まれた。

【今後の更なる発展のために・・・】

季節ごとの商品で、四季をお菓子で感じる内容にチャレンジ！

・ 各店舗で、練馬産の果物や野菜を使用した商品を開発・販売することができ、都市農業の価値や二次加工することでの可能性を広げることができた。

【今後の更なる発展のために・・・】

農業者と合同で、「生産過程を知り、商品化されるまでの講座」等により、菓子の枠を超えた、練馬全体の魅力を感じられる取組へステップしていく

# 令和6年度以降の計画（概要）

## 課題

### 【活動資金が限られている・・・】

⇒ **自主運営が可能な企画スタイルを確立**させる！  
⇒ 他団体との共催や行政主催イベントでの出店機会は、出店料等の必要資金が大幅に削減でき、相乗効果による認知拡大の効果が大きい。ブランディングを守りながら、大泉の魅力を継続発信できるスタイルを確立させる。**SNSについても継続して発信**し、さらなるファンの拡大を目指す。

### 【新たなアイデア・取組の創出】

（限られた店舗の数では、取組の内容、革新性に限界がある・・・）

⇒ 共に練馬の魅力を発信していく仲間（サポーター）を増やす必要があり、そのためには**団体加盟メリットを明確にし**、店舗側に共感してもらうための**訴求力や実績を上げていく**必要がある。  
⇒ オンライン製菓講座や、練馬産品を使ったお菓子のコンテスト、キット販売等の**住民参加型企画でお菓子を通じて街や練馬の農を感じてもら**う取組を検討。店・団体双方の収益性が担保される仕組みも検討。

## その他の取組、理想とする展開

### 【就労体験を通じた担い手の育成】

⇒ 製菓専門学校等との連携、職業体験会を通じ、将来の担い手や、お菓子づくりの後継職人の育成につなぐ。

### 【大泉パティシエクラブ菓子セットの広域展開】

⇒ 「大泉パティシエクラブセット」が練馬の広大な農から生まれた「ギフト銘菓」としての注目・地位を目指す。  
オンラインマーケティングが可能なインフラを構築により販路拡大も視野に。  
⇒ アニメの街ともリンクさせ、人気アニメとのコラボレーションによる区外やインバウンドの需要拡大。

練馬を元気にする  
地域資源ネットワークを構築する  
プラットフォームを目指す

収益

協力店舗の拡大  
店・住民サポーター確保

来街者・インバウンド需要創出

デジタル化による人的コスト減

大泉ならではのスイーツの企画開発

体験のデジタル化

おうち時間でお菓子づくり  
便利なオンライン買物

名物スイーツを創り出す

オーダーメイドスイーツ  
練馬産原料使用

SNSの継続

就労体験  
住民参加型教室

関係農家

協賛店舗

ファンを広げていく取組で  
仲間を増やし、サポート業務を担う

大泉パティシエクラブの  
事業資産を活用する取組

イベント参加者  
を担い手に

協働相手との  
合同取組

各店舗の  
常連客

SNSフォロワー

課題

お菓子で街づくりのサポーター不足

課題

新しいアイデアによる革新、ブランディング

