

団体名

Nerima Chefs Club



団体facebook

事業名

都市農業の魅力創造～味（ビ）ストロ練馬～

メンバー一覧

代表 高橋 智行（株式会社ボウ・チラ）
根本 雄一郎（酒膳 蔵四季）
遠藤 拓也（アンティークダイニング 月）
中嶋 悠太（そば二十三）
降矢 洋二（魚たか）
金子 健也（トヨタマヴィラ「UPMARKET PIZZA & CAFE」）

区職員 増岡 かおり（スポーツ振興課運営調整係）
松尾 日花里（地域振興課地域コミュニティ支援係）
大平 雅之（学校施設課学校整備担当係）
相馬 一郎（計画課設計係）

事業目的

練馬産野菜の良さを誰よりも熟知している私たちが料理のプロとして「農」の魅力を広く伝える

3年間の到達目標

- ◆練馬産野菜の魅力を料理を介して多くの人に伝える
- ◆『都市農業ってかっこいい』『練馬っていいね』というムーブメントを巻き起こす

平成29～30年度の取り組み結果

農家との
協力体制を構築



練馬産野菜を生かした
レシピ開発

【次年度の課題】

- ・ NCCのブランディング
- ・ より多くの農家を巻き込む
- ・ イベント以外で練馬産野菜の消費に繋がるきっかけを創る

イベント参加

JA東京あおば農業祭

練馬こぶしハーフマラソン

四季の香ローズガーデンspring festival

こどもアートアドベンチャー

世界都市農業サミットプレイイベント

主催イベント開催

味スト口練馬vol.1

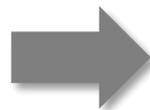
味スト口練馬vol.2

令和元年度当初の計画

イベント参加

世界都市農業サミット

こどもアートアドベンチャー



NCCの認知をさらに拡大

⇒ブランディング

主催イベント開催

味スト口練馬vol.3

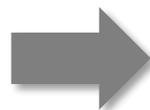


マルシェの同時開催

⇒より多くの農家との協働

イベント以外の取組み

レシピブック作成



練馬産野菜をもっと身近に

⇒消費に繋がるきっかけ作り

令和元年度の取り組み結果

イベント参加

こどもアートアドベンチャー



世界都市農業サミット



NCCの認知をさらに拡大

⇒ブランディング

主催イベント開催

味スト口練馬vol.3 マルシェ・ドウ・ノエル



マルシェの同時開催

⇒より多くの農家との協働

令和元年度の取り組み結果

イベント以外の取り組み

NCCポータルサイトを開設



延べ“〇千人”がポータルサイトへアクセス
※令和2年3月23日現在

「NCCに加盟したい」という問い合わせも

食と農の情報発信拠点を目指す

プロのレシピ公開

⇒旬の練馬産野菜に拘った独自のレシピ

シェフ&店舗紹介

⇒練馬産野菜を扱う店舗への集客

練馬の農家紹介

⇒練馬産野菜直売所への集客

イベント出店・企画依頼

⇒更なるブランディング

3年間の成果（効果）・課題

【主催イベント】

H30.1.8 味スト口練馬vol.1

H31.3.10 味スト口練馬vol.2

R1.11.9 味スト口練馬vol.3

【ゲスト出店イベント】

H29.11.19 JA東京あおば農業祭

H30.3.25 こぶしハーフマラソン2018

H30.5.12~13 四季の香ローズガーデンspringfestival

H30.8.22 こどもアートアドベンチャー2018

H30.11.23~25 世界都市農業サミットプレイイベント

H31.3.24 こぶしハーフマラソン2019

R1.8.21 こどもアートアドベンチャー2019

R1.11.29~12.1 世界都市農業サミット・JAZZ&WF

【イベント以外の取り組み】

NCCポータルサイトの開設

- ⇒延べ“1万4千人超”のお客様に練馬産野菜を美味しく味わって頂いた
- ⇒練馬産野菜とNCCの認知が拡大した
- ⇒農家との協働をきっかけに店舗で練馬産野菜の扱いが増加した
- ⇒ポータルサイトの開設により事業の持続性を生み出した

今後の課題 = “持続”と“拡大”

【持続性】

これまでの味スト口練馬のような大規模の主催イベントは難しいなかでどのように活動を継続できるか

【拡大性】

決まったメンバーで活動していても波及効果も伸び悩む

令和2年度以降の計画・展望

① 【区内イベントへの出店】（予定）

<令和2年度>

こどもアートアドベンチャー
ワールドフェスティバル

<令和3年度>

四季の香ローズガーデンspringfestival
なりまランタンフェスティバル

② 【NCCポータルサイトの運営】

- レシピの更新によるアクセス増加
- 練馬産野菜を扱う店舗への来客増加
- 農家紹介の充実による直売所の活性化
- 出店イベントの宣伝等で区と協働
- イベント受注の増加

③ 【その他の取り組み】

- 加盟店舗の拡大に向けた営業活動
- 協力農家の拡大に向けた営業活動
- NCCグッズの製作（加盟店認定プレートなど）



ブランドイメージ向上により

活動を継続・拡大

- ・ 加盟店における練馬産野菜・都市農業の魅力発信
- ・ 農家の販路拡大