



ご紹介資料

1. 日々のパンの代表について



吉永麻衣子
(パン研究者)

専門学校講師、カフェキッチン、日本ヴォーグ社ハッピークッキングの立ち上げなどを経験し、自宅にてパン教室をスタート。現在は、外部での講師と、企業のレシピ開発や雑誌へのレシピ提供、書籍の出版、コラムの執筆等幅広く活躍。現在、5,000人のアンバサダーを全国に抱えている。

メディア出演/レシピ提供/ レシピ開発多数

NHKひるまえっと かんたんごはん/
NHKシブ5時/クックパッドライブ/
おはよう朝日ABC朝日放送/集英社LEE/
読売新聞/小学館hugukm/Kodomoe/
すこやか 食生活ネット/POLE POLE
YAMA HACK/レタスクラブ web/
ダビンチニュース/E・レシピ/
朝日新聞 Bon Matche/
ミキハウス…他



出版書籍
多数!!

吉永麻衣子が提唱する おうちでパンを焼く魅力

書籍数 **23冊** 総発行部数 **60万部以上**



海外でも出版

こども
向け



時短

忙しいママでも時短で簡単にパンが作れる。



↑2023年第10回 料理レシピ本大賞
こどもの本賞を受賞!

アレンジ



作りおき



#日々のパン...3.3万件



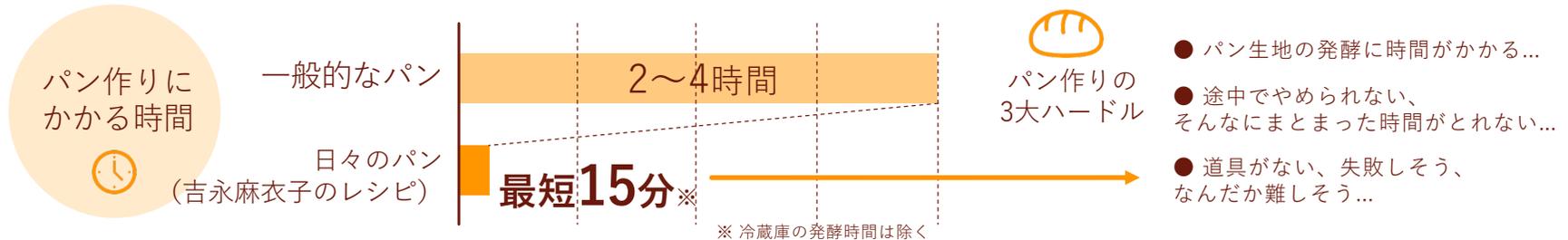
Instagram
ハッシュタグでの
投稿数



#吉永麻衣子先生...2.5万件

2. 日々のパンが伝えるレシピの特徴

簡単にできて、家にある道具でできるから、誰でもできる！



時短のヒミツは低温発酵！



子どもが寝たあと生地をこねて準備

こね 5分

型がなくても！



家にあるもので代用OK！

生地は冷蔵で3~5日もつから、いつでも好きな時に10分で焼きたてが食べられる！

ランチに

おやつに

夕食に

ご飯を炊くより早い！

0:00

生地の熟成 time



発酵は冷蔵庫におまかせ！

6:00

オーブンがなくても！

焼き方いろいろ！



トースター



フライパン



魚焼きグリル



炊飯器



焼きたてパンで朝ごはん！

焼く 10分

※ 炊飯器で作る場合を除く

3. 想い

テーマは「親子のコミュニケーション」 パンが焼けるママってすごい！が家族の笑顔を増やします

パン作り「パン作りって子育てに似てるかも」初めてパン作りを体験したママの感想でした。

それは毎回少し違って正解がないもの。

でも焼き上がったパンを見て喜ぶみんなの顔を見ると、とても充実感があります。

一見難しそうに見えるパン作りも、『日々のパン』のレシピなら、時短かつ簡単な道具と材料で作れます。

子育てに日々追われる忙しいママの気持ちを、少しでもポジティブにし、パン作りを通じて、

手作りの大切さやお子さんへの愛情を伝え、ゆとりが持てる家族の時間を増やしていきたいと考えています。

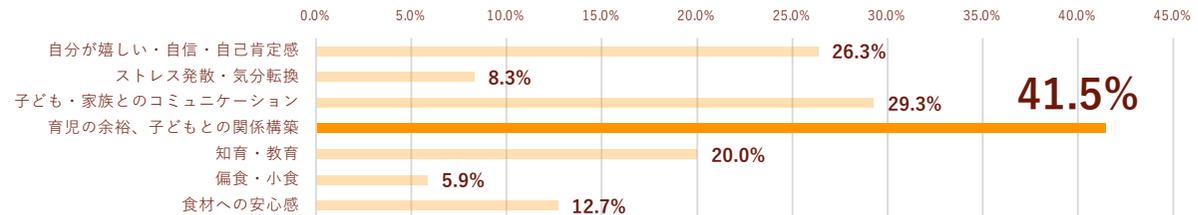


● アンケート

パン作りが子育てに与えた影響や

変化があれば、教えてください。

「日々のパン」SNSユーザーの方 (n=205)



フリー
コメント



子供の頃、ホームベーカリーでパンの焼ける匂いが好きだった。自分が母親になってパン作りを始め、私も楽しいし子供も美味しいと食べてくれてお互いに幸せな気持ちになる (30代)

子どもと一緒にパンを作ること、食べることの大切さや食べ物大切さを教え込むことができたと思います。 (40代)

毎日子育てでいっぱいだったけど、子どもがもぐもぐと食べるときの笑顔をもっとみたいと思いました。 (30代)

一緒に楽しめることで子供の笑顔が増えた (20代)

偏食の子が少しずつ食べたいものを言ってくれたりしてくれて嬉しい。パンが何からできているかとかの興味を持ってきて自然に食育になったりもした。 (30代)

パンを通じて「何を作ったの？」という会話や好きなパンが出てきた時の喜びを目にすることができ、コミュニケーションのひとつとなっている。 (30代)

我が家は朝食がパンが9割です。子供が「明日の朝はママのパンがいい！」と言ってくれるのは嬉しく、励みになります。 (30代)

反抗期で難しい年頃ですが日々の美味しく温かい記憶は幼い頃に刻まれ良い親子関係を築けつつあると思います。 (50代)

4. 笑顔をふやすパン教室

在籍講師
40都道府県
約300名

170名の講師が自宅教室にて
日々のパンをお伝え

&

全国各地の幼稚園・保育園にて
出張パン教室を開催しています

参加者数
17,800名を
突破!! ※

※2024年12月現在



目指しているのは

すべての子育てをする親に、一度は体験をしてもらうこと。

パン作りを通して親子のコミュニケーションが増え、
子どもが愛情を感じ、ママの肯定感も高めてくれる。
そこから、親子の笑顔が増えていってくれたら。
そんな思いを持って活動しています。



5. 皆さんと一緒に取り組めること



パン作りに慣れている方や講師を
自社のファンにしたい！



P6

パン作りをはじめてする親子に
接点をもちたい！



P7

自社/ブランドのロイヤリティを
高めたい！



P8

イベントを通して商品発表や
新規顧客の獲得をしたい！



P9

食育イベントを実施したい！



P10

社内向け福利厚生イベントを
実施したい！



P11

6. パン作りに慣れている方や講師を自社のファンにしたい！



日々のパン

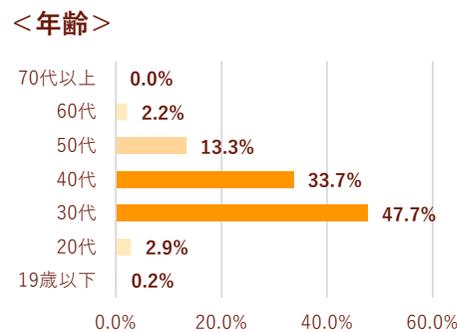
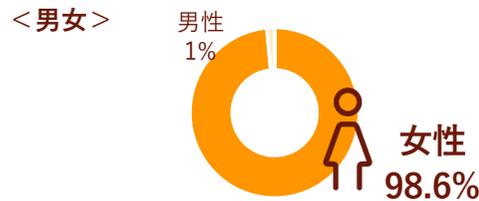
パン作りをする人を狙うなら「日々のパン」

- ・月1以上パン作りをするヘビー層の約**25% (6万人)**と接点。
- ・日々パン講師のうち**60% (170人)**は個人でも生徒を持っています。

● パンを焼く人の市場規模

<p>年に1回以上パンを焼く人140万人 (約160億円)</p>	<p>月に1回以上パンを焼く人20万人 (約100億円)</p>	<p>パン教室の数：633件 パン+お菓子 教室の数：1,380件 ※パン教室ナビ/クスパ参照 ※ABC95件/ホームメイド56件除く</p>
---------------------------------------	--------------------------------------	---

日々のパンコミュニティの特徴



- 約87%が子どものためにパンを焼いている。毎日食べるものだから、手作りのパンを選択している。子どものためだから、手作りのパンを選択している。
- 想いに共感しやすく、勉強熱心なのが特徴。講師向け勉強会では、質疑が終わらない。チャリティパン作りでは500人程度が即集合
- 代表吉永麻衣子の影響が強い。吉永が使っているエプロン200着が24時間で完売。100%の講師が、吉永の本を1冊以上所有している

パン作りヘビー層/講師のファン化メニュー

オリジナルレシピ制作

ブランドのオリジナルレシピを制作し、日々のパンサイト内で掲載します。レシピ掲載後にSNSやお知らせで情報発信を行います。
レシピ：年間約5,000PV/約8,000再生



LP制作

日々のパンサイト内に商品LPサイトを制作します。LP内で吉永のオススメポイントなどを盛り込み、ブランドサイトへ誘導を行います。



オリジナルレシピ&インスタライブ

ブランドのオリジナルレシピを制作し、代表講師吉永が担当者と共にインスタライブを開催します。
レシピ：年間約5,000PV/約8,000再生
1ライブ：約1,000リアル視聴



講師向け勉強会 (オンライン)

300人の日々のパンの講師向けに商品勉強会の実施を行います。事前にアンケートを取得し、講師が知りたいポイントを把握し当日を迎えます。



レシピアレンジ配信

日々のパンの講師インスタアカウント「365」を通して、日々のパンの選定講師が商材を使って1週間色々なアレンジレシピを紹介します。
1レシピ：約1,000回再生



講師向け勉強会&サンプリング&SNS投稿CP

日々のパン300人の講師向けに商品勉強会の実施を行い、各講師自宅へのサンプリングを行い、SNSへの投稿キャンペーンを実施します。



7. パン作りをはじめてする親子と接点を持ちたい！



親子へのアプローチは沢山あるけれど、「親子での初めての挑戦」は貴重な接点

日本人の72%が経験したことのないパン作り。親子へのアプローチできる方法は沢山あるけれど、子どもにとっても、親にとっても記憶に残りやすい「親子での初めての挑戦」という接点はなかなかありません。初めての親子パン作りのタイミングで、御社製品が介在することで記憶に残し、商品を見るたびに「親子の楽しかったパン作り」の記憶を想起させ、購入へ誘ってはいかがでしょうか？また、出張パン教室では、家に持ち帰りこねた生地を焼かないと成立しないのも特徴の一つです。

● 開催した園/参加した親子の声

子どもたちは、楽しく、おいしく、お母さんと一緒にできて嬉しかったようです。持ち帰った生地で、休日に楽しく作った親子は、食べるのがもったいなくてずっと眺めていたい気分だったそうです。
<島根県 一の谷保育園>

どんな形のパンにしようか、ワクワクしながら親子で過ごしていました。また、生地の色や、材料、焼き方などにも興味を持って質問したりと、子ども達にとって間違いなくいい経験となったと思います。最後に感想を聞いたところ、「おいしかった」「楽しかった」「形をつくるのは少し難しかったけど上手に焼けて良かった」などと話してくれました。何より、こういった時間の中で親子で同じものをつくり、味わうことができ、子ども達の嬉しそうな表情が印象的です。
<神奈川県 杜ちやいるど園>

お子さんはお母さんと一緒にできて笑顔がたくさん見られ、試食のパンをおいしそうに食べていました。保護者の方も、苦手意識のあったパン作りが簡単に出来る事に喜ぶ姿が見られ、「家でもやってみようと思う」と好評でした。
<東京都 新宿保育園>

子どもが幼稚園でパンの作り方を教わって、家で親子で実際に作りました。子どもは作り方のプリントの字が読めないはずなのに、「イーストはある？」「イーストはアイスの棒でまぜるんだよ。」「次はコロコロする棒（めん棒）を使うよ。」などと言って、作り方を覚えていたのが驚きでした。講師の先生のお話をよく聞いていたんだなと思いました。作りたい形も自分で決めていてスケッパーで切りながら作っていました。子どもが頭に描いていたものを形にできるところが素晴らしかったです。自分が作ったパンを家族が「おいしい！」と言って食べる姿を見て子どもは喜んでいましたし、誇らしげにしていました。
<宮城県 泉第二幼稚園>

出張パン教室満足度

99%

実施した全ての園から書ききれないほど声を頂いております！
<https://hibinopan.jp/afterreport/>

8. 自社/ブランドのロイヤリティを高めたい！



商品の説明だけでなく、**体験が自社/ブランドのロイヤリティを高めます！**

昨今、ファンの育成に力を入れ、リアルやオンラインで顧客接点を作る企業/ブランドが増えました。しかし、いざ実施しようとする、コンテンツに困るというお声が多く寄せられます。ファンミーティングの場で、自社やブランドの宣伝をするだけでなく、体験やブランドの側面を伝えていくことで、より深いファンとのつながりをお作りすることをご提案します。

● 事例紹介

100%の方が、「大変満足・満足」のファンミーティングでした。ブランドを食で表現したことで、ブランドの側面を深く知る良い機会になったとの声が多く寄せられました。



自社/ブランドのロイヤリティを高めたい企業/ブランド向けレシピ

リアルファンミーティング
オリジナルレシピを作り、御社/ブランドのファンに向けて、パン作り体験+ブランド紹介、ファンとの交流をリアルな場で行います。



★タイムスケジュール例
10:00 ご挨拶
10:10 ●●パン教室
10:55 休憩
11:05 ブランドのお話
11:35 交流会/記念撮影
12:00 閉会

★日々のパンでサポートできること
●●パン作り教室パートは勿論のこと、ブランドのお話以外のパートもご相談の上担うことが可能です。
会場手配、設営、司会者手配、台本作成、進行人員手配、応募事務局、アフターレポート作成など。

9. イベントを通して商品発表や新規顧客の獲得を行いたい！



普段試せない商品や、記憶に残したい、習慣化させたい目的に一役買います！

- 普段なかなかタッチアンドトライができないキッチン用品やキッチン家電とパン作りで試す機会を作ります。
 - 人が集まりにくい住宅展示場やアウトドアメーカーとパン作りで、パンの香りが来場記憶を蘇らせます。
 - なかなか習慣化しにくい商品に、毎朝食べるパンをマッチングさせることで、購買促進と習慣化を促します。
- 全国に300人の講師がいる「日々のパン」では、全国で統一したクオリティでイベントを実施できることが強みです。また、多くの講師がママを経験しており、消費者目線での訴求ができることも強みの一つです。

● 事例紹介

住宅展示場



アウトドアメーカー



キッチン用品



キッチン家電



イベントを通して商品発表や
新規顧客の獲得を行いたい
企業/ブランド向けレシピ

リアルイベント

集客のコンテンツとして、パン作りイベントをご提供致します。予約制のイベントの実施、当日飛び込みで時間を区切ったの実施など臨機応変に対応可能です。



★日々のパンだと、こんな要望に応えられます。

- 全国で実施したい！ → 全国同じクオリティでイベントを実施できます。
- 設備が乏しいが、イベントしたい！ → トースターの電源が取れば実施できます。
- アウトドアでイベントしたい！ → フライパンで実施ができます。
- 小さな子どもがいるママに実施したい！ → おんぶしながらできます。
- 商品を習慣化させたい！ → パンは毎朝の食卓に登場するので習慣にできます。

10. 食育イベントを実施したい！



自社だけで「食育イベント」をするにはハードルが高い。どうやって接点を作ろう？

特に大手食品メーカーは食育に力を入れています。しかし、食育イベントを自社だけで実施しようとするのと一苦労です。

社会的には意味のある活動ですが、実施するにはハードルがかなり高いのが正直なところです。

日々のパンと共催する「食育イベント」では、「親子のコミュニケーション」をテーマに、事前準備、パン作り体験教室のパートは日々のパンサイドで全て実行。そこへクライアント様の伝えたいコンテンツやメッセージを当日のスケジュールに盛り込むことで、食育イベントを共催することが可能です。

● 事例紹介



11. 社内向けの福利厚生イベントを実施したい！



社員同士の交流を高め、家族を持つ社員に、**会社やブランドの姿勢を伝えます。**

副業を認める会社が増え、人材が流動化しています。昨今は賃金のみならず、「働く環境」「やりがい」を重視する傾向にあります。また、特にコロナを経験し、リモートワークが増えたため、社員同士の交流も限られてきています。会社として、パン作りを通して、社員交流の場を設けたい。ブランドとして、ブランドに携わる、営業や、製造現場、マーケティングを横ぐしで通したい。という福利厚生イベントのご依頼を頂いております。

● 事例紹介

91%の方が、「満足」の社内イベントでした。「商品のテーマを模した、工夫された様々な取り組みをされていて素晴らしいと思います」など、満足度の高い取り組みとなりました。

「なかなか社員交流が起きにくい職場でしたが、パン作りを通して、他の写真の家族を拝見して、パパが働いている雰囲気を子どもに伝えることができました！」など、満足度98%となったイベントでした。



社内向けの福利厚生 イベントレシピ

リアル福利厚生

社内会議室などを使って、リアルでの福利厚生パン作り教室を実施します。パン作りを行い、昼食としてパンを共に食すことで、「同じ釜の飯を食う」を体現します。



オンライン福利厚生

社員の各家庭や、各支店に材料を事前に配送し、福利厚生パン教室を実施します。焼成している最中に会社/ブランドにまつわるクイズ大会などを実施することで、会社や承認の理解度が高まります。



12. 日々のパンのイベントが選ばれる理由



日々のパン

日々のパンは、「パン作りを通じて親子のコミュニケーションを増やす」ことを目的に代表でありパン研究家の吉永麻衣子を中心に、日本全国で約300人の講師が活動しています。



講師の9割は
子育て中の
ママ

全国一律の
イベントが
実施可能

ポリ袋を使ってこねるので部屋が汚れず、
キッチン・水道設備・オーブンがなくても実施
できます。

幼稚園・保育園での親子向け出張パン教室のほか、
各地のマルシェ、ワークショップ出展経験の
ノウハウも豊富。

機材、設備
不要。
屋外でも。

料理が苦手
でもできる

こねて



焼いて



包丁も火も
使わないから
親子で
参加できる

成形



親子で楽しく食べよう♪



13. イベント当日のイメージ（1日2回転の場合）

08:00	集合・設営
09:00	参加者受付 開会
10:00	パン講座
11:00	試食
12:00	解散・片付け
13:00	休憩
14:00	参加者受付② 開会
15:00	パン講座
16:00	試食
17:00	解散・片付け
18:00	

当日1時間前を目安に講師が会場入り。
トースター等の機材や材料を当日持ち込みます。



パン講座部分は講師が進行からすべて受け持ちます。
企業様は一緒にご参加いただいたり、参加者様のフォローをお願いいたします。
すべて日々のパンにお任せいただくことも可能です。
焼き上げや試食の時間を使って、企業様側のコンテンツを入れていただくことができます。

スケジュール例) ※調整可

00:00	材料の説明
00:05	こね
00:20	一次発酵(差し替え)
00:25	成形
00:40	焼き上げ

パン講座だけなら所要時間は60分ほど



生地差し替えの場合はご自身でこねた生地を
保冷バッグに入れてお持ち帰りいただきます。

出張パン教室で大人気の
『つみきパン』をもうちでも!

日々のパンオンラインストア
で取り扱い中のパンキットを
お土産として参加者の皆様へ
お渡しすることも可能です。

14. 日々のパンの提供コンテンツ (2025年1月時点) メニューは自由に組み合わせられます



日々のパンとコラボ

- ・オリジナルレシピ作成
- ・オリジナルレシピ掲載
- ・対談ページ
- ・LP制作



ロゴ掲載

- ・WEBロゴ掲載
- ・リーフレットロゴ掲載



SNS発信、コンテンツ制作

- ・SNS発信
- ・アレンジレシピ紹介
- ・商品PR動画制作
- ・SNSのコラボキャンペーン実施



約300人の講師活用

- ・アンケート
- ・勉強会
(事前or事後アンケート付)
- ・サンプリング



全国各地でのイベント開催

- ・リアルイベント
- ・オンラインイベント

