

マーケティングとは、顧客を幸せにする、あらゆるプロセス。

佐藤芳直の教え

佐藤流マーケティング実践研究会

全9回

# 欲望を煽るな。 心を動かせ！

佐藤芳直のマーケティング発想を事例と  
時系列から徹底的に検証し、

「佐藤流のマーケティング思考とノウハウ」  
を取得し、実践するための勉強会です。

実際の事例をもとに、自社に持ち帰り  
実践していただける提案を行います。

最終回  
特別講座

株式会社S・Yワークス  
代表取締役

佐藤芳直



メイン  
講師

株式会社S・Yワークス  
常務取締役 経営コンサルタント

葛西 孝太郎



佐藤芳直のもとで28年。新入社員の時から佐藤流の  
コンサルティングに触れ、現場で共に多くの仕事を  
する中で、沢山の学びを得てきました。  
佐藤が時代を創った成功事例は数多く存在します。  
その成功事例を、ひも解き、その時系列の変遷を  
追いながら、佐藤流のマーケティングの原理原則、  
時流予見について学びます。

時代を創ってきたコンサルタント

佐藤芳直のマーケティング思考法を徹底習得！

マーケティングとは、顧客を幸せにするあらゆるプロセスのこと。

この勉強会は「佐藤流マーケティング」を自社に落とし込み、実践するための勉強会です。

①欲望の刺激ではなく、心を動かす！マーケティングの本質を体得する

欲望をあおるのではなく、目的を重視し、顧客の心に働きかける。  
→心が動くマーケティングのプロセス

②ノウハウの蓄積ではなく、その根底にある思考法と発想法を重視

ノウハウではなく、思考法と発想法を重視。体系的にマーケティング。  
→時代の変化に適応できる思考法のプロセス

③行動できなければ学びではない！行動と振り返りのサイクルを回す実践型の勉強会

机上ではなく、事例実例を重視。単純明快だから、実行につながる。  
→実践検証するアクションプロセス

マーケティングの役割は、伝えることから繋ぎ・結ぶことへと進化する比較購買されない「絶対的非代替の存在」を目指す

マーケティングに必要な5つの自問自答

- 1) 入門マーケットの入口商品は何か？
- 2) 上位概念への飛躍点はどこにあるか？
- 3) 競合に、何をやられたら嫌か？
- 4) 社員が誇りを抱いていることは何か？
- 5) これまで、時間と手間をかけてきたことは何か？

真の価値 = 独自貢献点

あなたの会社でなければ手にできない価値

真の顧客 = 1%の原則

たとえ不便でも、たとえ高くても、あなたの会社を選択したい。

真の幸せ = 商品は理念を載せる器

商品を通じて提供したい幸せ

生き方の表現としての消費

理想の生き方の追求

自己貢献欲求

人間として成長し、誰かに役立つ実感が消費を生み出す

## 第1回

# 佐藤流の原点～船井幸雄先生の教え

### 力相応一番主義～船井流の原理原則の実践と深耕

トコロ（商圏）、モノ（商品）、トキ（季節）の創出。  
「選択と集中」を繰り返す

### 購入動機別一番化法&全購入動機対応

顧客の心（購入動機）への対応と創造  
憧れ性・心理性を持つブランドづくり

### ライフサイクル理論

ライフサイクルに応じたマーケティング&時流対応

#### 事例

### 「包み込みの発想」=戦略

ローカルで年商1億円繁盛店  
一番主義マーケティングの実践



## 第2回

# メーカーマーケティングと顧客の創造

### 顧客の創造&親身法の徹底

二段階オープン法、モニター会オープン法  
信者客づくり・圧倒的ファン客づくり

### 1%マーケティング

1%の人が熱烈に支持する商品開発～特徴、エッジ

### 価格性・利便性から独自性へ

幸せの共有 苦労という付加価値  
自分物語の創造 自分らしい消費

#### 事例

### Simple・Sure・Safety

メーカーマーケティング  
数々のヒット商品の開発



## 第3回

# 氷山理論～理念と哲学を現場に落とす

### 商品とサービスは、哲学をのせる器

商品・サービスの成り立ち～物語性・精神性  
企業理念の表現

### マーケティングの中核=理念コミュニケーション

企業理念の深い解釈と実践が、真の独自性を生み出す  
理念を空気・形・信頼に換えるプロセス

### 「商品売るな、哲学を売れ！」

世界観を感じてもらう 共鳴共感観がニーズに変わる



## 第4回

# 集客～人を集める4つの要因

### 4大集客要素

カルチャー、ネイチャー、ノスタルジー、ファンタジー

### NAPA

NAPAの風を感じる ワインに学ぶブランディングの原点  
“晴耕雨読”～育てる、学ぶ

### 特定日特化～独自性イベント

「着物ウィークin萩」に学ぶ、イベントの企画&運営方法

### 事例

#### 心に働きかける

ナパのワイナリー  
人をひきつけ、魅了し、集客する

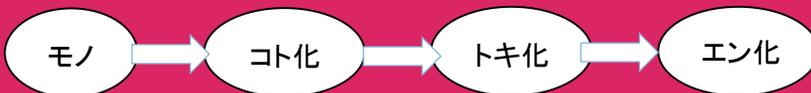


## 第5回

# モノからコトへ ～ファクトリーとクラフトマンシップ

### モノからココロへ

少品種大量生産から多品種少量生産スタイルへ  
マスからクラフト化 手間×技術×時間



心に届け、心に刻み、主客一体となる

### ものづくりへの参加

様々な体験、スクールプログラム、LABO

### 事例

#### 小さな贅沢、少しの夢

伊豆・村の駅  
ローカルに根付いた新観光業態



## 第6回

# 新業態の開発～素材テーマと多動機化

### 全ての産業はサービス業化する

コンサルティング、スクーリング、カスタマイズで、  
お客様の希いを引き出し、叶える

### 根源質問 「Who are you?」

私たちは何を売っているのか？

### 比較購買されないブランドの創造

独自性・密着性>利便性>価格性  
独自貢献点・顧客定義・幸せの定義の明確化

### 事例

#### 上位概念の再構築

茅乃舎  
急成長の“だし”の新ブランド創造



## 第7回

# 心を掴み、ファン客を創造する 生涯顧客化への道

**欲求ではなく、心が動く＝マーケティングの本質**  
“基本機能・付加機能”に加えて、心を動かす“情緒的機能”

**「知ってもらう」から「感じてもらう」**  
世界観を感じてもらう場、共鳴共感の場  
～憧れの本館、世界観を感じるヴィレッジ開発

**ずっとあなたのお客様でいたい。**  
～コミュニティづくり、利害関係ではない同志的結合

### 事例

**顧客を選択し、  
喜ばすことを徹底**

卵家  
理念を形にした超専門店の開発



## 第8回

# 憧れのライフスタイル ～暮らしと生き方に寄り添い、提案する

**心を開き嗜好を引き出すモデル**  
素敵な暮らし、素敵な生き方を語る

**消費は生き方の表現**  
自己貢献欲求を実現する取組み 伝えることから繋ぎ、  
結ぶマーケティングへ

**真・善・美を叶える**  
エデュケイテッドカスタマーに対して、真・善・美を  
エデュースする 成長を求めることに対応

### 事例

**共に成長する“共感の場”**

魚沼の里&千年こうじや  
日本酒のヴィレッジ、  
発酵の専門店



## 第9回

# 理想の未来を描き、 グランドデザインを創る

**根源質問 「Who are you？」**  
私たちは何を売っているのか？  
幸せの風景と記憶をつくる～メイクベター会議

**理想の未来を描く＝未来からの要請**  
社員が、お客様がワクワクする未来を描く  
現状の延長ではなく、理想からのグランドデザイン構築

**ブランド＝良い記憶の集積**  
お客様の記憶に残る新しいブランドづくり

### 事例

**グランドデザインから  
ロードマップへ**

なめがたファーマーズヴィレッジ  
農をテーマとした、六次化モデル



# 常に時代の先を読み、未来を提唱する。 佐藤芳直のマーケティング発想を、 共に走り続けてきた片腕が徹底解説します！

年代	時事	流行	
1983	インターネット概念の提唱	ファミコン発売	東京ディズニーランド開業
1984	グリコ森永事件	マハラジャ	新紙幣発行
1985	おニャン子	スーパーマリオブラザーズ	金妻
1986	男女雇用機会均等法成立	写るんです	つくば万博
1987	国鉄の民営化	アメカジ(アメリカンカジュアル)	マイケル・ジャクソン
1988	リクルート事件	ミニ四駆	カラオケボックス
1989	新元号(平成)への改正 消費税の導入		
1990	センター試験の開始	スーパーファミコン発売	
1991	育児休業法成立	東京ラブストーリー	ジュリアナ東京のブーム
1992	週休2日制の導入	冬彦さん	セーラームーン
1993	携帯電話の発売	コギャル	Jリーグ開幕
1994	松本サリン事件	小室ファミリー	イチロー効果
1995	地下鉄サリン事件 阪神淡路大震災		Windows95の発売
1996	アトランタ五輪	プリント倶楽部	アムラー・ルーズソックス
1997	消費税5%化	プリウス発売	もののけ姫公開
1998	長野五輪の開催	環境ホルモン問題	タイタニック
1999	2チャンネル開設	2000年問題	ガングロ
2000	シドニー五輪	プレステ2	ユニクロ
2001	9.11テロ	ハリーポッター	小泉内閣
2002	日韓W杯	ユーロ通貨発行	たまちゃん
2003	六本木ヒルズオープン	「冬のソナタ」大ヒット	アキバブーム
2004	中越地震	ニンテンドーDS発売	東北楽天
2005	個人情報保護法制定	チョイ悪	第一次ブログブーム
2006	ライブドアショック	ハンカチ王子	WBC
2007	郵政民営化	東京マラソン初開催	東京ミッドタウンオープン
2008	リーマンショック	iPhoneの発売	北京五輪
2009	民主党への政権交代		ツイッター
2010	子ども手当支給開始	もしドラブーム	
2011	東日本大震災		
2012	格安航空会社の参入	IPS細胞	
2013	伊勢のご遷宮	LINE	
2014	消費税8%化	アナと雪の女王	富岡製紙場 世界遺産認定
2015	マイナンバー	ふるさと納税	爆買い
2016	アイコス	インスタグラムの普及	君の名は。
2017	働き方改革の実施	AIスピーカー	Amazon

# 佐藤芳直のコンサルティング発想



1980年代

## メーカーマーケティングと地域一番店開発のマーケティング

Key  
Word

- ①原則：同業種で地域最大の面積、包み込みによる最大アイテム数
- ②大衆から個衆に～購買動機に合わせたマーケティング
- ③郊外型立地で専門店の一番店化～憧れの本館開発

1990年代前半(1990年～1995年)

## 「モノからコトへ」のマーケティング 品揃え型から単品型へ

Key  
Word

- ①需要の創造～市場を創る、コトを創る
- ②素材特化型のブランド、業態開発
- ③観光市場で団体から個人へ～カルチャー、ネイチャー、ノスタルジー

1996年～2003年

## 氷山理論～理念を商品・サービス・店舗に反映させる

Key  
Word

- ①理念を明確にし、可視の部分に落とし込む＝理念の具現化
- ②お客様と親しくなる＝コンサルティング、スクーリング、カスタマイズ
- ③ライフスタイル (Way of life) 型の商品構成、店舗業態づくり

2004年～2010年

## 百年企業づくりとコミュニティ

Key  
Word

- ①永續することを最重要とした戦略と取組み～時間と手間をかけるものを決め、磨き込む
- ②顧客との濃密な関係性づくり～コミュニティづくり
- ③お客様の記憶に残る体験と学び～体験スクール、LABO

2011年～

## 共感創造～未来のデザインを共有する

Key  
Word

- ①グランドデザインとロードマップを作成し、顧客に発信する
- ②ローカリズムとエスニックに対応
- ③暮らし方、生き方～人間性回帰、人間性

# 年間の講座

回数・月	テーマ	事例
第一回 12/18	佐藤流の基礎～船井幸雄先生の教え	菓子業地域一番店、とれとれ市場
第二回 1/23	メーカーマーケティング 顧客の創造	家電メーカー、食品メーカー
第三回 2/27	氷山理論 理念と哲学を現場に落とす	Mランド、スヴェンソン
第四回 3/27	集客～人を集める4つの要因	着物ウィークin萩、NAPA
第五回 4/24	モノからコトへ ファクトリーとクラブトマンシップ	村の駅、各LABO
第六回 5/22	新業態の開発～素材テーマと多動機化	茅乃舎・喜久水庵・幸家
第七回 6/19	心を掴み、ファン客を創造する生涯顧客化への道	卵家
第八回 7/24	ライフスタイルMD～暮らしと生き方の構築	魚沼の里&千年こうじや
第九回 9/3	理想の未来を描き、グランドデザインを創る ※佐藤芳直の特別講座	なめがたファーマーズ ヴィレッジ

交流講座  
13:00～13:40  
交流と、テーマの説明

- ・参加者の情報交換
- ・佐藤流マーケティング～テーマの説明

第一講座  
13:50～15:20  
佐藤流を事例から学ぶ

- ・佐藤の成功事例から学ぶ
- ・佐藤流マーケティングのルール

第二講座  
15:30～16:30  
佐藤流マーケティングの実践

- ・佐藤流マーケティングの実践～ロードマップ&アクションプラン
- ・具体的な取組みの提案

## 【開催要項】

日時・場所

2018年12月18日(火)～2019年9月3日(火)

会場: 学士会館

(受付開始12:45 / 講座開始13:00)

ご参加料金

お一人様 291,600円 (うち消費税21,600円)

※ご参加をキャンセルされる場合は12月10日(月)までにご連絡下さい。

以降のお取り消しは参加料金の50%、当日のキャンセルおよび欠席の場合は受講料金の100%がキャンセル料となりますのでご注意ください。

※途中退会した場合、返金はいたしかねますので、ご了承ください。

※最少人数に達しない場合は、中止することがございます。その場合は、12月3日(月)までにご連絡致します。

お申込方法

別紙のFAX送信用のお申込み用紙をご利用下さい。

### ■お振込先■

みずほ銀行 仙台支店(店番号:723) 普4326931

口座名義:株式会社S・Yワークス (カブシキガイシャ エスワイワークス)

※なお、お振込み手数料はお客様負担となります。



株式会社 S・Yワークス 担当: 葛西、高橋

〒980-0811 仙台市青葉区一番町一丁目2-25 仙台NSビル8F HPアドレス / <http://www.syw.jp/>

TEL : 022-722-2007 / FAX : 022-722-1770