

お申込みに関して

概要	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2019年2月22日(金) 13:30~17:00(開場13:00~) ■ 料金 29,610円(税込)
会場	<p>【TKP東京駅八重洲カンファレンスセンター】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■住所: 〒104-8388 東京都中央区京橋1-7-1 戸田ビルディング 7F ■電話番号: 03-3562-8522 ■部屋番号: 8D
申込み方法	<p>同封のお申込書に必要事項をご記入の上、FAXにてお送り下さい。 FAX申込み用紙を確認しましたら、S・Yワークスの担当者よりお電話をさせていただきます。 (ご請求書が必要な場合は、その際にお申し付け下さい) その後、ご入金を確認できましたらお申込み完了となります。</p>
注意事項 【重要】	<p>【キャンセルポリシー】 セミナー申込み後のキャンセルのお申し出がある場合は、開催日の7営業日前(2月15日)以降のご連絡は、ご参加費用の50%、当日及び無断欠席は参加費用の100%をキャンセル料として申し受けますので予めご了承下さい。 ※お申し込みが必要人数に達しない場合、セミナー中止とさせていただきます。 その場合2月4日までにお知らせいたします。</p>
お振込み先	<p>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 (注:SとYの間に「・」ではなく「.」ピリオドが入ります) ※なお、お振込み手数料はお客様負担とさせていただきます。</p>

担当講師紹介



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
KOTARO KASAI

食品業界や観光業、サービス業をはじめとし、様々な業種・テーマのコンサルティングを行い、企業の業績向上に取り組んでいる。特に食品メーカーの支援と新ブランド開発を得意とし、新業態開発に携わり、数多くの成功を収めている。まちおこしのブランディングや“農”をテーマとした六次産業化に関する仕事にも取り組んでいる。
(事例: 宮城県・福島県六次産業化プランナー)



株式会社S・Yワークス
経営コンサルティング本部
高橋 潮
MINATO TAKAHASHI

日本の大学卒業後に渡米し、本場のファーマーズマーケットで一年間働く。現地では、ファーマーズマーケット案内や日本人通訳を担当。
S・Yワークス入社後は、直売所コンサルタントを目指し、現在は日本におけるファーマーズマーケットの開発提案に取り組んでいる。

講座時間	講座名	講師
【受付開始】13:00~ ※開場前の入室はお断りさせて頂いておりますので、ご了承下さい。		
第一講座 13:30~14:30 (60分)	日本型ファーマーズマーケットのススメ 1. ファーマーズマーケットの6つの条件 2. 日本型ファーマーズマーケットの必須事項 3. 理想とするファーマーズマーケットの姿	株式会社S・Yワークス 経営コンサルタント 常務取締役 葛西 孝太郎
14:30~14:40	休憩	
第二講座 14:40~15:40 (60分)	本場のファーマーズマーケットの仕組み紹介 1. アメリカのファーマーズマーケットの役割 2. ポートランドファーマーズマーケットの実例 3. ファーマーズマーケット導入方法	株式会社S・Yワークス 経営コンサルティング本部 高橋 潮
15:40~15:50	休憩	
第三講座 15:50~17:00 (70分)	日本型ファーマーズマーケット開発メソッド 1. 提案する5つのマーケット業態 2. 各マーケット業態の成功する仕組み 3. ファーマーズマーケットを展開するための具体的な取り組み	株式会社S・Yワークス 経営コンサルタント 常務取締役 葛西 孝太郎

2019年 本場アメリカ繁盛事例厳選



~ The Challenge for EAT LOCAL ~

2019年2月22日(金)

全く新しい日本型ファーマーズマーケットの姿に触れる4時間!

本場アメリカのファーマーズマーケットの仕組みを徹底分析し、日本に応用!

生産者数や店舗数に合わせて展開できる!
5つの目的別マーケットを紹介



こんな活用を
考えている方必見!!

- 地元食材を広めたい「マルシェ運営団体」
- 産直を活用したい「道の駅」「農業直売所」
- 新しい集客の取り組みをしたい「専門店」
- 自社スペースを活用したい「スーパーマーケット」
- より留まってもらいたい「観光施設」

新しい業態をご提案するセミナーです。⇒ 詳しくは中面をご覧ください。

お問合せ



〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町一丁目2番25号 仙台NSビル8階



電話でのお問い合わせ
022-722-2007



HPからのお申込み
SYW で **検索**

(受付時間: 月~金 9:30~17:30 担当: 葛西、高橋)

POINT 1 **新しい日本型ファーマーズマーケットの開発提案**

- 1 **生産者との対面** ▶▶▶▶ 実際に生産者と顔を合わせてコミュニケーションをとることで、生産者と消費者の直接的で持続的な関係性の構築を促します。
- 2 **ローカルの定義** ▶▶▶▶ 日本型ファーマーズマーケットでは、ローカル圏内を半径60kmと定めます。範囲を定めることで、地域ならではの魅力を創造します。
- 3 **週一開催** ▶▶▶▶ 地元生産者に来てもらうため、一つのマーケットは週に一回と定め、生産者の負担を軽減します。
- 4 **テント型店舗** ▶▶▶▶ ファーマーズマーケットは屋内ではなく、野外で行う市場なので、公園や商店街など既存の場所を活用し、テントを並べて全体の売場を作ります。

“対面販売によって、地元出店者と顧客のつながりを生み出す市場”

今回の提案の注目点は「対面販売」です。生産者と消費者が直接コミュニケーションを取ることでリピーターを増やし、持続的な市場を創り上げます。それには、やはり地元生産者が出店に来れる範囲を定めることが必要です。そして、地元の生産者の負担を考え、週一で開催し、場所も既存の公園等にテントで店舗を作ります。そのような地域に根差した市場が、日本型の「ファーマーズマーケット」という業態なのです。

POINT 2 **本場のファーマーズマーケット紹介**



Pick UP
全米屈指の存在!
ポートランドファーマーズマーケット

<生産者を守るルール>

- ★300マイル以内の人のみ出店可能
- ★加工食品・飲食出店者は、地元食材の25%以上を使用
- ★古くからの出店者や生産者が優先される。

<地域での役割>

- ★地域の憩いの場
- ★食と地域を結びつける場
- ★新規事業者にとってのスタート地点

このルールのおかげで、圏外から大規模生産者が参入してくることもなく、小規模の生産者でも確実に売場を確保することができます。

加工食品や飲食出店者がマーケット内で売られている食材を原料とすることで、直接生産者の売上に貢献でき、彼らの地元食材への興味関心が高めることができます。

ファーマーズマーケットは、店舗を持たない出店者がお客様と直接関われる場所であり、売上を作り成長する場です。結果として、ポートランドファーマーズマーケットでは、40以上の出店者が独立し、店を構えるに至りました。

The Huffington Postにて**全米総合満足度一位**にも輝いた

ポートランドファーマーズマーケットの全貌

ポートランドは、「世界一住みたい街」と称されるアメリカ北西部にある街です。その街にある「ポートランドファーマーズマーケット」は、“食”にフォーカスし、地域の憩いの場として、地元客に長く愛され続けており、一つの運営団体が5業態のファーマーズマーケットを運営している全米総合満足度一位の座を勝ち取ったマーケットです。

数字から見る! ポートランドファーマーズマーケットのスゴイところ



業態数5つのファーマーズマーケットを運営

曜日ごとに、5つ異なる業態のファーマーズマーケットを7つ展開している。

- ①**“パイオニア・スクエアコート”**
街の中心で行われるファーマーズマーケット
- ②**“シエマンスキー”**
ビジネス界隈で行われるファーマーズマーケット
- ③**“NW23番地”**
“キング”
“レンツ”
郊外で行われる
地元民向けファーマーズマーケット
- ④**“ケントン”**
平日の夜に行われる主婦向けファーマーズマーケット
- ⑤**“PSU”**
大学構内で行われる一番人気のファーマーズマーケット



開催曜日	月	火	水	木	金	土	日
	パイオニアスクエアコート	-	シエマンスキー	NW23番地	ケントン	PSU	キングレンツ

来場客数 24,000人/日
夏季シーズンには、一日平均24,000人以上の来場客がいる。

最大日販 1,000,000円
農家の売上最高日販が、1,000,000円。出店者の平均日販が約3万円～20万円。テントの大きさは、3m×3m。

新規出店申請数 80件
毎年80件以上の新規出店申請がある。そのうち、5店舗ほどしか選ばれない。

登録店舗数 240店舗以上
13店舗スタートしたマーケットが、25年間で240以上の出店者を抱える超大型マーケットに成長した。

真の地産地消を実践するための提案

～真の地産地消とは～

“地産地消”という言葉が一般的に広がっている現代において、「真の地産地消(EAT LOCAL)とは何か」をここに再定義します。

生産者と消費者の直接的な関係性

- ・生産者が直接販売することで、自身の商品を直に伝えることができる。
- ・消費者も生産者の顔がわかるので、安心して購入できる。

ローカル圏の定義化

- ・ローカルの範囲を定めることで、地元生産者の持続的支援に繋がる。
- ・マーケットに行くことで、消費者は、地元食材に触れる機会が増える。

地域コミュニティとしての役割

- ・生産者と消費者、生産者同士、消費者同士のつながりが生まれる。
- ・地域の人が集うプラットフォームとして機能する。

これらを体現する場所が
”ファーマーズマーケット”

成功するファーマーズマーケットの6つの条件

地産地消の実践の場として、アメリカではファーマーズマーケットという業態を確立しています。地域と食を繋ぐ場としての役割を担っているファーマーズマーケットには、6つの条件があります。

① 生産者による対面販売

対面販売することで、自然と対話が生まれ、その繰り返しが消費者と生産者の親密な関係性が築きます。

② 週に一回のマーケット開催

週に一回マーケットを開催することで、生産者の出店の負担を軽減することができます。

③ ローカル圏内の人のみ出店可能

定めたローカル圏だけの人をいれることで、より本格的な地産地消を実現します。

④ 出店構成の50～90%が生産者出店、それ以外は食品加工品・飲食店出店。

ファーマーズマーケットは、生産者のための市場です。そのため、出店は生産者中心で構成されています。

⑤ 地域コミュニティの創造

地域の人々が集まる場として、出店者と消費者・出店者同士・消費者同士のつながりを生み出します。

⑥ 建物ではなく、野外にブースを設置

商店街や駐車場、公園などの空きスペースを使って展開するため、建物を必要としません。



POINT
3

日本型ファーマーズマーケット開発メソッド

1. 目的別マーケットの全体図と運営

ファーマーズマーケットの条件から、以下のような業態を提案します。

ファーマーズマーケットのルール

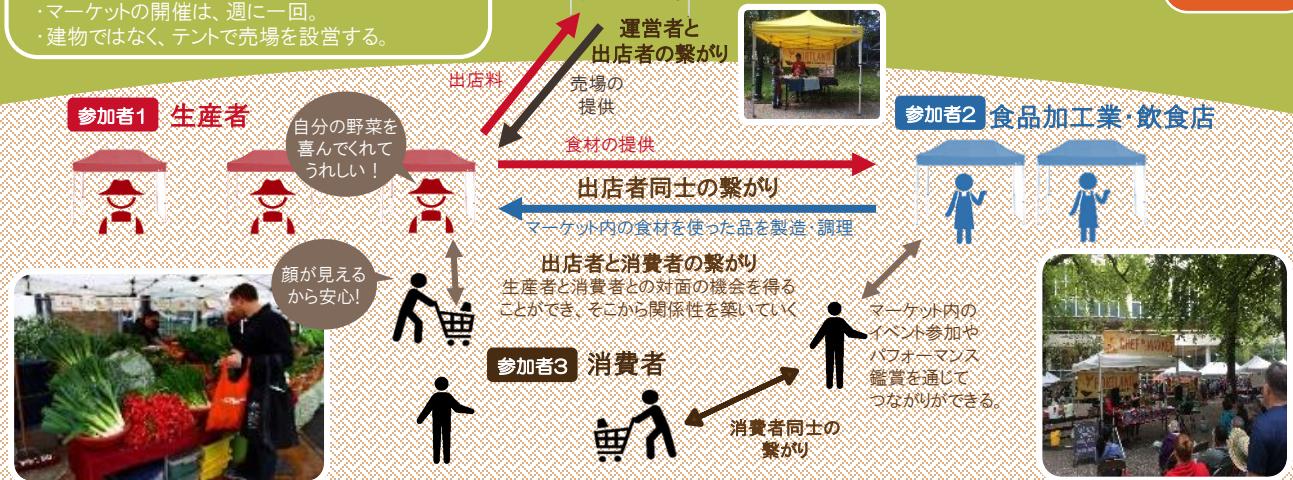
- ・生産者が直接対面販売
- ・60km圏の出店者だけが入れる
- ・出店者のうち50%以上は生産者
- ・マーケットの開催は、週に一回。
- ・建物ではなく、テントで売場を設営する。

<業務内容>

1. マーケット運営
2. 出店者選定
価格・味・プレゼン・ローカルの4段階で評価
3. イベント・パフォーマンスの実施

【開催地】

1. 公園
2. 駐車場
3. 商店街
4. 大学構内



自社に適したファーマーズマーケットの形は?

店舗数(店舗)	生産者割合(%)		
	50	70	90
30	ビジネス型	ナイトマーケット型	地域密着型
50	観光滞在型		都市集客型
75			
150			

開催当初は、15店舗以上の地域密着型からスタート!!その後に適した業態にステップアップしていきます。

ここが入口!!

提案する5つのマーケットの紹介

提案させていただく5つのマーケットは、「立地」と「対象」によって、店舗数や生産者割合が異なります。



都市集客型

中～大都市で、消費人口が多い場所で展開する大型マーケット

店舗数: 75～150店舗
生産者割合: 90%
場所: 大学構内、大型公園



ビジネス型

ビジネス街でランチの場としても活用できるマーケット

店舗数: 30～50店舗前後
生産者割合: 50%
場所: 街中の公園や商店街

都市部



観光滞在型

観光客に対して、地域の暮らしを紹介するマーケット

店舗数: 75～150店舗
生産者割合: 50%
場所: 郊外の観光施設

観光地



地域密着型

1km圏内の地元住民たちで継続していくマーケット

店舗数: 15～50店舗
生産者割合: 90%
場所: コミュニティセンターや駐車場



ナイトマーケット型

主婦層に対して展開するナイトマーケット

店舗数: 50店舗前後
生産者割合: 70%
場所: 商店街、路地

郊外