

美しい本拠地、美しい村（ヴィレッジ）

本館、本拠地、ヴィレッジ
の新規開発とリボーン開発

Common & Community & Garden

ヴィレッジセミナー2025

進化し続ける、憧れの本拠地を創る
企業の**世界観**を伝える場

2 / 1 9 (水)

13:45-17:10

トラストシティ・
カンファレンス・
丸の内

※録画配信あり

300坪からの規模別開発
本館・本拠地・ヴィレッジの開発

Village

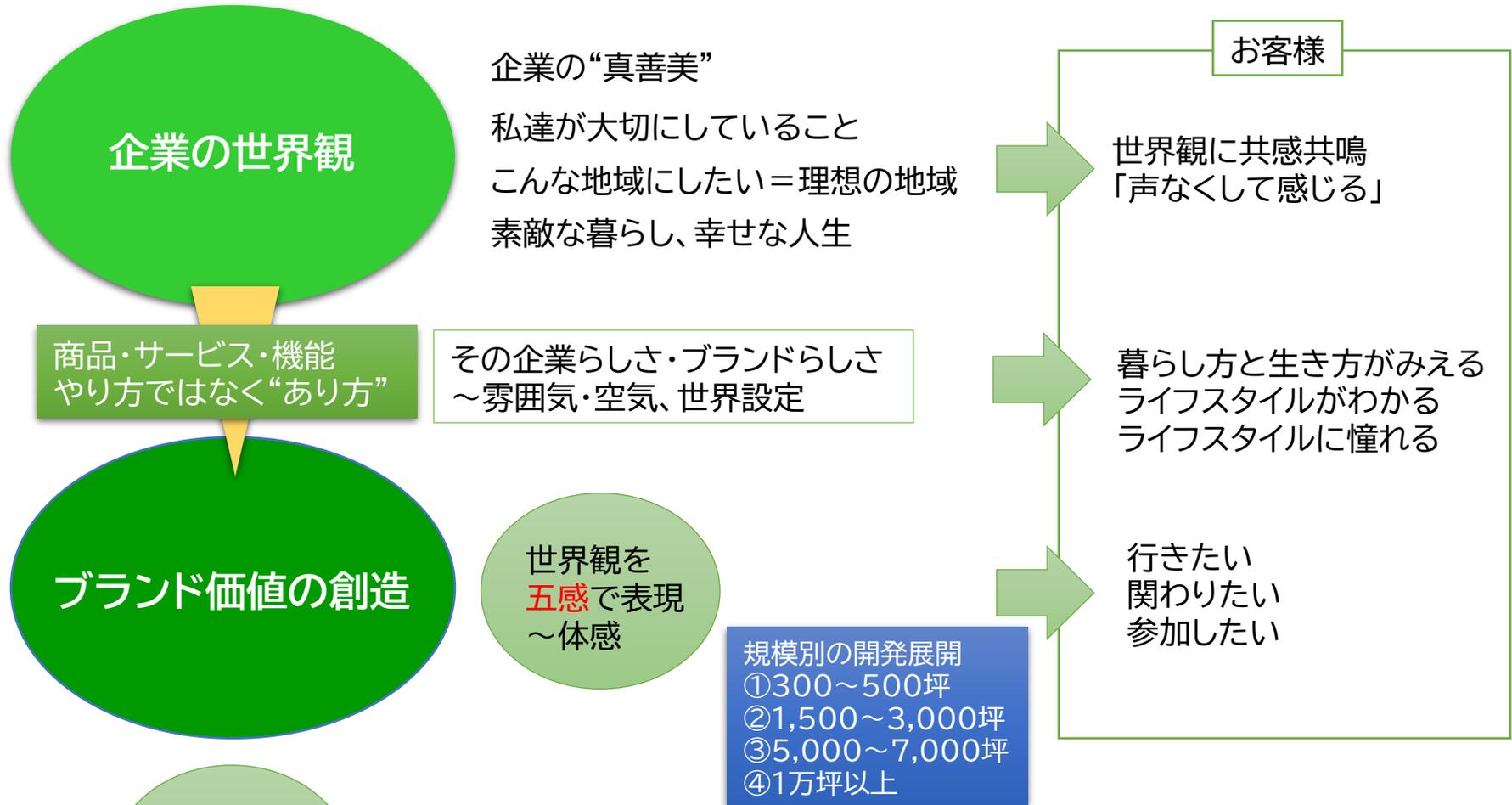
憧れの本館、憧れの本拠地＝ヴィレッジは、世界観を提示する場。

世界観を創ることにすべての本質がある。

今後、“地域の公性・集いと仲間・四季を感じる庭”が重要な要素となります。

企業にとって、ブランド価値の創造とは、世界観の暗示

お客様が、企業をどう見ているか、捉えているのか？それに応える場がヴィレッジ。

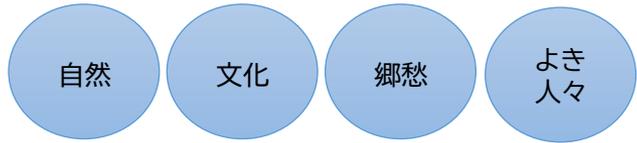


世界観を社員が明示する場が「ヴィレッジ」

企業・ブランドのアイデンティティはヴィレッジの“社員の行動”に現れる。
お客様にそのブランドらしさを定着させる。

ヴィレッジのモデル「魚沼の里」から学ぶ！

企業の世界観を表現し、お客様に世界観を体感してもらう場がヴィレッジ
「八海山 魚沼の里」
 →八海山の世界観、地域(魚沼)の文化&アルコール文化を感じる
 “憧れの本拠地”



製造工場(日本酒、焼酎、ビール、菓子)
 物販(自社商品、地域食品、菓子、雑貨)
 飲食(そば、おにぎり、食堂)、カフェ
 料理教室、資料館、ガーデン、農園
 雪室、貯蔵庫
 地域ブランド支援(肉、ジェラート、パン、コーヒー)

Common & Community & Garden

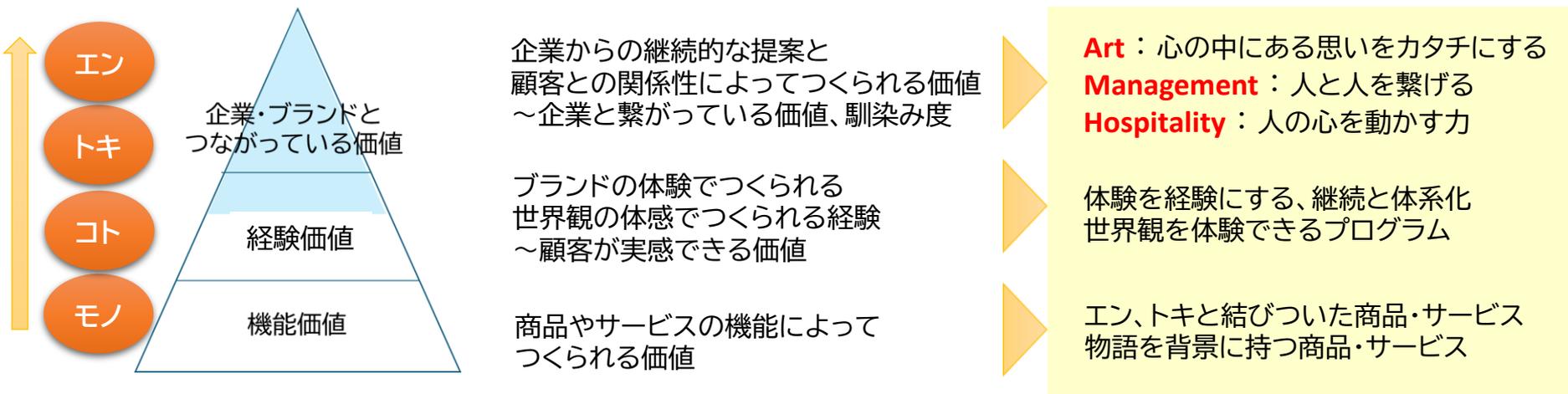


年々発展し、**進化&深化するヴィレッジ**
 ~商品・サービス付加、機能の拡がり、動機拡大、滞留時間の延長

価値観と人間の变化

コロナを経て、人々の価値観が大きく変化しました。
AIの時代、人間の本質的な願いを求める様になりました。
～人間は人間に感動する。大切なものはお金で買えない。

モノからコトへ、そして今トキと、エンの時代に。そこに対応した施設、商品、サービスを提案できていますか？

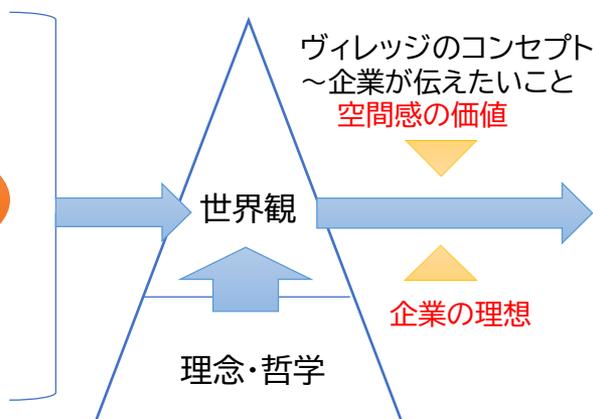


集客の4要素: 時代で変わらない魅力



「小さな夢、少しの贅沢」を叶える

企業の理念・世界観を機能、商品、サービスに落とし込む＝一貫性と「空気の価値」



【人間性価値中心主義】

独自性価値 = 名物商品・オリジナル商品
～地域素材、自社の強みをベースとした主力商品
物語(ナラティブ)と言葉

記憶価値を創る経験
～体験教室を経験にし、教養とするプログラム

時間価値 & 滞在時間の延長化
～ヴィレッジで過ごす時間の価値と動機開発

つながり価値づくり
～同志的結合をつくるコミュニティづくり

ヴィレッジの新しい取組み

ヴィレッジにおける、8つの新しい取組み。
“良き記憶” = 人間と人間の関係性の中に存在する。
世界観を提示「こんな未来はどうですか」「こんな未来に進んでいきます」

世界観を、8つの取組みでデザインする。～感じる、体感できる場をつくる

取組み1

ショッピングガーデン

Garden

Nature

花と緑の自然に囲まれた店舗
庭での収穫→体験、素材活用
節の変化と歳時記を体感させる



取組み2

ENGAWAコミュニティ

Community

Nostalgia

Fantasy

地域の人が集うサロン、Engawa
顧客参加型、コミュニティ活動
つながりをつくり、個別対応する



取組み3

ファクトリースタアの深化

Common

Culture

Nostalgia

一部実演から、本格ファクトリーへ
顧客ニーズへの対応&交流
地域に開かれたファクトリー



取組み4

福祉の要素の展開

Common

Culture

Fantasy

地域福祉の役割～幸せに寄り添う
人が集い、笑顔が満ちる場づくり
地域の組織やボランティアと連携



取組み5

“農”への深い関り

Garden

Nature

Nostalgia

農業との連携、物語づくり
自社の“農”への取組み
～主力素材の関り、独自性の源



取組み6

体験を経験にするスクール

Community

Culture

Fantasy

体験が経験となるプログラム
感性を磨き、人との関係をつくる
顧客の経験知を高めていく



取組み7

地域商品育成“試食の場”

Common

Nature

Culture

売るのではない、体験して伝える
試食体験専門の場の展開
地域の隠れた逸品の発見&育成



取組み8

販売員からコンシェルジュへ

Community

Nostalgia

Fantasy

個別対応力 世界観を伝える
お客様の願いを引き出し叶える
親身になって共に考える



既存のヴィレッジで、“繁盛病“に陥らないで、新しい取組を行い、進化&深化しているところは、今後ますます、お客様の支持を受けて発展しています。

セミナー開催概要

【講座スケジュール】

時間	講座タイトル	講師
第一講座 13:45-14:40	これからのヴィレッジ、地域を創り、つなげる 良き記憶をつくる	株式会社S・Yワークス 代表取締役 佐藤 芳直
第二講座 14:50-16:00	ヴィレッジ新業態提案① お客様の心を動かし、集客する 規模別の本館・本拠地・ヴィレッジ開発	株式会社S・Yワークス 常務取締役 葛西 孝太郎
第三講座 16:10-17:10	ヴィレッジの新業態提案② つながりをつくり、同志的結合を創る 経験価値と繋がる価値を具体化する	株式会社S・Yワークス 常務取締役 葛西 孝太郎

【ご参加費用】

■会場参加・録画配信ともに同一料金です。

33,000円/お一人様

セット料金 2名パック:61,600円 3名パック91,300円 (料金は税込です。)

【参加方法のご案内】

■会場参加

トラストシティ・カンファレンス・丸の内

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1丁目8-1

■録画配信

配信期間: 2025年 2/26(水)~3/5(水)

※セミナー申込用紙(別紙)をご記入いただきFAXでお申し込みください。

講師紹介

代表取締役 経営コンサルタント

佐藤 芳直

早稲田大学商学部を卒業後、株式会社日本マーケティングセンター(現 株式会社船井総合研究所)に入社。20代から一躍トップコンサルタントとして第一線で活躍。1994年、当時の上場企業最年少役員に就任。2006年3月、同社取締役常務執行役員を退任。同年4月に家業である会計事務所を統合し、財務戦略と経営コンサルティングを主業とした株式会社S・Yワークスを設立、代表取締役に就任。「経営の目的は永続にあり」の哲学のもと、「百年企業の創造」を提唱し、その一貫した佐藤哲学には熱烈な信者が数多く存在する。



常務取締役 経営コンサルタント

葛西 孝太郎

様々な業種・テーマのコンサルティングを行っている。企業の業績向上、新ブランド開発、新業態開発、ヴィレッジ開発に数多くの成功を収めている。また企業の一体化コンサルティングにも多く携わり、企業理念の構築と浸透、企業のグランドデザインづくり、ビジョン策定、EH(社員幸福)に取組んでいる。



株式会社S・Yワークス

〒980-0811

宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25NSビル8階

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

担当: 葛西・山田

