

直近プロデュース店舗一覧

2022年6月グリーン雑貨店「[GRADENING STUDIO](#)」プロデュース

2022年8月グリーン雑貨店40店舗目プロデュース「[Lacca](#)」プロデュース

2022年10月グリーン雑貨店「[Lana Garden](#)」プロデュース

2023年3月グリーン雑貨店「[kiitos∞](#)」プロデュース

2023年3月グリーン雑貨店「[UZU Garden](#)」プロデュース

2023年4月グリーン雑貨店「[Hachi green & garden](#)」プロデュース

2023年7月グリーン雑貨店「[niwa to ki terrace](#)」プロデュース

2023年8月グリーン雑貨店「[Renoplus+](#)」プロデュース

Birth&Rebirth加盟店

2012年からビレッジ戦略を発信<10周年> 47拠点プロデュース

2w no s

Lana Garden (山形県米沢市)
life with a green

niwanoso (富山県立山町)

HANAMIZUKI green (宮城県仙台市)

HAARU Green Planning **HAARU** (滋賀県高島市)

HODO HODO 松江店 (島根県松江市)

HODO HODO 平田店 (島根県出雲市)

Lacca (福島県郡山市)

SPROUT ブリトマート店 (福島県田村郡三春町)

SPROUT AMEKAZE West店 (福島県郡山市)

kiitos∞ (茨城県境町)

GREEN VILLAGE (東京都新宿区)

Hachi (東京都世田谷区)

niwa to ki Terrace (山梨県河口湖)

GRADENING STUDIO (愛知県江南市)

A GARDEN CREW (滋賀県蒲生郡竜王町)

Renoplus+ (鹿児島県鹿児島市)

GREEN VILLAGE aNup & Life

Hachi green & garden

GRADENING STUDIO

A GARDEN CREW

2022年10月 グランドオープン

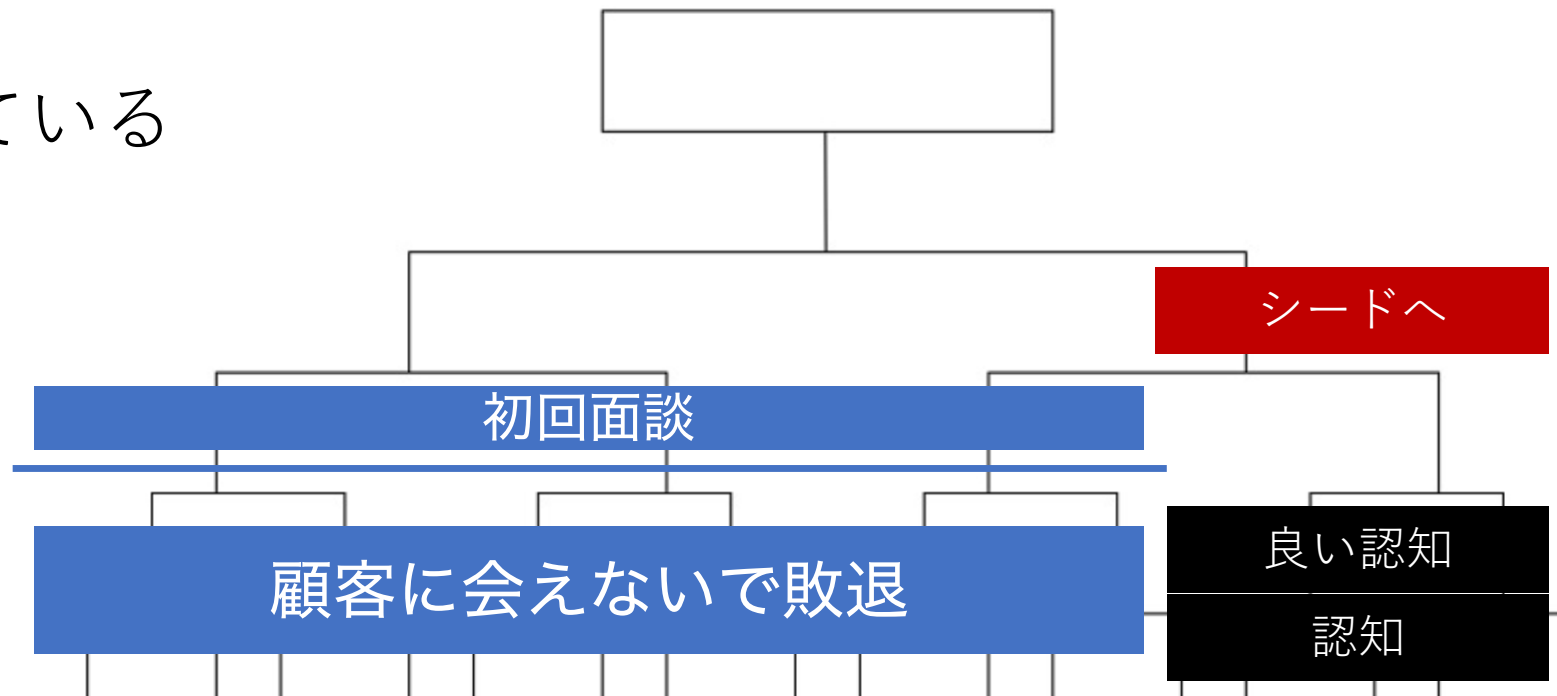




住宅営業はトーナメント戦

検討客に会うのが難しい を解決するビレッジ戦略

- 数・量が多い
- 売り先が有名所（結果が出ている）
- みんなが知っている
- 知り合いがいる。推している
- 歴史が長い
- 家柄が良い
- 人が集まる



ビレッジ戦略の狙い

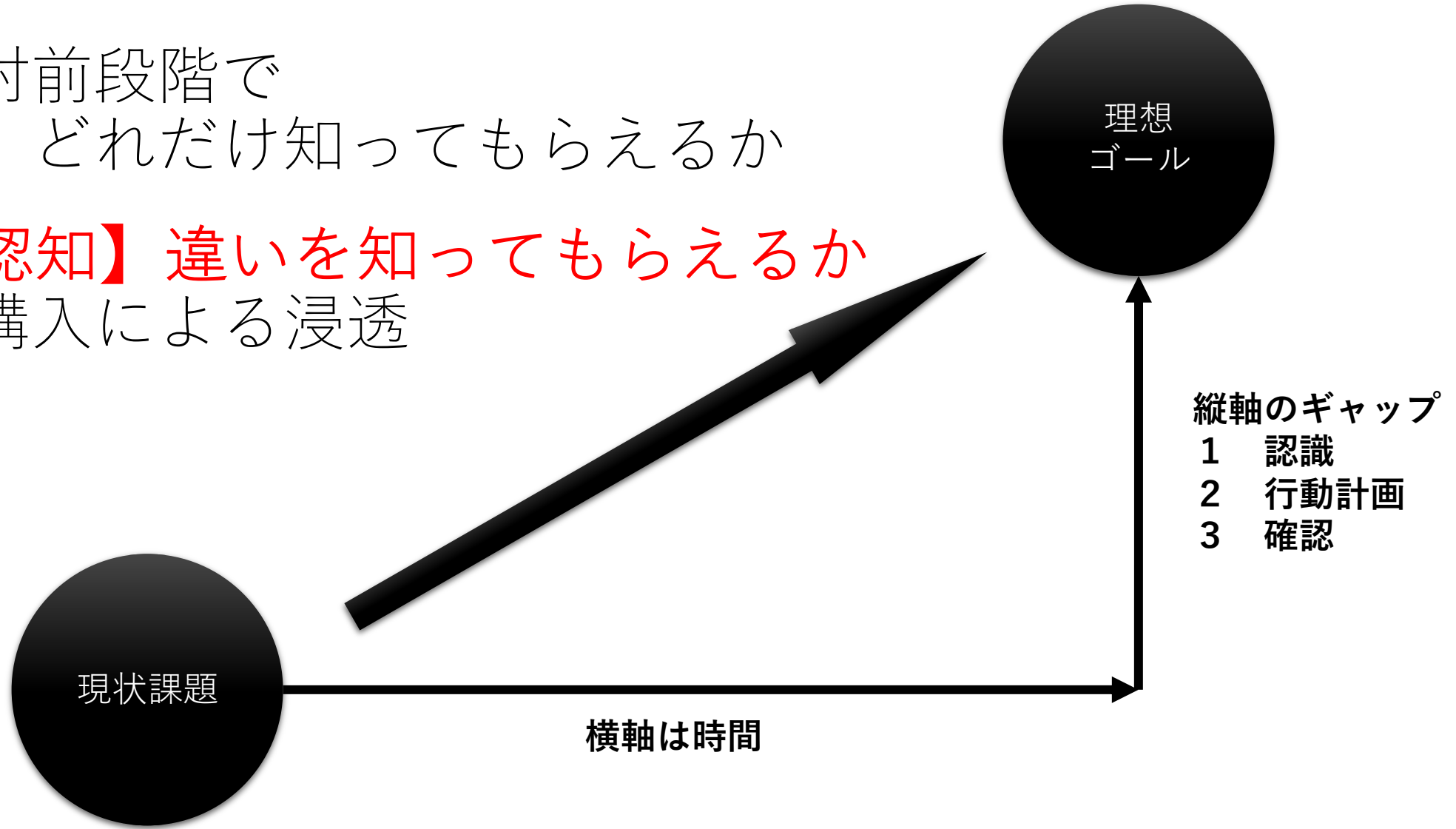
→さらなる認知・ブランディング

住宅検討前段階で

【認知】どれだけ知ってもらえるか

さらには

【良い認知】違いを知ってもらえるか
=購入による浸透



地域で勝ち残る 想起の重要性Zero Moment of Truth

想起が購入の意思決定に大きな影響を与えている
勝負は想起でほぼ決まっている

ネットやSNSの普及によって、消費者は店舗に行く前に
検索、口コミの読み込み、SNSでの接触などを通して
実質的な購買意思決定を済ましてしまうと考える概念

ターゲットセット

地域ターゲッ
ト／ペルソナ

会社で取り組む



X%

認知

知っている

知らない

Y%

購入

店舗で取り組む

A%

購入あり

購入なし

B%

想起集合 evoked set

$\alpha\%$

次回
買っていい

次回
買わない

$\beta\%$

実際買った

買わない



BEFORE



AFTER



ビレッジ戦略とは、「ブランディング」向上戦略 会員数370(2023年7月末)

企業価値を向上させる
価値 = 有形価値 (製品) + **無形価値**

消費者 (個人・法人問わず) の **心に蓄積されていく勝手な「イメージ」**
ブランド・ロイヤルティ (素敵な外構デザインといえば、、、「xxx」)
ブランド認知 (あ、「xxx」の新しい現場が工事がはじまった)
知覚品質 (「xxx」の外構デザインならならぬ間違いはないだろう)
ブランド連想 (ex: 「xxx」 = 丁寧な施工ですよ)



UZUGARDEN

京都府城陽市

2023年3月オープン

営業時間：10:00-17:00



ご好評につき、3回

お月見苔玉 ワークショップ 9/17(日)

1部 10:30~12:00
2部 13:30~15:00

雨蘭 URAN

好きになったら
離れられない

大塚生まれ大塚育ちのなごりこころ。父が韓国、母が人のハーブ。小さい頃から音楽を聴くのが好きで、父と韓国のお歌(ソング)を聴くことが日常茶飯事だった。20歳の時にギターを独学で学びSNSを中心に音楽活動をする。現在は大阪のライブハウスを中心に活動している。言葉一つ一つを大切に誰か一人にでも届く曲を書くことを目標に日々歌を歌っている。

QRコード: twitter, instagram, youtube



UZUGarden
オリジナルのコーヒー付き
ご予約はコチラから

場・所: UZUGarden/キタザワ産菓 2階
定員: 各10名
受講料: 3,000円(税込)
持ち物: ハサミ(園芸ハサミ): 持ち帰り袋
お申込先: キタザワ産菓内UZUGardenおよび
TEL: (0774)-52-5111まで
営業時間: 10:00~18:00
締切切り: 第3回...9月16日(金)

講師: 伊原木香奈 先生

UZU Garden
/キタザワ産菓株式会社

住所: 〒610-0101 京都府城陽市平川東条南40-1
電話番号: (0774)52-5111
サイト: <https://kitazawa-sangyo.co.jp/>



Lacca

福島県郡山市

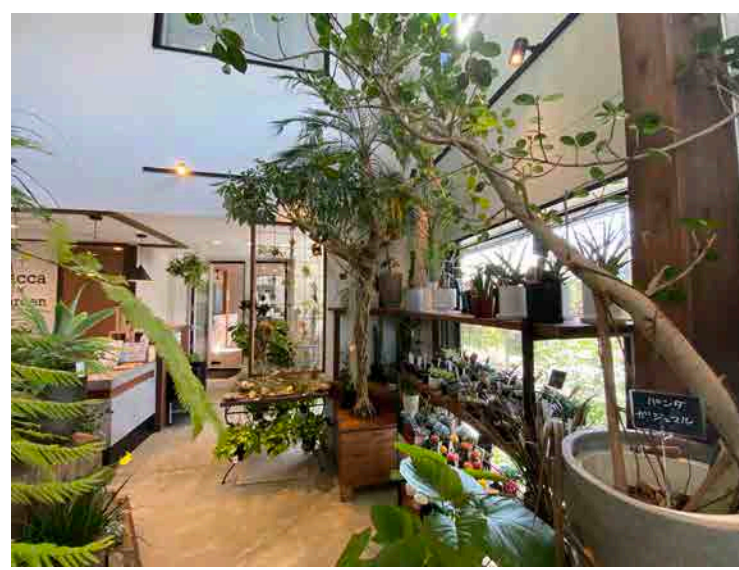
2022年9月オープン

営業時間：10:00-17:00

定休日：毎週火曜、水曜

スタッフ：2名（社員2名）

<https://lacca.life/> @lacca.2022





ビレッジ戦略のKPIは住宅事業へのトスアップ

2023/8/21 日報 住宅事業（外構）へのトスアップ

- ・ 会員累計登録数 : 532人
- ・ インスタフォロワー数 : 1589人 昨日比 :
- ・ 所感

本日はお庭のご相談のお客様がご来店され、丹野さんにヒアリング対応をしてもらいました。

吉成建築のOBさんのお知り合いとの事です。

実際、吉成建築のお庭を観て、気になってLaccaに足を運んでいただく流れは、とても良い流れだと思います。

また、Laccaに実際足を運んで枕木や雰囲気など見学をし、他社でも見積を出してもらってはいるが、Laccaでも見積を出してもらいたいと思って、声をかけてくださりました。エクステリア担当の丹野さんもいるので、協力して、進めていきます。

GRADENING STUDIO

愛知県江南市

2022年6月オープン
営業時間：10:00-17:00
定休日：毎週火曜、水曜
スタッフ：4名（社員1名、パート3名）
<http://www.gradening.jp> @gradening.studio



Before
↓



After



GRADENING STUDIO

愛知県江南市



『ゼロエミッション戦略』の手始め

トヨタの環境戦略の一環として、取り組むゼロエミッション

ビレッジ戦略をベースにした
当事業に取り組んでどうなったか

GRADENING STUDIOの取り組み 2022年6月～2023年2月（9カ月）

グリーン雑貨店&マルシェから

- * 新 築：送客46組→契約 3組（契約率7%）
- * リフォーム：送客66組→契約28組（契約率42%）
- * ガーデン：送客76組→契約20組（契約率26%） + 見込み10組

現在外構事業 売上1億円突破・来期2億円目標へ 2名体制

ビレッジ戦略背景

ダブルジョバディの法則

- 浸透（来店・購買）が進まない限り、地元でのブランド力をあげることができない
 - 浸透率が低いブランドほど、購入顧客は少ない
 - ニッチ（低浸透率）で高いブランド作るのは難しい

住宅検討前

【未認知】 企業 店舗 【認 知】

店舗●●● と住宅会社は繋がってなくても良い

住宅検討

【認 知】 企業 = = = 店舗 【良認知】

検討客が住宅会社をみつけたとき、
店舗●●● って ○○○さんだったの！！！！

このときに良い認知が住宅検討のシードへあがる

浸透率
高

HAARU

滋賀県高島市

2020年10月オープン

営業時間：10:00-17:00

定休日：毎週火曜、水曜

スタッフ：5名（社員2名、パート3名）

<https://haaru.jp/>

[@haaru_green_planning](#)



HANAMIZUKIgreen

宮城県仙台市

泉マルシェ出店 9/23(金・祝)



HANAMIZUKI
green

OPEN / 11:00-17:30
定休日 / 火・水 (祝日休業)
仙台市泉区大沢3-4-1
(ハルビゲル内 仙台)
TEL / 090-3763-3783

Instagram
Instagram
毎日更新中

HODO HODO平田店

島根県出雲市

2015年3月オープン

営業時間：10:30～17:30

定休日：毎週月・火曜日、第2・4日曜日

スタッフ：2名（店長（パート）1名、パート1名）

<https://hodohodo.storeinfo.jp/> @hodohodo2015



HODO HODO松江店

島根県松江市

2017年7月オープン

[@hodohodo_matsue](https://www.instagram.com/hodohodo_matsue)

営業時間：10:30～17:30

定休日：毎週月・火曜日、第2・4日曜日

スタッフ：3名（店長（パート）1名、パート2名）



A GARDEN CREW

滋賀県蒲生郡竜王町

2017年4月オープン

営業時間：10:00-17:00

定休日：毎週水曜、第3火曜日

スタッフ：7名（社員1名、店長（パート）1名、パート5名）

<https://shop.agardencrew.jp/>
[@a_garden_crew](#)



A GADEN CREW

滋賀県蒲生郡竜王町

<https://shop.agardencrew.jp/about>



MOV SQUARE 近鉄百貨店

滋賀県草津市



interior



 **MOV SQUARE**
[モヴ・スクエア]

2022/9/1^{THU}

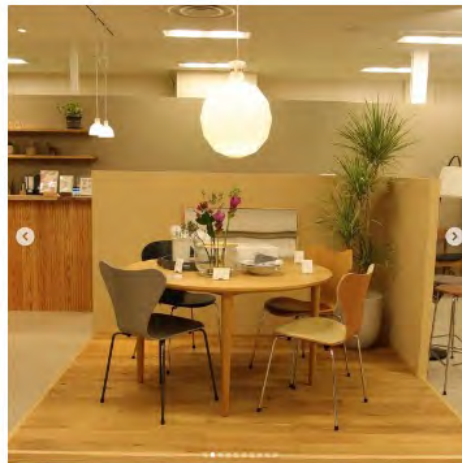
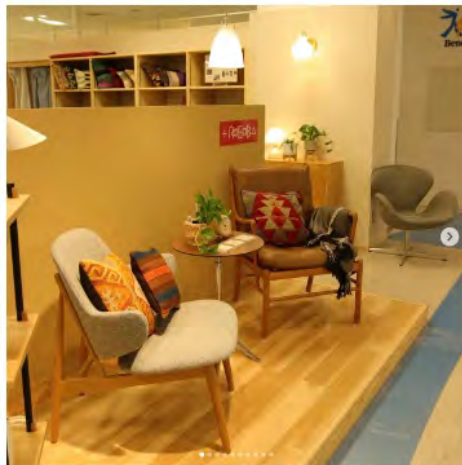
NEW OPEN

in 近鉄百貨店 草津店 4階

green



outdoor





mass



mass
実は...

#sno
#sky
#火の
大洋
#inst
#inst

53週間



n.yur

53週間



いいね！17件

2021年2月6日



コメン

会員500で注文1棟受注モデル

+庭、+リノベ・リフォーム、+不動産

• 住宅反響=

ブランド力 * 認知力 * アクセスのしやすさ * 商品力 * 価格帯

ビレッジ戦略はここを改善

niwanoso

富山県中新川郡立山町

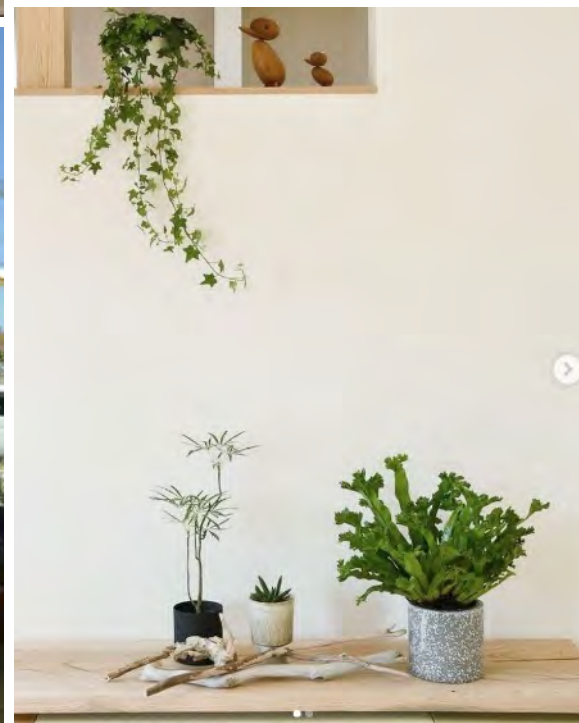
2018年7月オープン

営業時間：10:00-17:00

定休日：毎週火曜、最終水曜（最終水曜はスタッフミーティング開催）

スタッフ：5名（社員2名、店長（パート）1名、パート2名）

<https://www.niwanoso.jp/> [@niwanoso](#)



ビレッジ戦略事例紹介 niwanoso

木の香 前川建築（富山県）

2012年セミナー受講

2018年niwanosoオープン

完工棟数も着実に伸ばし続ける前川建築。3年目を迎えた前川社長とエスティナ立山・グリーン雑貨店niwanosoマネージャー堀さまの2020年8月のインタビュー動画



<https://village2020.jp/category/interview/>

ビレッジ戦略事例紹介 niwanoso

木の香 前川建築（富山県）

2012年セミナー受講
2018年niwanosoオープン

完工棟数も着実に伸ばし続ける前川建築。3年目を迎えた前川社長とエスティナ立山・グリーン雑貨店niwanosoマネージャー堀さまの2020年8月のインタビュー動画



<https://village2020.jp/category/interview/>

Renoplus+がグランドオープンしました

中古物件販売やリノベーションを通じて、お客様のライフスタイルに寄り添った多様な住宅スタイルを提案している [株式会社ビジネスパートナー](#)（鹿児島県鹿児島市）が、8月4日に観葉植物×インテリア雑貨×DIYパーツのお店『[Renoplus+](#)』（リノプラス）をグランドオープンしました。







🌿
お待たせいたしました！！
8月プレゼント企画のご当選者です。
皆さま、沢山のご応募を頂き、
ありがとうございました🙏

弊社代表による、厳選なる抽選の結果、
Aさんがご当選されました！
おめでとうございます🎉
(写真掲載の許可を頂いております🙏)

そして嬉しいことに、直接お渡しし、
お礼をお伝えすることができました。
ありがとうございました🙏

また、10月にもプレゼント企画を予定しており
皆さまお楽しみに、お待ちしております🙏
編集済み・3週間前

👍 🗨 📧

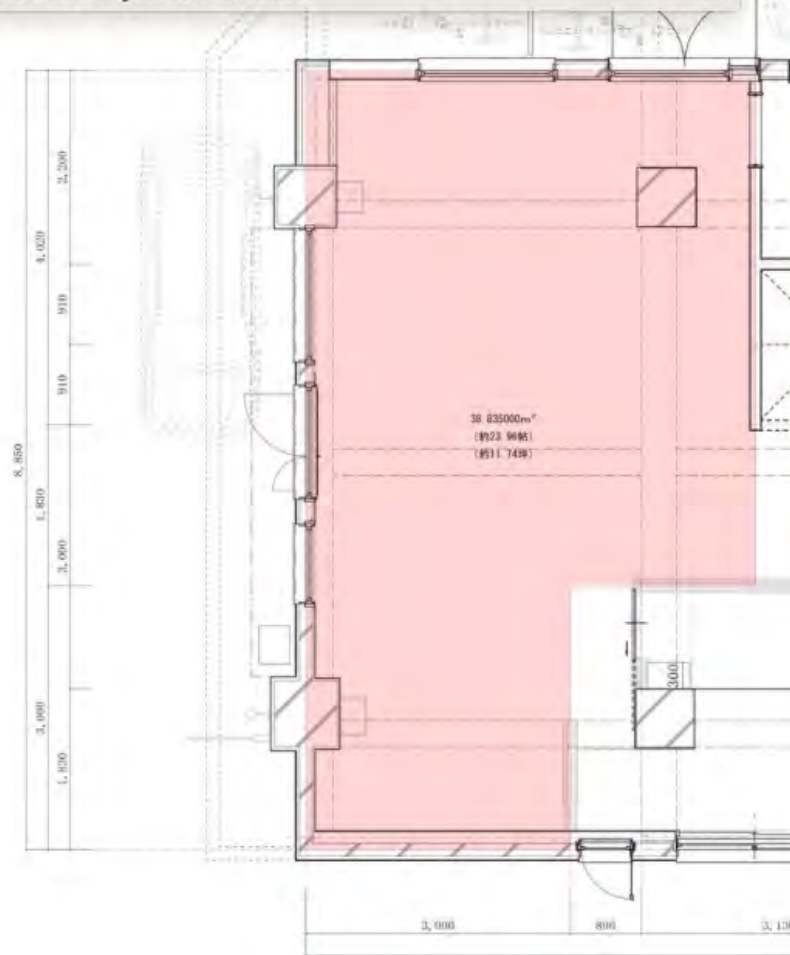


「リノベーション事業にプラス」「おうちにグリーンやインテリアをプラス」などの意味を持たせ『Renoplus+』という店名にしました。



自分好みにインテリアアレンジするDIYグッズも充実している

https://click.mlsend2.com/link/c/YT0yMzAyNjA4NzE4MTkxMTM4NzE0JmM9cjlhOSZIPtc1ODg0OTY1JmI9MTlwNDc2ODY2NyZkPWk4cjZnOGU=.T_RJ5pwoemxMCJ8h2wIMAotdyMDX72J9JjBsxI3GmIM



店舗面積は約39㎡

なぜ、ブリッジ戦略を取り組むのか

コモディティ化する商品・サービスの差別化対策として

自社の価値観を伝える

※コモディティ化・・・商品の市場価値が低下し、一般的な商品・サービスになること

模倣困難性を高めるには、

合理的に組み合わせられたものはコモディティ化する



※コモディティ化・・・商品の市場価値が低下し、一般的な商品・サービスになること

模倣困難性 他社に対して

- 1.蓄積経緯の独自性 (historical uniqueness) : 企業が時間をかけて組み合わせて蓄積したリソース群ほど、その企業独自のものとなるので模倣されにくい。
- 2.因果曖昧性 (causal ambiguity) : 因果関係が複雑なリソースの組み合わせほど、「そのなかで何がいちばん大事なのか」「価値を出す根本の原因は何か」がはっきりしないので、他社は模倣しにくい。
- 3.社会的複雑性 (social complexity) : リソースが複雑な人間関係・社会的関係に依拠することだ。例えば、企業内の複雑な人と人の関係、企業文化、顧客やサプライヤーへの評判。社会的複雑性が高いほど、他社がそのリソースを活用したり、扱ったりすることが難しくなる。

世界標準の経営理論より (入山 章栄)

模倣困難性を高めるには？

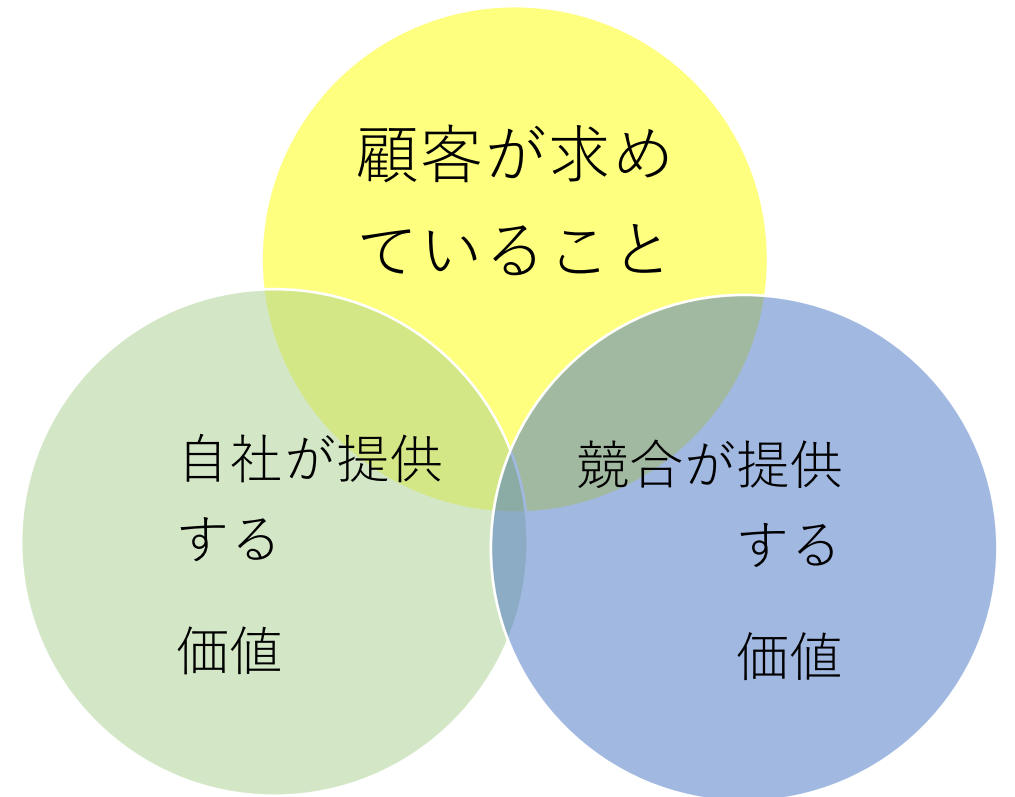
好きなこと・やりたいことや
自分の中の「アート（価値）」を事業に組み込む
顧客の感情（好感）をとりこむ

非合理性

- 非効率・無駄（余白）
- 不便（アクセス悪い/自然の中）
- ロジックでは人は動かない
- 他社からみれば無駄
- 価値観

価値VALUE

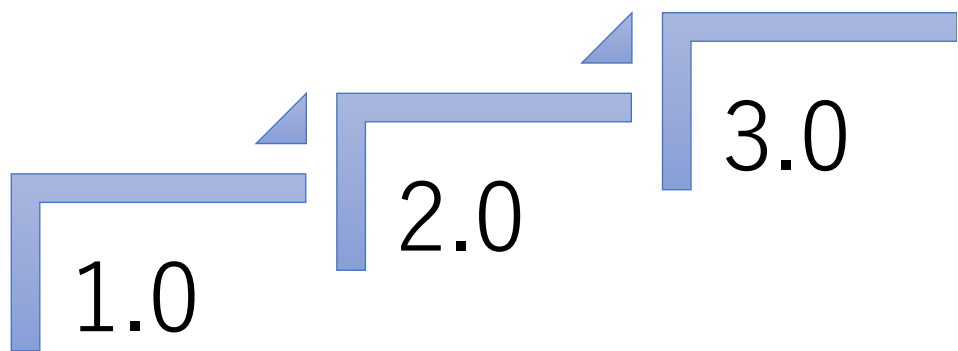
マーケティングは3.0以降の世界へ





マーケティングの変遷

マーケティング1.0、2.0、3.0の比較



	商品 少	顧客 多	顧客 競
	マーケティング1.0	マーケティング2.0	マーケティング3.0
	製品中心のマーケティング	顧客志向のマーケティング	価値主導のマーケティング
目的	製品を販売すること	顧客を満足させ、つなぎとめること	世界をよりよい場所にすること
可能にした力	産業革命	情報技術	ニューウェーブの技術
市場に対する企業の見方	物質的ニーズを持つマス購買者	マインドとハートを持つより洗練された顧客	マインドとハートと精神を持つ全人的存在
主なマーケティング・コンセプト	製品開発	差別化	価値
企業のマーケティング・ガイドライン	製品の説明	企業と製品のポジショニング	企業のミッション、ビジョン、価値
価値提案	機能的価値	機能的・感情的価値	機能的・感情的・精神的価値
顧客との交流	1対多数の取り引き	1対1の関係	多数対多数の協働

3つの価値

機能的価値だけではコモディティ化する

車を例にとると、
機能) 移動手段としての機能
感情) 運転する喜び、所有へのプラス感情
精神) メーカーへの価値観の共感



情緒的価値

精神価値

- 世界をよくする活動に**共感**等
- 価値観・信念・社会性

感情価値

- **心を動かす**
- 商品外 (店舗・インテリア・音楽・接客・コミュニケーション)

機能価値

- 真似されやすい
- 成功の十分条件

精神的価値として「安全」を全面に VOLVO

精神価値

SocialGood

- いいモノやサービスを作って売るビジネスは飽和状態で、クオリティを上げれば良かった世界は終わっている
- 先進国の所得が高い人たちを対象としたビジネスは、モノやサービスの“意味”や“意義”を強く求められる
- 値段よりもポリシーを重視する動きが少しずつ進んでいるのは事実
- **働く会社に精神価値をもとめる若い世代**

STARBUCKS
RESERVE®
ROASTERY
—
TOKYO



ビレッジ戦略とは

私たちは、新築見込み客の減少が見込まれる住宅市場を勝ち残るための策として、「ビレッジ戦略」を提案しております。

ビレッジとは「集客村」を意味します。

住宅会社がショップやワークショップ等を運営することで、エンドユーザーが気軽に集える場・ベースをつくり、会員化して囲い込み、リアル&WEBによる継続的な情報発信と、会話する頻度を上げることでファンに育て、新築住宅、リフォーム、不動産、**外構**と複数の商品を提案することで、**一人のお客様からLTV（顧客生涯価値）**を自社にもたらし
ていただくことを狙う戦略です。

LTV

一人、あるいは一社の顧客が、特定の企業やブランドと取り引きを始めてから終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの。

ビレッジで集客

エスティナでマネタイズ

さらには

住宅・非住宅受注でマネタイズ