

- ①経営の土台となる存在意義（ミッション、船の錨）を明確にします。  
（価値創造の知 第85～86夜に記載しています）
- ②事業コンセプトの『源泉』であり、マーケティングの「本質」です。
- ③禅（ZEN）の思考であり、元々日本人が得意とするものです。
- ④それは、「常識（執着）」を手放すコトであり、経営の再定義につながります。  
下図の『在り様』を見つけて、磨き上げます。  
引いて引いて見つける秘訣があるのですが、是非体得下さい。