

- 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。