

新しい消費者志向経営の要素

■ 消費者志向経営の3つの要素の意図するもの

消費者

一様な存在ではなく、特性が多様化している全ての消費者

※高齢者、外国人、障がい者、従業員

共感する

消費者との双方向コミュニケーションにより、消費者がわくわくする商品・サービス・体験を共有し、消費者とのWIN-WINの関係になること

社会価値

本業を通して、地域や社会の課題解決に寄与し、社会全体のサステナビリティの向上をめざすことから生み出されるもの