



【講演要旨】

1 社会へ提供する価値が問われる時代

企業は本業とは別の文脈でCSR活動を行い、非営利組織が社会課題に取り組むというように、営利活動と社会貢献活動は、これまで別々に実施されることが多かった。しかし、最近では本業を通じて社会課題解決を目指す潮流となってきた。企業として取り組む課題を見極め、コミュニティへ提供できる価値を明確化することの重要性が増していると言える。

哲学コンサルP！ 簽 calる施策を行ったこともある。

このように、哲学シンキングは問題の真因を問う力や、議論を構成。本来の意は、「洞察」や「物事を見抜く力」だが、マーケティングでは、消費者自身も気づいていない無意識の行動心理を指す。

STEP 0 場の設計

STEP 物 1