

コンシューマービジネス研究会

—BtoC・BtoBtoCの成功実例を研究する—



インフレ時代の幕開け 勝ち続けるためのビジネスモデルとは

コンシューマービジネス(BtoC・BtoBtoC)の多くの領域では、国内の人口減少に連動し市場規模の縮小が予測されている。

コンシューマービジネスにおける共通課題は3点ある。

①ビジネスモデルの疲弊 ②商品・サービスのコモディティ化 ③産業固有の低収益体質

COVID-19発生以降の激変する経営環境においては、社会課題や顧客課題の変容をいち早く的確に掴み、

自社のビジネスモデルそのものを見直していくことが求められている。

インフレ経済に転換する今をチャンスと捉え、「新たな価値」を創造するために、高収益、高成長を遂げる優良企業から、ビジネスモデルの要諦を学び研究していく。



Point

1

新たな事業創造

各分野の新規事業開発の実践例を学び、自社の新たな事業や商品・サービスを創造する

Point

2

グローバルシフト

海外進出の実践例よりその手法や具体策を学び、自社の本格的なグローバルシフトを検討する

Point

3

ブランディング推進

自社の事業や商品・サービスの価値を高めるためのブランディング成功例を学び、実践する

