

メモ：ケースにおける「問題」の捉え方 ～PROBLEMからISSUEへ

- *我々が直面するマーケティング現象には様々な問題（problems）が含まれている。我々はまずそこから一体何が課題（issues）なのか、何を優先的に検討すべきか、どのような方向で解決案を出さなくてはならないのかをまず考えなくてはならない。（社長から「この市場で何が問題なのか？」と問われたときにどう答えるのか。）
- *注意すべきは、問題をあげるとき人間は第三者的になりがち。当事者になりきって、次に我々は何をすべきか、が導きやすいように課題を考えなくてはならない。このためには、解決のイメージを描くことが必要になってくる。

