

■ 3C 分析

市場・顧客…顧客ペルソナ・ニーズ（商品・価格・感情）

競合…影響の数、動向、業績、方針、強み、弱み、地域性

自社…自社の方針、業績、顧客、強み、弱み、地域性

分析結果…市場やニーズに対しての自社方針