

企業イメージ例

① コア技術の転用

企業が長年培ってきた中核的な技術やノウハウ（コア技術）を、当初とは異なる分野や用途、市場に応用するパターン。

従来の強みを基盤に新たな市場を開拓し、持続的な成長を実現している。

（例：自社の素材技術を全く異分野の医療・環境分野へ展開 など）

② ブランド資産の再解釈

これまでに築いてきたブランドの価値や意味を、時代や市場環境の変化に合わせて再定義し、新たな価値として活用するパターン。

（例：伝統や老舗の価値を現代的に再構築した新たなブランド展開の実現など）

③ 顧客理解の深さを武器にする

顧客の顕在的なニーズにとどまらず、その背景にある本質や文脈、感情まで深く理解し、それを競争優位へとつなげるパターン。

（例：顧客のライフスタイルに寄り添うことで、新たな商品・サービスの提供 など）

④ グローバルニッチ企業

世界市場を舞台に、特定の狭い分野において高い専門性と競争力を有し、確固たる地位を築いているパターン。特定領域での卓越した強み。

（例：特定部品・技術分野で海外市場シェアを獲得 など）

⑤ 戦略的な社員教育による価値向上

人材を投資対象として捉え、戦略的・体系的な社員教育を通じて独自の企業文化を育み、生産性向上、イノベーション創出など、企業価値向上を実現。