



APPLE とステーブジョブス

令和6年8月26日

黒田インターナショナルコンサルティング

黒田 毅

独創性と創造性は、コンセプトとともに製品とブランを与える。これらは他への追従でない製品とブランドの構築は独自企業哲学とともに、それら現実を提案できることを意味するものである。

これらは技術という基盤とともに、底辺からの積み重ねと理解の蓄積が、その理解という現実を製品として提案できることを意味するのである。

これらは既存現実に対して、独自理解という企業行動と製品は、新しい現実の創造を提案できることを意味する。

これは製品化という現実への新しい考察なのである。これらはビジョンとコンセプトを自己製品において求めることでそれらへの指針ができるのである。

これらは独自考察や詳細な技術と製品への理解を有することで、市場において全く新しい製品とその需要の開拓を実現できるのである。

企業の飛躍は必ず製品とサービスを基盤とするため、これらへの理解は決して誤りでないのである。

これらはアメリカの創造性が挑戦とともにあることへ、成熟した企業という判断は、独創性が企業のソフト資産の永続性において可能性を有することができるという理解を得るのである。

これらは企業製品が確実性と品質要求を有することは完全に正しいのである。しかし独創性は機能性と技術システムにおける飛躍を求めることはコストと社内における製品とサービスへの理解の深耕を経て、その未来という可能性を提案することは可能なのである。

これらはアメリカの大学における創造性や進歩性という最後の現実へ直面するものである。しかし自己においてこれらを有することは可能なのである。これらは企業経営におけるコンセンサスや環境を整備し、これら現実を行うことで、それを可能とできるのである。



KURODA International
Create the future