



市場における要求性における企業価値の構築

令和7年5月14日

黒田インターナショナルコンサルティング LLC

黒田 毅

消費者の需要が企業価値を決定する。これらは生活と社会、国家における需要の大きさが、企業の価値を決定するのである。

これらは今日の社会転換において未来という現実が要求するこれら現実における基準と判断が株価などにおける企業の価値を正しく求めることができることを意味するものである。

これらは現実の転換という今日のデジタル革命や産業革命において、価値の転換が存在することを理解できると思います。

これらは生活における必要性が、既存現実へ価値を新たに求めるものであり、これらはビジネスの原則において、価値の転換が存在すると理解できると考えます。

これらが現実の再構築を行うものであることは正しい判断と理解であり、企業が自己の経営を求めるときこれら理解は新しい企業判断を行うものにおいて必要であると考えます。

これらは社会における価値観の再構築は、既存価値体系の変化と新しい社会構造の創造をこれらデジタル革命、産業革命において与えるものである。

これらが今日の世界の再構築であることは正しいと考えます。これらははるかに想像に勝る変化であり、新しい世界への転換なのです。

これら新しい現実には新しいルールを生み、それらルールにおける未来への参加ははるかに想像に勝るすぐれて現実へ企業と社員が参加できることであると考えます。

これらは新しい世界と未来がその葛藤と矛盾とともに今日の変化を収束するものであり、それらは過去を離れ新しい技術文明という未来が自由経済システムにおいて創出されるものであることは正しいと考えます。

新しい世界は経済において創造されるものであるのです。