



新しい価値の創造と未来

令和6年7月11日

黒田インターナショナルコンサルティング

黒田 毅

これらは時代という現実の変化へ企業とその企業製品とともに未来を求める必要性である。

これらは企業の方向性を明確にし、新たな企業におけるプロジェクトの構築とともに、それら変化という現実への対応を行うものである。

時代変化は市場における製品価値を変化させるものであり、市場の新式という正しい判断は必ず正しい経営判断である。

これらは新しい体系化とともに企業の再構築を提案するものである。これらはプロセスの簡素化や、より優れた企業システムへの転換とともに企業製品の再構築における新たな企業としての自己実現を可能とできるためである。

市場は明らかに新現実と基準を有するのである。それら変化は企業が自己転換を要求されることを意味するものである。

これらは全ての企業プロセスの再考と再構築において、新しいセグメンテーションにおける組織への移行を提案するものである。

これらは新しい効率性における企業経営への転換である。

また製品サービスへの自己コンセプトの要求は、新しい製品とサービスの価値の創造であり、企業が明確にそれらを明示し、企業の方向性を提示する必要性を有するのである。

これらは企業が次世代というキーワードを共有することを提案するものであり、これらが与える新しい可能性を自己とする必要性なのです。

市場基準の変化への対応は企業の必題であり、不可避の現実なのです。

これらは新たな企業マネジメントへの転換を提案するものであり、これら変化は新しい企業のビジョンや目標において、未来という現実への参加を与える選択と考えるものです。