



小売業における標準化とグルーピング

令和7年4月13日

黒田インターナショナル コンサルティング LLC

黒田 毅

既存小売業におけるトップブランドはその高い製品力と価格におけるアドバンテージを有する。これらがグルーピングと標準化を求めるとき、新たな小売業におけるシステムと現実を提案することができると考えます。

これらは各ブランドが有する高い製品力と価格アドバンテージにおいてそれらを小売業がすべての分野における製品の販売環境を提案することは最も優れた製品力と価格アドバンテージにおける自己経営を可能とできるのである。

これらはグルーピングと自己現実の囲い込みは、現状の全てのサービスや製品において今後それらがデジタル化において統一を求めるとき、それら個別グループの形成を求めることが予測できるのである。

これらは高い生産性や効率性における現実の転換は企業社会と社会生活における革命的な変化を形成するのであり、これらが今日の消費者価格の転換や、企業における新たな利益環境などにおいて、2分化する現実を与えているのである。

これらは企業連携が新たな帝国の建設を得ることができることであり、その必要性は今日明らかに大きなものである。

これらは小売業においてそれらを提示したものであるが、これらデジタル化とビックデータという新しい現実において、それら新たな企業システムが可能とする新しい現実は明らかに未来という可能性なのである。

優れた製品と価格における優位性は企業の絶対性を実現できるのである。これらは、その小売業において、製品を有すること、またそれら標準化した製品の提供が優れた製品と価格において実現できることは、企業の絶対的な安定経営を実現できるのである。

これらは企業のグループ形成においても等しいものであり、優れた製品の囲い込みは、自社グループにおける優位性の確立なのである。