

円安と製品と価格

令和6年4月29日

黒田インターナショナルコンサルティング

黒田 毅

円安における現実、輸出における新しい海外市場への参加を可能とするものである。しかし海外拠点における生産など、過去とは相違する現実が存在する。

製品は必ずその高い品質と機能性をグローバル基準において求められるのである。これらは価格対応における製品ブランドの展開を整備し、それら新しい可能性における企業行動を提案できるものである。

これらはブランドイメージを再度構築し、これらが価格対応における海外市場への需要へ企業行動を求めるとき、新しい現実が与えられることは存在するのである。

これらは海外市場へのアクセスを新たな方法において求めるとき、これらが新しい可能性を提案できることである。企業製品が優れ価格対応における販売を提案できることは、必ずその需要を有するのである。

これらは円安において、企業の海外展開が完全に異なる現実を与えているためである。

これらはまた国内生産拠点が、先端の生産システムを導入し、この高い生産性を得るとき、新たな生産拠点として国内が再度考慮できるのである。

これらは強い企業という、概念が、再度考慮されるべきである。企業製品の優秀さと価格対応、優れた生産環境は、明らかに強い企業なのである。

これらは海外製品との競争において、優れた企業製品と価格対応は、新たな企業の機会の創出なのである。

これらは企業の国際戦略を新たに求められるものであり、海外生産拠点との連携が、企業の正しい経営とともに、新たな現実の創出を得るのである。

これらは企業における新たな国際戦略を実現できるものであり、これらはアキラ何次世代における企業への脱皮とともに、その新たな可能性の実現を提案できるのである。