

<<日本最了不起的公司>>

图书基本信息

书名：<<日本最了不起的公司>>

13位ISBN编号：9787227044871

10位ISBN编号：7227044874

出版时间：2010年06月

出版时间：宁夏人民出版社

作者：坂本光司

页数：148

译者：蔡昭仪

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<日本最了不起的公司>>

内容概要

《日本最了不起的公司：永续经营的闪光之魂》分为两部分。

第一部分“公司为谁而存在？”

”是一种全新的企业理念。

经营公司不仅是为了盈利，更是为了履行“对五个人的使命与责任”。

这样的公司能够成为不靠业绩而能永续经营的公司，这是最长远的经营之道。

而业绩与成长不过是为了实现永续经营的手段。

企业的员工也并不只是追求利益，他们寻求的是工作中的幸福感与尊严。

当企业尊重了员工的需求，他们就会自发地努力工作，为公司忠诚效力。

公司的使命，就是满足包括员工、社区、分包商等等“大多数人”的需求。

所以说，景气并不完全由环境造就，也是公司从自身内部创造的。

能做到这些的，往往是些不起眼的中小企业，它们是令我们感动、让人珍惜的了不起的公司。

第二部分介绍了“日本最了不起的五家企业”。

这五家日本中小企业，它们的名声无法与丰田索尼相比，但它们高度人性化的企业文化却让大企业汗颜。

令人称奇的是，这些了不起的公司都实现了长时期的业绩增长，做到了永续经营。

日本理化学工业 它的员工有70%是残障人士，却坚持五十年的承担与守望。

伊那食品工业 它与社区融合，把厂区当作公园，对民众开放，任人休息玩乐。

附近居民把工厂当作自家庭院。

它始终“为员工的幸福而经营”，坚持“没有竞争的经营”，做到了连续四十八年持续成长。

中村复健器材 它为日本每一种弱势群体定制专门的辅助器材，即使人数极少。

由于不断开发新产品，它被誉为“世上唯一真正的创造产业” 柳月 这是家北海道的小甜点铺，它为社区建立了“甜点花园”，每周为邻里提供免费的甜点。

任何特殊的定制，他们也会尽力而为。

每年应聘的大学毕业生达到录取人数的一百倍。

杉山水果 为了保证品质，它婉拒一亿日元的订单，只做限量精品。

让顾客赞赏“成为你的客户是我的光荣！”

在这样的企业文化之下，这些企业做了持续增长、永续经营，不能不令人赞叹。

其实，正是这样的企业文化促成“把目光放长远”的理念，让它们一步一步走到今天。

也正是这样的企业，让员工有家的感觉，从而快乐地工作，真心地付出，反过来给了企业更强的动力。

《日本最了不起的公司：永续经营的闪光之魂》关于一种经营哲学，更关乎企业家的人生理念与态度。

企业到底因何存在？

我们到底为何工作？

中国企业界的这两个问题，在书中有了回答。

读完《日本最了不起的公司：永续经营的闪光之魂》—— 经营者说：我曾经迷惘到底为了什么在经营公司，《日本最了不起的公司：永续经营的闪光之魂》使我豁然开朗。

上班族说：读着读着，不知不觉流下眼泪。

如果能在这样的公司服务，我会充满自信与光荣。

失业者说：没人比我了解，能工作有多幸福。

长久失业的沮丧，因这本书一扫而空。

<<日本最了不起的公司>>

作者简介

作者：(日本)坂本光司 译者：蔡昭仪坂本光司，日本经营学专家，专门研究中小企业经营论、地域经济论、产业论。

曾任福井县立大学和静冈文化艺术大学教授，2008年4月起担任法政大学的政策创造研究科教授，同时兼任该校静冈卫星校园的主持人和管理研究科教授。

此外，更身兼国、县、市、工商会所等团体的委员。

他认为，从事中小企业研究，必须从“现场”出发，因此每周会花一、两天的时间，实地采访各企业。

截至目前，他拜访过的企业已超过了六千家。

由他撰写的《日本了不起的公司1》销量在日本过百万册；《日本了不起的公司2》刚刚在日本出版，旋即登上日本销售排榜。

<<日本最了不起的公司>>

书籍目录

他们的话前言 从六千家企业，发现最珍贵的经营理念 9Part 1 公司是为谁而存在？
搞不清楚状况的经营者越来越多！

21经营公司是为了履行“对五个人的使命与责任” 22成为不靠业绩而能永续经营的公司 28业绩与成长不过是为了永续经营的手段 29员工并不是只追求利益 30“满足多数人”就是公司的使命 31景气要靠自己创造 32只有中小企业能做得到的事 33让我们增加值得珍惜的公司 34永续经营的重要性 35Part 2 日本最了不起的五家企业最了不起的企业1 39营造身心障碍者可以有所贡献、获得赞扬与肯定的职场日本理化学工业七成员工都是身心障碍者 40“我们会照顾你” 41每个人都想有所贡献 42不是人力去配合程序，而是程序要配合人力 43多数企业仍在逃避 44“连我们都被看成异类” 45共同开发新产品 46获得大家的支持 47消费者可以做到的事 48五十年岁月的重担与温暖 48守护孩子幸福的老母亲 50要代代传承下去 50对贴心的付出，要贴心地回应 51想想自己能够做些什么 53专栏 Column 56正因为他有重度障碍，我们更应该录用最了不起的企业2 61贯彻“为员工幸福而经营”“没有竞争的经营”连续四十八年持续成长伊那食品工业连续四十八年增收增益 62夕阳产业也可以持续成长 63创造一家“好公司” 64为员工幸福而存在 65进步缓慢也无妨，重要的是持续下去 66“我们公司最重视的是员工” 67自己构思，自己创造，自己销售 68成为唯一，就无须树敌 69时时构思，投资未来 71百年月历的意义 72公司的原动力由经营者决定 73不让任何一名员工遭遇危险 74一个开放给民众休憩的地方 75这是公园，还是公司的厂区？76把公司当成自己家的庭院 77“我第一次看到这种公司！”连巴士小姐都满怀感激 78礼品专柜的贴心服务 79上班途中、购物时也不忘公司的员工们 80放下眼前利益，致力永续经营 81专栏 Column 83连续七十五年营收成长的企业，坚持“员工开心，公司就开心” 娇生住院三年的员工仍然继续支薪，还有红利奖金树研工业最了不起的企业3 87立志“成为全世界人们的支柱” 员工来自日本各地，客户来自世界各地中村复健器材日本最偏僻的公司 88从大都市前来应聘的青年 89社长的信念就是：成为人们的支柱 90在人口急速外流的故乡创业 91等候了七年半的第一个职员 92援助失去双足的蒙古少年 94“我们会替你保留座位” 95“我们不需要休息！”员工炽热的使命感 96为需要的人开发产品 97世上唯一真正的创造产业 98倾听弱势族群的声音 99所谓领导者，就该凡事为他人着想 100专栏 Column 101为身患重病的女儿开发具升降功能的轮椅Kishi Engineering为骨质疏松症的高龄者开发人工关节Hollyx为小孩子开发“胶囊相机”连同北海道一起销售，成就“串联人与人、心与心”的经营哲学 柳月从“甜点小镇”一带广起家 106让孩子们破涕为笑的甜点魅力 107尽可能省吃俭用，全力投入开发 108忠于“五项使命”的经营理念 109串联人与人、心与心 111缔结良缘的美味甜点 113教育、经营的基础都是“感动” 114应届毕业生蜂拥而至，竞争率一百倍！ 115占地三万四千平方米的甜点花园 117与同业共创双赢 118不忘“凝聚人心”的初衷 120专栏 Column 121为了培养心地善良的孩子，发行诗集五十年从不间断 柏屋获得顾客赞赏：“成为你的客户是我的光荣！”连知名企管顾问公司都前来研究杉山水果没落商店街里业绩扶摇直上的小店 128入赘的女婿 129经营者的觉醒：“再这样下去店就要倒了！” 130为生存而改革 130配合顾客的时间，全年无休 131高价哈密瓜一年卖掉八千个 133通过水果传达心意给故乡的母亲 134不计成本的礼物，为即将结婚的年轻人打气 136获得顾客赞赏：“成为你的客户是我的光荣！” 137零售店也要开发商品，成为制造者 138从杉山水果店学到的事 139专栏 Column 142“没什么好珍惜的公司”和“打从心底想好好珍惜的公司”后记 145

<<日本最了不起的公司>>

章节摘录

景气要靠自己创造我认为，企业经营的问题有99.9%都在公司内部，既不是环境，也不是规模或行业种类。

一家公司如果欠缺上述的五种使命与责任感，将无法顺利发展。

有人说，企业经营在于“人力、物力、资金”，或是“人才、技术、资讯”等，这些都是错误的看法。

在我的经营哲学里，“第一是人才，第二是人才，第三还是人才”，其他的都只不过是用来使人们幸福的工具。

所谓的“物力”，指的是设备或商品等工具，而“资金”也只是人们拿来从事经营活动的工具罢了。换句话说，唯一能够克服逆势的只有“人才”，要维持好景的唯一经营资源也是“人才”。

“景气好，所以需要人才，不景气，就更需要人才”，这才是正确观念。

但事实上，绝大多数的公司只在景气好的时候才征聘人才，一旦不景气就不聘用。

这是相当奇怪的现象。

景气不是谁给的，是要自己去创造的。

只要创造出顾客无论如何都想买的商品、推出提案就可以了。

创造、销售这种商品的公司，不管规模是大是小，或者这项商品是高科技也好，低技术也罢，顾客都不会在乎。

只要创造、推出令顾客感动的商品就够了。

这一点适用于任何行业、任何企业。

我看过连续二十年、三十年营收和利润成长的公司，它们让我深深体会到，景气不是靠别人给的，而是要自己去开创。

创造一家好公司如果只是追求表面的赞美，那么只要保持营收和利润成长，就已经绰绰有余。

或者说，一家公司追求获利也是理所当然的。

但是，正因为他们（伊那食品）并不以此为满足，才会有“不单单是经营上的数字，而是所有与公司相关的人，都能够由衷地赞美‘真是一家好公司啊’”。

员工自己也觉得能够在这家公司工作真是一件幸福的事”，这样的主张。

这家公司自创业以来，从来不曾裁员。

不景气的时候，很多公司就干脆缩减人事。

为了提高资本效率，或是为了对抗物价下跌，许多经营者也会毫不犹豫地从事务费用开始删减。

在这种潮流下，冢越先生说：“这种经营方式是错误的。

我们公司从来不曾、将来也绝对不会作出裁员的决策。

因为我们公司不把人事费用当做成本，人事费用是我们用来实现员工幸福的生活费。

”这就是伊那食品工业的原点。

他们实现了这样的经营，并且保持了四十八年。

成为唯一，就无须树敌经营一家企业时，经常会遇到“敌人”，其中最具代表性的应该是同业者吧。

虽说同业者也是同伴，但是现实中在为客户报价时，势必引起激烈的竞争。

被客户采用的一方是“赢家”，未被采用的就是“输家”，这便是所谓的商战。

因此对许多企业来说，同业者不仅是竞争对手，也是商场上的敌人，踩着别人往上爬的公司也大有所在。

换句话说，恶性竞争之下，自己的公司生意兴隆，但背后却有别的企业或其他人因此而哭泣着。

所谓“不树敌”，就是不做恶性竞争。

这也是伊那食品工业所主张的“创造一家好公司”其中一个部分。

如果希望“所有与公司相关的人，都能够由衷地赞美‘真是一家好公司啊’”，那么就应该不分同业、异业，无论男女老幼，都能有所同感。

所以说，不做恶性竞争。

所谓不做恶性竞争，就是不打价格战。

<<日本最了不起的公司>>

该如何落实这项主张呢?就是开发世界唯一的产品。

致力于创造世界上不曾有过,或是其他公司做不出来的产品,顺应、满足顾客的需求,如此一来便不可能出现敌人。

不管是第一名、第二名,都有可能会出现敌人,但如果是世上唯一、只有这家公司做得到的,便没有竞争对手。

仿冒,实施价格战、品质战,这类的经营都势必会树敌。

.....

<<日本最了不起的公司>>

媒体关注与评论

<<日本最了不起的公司>>

编辑推荐

《日本最了不起的公司:永续经营的闪光之魂》编辑推荐：什么样的公司才最了不起呢？

越大就越了不起么？

我们到底因何工作呢？

为了赚钱越来越多？

企业到底因何存在？

为了业绩越来越好？

《日本最了不起的公司:永续经营的闪光之魂》凭什么在日本卖了一百万册呢？

有人说这本书对中国而言时机未到。

那么让我们的孩子继续喝毒牛奶么？

那么让我们的孩子继续从富士康的楼上跳下？

是时候，我们必须做一个选择了。

文治做出的一个选择就是：我们会持续不断的向各位推广这本不合时宜的书：《日本最了不起的公司》坂本光司实地走访6000多家日本公司，发掘最珍贵的经营理念马云 王石 稻盛和夫 松下幸之助 一致追求的商业境界日本媒体共同推举的年度好书 一本感动日本国民的诚挚之书一年时间，重印六十次以上，一百万册日本销量突破！

中国员工的梦想，中国企业家的榜样：五家高度人性化的日本企业，坚守自己的价值准则，又做到了永续经营，长久发展。

这种理念来自一个叫坂本光司的日本大学教授，他实地走访的日本6000多家中小企业，从中发掘出5家企业，写出了《日本最了不起的公司》。

《日本最了不起的公司:永续经营的闪光之魂》卖点：1、最符合潮流、最独特的经营理念、企业价值观，感人至深，并迎合当下中国变革的大趋势，引领全民思考：我们可以向“日本最了不起的公司”学习什么？

2、平易朴实的讲述方式，细致生动地介绍了五家日本企业最了不起的地方。

3、《日本最了不起的公司:永续经营的闪光之魂》在日本持续畅销，销量过百万册，第二册刚上市，立即登上排行榜。

《日本最了不起的公司:永续经营的闪光之魂》适用于：财经类读者、企业家、经营者、公司职员、大学生。

海报：

<<日本最了不起的公司>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>