

《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：2010-6

出版社：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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《日本最了不起的公司》

内容概要

这本书分成两部分。第一部分作者指出公司的存在是为了“谁”。作者讲，说到底公司是属于社会的，存在是为了给社会造福、为员工、为公司所在地区与顾客创造幸福。为他们而存在，企业就能“永续经营”。

第二部分开始就是采访的实例，主要是介绍了“日本五家最了不起的企业”。它们有各自了不起的理由，但共同点是：这些企业都维持了超长期的持续增长，实现了永续经营。

《日本最了不起的公司》

作者简介

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。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 9

Part 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 35

Part 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“为员工的幸福而经营”“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

为员工的幸福而存在 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

《日本最了不起的公司》

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！”

《日本最了不起的公司》

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。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》

精彩短评

- 1、书是正版，包装很好，值得买
- 2、不过我还是被感动了。。。。
- 3、在日本，企业经营可以利己又利他
- 4、温柔的笑容，温柔的小世界。
- 5、没想到一本讲企业经营的书，会对一个人的价值观产生如此大的改观，2016读过的最令人感动的一本书之一。
- 6、5.23下完。好書。一個企業不應該最終與唯一目的是謀利，而是為大家創造幸福，為員工為下游人員為顧客為社會為股東創造幸福，不該把企業當成自己的；企業家必須眼光看長遠，不能冒進，應順其自然並時刻保持一顆活躍的創新心。
- 7、企业的素质体现呀
- 8、很感人 很真诚的书 提到的企业非常了不起！值得企业经营者一读的书
- 9、淘宝阅读
- 10、看过的让我感动最深的经营书，永续经营真是又了不起又美好到不真实的词。
- 11、挺好的一本书
- 12、希望有机会实地走访这些企业。
- 13、：
F279.313.3/4159
- 14、这是一本触动心灵中最柔软部分的好书。作者是一位学者，文学写作水平有限，不会渲染夸大忽悠。正是这些质朴无华的好公司的事迹，才让着本书读起来感人至深。这些小公司所提倡的经营理念，与稻盛和夫倡导的--敬天爱人--不谋而合。为什么我们传统文化的精髓总是在日本或韩国得以保留并彰显，而我们自身总是舍己之精华，就他人之糟粕呢。世事如同大海，潮起潮落。我们的经济今天之所以看上去还不错，是因为在内毛泽东一代的遗产还没吃光，在外欧美日正赶上经济落潮。我们不能因此就夜郎自大，踌躇满志。早晚我们的经济也会落潮的，好像不会太远，那一天假若到来，我们如何应对，这是一个大问题
- 15、商業經營的榮光 對得起良心就是一切。
- 16、经营公司就是经营员工
- 17、仁者无敌
- 18、企业的最终目标是持续经营。经营业绩的增长与公司规模的扩大，都是达成这一目标带来的结果。为此，应当重视员工、供应商、社会、顾客和股东。看似浅显的道理，仔细思考才能发现其真理所在；认真实践，方知其中不易。书中的企业故事让人很有启发，亦很是感人，无怪乎让那么多人落泪。
- 19、卖家的包装太细心了，都感觉有点奢侈了，非常感谢.....这本书之前也看过一部分，现在准备重温一下，经典的经营理念~
- 20、一个企业的创始人很重要，同时，员工更重要，员工不应该老问“公司能给我提供什么”，而应该问“我能与公司一起为别人提供什么”
- 21、若干年前，第一份工作，是做电话销售。每天跟不同的中小企业主打交道。久了，通过电话那头的声音，语句，态度，也能判断这家企业的经营状况好坏，规模大小或者接电话的人的职务高低。
那些接到推销电话，仍能客客气气，有礼貌的接听，多半是经营状况不错，或者发展的比较好的老板；而那些恶声恶气的，通常是小职员，至于那些强行要求打折，额外要求促销的，之前答应的好好然后又不办款的，往往是些规模比较小，发展也不是那么顺利的小老板。
这样的判断，几乎是十猜九中。
闲下来想想，其中的因果，也不无道理。一叶而知秋，对待陌生人的态度，也能映射出他日常的行为品性来。
一个对于推销人员仍然很客气的人，自然对于朋友或者客户，更加的有礼貌，这样的人，人缘自然不差，生意机会或者发展，自然也会多。
对于推销的产品，即使不了解，也有兴趣听听看，或者要个资料的人，自然对于新鲜事物，保

《日本最了不起的公司》

持热情，那么对于新的市场，新的机会，自然也比别人嗅觉灵敏的多（遇见的客户里，温州人这样的特质特别的明显）。

那些听到推销不待了解就拒绝的人，大多相对比较保守，这样虽然安全，但错过的机会也多，比同行的发展，也会缓慢一些。

至于那些即使2000多块的产品，作为一个企业老板，也爱反复讨价还价的，或者索要回扣的，自然做生意的时候，也会对于供货商或者同行，斤斤计较些，久了，这样的人也不太招人待见。同样道理，对于2k块的小产品，签了合同也会毁约的，平日里应该对于承诺也不看重，信誉度也不会高到哪里去，这样的人，做生意，必然也不会常久。

小胜在智，大胜在德。所以，往往越是位高的人，反而往往越亲切，越是发展的好的企业，也往往更会考虑周围人的利益，更具有社会责任感。

然而今天的中国，太多的人，企业甚至权利机关，都失去了道德的底线，“小胜在智，大胜在德”，多希望坂本光司的这些故事，也能被这些中小企业主看到。

ps：尽信书不如无书，企业的永续经营，除了理念，还有许多的策略。不是光善良与具有道德，就可以存活于世间，就可以永续经营。所以这只能叫永续经营之魂，但不是永续经营之道吧

22、了解日本强大的秘密

23、永远谨记...除了自己都是客人的态度，创造出上进团结，谋求共同财富价值的观点...但是，这太难了，做了那么多，还要放下自己的私心

24、读着读着有点受不了小日本儿，受不了的感动，受不了的内心

25、这本书说得并不是特别新鲜，不是那种从未听闻过的内容。但是这本书里列举的公司却实实在在地做到了。跟当前现在我们所熟知的大企业所标榜的一样：营造一个良性的生态，不仅要向股东负责，向客户负责，还要向员工负责，向员工的亲属负责，向供应商负责，向整个运营链条的每个节点负责。实现永续经营。

我本人从中看到的不是经营的问题。而是：1、企业的使命是什么？

2、幸福的层次：一是被爱，二是受到赞美，三是对他人有所贡献，四是为人所需要。后三种幸福，只有通过工作才能享有。

3、开发新产品是所有持续经营的共同表现。

4、因热爱而自觉奉献，是这些企业的共同特点，所以企业文化的不同将使企业的表现。良好的制度是企业良好运行的根本，但在初创期，企业文化是促使制度完善的直接因素，并直接强化现有文化。

5、这些企业中充满着“敬天爱人”的宗旨。对这个社会充满爱意，甚至包括自己的竞争对手。

26、让我对公司这一盈利组织有了新看法，道阻且艰，不忘初心。

27、这本书的观点非常不错，但是个人还是不太习惯这类翻译过来的语言风格，感觉挺奇怪的。

28、学习了，mark

29、企业存在的意义，不仅仅是赚取利润，而是个更多人带去幸福。这本书的意义在于给中国企业未来发展提供了样本和方向，对中国生存艰难的社会企业有所启示。

30、记起以前读过这么一句话“之所以喜欢商业，是因为我一直认为商业是最高的善，这里没有政治狭隘的民族主义，作为一个跨国公司，我的宗旨就是touching life, improving life.让更多的人过上幸福的日子。我不用去理会你是美国人还是中国人，我只想我的产品和服务能够提高你的生活质量”

31、2014.7

32、感动存心中，行动为人人

33、万事万物都有生命周期，有生有死，有起有落。永续经营富有人情味，令人感动赞叹，却是海市蜃楼，镜花水月。

34、日本最了不起的公司，不是我们想象中的日本的几大财团下面的公司，而是作者推荐的一些小的公司，最大的才上百人，最小的才5个人。是什么东西让这些公司被作者认为是最了不起的公司呢，在作者走访了6000多家公司后得出的结论选出的这五个公司。

《日本最了不起的公司》

责任感——对员工的幸福负责，对顾客的需求负责，对下游的分包商负责，对自己的对手负责，对所在城市的负责。

从对员工的负责上看，让每个公司的员工都感到舒服，觉得工作是件幸福的事情，是日本理化学公司第一要求。水能载舟，亦能覆舟。这个常识，你我都明白，员工们的辛勤的劳动带来了公司这座大船的乘风破浪。如果没有强烈的安全感和幸福感，仅仅是为了生存而服务你，总有天公司遇到麻烦会一走了之，那这个时候让你这条船踟蹰不前，甚至是身陷囹圄。把员工摆在第一位的思想，恰恰就是这个常识的正确解释。珍爱你的员工，他们是你们的第一财富，看看当地的贵国，想想前不久发生的富士康的事件，视员工的生命如草芥，视员工的健康为儿戏，视员工的辛勤的劳动为多余，想想那些在昏黄的灯光下加班的工人，想想那些在狭小闷热的所谓的员工公寓里面休息的员工，想想那些为了自己的工资而上演的一场场的跳楼大戏。这样的国度，才出现这么疯狂的事情，什么时候才能有这种我们心中乌托邦式的公司出现。

没有竞争的经营，连续四十八年的增收增益的伊那食品工业，算是创下了很多的日本记录，经历了如此长时间，一直保持着增长，还是一个所谓的夕阳产业。踏踏实实，一步一个脚印。这个就是伊那食品工业的永续增长的秘诀。踏踏实实，就是在有大的订单来临的时候，认为这个只是一时的风潮，不会长时间保持，婉转的拒绝了订单，就是为了员工的安全，即是投入的设备超过了产出，也是觉得值得的，为的就是让员工心里踏实，就是面对强于自己十倍销售的诱惑，依旧走自己构思，自己创造，自己销售的路子。这种不勉强追求成长的经营方针，原本就是我们一直崇尚的打下厚实的基础，慢慢的自然的增长。看看现在的贵国呢？秦池酒，中央电视台的标王，在一夜之间销售年翻几番，也是在一夜之间，公司高台累筑，可悲的是现在越来越多的把自己的企业前途寄托于广告中，要不中央电视台的广告费用为何年创新高，连锁经营，跨国公司，国际公司，越来越吸引人的眼球，可是十年，二十年，你们还在吗，眼看他起高楼，眼看着她楼塌了，面对这些，回到原地，做好自己，让他自然生长，做都长久生存，永续发展。

很难想到，一个小小的水果铺，竟然成了了不起的公司，好像还不是吧，就是五个人，公公婆婆，女婿女儿加一个伙计，就五个人，打造了日本的水果销售之王。从客户的需求出发，这个是经营之道，也是立足之道。作为服务业，从顾客出发才是真正的黄金定律。为了新婚夫妇的礼盒更加的高档而使顾客的亲戚觉得有面子，为了礼盒的价格更加的便宜而是顾客不至于超出预算，即是自己折本，也完成礼盒的制作，为了顾客买到的都是美味可口的水果，店主亲自把买来的水果挑选好的，让每个水果都是好的，美味的。为了让果冻保持美味，纯手工制作每天只能完成300个，从来不为了任何的原因采取其他的手段来增加产量，就是为了每个都是亲手做的，每个都保持最美味的状态。反看我们身边，吊白块的米粉让我们开始认识到了化学世界的奇妙，三聚氰胺给我们普及了化学知识，苏丹红立即成为了人门口中的热点词语，现在又出了个超级娃娃，既然能对30多种抗生素免疫，伟大的国度，神奇的人民，在这个环境下生活的人民也应该是无毒不侵了吧，因为他们经受了太多的不知道的东西的刺激。

经营之道，如同做人之道，回归常识，回归自然，这个就是经营之道，就是永续之道。

这个，我们还有很长的路要走，乌托邦什么时候可以实现，你觉得呢？

35、这本书会给你很多你找寻已久的答案

36、 第一个是否，第二个是想。

我刚开始上班的时候，看到一个人写的日记，地址没收，已经找不到了，他干了没多久就辞职了。领导问为什么，他说我每天在做地铁上班的路上都很想死，我已经受不了了。

我也是这么想的。

恶劣的工作环境，无休止的加班，动荡的人事变动，因老板的喜好而总是推翻的企划，乱七八糟的安排，匪夷所思的同事，还有总是不变的办公室政治。每天争吵和殴打并存的沙丁鱼车厢，和辛苦努力不成正比的薪水。毫无安全感的并且看不到的未来。

看到这本书的中途，都快哭出来了。然后看完了，暂时不敢看第二遍。

《日本最了不起的公司》

太悲伤了。

我很高兴原来在现实中能有这么棒的公司，其中有的公司看到的时候连连萌发不可思议的心绪。简直好像是个不切实际的美丽梦。

你想要什么样的公司，这里写的会比你想的更棒。

在这样的公司里你会喜欢你的工作，而且一辈子也不愿离开。

37、将日式服务精神进行到底

38、期待了很久的书。看完后觉得没那么多感动和有意思。描写比较乏味。

39、张晶/文

一个事实就足以破除“世界是平的”的幻象：《日本最了不起的公司》这本在日本畅销近百万册的图书，在中国上市以来，曾经历一天只有两人垂青的待遇。尽管我们仍需考虑中日两国公司不同的背景和民族性特质，但这个局面依然可谓“冰火两重天”。

可以想象，即便它有幸被放至中国商业管理书籍最集中的地区——机场书店，也依然像个异数。但此书的价值，或许正在于它的被冷落。当多数人着迷于权力倾轧、争斗政变、对赌谋略或任何跌宕起伏的商业戏剧时，它所讲述的故事更像是商业现实中的一个温暖童话，告诉了人们在逐利之外更值珍视的宝贵基因。

这本书显然依据的是调查产生的发言权。作者坂本光司曾先后拜访超过6000家企业，其共同特质是运转良好、业绩出众，但最终仅详述了5间所谓的“最了不起的公司”，而这些故事的主角并非是软银、索尼或是昔日的丰田，而是名不见经传的“长尾”们——

日本理化工企业50年前曾雇佣了两位智障少女，而如今这间企业七成员工是身障者，对这些弱势者的尊重反倒大大增加了对方的自信，在变动中为企业开发新品摆脱困境贡献不少绝佳创意；被看作身处夕阳行业的伊那食品工业，近50年来从不裁员，却连续营收和利润双增长，且获利率均在10%以上，这种脚踏实地的做法被人称作“盆栽经营”；位于“日本最偏僻地区”的中村复健器材因制造贴合需求的义肢辅具而成为“日本人不可或缺的公司”，吸引了世界各地的顾客；创立于北海道的甜点公司柳月，因“不仅满足顾客口腹之欲，也要满足心灵”的经营哲学赢得名望之后，完全没有到外县市发展的计划，并一反常态地带动同业共同发展，“把甜点连同北海道一同销售给客人”；由于大超市的入侵渐趋没落的吉原商店街上，唯有一家小店“杉山水果”业绩扶摇直上，年销高级哈密瓜七八千个，可能是日本之冠……

这些公司是否足以担当“最了不起”的称谓暂且不论，正如作者所言，那些最优秀的公司未必是最好的公司，就像那些优秀的孩子们，一定是好孩子么？作者认为，这些各具特色的企业风格，最核心之处则是：经营企业首先要考虑的，是追求并实现员工和他们家人的幸福。或者换句话可以理解为，员工是1，而上下游厂商、顾客、所在社区和居民、股东等都是随后的0。在他看来，公司出现危机的原因几乎都是内部问题，组织的危机性源于员工的归属意识和意愿。

这或许让人联想起不久之前热议的富士康事件，再多赘述已无必要。《经济学人》杂志曾指出，即时在风险最盛的股票市场，有底线的公司通常要比那些随意妄为的公司表现出众。

经济危机之后，这种省思一直为人注目。一些人认为“社会企业家”闪耀的时刻终于来了——社会企业是一种旨在建设一个为大众利益服务的世界的商业模式。在此之前，这种说法往往被认作是天方夜谭。但英国社会企业联盟的数字显示，近八成的社会企业在危机中实现赢利，至少不亏损。商业不再以重复得令人生厌的逐利逻辑示人。

《日本最了不起的公司》

进一步思考，“社会企业”实则对中小企业更加意味着潜在的大量机会——它们通常较大企业更具创新精神，能够灵活满足社会需求的空缺。事实上证明，那些利用商业实践来解决社会问题的中小企业，最终并没有在大企业弥漫的一片“红海”中亦步亦趋、气喘吁吁，而是在边缘地带发现了新境界。而这些不易觉察的“蓝海”往往弥补了政府和大企业难以兑现的承诺，创造了独特的价值。

当然，如上述例子中偏理想色彩的行事方式，知易行难，需要做出很多充满勇气的决定：既挑战既成规则，又不惮于改变自我。它们并不迷恋规模的无限扩大、不对外在种种不利条件怨天尤人、不因获利微薄而怠慢任一顾客、不为盲目超越而恶性竞争……

更值得关注的是，这些形而上的道德准则是否意味着利润的必然缺席？数字足以回报这样的疑问。书中的这些公司依靠小步起舞的姿态，一反商界中大起大落的寻常定律，成为了卓有成效的长跑冠军，正如伊那维持了近50年的利润和利益双上升趋势，即便在屡创商业奇迹的大企业中也颇为罕见。

这究竟是商业的未来还是未来的商业？读过此书后，你或许会有这样一种观感：即便时代再风云变幻波诡云谲，依然有重申常识的必要。

40、好像没找到完整版本...但也受益匪浅了

41、都是有想法, 堅持的公司. 讓我想到Ameican Apparel 對於非法移民工作權的活動

42、第一段是真的么，可否再详细说说？

43、那些让我感动的企业主

44、抱着永续经营理念的中小公司或家族企业，的确容易出精品，前提是要有优秀的领导者吧，说不能怪大环境，也是有点太看重自己了…

45、基本的概念懂了，但是举得例子却是一知半解。但是做这样公司的员工和顾客应该都是一件很幸福的事吧。

46、与日剧中所宣扬的做企业要真善美，人间自有真情在的经营理念一致。要说都是胡扯那也不对，就当看心灵鸡汤吧。

47、对中国大陆经营，毫无参考价值

48、一些感动你的日本小公司

49、这本书在我学习企业管理最迷茫的时候，给我点亮了方向。让我看到了，企业是应该这样做的。一个企业是能够给社会创造价值的。

50、五点秩序很重要

51、企业的社会责任。

52、竟然是这样一本感人的书，万万没想到

53、心灵鸡汤，看看就好了，千万别信

54、作者坂本光司总结说，这些了不起的公司履行了“对五个人的使命与责任”。这五个使命是：使员工和员工家人幸福；使外包、下游厂商的员工幸福；使顾客幸福；使地方社会幸福、繁荣；自然造就股东的幸福。而且，他坚定地认为，公司的业绩和成长只是永续经营的条件。他希望更多的小企业主能够好好思考“为社会、为他人”的经营理念。

55、有些方面还真佩服日本人。。确实。。中国人有很多缺陷，该学的还是得学

56、以民为本的商业运营模式，同时不急不躁，踏踏实实的做好自己的本行业，在激流的商业中逐渐站稳了脚跟，成立几年容易，但是称为上百年的老店，就需要运营者文化的传承

57、看了这本书，真的被感动了

58、看看，还是可以的

59、有道理，谢了哦，店大欺客的现象还算很普遍的了

60、硬壳书，纸张都不错，内容看就是书不值得收藏

61、内容还未看

62、企业的存在是为了什么？作者坂本光司讲述了他的认为全日本几个最伟大企业的故事，给出了我们也许从未考虑过的问题和答案。这种经营理念也许不会得到大部分人的认同，但只要有这种企业的

《日本最了不起的公司》

存在，总会让我们感到温暖。

63、好书，小巧易读，明晓何为企业为何耕耘。

64、管理学作业是写关于日企管理的东西，本来想写软银，去了图书馆发现孙正义和书太多太多，觉得还是直接找本关于日本企业的书拷贝一下的好，这本书长的算是不错的了没有破损啥的合眼缘就借了，真是开心没有错过！看完后才看到书后村上龙非读不可的推荐，真的值得推荐！过于现实主义者可以右上角点差了，书中的坚持和执着是很多人敬佩但无法理解不能做到的，真的不知道一个普通人能对自己的目标坚持到什么地步，希望以后的我能坚持的久一点。书中的五家企业的社长十分值得敬佩，日本理化学工业和柳月的章节很催泪，在选修课上哭了的我好丢脸，尤其是柳月的社长拿出的两封顾客写的信，我觉得一个珍惜顾客的企业必定不会被顾客所抛弃，必定被自己的员工更加珍惜。这次作业决定介绍柳月，虽不能代表大多数日企但这样的经营管理模式，但更值得被介绍给更多的人。

65、最奇特视角的商业案例了。日本人还真的是奇怪

66、应该是，波谲云诡吧，呵呵

67、感动，资本主义的希望

68、按您说的这个书的中国遭遇，不正是一种写照吗？世界就是这样的，咱们这边出毛病了。

69、介绍的公司有点少 每家公司都有人文关怀精神

70、为这样的企业感动

71、这里面提到的永续经营的理念很好，值得一看

72、市场就是优胜劣汰，活着的公司都是了不起的

73、jack下午也问了你同样的问题，呵呵，你是想知道判断方法么？里面有些是话术，有些是感觉。举个我自己其他的例子，曾经和朋友去杭州的西城广场去吃饭，饭后发现哪里还有家西餐厅，于是很好奇的去看门口的菜单，迎宾小姐很热情的过来招呼，但发现我们只是看看时，顿时态度很恶劣。我当时跟朋友说这家餐馆肯定要关门。果然，过了一个礼拜，我和朋友再去西城广场时，就看到了这家餐厅的歇业告示。你可能觉得很神奇，但仔细推断可以分析出，对于潜在客户如此恶劣的餐厅，服务一定不好，客户肯定越来越少。而服务员如此没有素质，内部的管理和培训一定也不到位，而服务员对于上门的人这么热情，一听见不是吃饭的就特别恶劣，一定也是心理特别失落，可见一定是顾客太少了以至于落差特别大。一家管理不善，口碑不好，门庭冷落的餐厅，怎么可能经营很久呢？见微知著，其实多观察多分析，你也可以判断出来

74、我不是很喜欢这本书！看的一头雾水！

75、虽然写得有点煽情，差点让我一把鼻涕一把泪，作者也太理想主义，所讲之道难以落实，但仍不失为一本好册子，让我们知道世界上还有些好企业靠良心靠努力，不坑洼拐骗，也活得好好的。

小胜在智，大胜在德。就是如此吧。

76、一本很有理想国度的书

77、對於企業的經營管理方式是非常值得很多公司學習，非常淺顯的道理：為社會，員工，顧客著想，可做到的卻不多。書裏介紹的公司當之無愧可以成為打從心底想好好珍惜的公司，能成為這些公司的員工肯定是非常幸福的。

78、平实叙述，但多为能够制造出“独一无二”的产品，其他的则是“善待员工”、“不盲目扩张”、“对社会有贡献”等。

79、让人感动的书。即便是偏于理想化的理念，即便困难重重，但依旧有为了梦想，为了他人去努力的经营。为了让人从心底感受到用心。没有什么是不可能的。只要还相信梦想。

80、前两天Christine被枪杀和Anton意外去世的消息都让人心碎，但直到重读这本书时，才泣不成声。因为只带了一包纸巾，在公车上读了大半本就不敢继续。大抵是因为已经接受了苦难是日常生活的一部分，习得性的漠视也伴之而生。但面对书里的种种故事，无需作者刻意煽情，单是直白描述，就已令人泪流满面，它们都温暖人难以置信，好到不像真的。

细节尤其动人，孩子们在《蓝窗》上的短诗，作者抱怨同行者对伴手礼的考虑不够周到，为身心残障者利用颜色区别重设程序……似乎用感动交换感动也不再是件遥不可及的事了。

81、日本97%都是中小企业，这本书揭示他们中的佼佼者如何赢造自己的竞争力，这种竞争力不在于传统的成本速度之类，而在于能够给予员工，顾客最大的爱。值得思考的是，中国是否有企业愿意慢下来。

82、价格太贵，不上算，书倒是不错，挺感人

《日本最了不起的公司》

- 83、太空谈了，不大实际。帮助不大。能有多少企业多少管理能做到这一步。我想连政府都做不到。
- 84、很感动。值得实践的经营之道。
- 85、摸摸
- 86、好想在这样的公司工作，好想去看看这样的公司
- 87、永续经营还有存在使命。
- 88、介绍的都是些颇有理想有追求而且有担当的公司，确实很棒
- 89、国内的大环境过于浮躁，善待顾客，善待员工的企业已经很少了。

《日本最了不起的公司》

精彩书评

1、之前我是比较愤青的，我一直坚持不买日本车！最近跳槽到一家和小日本经常打交道的公司。对日本人有了全面的认识。刚好又有人推荐这本书。读后很是感动。对日本的印象也大有改善！其实之所以日本和德国的制造业，尤其是机械，工业这么强悍，就是因为民族精神。有无数个小公司，在祖孙三代从事着一件极小的事情，把这个事情做精，听说有个公司就是做筛子，不是比谁的眼大，而是谁的小！目前全球几乎所有的打印机都用他们生产的東西。正是有无数这样的公司，才推动了整个产业的进步。最终才造就了松下，sony，丰田等等。我一直非常鄙视中国的汽车工业，一汽的奥迪，大众牛逼的要死，这么多年就折腾出来一个奔腾品牌，还仅仅是换个外壳！非常丢人，国家这么多年的支持，全让这帮孙子腐败了，真是拉出去毙了的心我都有！我又愤青了，其实这件事我一直到现在都耿耿于怀，让我对长春印象不好，当然我刚刚写了一篇关于长春印象的博客。我在想，如果在中国，正如这本书里提到的生产糕点的企业，估计一定有官员回来关照他，他的产品“被”卖到其他区域，公司“被”参股！如果是一个小水果店，估计老婆八成会不堪忍受，导致夫妻不和睦！那家生产假肢的公司，肯定会面临很多山寨工厂，可能公司某个骨干员工出来仿造其中的畅销产品，然后以很便宜的而价格销售。说不定再搞个电视购物！就像当年黑龙江的黄豆，被转基因搞得差点绝迹！正是由于国内的各大炼油厂都采购便宜的转基因大豆，所以才让原产的没有任何副作用的东北大豆没有了市场。要知道我现在在酒店里几乎不喝豆浆，因为基本上都是转基因出来的，专基因黄豆地里的小老鼠都变傻了，更何况人类！像金龙鱼这些豆油大厂，可都是外资控股的。中国也有比较了不起的公司，比如哇哈哈，面对达能的威逼利诱，绝不就范。搞死他们的阴谋！而汇源果汁的朱新礼则一心想着把中国农民，国家扶植起来的汇源卖给可口可乐，人家可口可乐看重你什么了？就一个傻逼！再比如“每天一斤奶，强壮中国人”的牛根生，口口声声的社会责任，三聚氰胺，非法诽谤营销，一个都不少！我一个哥们之前在一家英国公司卖饲料，他说蒙牛的奶绝对不能喝，收购的时候都是小作坊，承包出去的，一点质量把控都没有。我想所以才有了那句：不是所有牛奶都是特仑苏！苏泊尔卖了，奔腾电器卖了，中华牙膏卖了，小护士化妆品卖了，哈尔滨啤酒，青岛啤酒都是外资控股……原本是想写一篇鼓励的文章，又变成了愤青！像日本人学习，同样也像日本消费者学习，正是他们对品质的坚持才有了日本企业的长足发展。如果我们都不买电视购物的东西，是不是就没有人投放广告了。即便电视台再低三下四，装孙子的去求人家卖壮阳药，美胸膏的公司，人家也不会去浪费这个钱。同样，如果我们的媒体能有本该有的新闻精神，道德底线，那么也不会有那么多垃圾产品横行，被效仿！说道媒体，一直有件事情我忘不了。当时应该是新闻联播播的，大概意思是：在距离某某城市东南多少公里之处，发现了保存完好的楼兰古城……，几年后，我看到一篇报道，说这个古城被盗墓了！

2、一本上市到现在依然冷冷清的书。前几天看到一条微薄，内容是：「日本最了不起的公司」一书，看来对今日中国社会真的不合时宜，公司内部地面店今日销售数据为两本。至今我也是从朋友的书中拿到了书看完，其实在书店里也还没有发现它的踪影。依然还要想这样的问题，日本的公司，对中国的企业，究竟有怎么样的借鉴价值和意义。再来说富士康的N次跳就显得有点儿“晚间新闻”，但所暴露出的企业的文化和种种的弊端，是不容忽视。不是加了工资就完事，不是假惺惺体恤了你的员工就可以高枕无忧，要从根源上看到，那些蛀蚀企业根基的地方在哪里。说一个题外话，北京有一家火锅店，我相信很多人都知道，叫“海底捞”，分店很多，总部在外地。如果你细心看一下，每家分店里的服务员，都洋溢着一种快乐。不是那种服务式的微笑和举动，他们会真心诚意为你推荐和帮你做事。曾经我有朋友很好奇，就问他们，你们真的没有就这么高兴么。他们说是啊。朋友不解，又问，为什么这么高兴啊。他们回答说，老板对我们好，没有什么上下级区分，自然就很高兴了。所以，你是否能够从这家店的小小理念里，窥探出一点点的奥秘呢。我们早已经不是封建社会了，如果你真的一味只是加班加点完成业务，也不想着犒劳你的员工，并且以各种形式来打压员工的积极性。好吧，那就等着跳楼吧。看罢全书，心里有一种感觉。无论是日本也好，中国也罢，亦或是世界上其他的知名企业，都有这样的一个圈子，就是从文化到内涵，从产品到营销，都有一种类似于传销的形式在进行。我没有在太大企业就职的经验，也不是职业的经理人，但我觉得在大型企业里就职是幸运的，因为已经有基础在那里，你只要站在巨人的肩膀上，就可以看到更远的风景。中国和日本的情况又不相同。在中国这样一个资源不多但人口众多的社会里，都十几亿人都在争夺生存权，这就像是一个大的鳄鱼池，大家都在凶狠地厮杀，都在猛烈的抢夺有限的食物，你又怎么能够责怪别人尽其所能挣扎向上呢？自己也不一样？我曾经读过很多MBA的教程，里面讲到的归根结底就是教会一个管

《日本最了不起的公司》

理者如果管理你的部下，如何利用最小的空间来赚钱。盈利是企业的重头戏，此利益关系，在各个国家又是不同。在中国，利益就是利己排他，而在有些地方，比如日本，就是利己又利他。凡事不要逼地那么紧，双赢才是王道。我们最为缺失的，就是这种经营之光。中国的企业，总是喜欢比谁大，比谁进500强早，比哪个老板架子牛。那不能够怪自己，只能说，在资本主义社会的早期阶段，也是这样的，原始资本积累阶段。因为资源的配置还没有到达那个阶段。MBA的训练课程里有这样的一个实例，我们中国的顶尖人物要先得在地产、IT、证券和金融市场里进行一番搏杀和淘洗，这些领域才能够、也很容易赚到钱，等到彼此的竞争加剧，从而导致了利润降低的时候，某些在里面进行搏杀的老板们，就会带着重金转移阵地，杀入时装、传媒等需要大量的资金建立品牌的行业里进行再次的挖掘和淘金。你能够明白我的意思。一个企业，一个公司，乃至是某一个工作室，需要的不仅仅是热忱和那些启动的资金。也不是索求社会能够给你什么。你最先想到的，是要想想，你能够给这个社会，带来什么。最近流传的一句话是怎么讲：国家骗国家是外交，百姓骗国家是犯罪，百姓骗百姓是做生意，父母骗孩子是教育，男女互骗是爱情。在做企业的时候，如果你有这么一个想法，穷人穿的是衣服，富人穿的是品牌，穷人平时吃家禽，富人平时吃野兽。那么你准完蛋吧。你的民营企业想红，不是想的去改进产品而是投机取巧上电视做广告，拉拢公益，投资影视。美其名曰是推动三产，实际上是想推动自己。我们看任何的事物就应该一分为二，对中小企业来说没有着营业额，没有着高的增长率就是倒闭，对大企业来说。如果真的一味追究这些，那么最后也是倒闭，因为他们忽视了企业最重要的基本和本真。如果我们把任何的薪水多少当成评价他们的唯一标准，把他们能够带给社会的价值忽视不管的话，那么这个企业其实是失败的。能够做到对自己负责、对老板负责、对这个社会负责，并且有的放矢，才算是真正的成功。看到有评论说，更多的人没有重视这本书，是莫大的遗憾。我觉得，不重视这本书倒也罢了，如果不正视自己的问题，那才是最大的可悲。所谓的良性增长，永远的利益。其中的道理，各位领导各位老总，你们是那么聪明的人，你们拥有了无数的资产，你们随便一笔下去，就可以让我们活上几辈子，难道这点儿道理你们都不如我们看得明白么？还是真的如你们所说，身不由己。之前看到电视里有某大企业的老总对着新闻记者滔滔不绝，最后说，别怕，我们有的是热忱。够么？【新浪专稿】

3、虽然写得有点煽情，差点让我一把鼻涕一把泪，作者也太理想主义，所讲之道难以落实，但仍不失为一本好册子，让我们知道世界上还有些好企业靠良心靠努力，不坑洼拐骗，也活得好好的。小胜在智，大胜在德。就是如此吧。在真正的好公司里，利润与现金流淌自如，就像健康身体中的血液与水份：它们对生命至关重要，但它们不是生命存在的意义。---吉姆·柯林斯一个好企业该服务好的五个人：1. 员工及员工家人 2. 外包、下游厂商员工 3. 顾客 4. 地方社会 5. 股东所谓“幸福” 1. 被爱 2. 受到赞美 3. 对他人有所贡献 4. 为人所需盖茨在哈佛大学毕业典礼上的演讲“之所以喜欢商业，是因为我一直认为商业是最高的善，这里没有政治狭隘的民族主义，作为一个跨国公司，我的宗旨就是touching life, improving life. 让更多的人过上幸福的日子。我不用去理会你是美国人还是中国人，我只想我的产品和服务能够提高你的生活质量。”

4、搞不清楚状况的经营者越来越多！- 一家公司不管规模大小，它是属于员工和他们的家人、顾客、地方社会等所有与公司直接相关的人。经营公司是为了履行“对五个人的使命与责任”一、要使员工和员工的家人幸福二、要使外包、下游厂商的员工幸福三、要使顾客幸福四、要使地方社会幸福、繁荣五、自然造就股东的幸福“满足多数人”就是公司的使命- 重要的是，这家公司所从事的工作能不能打动我们的心，它是不是一家能够让人感动，使员工觉得值得付出、乐在工作的公司。不要把员工当成机器，看重他们、帮助他们实现自我，公司有如此心胸与制度，人才自然会聚集而来。景气要靠自己创造- 在我的经营哲学里，“第一是人才，第二是人才，第三还是人才”，- 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。永续经营的重要性- 公司的第一使命不是提升业绩，也不是追求成长。业绩不是最重要的，业绩和成长只是为了永续经营的条件。每个人都想有所贡献- 禅寺的师父说：所谓的幸福，一是被爱，二是受到赞美，三是对他人有所贡献，四是为人所需要。不是人力去配合程序，而是程序要配合人力- 不是人力去配合程序，而是程序要配合人力- 大山说，只要配合他们的能力去作调整，给予最适合的工作，就能让他们的能力发挥到最大极限，成果也绝对不输人。想想自己能够做些什么- 希望自己能够像其他人一样战斗却没有办法、想努力却做不到，才是真弱势。有能力却不努力的人和企业都是假弱势，根本没有必要去帮助他们。创造一家“好公司”- “我们要创造一家好公司”——这就是伊那食品工业的主张。- “所谓一家好公司，不单单是经营上的数字，而是所有与

《日本最了不起的公司》

公司相关的人，都能够由衷地赞美‘真是一家好公司啊’。”为员工幸福而存在-伊那食品工业的经营理念：“从员工的幸福出发，贡献社会”-“企业不是为企业而存在，它是为了员工的幸福而存在。”-订立了三项经营方针：第一是“不勉强追求成长”。这指的是不为景气左右、不追求流行。成为唯一，就无须树敌-第二项经营方针就是“不树敌”。-所谓不做恶性竞争，就是不打价格战。该如何落实这项主张呢？就是开发世界唯一的产品。-“不树敌”不仅仅是避免与人竞争，对下游厂商也必须付出充分的关心才行。时时构思，投资未来-伊那食品工业的第三项经营方针是“及时播下成长的种子”，这是指研究开发和未来经费。一个开放给民众休憩的地方-伊那食品工业既没有围墙、大门，也没有警卫，分不清楚厂区到底从哪里开始，到哪里结束，也就是说，任何人都可以随意进出。把公司当成自己家的庭院-我想他们是把这里当成自己家的庭院、自己的财产吧。所以不用任何人吩咐什么，他们也会利用休息、休假的时间来维持植物的美观。上班途中、购物时也不忘公司的员工们-伊那食品工业的员工几乎都是开车上班，公司规定员工在上班途中不准“右转”。员工如果开车进公司时右转，后方车辆和对面车辆都必须停下来等候，结果就会造成塞车，又增加了汽车排放废气量，对整个地区都会造成影响。因此公司规定禁止右转。-开车到超市购物时，伊那食品工业的员工也都会刻意不停在停车场的入口附近。这是冢越会长和井上社长考虑到：入口附近的停车位应该让给行动不便的人或是老人家利用。-伊那食品工业最重视的经营理念：“随时考虑公司周遭人们的幸福，不勉强自己，踏踏实实地经营。”“我们不需要休息！”-员工炽热的使命感-这里的义肢辅具全部都是手工制作。手指的形状或是脚的粗细是因人而异，因此必须依照个案的情形去制作。这些辅具都会个别标示“静冈县××先生”“爱知县××小姐”等字样，员工们制作的时候，看着这些名字，心中自然就会浮现顾客的模样。忠于“五项使命”的经营理念-田村社长有两句口头禅。一是信条：“企业要以当地居民的幸福为目的。”二是自问：“如果有一天公司不在了，顾客真的会感到困扰吗？”换句话说，“要成为一家顾客不能失去的公司”。-这家公司有明确的“五项使命”。“柳月能带给顾客什么帮助？柳月的目的为何？社会使命为何？”：一、借由甜点，增加家人团聚与母子间沟通的机会。二、为了提供价值便宜的商品，努力降低成本，节省不必要的开销。三、制作日本最好吃、安全且卫生的甜点。四、对带广、十胜、北海道地区作出贡献，成为本地不可或缺的企业。五、努力提升饮食文化，随时提供给顾客新的商品。串联人与人、心与心-“柳月五个誓言”：我们会帮助您拉近人与人的距离。我们会一直制造能够凝聚人心的甜点。我们会一直提供能够凝聚人心的服务。我们与地方社会紧紧相系。我们致力于串联人与人、心与心，创造幸福。专栏Column-这不是赚不赚钱、客人会不会察觉的问题，而是这样的行为、想法正不正确，是否真的为顾客带来利益，要从这一点来作判断。-我曾经和朋友到某乡镇的荞麦面店用餐，我们点了一道菜，随后竟然听到厨房里“叮”的一声（微波炉加热完毕的声音），我马上觉得：“这太离谱了吧……”并且决心不会再去第二次，果然，不久后就听说这家店关门大吉了。后记-我希望有更多的中小企业经营者能够好好思考“为社会、为他人”的正确经营理念。

5、描绘了一个很美好的世界，实际上在当代中国依然遥不可及。再者，书中的特例是否具有普通性，是否值得借鉴依然值得商榷，当然，书中那种真善美仍然是我们值得追求的。对于他们的这种成功是否具有可复制性，深表怀疑。

6、关注企业社会责任的，并努力去实践。什么是真正的好公司？从04年开始做CSR的课题到现在，这是我看到最感动的一本书。

7、今天下午在理发店做了头发，做了蛮久，不过也感谢这个蛮久的时间，让我看完了坂本光司的《日本最了不起的公司》。作为一本薄薄的小书却让我在一个喧闹的世界里突然平静下来了。每一页翻过去之后都有着温情和细小的感动，每一段文字背后都让我有“是这样才是我想要做的”感觉。之前看稻盛和夫和大前研一的书，都让我感到深深的尊敬，因为他们把企业当做一个有灵有肉的人来看待，站在一个哲学的高度上去体察和关怀企业、员工和消费者。让我看到原来企业也有宏大的远景和空有承诺的架空之分，尤其是一个企业家身上所体现出的浓浓的关爱和丰富情感，是需要多么强大的内心才能获得的力量。今天看了坂本光司的这本书，更是深有体会，这个世界纵有再多令人失望的事情，但是美好和希望仍然能生活地熠熠生辉。坂本先生在开篇就提出了这些企业所肩负的五个责任：1、使员工和员工的家人幸福2、使外包、下游厂商的员工幸福3、使顾客幸福4、使地方社会幸福、繁荣5、自然造就股东幸福其中坂本先生特别强调了放在第一位的不是“顾客至上”而是员工的幸福感。他说现在物质上已经得到满足，人们更希望心灵上得到富裕。对于消费者来说，他们希望得到的不是冷冰冰的仅仅是功能性的产品而已，而更重要的是，在这个信任缺失，无安全

《日本最了不起的公司》

感的社会中体会到人性的温暖和关照，希望产品和品牌更能带来的是情感上的理解和沟通。要提供这样的产品和服务，就要先让员工感到自己的价值和意义，所以作者一再强调如果员工没有幸福感，那么一切都没有了。如果换做员工的角度来看，一个父亲去上班的时候，儿子也能感觉到爸爸是在为一件伟大的事情而工作，爸爸对于整个公司很重要，爸爸在公司所作的事情是值得全家人都为之骄傲的事情。那么不仅是员工自己，包括他的家人都能感受到企业的关怀，想必这样的幸福会感染到更多的人。坂本先生引用了一个禅师的话：所谓“幸福”，一是被爱，二是受到赞美，三是对他人有所贡献，四是为人所需要。这也是基本符合马斯洛的需求理论的，在世界上生存的每一个人，都是在社会的关系中存在着的，人们感觉到幸福的时候，也就是他明白自己存在的“意义”所在。每个人都在探寻着自己为何存在，只是有人放弃了，有的人看到但是不够坚定地去实现，但是这种朦朦胧胧的意识也仍然能令人感到愉悦。不仅是在对待企业员工上，在人际关系上同样应该思考，自己与周围世界的互动关系。自己会在什么时候感到快乐，又如何把这种快乐传递给他人，如何能够恰当地帮助别人找到的存在的意义，这也是我应该思考的。让我印象深刻的有这样几个企业和行为：一是雇佣智障人士的日本理化学工业，大山先生能在这么艰难的环境下坚持下来，坚定自己认为正确的信念，实在是很难的。所以做好这样一个企业家，不仅需要慈悲情怀，还要有自信和强大的内心。二是为了尊重每一棵树而去顺应它们生长伊那食品公司，为了孩子们建造天桥，为了受伤员工购置机器，员工开车必须左转，巴士小姐的感动经历。这让我思考到底什么是理所当然的事情，伊能公司所作的事情几乎都是理所不当然的，还有多少人会觉得树长在那里我们不要去打扰它的生长，开车允许右转但是为了交通堵塞和能源考虑就得左转，巴士小姐像工具一样被对待呢？尤其是左转这样一件事给我触动很大，一个企业要多么细致，具有多么强烈的自我反省意识才能指导出这样出色的行为？三是柳月的甜点屋，他的故事就像在读童话一样，让人感觉到字里行间都洋溢着幸福和美好。只是一家甜点屋就能让旅游带动了一个小镇，有七万多平米的原料生产地供游客参观，来买特价点心的人都当做幸福的仪式，每一个品尝甜点的人都能感受到快乐在口中融化……看这篇的时候我身体里涌上一股暖流，是啊，这不就是我一直所梦想的生活吗？开一家能让大家感觉到幸福的店，最能贴近人的心灵的就是美味的点心，能让人感觉到“今天真是值了”的满足。之前跟Kira君聊天时他说过，其实在日本开一家自己的面包店也不错。当时我是真的认真地在想，如何把满满的、满满的爱心揉进面团里，把祝愿烘焙到咖啡豆里，是一件多么棒的事情啊。第四件是一下子就被感动到的，柏屋的《蓝窗》，希望借着短诗培养孩子温柔的心灵，即使在公司做不下去的时候，还是坚持把培养孩子们放在首要位置。看到日本的孩子们写的短诗，跟中国儿童不一样的，也许是他们民族性中植根下的，细腻的，感伤的，又特别打动人心。作为从小看安房直子等人写的童话长大的我来说，虽然也受到他们风格的影响，但仍然没办法做到如此细腻，仿佛抬一抬眼，就能看到天使收起了翅膀。在回来的地铁上，我看着周围人的表情，独自进行着旅程的人仿佛充满了不开心，面无表情或神情落寞。人们在别人面前总会伪装，让自己表现地热切和开心，但是独处的时候面对真实的自己，总是会感到孤独的吧，这个时候怎么能让他们感到发自内心的开心呢？让人感到，即使独自一人，也能很容易地把微笑扬起来呢？

8、第一个是否，第二个是想。我刚开始上班的时候，看到一个人写的日记，地址没收，已经找不到了，他干了没多久就辞职了。领导问为什么，他说我每天在做地铁上班的路上都很想死，我已经受不了了。我也是这么想的。恶劣的工作环境，无休止的加班，动荡的人事变动，因老板的喜好而总是推翻的企划，乱七八糟的安排，匪夷所思的同事，还有总是不变的办公室政治。每天争吵和殴打并存的沙丁鱼车厢，和辛苦努力不成正比的薪水。毫无安全感的并且看不到的未来。看到这本书的中途，都快哭出来了。然后看完了，暂时不敢看第二遍。太悲伤了。我很高兴原来在现实中能有这么棒的公司，其中有的公司看到的时候连连萌发不可思议的心绪。简直好像是个不切实际的美丽梦。你想要什么样的公司，这里写的会比你想象的更棒。在这样的公司里你会喜欢你的工作，而且一辈子也不愿离开。

9、讲的都是一些简单的道理，论述口语化，没有缜密的论证，不少原则的推崇还是建立于日本人的羞耻心与忠诚之上；不过看的时候还是有点小感动。摘录(伊那食品工业)冢越会长的座右铭——二宫尊德的语录(原文)如下：遠くをはかる者は富み近くをはかる者は貧すそれ遠くをはかる者は百年のために杉苗を植うまして春まきて秋実る物においてをや故に富有り近くをはかる者は春植えて秋実る物をも尚遠しとして植えず唯眼前の利に迷うてまかすして取り植えずして刈り取る事のみ目につく故に貧窮す书的整体设计不错，纸质有点差。

10、先小小吐槽一下，为什么里面有几页是空白的多精致的一本书啊。和之前看的那本书对比一下，可以很明显的感受到美国和日本截然不同的企业文化。“先不说我们自己，为了支付这些孩子的薪水

《日本最了不起的公司》

，公司一定得挣钱才行啊。”“我们会照顾你。”“没有看过顾客吃下水果的表情，要怎么这这买卖呢？”日本是我一直惨不透的国家。在这本书里，公司会为了不让员工辛苦加班，而拒绝可以带来利润的订单。在前面看的一本漫画漫画书里，作家有遇到因为自己是日本人，而被日裔夏威夷人处处防备。这件事情让她很失望。我知道很多人都特别吐槽日本，但是如果我们都不够了解自己面对对手有多强大。整日怨声不断，只呐喊不行动，不过是逃避生活的消遣而已。知己知彼些。

11、可能曾是被“精益模式”腐蚀到秀逗，所以先入为主地以为会在书中看到丰田公司。就好像当初拿到<<在星巴克要买大杯咖啡>>一书，以为真的是教我们这种小女人如何精打细算过日子，其实是经济学教科书的生活版。当时有些吐血的郁闷感受，倒是两三年后对我现在的工作有些启发。还真是摸不透日本人的思路，就好比看不透日剧中的某些笑点。可能在若干年后的某日，才会觉得生活中的某些悲剧如同当年的那个不太可笑的笑点，其实很可笑……感谢文治小组赠送该书，我的好RP终于有了“提现”的可能。否则我真的会错过这本好书。当然还要谢谢洛维，GG OR MM？ANYWAY……书中介绍的这些日本企业，以前从未听过。他们中一些的经营理念放在国内简直可说是天方夜谭。作为一个中国人和一个普通企业员工，我不想说这种难过的话，但这确是事实。国内各地区各行业的领先企业，有哪一个能做到将员工利益放在首位，连续几十年保持工资稳步上调？甚至为住院三年的员工持续支付薪资还有红利奖金？打造花园般公司环境并免费开放给当地居民……这些看似不可理解的政策营造了一种截然不同的企业——“打从心底想好好珍惜的公司”。而这样让人珍惜的公司里的员工又必然会为公司拼命工作。反之，就会像国内的许多大公司一样，高薪工作却充满的不定性，于是有了那些“捞钱”的员工。这也是国内企业高喊建立企业文化重要性的原因，但是意识到，不代表能做到。只希望员工有主人翁的工作精神，却不给他们主人翁的工作待遇，纸上画饼，会有人买么？如何真正达到企业和员工的双赢，我想每一个看完这本书的人心中都将会有自己的答案。

12、这本小书介绍了5个日本的企业，虽然不至于感动到落泪，但是时时觉得钦佩。1 耐心日本理化学公司的案例我很早之前就知道了是通过一本由他们社长写的《我们为什么工作？》中知道的，当时自己还在一家为残障人服务的母公司下做服务，觉得有这么一个企业真的能做到雇佣70%以上的智力障碍很不容易。从自身的经历来说，不要说和智障一起工作，就是正常人在一起工作都需要去克服各种各样的问题。当时，我的同事有个听障姑娘，做设计的。和她的沟通看似简单通过笔就可以了，同时也因为她的存在，大家开始学习手语。可以做沟通是很好的，但也看到因为大家的精力有限等原因，很难坚持，持续的给予耐心。手语学了半年会的还是那几个非常简单的动作，设计工作上的沟通也总是非常不通畅，姑娘自己也越来越沉默……2 信任其中介绍的一个为肢体障碍人士做义肢的企业，社长愿意花7年半的时间，等待一位员工渐渐的可以坚持从早上9点上班到下午5点。在这7年半的时间里，这名员工因为体力非常有限，不能工作很长时间。不是每个人都愿意去等待的，特别是当那个人是员工的时候。而被等待的人，也不总是那个不会辜负等待的。这个企业里做到了，它让我看到人和人之间可以有信任。3 爱这个时代越来越匆忙，家人聚在一起的时间越来越少，可以让家人聚在一起的事情也越来越少。而柳月希望通过美味而实惠的糕点将家人联系在一起。柳月也确实做到了，通过坚持高品质，坚持低价格，坚持出新品，柳月成了当地的人们生活中的一部分。因为柳月的糕点，人们聚在一起，分享美味，传递爱。我想，如果一个产品一直从爱出发的话，会保持持续的生命力！（不写就会忘记了，很高兴可以写一写，也在警示自己，似乎身上缺少了什么，同时也庆幸，自己能看到那些缺乏。）

13、不知道是作者的原因还是译者的原因，我个人觉得这本小册子并不值得一看，语言组织上没有什么特别的，内容思想上也没有特别闪光的地方！其实很久以前就知道了感动管理，不过在这里做了一个系列的总结而已，在中国，这种管理模式是可行但又不可行的，因为国人的素质和大和的素质相比毕竟还是相差了一个大截的。这些年来我倒是特别郁闷：以前受儒家文化影响的每一个国家，越南，日本，韩国，在这些年来的礼仪上不知道比中国人强多少！从我所交的越南朋友中就可以看出来随便写写……

14、今晚在读《日本最了不起的公司》，读完第一个公司“日本理化学工业”的故事后，我竟然被感动到泪流满面。这个做粉笔的中小企业完全颠覆了我对商业的看法，原来企业可以让这个世界变得更美好而不是充满了血腥的铜臭。这家公司在照顾员工、特别是残障员工所做的努力让人动容，工作对他们而言是那么重要。《日本最了不起的公司》里面有位禅寺师傅对幸福的定义足以撼动早已迷失的我们，师傅说：所谓的幸福，一是被爱，二是受到赞美，三是对他人有所贡献，四是为人所需要。而二三四的幸福是需要工作才能够提供。也就是说日本理化学工业在为自己的员工、员工家属、社会谋

《日本最了不起的公司》

求最大的福祉。这样的企业还愁利润吗？《日本最了不起的公司》通过现代的企业经营告诉我们一个朴素的道理“仁者无敌”，企业要想永续经营面临的重大问题就是人，而人最重要的品质就是“仁”这就是永续经营最重要的“道”。我一直都在想为什么日本的员工工作起来都是那么的敬业，原来他们把企业与自我融合了在一起，工作是他们的值得骄傲的事《日本最了不起的公司》——你可以击败任何企业，唯独你无法击败让员工骄傲，充满人性光辉行使“仁”者之道的企业。当企业与员工之间的联系不再是薪水而是厚重的羁绊的时候，这家企业就走上永续经营的道路。谈到日本人我第一个最佩服的就是松下幸之助先生，先生的“自来水”经营哲学让我赞叹不已。原来公司的是会有如此力量的。而今天一读《日本最了不起的公司》，让我感叹万分，这份触动仿佛回到了10年前第一次读到关于松下幸之助先生的书。光阴飞逝，在下一个10年我要更加的努力，早日实现当初承诺的梦想。

15、日本商业的一种经营哲学在这5家公司上得到了很好的展示。这五家公司是世界上所有公司的典范，尤其是国人，应拜读这本书。那些把自己月收入改为500的千万富翁，你们应该感到羞愧。

16、对篇中企业对社会群体包容而严谨的负责态度不可思议之余，又觉得企业不是某些人的资源、而是整个社会的资源的理念是一个常识。你可以说他们作秀，但我希望这75年的秀能继续做下去，或者说一场做了75年的秀还能叫秀吗？我们总是在貌似伟大实却常识中彷徨

17、若干年前，第一份工作，是做电话销售。每天跟不同的中小企业主打交道。久了，通过电话那头的声音，语句，态度，也能判断这家企业的经营状况好坏，规模大小或者接电话的人的职务高低。那些接到推销电话，仍能客客气气，有礼貌的接听，多半是经营状况不错，或者发展的比较好的老板；而那些恶声恶气的，通常是小职员，至于那些强行要求打折，额外要求促销的，之前答应的好好然后又不办款的，往往是些规模比较小，发展也不是那么顺利的小老板。这样的判断，几乎是十猜九中。闲下来想想，其中的因果，也不无道理。一叶而知秋，对待陌生人的态度，也能映射出他日常的行为品性来。一个对于推销人员仍然很客气的人，自然对于朋友或者客户，更加的有礼貌，这样的人，人缘自然不差，生意机会或者发展，自然也会多。对于推销的产品，即使不了解，也有兴趣听听看，或者要个资料的人，自然对于新鲜事物，保持热情，那么对于新的市场，新的机会，自然也比别人嗅觉灵敏的多（遇见的客户里，温州人这样的特质特别的明显）。那些听到推销不待了解就拒绝的人，大多相对比较保守，这样虽然安全，但错过的机会也多，比同行的发展，也会缓慢一些。至于那些即使2000多块的产品，作为一个企业老板，也爱反复讨价还价的，或者索要回扣的，自然做生意的时候，也会对于供货商或者同行，斤斤计较些，久了，这样的人也不太招人待见。同样道理，对于2k块的小产品，签了合同也会毁约的，平日里应该对于承诺也不看重，信誉度也不会高到哪里去，这样的人，做生意，必然也不会常久。小胜在智，大胜在德。所以，往往越是位高的人，反而往往越亲切，越是发展的好的企业，也往往更会考虑周围人的利益，更具有社会责任感。然而今天的中国，太多的人，企业甚至权利机关，都失去了道德的底线，“小胜在智，大胜在德”，多希望坂本光司的这些故事，也能被这些中小企业主看到。ps：尽信书不如无书，企业的永续经营，除了理念，还有许多的策略。不是光善良与具有道德，就可以存活于世间，就可以永续经营。所以这只能叫永续经营之魂，但不是永续经营之道吧

18、张晶/文一个事实就足以破除“世界是平的”的幻象：《日本最了不起的公司》这本在日本畅销近百万册的图书，在中国上市以来，曾经历一天只有两人垂青的待遇。尽管我们仍需考虑中日两国公司不同的背景和民族性特质，但这个局面依然可谓“冰火两重天”。可以想象，即便它有幸被放至中国商业管理书籍最集中的地区——机场书店，也依然像个异数。但此书的价值，或许正在于它的被冷落。当多数人着迷于权力倾轧、争斗政变、对赌谋略或任何跌宕起伏的商业戏剧时，它所讲述的故事更像是商业现实中的一个温暖童话，告诉了人们在逐利之外更值珍视的宝贵基因。这本书显然依据的是调查产生的发言权。作者坂本光司曾先后拜访超过6000家企业，其共同特质是运转良好、业绩出众，但最终仅详述了5间所谓的“最了不起的公司”，而这些故事的主角并非是软银、索尼或是昔日的丰田，而是名不见经传的“长尾”们——日本理化工企业50年前曾雇佣了两位智障少女，而如今这间企业七成员工是身障者，对这些弱势者的尊重反倒大大增加了对方的自信，在变动中为企业开发新品摆脱困境贡献不少绝佳创意；被看作身处夕阳行业的伊那食品工业，近50年来从不裁员，却连续营收和利润双增长，且获利率均在10%以上，这种脚踏实地的做法被人称作“盆栽经营”；位于“日本最偏僻地区”的中村复健器材因制造贴合需求的义肢辅具而成为“日本人不可或缺的公司”，吸引了世界各地的顾客；创立于北海道的甜点公司柳月，因“不仅满足顾客口腹之欲，也要满足心灵”的经营哲学赢得名望之后，完全没有到外县市发展的计划，并一反常态地带动同业共同发展，“把甜点连同

《日本最了不起的公司》

北海道一同销售给客人”；由于大超市的入侵渐趋没落的吉原商店街上，唯有一家小店“杉山水果”业绩扶摇直上，年销高级哈密瓜七八千个，可能是日本之冠……这些公司是否足以担当“最了不起”的称谓暂且不论，正如作者所言，那些最优秀的公司未必是最好的公司，就像那些优秀的孩子们，一定是好孩子么？作者认为，这些各具特色的企业风格，最核心之处则是：经营企业首先要考虑的，是追求并实现员工和他们家人的幸福。或者换句话可以理解为，员工是1，而上下游厂商、顾客、所在社区和居民、股东等都是随后的0。在他看来，公司出现危机的原因几乎都是内部问题，组织的危机性源于员工的归属意识和意愿。这或许让人联想起不久之前热议的富士康事件，再多赘述已无必要。

《经济学人》杂志曾指出，即时在风险最盛的股票市场，有底线的公司通常要比那些随意妄为的公司表现出众。经济危机之后，这种省思一直为人注目。一些人认为“社会企业家”闪耀的时刻终于来了——社会企业是一种旨在建设一个为大众利益服务的世界的商业模式。在此之前，这种说法往往被认作是天方夜谭。但英国社会企业联盟的数字显示，近八成的社会企业在危机中实现赢利，至少不亏损。商业不再以重复得令人生厌的逐利逻辑示人。进一步思考，“社会企业”实则对中小企业更加意味着潜在的大量机会——它们通常较大企业更具创新精神，能够灵活满足社会需求的空缺。事实上证明，那些利用商业实践来解决社会问题的中小企业，最终并没有在大企业弥漫的一片“红海”中亦步亦趋、气喘吁吁，而是在边缘地带发现了新疆界。而这些不易觉察的“蓝海”往往弥补了政府和大企业难以兑现的承诺，创造了独特的价值。当然，如上述例子中偏理想色彩的行事方式，知易行难，需要做出很多充满勇气的决定：既挑战既成规则，又不惮于改变自我。它们并不迷恋规模的无限扩大、不对外在种种不利条件怨天尤人、不因获利微薄而怠慢任一顾客、不为盲目超越而恶性竞争……更值得关注的是，这些形而上的道德准则是否意味着利润的必然缺席？数字足以回报这样的疑问。书中的这些公司依靠小步起舞的姿态，一反商界中大起大落的寻常定律，成为了卓有成效的长跑冠军，正如伊那维持了近50年的利润和利益双上升趋势，即便在屡创商业奇迹的大企业中也颇为罕见。这究竟是商业的未来还是未来的商业？读过此书后，你或许会有这样一种观感：即便时代再风云变幻波诡云谲，依然有重申常识的必要。

19、你天天对着索尼爱立信的手机骂娘是没有用的，它做的手机实在除了好看完全没尽到手机应尽的义务。丫就像一个整过容隆过胸的女人，摸上去相当不自然，看上去相当不自然，深入交流时想拿拖鞋跟拍死她。这世上到处都是欠拖鞋跟拍的品牌，想必其公司也欠拍。所以我们耳熟能详的有索尼爱立信，有三鹿，有叉叉棒棒冰，但是我们珍惜的，永远是黑莓、是胡同里的麻辣香锅小连锁、是贝儿爸爸、是文治图书。“了不起”是一种极端的状态，它代表“责任感”、“追求完美”、“苛刻”、和“只跟自己较劲！”这种现象体现在人身上，就是jobs。体现在公司身上，大约就是这本书。用膝盖想一想，都能认同这本书里所说的一切。希望有一天，每个公司都能看到这本书，让世界成为永远没有员工跳楼的美好世界。

20、刚拿到书的时候特别的不爽，日本人的公司跟我毛关系。但是看了几个故事忽然有种感动，有哪个公司敢自称了不起，那些销售团队、名牌企业到底有哪些值得骄傲和炫耀的，同样是给人干活，受到的待遇却完全不同，不是说中国的企业真那么不入流，但至少让我们这些每天谈房色变的北漂一族，至少保留那么一点点骄傲和尊严。

21、日本最了不起的公司，一提到最了不起估计很多人想是不是索尼，软银啊当然不会有人说丰田了。但是人家要是没有召回的话，丰田也一定会被选上。问题这个书提到的最了不起的公司我们一个都不知。是可以小到一个水果摊档的公司因为有着日本式的精细和工作态度他们被选上最了不起了而这些都是日本经济的主体。大就一定好么？这么一个简单的逻辑会被我们彻底忘掉。粗看会认为日本人有点轴吧。这书还在日本买了百万册。更觉得不可思议。在看还是觉得日本人有点轴。但是可以理解了。是因为我们太变通了，什么事情到中国都挥一挥手。没了。什么都可以变通。什么都差不多的。另外，最了不起的公司评价标准是什么？就是中国企业天天以进五百强为荣，这是什么标准呢？跟gdp经济有分别么？公司都比谁越大越好，而且还有一套厚黑的理论，什么我不大不第一，我就被吃掉。貌似不黑点就活不下去。这本书在中国不知会有什么样的命运。但是界着这个契机，让我们找找中国最了不起的公司吧。有么？又会是一些哪些公司呢？

22、初看这题目，我以为上榜的会有三菱、松下、丰田、本田等世界出名的公司，没想到作者极力推崇的会是5个小公司。在看第一部分“公司为谁存在”时，甚至有点觉得作者在讲大道理，与我接触的企业管理大不相同。当读到后面的几个例子后，一向自觉“泪点”和“感动点”颇高的我，竟然几次眼睛模糊。企业与人究竟该是一种什么关系？企业该对员工关怀到什么程度？我之

《日本最了不起的公司》

所以倾向有限责任，是因为80，90年代的国企做了太多企业之外的事情，例如全国各地都有铁道医院、铁路小学等等。这些并不是企业的特长，给企业增加了很多包袱。企业变得没有竞争力的结果不是导致这个企业倒闭，在中国，是要消费者对此买单。当然这只是部分原因。有限责任，对企业的经营者来说也是种保护，不要因为一个企业的破产要求企业家承担超出应有的责任。但是关乎国计民生的企业应该除外，例如食品安全，环境污染等。这些方面企业要付出的成本太低，所以根本屡禁不止。

日本理化学工业雇佣两个智障少女，一用就是50年，其后公司智障员工比例竟然达到70%。日本政府竟然规定企业必须雇佣一定比例的智障员工，违者罚款。FANCL smile公司竟然从三位候选人中雇佣重度智障的员工，理由是：“正因为他有重度智障，所以更改雇佣。”依娜视频工业的产品脱销，竟然拒绝增加产量，理由是：“公司最重视的是员工，我们没有要求员工加班制度，因此无法接受您的订单。”真心努力却没有能力的人才是弱势群体。该公司还有一个百年月历，“我的经营和决策都是以100年后这家公司还能够具有存在的价值为考量。我也希望员工们都知道这一点，坚强，勇敢地做下去...”这张“百年月历”中一定有自己逝去的一天，想到这一天，我们除了会更珍惜眼前的每一天，也会督促自己凡事都要为长远的将来打算。

中村复建器材，其信念就是成为人们的支柱。社长在美国留学后，回到偏僻的老家创业，接纳了第一员工，他用了7年半的时间才能一天正常上班8个小时。全面协助蒙古引火灾失去双足的少年，并没把这当做一种营销。员工对客户有炽热使命感而放弃休息从事很繁琐细致的工作。

柳月的5项使命。1) 借由甜点增加家人团圆和母子间沟通的机会。2) 为提供价值便宜的商品，努力降低成本，节省不必要的开销。3) 制作全日本最好吃、安全且卫生的甜点。4) 为地区作出贡献，成为本地不可或缺的企业。5) 努力提升饮食文化，随时给顾客新的商品。

教育、经营的基础都是一个只有5个人的杉山水果店，他们的新鲜果冻都是水工制作，为了提供更好的品质给顾客，拒绝了大型超市的上亿的订单。难怪日本的服务业能做到全世界第一。当我们都在为切身利益多加考虑、总想着怎么赚到更多钱的时候，有些“傻子”们固守着他们的原则。字里行间我读到和入殓师中一样的小人物身上人性的光辉。步入现代文明，人类应该有别于以强欺弱的丛林法则。对生存在同一片天空下的弱者应该有怜悯之心。翻阅历史的时候，我们发现人类之间的相互屠杀比任何物种都要高效。这些需要发扬，根本的应该要有一个让这种制度生根发芽的土壤。

很多公司、个人都在追求着高利润，这似乎没错，但很多情况下高利润就不是件不合理的事情，之所以能却得高利润是因为买卖双方信息不对称，卖方掌握更多的信息，一个可以参考的标准是，由卖方来买自己的产品，愿意出的价格和卖出的价格差距是多少，书中的五个企业的员工估计都会很乐意的接受这些价格。反观中国的市场，充满了太多的潜规则，很多食品加工的业主竟然连基本的道德底线都没有！普通消费者能选择的不是喝不喝三聚氰胺，而是喝多少三聚氰胺，不是吃不吃转基因粮食，而是吃多少人才不畸形。这样怎么可能会长久，大家都是捞一票走人，最后可能的结果是在一方面黑道了别人，无可避免的，在另外一方面被别人黑到，悲哀！每个人都要是半个医生、半个经济学家、半个律师、半个厨师、半个教师、半个营养师、半个电工....才能尽可能避免悲剧。而分工是社会进步的基础，没有信任这个前提下，谁都不可能只做自己擅长做的东西。

23、这本书说得并不是特别新鲜，不是那种从未听闻过的内容。但是这本书里列举的公司却实实在在地做到了。跟当前现在我们所熟知的大企业所标榜的一样：营造一个良性的生态，不仅要向股东负责，向客户负责，还要向员工负责，向员工的亲属负责，向供应商负责，向整个运营链条的每个节点负责。实现永续经营。我本人从中看到的不是经营的问题。而是：1、企业的使命是什么？2、幸福的层次：一是被爱，二是受到赞美，三是对他人有所贡献，四是为人所需要。后三种幸福，只有通过工作才能享有。3、开发新产品是所有持续经营的共同表现。4、因热爱而自觉奉献，是这些企业的共同特点，所以企业文化的不同将使企业的表现。良好的制度是企业良好运行的根本，但在初创期，企业文化是促使制度完善的直接因素，并直接强化现有文化。5、这些企业中充满着“敬天爱人”的宗旨。对这个社会充满爱意，甚至包括自己的竞争对手。

24、作者坂本光司总结说，这些了不起的公司履行了“对五个人的使命与责任”。这五个使命是：使员工和员工家人幸福；使外包、下游厂商的员工幸福；使顾客幸福；使地方社会幸福、繁荣；自然造就股东的幸福。而且，他坚定地认为，公司的业绩和成长只是永续经营的条件。他希望更多的中小企业主能够好好思考“为社会、为他人”的经营理念。

25、难得又见默认精装的书。你为它花的钱有三分之一都是为了那两个大硬壳子。内容嘛很难讲到

《日本最了不起的公司》

了东西，都是多少带点知音体的公司。说实话，我认为在一个连GOOGLE都无法理解的国度里，妄谈了不起的公司是很奇怪的事情。从此书以后，再不相信微博上这帮人的书评，都是一路的腰封货色。

26、日本最了不起的公司，不是我们想象中的日本的几大财团下面的公司，而是作者推荐的一些小的公司，最大的才上百人，最小的才5个人。是什么东西让这些公司被作者认为是最了不起的公司呢，在作者走访了6000多家公司后得出的结论选出的这五个公司。责任感——对员工的幸福负责，对顾客的需求负责，对下游的分包商负责，对自己的对手负责，对所在城市的负责。从对员工的负责上看，让每个公司的员工都感到舒服，觉得工作是件幸福的事情，是日本理化学公司第一要求。水能载舟，亦能覆舟。这个常识，你我都明白，员工们的辛勤的劳动带来了公司这座大船的乘风破浪。如果没有强烈的安全感和幸福感，仅仅是为了生存而服务你，总有天公司遇到麻烦会一走了之，那这个时候让你这条船踟蹰不前，甚至是身陷囹圄。把员工摆在第一位的思想，恰恰就是这个常识的正确解释。珍爱你的员工，他们是你们的第一财富，看看当地的贵国，想想前不久发生的富士康的事件，视员工的生命如草芥，视员工的健康为儿戏，视员工的辛勤的劳动为多余，想想那些在昏黄的灯光下加班的工人，想想那些在狭小闷热的所谓的员工公寓里面休息的员工，想想那些为了自己的工资而上演的一场场的跳楼大戏。这样的国度，才出现这么疯狂的事情，什么时候才能有这种我们心中乌托邦式的公司出现。没有竞争的经营，连续四十八年的增收增益的伊那食品工业，算是创下了很多的日本记录，经历了如此长时间，一直保持着增长，还是一个所谓的夕阳产业。踏踏实实，一步一个脚印。这个就是伊那食品工业的永续增长的秘诀。踏踏实实，就是在有大的订单来临的时候，认为这个只是一时的风潮，不会长时间保持，婉转的拒绝了订单，就是为了员工的安全，即是投入的设备超过了产出，也是觉得值得的，为的就是让员工心里踏实，就是面对强于自己十倍销售的诱惑，依旧走自己构思，自己创造，自己销售的路子。这种不勉强追求成长的经营方针，原本就是我们一直崇尚的打下厚实的基础，慢慢的自然的增长。看看现在的贵国呢？秦池酒，中央电视台的标王，在一夜之间销售年翻几番，也是在一夜之间，公司高台累筑，可悲的是现在越来越多的把自己的企业前途寄托于广告中，要不中央电视台的广告费用为何年创新高，连锁经营，跨国公司，国际公司，越来越吸引人的眼球，可是十年，二十年，你们还在吗，眼看他起高楼，眼看着她楼塌了，面对这些，回到原地，做好自己，让他自然生长，做都长久生存，永续发展。很难想到，一个小小的水果铺，竟然成了了不起的公司，好像还不是吧，就是五个人，公公婆婆，女婿女儿加一个伙计，就五个人，打造了日本的水果销售之王。从客户的需求出发，这个是经营之道，也是立足之道。作为服务业，从顾客出发才是真正的黄金定律。为了新婚夫妇的礼盒更加的高档而使顾客的亲戚觉得有面子，为了礼盒的价格更加的便宜而是顾客不至于超出预算，即是是自己折本，也完成礼盒的制作，为了顾客买到的都是美味可口的水果，店主亲自把买来的水果挑选好的，让每个水果都是好的，美味的。为了让果冻保持美味，纯手工制作每天只能完成300个，从来不为了任何的原因采取其他的手段来增加产量，就是为了每个都是亲手做的，每个都保持最美味的状态。反看我们身边，吊白块的米粉让我们开始认识到了化学世界的奇妙，三聚氰胺给我们普及了化学知识，苏丹红立即成为了人门口中的热点词语，现在又出了个超级娃娃，既然能对30多种抗生素免疫，伟大的国度，神奇的人民，在这个环境下生活的人民也应该是无毒不侵了吧，因为他们经受了太多的不知道的东西的刺激。经营之道，如同做人之道，回归常识，回归自然，这个就是经营之道，就是永续之道。这个，我们还有很长的路要走，乌托邦什么时候可以实现，你觉得呢？

27、1要使员工和员工的家人幸福2要使外包、下游厂商的员工幸福3要使顾客幸福4要使地方社会幸福、繁荣对社会的贡献，就是致力于成为一家对顾客、员工，及其所在地区都具有存在价值的公司一家公司的经营，如果能以地方社会和当地居民的幸福为己任，一定能够打动人心，感动的串联也将由此而生。5自然造就股东的幸福

《日本最了不起的公司》

章节试读

1、《日本最了不起的公司》的笔记-第44页

所謂幸福：一是被愛；二是受到讚美；三是對他人有所貢獻；四是為人所需要。

2、《日本最了不起的公司》的笔记-第27页

說到底，從無到有才叫做經營。

所謂“從無到有”，是要去發掘，創造原本不存在于世上的價值或潛在需要。

《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：www.tushu000.com