

# 《世界第一的小公司》

## 图书基本信息

书名：《世界第一的小公司》

13位ISBN编号：9787547209462

10位ISBN编号：7547209467

出版时间：2011-12

出版社：吉林文史出版社

作者：坂本光司

页数：159

译者：安潇潇 张夏源

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](http://www.tushu000.com)

# 《世界第一的小公司》

## 内容概要

《世界第一的小公司》一个只有3.3平米的小店，年销售额竟突破了3亿日元，是什么让这个小店创造了这样的奇迹？一个只有5名员工的小印刷社，究竟有怎样的独门绝技，让自己成为全日本第一名片商？一家小小的街道工厂，其制造的“魔法铅球”靠什么打败了竞争对手，连续三届奥运会都获得金银铜牌？8个做到世界第一的小公司，靠自己一招鲜的秘技，其经营业绩和公众影响力让规模比它们大十倍、百倍的大公司都望尘莫及！

这些小公司，或者40年如一日，精心制作口味纯正的甜点让全日本的顾客慕名前来，甚至不惜深夜排起长队；或者推行全新的“艺术风格”经营方式，让有着450年历史的小旅馆创下73%的顾客回头率；或者靠着活用外部资源，从濒临倒闭的绝境，一跃成为世界著名的酒屋。每个小公司都有令人耳目一新的绝招儿，每个小公司都取得了堪称奇迹的成就。仔细研读，仔细领会，它们的今天就是你的公司的明天！

# 《世界第一的小公司》

## 作者简介

### 坂本光司

日本著名的经营学专家，专门研究中小企业经营论、地域经济论、产业论。现任日本法政大学研究生院政策创造研究科教授，同时兼任静冈卫星校园校长。此外，还在国、县、市等各级团体兼任公职。他实地调查采访了6300多家企业，从中筛选出8家，写出了这本《世界第一的小公司》，其销量在日本已超过百万册，获得了各大媒体的盛赞。

# 《世界第一的小公司》

## 书籍目录

### 目录

序：小公司，大门道	1
第1章 小竹：为什么清晨排队情况能持续40多年？	1
年销售额3亿以上的3.3平方米的小店	3
严格的进修	5
父亲的临终之言	7
“小竹”的开业秘闻	8
每日限量150个的理由	10
电影导演的临终遗言竟是“想吃小竹的羊羹”	12
由客不由店——客人制定的“排队规则”	13
“无论如何，请雇用这个孩子”——10%的员工为残障者	14
产品风靡的秘密：把握日式点心的精髓	16
向小竹学习：不重数量重品质的经营方式	18
第2章 幸福小川：充满爱的经营永远不会走到尽头	19
社长罹患晚期直肠癌，被下“死亡判决书”	21
公司的每件产品都充满着人性关怀	23
为病人制作出穿、脱方便的衣服	25
顶着赤字压力，只为一个女孩开发的袜子	26
免费送货取货，免费修改尺码——	
一切只为“让顾客用得最舒适”	28
为了长期卧床的祖母而全力研发病号服	29
拯救卧床老人的神奇床垫——“幸福微风”	32
“褥疮治好了”“睡得很香”——感谢信纷至沓来	33
帮助弱者的公司得到社会各界的帮助	36
向幸福小川学习：你感动了别人，别人就会用支持来回报给你	38

.....

# 《世界第一的小公司》

## 章节摘录

年销售额3亿以上的3.3平方米的小店 你知道东京吉祥寺的“梦幻羊羹”吗？之所以用“梦幻”一词，就是因为这种羊羹太难买到了。每日限量150个，每人限购5个，这样算来，每天只有30个人能够一饱口福。在吉祥寺车站北口的拱廊商业街“钻石街”上，人们为了买到这种羊羹，从早上四五点钟就开始排队。若是赶上中元节（译注：7月15日，又叫鬼节）之类的节日，排队的甚至要提前到半夜1点。更令人惊讶的是，这种情况竟然已经持续了40年之久。小店上午10点开张，早上8点半分发号码牌。只要拿到了号码牌，在营业时间范围内就都能前来购买羊羹。为了拿到这一张小小的号码牌，才有了清晨甚至半夜就悄然排起的队列。有不少客人都是从北海道、冲绳等地远道而来的。他们千里迢迢只为尝到一块限量羊羹。这家店深受全国顾客的喜爱与追捧，其受欢迎程度可想而知。这家名叫“小竹”的店铺，店面只有两个榻榻米大小，约合1坪。但它的营业额却能够突破3亿日元。3亿日元的坪销额，这恐怕是日本第一了。一般来说，点心制作零售商的年坪销额不过约231万日元而已（2007年统计）。相比之下，小竹的出类拔萃显而易见。小竹只销售“羊羹”和“最中”两种商品。羊羹每个580日元（译注：约合人民币46元），最中每个54日元（译注：约合人民币4.3元）。长久以来，这个价位一直没有变过。最中可以在网上购买，可若是想要羊羹就非得来店面不可，这也就是大家排队的原因。前些日子，一个听我讲“中小企业经营改革新论”的研究生为了进行实地考察，凌晨4点就早早到那家店前排队去了。但他最终还是没能买到。后来他跟我说，第二天凌晨3点就去排，说什么都要买到。到了第二天上课的时候，全班同学竟真的得到了一块小竹的羊羹作为礼物。那个味道让教室里40多名学生赞不绝口。……

# 《世界第一的小公司》

## 媒体关注与评论

小公司经营中的《圣经》，个人开公司必读！——NHK 这是一本挚诚的书，如果这本书没有被更多人看到，是整个社会的巨大遗憾！——《日本经济新闻》 书中讲述的8家小公司的经营理念让人感动，它们才是真正的经营。这些小公司做到了大公司所做不到的事，这最为难得。《世界第一的小公司》这本书预示着一未来公司模式的创新路。——《日本读卖新闻》

做公司的第一个想法应该是做好，而不是做大，做精做透很重要。同时，碰到一个强大的对手或者榜样的时候，你应该做的不是去挑战它，而是去弥补它。——马云 事实上，市场上绝大多数公司都是小公司，小公司才是自然的状态。小公司应该是液态的，无论市场是方的还是圆的，公司都可以倒到里面填充每一个缝隙。做好小公司，首先要有经营小公司的心态，企业领导者切勿贪大。——SOHO中国董事长 潘石屹 我现在给自己定了这样一个纪律，一个人一生只能做一个行业，不能做第二个行业；而且不能这个行业所有环节都做，要做就只做自己熟悉的那部分领域，同时做的时候不要平均用力，只用自己最特长的那一部分……——巨人集团董事长兼CEO 史玉柱

一味地增加员工、扩充门面，而不改善编制，好景是维持不了多久的。——松下电器创始人 松下幸之助

# 《世界第一的小公司》

## 编辑推荐

世界500强学不到的经营智慧！马云、潘石屹、史玉柱、松下幸之助一致追求的商业理念！

# 《世界第一的小公司》

## 精彩短评

- 1、描写的小公司都各具特色，承担了社会责任，履行了企业的职责，同时用自己的特色吸引了客户的喜爱！所以很赞的一本书，可以作为个体经营者参考。
- 2、看完之后，很励志，有些信心了，不错~
- 3、作者很认真 并且坚持多年的累计经验写下来的一本书  
有8件日本小公司获得成功的原因 方法 经验  
很用心 很认真 很有用的一本书  
值得一看  
对于日本的作者 本来是不存在好感的 现在对这位作者的用心做人做事 很感动
- 4、：  
F279.313.43/4159
- 5、昨天买的今天到了！质量总体还不错，但好几页的页边都毛毛的
- 6、这样的小而美的公司正在成为潮流。为更多的年轻所喜欢所接受。
- 7、能学习的是书里所说的精神，为什么中国就没有这种经营精神
- 8、相关书质量很好，内容不错
- 9、我是觉得中国的私营小公司可以看看
- 10、不一样的感动 这才是真正的经营理念 公司就该这么做
- 11、非常好的书，没推荐错，也建议大家多读书！
- 12、越是复杂想要看清楚的东西，越是简单
- 13、你要是 想看理论行的东西 就不要买这本书了，但是这本书里的每一个故事读完之后你都能学到点什么的
- 14、励志的小书，8错！
- 15、这本书里的公司就是21世纪我们需要的公司。
- 16、“一招鲜,吃遍天”，这句俗语就是对书中做到世界第一的8个小公司的真是写照。  
我印象最深的是：一个5名员工的小印刷社，通过使用环保技术，让自己成为全日本第一名片商。不过，这个小印刷社就无法发展成世界第一的小公司。最简单是它使用了环保再生纸来印刷名片，赢得了客户。而在国内，在价格战这种情况下，它使用了环保纸就会成本高，售价高而被顾客抛弃。所以，只能佩服这些世界一流的小公司，但是国内企业在能做到这一步，还有很漫长的路要走。
- 17、关注那些改变生活的公司
- 18、真是伟大！
- 19、小公司有大作为
- 20、看了这本书会发现日本有很多值得学习的东西！！
- 21、必备用书，还不错！
- 22、不知真假，有些夸张吧
- 23、可以得到不少启发的！！
- 24、对于创业的朋友，本书特别适合，强烈推荐
- 25、看看实用。
- 26、学会了不少商业理念，推荐~~
- 27、书中的例子有点少，也没啥代表性。
- 28、不一定要做得多大，只要做到极至，也是世界第一
- 29、案例简单了点，会有些启发。
- 30、为利润还是为理想，并非同步促进的目标。很多时候，分支点的选择取决于你内心的抉择。
- 31、小公司也能产生大效益，看了这本书很受益！
- 32、从中可以学到很多经验 对于想创业的来说 是一本很好的书
- 33、好好学习，每天进步
- 34、很棒的一本书 相对来说日本人才是真正用心去经营
- 35、不求最大，但求最好、最专业，这是马云对无数淘宝店主的殷切希望。在日本能看到很多这样的小公司，代代相传，越做越精。其实我们做人何尝不是一样的道理？不期望样样都拿得起，只要有一



## 《世界第一的小公司》

样做到无可替代，就是成功。

36、以为像很多经管的书一样，多少都是有些枯燥的，但是这本书里边的例子很多就像是一个个的小故事一样，没有很多生硬的说辞，很有励志的感觉！

37、书的质量纸质越来越差了，没之前买的好，内容么一样的，不评说，老会员没得优惠，给的优惠券没得用处，还有收货时间长，一个多星期。。。当当最近怎么搞的，没得之前好了，唉？

38、当当是个骗子，承诺不兑现，骗我们评论，承诺的礼品却耍赖

39、正在看，没有想象的那么好与深奥，也许成功的秘诀就那么简单的几条

40、外行看热闹，内行看门道！！

41、世界第一有噱头的嫌疑，但是做一家小而美的店也需要倾注很大的精力，而且这也不是靠抽象出来的某个理论而做好的，接近客户从客户的角度着想，别无它。

42、启发很深，要学习！

43、那些残障者曾经连别人眼睛都不敢看，但现在他们到公司交货时，也能充满活力地跟大家说：“已经做好了！”眼中闪烁着熠熠光彩——你不觉得这才是真正了不起的企业吗？

44、基本上没什么问题

45、超出商业的范畴 经营梦想伦理 道德

46、还可以，就是参考吧，与中国不太实用

47、其实就是讲经营者如何坚持克服困难顾客至上的理念，很普通。

48、世界第一的小公司

49、微小企业的东东最喜欢

50、再小的公司也有生存的理由，再大的公司也有垮掉的时候的。

51、很不错，指示我们的未来

52、对日本八家超级小的企业的考察研究，有很多值得深思的地方。规模不大，就是一个小店面，但是其单位或人均产出很大。成功的地方在于，发扬了日本那种企业和社会的精神，做到极致，人文关怀。就像最近盛行的日本货，如马桶盖、菜刀、电饭锅。最重要的在于对客户需求的满足，甚至超越了顾客的需求层次。

53、2015年

54、如果你不去想，又怎么会有方法，如果你不去做，又怎么会成功呢？

55、内容一般，并没有深入探讨日本小公司长久以来的能够持续经营的原因

56、印刷的问题，有很多空白页，

57、大家都知道一招鲜，吃遍天。可是现实中哪有那么容易啊

58、经营之道 值得学习 创业的经营

59、又可以借鉴之处

60、第一次在网址上买书感觉好好的很强大不错不错以后继续的

61、全部看完，适合创业公司

62、刚看了开头~~写的不错~~应该会有用~！

63、<https://book.douban.com/review/5362918/>

64、学习这码子事儿吧，还是很开心的。样本都很值得写，也值得称赞，佩服作者数十年的跟踪，只是这书写得有点太简单了，好多经营的东西都没得看到。

65、由好几个小故事组成，很激励

66、一般，老调重弹，没什么新颖的地方，指导性不强，只能作为励志的书还勉强可以，如果希望能从中找到什么启发，建议不要选择本书了！

67、八家公司的业务模式是很有意思的,但是论述的稍浅了点.

68、喜欢的类型

69、已经看完了，小公司的故事，很值得广大的经营者学习

70、小中见大，学习一下日本人吧。

1、最近读完的一本日本人写的书《世界第一的小公司》，真心被里面的小企业震撼到了，虽然规模小，但却比很多大企业要优秀很多，体现了真正经营的价值。关于企业经营，市场上很火的自然是稻盛和夫，可惜每每都没时间去把他书读一下，而《世界第一的小公司》这本书个人感觉比《海底捞你学不会》更上一层，里面的企业老板不以利润为目标，以精益求精，以人心关怀，以理想导向等着实让我震撼不已。书中提到了日本8个小公司，分别是小竹（餐饮业）、幸福小川（老弱病残辅助品制造）、丸吉日新堂印刷、板室温泉大黑屋、ARAKI（酒吧）、高龄社（专门给老年人提供工作）、辻谷工业（体育制造）、岸氏工程技术（老弱病残辅助品制造）。每个公司都给人带来了内心的感动，小竹（餐饮业）、ARAKI（酒吧）、辻谷工业（体育制造）的老板精益求精，对产品的熟悉和严格要求胜在产品的质量上，而且小竹（餐饮业）还雇佣残障者解决其就业问题承担社会责任更是值得称道，而幸福小川、岸氏工程技术的企业经营者自身或是亲人经历了病魔的痛苦，承担起了社会责任，不以利润为导向，而是帮助弱者更好的生活为目的，愿意花大量资金去研发产品，像这样的企业值得尊敬。丸吉日新堂印刷则是考虑环境问题，用聚乙烯塑料瓶、废弃的香蕉茎等进行再生造纸，同时给盲人提供工作制作盲文名片，企业对社会勇于承担值得敬佩。高龄社则是考虑一些老人退休之后仍想工作，尽可能提供工作计机会，让他们继续实行人生的价值。板室温泉大黑屋的老板则是坚持自己理想，即使开店到最后只剩下一个员工，他也坚持将艺术融为旅馆之中，这种充满理想的想法最终让他成功。相比这些企业，中国的企业优秀的并不多，即使中国的有钱人已经很多了。我跟我以前高中同学所聊到的，事业成功可能穷困潦倒（梵高、马克思），有钱也不代表事业成功，看看过去煤老板雇佣童工的恶性案件就知道了，一个成功的企业家或是如同盖茨、乔布斯改变人们的生活，也可以像松下幸之助等人形成自己的企业管理模式，当然如前面所说承担社会责任，在帮助老弱病残就业方面，在环境保护等方面做出自己的贡献。

2、坂本光司在《世界第一的小公司》一书中介绍了八家日本的公司。1、梦幻羊羹：一家只仍3.3平米的小店，卖得东西很简单，只有“羊羹”和“最中”两种，但年销售额却达到3亿（日元）。2、幸福小川：一家专门为行动不便的人制造一些便于使用的产品……3、丸吉日新堂印刷：日本第一名片商。一家外地顾客占八成、回头率达九成的名在黑片印刷公司。4、板室温泉大黑屋：顾客临终前“还想再去住一晚”的旅馆。一家以“养生与艺术”为主题的旅馆。5、ARAKI小酒屋：放弃浮躁的经营方式，全力打造真正满足顾客喜好的“臻品店铺”。6、高龄社：专为老年人提供工作机会，让他们实现自身价值的公司。7、辻谷工业：典型的家坊式企业，却创造了独一无二、领先世界的制品，而其产品只是不太起眼的铅球。8、岸氏工程技术：小规模的企业，却持之以恒地为残障者和行动不便者开发世界领先的福利器材。尽管这8家公司来自于不同的行业，但做为经营成功的小公司，却可以总结起一些共性的东西。“小有小的美”这八家公司，都是小公司。而这个“小”可以从多方面来理解：产品小、规模小、员工少、销售额少、消费群也小。毫不起眼的“羊羹”、“名片”、“铅球”等都可以成为一家优秀的公司。旅馆、酒馆也是我们生活中常见的，并无特殊性的产品。而还有一些产品属于使用人群极小的。比如，幸福小川，专门为行动不便的人制造产品，而这些产品的数量极少，但却必须有针对性地进行开发。而产品小，带来的也是规模小。这八家公司大多是家庭作坊式的公司，员工甚至不到10名。在领导人的概念中，也不存在连锁、上市等做大的概念。但“小”却往往意味着“精”和“特”。意味着更个性的产品和服务、更快的响应速度、更好地坚持以及更好的创新。比如，梦幻羊羹对其产品质量的控制。丸吉日新堂在名片当中开发出新的环保名片，也能根据客户需求开发。而一个小小的铅球，却能够做到重量误差不超过25克。板室温泉大黑屋更理将“养生与艺术”的理念发挥到极致，光是购买艺术品的投资就超过2000万人民币。虽说这些公司的产品多有特色，但和大公司相比，他们的销售额并不高。甚至，有些公司都是难以为继。比如，幸福小川，由于产品开发成本过高，销量少，公司艰难维持，但却受到社会的普遍支持。而板室温泉大黑屋的产品定价也并不昂贵，除了金钱之外，企业老板收获的是一份愉悦的心情。而高龄社为了真正给老年人提供工作机会，也并没有大肆招揽会员，而是有效地控制其规模所在。充满正能量的经营理念：这八家公司虽说有的经营不错，有的经营利润并不是特别高。但是，去探究他们经营的初衷时，却发现，无一例外地充满着正能量。“爱、责任、热情”是他们在经营中考虑最多的。在整本书中，我们可以看到日本企业家所有的类似于稻盛和夫的价值观和理念：“对社会有价值才不会被顾客所抛弃”、“做有价值的事情”、“让员工更加幸福，为社会做更多贡献”、“以人本主义的方式经营”、“心怀挑战精神

## 《世界第一的小公司》

不断追求进步”……而这些经营理念并不仅仅是贴在墙上的标语，而是落实到企业实际的运营当中。丸吉日新堂的社长阿部先生在思考自己能为社会做点什么的同时，开始不懈地开发新的环保名片，用“香蕉纸”做成环保名片。高龄社30%的收益返还给公司内部员工和注册员工。而在岸氏工程技术公司，每一件福利器材都包含着爱和泪水。迎合强者喜好的商品如今天已经遍地都是，岸氏工程技术生产的是弱者期待的产品。岸氏公司的社训中提到“Supreme”（完美、完善），“Sincere”（真诚）、“Safe”（安全）等六个“S”，岸先生特别强调，“要把Simple和Speed这两点贯彻到底。Simple即产品的使用方法简单易行，Speed在这里指的不是最近流行的“快速经营”，它所表达的是“顾客急切地盼望着这些产品，公司要尽快满足顾客的心愿”这一双重含义。将自我注入品牌与事业工作和生活，大部分人会将其分开。但是，在这8家公司中，我们却看到，企业领导人将自我注入了品牌和事业。之所以选择这类生意，有些是因为家族事业，一直有所坚持。有些是因为自身的经历，才导致他们意识到自己未来人生的方向和事业，也更清楚客户的需求所在，并且愿意下定决心提供客户需要的产品。幸福小川的社长正是为自己得到癌症之后，才发现病人需要的产品有多缺乏。岸氏工程技术的开发者也是因为其女儿的特殊经历而下定决心干这件事的。ARAKI小酒屋的老板和老板娘正是凭着对葡萄酒和料理的热爱，才走遍全球，寻求好的葡萄酒，并坚定地将其介绍给顾客，并相信顾客和他们一样会喜欢。而板室温泉大黑屋的老板也正是出于对艺术的热爱，才不顾所有的人的反对和离开，而坚定地选择了自己的经营方向。正是因为这样的心理，使得这些公司在经营过程中，钱不再是唯一的标准。正如ARAKI小酒屋的荒木先生所说：现在首先考虑的是“如何让顾客品尝到美味的葡萄酒”，其次才考虑销售情况。而这也让荒木先生体会到“不执著于赚钱的幸福”。无为中的简单而有意义的营销营销对这几家而言，几乎是在“无为”当中实现了简单而意义的营销方式。以小竹为例，从没有接受过电视或杂志的访问，从没做过什么广告宣传，店面狭小又朴素，店前没有停车场，出售的产品只有两种，但是却实现了惊人的销售额，并且购买需排队。其中的原因很简单就是“货真价实”：不受经济形势影响，不盲目追求流行趋势，力求保持品质。“日式点心的精髓就来源于日本的四季变化。我们必须要用身体记住那种微妙的季节变化和颜色变化”，为此，稻垣女士让年轻的员工们每天早上都去附近的井之头公司散步，在自然当中培养出感性来，怀有一颗坦诚之心，严格地要求自己，这就是制作东西的本质，而这是那些追求流行、依附行情、侧重外表的做大规模的点心店所不能完成的。为此，小竹每天只做三锅，而每个也被要求只能购买5个。而即便是排队，也不影响其销售。为产品赋予意义，是丸吉日新堂印刷的独特之处。书中讲述到一对夫妻要求用环保纸制作婚礼邀请函，丸吉日新堂印刷给她们推荐了两种材质，一种是香蕉纸，一种是帆布纸。而他们对这两种材质的论述让人感动。“香蕉的植株会在结果后枯萎。但就像是要将它的生命延续下去一般，另一株香蕉会在旁边生出，抽芽、成长、结果，之后再抽芽……循环往复，象征着子孙繁荣。所以这种纸带有一种特别好的象征。”“风帆接受了风的洗礼，带领帆船在辽阔无边的大洋里不断前行，这种帆布纸象征着两位今后的生活一帆风顺”。这样的描述，顾客能不开心地接受吗？

3、P68「在大學期間，某一時期政治鬥爭愈演愈烈，室井先生也受到一些影響，但繼承旅館的想法一直沒有動搖過。」讓人一頭霧水：1.大學生怎麼會「政治鬥爭」？2.受到政治鬥爭的影響，怎麼會關係到是否繼承家業？室井俊二社長生於1946年，這樣算來他上大學是六十年代末到七十年代初（6-3-3-4制加他本人復讀一年）。所以我推斷這裏想要表述的可能是室井社長參與了學生運動，而且沾染了共產主義的立場——這樣一來這種表述就說得通了。所以我猜想這裏是不是不是原文的直譯，而是譯者修改過的？第七章，辻谷工業這一章反復提到了辻谷工業的「魔法鉛球」包攬了1996、2000和2004三屆奧運會的千秋比賽前三。讀到這裏不僅要問，對於成書於2010年的本作，為何對2008奧運會絕口不提？原因是社長辻谷政久由於對大陸中共當局對人權打壓的不滿，拒絕將自己生產的鉛球出售給北京奧運會使用。我想原著不可能不對此事加以解釋的吧？-----第二章，幸福小川幸福小川的事業充滿愛心，值得尊重。但是我覺得幸福小川的性質更接近慈善機構，而不是公司。因為社長的思路並不是通過產品的銷售實現長期的扭虧為盈，而是希望得到社會的捐助維持生產。全書八個案例，除了幸福小川都保持著盈利（小竹、丸吉日新堂、ARAKI的利潤還都很可觀），或能低利潤的維持公司的運營。而幸福小川一直是負債經營，而且社長也沒有扭虧為盈的思路。所以我覺得將幸福小川定型為公司，似乎有所不妥——當然，祇是個人看法。-----P30，倒數第三行：

【經歷】&gt;&gt;應為【精力】P37，倒數第一行：【湮沒】&gt;&gt;應為【淹沒】

# 《世界第一的小公司》

## 章节试读

### 1、《世界第一的小公司》的笔记-小竹

小竹——东京吉祥寺 小竹 梦幻羊羹 最中

- 1、练习了30年才在父亲去世前得到肯定
- 2、日本著名导演去世前说还想再吃一次小竹的羊羹
- 3、限量150个，由顾客定的规则
- 4、价钱多你啊你如一日，只为了最初的味道。

幸福小川——从JR广岛站出发，乘车40分钟到达安艺市啊贺站下车，再驱车5分钟左右就能到达海边。在这附近一眼就能看见一家民宅风格的店铺，它就是“幸福小川”。这是一家专门为残疾人和老年人提供服装和寝具的企业。

- 1、为了一个女孩投入大量成本制作一双袜子，卖的价格却完全没有很高。（我想着正的才是设计的本质吧，满足他人的需求，一种关爱的体现。）
- 2、一位使用者的回信，让她的母亲直到去世前也没有用过尿布，保住了老人最后的尊严。也让老人干干净净地走。
- 3、一位使用者的回信，一声说丈夫只能活到3月，却奇迹般活动啊4月11日。
- 4、幸福小川为使用者挑选很多适合产品，免费送货上门，挑选了需要的，其他退回，免费修改尺寸。

丸吉日新堂印刷——北海道札幌市的一家“日本第一名片商”

那些残障者曾经连别人的眼睛都不敢直视，但是现在，他们到公司交货时，也能够充满活力地跟大家打招呼，说上一句：“已经做好了！”如今，他们的严重总是闪烁着熠熠光彩。

大黑屋板室温泉——临终前还想再去住一晚。第十六代社长，革命性地改造了温泉，为它融入现代艺术元素（把这里变成了一个艺术展览区）

ARAKI——原本老板只注重生意，开始销售额巨增，之后突然锐减，导致酒屋几乎倒闭，老板潜心改造，让自己为顾客着想，哪怕画上几个小时为客人介绍如何饮用葡萄酒，为他们推荐好的葡萄酒，用真诚换回了很多顾客，同时，酒屋获得了很多奖，常常办一些展览会，品介会。得到很多人得帮助。（外部经营资源）——那些把公司事务视如己出的伙伴们。在公司遇到困难的时候，总有一些愿意将公司事务视为己出而热心帮助的经销商、供货商、顾客、合作伙伴。。。。。。他们就是“外部经营资源”。

高龄社——社长是患有帕金森的老人，他努力为老人提供工作机会，让他们实现自身价值。

社长个人经历很丰富。多次挽救财政赤字的公司，他用实际行动让大家感受到他的工作热情，绝不辞退员工的做法让员工愿意与他一起奋斗，热血的感觉。每天下午四点打开公司的三个冰箱，请大家喝啤酒。品尝小菜。

谷工业——用精湛的技术制造出铅球。身为工匠的执着。通过辨别不同的声音、手感硬度来确认好重心。

岸氏工程技术——社长夫妇的孩子是脑损伤患者，社长为了帮助孩子呼吸更舒适开始生产福利器材，改变了公司的方向。服务他人，方便他人，利益不是最重要的。

# 《世界第一的小公司》

## 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](http://www.tushu000.com)