

稻盛和夫的实学


阿米巴模式

[日] 三矢裕
[日] 谷武幸
[日] 加护野忠男

著

刘建英
曹岫云

译
审译

人民东方出版传媒
 东方出版社

稻盛和夫的实学

阿米巴模式

〔日〕三矢裕
〔日〕谷武幸
〔日〕加护野忠男

著

刘建英
曹岫云

译
审译

图书在版编目 (CIP) 数据

稻盛和夫的实学. 阿米巴模式 / (日) 三矢裕, (日) 谷武幸, (日) 加护野忠男著; 刘建英译. —修订本. —北京: 东方出版社, 2013. 3

ISBN 978-7-5060-6155-1

I. ①稻… II. ①三… ②谷… ③加… ④刘… III. ①陶瓷工业-工业企业管理-经验-日本-现代 IV. ①F431. 367

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 058237 号

Amebakeiei ga Kaisya wo Kaeru-Yaruki wo Hikidasu Shosyudan Bumonbetsu Saisan Seido
By Hiroshi Miya, Takeyuki Tani, and Tadao Kagono
Copyright © 1999 by Hiroshi Miya, Takeyuki Tani, and Tadao Kagono
Simplified Chinese translation copyright © 2013 by Oriental Press
All rights reserved
Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.
Simplified Chinese translation rights arranged with Hiroshi Miya
through Beijing Hanhe Culture Communication Co., Ltd.

中文简体字版权由北京汉和文化传播有限公司代理
中文简体字版专有权属东方出版社
著作权合同登记号 图字: 01-2010-3434 号

稻盛和夫的实学: 阿米巴模式
(DAOSHENGHEFU DE SHIXUE; AMIBA MOSHI)

作者: [日] 三矢裕 加护野忠男 谷武幸
译者: 刘建英
审译者: 曹岫云
责任编辑: 黄晓玉 孙学鹏
出版: 东方出版社
发行: 人民东方出版传媒有限公司
地址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号
邮政编码: 100706
印刷: 北京次渠印刷包装有限公司
版次: 2013 年 6 月第 1 版
印次: 2013 年 6 月第 1 次印刷
印数: 1—10 000 册
开本: 880 毫米×1230 毫米 1/32
印张: 7
字数: 125 千字
书号: ISBN 978-7-5060-6155-1
定价: 39.00 元
发行电话: (010) 65210056 65210060 65210062 65210063

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65210004

阿米巴经营——企业管理的革命

500年前王阳明龙场大悟，悟到了“心即理也，此心无私欲之蔽即是天理，不须外面添一分。”就是说“人的良知即为天理”。用良知来应对一切、把良知发挥到极致，就是王阳明的“致良知”。

稻盛和夫“三十而立”，他在30岁前后已经相当完整地构建了他的企业哲学。而他的哲学的核心，即他在生活、工作和经营中悟出的真理，用一句话概括就是：把“作为人，何谓正确”当作判断一切事物的基准。就是把作为人应该做的正确的事情以正确的方式贯彻到底。

在人类智慧的巅峰上，这两位哲人不谋而合，殊途同归。

追求“作为人，何谓正确”，落实到经营企业的具体模式上，稻盛和夫发明了“阿米巴经营”。如果你读过稻盛所著的《阿米巴经营》一书，再认真读完本书，并且了解稻盛和夫赤手空拳40年间创建两家世界500强企业的经历，那么你就不能不承认“阿

米巴经营”才是这个世界上最先进、最有效、最人性化、最值得学习推广的经营管理模式；你就会理解，京瓷和 KDDI 的持续成功不过是稻盛哲学和“阿米巴经营”的产物；你也会相信稻盛和夫一定会把他的哲学以及“阿米巴经营”导入日航，并使日航重建成功。

在无锡有一家规模不大的企业，名叫京瓷化学（无锡）有限公司。它的前身是日本东芝的一家分公司在无锡的独资企业，曾经连续八年亏损。在这家企业里，日本人和中国人之间、中国人相互之间都缺乏信任。后来东芝把这家分公司卖给了京瓷，这家分公司的一位年轻的中国籍的技术员转到了京瓷。经短期培训后，他于 2003 年被派往无锡当总经理。奇迹出现了：一年后企业扭亏为盈，一年四个月后企业的利润冲抵了前八年的亏损；去年企业人均利润高达 22 万元，在今后的两至三年内，企业人数基本不变而利润还要翻番。企业人际关系空前和谐，一派生气勃勃的景象。这家企业起死回生的秘诀就是稻盛哲学和“阿米巴经营”。经营者是中国人，全体员工都是中国人，在中国的土地上，稻盛哲学和“阿米巴经营”开花结果意义深远。

“阿米巴经营”是一种管理模式。它似乎是“术”，但它有效实施的前提在于“道”。这个“道”就是追求“作为人，何谓正确”的企业哲学，也就是京瓷公司的经营理念：“在追求全体员工物质和精神两方面幸福的同时，为人类社会的进步发展作出

贡献。”

这个“道”虽然简单,但对于我们绝大多数企业而言,转变经营理念无异于一场原有意识的革命。

在日本有许多企业都导入过“阿米巴经营”,凡是把它单纯作为“术”引入的大体上都失败了。凡是把“道”和“术”相结合的都成功了。京瓷化学(无锡)有限公司的总经理对我说,实行“阿米巴经营”开始有点繁,但一点也不难,因为真正落实了全员经营,可以说全体员工都在相当程度上获得了物质和精神两方面的幸福。办企业本来就应该如此,我们以前怎么就没有想到呢?

追求并实现“全体员工物质和精神两方面的幸福”,这符合“天道”。如果把“全体员工”扩展为全体国民乃至全人类,这难道不就是我们的先人贤人们所憧憬的世界大同吗?从这个意义上讲,稻盛创办京瓷和 KDDI 是一种出色的社会实验。稻盛经营企业的哲学以及将这种哲学加以具体化的“阿米巴经营”,值得我们中国人,特别是中国的企业家们认真地学习和借鉴。

稻盛和夫(北京)管理顾问有限公司

董事长、总经理曹岫云

总序

什么是阿米巴经营

- 日式赋权管理模式

阿米巴经营是京瓷(KYOCERA Corporation)创始人稻盛和夫(现任名誉会长)独创的小集体独立核算制度,当时京瓷还仅仅是一个名不见经传的小工厂。所谓阿米巴经营模式就是将整个公司分割成许多个被称为阿米巴的小型组织,每个小型组织都作为一个独立的利润中心,按照一个小企业、小商店的方式进行独立经营。比如制造部门的每道工序都可以成为一个阿米巴,另外,销售部门也可以按照地区或者产品分割成若干个阿米巴。可能许多读者曾经在杂志或者书刊上见到过阿米巴经营这个名词,但真正了解阿米巴经营模式的却不多。

我们三位笔者也不例外。开始着手调查之前,我们对阿米巴的理解也非常肤浅,甚至有些误解:

“把整个公司细分为若干小型的阿米巴真的可以实现有效的授权吗?”

“单位时间核算是一种非常严格的管理模式,对企业员工来讲会不会太残酷、太苛刻?”

“过于强调单个阿米巴的核算会不会导致各个阿米巴以自我为中心,从而搅乱了公司整体的和谐?”

“阿米巴经营只不过是一种现场改善活动,它真的能够作为一种整体活动给整个公司带来一场根本性的变革吗?”

“战后京瓷的迅速崛起在很大程度上难道不应该归功于稻盛先生个人的领袖魅力吗?”

“阿米巴经营是在特定条件下产生的一种特殊的管理模式,只适合于浓厚的京瓷文化。”

由此可见,当初,我们并没认为阿米巴经营是一种非常合理的经营模式。

但随着采访的深入,我们对阿米巴经营的看法发生了一百八十度的转变。现场的员工和我们当初想象的截然不同,并没感觉到他们工作特别辛苦或有什么抱怨。阿米巴经营是一种全员参与型的经营模式,是基于对员工的信任而把每个阿米巴的运营托付给员工,从而建立起一种朝着共同目标努力的强有力的合作关系。因此,阿米巴经营能够激发所有员工的主动精神,增强所有员工而不仅仅是一小部分管理层人员的成就感。阿米巴经营也不仅仅是进行现场改善的工具,而是一套完整的管理体系。

同时阿米巴经营又是一套极其合理的管理体系。单位时间核算制度,迅速反映市场需求的弹性组织和后面章节讲述的与其他组织结构的有机结合,最大限度地发挥了员工的潜能。可以说,阿米巴经营支撑起了京瓷的发展奇迹,是一种日式的赋权管理模式。

• 阿米巴经营的推广

之前,阿米巴经营理论一直都是绝密,很少为外人所知。1989年京瓷成立经营信息系统事业部(1995年独立,改名为京瓷通信系统株式会社,即KYOCERA COMMUNICATION SYSTEMS Co., Ltd.。以下简称为KCCS。2006年又从发展壮大后的KCCS独立,改名为KCCS管理咨询株式会社,简称KCMC),开始提供阿米巴经营的相关咨询业务。时至今日,已经有许多公司引进了阿米巴经营模式。

这些公司普遍反映,引进阿米巴经营模式后,“上下级之间的信息交流得到了很大的改善”,“公司内部开始形成一种全员参与型的氛围”,“员工的核算意识提高了”。另外还有公司反映“公司运营变得非常透明,决策指示比以前容易多了”。可以说,阿米巴经营的引进大大改善了公司的管理体制。

公司管理体制强健,利润就会随之增加。株式会社SYSTEC在1994年引进了阿米巴经营模式。一年之后,该公司

营业利润由一年前的 690 万日元猛增到 1.16 亿日元。虽然销售额仅增加了 1.7 倍,但利润却是一年前的 17 倍。该公司梶村社长在谈到阿米巴经营的引进效果时说:“因为原来的利润基数低,有这么大幅度的利润增长或许是理所当然的事。但此后利润仍然不断增长。”如同梶村社长提到的,“员工已经慢慢体会到了提高财务数字带来的成就感和乐趣”,在所有员工的共同努力下,1996 年该公司营业利润进一步提高到 3.98 亿日元。株式会社 SYSTEC 的改变是货真价实、震撼人心的。

当然,在感受到阿米巴经营魅力的同时,也有许多公司负责人持有这样的疑虑:“我们公司缺乏管理方面的人才,阿米巴经营模式很难在我们公司推行。”笔者认为,事实恰恰相反。阿米巴经营正是一种培养此类管理人才的经营模式。每个阿米巴领导人如同一个小公司的社长,必须站在经营者的角度经营各自的阿米巴。而这样锻炼出来的主管都是能够独当一面的优秀人才。

除此之外,也有人担心“每个阿米巴都要进行单独核算,肯定需要大量的票据,反而会额外增加管理成本”。不能否认,阿米巴经营的管理工作确实比较繁琐,但电脑的使用可以大大降低这种成本。而且,阿米巴经营的一个重要特色就是极大地提高非营利部门员工的成本意识,能够促使他们积极改善工作效率,消除工作中的浪费。因此公司整体的成本非但不会增加,反

而会大大减少。

● 阿米巴经营理念

谈起京瓷,就不能不提到他的创始人,也就是现在的名誉会长稻盛先生。稻盛先生的经营哲学已经上升为“京瓷哲学”,成为京瓷员工的精神支柱。

阿米巴经营的成功与否在很大程度上依赖于阿米巴领导人的自主判断,这就要求阿米巴领导人必须要有正确的判断基准。京瓷哲学为此提供了依据,告诉员工应该做什么,不应该做什么。同时,做个好员工之前首先要学会做人,因此这种判断基准又必须以高度的道德观和做人准则为基础。

阿米巴领导人要努力提高各自阿米巴的效益,但不能无视公平、正义,不能忽略对其他阿米巴的帮助以及和其他阿米巴的合作。阿米巴领导人必须要有为公司整体作出贡献的思想,只有这样,才能有效地发挥它的作用。

● 正确理解阿米巴经营

阿米巴经营成功的关键在于,通过这种经营模式明确企业发展方向,并把它传递给每位员工。因此,必须要让每位员工深刻理解阿米巴经营的具体模式,包括组织构造、运行方式以及背后的思维方式。如果员工对阿米巴经营没有一个正确的理解,

结果就会流于形式主义,出现以自我为中心,为了自己阿米巴的利益而损害其他部门利益的情况。也有可能因为达成目标的压力过大,而导致员工心理疲劳。

本书力求把一个原汁原味的阿米巴经营模式,也就是京瓷的经营模式详细地展现给广大读者。在本书中,除了介绍阿米巴的经营模式外,我们还会详细解读在阿米巴经营模式下,企业主管以及广大员工应该具有的思考方式和行为准则。我们坚信,本书将为推广阿米巴经营的负责人、阿米巴领导人,以及所有参与阿米巴经营的人提供最好的素材。

● 决策层,别忘了传递你的激情

理解了阿米巴经营后,接下来就是实践了。也就是要让所有的员工都参与进来,让阿米巴经营生根发芽。当然,说起来容易做起来难,激发所有员工的热情,调动大家的积极性光靠推广负责人的孤军奋战是不行的。

我们需要的是决策层“竭尽全力让阿米巴经营渗透到公司每个角落”的激情,决策层要把自己的这种激情传递给每位员工。阿米巴经营要实现每个细节的高度透明,通过这种高度透明的管理方式拉近员工和管理层的距离,让员工体会到引进阿米巴经营的价值,从而促使员工更加认真积极地投入到阿米巴经营中去。

● 决策层,一定要亲临前线进行指挥

引进阿米巴经营,实际上是在公司内部掀起一场根本性的变革,因此难免会有部分员工产生抵触情绪。其实,许多企业在决定引进阿米巴经营时,都遭到了部分员工的强烈反对,比如“不伦不类,不感兴趣”,“只会加重我们的工作负担,没什么好处”,“简直就是浪费资金”等等。遇到此类情况,只有决策层才能说服员工,让他们了解引进阿米巴经营的好处。

把握员工心理,引导员工挑战更高的目标对决策者来讲是个很重要的课题。在实施阿米巴经营时,针对稻盛先生是如何发挥他的领导作用这一点,本书将作详细的解释。

在第七章里,我们将详细介绍株式会社 SYSTEC 等两家公司引进阿米巴经营的实例。到底公司负责人是在什么背景下引进阿米巴经营的?在引进阿米巴经营的过程中遇到了哪些难题,又是如何克服的?

无论您是某企业的决策人,还是对阿米巴经营感兴趣的一般读者,或者是正苦于推广阿米巴经营的负责人,又或是不知如何调动员工积极性的管理人员,都请务必参考本书,相信一定会对您有所启发和帮助。

目录

第一章 京瓷的经营 001

- 一、创业以来的大胆创新精神 / 003
- 二、阿米巴经营——培养企业家的经营 / 006
- 三、阿米巴经营的活力 / 011
- 四、每位员工都是经营者 / 016

第二章 阿米巴经营的目的 019

- 一、组织结构创新 / 021
- 二、实现全员参与的经营 / 022
- 三、通过核算衡量员工贡献,培养员工的目标意识 / 025
- 四、实行高度透明的经营 / 031
- 五、自上而下和自下而上的整合 / 035
- 六、培养领导人 / 039
- 七、阿米巴经营和赋权 / 042

第三章 阿米巴之间通过内部交易展开竞争 045

- 一、把市场机制引入制造现场 / 047
- 二、定价是经营之本 / 059
- 三、从公司外部采购 / 067
- 四、销往公司外部 / 068
- 五、跳出阿米巴的框框进行思考 / 069
- 六、阿米巴经营和市场 / 071

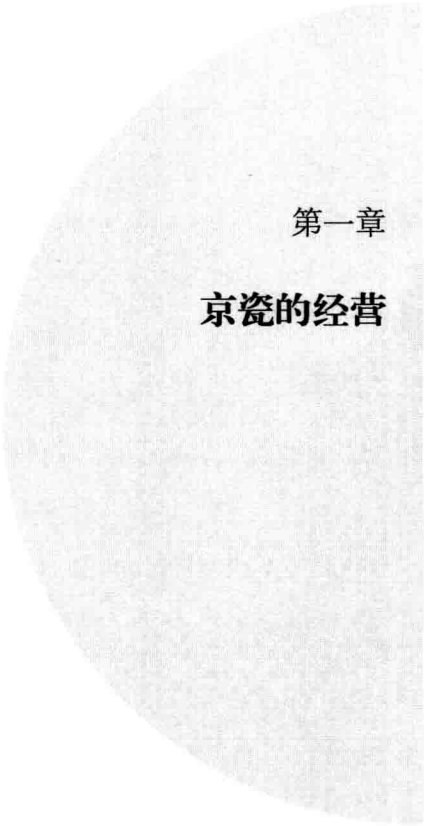
第四章 使用单位时间核算衡量业绩 075

- 一、单位时间核算的思路 / 077
- 二、单位时间核算的诞生 / 080
- 三、制造部门的单位时间核算 / 083
- 四、销售部门的单位时间核算 / 088
- 五、单位时间核算的架构 / 091
- 六、单位时间核算的运用 / 100
- 七、单位时间核算的特色 / 102

第五章 阿米巴经营的具体运行 113

- 一、阿米巴经营循环 / 115
- 二、阿米巴会议 / 116
- 三、制订年度计划 / 119

四、制订月度计划	125
五、执行计划	131
六、反馈结果	137
七、评估结果	140
八、阿米巴经营模式下的销售部门	144
九、阿米巴经营模式下的研发部门	150
十、阿米巴经营模式下的管理部门	152
第六章 阿米巴的分裂、合并、成长	157
一、阿米巴的分裂和合并	159
二、临机应变的组织结构	164
三、新项目的创建	167
第七章 通过阿米巴经营实现企业变革	171
一、阿米巴经营的咨询业务	173
二、株式会社 SYSTEC 的案例	177
三、株式会社 DISCO 的案例	184
结束语——阿米巴经营的根本和实施	193
后记	199



第一章

京瓷的经营