

あるべき企業の姿

1. はじめに
2. 元気のない中小企業の5つの言い訳は誤解・錯覚・甘え
 - (1) 景 気
 - (2) 規 模
 - (3) 業 種
 - (4) ロケーション
 - (5) 大企業
3. 中小企業の盛衰はすべて経営者
4. 元気のない中小企業は「企業経営とは何か」が分かっていない
5. 企業経営とは5人に対する使命と責任を果たすための活動
 - (1) 社員とその家族
 - (2) 外注企業の社員とその家族
 - (3) 顧 客
 - (4) 地域社会・地域住民
 - (5) 株主・支援機関
6. 元気な中小企業の法則的特徴
 - (1) 高い志・理念
 - (2) 社員第一主義
 - (3) 外注尊重
 - (4) 人財重視
 - (5) 総力経営
 - (6) 創造重視
 - (7) オンリーワン経営
 - (8) 製販一体経営
 - (9) ボーダレス経営
 - (10) ネットワーク経営
 - (11) グローカル経営
 - (12) 財務力重視
 - (13) 感動サービス経営
 - (14) 小さな本社経営
7. 元気な中小企業の経営者の共通的特徴
 - (1) 現場重視
 - (2) 社員を愛する
 - (3) コミュニケーション
 - (4) 公私区分
 - (5) 定 年

- (6) 先 頭
- (7) 数値志向
- (8) ガラス張り

8. 増やすべき中小企業

9. 中小企業施策の目的は施策対象企業を増加させることではなく、元気な納税責任を果たす、なくてはならない中小企業を増加させること

- (1) あるべき姿を示す
- (2) 本質問題は経営者
- (3) 公的な中小企業支援機関が多すぎる
- (4) 中小企業支援機関にど素人が多すぎる
- (5) 多くの中小企業の相談先は取引銀行・顧問税理士等である
- (6) 同じ中小企業に同一施策を何回も使わせるべきではない
- (7) 創業10年以上経過した中小企業は弱者ではない
- (8) 中小企業へのやりすぎによる弊害が多い
- (9) 中小企業施策は問題明示型・場づくり型・顕彰型施策をメインにする
- (10) 施策により窓口が異なるのは中小企業のためにならない
- (11) 中小企業の施策メニューは多すぎる
- (12) 民間専門サービスを施策に位置づける
- (13) 慢性的不況企業には経営者を変える以外、改善策はない
- (14) 景気超越型企业は例外なく「開発型」「製販一体型」「自立連携型」「高い志型」「総力型」「ボーダレス型」等である。
- (15) 元気な中小企業は一匹狼であり、施策に過度に依存しない
- (16) 「モノづくり300選」は評価できるが、選定基準があいまい
- (17) 行動しない中小企業に中小企業施策はなじまない
- (18) 評価すべきは、助成企業数や承認企業数ではなく、黒字企業数・雇用拡大企業数である
- (19) 近年の中小企業の新施策は、ほとんど繰り返し・メッキ替え的である
- (20) その他

10. これからの中小企業施策の視点

- (1) 施策説明会
- (2) 産業支援機関の一体化
- (3) 民間中小企業支援機関の位置づけ
- (4) 時間別施策
- (5) 経営者対策
- (6) 経営マニュアル
- (7) 場づくり
- (8) 顕彰施策
- (9) その他