



CULTURE BOOK

Oct.2023 - Sep.2024



CULTURE BOOK

Oct.2023 - Sep.2024

三嶋商事を取り巻く環境

高齢者が抱える問題を解決する

日本の高齢者の多くは「歳を取ったら、あまり食べなくてもいい」という誤った認識から、加齢とともに食べる量が減る、傾向にあるため、低栄養による「フレイル」「サルコペニア」に陥ることが多い。それは、寝たきりの状態で人生の終末期を送る方が多い理由の一つでもあり非常に深刻な問題である。私たちはメディカルフーズ市場を拡大し、高栄養な食事を多くの人に届けることで、この社会課題を解決する。要介護高齢者・生活習慣病患者の増加に伴い、入院 / 在宅医療の需要は高まる一方、介護士の数は足りていない。介護施設・病院は、厨房では対応できない特殊食品や手軽で簡単に調理ができる食事を必要としている。三嶋商事は、高齢者施設や在宅での治療食、介護食の需要増加に応えるとともに、「フレイル」「サルコペニア」などの予防への関心をさらに高め、人々の健康意識を変えていく。

メディカルフーズ市場をさらに発展させていく

高齢者以外にもメディカルフーズを求める方がいる。生活習慣病や、障がいにより、食べられるものに制限のある方。高齢者も食事制限のある方も対象とした食品（メディカルフーズ）は、いまだ発展途上であり、私たちがここからさらに拡充していかなくてはならない。美味しいという体験を、求める方に届けていく。もっと広めていく。

三嶋商事の成長要因 / 強さの根源

求める声がある限り、提供しつづける

三嶋商事はこれまで、高齢者に対しての食品や腎臓病のある方へ向けた PB を提供してきた。

これからは、より幅広く、食に悩みを抱える方に対して食の機会を提供していく。低栄養に悩む高齢者にも、食べられるものが限られている方々にも、三嶋商事はとことん向き合って寄りそう。誰しもが求める「食べる」という当たり前の喜びを届けるために、常に求める声を聞き、多様なニーズに応えつづける。

専門的な知識・ノウハウがあるから選ばれる

私たちの製品を求めているのは、主に病院や介護施設。届けたい人に届くように、専門的な知識を持つ医療従事者・介護現場の方に伝える必要がある。そのためには、私たちが同じ目線で話せる専門的な知識を持っていてはいけない。また食に悩みを抱える方が、退院後なども簡単に手に取れるように、通販を通じて自宅に届けるサービスを展開。私たちは製品知識だけでなく、業界の知識までしっかり抑え、知識とノウハウを武器に、病院・介護施設、そして一般の消費者のもとに製品を提供していく。

事業を通じた社会提供価値

人生の終末期を、健康な身体で 大事な人と過ごせるように。

「高齢者はたくさん食べてはいけない」という通念が、けが人や病人を増やしてしまっている。

日本社会に根付いているこの間違った考え方を変え、私たちはパラダイムの変化を起こす。

私たちは正しい知識を広め、多くの人の健康意識の改革を行い、提供しているメディカルフーズなどを通じ、しっかりと栄養をとってもらうことで、元気な終末期を過ごせる時代を実現する。

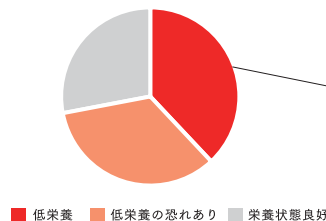
どんな人でも食を楽しみ、 人生を楽しんでもらいたい。

病気や障がいを抱えて、食事制限のある方に、食べることを楽しんでほしい。それは、人生を楽しむことと同義だから。高齢になっても食べたいものを食べ、高栄養で健康寿命が伸ばせるような社会を目指し、カタチは違えど、どんな人でも「食べること」の楽しさを届けたい。

三嶋商事の広がる成長可能性

増える低栄養で悩む方の ために届けていく。

低栄養のリスクがある方の割合



低栄養に悩む方の多くが高齢者
→ 高齢者の増加と共に増えていく

約7割が低栄養リスク

出典：ネスレヘルスサイエンス

広がり続けるメディカルフーズ 市場をけん引していく。



市場価値は5年連続増加

→ 要介護高齢者や生活習慣病患者
の増加とともに市場拡大していく

出典：矢野経済研究所

私たちが目指すブランド

三嶋商事ができなければ、他でもできない
食事を通じて、すべての人に豊かな人生を届ける。

● 私たちの想い

私たちは、食べることを通じて、豊かな人生を届けます。

そのためには、誰よりも私たちを必要としている方の声に耳を傾け、
ひとつひとつ、カタチにしていく必要があります。

「三嶋商事で実現できないことは、他でも実現できない」

そう言ってもらえるくらいの努力を重ねていかなければなりません。

誰もが、最期まで健康で豊かな人生を描けるようになることが、
私たちが社会に提供する価値です。

私たちはこの使命に誇りを持ち、その意識と取り組みによって
食べることを諦めていた人や、そのためにつらい日々を送っていた人
そんな誰かの景色を変えるきっかけをつくるのです。

想いを伝える“ストーリー”

意識が変わると、景色が変わる。

ひとは、明日も生きるために食べる。

食から生まれるコミュニケーションや

喜びを糧にしながら、日々を過ごしている。

「食べたい」という欲求を失くしてはいけない。

それは、あなたが健康な証だから。

きちんと食べることで、元気な身体を維持できる。

だから歳を重ねても、食事は欠かせない。

食べる楽しみは、すべての人が平等に持つべきもの。

お客様の喜ぶ声が、私たちのやりがい。

困っている人を助けたい。

必要な栄養素を、毎日の食事から。

私たちは食を通じて、人々の健康を支え食べたいもの
を楽しむ当たり前がずっとつづく人生を設計する。
最後の瞬間までずっと健康で笑って過ごせるように。



三嶋商事の想い

三嶋商事は
 医療の現場にはいないけれど
 医療の輪の中にいる事を自覚し、
 なくてはならないものを取り扱い、
 必要としている方に
 確かな商品・確かな情報を
 お届けすることを
 使命としています。

はじめに -start

経営理念

地域医療に貢献できる企業になる みんながハピネス

事業定義

チーム医療の一員として治療食・介護食を
 中心にそれにかかわる商品と情報をお届けし、
 クライアントのQOL(Quality Of Life) 向上に貢献します。

目次 -contents

01	サプライズ・感動・喜び	11
02	一つのチームを目指す 会社はファミリー、みんなで助けあう	15
03	自己管理できる人間、成長・学び・？を迫及する	19
04	カスタマーサービスをより良く	23
05	確かな情報を届けるために積極的に知識（ナレッジ）を身につける	26
06	変化を受け入れ、変化（改善）をする創造的な発想推進	29
07	意欲的（マインド）なコミュニケーションを率先する	33
08	環境・会社・自分をキレイに、自慢できる会社をつくる	36
09	感謝の気持ちを忘れず謙虚であれ	40
10	全ての取引先を大切にす取引先あつての会社	44
	2023 - 2024 コアバリュー大賞	47
	三嶋商事の皆さんへ	53



ABOUT EPISODE

コアバリューのエピソードは、毎年上期と下期でそれぞれ各項目ひとつずつと大賞ひとつを選出し、中期経営方針説明会にて表彰しています。

このカルチャーブックには2023年10月から2024年9月までに集められた全277のエピソードから選出され、表彰されたエピソードを掲載しています。



サプライズ・感動・喜び

サプライズは皆さんもご存知の驚きと言う意味です。いい意味でのサプライズは好きな人が多いと思います。皆さんはどうでしょうか。

サプライズを演出する、それは相手を思っている行動ではないでしょうか。日頃から何かしら意識していれば相手を驚かせる事ができます。大小問わずサプライズを実践する事は、いい意味のものであれば、相手も自分も楽しくなるはずです。この行動は『よく気が利く』人ほど実践できると感じています。よく気が利く人は、相手への配慮や周囲の環境をよく観察しています。サプライズを考えるのが苦手な人は、まずよく気を利くことを心掛けてみましょう。何かしら変化が見え、人や物事に対しても様々な視点が養われるはずですよ。これを習慣づければサプライズが実践できるのではないのでしょうか。その結果、感動が生まれれば最高です。

以前こんな事がありました。先代がある病院の庭でバラが咲いているのを見ていたところ（顔に似合わず花が好きでした）その病院の栄養士さんが咲いていたバラをわけてくれたそうです。それを持ち帰り、先代の頃の会社の前で鉢に植えて育てていました。私は当時学生でしたが、よく覚えています。それから十数年は経っていたと思いますが、そのバラを母は会社の屋上で育てていました。私は、そのバラが咲いた時期に撮った写真を母が仏壇に奉っていたのを見つけ、1枚もらいました。そしてその写真にメッセージを添え、担当者に持って行って頂きました。

そうすると担当者は帰ってきて私に病院での出来事を話してくれました。その栄養士さんが他の栄養士さんを集め大変喜んでくれたそうです。担当者はそれに感動したと私に伝えてくれました。私も担当者から聞き、感動がこみ上げてきたのを今でも覚えています。何とも言えない思い。まさしく、サプライズと感動と喜びを同時に実感した瞬間です。

色々な事に気が利く事や、思いやりを持てば自分にもそれは返ってきます。ただ黙々と与えられた仕事をこなすより、このような事をして仕事をする方が楽しいです。もっとサプライズをして、もっと感動や喜びを味わいたくなります。インターネットのお客様の声も読んでいると感動し、嬉しくて涙が出るときがあります。

私たちがやっていることに対して喜んでいただける、サプライズ・感動・喜びをもっと届ける取り組みを会社の基本姿勢として皆で実践していけば、「みんながハピネス」を実践できるのではないのでしょうか。

MISHIMA SHOJI



サプライズ・感動・喜び

上 期

Mさんへのサプライズ 三四勝

11年間にわたり当社の営業担当として活躍してくれたキッセイ薬品のMさんが定年退職されることになりました。これまで私たち社員一人ひとりに対して、たくさんの知識とノウハウを惜しみなく提供してくれました。その感謝の気持ちを形にするため、先日、Mさんの送別会を企画しました。この日のためにサプライズを考え、社員みんなに協力を要請し、感謝の思いを伝える送別の品(プレゼント)を準備することができました。そして、送別会の場でMさんに社員一同からの送別の品をサプライズで贈りました。その瞬間、Mさんの目には涙が溢れていました。感謝の言葉と共に、私たちと過ごした日々への愛情が込められた涙でした。Mさんがこのサプライズにどれほど喜んでくれたか、その喜びの表情は、私にとって忘れられない感動的な瞬間となりました。この小さなサプライズが、長年の勤務で築き上げた絆の証となり、Mさんへの深い感謝の気持ちを伝えることができました。私たちが日々の業務で忘れがちな「感謝する心」を、Mさんは最後の瞬間まで教えてくれました。

下 期

麻雀でサプライズ 三四勝

3年前、妻のお爺さんに会いに鳥取県を訪れました。当時97歳で、20年前にお婆さんを亡くし、息子夫婦と生活をしていました。認知症を患い、食事もほとんどとらない衰弱した状態でした。そんな中、お爺さんが最後に願っていたのは「4人打ち麻雀をしたい」ということでした。そこで、サプライズとして身内を集めて麻雀を行いました。すると、お爺さんはまるで別人のようにシャキッと覚醒し、元気に話し始め、その後は食欲も戻り「お寿司が食べたい」とまで言い出すほど回復しました。お爺さんは翌年亡くなりましたが、最期までその日のことを覚えていて、もう一度みんなで麻雀をしたいと願っていたそうです。この事を通じて、人のQOL(生活の質)向上は一人ひとり異なること、そして高齢者の願いを理解し、寄り添うことの大切さを改めて実感しました。限られた時間の中で、できることを叶えることが、人生に大きな喜びを与えるのだと感じました。

一つのチームを目指す
会社はファミリー、
みんなで助け合う

チームは全員が同じ目的を達成する為に互いに協力して取り組む必要があります。チームはグループではありません。会社内にもグループはいりません。最高のチームメンバーは、ポジティブな考え方で、それを率先し、協力し合って行動します。ネガティブな部分は排除しようと努力します。会社にはグループではなくチームが必要です。

3. 11 東北大震災でのある出来事をテレビで見ました。その出来事とは、当社も通販でお世話になっているヤマト運輸さんの活躍です。

震災後、救援物資がなかなか被災地、避難所に届かない事が起こっていました。救援物資の一時保管所で荷捌きが上手に出来ないのが一つの原因だったそうです。

ボランティアや自衛隊員が荷物を仕分ける作業をしていたのですが、あまりの量や慣れない事でパニック状態でした。その状況下で物資の仕分け、配送を率先し志願してきたのが、ヤマト運輸の社員さん達でした。中にはご自身も被災し、避難所生活をしている人もいました。その社員さん達が自分達の意思で物資の仕分け、配送を志願してきたのです。それは会社からの指示ではなく、社員さん達が考えて起した行動です。会社の所有物である配送車を使用することは、少なくとも所長以上の権限を持った方が指示を出さなければ規則違反ですが、社員さん達は支持を待つことなく、当たり前のように取組んだそうです。ヤマト運輸の社長がテレビのインタビューでこう答えていました。

「指示・許可を待っているようでは遅いと現場が判断し動いてくれた。私たちの社員は大事な事は何かを自分たちで判断し行動してくれた」

その後の物資の仕分け等はやはりプロの仕事でした。配送も3階建てで1、2階が破壊され、柱と階段くらいしか残っていない建物にも3階まで物を運び、お客様には大変感謝されていました。後日、弊社に荷物を集荷に来てくれた宅急便のドライバーさんに「テレビの放送見ました。ヤマトさんは素晴らしい社員さんがいますね。私も安心して荷物を任せられます。」と思わず話しかけました。そのドライバーさんは、

「自分の営業所であのような事があった時はどうするのか？自分たちもわかりません。」と照れながら答えてくれました。きっと、どの営業所もあのような判断をしたいと思います。それは、ヤマト運輸さんがそのような企業文化を持った会社であると思ったからです。ヤマト運輸のファミリーとして、1つになり助け合う会社。私達の会社もそのような会社を目指しましょう。

そうなれば、「みんながハピネス」です。

MISHIMA SHOJI



一つのチームを目指す 会社はファミリー、みんなで助け合う

上 期

一声の大切さ 山本 高志

営業担当者として、お客様からのご注文は毎日必ずチェックしているのですが、業務過多になると、漏れてしまうことがあります。そんな時に顧客対応担当の方々が、伝票を発行する前に「これ大丈夫ですか？」と一声かけてくれます。この一声が「ある」「なし」では私自身の業務に影響を与えます。もし、注文が間違っただけで伝票を発行し納品をするとお客様に迷惑が掛かるだけでなく、伝票修正、商品ピッキング、再配送とムダが発生します。このムダが発生しないように注文書を再確認していただける顧客対応担当の方々には感謝しかありません。

下 期

達成感 山下 祐希

当社の卸のお客様であるF病院様が開催されている腎臓病教室を初めてWEB配信しました。初めての試みということもあり、事前に参加メンバーで準備物を確認したり、当日に配信エラーが起きないように入念に準備を行いました。そのおかげで当日は大きな問題なく配信を終えることができました。

たくさんのお客様に視聴していただき、確かな情報を届けることができたことが嬉しかったです。また、当日会場に来ていない社員も配信を見てくれていたようで、次の日に出勤すると声をかけてくれました。その気持ちが嬉しかったですし、社員みんなで作り上げることができてとても達成感がありました。

次回もより多くの方へ確かな情報を届けられるよう、告知から気合いを入れて取り組みたいです！

03

自己管理できる人間、
成長・学び・?を追求する

03

自己管理には色々ありますが、ここで述べるのは会社で働く事を前提にした自己管理です。

たとえば休日明けの出勤日、特別な理由がない限り休む事はないですよ。一番忙しいのは休み明けという事は皆が知っています。休日の日の自己管理を怠り、体調を崩したり、けがをしたりしてはプロとして恥ずかしいものです。

成長・学びは人間としての楽しみの一つだと思います。成長・学びによって様々な方と出会うきっかけにもなります。また、自身の喜びにも繋がるはずで

す。あなたが三嶋商事に勤めてから会社は成長しているはずで

す。三嶋商事は絶えず成長しています。企業が生き残る唯一の方法は成長です。新たな事にチャレンジをしなければ競合他社に負けて当社は必要ではなくなります。ことの大きさではなく成長する気持ち、情熱が重要です。そのために私は様々な事を学び、様々な挑戦を考え実施しています。

あなたは成長していますか？三嶋商事に入って学んでいますか？私は社員の皆さんの潜在的なポテンシャルを解き放って欲しいと願っています。皆さんはまだ自身で気付いていない可能性を秘めているはずですよ。

その可能性を引き出すためには、あなたの力を解き放つ、あなた自身のチャレンジ精神が必要です。自分の能力を伸ばしたいと思わなければならないのです。会社とともにあなたも成長・学びを情熱的に行ってください。

？は、なんでだろう？と物事を考える事と、知らないものはすぐに調べる、というクセをつける事です。わからないまま、調べないままはよくないですよ。これらをチャレンジする精神は、必要というより“必須”です。また、一緒に仕事をしている仲間から刺激も受けることもあります。

あなたはどのようにチャレンジし、自分の能力を伸ばしているのでしょうか。あなたの目指すビジョンはどのようなものですか？会社の成長に関わることが出来ているのでしょうか。

皆が成長すればハピネスです。



自己管理できる人間、
成長・学び・？を追求する

上 期

積極的に知る 今津 利恵

以前カラオケで出てた声が出なくなった！そういえば最近よくむせるなあ…と、気づき本を読むことにしました。『誤嚥性肺炎で死にたくなかったらど筋トレしなさい』嚥下機能が低下しているのかも！と調べてのことです。以前、パスタが喉に引っかかってなかなか飲み込めなかったことを思い出しました。ふけ喉チェックの20項目の中の1つでも当てはまれば、それは喉からのSOSとのことで3～40代からすでに喉の老化は始まっているらしい…わたしの父母は80代ですが普通食を当たり前のように食べているので自分の歳でまさか…とびっくりです。先日実家に行った時、父が食事中でない時にむせていました。最近、よくむせるというので本で授かった喉の筋トレを伝授しました。命にも関わってくる重要な情報です。疑問に思い、学んだことがすぐ役立つうれしく思いました。また他人事でなく自分の健康もしっかり自己管理しようと思いました。

下 期

社内図書 橋本 竜一

社内図書の「ワースト添加物 これだけは避けたい人気食品の見分け方」は、食品添加物についての興味深い本でした。本書では食べてはいけない添加物と、健康に影響が少ない添加物を紹介しています。特にワーストランキングには、ゼロカロリー食品に使用されている人工甘味料があり、これらの甘味料は痩せたい人や糖尿病の人が摂取すると逆効果になる可能性があることが論文で示されています。また、体内のミネラル不足を引き起こすことで「新型栄養失調」につながることもあります。この本を読むことで避けるべき添加物とミネラル補給法について知識を深めることができました。

普段の買い物で食品の裏側をよく見る癖をつけ、自分だけでなく家族の健康も守れるように気を付けようと思います。



カスタマーサービスをより良く

カスタマーサービス = customer service

辞書によれば、『顧客へ提供する種々の情報や特典。また、顧客の相談に対応する業務や、その担当者。』とあります。つまり当社では、電話対応と考えます。

大手の会社はよく“カスタマーセンター”といって顧客の電話対応を外部に委託することがあります。それは決してしてはならないと考えています。なぜならお客様は当社に問合せをしてきます。それが、外部の方が対応するということはお客様に対して当社がサービスを行っていない事になります。

会社の印象を委託先の対応で判断される。直接の意見が社員に直接届かない。それは【アカン】事ではないでしょうか。会社内の人間が直接やりとりをして当社の印象をよく感じていただき、営業の後方支援やマーケティングに関する事が可能となる。それが最善の方法と考えます。

電話対応で当社を宣伝できるとしたら、やるべきですよ。そうするには電話対応でも質が問われます。お客様が好意を抱く対応とはどのような事でしょう？それは私たちが商品を買う立場になればわかります。愛想が無い、たらい回しにされる、商品知識がない…。反対に愛想がよく、即答できる商品知識や気遣いなどあれば素晴らしい会社だと思います。では当社のカスタマーサービスはどうすれば良いかわかりますよね？そうです。やりましょう！実践すれば「みんながハピネス」です。

受賞エピソード Award-Winning Episode

カスタマーサービスをより良く

上期

勉強の成果 下口 恵里

お客様からのお問い合わせでお母様に嚥下障害があり、施設から自宅介護に切り替わるがどんな商品がいいのか教えて欲しいとの事でした。嚥下状態がどうなのか、どういった商品をお求めなのか、詳細が分からなかった為、伺ってみると誤嚥することもあり、食が細くなっているエネルギーと水分補給を補いたいとの事でした。お客様もいくつか商品の検討をつけられていましたが、中にはたんぱく含有量が多いものがありました。すぐにお客様へそちらの商品だと誤嚥してしまった場合誤嚥性肺炎になってしまう可能性もあるのでお勧めできない事を伝え、他の商品を提案してみました。また、商品を提案する際には実際自分が試食したときの感想だったり、スライス法を用いて食べていただけることなどもお伝えしました。お客様からは「誤嚥性肺炎の発生の危険性やスライス法など知らなかったから知れてよかった」と仰っていただけ、勉強で覚えたことをお客様へお伝えする事で少しでもQOLの向上にお役に立てれば良いなと思いつつ、今後もお役に立てる情報を提供していけるように努めたいと思います。

下期

PC操作 下口 恵里

お客様からネットでの注文方法と、低たんぱく米の炊き方を教えて欲しいとご質問をいただきました。注文方法はいつも通りに流れに沿ってご説明を行い、難なく無事にご注文することができました。そのあとに、低たんぱく米の炊き方の説明を行いました。今までは炊飯マグで炊いていたが、都度都度の炊飯で日に4回も炊飯していたらしく面倒との事で、当初は炊飯マグを追加でご購入されようとしていらっしゃいましたが、残念なことに現在メーカーが商品をリニューアル中で在庫がなく、購入できない状況でした。炊飯マグでなくても炊飯器で炊けると前日に聞いたが、炊き方が分からなく教えて欲しいとの事でした。お米の量や、水分量は炊飯マグの時と同じで大丈夫と案内した上で、炊飯マグと炊飯器での違いで、まず浸水しない事、炊飯時には早炊きで炊いていただくこと、炊飯後は10～20分蒸らし時間が必要な事をお伝えしました。お客様からはどこかに説明とか記載ありますか？と聞かれ、ご購入いただいた商品がみしまのたんぱく質調整米だったこともあり、商品ページを案内し、こちらからなら説明動画もありますし、文章での説明文もあることをお伝えすると、文章の所を印刷したいとの事でした。お客様が普通に印刷をしようとしてもサイト上のサイズ問題でどうしてもきれいに収まらず印刷できないとの事でした。そこで、お客様にはお手を煩わせてしまいましたが、一度画像を保存していただき、保存した画像を印刷していただくように案内をしました。無事お客様も印刷できたようでお客様からは「ありがとう、助かった。通販や商品だけでなくPC操作の方法まで教えてくれてありがとう。これで、この紙見ながら炊ける」と嬉しそうに仰っていました。大した事行っただけではないですが、お客様のお役に立つことができた嬉しい出来事でした。

05

確かな情報を届けるために
積極的に知識(ナレッジ)を
身につける

05

三でも触れましたが、商品知識は必須です。

私たちのお客様はどのような方々でしょうか。私たちの販売する商品は、一般では市販されていない商品ばかりですので、相手の立場で考えるにはお客様がその商品を使用する背景、そしてその商品のことをしっかりと把握していなければなりません。社内でも教育の機会を設けますが、それだけで全ての知識を身につける事は不可能です。足りない知識はセミナーや本、WEBなどで補うこともできます。勉強には教わる側の努力や姿勢が必要です。

我々が販売する商品の背景を十分に理解すれば、何をしなければならぬかわかります。確かな情報を身に付けるためには積極的にならなければなりません。ではどのような姿勢が積極的なのでしょうか。それは、自分の時間で努力をすることはもちろんですが、人の行動などを盗みとるくらいの気持ちが必要だと思います。

セミナーや本で学ぶのではなく“盗む”。知識のある方の行動、言動を真似る・聞くのではなく“盗む”。これくらいの気持ちが積極的ではないでしょうか。教えてもらうでは消極的だと感じています。

確かな情報を届ける使命。実践すれば、みんながハピネスです。



確かな情報を届けるために
積極的に知識(ナレッジ)を身につける

上期

南河内嚙下研究会への参加 中野 寛子

2月10日に行われた南河内嚙下研究会に参加しました。

展示会は25社ものメーカー様が出席しておられ、いつもは画面上でしか見る機会がない商品を直に見て、各メーカーのご担当者様から、直接商品の説明をしていただくことができました。また、佐々木先生の講演では、「年をとったら食べなさい」の内容や、これまでご経験されてきたことに基づいた情報を、実際に佐々木先生がお話しして下さるのを聞くことができ、大変勉強になりました。今後も参加できる勉強会があれば、知識を増やす為に参加していきたいと思います。

下期

ラーニングピラミッド 下口 恵里

ラーニングピラミッド=学習定着率です。

このピラミッドは、講義(5%)・読書(10%)・視聴覚(20%)・デモンストレーション(30%)・グループ討論(50%)・自ら体験する(75%)・他人に教える(90%)7段階に分かれています。セミナーなど受講するだけでは5%しか定着率無く、視聴覚だけでも30%とかなり低く感じました。ですが、自ら体験する、他人に教えるなど、実際体験することで倍以上の定着率になり、他人に教える行為では90%以上に。社内レクチャーでもそうですが、教わって終わるのではなく、他の方へレクチャーする時に、どのように伝えよう・どうすれば伝わりやすいか・など考えながら準備をして、実際にレクチャーに挑むと、講師としてした時に記憶が強くより印象的残りやすいと感じました。Chat GPTのセミナーを受講した際には、実際にChat GPTを操作する時間もおりお話を聞くだけよりもの分かりやすく理解することができました。

今後も実際に体験をしてより知識として身につけていければと思います。

変化を受け入れ、
変化(改善)をする
創造的な発想推進

ジョンソン・エンド・ジョンソンという会社はご存知だと思います。医療品やスキンケア商品、コンタクトレンズなど世界各国で販売する規模の大きな会社です。その日本法人社長の著書で語られる一節を紹介します。

消費者が変わり、流通が変わり、テクノロジーが変わり、政府の規制が変わるなかで、一企業の理念が未来永劫に不変ということはありません。

「唯一不変なものは変化のみである」

環境は変わります。変化に対応しなければ何事にも成功しません。現状維持に満足しきらないでください。これからも当社は変化をし続けると思います。それは皆さんが体験した事がないような大きな改革である場合や、極些細な改善の場合もあります。その変化に対応できるように努力してください。日々変化・改善の意識で取組んでください。絶え間ない変化を歓迎することが私たちの文化です。

変化するにはより現場の声が重要になります。最前線の人たちを起点とするボトムアップが重要です。毎日一人が一つだけでも小さな改善をする事で、会社の営業日で換算すると約 240 個も年間に変化・改善がなされます。それが働く人数分になると 1 年後の当社は劇的に変化・改善されていることでしょう！

やるからには楽しくしたいですから、ユニークでユーモアのある発想を推進いたします。あなたが考えるユニークでユーモアのある発想をどんどん教えてください。

他社とは違う、当社の個性を活かして「みんながハピネス」を実現しましょう！



変化を受け入れ、変化(改善)をする 創造的な発送推進

上 期

時代の変化 山下 祐希

三嶋商事に私が入社した約3年前と現在では、当社を取り巻く環境が大きく変わったなと感じます。入社した年は初めて売上10億円を突破し、私も漠然と今後も少しずつ伸びていけるのだろうかと思っていました。

しかし、長引くコロナや幾度の値上げラッシュが続き、その後は厳しい状況が続いています。特に通販のお客様の心変わりりは大きく、これまで通りの施策や打ち出し方では振り向いてもらえないようになりました。しかしある意味では、この状況だからこそ変化し続ける必要性を強く感じる事ができています。お客様の心や市場の変化にアンテナを張り、新たな市場価値を生み出していきたいです。

下 期

リファックスのペーパーレス化 中野 寛子

FAXでメーカー様へ送った注文書に対してのリファックスは1日に数十枚あります。

TBさんとの情報共有ツールのペーパーレス化に続き、リファックスに関してもペーパーレスに出来ないかと、プリンターの設定方法を調べました。

設定するには送信元のFAX番号とは別の番号が必要だったため、FAX受信した際に残るデータを一つ一つ調べて、その番号が確認できたメーカー様から順にリファックスをデータのみで受信するように設定していきました。

今では、殆どのメーカー様からのリファックスをペーパーレスで受信できるようになりました。1日約30件ほど発注があるため、その分の用紙が削減でき、処理をするときに注文書原本とリファックスを重ね合わせて針無しホッチキスで留めるという、これまで行っていた作業の手間も省けるようになりました。KB内でも処理が楽になったという声をいただいており、業務の効率化に貢献できてよかったと思います。

07

意欲的(マインド)な
コミュニケーションを率先する

07

気持ちが入ったコミュニケーションの事です。

気持ちが入るとは理念を使命とするためのコミュニケーション。つまり、社内、社外でも会社に関わる前向きなコミュニケーションを取って頂きたいということです。これらのコアバリューを実践する中でつまらないコミュニケーションは必要ありません。前向きなコミュニケーションはワクワクしますし、あちこちで聞こえてくるとさらにワクワクします。

反対につまらない世間話などは気持ちが落胆することもあります。そのようなコミュニケーションは時間外であるべきであり、意欲的な人からすればなるべく聞きたくないものです。世間話は自分の時間におさめましょう。

意欲的な話は大歓迎です！全員が同じ気持ちなら「みんながハピネス」を実現できるのではないのでしょうか。

MISHIMA SHOJI



意欲的(マインド)な コミュニケーションを率先する

上 期

共感すること 今津 利恵

人と話す時に最近特に心がけていることがあります。まずは【共感】すること。
たとえ違う意見をもっていてもまず相手に寄り添う発言をすることで相手にも受け入れてもらいやすくなると思うのです。
以前のわたしにはそれが足らずうまくいかなかったことが多々ありました。
自分の意識を変えることで家族や友達、そして顧客とのコミュニケーションがよりよくなるように感じています。
共感されてイヤな気分になる人なんていませんもんね！
ということで今後も 続けていきたいと思います。

下 期

休憩時間の会話 中野 寛子

山下さんと同じタイミングで休憩になったとき、BBの業務についていろいろお話を聞かせていただいています。
新卒採用や、TB再生施策についてなど、KBの業務をしている中では詳しく知ることができないことを教えていただき、三嶋商事が今どんなことに取り組んでいるのかを知ることができるので、とても勉強になります。
今後も休憩室でのコミュニケーションを通じて、KB以外のことも知っていききたいと思います。

08

環境・会社・自分をキレイに、
自慢できる会社をつくる

08

職場環境の維持改善で用いられるスローガンに 5S（ごーエス）があります。

5S とは、

整理（いらぬものを捨てる）

整頓（決められた物を決められた場所に置き、いつでも取り出せる状態にしておく）

清掃（常に掃除をして職場の清潔に保つ）

清潔（整理・整頓・清掃を維持する）

躰（決められたルール・手順を正しく守る習慣をつける）

この運動はよく耳にしますが、中小企業では実践していない会社もよく見受けられます。

大企業は清掃を外部に委託していたりします。中小企業はそこまで予算を確保できないので、清掃は自社で行うところが多いのではないのでしょうか。

当社は皆さんのお陰もあり今では会社を訪問された方が「キレイにしていますね」「商品も整理されていて会社を見れば行き届いているのがわかります。」

と仰ってくださる事もあります。その都度嬉しく思います。

オフィス内は掃除機での床掃除と机・電話の掃除、廊下と階段はほうきでの掃除、倉庫のモップ掃除、トイレの掃除、出入り口の窓の拭き掃除、会社周りの清掃を皆で手分けして行います。

そして直接販売担当はこれらの清掃以外にも自分の乗車する車の掃除を毎朝早めに出社して行います。

私はほぼ毎朝一番に来て掃除をするようにしていますが、それはもう習慣です。先代から行なっていたので本当に習慣です。先代はよくこう言っていました。

「食品を売っている会社だ。車の中は毎日掃除する。誰が見ているかわからない。」

本人の性格がキレイ好きということもありましたが、きっと創業時は食品を売っている自覚はもちろんの事、商品の一つでも多く売るためのアピールの方法でもあったと思います。

実際に、不衛生な業者よりも清潔感のあるほうから商品を購入したいものです。そういうことを少しでも武器にして、他社と差別化を図ろうとしていたのでしょう。創業時の苦労は私たちに計り知れないものです。

「朝から会社内と外を掃除すれば気持ちよく仕事がスタートできる！」

これも口癖でした。実際にそれを毎日実践していました。その、もっともな習慣を引き継いでいるのです。

キレイな会社は自慢できます。これからもキレイな状態を保ち、キレイに使いましょう。そして忘れてはならないものは自分自身の身だしなみ。

会社も人も同じです。キレイになれば、「みんながハピネス。」



環境・会社・自分をキレイに、
自慢できる会社をつくる

上 期

三嶋商事の文化 山下 祐希

今期が始まってしばらくした頃に、三嶋社長のインタビュー記事が2つのメディアに掲載されました。

インタビューには私も同席させていただいていたのですが、記者の方が揃って驚かれるのが、コアバリューやカルチャーブックの文化です。行動指針や会社の理念を掲げている会社は多くありますが、ここまで社内で徹底して取り組んでいる会社は珍しいとおっしゃいます。会社の目標や目的、大切にしたい想いが明文化されているのは、当社の自慢の1つではないかと思います。

今後は新卒採用も行うので、当社の姿勢として伝えていきたいです。

下 期

内側からキレイに 山下 祐希

合同食品株式会社様との出会いをきっかけに、自分の食生活や健康を今まで以上に気にするようになりました。

普段何気なく食べているものや飲んでいるものも、自分や家族にストレスがない程度で、より身体に良いものを選ぶようになりました。

少し意識を持つだけでも普段の商品選びが変わってきました。

身体の内側からキレイに、をモットーに自分磨きをしていきたいです。

09

感謝の気持ちを忘れず
謙虚であれ

09

感謝の気持ちとは人それぞれではありますが、ここでは私のしている行動を皆さんに伝えてみます。私は入社するとまず神棚にお供えをします。手順は以下の通りです。

- 1, 榊の水を交換し、霧吹きで葉に水を吹きかける
- 2, 二つの皿に米と塩をそれぞれ盛る
- 3, 水玉に水を入れる
- 4, 二つの瓶子にお酒を入れる（毎月 1 日と 15 日）
- 5, これらを、神様に一礼して神棚に供える

そして、手を合わせながら心の中で話します。前日（月曜日の場合は先週末と先週の 1 週間）営業社員が怪我なく帰って来た事と商売をさせて頂いた事に対して「ありがとうございました」とお礼をします。そして、今日も全社員の無事を祈ります。この時、全社員の名前を心の中で読み上げます。そうすると一人一人の顔が浮かんできます。その時ふと感じる事が・・・

「あれ？最近顔が曇りがちな？何かあったのかな？」
 などです。そのような時は本人が会社に来てからの顔を見ます。

何もなさそうならいいのですが、それでも気になる時は改めて声を掛ける事もあります。全員の顔を思い浮かべた後は、家族の顔も思い浮かべます。そして全員の無事をお願いした後は、今日の商売繁盛をお願いします。2 回拍手をして、一礼してからお供え物をお下げします。そして水はコップに移して頂きます。その後、部屋に戻り先代の写真に手を合わせます。

「いつも見守って頂き、ありがとうございます。今日も一日頑張ります。また見守ってください。」

私自身、特定の信仰・宗教があるわけではございません。ただ、感謝をしたいだけです。本来なら皆さんにも毎日感謝を伝えなければならないのですが、毎日は照れくさくて…、会社の年度が終わった時に感謝の気持ちを伝えさせてください。

以上が毎日している私なりの「感謝」です。これ以外にも感謝することはたくさんあります。食事をする、服を買う、趣味に使う、そんな時は感謝すると思います。これらをまたバネにしてより良いサービスを提供できるように、そして自身も努力し、勉強して更に喜んで頂けるようにする。これは皆さんもそうであると思っています。

感謝の気持ちを忘れずに、そして謙虚に。皆でそれが出来れば、「ハピネス」です。

受賞エピソード Award-Winning Episode

感謝の気持ちを忘れず 謙虚であれ

上 期

幅広い業務 山下 祐希

早いことに、当社に入社して3年が経ちました。入社した当時のことを思い返せば、総務や広報も今まで経験がなく、何もわからないままのところからのスタートでした。

今でもまだまだ分からないことやできないこともあります。これまでの3年間で経験したことが少しずつ積み重なって対応できることも当初よりは増えてきました。それに加え、通信販売担当の一部の業務や、人事としての業務など、新しいことにもたくさんチャレンジできる環境がまだ先にも待っています。

少しの不安な気持ちもありますが、1つの会社でたくさんのことにチャレンジできる環境に感謝し、これからも前向きな姿勢で頑張っていきたいと思います。

下 期

被災地支援 山下 祐希

当社のお客様である病院の管理栄養士さんが能登支援のボランティア活動に参加されました。2度のボランティア活動に際し、当社からはゼリーの素やパン粥などを提供させていただきました。被災地では調理に使用できる場所や器具が限られていることもあり、さまざまな苦労があったそうです。そんな中でも、栄養士さんの知恵や経験から支援先のグループホームの方々には温かい食事を提供することができ、すごく喜んでいただけたそうです。

私たちは直接現場を訪れて支援を行うのは難しいですが、被災地支援へ向かう医療従事者の方々をサポートすることができ、まさにそれが形となった出来事でした。

そのような時に当社に商品を提供してほしいと頼っていただけたことが大変嬉しく思います。現地へ支援に行ってくださいました方に感謝するとともに、当社を頼ってくれたことにも感謝の気持ちです。

10

全ての取引先を大切に
取引先あつての会社

10

ここで言う取引先は特にメーカーさんの事を述べています。メーカーさんがあっての当社。「大切に」と一言と言ってもどのように大切にしたらよいかわからないですよ。では、

「最低でも当社に好意を抱いているメーカーさんは大切に」
どのメーカーさんが好意を抱いているかわからないというご意見もあるでしょう。それなら、当社を訪問してくれる全てのメーカーさんを大切にしましょう！

願うのは三嶋商事のファンづくりです。メーカーさんだけでなく、お客様にもファンになっていただけるようにする。10 のコアバリューを実践すれば、必ずファンになってくれると信じています。そうすればビジョンである

「三嶋商事から商品を購入したいと言って頂ける会社」

をつくる事ができます。

100年カレンダーを見てください。そこには皆さんの入社日もあれば退職日もあります。そして命日まであるはず。人生はそれくらい短いのです。

せっかく御縁があった皆さんが集まって活動している会社です。皆で社会に貢献することをやらかしましょう！そうすれば、「みんながハピネス」です。



全ての取引先を大切に 取引先あっての会社

上 期

過去からの繋がり 三四勝

約15年前、当社がまだ浜寺石津にあったころの営業担当であったネスレ日本のIさんが先日、久しぶりに訪ねてくれました。(昔の社名はノバルティス)その瞬間、時間が巻き戻ったかのように、Iさんをすぐに認識し、「久しぶりです!」と声をかけた時の彼の喜びようが忘れられません。かつてはネスレ商品の取り扱いしなかった当社ですが、現在ではケーエスケー帳合で取り扱っており、さらにネスレと直接取引を目指した交渉を進めています。

この度、東京本社から3名と大阪支店長が来社し、その中には10年前に担当してくれていたTさんもありました。長年にわたり当社のことを見守ってくれていたことに感謝の気持ちでいっぱい。直接取引の実現に向けての交渉が前進している現状に希望を感じています。

ネスレ商品をさらに多く取り扱えるようになれば、当社にとって大きな一歩となります。昔の担当者との再会が、新たなビジネスチャンスへとつながることを期待しています。

下 期

クレーム対応 中野 寛子

お客様から、指定日に荷物が届かなかったとお怒りのお電話をいただきました。一度終話して状況を確認したところ、こちらから発送する際にはお客様のご希望通りの日時を指定して発送していたことが分かりました。ヤマト様に状況を確認していただくとともに、お客様へ状況をご説明させていただきましたが、お客様は三嶋商事に対してお怒りでした。その後ヤマト様から、荷物がお届け先の最寄りセンターに置き去りになっていたことが判明した為、お客様へ直接、経緯の説明とお詫びをしたいというご連絡をいただきました。お客様にご了承いただき、ヤマト様からお客様へご連絡していただいたところ、ご理解いただくことができたようで、「先ほどの電話で中野さんという方に強く当たってしまったて申し訳ないことをした。お詫びしといてほしい。」という伝言をお客様からヤマト様に託して下さったとのことでした。

大層お怒りだったお客様にそこまで言って頂けるほど、ヤマト様がとても丁寧かつ真摯にご対応してくださったのだと感じました。

ミスを全くなくすることは難しいと思いますが、ミスしてしまったときにどのように対応するかがとても重要だということを学ばせていただきました。丁寧にに対応してくださったヤマト様には感謝です。



学ぶ



山本 高志

【五 | 確かな情報を届けるために
積極的に知識(ナレッジ)を身につける】

受賞コメント

この度は、コアバリュー大賞を受賞でき、大変嬉しく思っております。私がオンラインセミナーを受講しようと思ったのは、介護施設と障がい児施設における食事提供の違いを理解し、情報提供の精度を上げたいと考えていたからです。

実際に学んでみると、知らない専門用語がたくさんあり、商品の使い方も施設によって異なるなど、新しい発見がたくさんありました。現代は、インターネットでいつでもどこでも学びたい時に学べる時代です。膨大な情報の中から、本当に価値のあるものを選び出し、自分の知識として活かすこと。

これは、社会人として、そして個人としても非常に大切なことだと考えています。

今回の受賞を励みに、さらに学習を深め、より質の高い情報を発信していきたいと思っています。

受賞エピソード Award-Winning Episode

学ぶ

山本 高志

私の得意先様は、病院・特養・老健が主ですが、その中に重症心身障害児施設があります。高齢者向けに設計された商品の提案を行ってもなかなか栄養士さんには響かない（もしくは的外れ）ことが多く、別の観点から情報提供を行う必要があるのではないかと考え、小児在宅医療における栄養管理-ミキサー食のススメ-というオンラインセミナーを自宅で受講しました。

小児のセミナーを受講したことはなかったので、初めて知る内容が多く非常に勉強になりました。

また、弊社が取り扱っている商品（スベラカーゼ、おかゆヘルパー）も複数紹介されており、用途によって使用方法をアレンジしながら活用されている点は興味深いものがありました。その中の一例で、おかゆヘルパー（でんぷん分解酵素）は、通常高齢者施設では

スルーパートナー（ゲル化剤）と組み合わせて使用しているのですが、小児ではおかゆヘルパーのみを使用し、「ベースライス法（ごはんを酵素分解し1食あたりの栄養価を下げることなく調理する方法）」という方法を使って調理していました。今回学んだ内容を営業に活かすことは勿論ですが、ピースタイルにも活用できる内容があるのではないかと感じました。（ピースタイルのお客様の中には、障がいを持っているお子様の親御さんも一定数いらっしゃいますので）

今後も興味のあるセミナーには積極的に参加し、自身の成長に繋げていきたいと思っています。

大賞選出理由

会社が求めている「積極的に知識を身につける」姿勢を見せてくれたコアバリュー大賞に相応しい大変素晴らしいエピソードでした。

会社の社外勉強会認定も申請しない、強制的でもない、ただただクライアントのQOL向上にどのようにすれば自分が役に立つことができるのかを考えて起こしてくれた行動だったと推測します。

勉強の最終系はこのような行動ができるかできないかだと思っています。評価や待遇ではなく、利他の心を発揮して行動する。

それが回りまわって求めていなかったけど、他者が評価してくれる。これが人生の本質かもしれませんね。

皆の手本になる行動とそのエピソード執筆に感謝申し上げます。今後もその気持ちを忘れず突き進んでください！

三嶋 頼之



三四勝 所属ブロック：直接販売担当

- 【一】サプライズ・感動・喜び
- Mさんへのサプライズ
 - 麻雀でサプライズ

- 【十】全ての取引先を大切に
取引先あつての会社
- 過去からの繋がり



山本高志 所属ブロック：直接販売担当

- 【二】1つのチームを目指す
会社はファミリー、みんなで助け合う
- 一声の大切さ

- 【大賞】
- 学ぶ



今津利恵 所属ブロック：顧客対応担当

- 【三】自己管理できる人間、
成長・学び・？を追求する
- 積極的に知る

- 【七】意欲的（マインド）な
コミュニケーションを率先する
- 共感すること



下口恵里 所属ブロック：顧客対応担当

- 【四】カスタマーサービスをより良く
- 勉強の成果
 - PC操作

- 【五】確かな情報を届けるために
積極的に知識（ナレッジ）を身につける
- ラーニングピラミッド



中野寛子 所属ブロック：顧客対応担当

- 【五】確かな情報を届けるために
積極的に知識（ナレッジ）を身につける
- 南河内嚙下研究会への参加

- 【六】変化を受け入れ、変化（改善）をする
創造的な発想推進
- リファックスのペーパーレス化

- 【七】意欲的（マインド）な
コミュニケーションを率先する
- 休憩時間の会話

- 【十】全ての取引先を大切に
取引先あつての会社
- クレーム対応



山下祐希 所属ブロック：ブランディング担当

- 【二】1つのチームを目指す
会社はファミリー、みんなで助け合う
- 達成感

- 【六】変化を受け入れ、変化（改善）をする
創造的な発想推進
- 時代の変化

- 【八】環境・会社・自分をキレイに、
自慢できる会社をつくる
- 三嶋商事の文化
 - 内側からキレイに

- 【九】感謝の気持ちを忘れず
謙虚であれ
- 幅広い業務
 - 被災地支援



橋本竜一 所属ブロック：直接販売担当

- 【三】自己管理できる人間、成長・学び・？を追求する
- 社内図書

三嶋商事の皆さんに認識しておいていただきたいこと

苦しみ、助けを必要としている方がたくさんいること

皆さんひとりひとりの仕事、
ひとつひとつが患者さんへつながっていること

三嶋商事の全てのスタッフの使命は
「より多くの人を救う」ということ

「ただ業務をこなすこと」が仕事の本来の目的ではないこと

三嶋商事に「単なる作業員」は一人もいないということ

三嶋
商事
株式会社

