



CULTURE BOOK

Oct.2021 - Sep.2022



CULTURE BOOK

Oct.2021 - Sep.2022

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ないといけない。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はなく、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。

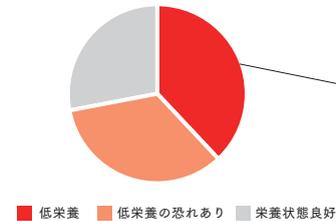
どんな人でも食を楽しみ、
人生を楽しんでもらいたい。

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、カタチにしていくことが必要です。
「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なくてはなりません。

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
	2021-2022 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。

本年度はコロナ禍により中期経営方針説明会を中止した為、みしまの日（正社員の集中教育日）において表彰を行いました。

このカルチャーブックには2021年10月から2022年9月までに集められた全292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。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

受賞エピソード Award-Winning Episode

サプライズ・感動・喜び

思いやりの言葉 三四勝

4月から訪問介護で働くようになり、私が担当している利用者さんでCKDの方がいます。年齢は86歳（女性）で透析間近の状況です。現在はヘルシーネットワークから真粒米や冷凍弁当を購入されています。私が訪問でお宅に伺った際に、購入先を三嶋商事にしたいと嬉しいお言葉を頂きました。私は全く営業はしていません。強いて言うなら、最初に担当挨拶をした際、自己紹介で私が何者なのかを説明させてもらったくらいです。いつも私が食事、運動、コミュニティについて聞くから気にかけてくれていたのかも知れません。

後日、しあわせ家族とみしまの御膳、みしま米のパンフレットをお届けして注文を待つことにしました。おそらく電話での注文になると予想したので翌朝の朝礼で皆さんに経緯を話して注文の電話が入る可能性がある事を共有しました。

数日後に下口さんから「注文を受けました」と報告をもらいました。下口さんも丁寧に体調面の把握をしつつ、要望の商品の特徴や購入方法を説明してくれました。（翌週にその利用者さん宅へ訪問した際に喜んでいました）

みしまの御膳ほのかやカロリーミックスを購入いただき、今ではリピート注文もいただいている状態です。そして、私が一番嬉しく感動したのは下口さんが「〇〇さんの体調はその後どうなりましたか？」と私に聞いてくれた事です。顔も見えていないのに、こんなに思いやりのある言葉を発する彼女に驚きました。そして、私もその利用者さんの現状を下口さんに話しました。

「人を救いたい」という言葉は大袈裟かもしれませんが、その思いを持った人と仕事ができて幸せに感じます。

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味で物資の仕分け、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

乗り越えよう
橋本 竜一

COVID-19のオミクロン株の感染拡大により息子の保育園でも既に4度休園になりました。近くに親族がおらず共働きのため息子を保育園に預けることが出来なくなるとどうしてもどちらかが休まなければなりません。そんな時に直接販売担当の皆さんが言ってくれた言葉が「こっちは気にせず息子さんのそばに居てあげて」でした。

現状一人少ない状況にも関わらず、このような言葉をかけてくださった皆さんに感謝の気持ちがあふれてくるとともに、この大変な時期をチーム一丸となって乗り越えよう！そんな気持ちになる一言でした。

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ね。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

簡単に勉強できる

山本 高志

EC について知らないことが多い私にとって気軽に情報収集できるツールが本と YouTube です。特に YouTube は検索すればすぐに必要な情報を得ることができる便利なアプリです。

そんな中最近よく見ているのが「EC の未来」というチャンネルです。たまたま検索して出てきたこのチャンネルは、業界の著名人が出演されて EC に関する未来や EC で成功した要因などを会話形式で発信している番組です。

知識がない私にとって分からない点も多々あるのですが、視聴回数を増やしていくとだんだん理解できるようになり、ペースタイルでチャレンジするとしたらどんなことができるだろう... ??? と考えたりするようになりました。

まだまだ知識不足ですが、少しずつ階段を登って成長していると信じ、これからも学んでいきたいと思っております。

04

カスタマーサービスをより良く

04

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くれます。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。



カスタマーサービスをより良く

お客様に共感する

今津 利恵

炊飯マグを購入されたお客様より、使用法通りの分量とやり方で使っているのにいつも吹きこぼれてしまい、それによってごはんの芯が残り固くなるので良い方法はないかとのお問合せをいただきました。

メーカーに問い合わせたところ吹きこぼれの問い合わせや事例はないがご希望なら交換しますとのことでした。マグで炊飯したことのある下口さんに聞いてみると吹きこぼれなく上手く炊けたそうです。わたし自身、さっそく自宅で炊飯マグを使ってみました。が、お客様同様やはり吹きこぼれて固いごはんができてしまいました。

ネットで調べてみると吹きこぼれの事例も多く、お米とお水の量を減らすなどで対処している人もいます。お客様にわたしたちの体験談と交換可能のむねお伝えすると、交換不要で自分なりに使ってみられるとのことでした。

お客様は実際にわたしたちが使ってみたということに対して喜んでくれました。その意識を忘れず今後もカスタマーサービスの向上に努めたいと思います。

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私は思います。

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

知識はいろんな方向から

大瀬良 真琴

前期にいくつかのWEBセミナーに参加しました。その影響もあり、参加したセミナーの主催者様より定期的に行われるセミナーのご案内メールが届きます。

基礎的なことや商品特性については参加しています。また佐々木淳先生が管理されているFacebookグループの「在宅医療カレッジ」に参加していると沢山の情報が流れてきます。

初歩的なまとめ投稿や相談、悩みなどもリアルな現場の声が聞こえるので興味深いです。全く理解できない難しい内容もあります。

もちろん基礎から順序立てて勉強することも大切ですが、こういう場所に身を置き、読めない言葉や聞きなれない言葉を調べたりして耳が馴染んでいくのも大切な勉強法と思っています。

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れないでください。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！

受賞エピソード Award-Winning Episode

変化を受け入れ、
変化(改善)をする
創造的な発想推進

簡略・時短

下口 恵里

スマイルの導入により、施設様・病院様の入金処理業務の一部を改善いたしました。内容は複数の施設様の入金が 1 回で纏まって入金される施設様があり、入金処理時に確認をしておりますが、確認作業に時間がかかっていた為、請求書発行時に集約するように改善を行いました。

215 件処理していたものが 65 件まで集約でき、入金処理作業時間も約 1 時間 30 分短縮させる事ができました。又、入金処理をする際に使用している帳簿表の表示方法のフォーマットを変更も行き、今までは施設様を 1 件ずつ検索しておりましたが、施設様の CD を表示させる事で検索する手間と時間を省き、月間にして約 40 分の短縮になり、トータル 2 時間 10 分短縮になりました。

1 件に対する時間はすごく短いものですが、トータルすると結構な時間をとられていたことが分かりました。

短縮できた分他の作業に充てる時間も確保できるようになりました。今後も改善できる物はしていき作業効率 up を目指したいと思います。

意欲的(マインド)な
コミュニケーションを率先する

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。



意欲的(マインド)な
コミュニケーションを率先する

1対1の会話

山下 祐希

社内報の社員紹介や面談を通して、社員全員と話をすることができました。普段の仕事では1対1でじっくり話すということもなかなかないので、私にとってもとても貴重な時間です。

「からだの調子はどうですか?」「なにか言っておきたいことはありませんか?」と聞くと、「実は…」と私が知らなかったことや気づけていなかったことを話してくれる方もいました。

社内報のインタビューでは「話せるようなネタないよー」と言われることも多いですが、何だかんだで盛り上がって長話になってしまうことも多いです。

初めの頃は、どんなことを話そうかと考えて自分自身が縮こまってしまっていました。皆さんと1対1で話すうちに自然と私も気持ちをオープンにすることが出来てきたように思います。

たわいもない話から相談まで、気軽に話してもらえるような存在になれるよう今後も意欲的に行動していきたいです。

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。」

と云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。」

受賞エピソード
Award-Winning Episode

環境・会社・自分をキレイに、
自慢できる会社をつくる

清掃

松下 修平

毎朝出勤してすぐ、車の清掃と階段の清掃を行います。
私が清掃している車はルート営業で1番見られている時間が長い
です。その為、毎朝目立っている汚れなどないか確認しながら清掃
を行なっています。自分が乗っている車でもあり、お客様に荷物を
届ける車でもあります。お客様の立場であっても、汚い車で食品が
運ばれていると不安になる要素の一つです。

こういった何気ない所でもしっかり出来ている事により、私自身
の信頼は上がると思っております。そういった何気ない所、掃除に
限らず気付ける営業マンになっていきたいと思えます。

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？最近顔が曇りがちだな？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ぬのですが、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。



感謝の気持ちを忘れず
謙虚であれ

有難いピッキング 三四勝

深井に倉庫が移転してから、直接販売担当のピッキング作業は入出荷担当が対応してくれています。本当に助かっています。

昔はルート営業から帰ってきて事務処理を済ませてから、ピッキングをして積み込みをしていましたから残業時間が半端ではなかったです。そして、今年の7月からは冷凍品のピッキングも対応していただく事になり入出荷担当には負担がかかっています。

私たち直接販売担当はこの状況を当たり前だと思わず、浮いた時間を営業活動に充てて、更に実績を伸ばす事が最大のお礼だと考えます。

業績が伸びれば会社は安定し所得も上がります。実現できるようしっかりと営業活動に励みたいと思います。

10

全ての取引先を大切にする
取引先あっての会社

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」と一言で言ってもどのように大切にしたらよいかかわからないですね。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。そして命日までもあるはずです。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する
取引先あっての会社

毎日お世話になってます

山本 唯

出荷に回った荷物がキャンセルになることがあります。慌てて倉庫へ降りるとそこには既に梱包された段ボールの山、そして荷物を積み始めているヤマト運輸さん……。

注文内容を手掛かりに段ボールの大きさを教えてもらい、ヤマトさんにも「このお客様のお名前見つけたら教えてください」と申し訳ないながらもお願いし、早く次の集荷場所へ行きたいだろうと一緒に探してもらうことができました。毎日お世話になっているだけでもありがたいのに更にお世話をかけて恐縮なのですが、無事荷物も見つけられ良かったです！」と。大変助けていただきました。

コロナ禍で物流の大変さには拍車がかかっていると思うのですが、本当に頭が下がる思いです。いつもありがとうございます！



2021-2022

コアバリュー大賞

Core Value Award

在宅の現状を知りたい



三四 勝

【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

このたびは、コアバリュー大賞に選んでいただきありがとうございます。世界をパンデミックに巻き込んだ新型コロナウイルス感染症も流行して3年が過ぎようとしています。コロナ禍の影響により、公私共に行動制限や自粛生活が当たり前となり、ワークライフバランスを維持することは極めて困難な時代となってきました。

私自身、休日の過ごし方も何か物足りなさを感じる日々が続いていました。そんな時に会社の就業規則が見直され、副業が正式に認められる事になりました。この機会があった事で、訪問介護スタッフとして介護の現場に立ち入る事ができ、三嶋商事で蓄えた知識が人の役に立つという実感を得る事ができました。また、利用者さんやご家族から介護の現場で抱える問題等を直接聞く事で、新たな気付きと学びを得ています。ここで身に付けた知識と経験は社内の皆に還元できればと考えています。

新しい事にチャレンジするととても楽しく、新たなコミュニティに参加する事にもなるので人との繋がりが増えてきます。是非、皆さんにも何かチャレンジしていただきたいと思っています。ありがとうございました。



受賞エピソード Award-Winning Episode

在宅の現状を知りたい

三四 勝

会社の就業規則が見直され、副業が新たに認められました。

この制度を利用して自分のスキルに役立つ事を探してチャレンジする事にしました。そして考えた結果、訪問介護のスタッフとして働くことを決めました。

理由は、私が日常業務で、治療食・介護食を販売をしている中で、本当に食形態がマッチングし、治療食・介護食が正しく利用されているかを自分の目で確かめたかったからです。これまで三嶋商事で蓄えた知識が実際の現場でどこまで通用するのかも確認してみたい事でした。

初めて利用者さんのお宅に訪問した際、食事や運動量、外出頻度などを簡単に質問しました。それだけでも多くの情報を収集する事ができました。

『年とったら食べなさい』の本に書いてあるとおり間違っただけの食事の摂り方をされていました。

(主治医からの指示等もあるため、本人には間違っているとは言っていない) その利用者さんは薬だけで13種類服用されており、薬を飲む事に精一杯になり、食事に必要な栄養素を摂る事ができなくなっていました。本当にフレイルの負のスパイラルに陥っている状態でした。

私ができることは訪問記録で現状を報告し少しでも利用者さんのQOLが向上するよう包括的、主観的に報告を纏めケアマネジャーへ提出する事だと思いました。それがきっかけで、栄養指導や服薬指導が始まればOKだと思いました。まだまだ地域医療は縦割りの状態で医療と介護は交わっていないと感じています。この現状を打開し、より良い地域社会の道を作りたいと思いました。



大賞選出理由

誰もが認めるコアバリュー大賞に相応しいエピソードではないでしょうか。

私もしたことがない、真似できない行動にチャレンジしてくれました。そして、当社で培った知識が間違っていなかったことも証明してくれました。

医療と介護は保険で分かれているため、どうしても区別されがちです。そもそも私は医療も介護も一体だと考えています。医療・介護を保険で区切ってしまう為、現場で必要なマンパワーが機能しないという大問題が発生します。

地域医療へ貢献できる企業を共に目指していきましょう！その先には必ず「みんながハピネス」が存在します。



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】 思いやりの言葉
【九 | 感謝の気持ちを忘れずに謙虚であれ】 有難いビックング



橋本 竜一 所属ブロック：直接販売担当

【二 | 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】
乗り越えよう



山本 高志 所属ブロック：通信販売担当

【三 | 自己管理できる人間、成長・学び、?を追求する】
簡単に勉強できる



今津 利恵 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】
お客様に共感する



大瀬良 真琴 所属ブロック：通信販売担当

【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】
社内勉強会講師の事前準備



下口 恵里 所属ブロック：顧客対応担当

【六 | 変化を受け入れ、変化（改善）をする 創造的な発想推進】
簡略・時短



山下 祐希 所属ブロック：ブランディング担当

【七 | 意欲的（マインド）なコミュニケーションを率先する】
1対1の会話



松下 修平 所属ブロック：直接販売担当

【八 | 環境・会社・自分をキレイに、自慢できる会社をつくる】
清掃



山本 唯 所属ブロック：通信販売担当

【十 | 全ての取引先を大切にす 取引先あつての会社】
毎日お世話になってます

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