



mishima



# CULTURE BOOK

Oct.2024 - Sep.2025



mishima

# **CULTURE BOOK**

Oct.2024 - Sep.2025

## 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、私たちも同じ目線で話せる専門的な知識を持っていかなければいけない。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開拓。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と抑え、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。

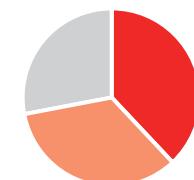
どんな人でも食を楽しみ、  
人生を楽しんでもらいたい。

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



低栄養に悩む方が多くが高齢者  
→高齢者の増加と共に増えしていく

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

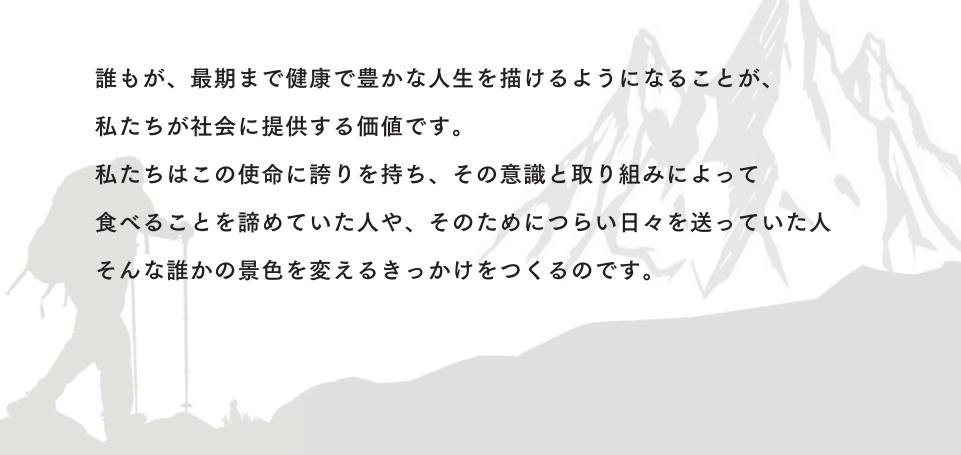
## 私たちが目指すブランド

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、誰よりも私たちが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ることは、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  
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・？を追及する	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る取引先あっての会社	44
	<b>2024 - 2025 コアバリューカルチャーブック</b>	
	<b>三嶋商事の皆さんへ</b>	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2024年10月から2025年9月までに集められた全218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。



01

## 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す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。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かでしょうか。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、担当者に持っていって頂きました。

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くけば、「みんながハピネス」を実践できるのではないかでしょうか。

# MISHIMA SHOJI



**受賞エピソード**  
Award-Winning Episode

**サプライズ・感動・喜び**

上期

**食べること 山下 祐希**

インテックス大阪で開催されたケアテックスに参加しました。介護食を販売する企業の展示ブースを回ったほか、EatCareクリエイトのK様が講師を務められたセミナーにも参加しました。セミナーでは、これまでにK様がどんな風に対象者の方や家族と関わってこられたのか、またその方がどのような最期を迎えたのかを朗読劇のようにお話ししてくださいました。話を聞いているうちに自分の身内の最期のことを自然と思い出したりして泣きそうになりました。このようなセミナーで聞いてる人の心に訴えかけるお話をしてくれる方はそう多くはないと思います。嚥下食、介護食は料理であるという考え方の元、人々が最期に食べたい食事がどんなものなのか、その人の人生を思い返し、家の味や故郷の味、思い出と共に家族と思い返す…。食事とはそういうものであることを感じさせられました。K様から学んだ食事の持つ力や食事を通した感動を次は私も人々に伝えていけるよう、精進していきたいと思います。

下期

**ついに、世の中へ！ 山下 祐希**

間もなくリリースとなる、『うれし涙のおかいさん』。

特選コロッケに続く、みしまの厳選シリーズ第2弾となる商品です。おかいさんの開発者である農園若づるのT様とは2024年の3月に初めてお会いし、そこから少しずつお話を進め、取材やパッケージ作製を終え、いよいよ発売目前となりました。初めてT様とお会いした際に、おかいさんを食べて嬉し涙を流された人がいたというエピソードを聞いたことや、今年の嚥下食EXPOで涙ながらにそのエピソードをお話しされていたT様の姿を見て、「おかいさんを通じて多くの人が繋がり、うれし涙が連鎖するような商品になってほしい」という願いから、『うれし涙のおかいさん』というネーミングを考えました。

自分がネーミングした商品がもうすぐ世の中に出るなんて、まさにサプライズのような驚きと嬉しい気持ちでいっぱいです。一人でも多くの方に『うれし涙のおかいさん』を食べていただけるように、発売後も大切に育てていきたいです。

02

一つのチームを目指す  
会社はファミリー、  
みんなで助け合う

02

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ありません。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、どの営業所もあののような判断をすると思います。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



## 受賞エピソード Award-Winning Episode

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

### 新年会の幹事 中野 寛子

1月に開催された新年会の幹事を担当しました。

普段顔を合わせて話す機会が少ないNBさんなど、他部署の方たちとしっかり関わることができる機会だと思い、幹事に立候補しました。

参加者を募る段階から協力してくださったパートさんもいらっしゃり、たくさんの方にご参加いただくことができました。

今回の新年会が、みなさんのコミュニケーションが深まることに少しでも貢献できていたら良いなと思います。

下期

### 忙しい時こそ助け合う:小さな行動の大切さ パクジュンホ

最近、顧客対応研修の期間中に会社を訪問される方を歓迎するためのウェルカムカードを準備する機会がありました。しかし顧客対応担当の皆さんが忙しそうだったので、自分から進んでウェルカムカードの制作を担当しました。初めての経験でしたが、訪問される方々が温かく迎えられるように、心を込めて歓迎のメッセージを書きました。

後日、顧客対応担当の皆さんから「手伝ってくれて本当にありがとう」と感謝の言葉をいただき、私は顧客対応担当の所属ではなかったものの、小さな役割でも意味があったと感じました。今回の経験を通じて、忙しい時でもお互いに助け合い協力することの大切さを改めて学び、これからも一つのチームとして支え合いながら共に成長していきたいと決意しました。

# 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。

その可能性を引き出すため為には、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ぬのです。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ね。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くでしょうか。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でしょうか。

皆が成長すればハピネスです。



## 受賞エピソード Award-Winning Episode

自己管理できる人間、  
成長・学び・？を追求する

上期

### 麹づくり体験 山下 祐希

昨年に添加物のことを知るようになって以降、これまで以上に食生活を気を付けるようになりました。普段使っている調味料にも化学的なものがたくさん入っていたりと、気付かぬうちに添加物をたくさん摂ってしまっています。もう少し身体に優しい食事ができないかと調べていたところ、興味を持ったのが麹でした。発酵商品なので腸にもよく、発酵の過程でビタミンを生成するということを知りました。普段の食事にも使いやすそうだと感じ、もう少し詳しく麹を学ぶために母と京都の麹作り体験に参加しました。当日は座学で麹について学んだ後、室温30℃・湿度60%の蒸し暑い部屋の中で手作業で菌付けをしました。汗を流しながらの作業は短時間でも疲れましたが、身をもって学べたことは貴重な体験となりました。それからは普段の食事にも麹を使ってみるなど、少しずつ食生活にも取り入れるようにしています。まだまだ学習中ですが、自分自身や家族の健康のためにもさらに学びを追求していきたいです。

下期

### AIを活用すれば、誰でもプロに チェテフン

商品陳列棚の提案書を作成する中で、文章だけでなく、より分かりやすい資料の必要性を感じていました。具体的に陳列棚をどのように分類するか、物流センターの事例を参考にしながら、できるだけ類似した画像を探しましたが、なかなかイメージ通りのものが見つかりませんでした。そんな時、YouTubeでChatGPTを使って希望する内容の画像を生成できるという情報を見かけたことを思い出し、具体的な内容を入力して画像の生成を依頼したところ、提案内容を一目で理解できる画像を得ることができました。実際にその画像を担当者に共有した際には、「内容と画像が一致していて非常に分かりやすかった」という評価をいただきました。

このように、AI技術の進化によって作業がより便利かつ効率的になっており、あらゆる業務に応用できる可能性を感じました。

これからも積極的に新しい技術を学び、活用して行きたいと思います。

# 04



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、電話応対と考えます。

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応対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、外部の方が応対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応対で判断される。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。

電話応対で当社を宣伝できるとしたら、やるべきですよね。そうするには電話応対でも質が問われます。お客様が好意を抱く応対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。

# 04

## 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

#### キャッシュレス導入で広がる新たな販売の可能性 三四 勝

先日、第40回南河内喫下研究会が開催され、私は運営スタッフとして参加しました。今回は当社の展示ブースで、講師・Y先生の書籍を販売する機会をいただきましたが、初めての試みであり、販売数の予測や決済方法に課題がありました。特に、現金のみの対応では購入機会を逃す可能性があると考え、Squareターミナルを導入し、キャッシュレス決済に対応しました。その結果、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、QRコード決済など多様な支払い方法が可能となり、55冊の書籍を販売することができました。キャッシュレス対応がなければ、この結果には至らなかったと思います。もちろん、Y先生の直筆サイン特典も大きな要因でした。初期設定や操作方法の習得には手間がかかりましたが、新しいことに挑戦することの大切さを改めて実感しました。今後も、より良いカスタマーサービスを目指し、新しい取り組みに積極的に挑戦していきたいと思います。

下期

#### 早々に 下口 恵里

ネスレWEB・日清オイリオグループ×ナースの星WEBセミナーを受講しました。そこでは高齢者の食欲不振の方に対する対応方法や、リハ・栄養・口腔の三位一体の重要性のお話を伺い、そのどちらでもお話に上がってきたのがMCTの活用・有効性のお話でした。MCTオイルには高齢者の筋量増量・転倒防止とさらにはグレリン活性化による食欲不振改善に繋がるかもしれないお話など、勉強になることばかりでした。セミナー受講後に、お客様から「最近食欲が無くて、主食をたべられていない、筋肉も落ちてきた」と伺いました。こちらのお客様は何度もリピートをして下さっている方で現在80歳を終えて腎不全を患われておりました。以前からあまりごはんを食べれらてはいないとは伺っていましたので、その時にミニタスをおすすめしていました。先日もリピート購入をいたしましたが、ちょうどセミナーを受けたばかりで、MCTオイルの効果や有用性をお話しました。早々に勉強した内容の情報を伝えることができ、その情報からお客様のQOL向上に繋がればと思います。

# 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か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充分に理解すれば、何をしなければならないかわかります。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大切だと私は思います。

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。**



## 受賞エピソード Award-Winning Episode

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

### セミナー参加による知識向上 中野 寛子

以前、メーカー様主催のウェブセミナーを受講しました。高齢者の食欲不振についてのセミナーでしたが、とても分かりやすく簡潔な説明で、大変勉強になりました。また、セミナー内でMCTオイルの活用方法についても説明されていましたが、MCTオイルについては日々お客様から問い合わせを受けることが多いので、実際の接客にもとても役に立っています。「歳を取ったら食べなさい」のS先生や、F病院様の腎教室もそうですが、現場で働かれている方々のお話はとても勉強になるなどセミナーを受けるたびに実感します。知識を増やすために、これからも積極的にセミナーを受講していきたいと思います。

下期

### 苦手な分野・経腸栄養のセミナー 橋本 竜一

先日、経腸栄養に関する勉強会に参加しました。正直なところ、これまでこの分野には苦手意識があり、「商品の種類は知っていても、現場でどのように使われているのか」「どんな課題が起きているのか」までは深く理解できていませんでした。

今回の勉強会では、実際の医療や介護の現場で起こっている具体的なトラブルや工夫が紹介され、「ただ商品を届けるだけでは、本当にお客様の役に立てていない」と痛感しました。たとえば、チューブの詰まりや投与時間、患者さんのQOLへの影響など、現場ならではの悩みは多岐にわたります。こうした現状を知ったことで、「この商品はどうやって使われているのか?」「導入時にどんな注意点があるのか?」と、これまで以上に踏み込んだ視点で考えるようになりました。今後は、単に製品を紹介するのではなく、実際の使用場面まで想定した情報提供ができるようになりたいと強く感じています。

苦手だからこそ避けるのではなく、自ら学びに行く姿勢が大切だと実感しました。確かな情報を届けるために、今後もこのような勉強会に積極的に参加し、自分の引き出しを一つでも多く増やしていきたいと思います。

# 06

変化を受け入れ、  
変化（改善）をする  
創造的な発想推進

# 06

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、一企業の理念が未だ永劫に不变ということはありえない。

「唯一不变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。それは皆さんのが体験した事がないような大きな改革である場合や、極度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

変化を受入れ、変化(改善)をする  
創造的な発送推進

上期

該当者なし

下期

自分たちで考える 山下 祐希

今期のみしま日は、午後のプログラムを部署ごとに担当することになりました。せっかくなら業務に活かせることを学んだり体験することで、全員にとって有意義な時間になれば良いなど感じ、この案を三嶋代表に提案させていただきました。実際にこの方法で運用が始まると、事前にメンバーと打合せを行い、商品をリサーチしたり、当日の段取りを考えたりと、事前準備に時間がかかります。また、回数をこなすごとに改善点が出てきたり、もっと良い方法があるのでは、とより細かく準備を行うようになりました。決まったプログラムを受けていれば、このような時間と手間はかかるのかもしれません、が、この1年間の、この時間のおかげで新たにお客様にお届けできるようになった商品が数多くあり、自分自身の知識向上に役立つ内容も学ぶことができました。受け身になるのではなく、理念を実現させるために必要で、意味のあることをしっかりと考えて行動していきたいです。

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するべきであり、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かでしょうか。

MISHIMA SHOJI

受賞エピソード  
Award-Winning Episode

意欲的(マインド)な  
コミュニケーションを率先する

上期

該当者なし

下期

**挨拶から始まる明るい職場づくり パク ジュンホ**

私は、日常の中で交わす小さな挨拶が、人間関係を築くうえで大切だと実感しています。「おはようございます」や「お疲れ様です」といった一言を、自分から意識して伝えるよう心がけています。

特に忙しい時こそ、相手に声をかけることで、職場の雰囲気が少し和らぐのを感じます。最初は意識的に行っていた挨拶も、今では自然な習慣となり、周囲との信頼関係にもつながっていると感じています。

これからも、自分から率先して挨拶や声かけを行い、前向きなコミュニケーションを続けていきたいと思います。

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（ゴーエス）があります。

5S とは、

整理（いらないものを捨てる）

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ました。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かでしょうか。

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。」

と言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まし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、商品を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は計り知れません。

「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持、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

## 白壁 下口 恵里

三嶋商事のオフィスの壁は白壁です。故に汚れた場合は目立ちます。

ある日、壁に黒・グレーのような斜線がいくつもついているのが目に入りました。

この汚れ落ちるかな?と思いながら数回拭いてみると、徐々に薄れ消えていきました。  
そのまま斜線を拭き続けていると、壁の下側(壁と床の境目)の汚れがひどくて気になり  
ここも拭いていこう!と掃除を始めました。斜線汚れよりも頑固で何度も何度も拭いて  
やっと汚れが落ちました。まだ一部しか清掃ができていません。

目標を〈目指せ白壁!〉として清掃を続けていきます。

下期

## 倉庫も白壁に 下口 恵里

4月のみしまの日でコアバリューの表彰で、執筆をしていた【白壁】が表彰されました。  
そのエピソードを聞いて、入出荷担当のパートリーダーより、「どのように汚れを落としたのか」と質問を受けました。

質問的回答後に、お話を伺ってみると、倉庫の壁も同じような汚れがあり、きれいに  
できるのではと思って質問してくださったとのことでした。実際に倉庫の壁を確認すると、  
事務所の壁と同じ汚れだったので、私が行った拭き掃除を見てもらいました。

今後は入出荷担当さん内でも共有して掃除をしていくそうです。

今回の事がきっかけで、私が行っていた事の情報共有ができ、役立ったことやオフィス内  
だけでなく、みんなで〈倉庫の壁もきれいにする〉という目標ができて、目標完了後には  
キレイな白壁になる事を考えると嬉しく思える出来事でした。

# 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。私は出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, 榛の水を交換し、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, 水王に水を入れる
- 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。その時ふと感じることが・・・

「あれ？最近顔が曇りがちだな？何かあったんかな？」  
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ありません。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

### 韓国出張で学んだ採用の本質と感謝の想い 三四 勝

2024年11月、韓国・釜山で開催された求職者選考会イベントに参加しました。

今回の出張では、株式会社ベル様と一緒にさせていただき、多くの学びを得る貴重な機会となりました。また、社内の優秀なメンバーが日々の業務をしっかりと遂行してくれているおかげで、海外での採用活動に集中できる環境が整っていることに感謝しています。

イベントでは、14名の応募者の中から3名の韓国人財を採用することが決定しました。

韓国の求職者たちは非常に勤勉で、強いメンタリティを持ち、日本での就労に対する意欲も高いと感じました。一方で、日本の若い世代の就職に対する姿勢についても考えさせられる機会となりました。今回の出張を通じて、採用活動の本質は単なる人財確保ではなく、働く社員が幸せを感じられる環境を整えることにあると再認識しました。今後も謙虚な姿勢で学び続け、より良い職場づくりと社会貢献に努めています。

下期

### 介護食を食べる人、作る家族のことを考える 中野 寛子

EatCare create社のK先生のセミナーで、

実際に介護食を食べる方とそのご家族のエピソードをたくさん聞かせていただきました。

K先生は「命すれすれのところで生きている、介護食とはそういう人たちが食べている」という内容のお話をしてくださいました。普段、お電話で注文をいただくとき、丁寧な対応は心掛けていますが、その方の生活の背景についてまでは考えられていませんでした。

介護食や腎臓病食しか食べられない方も、その方を介護・看病するご家族も、大変な毎日を過ごしているのだとK先生のセミナーで実感することができ、その中で、三嶋商事・ビースタイルを選んで商品を購入してくださっていることは、感謝すべきことだと強く感じさせられました。

電話でご注文を受けるときや、問い合わせを受けるときに、その方の背景まで想像し、三嶋商事にご連絡いただいたことに感謝しながら対応していきたいと思いました。

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。メーカーさんがあるての当社。「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わからないですよね。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が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はなく、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。



## 受賞エピソード Award-Winning Episode



### 全ての取引先を大切に 取引先あっての会社

上期

該当者なし

下期

### "当たり前"に潜む、かけがえのない存在 三四勝

お盆休み前、連日の猛暑の中でもヤマト運輸のドライバーさんは当社の荷物を何度も集荷に来てくださいました。

暑さで体力も奪われる環境の中、当社の荷物を丁寧に扱ってくださる姿に、感謝の気持ちを込めてOS-1とオロナミンCをお渡しました。少し雑談を交わしながら、笑顔で受け取ってくださるその姿に、私も元気をもらいました。

毎日の集荷が"当たり前"だと思い込んでしまいかですが、物流を支えるパートナーとしての存在の大きさを改めて感じました。

取引先は単なる業務の相手ではなく、共にインフラを支える仲間です。これからもすべての取引先を大切にし、感謝の気持ちを忘れず良好な関係を築いていきたいと思います。

2024-2025  
コアバリューアワード  
Core Value Award

## 自然に学ぶ、商品の原点



### 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

この度は、コアバリューアワードに選んでいただき、誠にありがとうございます。今回の取り組みは、自社商品『うれし涙のおかいさん』の原材料となるお米の田植え（補植）作業に、実際に現地へ赴き参加させていただいたことから始まりました。

泥に足を取られながら、苗を一株一株植えていく作業の中で、作り手であるTさんの想いや努力、自然の厳しさ、そして原料が持つ力強さを五感で体感しました。

私たちが日々扱う商品の背景にある「現場のリアル」を学び、理解することは、単に知識を得るだけでなく、お客様へ“確かな情報”を届けるうえで欠かせない責任だと強く感じました。

現場を知り、自らが体験し、語れる言葉には説得力があり、商品に対する自信と誇りを深めることができました。

この経験は、現場で迎えてくださった生産者のTさんとの協力があってこそ実現したものです。この場を借りて、心より感謝申し上げます。

今後も、知ること・感じること・伝えることを大切に、学び続ける姿勢を忘れずに行動してまいります。本当にありがとうございました。



# 自然に学ぶ、商品の原点

## 三四 勝

当社商品『うれし涙のおかいさん』に使用されるお米の田植え作業を、農園若づるさんの田んぼで体験しました。実際に現地へ足を運び、自然とふれあいながら原料の成長過程を肌で感じることができたのは貴重な経験でした。苗を一株ずつ丁寧に補植する作業は想像以上に重労働で、地道で根気のいる作業です。この作業を一人で黙々と続けてこられたTさんの努力と、商品に込められた想いの深さを実感しました。確かな情報を届けるには、まず自分たちがしっかりと知ることが大切です。現場を知ることで、より自信をもって商品を届けられると感じました。秋の収穫が今から楽しみです。



この度の「うれし涙のおかいさん」の原材料であるお米の田植え作業に、自ら進んで参加し、商品の原点を深く探求された行動は、心から称賛に値します。

炎天下の重労働を体験し、生産者の深い想いを肌で感じたことで、「現場を知ることで、より自信をもって商品を届けられる」という確かな気づきを得られました。

この飽くなき探求心とお客様への情熱こそ、「自燃性」というべき、会社が最も評価する姿勢です。

お客様の信頼を築き、全社員の模範となるこの行動を高く評価します。この姿勢に刺激を受け、「自燃性」を持った社員が次々と現れることを期待しています。

引き続き、その探求心と情熱を忘れず活躍してください。

三嶋 賴之



# 各項目 受賞者

Award Winner

## 三四 勝 所属ブロック：直接販売担当



- 【四】カスタマーサービスをより良く
- キャッシュレス導入で広がる  
新たな販売の可能性
- 【九】感謝の気持ちを忘れず謙虚であれ
- 韓国出張で学んだ採用の  
本質と感謝の想い
- 【十】全ての取引先を大切にする 取引先あっての会社
- キャッシュレス導入で広がる新たな販売の可能性
- 【大賞】
- 自然に学ぶ、商品の原点

## 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
- 早々に
- 【八】環境・会社・自分をキレイに、自慢できる  
会社をつくる
- 白壁
- 倉庫も白壁に

## チエ テフン 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
- AIを活用すれば、誰でもプロに

## 中野 寛子 所属ブロック：顧客対応担当



- 【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
- 新年会の幹事
- 【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
- セミナー参加による知識向上
- 【九】感謝の気持ちを忘れず謙虚であれ
- 介護食を食べる人、作る家族のことを考える

## パク ジュンホ 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
- 忙しい時こそ助け合う：  
小さな行動の大切さ
- 【七】意欲的(マインド)な  
コミュニケーションを率先する
- 挨拶から始まる  
明るい職場づくり

## 橋本 竜一 所属ブロック：直接販売担当



- 【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
- 苦手な分野・経腸栄養のセミナー

## 山下 祐希 所属ブロック：プランディング担当



- 【一】サプライズ・感動・喜び
- 食べること
- ついに、世の中へ!
- 【三】自己管理できる人間、  
成長・学び・？を追求する
- 麺づくり
- 【六】変化を受入れ、変化(改善)をする 創造的な発想推進
- 自分たちで考える

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

