

日本でいちばん大切にしたい会社（坂本光司）

▼第一部 会社はだれのために？

多くの経営書では、会社は株主のものである、と書かれている。また、「会社は誰のものか」という議論では「株主のもの」という考えが支配的で、経営の目的も「顧客満足」とか「株主価値の最大化」などということが当然のように言われている。

しかし、会社は顧客のためのものでも、まして株主のためのものでもなく、社員が喜びを感じ、幸福になれて初めて顧客に喜びを提供することができるのではないか。顧客に喜びを提供できて初めて収益が上がり、株主を幸福にすることができる。だから株主の幸せは目的ではなく結果である。――というのが筆者の考え

会社経営とは「五人に対する使命と責任」を果たすための活動であり、経営の目的は、以下の五つ。

1. 社員とその家族を幸せにする
2. 外注先・下請企業の社員幸せにする
3. 顧客を幸せにする
4. 地域社会を幸せに、活性化させる
5. (自然に生まれる)株主を幸せにする

多くの会社は、一から五番の順番を勘違いしているから失敗している。儲かるか儲からないか、自社にとって都合がいいか悪いか、成長できるかできないかという点を主眼としている会社が多すぎる。

「儲かるからか儲からないか」とか、「他社に勝つか負けるか」といった視点ではなく、「正しいか正しくないか」「どんな判断をすることが社員のため・お客様のため・地域社会のためになるのか」などの、会社をもっていなければならない正義感や倫理観に立って決断しなければならない。その上で、「その決断にやましいところはないか」を考えなければならない。

「利益がいちばん」「株主がいちばん」「何よりも顧客が大事」ということになると、社員はモチベーションが低くなってしまふ。会社でいちばん大切なのは業績を上げることだと言われるが、**業績を上げるのは会社を継続させるための手段であり、本当にいい会社とは、継続する会社である。**会社を継続させることこそが、企業の社会的使命である。

企業経営は人・物・金だとか、人材・技術・情報だというのが、こうした見方がそもそもの誤りである。人財以外は、人間を幸せにするための道具にすぎない。物は設備や商品という名の道具であり、お金も、人間が経営活動するための道具に過ぎない。不況を克服できる唯一の経営資源は「人財」しかなく、好況を持続させることのできる唯一の経営資源も「人財」である。

そして**重要なことは、その会社が、私たちの心を打つようなことをやっているかいないかであり、心に響く会社なのか、社員がやりがいをもって楽しく仕事に取り組める会社なのか**ということ。社員を機械としてではなく、一人の人間として評価して、自己実現を助ける――そういう思いや仕組みがある会社には、自然に人は集まる。

これからの企業に問われることは、経営者の社員への思いの深さであり、社員とその家族、下請会社や地域社会に住んでいる人々の、満足度を保てるかどうか問題。

企業を魚で例えると、中小企業は浅瀬で泳ぐ「雑魚」、大企業は深みで泳ぐ「くじら」である。だから中小企業は、大企業がやらないような数の少ない仕事、納期が短く、スピードが速い仕事、試作的・開発的な仕事をやるべき。人がやらないもの、できないことをやる。三十年計画を立て、下請企業から決別する気概を持ち、準備と努力でオンリーワンの会社を目指すべきである。

「日本でいちばん大切にしたい会社」は、自分たちにしかできない仕事をしているオンリーワンの会社ばかりである。そのすべてが、物ではなく心を大切にしている会社である。心にしみる、心に響く会社である。「五人に対する使命と責任」を果たしているかいないかで、会社の成績は決まる。「日本でいちばん大切にしたい会社」は、すべてその使命と責任を果たそうと懸命に経営を行っている会社である。

多くの会社が業績向上だとか、顧客満足度、株主満足度だとか言っている時代のなかで、社員のことをいちばんに考えて一心不乱に経営している経営者が少数派であるが増えている。今は一割くらいだが、二割、三割と増加していけば、この国はみんなが幸せになるに違いない。

▼第二部 日本でいちばん大切にしたい会社たち

【日本理化学工業株式会社】

従業員の七割が障害者の会社

多摩川近く 静かな環境にあるその会社は 従業員五十名のうち 今ではおよそ七割が知的障害をもった方々です
「日本理化学工業」この会社こそ 日本でいちばん大切にしたい会社のひとつです

まだ障害者雇用をしていなかったその昔 近くにある養護学校の先生が訪問してきたそうです
障害をもつ二人の少女を 採用してほしいとの依頼でした
社長である大山泰弘さんは悩みに悩んだといいます
その子たちを雇うのであれば その一生を幸せにしてあげないといけない
しかし果たして今この会社に それだけのことができるかどうか… そう考えると自信がなかったのです

「お気持ちはわかりますが うちでは無理です申し訳ございませんが…」
しかしその先生はあきらめず またやってきます また断ります またやってきます
「せめてあの子たちに 働く体験だけでもさせてくれませんか？」
この子たちは働く喜び 働く幸せを知らないまま 施設で死ぬまで暮らすことになってしまいます」

頭を地面にこすりつけるようにしている先生の姿に 大山さんは心を打たれ
一週間だけということで 障害をもつ二人の少女に 就業体験をさせることになりました
就業体験が始まると 二人の少女は社員みんなの心を動かすほど 朝から晩まで一生懸命働きました
仕事は簡単なラベル貼りでしたが 一心不乱に働きました

そして一週間が過ぎ 就業体験が終わろうとしている前日のことです
「お話があります」 十数人の社員全員が大山さんを取り囲みました
「どうか大山さん あの子たちを正規の社員として採用してあげてください
もし あの子たちにできないことがあるなら 私たちみんながカバーします だから どうか採用してあげてください」
大山さんは社員みんなの心に応えて 少女たちを正社員として採用することにしました

そして五十年の歳月が流れ—
ある日私は日本理化学工業を訪れました そこで二度と忘れることのできない経験をしました

応接室にコーヒーをもってきてくれたおばあさんがいました
「よくいらっしゃいました どうぞコーヒーをお飲みください」 小さな声でそう言うと またお盆を持って帰っていきました
大山社長が私にぼつりと言いました
「彼女です彼女がいつかお話した 最初の社員なんです」
彼女こそおよそ五十年前に入社した 二人の知的障害をもった少女の一人だったので
15歳のときに採用されていますから もう65歳にもなっているのです 腰が曲がって白髪でした

年月の重さが一瞬のうちに想像され 私は涙をこらえることができませんでした
最初に障害者雇用について 「その子の面倒を一生見られるだろうか」と 悩んでいた大山社長の姿はもうそこにはありません
信念を貫き通して実行し続けている 自信にあふれた苦労人ならではの やさしい笑顔がありました
私はつい大山社長に質問してしまいました
「なぜ こちらの社員の方々の顔は 自信に満ち満ちているんですか？」
すると社長はこう言いました
「自分も社会に貢献しているんだという 思いがあるからだと思います」

【伊那食品工業(1)】

身の丈に合った「確実な低成長」を続ける経営を

昭和 33 年(1958)に創業され 創業以来 48 年間 連続増収増益という記録を打ち立てていた 奇跡の会社があります 業績はもとより その経営の姿勢において この会社も日本に残したい会社の一社です

この会社の社是と経営理念を見ると感嘆します

「いい会社をつくりましょう」これが伊那食品工業の社是です

それを見た多くの人が 最初は「なんだか ままごとみたいに無邪気だな」と思うようです

しかし それを補足して書いてある文章を見たとき 誰もがこの会社の虜になるのです

「いい会社とは 単に経営上の数字ではなく 会社を取り巻くすべての人々が『いい会社だね』と言ってくれる会社のこと」

つまり「社員自身が会社に所属することの幸せを かみしめられるような会社のこと」と書いてあるのです

「よい会社」ではなく あえて「いい会社」と書いてあります

「よい会社」をめざすのであれば 増収増益を続ければそれで十分かも知れませんが それだけでは足りないと思うから

伊那食品工業は「よい」ではなく「いい」をめざしているのです

この会社は創業以来一度もリストラを行ったことがありません

不況時代 実に多くの会社がリストラを断行しました 多くの経営者がためらいなく人件費を削減しました

塚越会長はこう言います

「そのような経営は間違っています 小社はこれまでも これからも社員のリストラはやりません なぜなら小社にとって

人件費はコストではないからです 人件費は目的である社員の幸福を実現するための生活費だからです…」

ここが伊那食品工業の原点だと思います これを具現化した経営が 48 年間 続けられてきたということです

では 伊那食品工業の経営理念にはなんと書いてあるのか

「企業は社員の幸せを通して社会に貢献すること」と高らかに謳っています

さらにそれを補足する言葉として「企業は企業のためにあるのではなく 企業で働く社員の幸せのためにある」

とも書いてあります この会社の社是と経営理念は 私たちの心に強く響くものがあります

塚越会長は これに基づいて三つの経営方針をつくったといっています

一つ目は「無理な成長は追わない」ということ これは景気を追わない、流行を追わないということを意味しています

無理な成長を追っていたら 不況になったときに社員をクビにしたり 賃金カットをしなければならなくなります

「不況のときに社員を不幸にするのは正しいことではない これはわが社の存在目的から外れる」

こうした考え方があるから 景気を追わない、流行を追わない と謳っているのです

経営方針の二つ目は「敵をつくらない」ということ 経営を行っていくうえでの「敵」の代表的なのは同業者でしょう

同業者は仲間でもあるが 現実には見積もりなどで熾烈な競争をしなければなりません

見積もりが通れば「勝った」通らなければ「負けた」というように それは戦争であり 喧嘩ビジネスなわけですから

「敵をつくらない」ということは 喧嘩をしないということです それはオンリーワンをめざすということです

オンリーワンになるためには どれも真似のできない商品を創らなければなりません

伊那食品工業は 毎年新しい付加価値をつけ 今までにない新しい感動商品をたくさん創っているから オンリーワンになれているのです

経営方針の三つ目は「成長の種まきを怠らない」ということ これは研究開発とか未来経費のことです

「なぜ こんな長期にわたって安定的に成長ができるのですか？ なぜ 次から次に新商品かできるのですか？」

と塚越会長にお聞きしたところ 会長は瞬時にこう答えてくれました

「会社を継続させるための 成長の種まきをしているからだだと思います… 成長するのも利益を上げるのも

会社を継続させるためです なぜ継続させるのかといえば 社員を幸せにするためです」

業績を追い求めるのではなく継続させたいという思いが お客様や社員の心を打ち 結果的に業績に結びついているのです

【伊那食品工業(2)】

伊那食品工業にはいたるところに「100年カレンダー」というものが貼ってあります

あるとき塚越会長に「会社のトップとしてはどこまで先を見て経営されているのですか？」とお聞きしました
すると会長は「およそ100年先を見て経営しています」と当然のように言うのです

「100年先でも価値ある企業として存続していることを考え 経営の舵取り・決断をするようにしています
社員にもこのことを知って 強くやさしく生きてほしいのです…」

伊那食品工業では そのことの具現化として会社のあちこちに「100年カレンダー」を貼っているのです

社員のモチベーションに関連したエピソードを紹介します

寒天を漬けるときには 大きな石を上に乗けるのですが ある日 担当の女性がクレーンの操作を誤って足に落とし
足先をつぶすという事故がありました ようやく黒字転換して「さあ、これからだ」というときだったそうです

自分の操作ミスとはいえ 一人の社員に会社の仕事でけがをさせてしまった 塚越さんは大きな責任を感じました
会社をたたむか どんな作業のやり方をしてでも従業員に危険が及ばないような設備を莫大な経費をかけて導入するか…
それは正直 とても採算が合うような投資額ではなかったそうです

しかし塚越さんはこう言います「人の犠牲のうえに会社の売上高を高めることは この会社の目的ではありません…」と
原因は間違いなく従業員のミスでした にもかかわらず 社長は「二度と危ない仕事はさせない」と考え
へたをすると会社がつぶれるような投資をして設備を導入しました

その社長の決断は 全従業員の胸を打ったのでしょうか 「私たちのために そこまでやってくれるのか…」

こういう社長のもとでは社員が一丸となって働くでしょう それが 48年の増収増益につながっていったのだと思います

社員満足度の高い会社の社員は 外部の人に接する態度も 自然に親切でやさしいものになります

玄関に入ると 一階には総務や経理などの 30人くらいのスタッフが座って仕事をしているのですが

ほとんど全員が立ち上がって 大きな声で「いらっしゃいませ」とか「こんにちは」と言ってくれるのです

なかには電話を半分抱えながら立ち上がってくれる人もいて とにかく「私たちは歓迎されている」ということがわかるのです

あるとき バスをチャーターして伊那食品工業を訪問したときの話です

帰りのバスのなかで参加者に感想を述べてもらいました 全員の話が終わったあと

バスガイドさんが「私にも一言 ぜひ言わせてください」と おずおずと手をあげてくれました

ガイドさんは 訪問の一行が社屋から 30メートル離れたゲストルームで研修を受けている間 バスの中で待っていましたが
トイレに行きたくなり 社内に足を踏み入れたところ やっぱり大きな声で 全員があいさつしてくれたそうです

トイレを使わせてほしいことを言うと「その廊下の右の奥です」と指示するのではなく トイレまで案内してくれたということですが
それだけではなく帰りも「遠いところにお帰りになるそうですが お気を付けてお帰りください ご苦労さまです…」

と声をかけられ 涙が出てきたそうです

「私はバスガイドを何十年もやっていますが いつもほとんど無視されます 道具のように見られているようです

そんなバスガイドに対して これほどあたたかい心で接してくれた会社はこれまでありません 今日感激・感動しました」

多くの会社では売上げを伸ばせとか成果を出せ ということうるさく社員に言うのですが

この会社では 礼儀作法に関してうるさく言うのです

従業員はほとんど全員が車で出勤しますが 会社に入るときに右折をすると渋滞を招いたり 排気ガスを増やしたりで
地域社会に対して迷惑をかけることになるので「右折禁止」となっています

社員の方々もルールを 100パーセント守り 遠回りをして左折で出勤するのだそうです

また スーパーなどに車で買い物に行く際にも 社員は入り口近くには駐車しないという心得があります

これは「入り口近くの駐車スペースは 体の不自由な人や高齢者が使うべきだ」という考えからです

社員もそれをきちんと守り 地域住民からの評判もすこぶるよいのです

このように やることなすこと すべて徹底しています 伊那食品工業が「会社にかかわるすべての人々の幸せを常に考え
無理をしないで着実に堅実な経営を行う」という理念をいかに大事にしているか おわかりだと思います

【中村ブレイス株式会社】

思いと努力、多くのご縁があって「今」がある

日本でいちばん過疎化が進んでいる島根県 そのなかでもっとも辺鄙な石見銀山の麓に中村ブレイスはあります
そんな閑散とした土地柄の中で たくさんの若い社員が一生懸命働いています
泥だらけ汗だらけになって 義手や義足をつくっていますが みんな非常にいい顔をしています
「私たちの仕事が世のため人のために役立っている」 そうした自負や満足に満ち満ちているからなのでしょう

社員の多くが東京や大阪といった 大都市からわざわざ就職しに来ます
ここで働きたいという若者たちは 中村ブレイスでつくっている商品が 世のため人のためになるということを知っているのです
日本でいちばん大切にしたい会社とは
弱者の側に立った 人間の尊厳を高め守ることに役立つ製品をつくっている会社だと考えます
そんな会社を 本当に大切にしたいと思うのです

社名の「ブレイス」とは「支える」という意味です 「人を支える」という会社の理念がわかります

最初の社員は知人が紹介してきた若者でした 「どこも就職させてくれない子がいるから 力になってくれないか」
中村社長が彼に会ったところ 顔は青いし 見るからにひ弱そうな感じでした
最初は断ろうとしました 「しかし人を支えるという目的で設立した会社です
世のため人のために貢献したいと思ってつくった会社ではないか… ならばこういう若者の面倒をみるべきではないか…」
そう考えて 彼を最初の社員として採用したそうです

しかし 一時間も働いたら「疲れた」と言って帰ってしまう日々が続きました 普通だったら「もう辞めてくれ」となるでしょう
その子が通常の午前八時から午後五時まで働くようになるまで 七年半かかったそうです
「なぜ七年半もまったのですか」 中村社長に聞くと こうおっしゃいました
「あの子はあの子なりに精いっぱい努力していたのです 私は決してそれを見逃しませんでした
そうして その子を自立させたことが 今日のわが社の原点です」

実はその若者は自分の状態をなんとかしようと 家で寝ているときなど 医療や福祉、介護に関する専門書を読み
その分野の深い専門知識を身につけ 今の主力の商品には彼のアイデアによるものがたくさんあるそうです

こんな話もあります

中学生のときに事故で片足を失ってしまった女の子がいました 中村ブレイスで義足をつくってあげました
しかし足を失くしてしまい義足ということで いじめにあい自暴自棄になってしまいました
高校に進学しても友だちもできません 思いつめた彼女は「私のような人はこれからもっと出てくることでしょう
そんな人たちのために足をつくってあげたい 私を就職させてください 高校はもう行きたくありません」
と中村さんに言ってきたそうです

中村さんは「それはダメです」と断りました

「最低でも高校は卒業してください できれば大学も行った方がいいでしょう

そしてそのときに まだ中村ブレイスで働きたいと思うのであれば

私たちは待っています… あなたの席を空けて待っています…」

その子は五、六年後に中村ブレイスに入社したそうです 義足だということがわからないくらい きびきびと働いています

そういう熱い志をもった若者たちが誠意をもって働いているからこそ 中村ブレイスには遠くからお客が集まってくるのでしょう

株式会社柳月(りゅうげつ)

地域に生き、人と人、心と心をつなぐ経営を

「お菓子の町」帯広で生まれ 北海道で大きく成長した菓子メーカー 北海道以外に店舗はありません
しかし 四十年以上にわたって 全国各地からやってくるお客様が引きもきらないという会社です

柳月には はっきりと掲げている「五つの使命」があります

- 一、お菓子を通じて家族の団らんを提供し 親子のコミュニケーションづくりをします
- 二、いかに買いやすい価格で提供するか コストダウンに努め 無駄を省きます
- 三、日本一おいしく 安全で衛生的なお菓子づくりをします
- 四、帯広十勝 北海道の地域に貢献し なくてはならない企業を目指します
- 五、食文化の向上に努め 常にお客様に新しい商品を提供し続けます

そして その「五つの使命」を実践しています

家族の団らんのためのお菓子として ワンコイン(500円)でケーキが3個買えます 誰もがその安さと味に驚きます
店員は非常にてきぱきとして接客も申し分ありません 一人ひとりもっている能力を最大限に発揮している感じが
しかも一級材料しか使っていません 世界お菓子コンクールで上位を独占する「世界一おいしいお菓子」をつくっています
そして 故郷である十勝の大自然の恵みを生かし 住民の方々の支えがあるからこそ 安くておいしいお菓子をつくれる
そのことをよく知っています 安くておいしいお菓子の新製品が常に提供される そんな会社だから愛されるのです

五つの使命をさらにわかりやすくしたものに「柳月五つの誓い」があります その最後にこう書いてあります
「私たちはお菓子を通じて家族の絆を結び人と人の心をつなぐ」 このためにわが社は存在すると宣言しているのです
お腹を満たすだけでなく 心を満たすお菓子づくりをめざすということです

田村社長が小中学校の教頭先生の研究会で講演したことがありました 最後にこんな話をしました
「高校入試の朝 ある塾の先生が生徒たちに話しました 『君たちがここに立てたのは お父さん お母さん
そして まわりのおかげでしょう 一分間だけ時間をあげるから お母さんにありがとうと言っておいで』と
生徒からのお礼を聞いたお母さんは涙ぐみ泣き出す人もいました その姿を見て 子どもたちも泣き出しました
そうして受験をすると それまで合格線上で 入るかどうかわからなかった子どもまで合格してしまいました
感動は人間に100%以上の力を出させるのではないのでしょうか 二対六対二の法則は人間には当てはまらないのです
心を開かせて やる気にさせて 感動させて おおいに力を発揮させてもらいたいと思っています」
教育にせよ経営にせよ 「感動」が何よりも大切だということを 田村社長は知っているのです

柳月を日本でいちばん大切な会社の一つにあげる理由は 自社だけの繁栄を考えていない という点にもあります
「わが社がお菓子のすべてをつくっているわけではない 同業者と子ども みんな繁栄してくれないと困る
全体としてお菓子の需要が膨らんだほうがいい」 お菓子の業界が繁栄し お菓子の町・十勝が繁栄することが大切
そう考えて 地域はもとより同業者に対しても大変な気配りをしています

柳月が北海道にこだわる理由を聞くと 田村社長はこう答えてくれました

「わが社はお菓子だけを売っているわけではありません お菓子といっしょに“北海道”も包んで売っているのです
本州では北海道は包みませんから これからいろいろなことがあっても この北海道を離れる気はありません」
十勝の自然の恵みがあつての柳月という 創業者の田村英也さんから脈々と流れている柳月の魂、心なのでしょう

柳月は材料と製法にこだわる一級品を お客様に愛されるサービスで リーズナブルな価格で提供しています
紳士淑女をメインとしたおみやげ菓子ではなく 家族団らんのきっかけになるお菓子
近所の主婦やおじいさん、おばあさんのためのお菓子を売る ここに柳月の創業の心が生きています
「まず収益ありき」ではなく 企業文化、理念を非常に大切にす 心をつなぐ「感動」をもっと大切にしている会社です

【杉山フルーツ】

あなたのお客で本当によかった

富士市の吉原商店街 大規模スーパーの撤退で寂れた商店街のなか 家族で経営している どこにでもある小さな果物店
それが光り輝く「杉山フルーツ」です

こんなエピソードがあります

ある日 男性から「杉山フルーツのホームページを見たのですが…」という電話がかかってきました

その方の実家は長野県の寒村で そこに年老いた母親が独りで住んでいるといひます

そうして「故郷に独りで住む母親のもとに 毎月果物を贈ってもらいたいのです 果物はあなたが見つかるって下さい」と電話をかけてきたのです

杉山清さんはとてもまじめな人ですから「それならお客様 あなたが住んでいらっしゃる町には

もっと立派な果物屋さんがあります 私をご紹介しますから そちらにお願いしたらいかがでしょう」と言ったそうです

しかしその人は「何をおっしゃるんですか 私はあなただから頼みたいんです ホームページを見て あなたならきっと私の気持ち母に伝えてくれるに違いない そう思ったからお願いしているんです」と譲りません

それで結局引き受けたそうです お客様からの注文は

「近所の人のところに届けに行くことができたり 友だちを自宅に呼ぶこともできるようにし 果物がコミュニケーションになればいいと思っているんです また果物を入れる籠もちよっと工夫して たとえば竹で編んだようなものにしてほしいんです

そのなかに木の実なども入れて あたたかみのある季節の便りにしてもらえば…」という内容だったそうです

「お金は一年分前払いしますから」ということで 結局は二年間 欠かさず果物を送り続けたそうです

普通だったら こんな面倒な注文は断るのではないのでしょうか また注文するほうも躊躇するでしょう

しかし杉山フルーツのホームページを見たお客様は「ここだったらやってくれるに違いない」と思い

その気持ちを感じたお店のほうも「そこまで思ってくださいなら 全力をつくしますよ」となるわけです

そういう依頼が 北海道からも沖縄からも来るそうです

もう一つ こんなエピソードがあります 今度のお客様は 結婚式を間近に控えた若い女性です

静岡の中小企業同友会で講演したとき 外で受付をしていた女性も聞いていました 彼女は近々結婚予定でした

引き出物をどうするか考えているところだったのでしよう 杉山フルーツの話聞いた彼女は

「何か心に響くようなものを引き出物にしたい 生涯の思い出になるようなものにしたい」と思い 杉山フルーツを訪ねました

「講演会でこちらのお店のことを聞き ホームページを拝見して 見るたびにほのぼのとした気持ちになっています

私たちは秋に結婚するので ぜひ引き出物をつくってほしいのですが…」

まだ若く そんなに貯金もあるわけではなかったのでしょう

二人の言う予算では 希望するような内容のものをつくるのは不可能に思われました

二人の言う予算では 希望するよう内容のものをつくるのは不可能に思われました

「しかしせっかくならうちを選んできたのだから なんとかしてこの方たちの夢を実現しなければいけない」

「なんでこんなに少ないの」とか「なんだ みすばらしい引き出物だな」と思われ

結婚式の感動を台無しにしてしまうことを 何より恐れた杉山フルーツは 総出で いいものを揃え

ラッピングにも工夫を凝らして つくり上げたそうです 売り値は原価以下 儲けはゼロだったかもしれせん

やがて 間近に結婚式を控えたその女性が 引き出物を取りにやってきました

見ると きれいにリボンが飾られた豪華な引き出物が用意されています 店内に飾られている商品の値札と比べても

「自分の頼んだ予算のなかでできるわけがない」と彼女はひと目でわかったでしょう

帰りがけに「ご結婚 おめでとございます」と言ってプレゼントを渡したところ

その女性は感極まって 泣き出してしまいました それを見たお店のスタッフも 全員涙を流したそうです

杉山フルーツは非常に顧客満足度の高いお店です 閑散とした商店街のなかでも ひととき光り輝いています

個人商店で 立地や規模の不利をひと言も嘆かない それどころか大きく飛躍しようとしている杉山フルーツも

日本で大切にしたい会社の一つだと思ふのです