

朝ごはんからはじまる、 元気で安全な現場づくり

株式会社宮木建設

〒939-1327 富山県砺波市五郎丸1060-3
従業員数:21名~50名以下 URL:http://miyakikensetsu.com

建設業



富山県産コシヒカリを使った朝食提供の様子

- ・ポイント①:課題を踏まえ、出来ることから着手
- ・ポイント②:地場産物を取り入れた朝食提供
- ・ポイント③:追跡調査により、朝食習慣の定着へ

取り組みの概要・目的

朝食の重要性を訴求し、地場産食材を取り入れた朝食を提供

社内報にて朝食の重要性を動機付け後、無理なく継続できることを重視し週1回の朝食提供を実施しました。地元富山県産コシヒカリを使用したおにぎりやバナナ、熱中症予防も考慮し砺波市産のきゅうりを使用した漬物も一緒に提供し、手軽にエネルギー補給できるメニューを中心に提供しています。

実施の背景や課題

令和7年3月末に実施した朝食摂取アンケートの結果から、19%の従業員が毎日朝食を食べずに出勤していることが分かりました。建設業という特性上、現場の安全性・生産性を支えるのは「従業員の健康」であると考え、まずは「週に1回でも朝食を食べる」ということを目標に取り組みを開始しました。

取り組みの成果

朝食摂取アンケート

朝食摂取率アンケート 3月26日(水)			
Q1 朝食を食べ出て社していますか?			
①毎日食べて出社している	21人 ([] 含む)		
②週3~4日	2人		
③週1~2日	1人		
④食べてきていない	2人	欠食率	5/26 19.23%
朝食摂取満足度アンケート			
Q1 朝食提供に満足ですか?			
①満足	25人	満足度	25/26 96.1%
②不満足	1人		

定量的・定性的成果

●従業員への朝食提供に対する満足度は96%であり多くの従業員に満足してもらっていると同時に朝食欠食率は19%から7%に改善しました。一方で、元々朝食欠食していた2名については、朝食摂取の定着には至りませんでした。(1名は朝食を食べる時間が無い、1名は野菜ジュースなら摂取できるようになりました)

従業員の“声”

「米の硬さもいい感じでおいしかった!」や「今日はトウモロコシが入ってる!」など、従業員同士の自然なコミュニケーションにつながっている。

チャレンジしたことや創意工夫したこと

こだわりポイント

生産者の顔がわかる地産地消にこだわり、従業員が生産した100%コシヒカリを使用したおにぎりを提供し、水と水加減にもこだわりました。

工夫したこと

玄米の八分づきおにぎりは食べづらいとの声があったので、玄米と白米を一緒に炊き、ふりかけは減塩を使用するなどの工夫をしました。

連携先やリソース

●協力者

・従業員宅で収穫したお米や野菜・果物を使用
(お米は有償・野菜等は無償)

●リソース

必要な人員、コスト:2人 早朝から1升の地元産のお米でにぎったおにぎり40個程

今後の展望

現在は2週に1回のペースで玄米と白米を1:1で混ぜたおにぎりを提供しております。玄米は栄養価が非常に高く、腹持ちにも優れているという特徴があります。おにぎりは小ぶりサイズで作っており、軽食として食べている従業員もいます。弊社は建設業であり、作業には高い集中力・的確な判断力が求められます。今後は朝食提供を継続するとともに、玄米おにぎりを通じた健康支援に取り組み、生産性の向上および体調管理にも力を入れてまいります。

いいね!コメント

朝食の重要性を伝えるだけにとどまらず、実際に朝食を提供する機会を設けたことで、喫食者が身をもって朝食摂取による集中力や体力の持続効果を実感できたのではないのでしょうか。従業員宅で収穫した地場産食材を使用している点も、栄養面だけでなく、従業員同士のコミュニケーションにも発展していて、まさに大人の食育の実践といえるでしょう。

会社での食事がもっと楽しくなる 場所に！

株式会社小坂工務店

〒033-0036 青森県三沢市南町4丁目31-3469
従業員数:51~100名以下 URL:https://kosakagc.co.jp

建設業



- ・ポイント①:従業員食堂等を設置できない企業のヒントに
- ・ポイント②:「選ぶ」楽しさを提供
- ・ポイント③:従業員同士の会話のきっかけに

取り組みの概要・目的

職場での食事を多面的にサポート！複数の外部サービスを導入

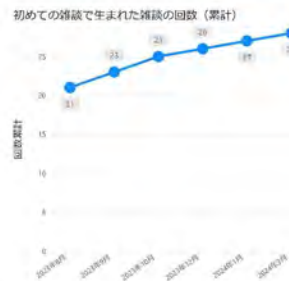
- ・『おごり自販機』に砂糖の含有量を表示し、健康飲料を購入できるよう誘導しています。
- ・『オフィスでやさい』を朝食欠食者、野菜不足の従業員へ向けて設置しました。
- ・『カラダにいいお茶』をポットに常備し、提供するお茶は週替わりになっています。

実施の背景や課題

健診結果から高血圧従業員の増加が見られ、また健康習慣アンケートからも生活習慣病のリスクが高い傾向にあることが分かりました。そこで、健康経営に関する取り組みとして、食事に関する啓発や外部講師を招いた研修を実施しておりますが、実際に飲食物を提供するまでの取り組みには至っておりませんでした。そのため、新たに当該取り組みの導入を開始いたしました。

取り組みの成果

おごり自販機によるコミュニケーション指数



定量的・定性的成果

- 自販機は毎月200本前後購入があり、オフィスでやさいについても従業員の50%が利用しています。
- 若手社員より「トクホ商品」の入荷リクエストがあり健康意識の高まりを感じます。また、たんぱく質の必要性について社内で周知を行っていることもあり、オフィスでやさいについては、安価で手軽に摂取することができる点に感謝の声が上がっています。

従業員の
“声”

「試し飲み出来るのが良い」
「果物を摂取する機会が増えた」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

本社以外の従業員への対応

本社に行かないと買えないという意見もあり、
今後は工夫が必要であると感じています。

利用促進の工夫点

アンケートで商品のリクエストを収集するとともに、
全従業員向けグループチャットにて、栄養価情報を加えた入荷商品の案内を行いました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・自動販売機(サトリー・ビバレッジソリューション株式会社)
オフィスでやさい(株式会社KOMPEITO)

●リソース

- ・改善として各部門・委員会より提案があり、
採用された提案は1件1万円を支給。

今後の展望

食育事業の一環として、全従業員へ毎月支給している卵および年2回配布しているリンゴ酢を活用したレシピは今後も提供していきたいと思っています。地域性や消費期限の短さが課題となり、置き型の社食は利用が進まなかったため、保存性の高い冷凍食品を中心とした社食(オフィスプレミアムフローズン)へ変更し、温かくバランスの良い食事の提供を行っていきたく考えています。

いいね！コメント

従業員食堂の設置が難しい環境でも、置き型サービスや健康飲料の提供など複数の方法を組み合わせることで食環境の改善に取り組んでいる点が非常に優れています。特に、自販機の商品に含まれる砂糖量を分かりやすく表示する工夫は、従業員が健康を意識しながら選択するきっかけづくりとして参考になります。企業規模を問わず取り入れやすい実践的な好事例だと感じました。