

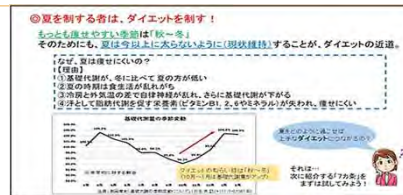
YouTubeで配信！ 保健師と栄養士が伝える「食と健康」

住友重機械プロセス機器株式会社

製造業

〒799-1393 愛媛県西条市今在家1501
従業員数:301~900名以下 URL:https://www.shi-pe.shi.co.jp/

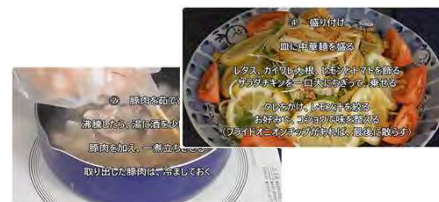
健康増進動画の「栄養」の一例



健康増進動画の「健康情報」の一例



健康増進動画の「運動」の一例



健康増進動画の「調理風景」の一例

- ・ ポイント①:YouTubeを活用
- ・ ポイント②:従業員家族への波及も期待
- ・ ポイント③:評価の可視化により、行動変容へのステップを振り返る

取り組みの概要・目的

隙間時間に視聴できるよう1本5分にまとめ、実践しやすく工夫

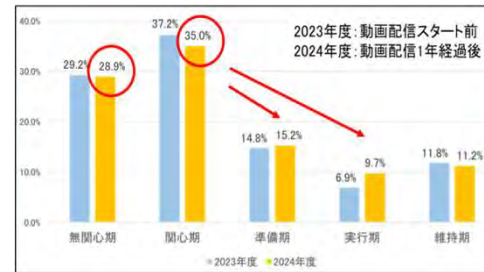
身近な食材で簡単に作れる調理動画と健康情報を連動させ、「食と健康」と題して1本5分程度の健康増進動画にまとめ、定期的に配信しています。料理初心者でもできる簡単なものや、レンジでも調理可能なレシピにするほか、地元の郷土料理レシピは県外赴任者からも好評です。

実施の背景や課題

従業員が健康づくりに今以上に興味を持てるよう、健康衛生向上を目的とした「食」という身近なテーマから健康に関する情報を時間を気にせず手軽に視聴してもらえるよう、YouTubeによる動画配信を企画しました。

取り組みの成果

配信前後の行動変容ステージモデルにおける比較



定量的・定性的成果

- 動画配信スタート前と配信1年経過後の行動変容ステージモデルを比較すると、無関心期と関心期が減少し、準備期(行動を起こす意思がある時期)と実行期(6か月未満の明確な行動変化が観察される時期)が増加しました。
- 従業員のヘルスリテラシー(食リテラシー)を高めるには、今回作成した動画(YouTube)は効果があると考えています。

従業員の
“声”

「簡単にすぐ出来る」
「動画を見ることで今まで食べたことなかったものにチャレンジできた」
「時短メニューが豊富なのであと1品欲しい時に助かっています」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

「食」⇒「健康意識の向上」⇒「生産性向上」へ！

事業所では生産性向上の観点からもメンタルヘルスクエアや熱中症等の対策を講じています。さらに「食べる」「健康」をキーワードに仕事を楽しみ、日々の活力となるよう意識して動画を作成しています。既成概念にとらわれすぎず、時短で野菜・果物等を手軽に摂取する方法やバランスを考えたコンビニ食の提案を行っています。

連携先やリソース

●協力者

- ・ 住友重機械工業(株)愛媛製造所西条工場
保健師:川中
- ・ いずみサポート(株)愛媛支社西条営業所
栄養士:青野

●リソース

- ・ 企画から実施までの期間
1回の配信に対して約1ヶ月
- ・ 必要な人員、コスト
2名(保健師・栄養士)、約700円/回

今後の展望

現在の動画配信に参加型(インスタライブ等)を組み合わせ、リアルタイムに双方向の意思疎通(従業員の声)を取り入れながら、臨場感のある料理のライブ配信を行いたいと考えています。また、新入社員や単身赴任者等に簡単に美味しい「大人の食育料理教室」を行い、更に従業員の食リテラシーや健康意識を高めてまいります。

いいね!コメント

「食と健康」に関するYouTube動画が自分たちのために制作されたということが、従業員が視聴する動機付けになったことと思います。食や健康に無関心な層に効果的に訴求できた成果は素晴らしく、大人では難しいとされる食の行動変容に結びついています。動画視聴にとどまらず、参加型で意思の疎通を取り入れようとする展望も期待できます。

循環型モデルにのっとった 食育と環境配慮

キヤノン電子株式会社

製造業

〒369-1892 埼玉県秩父市下影森1248
従業員数:901名以上 URL:https://www.canon-elec.co.jp

自社栽培しているフリルレタス

- ・ポイント①:従業員食堂で循環型社会を学ぶ
- ・ポイント②:自社栽培のフリルレタスで野菜摂取量もアップ
- ・ポイント③:従業員の健康増進やモチベーションの向上にも波及

取り組みの概要・目的

循環型社会を体感しながら学ぶ従業員食堂！自社栽培のフリルレタスを毎日提供

自社開発の水耕栽培機で収穫したフリルレタスを毎日食堂で提供しています。また、食堂で発生した食品廃棄物や野菜のくずは、自社開発した生ごみ処理機で肥料化し、事業所内の緑地化のために植えた果樹栽培に活用しています。収穫した旬の果物は食堂で従業員に提供しています。

実施の背景や課題

当社は「共生」を理念に掲げ、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。従業員を大切に育てることが社会貢献の出発点と考え、従業員食堂を、健康づくりと循環型社会を体験できる場として整備しました。自社開発の水耕栽培機や生ごみ処理機を活用し、新鮮な食材の安定供給と廃棄物削減を実現し、従業員が日常的に「食」と「環境」のつながりを実感できる仕組みを導入しています。

取り組みの成果

拠点別生ごみ処理機導入効果(月間)



定量的・定性的成果

- 水耕栽培機と生ごみ処理機を活用した循環の仕組みにより、従業員の食意識と環境意識は大きく高まり、食堂の利用率向上や廃棄物量の削減にもつながりました。
- 機器の開発や運用に携わった従業員は、自らの仕事社会課題解決に直結している実感を得て、モチベーションも向上しています。
- 参加者数 約1,100名

従業員の“声”

「新鮮な野菜を毎日食べられて嬉しいです」
「健康的な食事を安く楽しめています」
「残業する際は夕食の無料提供がありとても助かっています」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

品目比較で最適化した高品質レタスの栽培

大根、トマトなど多品目の検証実験を行い、水耕栽培で最も安定したフリルレタスを選定しています。人工光型密閉植物工場で育てるため無農薬で日持ちもよく、βカロテンは、市販の4倍となっています。

日々の野菜摂取量を見える化

手のひら測定で野菜摂取量を数値化し、健康管理部門が従業員の日々の行動を後押しています。平均摂取量の向上と、野菜を多くとる従業員の有所見率の低さを確認し、食育につなげています。

連携先やリソース

●協力者

機械の開発を行った環境・医療機器事業部を始め、材料研究所、施設課、製造部も携わりました。また、外部の大学にも協力いただいています。

●リソース

2017年に水耕栽培型植物工場自動化のための研究を開始しました。約2年後に播種機、移植機、収穫機を開発し、正式運用が始まりました。

今後の展望

従業員の健康増進を最優先に、現行の体制やコストバランスに配慮しながら、これまでの取り組みで培ってきた食や環境に関する知識や学びを社内外に共有していきます。これまでの協働実績を踏まえ、学校や自治体との小規模な学びの連携をするなど、地域活性や社会貢献へ広がる関わり方を段階的に広げていく考えです。また、水耕栽培機の運用上の課題を踏まえつつ、フリルレタス以外の野菜・果物の自動栽培も検討しています。改善検証を重ね、設備活用の新たな挑戦を続けてまいります。

いいね！コメント

自社栽培のフリルレタスを毎日提供することで、従業員が無理なく野菜を摂取できる環境を整えている点が非常に優れています。また、野菜摂取量の見える化に加え、生産から廃棄物の再利用までを循環させる仕組みを通じて、食と環境のつながりを実感できる点も魅力的です。健康づくりと環境配慮を両立した取り組みとして、多くの企業の参考になる事例だと感じました。

バランスの良い食事★ 3週間チャレンジ!

トヨタ自動車株式会社

製造業

〒471-8571 愛知県豊田市トヨタ町1番地
従業員数:901名以上 URL:https://global.toyota/

バランスのよい食事★3週間チャレンジ!参加ステップ

- WellGoアプリでエントリー
期間:6/24～7/18
- バランスのよい昼食を喫食
WellGoアプリで「食べた」を登録
期間:7/14～8/1

ポイント①:アプリを活用し手軽に参加可能
ポイント②:食堂でのスマートミール提供とも連動
ポイント③:景品によるモチベーションアップ

食堂の健康メニュー紹介

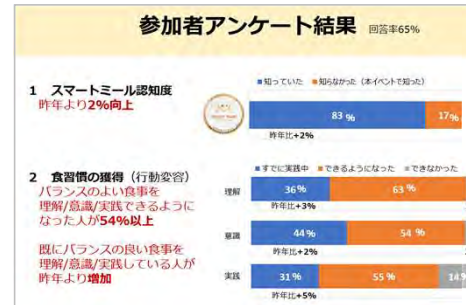
毎日提供
スマートミール
もち麦

野菜たっぷり
ほどしお
健チャレ8イベント

アプリ活用の様子

取り組みの成果

アンケート結果(2025年)



定量的・定性的成果

- アンケート結果より
 - ・バランスのよい食事を理解、意識、実践できるようになった人が5割超でした。
 - ・既にバランスのよい食事を実践している人が昨年より増加しました。
 - ・スマートミールの認知度は全体の8割でした。(初めて知った人2割)
- 参加者 5,317名(2025年)

従業員の“声”

「バランスの良い食事に理解が深まった」
「意識が高まり実践頻度が増えた」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

週1クイズで学べる機会の提供/継続率の向上

週に一度、食事バランスにまつわるクイズを出題しています。手軽に学べ、かつ全問正解者には『景品当選率アップ特典』を付け継続取り組みを促しました。

食事バランス関連セミナーと連動

イベントエントリー初日に、食事バランス情報を盛り込んだ『朝食セミナー』を開催し、セミナーで得た知識を実践に移せる取り組みにしました。

連携先(社内外)やリソース

●協力者

- ・ 食堂事業者

●リソース

- ・ 企画から実施までの期間…約4か月
- ・ 人員…約1名、コスト…景品代約12万円

今後の展望

参加者は初回開催の2022年の1,285名から2025年は5,317人へ増加しています。また、スマートミール喫食頻度が高い人ほど、食習慣の行動変容段階が高い傾向があることが確認されました。食事イベント参加を機にスマートミール喫食へ繋がることもあるため、啓発活動やセミナーと連動したイベント開催等を継続し、今後も社員の食習慣行動変容を促進してまいります。

いいね!コメント

クイズによりバランスの良い食事を食べることへの主体的な参加を促し、景品によりモチベーションが刺激されることで、健康支援アプリのキャンペーン参加者を増やすだけでなく、継続的な効果が認められた点は高く評価できます。デジタル食育を実践したモデルケースとして、食習慣の行動変容への効果が期待されます。

取り組みの概要・目的

食事から健康を考える3週間!アプリや食堂を活用したキャンペーンを実施

健康支援アプリ「WellGo」を活用し、バランスのよい食事を実践する3週間のキャンペーンを実施しました。栄養バランスのとれた(主食/主菜/副菜が揃っている)昼食を喫食後、アプリに「食べた」を登録していただき、抽選でもち麦やステッカーをプレゼントしています。

実施の背景や課題

- ・2019年から食堂でスマートミールを提供していましたが、認知度が低い状況でした。
- ・減量にもつながるスマートミールのPRを含めた活動ができないか検討しています。
- ・2022年～[バランスのとれた(主食/主菜/副菜が揃っている)食事]の理解や実践に繋がる行動変容、スマートミールの周知を目的にイベントを開催しています。

健康リレーメッセージで行動変容とコミュニケーション活性化

パナソニック オートモーティブシステムズ株式会社

当社は2027年4月、モビテラ株式会社に、社名変更いたします。

製造業

〒224-8520 神奈川県横浜市都築区池辺町4261番地
従業員数:901名以上 URL:https://automotive.panasonic.com/



- ・ ポイント①:自分事として捉えられるリレー形式
- ・ ポイント②:トップによる体験記等、親近感を感じられ共感や行動変容を促進
- ・ ポイント③:メッセージを通じコミュニケーションの活性化にも寄与

取り組みの概要・目的

健康情報をリレーでつなぐ！ユニークな社内共有のカタチ

2023年より役員クラスやビジネスユニット長による健康リレーメッセージを開始し、2025年からは各拠点ごとに一般従業員の健康びとリレーを開催しています。副社長の特定保健指導の体験記、断食道場体験の配信の閲覧総数は1万件を超え、食育の定着と健康意識の向上に寄与しています。

実施の背景や課題

食事習慣をはじめとする健康づくり活動は個人の裁量に委ねられ、従業員間での情報共有や相互理解は十分に図られておりませんでした。そこで、従業員の行動変容と健康づくりに関するコミュニケーションの活性化を目的に、「健康リレーメッセージ」を導入しました。

取り組みの成果

従業員意識調査(EOS)推移

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
肯定回答率	78%	84%	86%	83%
対象者数	4653	4634	4674	4737
回答者数	4596	4545	4563	4449
回答率	98.8%	98.1%	97.6%	93.9%



定量的・定性的成果

- 累計閲覧数19,063件(食育に関する投稿のみ)
- 社内の実践的な情報交換やコミュニケーションの活性化によりEOS(健康意識調査)の結果が良化するなど、相乗効果もあると捉えています。

従業員の“声”

「面白くて笑いながら読んだ」「青魚やナッツを試している」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

社内ポータル掲載時のサブタイトルでひと工夫

より多くの従業員に楽しく閲覧してもらい、役職や拠点を問わずコミュニケーションを闊達にしたいとの思いから、ポータル掲載時のサブタイトルはキャッチーなものを事務局で考えております。例)「チートデー週5日の実証実験報告」「副社長、出頭願います！by 健康管理室」など。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ 特にありません。

●リソース

- ・ 企画から実施までの期間:1ヶ月
- ・ 必要な人員、コスト:事務局2名、0円

今後の展望

さまざまな施策を展開する中、当社従業員がなかなか行動変容を起こさないのが食事習慣です。ヘルシーメニューなどは無関心層に選ばれにくいことも課題の一つです。今後は食育リテラシー情報を発信しつつ、肥満の方を対象にBMI低減を目指すインセンティブ付与など別のアプローチによる食事習慣改善案も検討中です。そうした成功事例のリレーメッセージが賑わうことを期待しております。

いいね!コメント

役員から一般従業員までが健康づくりの体験を共有することで、健康をより身近なものとして捉えられる環境をつくっている点が非常に優れています。実際の体験談は共感を生みやすく、健康情報を自分事として考えるきっかけにもなります。また、食習慣の改善だけでなく、社内コミュニケーションの活性化にもつながっている点が印象的です。多くの企業の参考になる好事例だと感じました。

ふくしま脱メタボプロジェクト事業

白河オリンパス株式会社

製造業

〒961-8061 福島県西白河郡西郷村大字小田倉字狼山3-1
従業員数:901名以上 URL:https://www.shirakawa.olympus.co.jp/



食堂イベントで好評だったお酢試飲の様子

- ・ポイント①:社員食堂で健康食を提供したり、食をテーマにした健康イベントを開催
- ・ポイント②:自治体の事業を活用し、段階的に健康施策を展開
- ・ポイント③:社内で運動イベントを開催し、健康食と併せて会社を健康づくりの起点に

取り組みの概要・目的

食堂を拠点に様々な施策を展開！自治体事業も活用した取り組み

適正BMIの社員割合を増やすことを目的に、県のメタボ改善支援モデル事業に参画しています。食堂を活用したイベントや健康食の開発・運動支援を通じて、楽しみながら自身の健康を見直す機会を提供した結果、多くの社員のBMIが改善し、更に健康食に関する外部認証を取得しました。

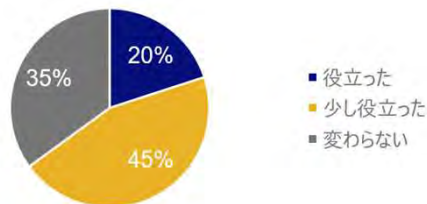
実施の背景や課題

震災以降福島県ではメタボリックシンドローム該当者割合が上昇し、生活習慣病による死亡率も全国より高い状態が続くなど県民の健康指標改善が喫緊の課題となっています。福島県に拠点を置く当社では、35歳以上の男性の約3分の1がメタボに該当しており、食事・運動双方の支援が必要であると認識し、健康増進に向けた取り組みを開始しました。

取り組みの成果

生活習慣見直し効果

生活習慣の見直しに社員食堂は役立ちましたか



従業員の
“声”

「食堂で食べたメニューを家でも作ってみるが増えました」
「様々な形で健康的な食事が取れてよかった」
「自宅ではバランスの取れた食事をとるのが難しいので、単身赴任には嬉しい！」

定量的・定性的成果

- 社員食堂では約65%が「社員食堂を通じて生活習慣の見直しに役立った」と回答いただきました。
- 本取り組み参加者の約6割のBMIが改善し、「運動習慣ができた」など健康意識向上が見られました。
- 2024年8月にスマートミール認証を取得しました。

チャレンジしたことや創意工夫したこと

社員の心をつかむPOP

社員食堂で「食べてみたい」を気軽に叶えられるイベントを実施し、食堂を利用したくなるような魅力的なPOPでイベントを盛り上げました。

社員食堂の感動を家庭でも

社員食堂だけで終わらせるのはもったいない！イベントでは家庭で実践できるレシピ付きメニューも提供しました。

連携先(社内外)やリソース

- ・エムサービス株式会社:食堂事業委託業者
- ・福島県県南保健福祉事務所:県および市区町村と当社が連携し、社員の健康づくりを支援
- ・食堂事業委託業者と連携し、健康食イベント(年5回)や社員の声を基に改善活動実施
- ・健康食や食事イベントに対し会社からの福利厚生補助あり

今後の展望

“会社に来ると健康になれる”環境づくりを目指し、生活習慣を見直す機会を提供しています。食事面では、社員食堂のメリットを最大限に活用し、楽しんで食育に取り組める環境を提供しています。運動面では民間企業の運動コンテンツをオンデマンド配信する等、運動習慣化の取り組みを実施しています。今後も健康的な食生活や運動が生活習慣として定着するよう、継続的な活動を推進してまいります。

いいね！コメント

社員食堂を、単なる食事の場ではなく“会社に来ると健康になれる”場へと進化させている素晴らしい取り組みです。自治体や外部パートナーとも連携しながら、食と運動の両面から社員の健康を楽しく支えている姿勢に感銘を受けました。働く場そのものを健康づくりの拠点に変える、大変魅力的な好事例です。

みんなで野菜を食べよう 「ちょいベジプラス」キャンペーン

パナソニック インダストリー株式会社

製造業

〒571-8506 大阪府門真市大字門真1006番地
従業員数: 901名以上 URL: <https://www.panasonic.com/jp/industry.html>



「ちょいベジプラス」キャンペーンの様子

- ・ポイント①: 食事の選択肢に自然と野菜を取り入れる仕組み
- ・ポイント②: 小鉢を選ぶことで野菜摂取量を「みえる化」
- ・ポイント③: キャンペーンの効果进行分析し、取り組みの拡大に

取り組みの概要・目的

食堂を活用した健康づくり! 「ちょいベジプラス」キャンペーンで野菜摂取量増加に貢献

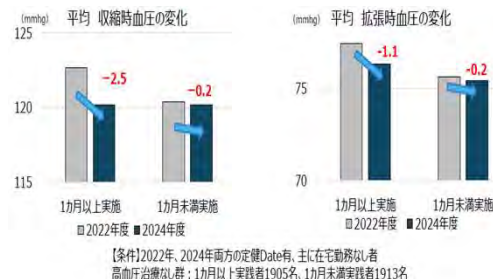
従業員食堂で60g~80g(野菜摂取量の目安350gからの不足量)の野菜小鉢を1人一品無料で提供し、従業員が日常的に野菜の量を意識しながら、無理なく摂取量を増やせるよう工夫しています。「働きながら健康になる」を合言葉に、従業員の健康行動を後押しすることを目的に実施しています。

実施の背景や課題

社内の健康データから、野菜摂取量の不足や肥満傾向が見られることから、メタボリックシンドロームの予防が課題となっていました。実際の行動変容につなげるためには、より日常的で実践的な支援が必要だと感じ取り組みを企画しました。野菜の小鉢を無料で提供することで、摂取量を「見える化」し、健康的な食習慣への第一歩を後押しする取り組みとしてスタートしました。

取り組みの成果

血圧の変化



定量的・定性的成果

- 参加者(令和6年)拠点数14、41,430食(令和7年)拠点数20(2割増)、42,453食(約1,000食増)
- 継続的な取り組みが従業員の健康改善に効果的であることが確認されました。
(野菜小鉢を1品無料で提供した期間が1カ月以上の拠点では、収縮期血圧が平均-2.5mmHg、拡張期血圧が-1.1mmHgと低下しました。一方、1か月未満の拠点でも、それぞれ-0.2mmHgの変化が見られました。)

従業員の“声”

「野菜小鉢の無料提供は、野菜を食べる良いきっかけになりました」
「この取り組みをきっかけに、普段の食事でも野菜を多く取るようになりました」
「野菜小鉢の提供が嬉しく、体調改善に向けて継続して取り組みたいと思いました」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

サイネージ活用による取り組み可視化と参加促進 アンケート活用による効果検証と価値向上

社内サイネージに各拠点の実施内容を掲載し可視化しました。他拠点の取り組みが刺激となり、関心も高まったことで、参加促進につながりました。

アンケートで意識や行動変化を調査しています。拠点の安全衛生委員会に調査結果を報告し活動の価値を高めながら取り組んでいます。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ 全国工場拠点の安全衛生担当者および健康管理担当者(保健師等)
- ・ 委託先の給食会社(食堂運営会社)

●リソース

- ・ 企画から実施までの期間: 約6カ月
- ・ コスト: 野菜小鉢一品の費用、工場拠点の安全衛生担当者と給食会社との調整時間

今後の展望

継続的な事業成長のためには、当社で働く従業員一人ひとりが心身ともに健康でいきいきと働きたいを感じながら仕事に向き合い、チームワークを発揮することが必要です。食育実践も含む健康経営を「組織文化」として根付かせながら、信頼される、人財競争力の高い企業であり続けるために、これからも従業員の心身の健康維持ならびに増進に取り組んでまいります。

いいね! コメント

従業員の健康課題をしっかりと捉え、日常の食事の中で無理なく行動変容を促している実践がさすがです。健康づくりを“頑張ること”ではなく、“自然にできること”に変えている点が非常に素晴らしいです。データを活かしながら着実に広げている姿は、多くの企業にとって心強い道しるべになる取り組みです。

進化する「Do! ヘルシーセット」 で健康習慣

株式会社デンソー

製造業

〒448-8661 愛知県刈谷市昭和町1-1
従業員数:901名以上 URL:https://www.denso.com/jp/ja/

事技系

Do! トマトチキンカレーセット

項目	目標値
177kcal	630kcal以下
塩分	2.8g未満
脂質	25.0%以下
野菜量	123g以上

管理栄養士コメント
カレーの旨みは肉から出して脂質をカットし、野菜をたっぷり入れ、糖質とコラーゲンを配合しました。さらに、肉類のコレステロールもアミノ酸を少なくし、旨みを出すことで脂質をカットしました。

671円

生産系

DO! Healthy

鶏の竜田揚げ
ネギたっぷり生姜ソースセット

項目	目標値
177kcal	753kcal以下
塩分	3.5g未満
脂質	25.0%以下
野菜量	123g以上

671円

- ・ポイント①:満足感も重視し、「おいしさ」と「健康」を両立できるメニュー
- ・ポイント②:自社の社員構成や業務特性による身体活動レベルを反映し、独自に設計
- ・ポイント③:エネルギー・塩分・脂質・野菜量について、
自社実情に合わせた目標値を設定し、実績に応じて継続的にアップデート

取り組みの概要・目的

エネルギー・塩分・脂質・野菜量の適正量が一度に摂れる！セットメニューの提供

メタボリックシンドロームを防ぐため、厚労省の指針を参考にデンソーの年齢構成・男女比・業務上の身体活動レベル等を基に、独自の食事摂取基準を制定。それに基づいた推奨セットメニュー「Do! ヘルシーセット」を社員食堂で提供しています。身体活動レベル別の栄養素目標値を設定しています。

実施の背景や課題

業務特性の異なる社員構成の中で、特に事技系を中心とした業務上の身体活動レベルの低さにより、高脂血症の割合が他社よりやや高い状況が見られていました。また、揚げ物中心の社食に対し、食事指導を受けた社員から「何を食えばよいか分からない」との声も上がっていたため、レジ決済データに紐づく栄養素情報を含む喫食履歴に着目し分析した結果、委託会社間で年間200g以上の塩分量差があることが判明しました。こうした課題を受け、自社の社員構成や業務特性に合わせた栄養素目標値を設計し、親しみやすい名称の「Do! ヘルシーセット」として提供を開始しました。

取り組みの成果

自社オリジナルのライフログアプリ



定量的・定性的成果

- 総喫食者数:27,600名/日・平均
※2026年2月実績
- <内訳>
朝:300名、昼:23,050名、
夕食:880名、夜勤:3,370名
- Do! ヘルシーセットの出数率は当初の約3%から現在は10%以上に伸び、連日売り切れが出る人気メニューとなっています。
- 日々の喫食内容を評価し、その結果を社員へフィードバックするライフログアプリを導入。Do! ヘルシーセットの喫食で昼食評価が「A判定」となりました。

従業員の「声」

「健康メニューでも、味・ボリュームともに十分で、しっかり満足できる」
「いわゆる健康メニューらしさがなく普通に“美味しそう、食べたい”で選んでいる」
「これを選べば栄養面は安心でき、自分で細かく考えなくてよい点ありがたい」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

課題:「ヘルシーだけど、物足りない」の声

対応策:身体活動レベル別の目標を設定

活動当初は栄養素基準が事技系職場向けの1種類のみで、生産系職場の社員から「夕方にお腹がすく」「物足りない」との声が寄せられました。

2017年度から身体活動レベルに応じた「生産系Do! ヘルシーセット」を新設し、満足感と楽しさを両立するメニューへ進化しました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・健康推進部
- ・食堂委託会社5社

●リソース

- ・企画から実施までの期間:約5ヶ月

今後の展望

引き続き、社員が日常の食事の中で無理なく栄養バランスを意識できる環境づくりを進めてまいります。その柱となるのが、健康意識の高低にかかわらず、選んだ食事が自然と適正な栄養摂取につながるよう、提供側がメニュー設計で後押しする「摂取栄養素適正化活動」です。健康セットメニューに限らず、提供メニュー全体を対象に独自の目標値を設定している点が特長です。31か所すべての社員食堂で目標値達成を目指し、日々の喫食データに加え、満足度アンケートや社員の声を活用しながら改善を継続し、実践的な食育の定着と充実を図ってまいります。

いいね!コメント

ここまで徹底して自社の実情を分析し、社員にとって本当に意味のある食環境をつくり上げていることに敬意を表します。健康とおいしさ、満足感まで両立させている点は見事です。長年にわたり進化を続けながら社員の健康を支えている姿は、まさに日本を代表する食育実践の好事例だと感じました。

会社と食堂業者の連携による健康意識向上への取り組み

カシオ計算機株式会社

製造業

〒151-8543 東京都渋谷区本町1-6-2
従業員数:901名以上 URL:https://www.casio.com/jp/

■全社食堂指針

1. 全食堂共通の栄養価目標の導入

食事	エネルギー (kcal)	塩分 (g)	脂質エネルギー比 (%)	野菜 (g)
定食	700~830	4.3以下	25 (20~30)	100~120以上
ヘルシー	600~650	3.5以下	25 (20~30)	100~120以上
レソルト御膳	700~830	3.0以下	25 (20~30)	100~120以上

- 魚介類、または大豆製品料理を毎日1回提供
- 減塩(レソルト御膳)を月2回提供
- 主食量(ごはん)の基準値を設定(定食・レソルト:180g、ヘルシー150g)
- 食育・健康情報の提供(全社員に向けた食や健康の情報提供)



- ポイント①:すべての従業員食堂でバランスの良い健康メニューを提供
- ポイント②:指針の作成に向け関係者で上手に連携
- ポイント③:形骸化させない、改善に向けた取り組み

取り組みの概要・目的

従業員食堂で「おいしい、安心、栄養バランスがよい」を実現!

栄養管理された食環境の整備を重要課題と捉え、各食堂共通の『全社食堂指針』を健康保険組合と連携し策定しました。栄養価目標や主食量の基準値設定、減塩・ヘルシー御膳の提供、魚介類・大豆製品料理の毎日1回提供、「食育・健康情報」の発信を共通ルールとして、全従業員の健康づくりを支援しています。

実施の背景や課題

2018年に従業員の健康状況調査を行った結果、①生活習慣病の有所見、医療費の増加傾向、②従業員食堂の栄養価のばらつき、という2つの課題がみられました。翌年、従業員の健康保持増進、生活習慣病の改善、医療費の低減化を目的とした『全社食堂指針』を策定し、「おいしい、安心、栄養バランスがよい」を目指した食事提供を、会社・健康保険組合・食堂業者で一丸となって取り組んでいます。

取り組みの成果

従業員の適正体重維持者率

年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
適正体重維持者率 [※]	68.0	68.9	69.7	69.3	68.8

※BMIが18.5~25未満の者



従業員の“声”

「みそ汁はだしがしっかりしていて美味しい」

定量的・定性的成果

- 従業員の適正体重維持者率 68.0~69.7% (食堂が併設されている事業所の中で勤務している従業員割合 91.5%)
- 遵守状況を定期確認するとともに、素材にこだわったイベントメニューを各所で継続的に提供しています。食の楽しみを高めるとともに、従業員から好評を得ています。
- 羽村事業所の食堂利用アンケートでは、ここ数年、イベントメニューに対する満足度、「満足」「やや満足」の合計は約半数を維持しています。

チャレンジしたことや創意工夫したこと

食堂業者と弊社看護職のコラボメニュー作成

年間全5回の「食事の日」を設定し、従業員のニーズにあったメニューを用意しました。同時に看護職による健康情報を配信しています。

自然栽培米を従業員食堂で提供

弊社が参画する「一反パートナー」にて福祉事務所の利用者と従業員が共同で栽培した自然栽培米の一部を従業員食堂で提供しています。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ エームサービス株式会社
- ・ 障害福祉サービス事業所「菜の花」

●リソース

- ・ 2018年から全社食堂指針作成
- ・ 食堂業者と会社による給食委員会を開催

今後の展望

定食の塩分目標には前向きな改善余地があり、適正化を目指し見直しを進めています。あわせて、脂質エネルギー比の目標達成に向けた取り組みを強化し、コロナ禍で一時的に縮小していた減塩・ヘルシーメニューの提供についても再構築を図っていきます。今後は、目標基準値の再設計を含む継続的な改善を通じて、従業員の健康保持・増進をさらに推進してまいります。

いいね!コメント

会社・健康保険組合・食堂事業者が一体となり、全社で従業員の健康を支えている姿勢が本当に素晴らしいです。食を“健康づくりの基盤”として丁寧に仕組み化し、継続改善されていることに企業としての本気度を感じます。従業員にとって安心で誇れる食環境を育てている、大変価値ある取り組みです。

野菜とタンパク質で健康チャージ！ 従業員を元気にする食堂

豊田合成株式会社

〒452-8564 愛知県清須市春日長畑1番地
従業員数:901名以上 URL:https://www.toyoda-gosei.co.jp/

製造業



10月の管理栄養士考案メニュー
血糖ケアメニュー

日常的に血糖値が高い状態は、糖尿病を引き起こすだけでなく、血圧が上がりやすく、血管がもろくなったりといった様々な悪影響を及ぼします。バランスのよい食事はもちろん、血糖コントロールを助けてくれる『食物繊維』『DHA・EPA』『クエン酸』などの食材をとることがおすすめです！

10/7 (火) たんぼく質しっかり 揚げ鶏のレモンソース

10/15 (水) たんぼく質しっかり こんにやくたっぷり豚すき煮

10/22 (水) スペシャル 鶏肉とカシューナッツの中華風炒め

10/20 (水) たんぼく質しっかり 鯖のヤンニョム焼き

健康食の取り組みの様子

- ・ポイント①:豊富な健康メニューで「選ぶ」楽しさ、飽きにくさ
- ・ポイント②:健康診断結果を分析し取り組み効果をフィードバック
- ・ポイント③:POP等の効果的な活用

取り組みの概要・目的

バラエティ豊かな健康メニューの展開で従業員の健康を支援！

1食あたり野菜120g以上とタンパク質20g以上(それぞれ1日摂取目安量の約1/3)を摂取できる「健康メニュー」を主軸としています。丼もの、麺類等でも同水準の栄養摂取が可能なメニューを提供し、併せて野菜とタンパク質を効果的に摂取できるメニュー等も豊富に提供しています。

実施の背景や課題

2020年度健康診断では、何らかの異常所見のある従業員が全体の55%に上り、過去5年間で増加傾向にあることが判明しました。特に、血圧異常が約7%増加、さらにBMI値25以上の従業員が全体の30%を占めるなど、健康寿命への懸念が高まりました。定年年齢を引き上げたことも重なり、従業員が生き活きと働き続けられるよう取り組みを開始しました。

取り組みの成果

喫食データと健康診断結果



定量的・定性的成果

- 食堂利用者 約4,900名/日
- 健康診断結果より、適性体重率(適正体重: BMI25未満)が向上(2022年:65.4% → 2023年:72.0%、+6.6%)しています。また、血圧有所見率も良化傾向(2021年:26.5%→2024年:26.2%、▲0.3%)が見られます。
- 健康食の喫食率、導入当初は30%程度でしたが、現在は50%を超えています。

従業員の
“声”

「栄養バランス・野菜摂取を意識するようになるなど、食生活を見直すきっかけとなった」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

選びやすいメニュー構成

健康状態に合ったメニューを選択できるように、画一的なセットを廃止し、ヘルシーかつ質・量ともに満足感が得られるメニュー構成にしました。

健康食の喫食率向上

メインメニューのみではなく、健康食基準を満たす丼やスペシャルメニュー等を提供し、健康食の喫食率向上を目指しました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・健康保険組合、安全健康推進部
- ・各食堂事業者、TGヘルシア株式会社(子会社)

●リソース

- ・企画から実施までの期間 約5か月間

今後の展望

血圧の高い方が多い傾向があることから、高血圧対策として「減塩メニュー」を定期的に導入するなど健康メニューの拡充を図っています。また、更なる健康意識向上を目指し、従業員が楽しみながら健康や栄養について学べる機会の拡充を図ってまいります。(例:ピンクリボンランチ)

いいね!コメント

野菜とタンパク質をしっかりと摂取できる健康メニューを充実させるだけでなく、多様な選択肢を用意し、従業員が無理なく選び続けられる工夫がされている点が非常に優れています。また、喫食率や健康診断結果を継続的に分析しながら改善につなげている点も印象的です。健康的な食事を自然な選択肢にしている好事例として、多くの企業の参考になる取り組みだと感じます。

「食べる」から整える ～デジタル×リアルでつなぐ健康習慣～

タカラベルmont株式会社

製造業

〒542-0083 大阪大阪市東心斎橋2-1-1
従業員数:901名以上 URL:https://www.takarabelmont.com/



- ・ポイント①:自動販売機を健康づくりの拠点に
- ・ポイント②:アプリとの連動で手軽に楽しく実践
- ・ポイント③:インセンティブが、行動変容に

取り組みの概要・目的

健康タスクでポイントGET! 小さな行動が継続的な健康づくりに

自動販売機とアプリが連携しており、デジタルとリアルの側面から社員の健康行動を継続的にサポートしています。アプリ内には食にまつわる健康タスクが用意されており、タスクを完了して貯まるポイントで自動販売機内のトクホ飲料と交換できるインセンティブ制度も備えています。

実施の背景や課題

健康施策は「続けること」が難しく、社員一人ひとりの行動変容を促すには、楽しさや手軽さが不可欠でした。そこで、社員が日常的に利用する自販機とアプリを活用し、科学的根拠に基づいた「健康タスク」を通じて、自然に健康行動を促す仕組みを導入することに至りました。この取り組みは、社員の「ちょっとした選択」を後押しし、無理なく継続できる健康習慣の定着を目指しています。

取り組みの成果

定量的・定性的成果

甘いものを減らす	糖分をかえる
頑張ります	夕食の量を控える
食べる量を減らす	食後のデザートをフルーツに変える
甘いものをひかえる	糖分を減らす
引き続き食事に関心をつける	食べ過ぎない
食生活と連動の運動	適切な食事量にする

●アプリ内で実施のアンケートでは、「今月、取り組みたいことや意識したいことは何ですか?」という質問項目があり、回答では「腹八分目」「間食を控える」「食事の量を気にする」「糖分の摂取量を意識する」など、食にまつわる意識の変化が多く見られました。社員一人ひとりが前向きかつ主体的に健康行動へと踏み出しており、日常の中で自然に食習慣を見直すきっかけとなっています。

従業員の“声”

「栄養バランスを意識した食事を自然と選ぶようになりました」
「間食を控え、日々の食習慣を整えることを心がけています」
「糖質を意識し、より身体にやさしい食の選択を心がけるようになりました」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

参加しやすい環境づくりで、自然と続く健康習慣

SUNTORY+ の“続けやすい小さな健康行動”を活かし、食や日々の生活習慣を見直すきっかけを身近に感じられる環境を整えています。無理のない範囲で、「今日からできる食と健康の習慣」が職場に自然と根づくよう促しています。

現場に寄り添った周知で、食と健康の意識を後押し

健康推進担当者が生産工場を訪問し、健康づくりに役立つアプリの魅力を直接伝え、ダウンロードを促しました。対面で食や生活習慣に関する気づきを届けることで、社員が前向きに活用しやすい環境づくりにもつなげています。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・SUNTORY+ (自動販売機とアプリのサービス提供)

●リソース

- ・期間:24年6月検討開始～24年12月アプリ導入
- ・人員:健康経営推進室 担当者
- ・費用:定額費用なし(有料オプションあり)

今後の展望

SUNTORY+ の活用により、社員一人ひとりの健康に対する意識が着実に高まりつつあります。今後も、食育をはじめとした多様なアプローチを継続的に展開し、より健康的な選択を社員自身が自然と行える環境づくりを進めていきます。食に関する気づきや行動が日常の中で広がっていくような職場づくりを通して、社員の意識向上をさらに後押ししていきたいと考えています。

いいね!コメント

何気ない日常行動から健康行動を促すことは、より多くの社員に広がる活動です。健康アプリ機能を持った自動販売機の設置に留まらず、担当者が生産工場を訪問して魅力を伝え、ダウンロードを促すなど会社全体での取り組みとしています。アンケートを精査し、健康への気づき、意識変化を確認している点も評価されます。

社会人生活のスタートに 「選ぶ力」を育む食育研修

株式会社電業社機械製作所

製造業

〒143-8558 東京都大田区大森北一丁目5番1号
従業員数: 301～900名以下 URL: <https://www.dmw.co.jp/>



研修の様子

- ・ポイント①: 生活リズムが変わりがちな社会人生活スタート時に効果的
- ・ポイント②: 「選ぶ力」を育む
- ・ポイント③: すぐに実践できる場が、行動変容へ

取り組みの概要・目的

ビュッフェで実践！社会人生活の初期段階で「選ぶ力」を育む取り組み

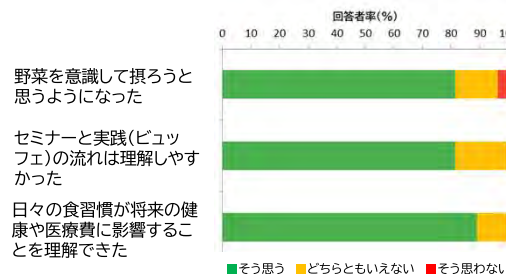
新入社員向け合宿研修において、管理栄養士による「バランスの良い食事」に関するセミナーを実施しました。セミナー後の夕食はビュッフェ形式とし、各自が食事を選択する場面でアドバイスを行うことで、研修内で実践的な食育を体験できる機会を提供しました。

実施の背景や課題

社会人生活のスタート時点で正しい食習慣を身につけることが、将来の生活習慣病予防につながると考え、新入社員向け合宿研修に食育を導入しました。特に一人暮らしを始める若年層に対し、食事の選び方を学ぶ機会を提供することが重要と判断しました。夕食がビュッフェ形式であることを活かし、セミナーと実践を組み合わせた研修を行うことで、行動変容を促すことを目的に実施しました。

取り組みの成果

食育研修による理解・意識・行動意欲の変化



定量的・定性的成果

●新入社員向け食育研修では、セミナー直後の食事選択において、揚げ物中心の偏った選択はほとんど見られず、栄養バランスを意識した行動が確認されました。社会人生活の初期段階で食育を実践することで、従業員の「選ぶ力」を育み、将来的な生活習慣病の予防や企業生活全体の質の向上につながることを期待されます。

従業員の“声”

「食事バランスの考え方が分かりやすく、生活に活かせそうだと感じた」「糖質制限の考え方を見直すきっかけになった」「手のひらで量を測る方法を実生活で活かしていきたい」「実演を交えた説明がわかりやすく、印象に残った」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

①学びを即実践できる構成

事前にメニュー表を確認し、看護師と管理栄養士が内容を調整し、研修の学びをそのまま夕食で試せる流れをつくり、知識の定着を促しました。

②栄養バランスを意識した食事選択

昼食のお弁当を活用し、学びを踏まえた栄養バランスを意識した食事選択を実践。具体例を共有する形で体験を工夫しました。

連携先(社内外)やリソース

●協力者

- ・ 人材開発課／産業看護師
- ・ 健康保険組合(管理栄養士・保健事業担当)
- ・ ホテル(メニュー提供)

●リソース

- ・ 準備: 2か月／体制: 人材開発課・産業看護師・健康保険組合
- ・ コスト: 宿泊研修内で実施／ホテルと事前調整

今後の展望

食育研修では、野菜量や食事バランスの学びに加え、健康保険制度や医療費との関わりについても触れ、食習慣の重要性を理解できる構成としました。夕食のビュッフェで学んだ内容を実践し、その後は健康診断時にベジメータ®での測定で野菜摂取量を可視化し、変化を実感できる流れにしています。今後は、この“学び→実践→可視化”の循環をさらに強化し、健康行動の定着を目指してまいります。

いいね！コメント

生活習慣が大きく変化する新入社員が正しい食習慣を習得すべく、看護師と管理栄養士による自社オリジナルプログラムを開発し、入社合同研修において実践的な食育体験をさせる素晴らしい取り組みとなっています。研修後アンケートやその後の健診時の野菜摂取量調査など効果を定量的かつ定期的に確認している点も評価されます。

野菜たっぷりメニューで無理なく ダイエット！従業員の健康を応援

太陽化学株式会社

〒512-1111 三重県四日市市山田町800番
従業員数:301~900名以下 URL: <https://www.taiyokagaku.com/>

製造業

自然と摂取エネルギーが少なくなる工夫



▲メニューと主菜・副菜の見本を展示
栄養士のおすすめメニューを展示
▲ビュッフェの並べ方の工夫
千切りキャバツの次に副菜を並べる

卓上POPで健康情報発信



▲「健康診断前」など時期に合わせた情報を提供
自然と目に入るようにPOPを各食事テーブルに設置

- ・ポイント①:配置替えなど他社でもすぐに取り入れやすい工夫
- ・ポイント②:正しい食の選択力が身に付く実践的な取り組み
- ・ポイント③:継続な実施による従業員の意識変革

取り組みの概要・目的

適量を選んで食べられる仕組みづくりを実践！

従業員食堂では、自然にバランスの良い食事を選択できるよう、環境づくりに力を入れています。例えば、食べ過ぎを防止し、適正なエネルギー摂取を促すため、サラダ(千切りキャバツ)を動線の最初に配置しています。さらに、管理栄養士による「おすすめメニュー」の展示や、栄養知識を深める卓上POPを設置するなど、従業員一人ひとりの自律的な健康管理を多角的にサポートしています。

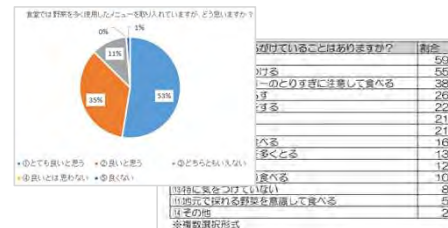
実施の背景や課題

食堂の利便性向上のためビュッフェ形式を導入した際、好みの料理(揚げ物等)への偏りや、必要以上の盛り付けによる食べ残しの増加が課題となりました。また、摂取エネルギーの過多による従業員の体重増加も散見され、健康管理とコストの両面に対策が急務となりました。これらを受け、「自分に合った適切な食量と栄養バランス」を主体的に選択できる環境づくりを開始しました。

取り組みの成果

アンケート結果

社内で実施したアンケート結果の抜粋



従業員の
“声”

「メニューに野菜がたくさんあり、普段の食事で不足している野菜を取る事ができ助かっています」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

毎年、定期健康診断の1カ月前から、食生活を見直すための特別な取り組みを強化しています。具体的には、交替わりで「肥満予防」「貧血対策」「脂質異常症の改善」などのテーマを設定し、それぞれの目的に合わせた特別メニューを提供しています。さらに、卓上POPで食材の栄養効果を紹介することで、従業員が自分の健康状態を意識しながら、楽しく食生活を整えられるよう工夫しています。また、「ノンオイルドレッシング」や「お酢のドリンク」を導入し、脂質や塩分を控えることができるよう工夫しています。

連携先(社内外)やリソース

●提携先や協力者

- ・ 総務担当者(食堂管理部署)、食堂スタッフ
- ・ 企画から実施までの期間 2011年4月~7月
- ・ フ(栄養士・調理師他)、事業部門、保健師

●リソース

今後の展望

従来施策では行動変容に至らなかった従業員も含め広く健康への関心を高めることを目的とし、現在は当社が強みとする健康研究を活かした「腸健康プロジェクト」を推進しています。体感性の高い「食物繊維」に着目し、手軽かつ十分に摂取できるメニューを提供することで、健康意識と行動の変化を狙います。社外に向けても広く発信し、社会全体の健康増進へ貢献する活動への発展を目指します。

いいね!コメント

従業員が自然と健康的な食事を選べるよう、サラダを最初に配置するなど食環境そのものを工夫している点が非常に優れています。食生活の改善は知識を伝えるだけでは難しく、無理なく行動につながる仕組みづくりが重要です。卓上POPを活用し栄養情報発信の取り組みを継続的に組み合わせている点も印象的で、多くの企業が参考にしやすい好事例だと感じました。

毎年8月を「野菜摂取強化月間」に設定（適切な食習慣で生活習慣病予防）

三菱マテリアル株式会社

製造業

〒100-8117 東京都千代田区丸の内3丁目2番3号
従業員数:901名以上 URL:https://www.mmc.co.jp/corporate/ja/

野菜摂取測定会の様子

啓発資料の作成・配信

- ・ポイント① 画一的ではなく、各拠点の実情に応じたレベル感・規模感で実施、きっかけづくり
- ・ポイント② 食堂が無い拠点においても工夫して実施
- ・ポイント③ 全社活動として年度計画に織り込むことで、取り組む拠点が增加
- ・ポイント④ 全社員向けの野菜摂取啓発資料作成・配信（「保健だより」）、ヘルスリテラシー向上へ

取り組みの概要・目的

野菜の日(8月31日)をきっかけに各拠点で様々な取り組みを展開！

健康経営活動項目の一つとして「食への取り組み」を年度計画に織り込み、2024年度より毎年8月を「野菜摂取強化月間」として設定し、各拠点において様々な施策を展開しています。取り組み例としては、①個人の野菜摂取促進、②各拠点における健康イベント開催や各種ツールの活用、③食堂での野菜摂取強化メニュー導入や全社員向け啓発資料の作成・配信等があります。

実施の背景や課題

「食への取り組み」については、2021年度の健康経営活動開始当初より、取り組みテーマの一つとして設定していたものの、明確な活動事例等は示しておらず、拠点毎に独自で模索しながら活動を実施していました。しかしながら、健康経営活動の深耕とともに、「食への取り組み」に関しての重要性を再認識するに至り、各人が野菜摂取量を増やし、栄養バランスのとれた食生活を実践する自覚を高め、生活習慣病予防に繋げることを目的に、全社展開の取り組みとして実施することとしました。

取り組みの成果

	食習慣や健康リスク等が改善			定量的・定性的成果
	2023年	2024年	改善比	●「食への取り組み」の継続的な各種施策展開により、野菜摂取の重要性への意識が徐々に社内に浸透し、食に関する健康イベント開催拠点は2023年度の2拠点から、2024年度は12拠点到増加しました。取り組み前後の主な健診データを比較すると数項目で改善がみられ、野菜摂取の食習慣や生活習慣改善の取り組み等が、健康保持・増進の遠因の一つになっていると推察しています。
適切な食習慣	49.8%	51.0%	1.2%改善	
生活習慣改善取り組み	32.0%	33.8%	1.8%改善	
脂質リスク	35.0%	32.8%	2.2%改善	
血圧リスク	32.9%	31.3%	1.6%改善	

従業員の
“声”

「自身の摂取量数値が把握できたことで、普段の生活での健康維持に対するモチベーションにもなった」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

誰でも参加できる雰囲気づくり

測定会は、昼休みに大勢が訪れる食堂で開催し、仲間が気軽に立ち寄って、ゲーム感覚で参加できる雰囲気づくりを意識しました。

カロリー表示の全社展開を推進

食堂メニューや自動販売機のカロリー表示、啓発ポスターの掲示等を推進し、自然と目に入る環境を整備しました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ 明治安田生命保険相互会社
- ・ 日本生命保険相互会社

●リソース

- <野菜摂取量測定会>
- ・ 企画から実施までの期間:1~2ヶ月
- ・ 必要な人員、コスト:1~2名、当社負担なし
- <啓発資料>
- ・ 作成期間:約1ヶ月
- ・ 必要な人員、コスト:本社保健師、内製

今後の展望

社内に根付いてきた野菜摂取強化月間について、参加状況や参加者の声、健診データなど、関連情報との相関を経年比較し定量的な評価を行うことで、より効果的な施策にブラッシュアップしていくとともに、社員間のコミュニケーション醸成にも繋げていきます。さらに、当社のみならず当社グループ一体となった取り組みとしての展開を加速させてまいります。

いいね！コメント

栄養バランスのとれた食生活の実践を目的に、野菜摂取促進を図る複数の相乗的な施策展開を行い、会社全体へと浸透させた素晴らしい取り組みです。2023年の開始から着実に参加拠点を増やし、更に健診データとの相関も経年かつ定量的に解析することで効果的な施策計画に繋げるなど、PDCAサイクルが確実に回っている点が大いに評価されます。

「野菜をとろう、私たちも」 従業員の野菜摂取量を増やす取り組み

カゴメ株式会社

〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦3丁目14番15号
従業員数:901名以上 URL: <https://www.kagome.co.jp/company/>

製造業



※ナトカリ(ナトリウム・カリウム比の改善)を推進するキャラクターです。

- ・ポイント①: 部署対抗戦で、野菜摂取への行動変容を促し、健康増進に貢献
- ・ポイント②: ベジチェック値を共通の話題とし、社内の対話を促し職域のウェルビーイングに貢献
- ・ポイント③: 従業員自らが野菜摂取をし「野菜摂取への行動変容を促す」という経営方針を具現化

取り組みの概要・目的

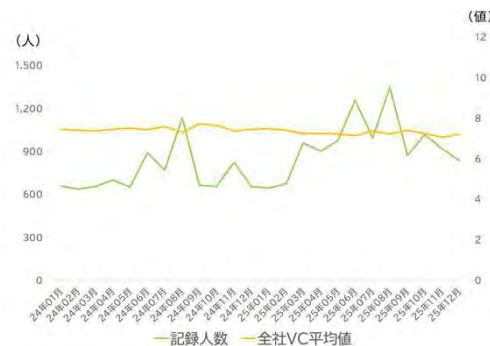
全事業所でアプリを使ったキャンペーンを実施！従業員が野菜摂取を考えるきっかけづくりに

「野菜をとろう、私たちも選手権」と題し、アプリを使って野菜摂取に向けた行動変容を促す企画を実施しました。部署ごとのチーム対抗形式で「1ベジハンド」(手のひら1杯60gと定義)に基づく食事記録や、野菜に関するクイズに取り組むほか、全事業所に野菜ジュースを常備し提供しています。

実施の背景や課題

取引先や顧客に対して野菜摂取を推奨するにあたり、まずは従業員自身が十分な野菜の摂取をしていることが前提であると考えました。そこで「ベジチェック®」を活用した事業所対抗の選手権を実施することで、従業員の野菜摂取に対する行動変容を促しました。この取り組みによって従業員自身が野菜摂取の大切さを実感し、自社の事業により一層の説得力をもたらすことにもつながっています。

取り組み成果



定量的・定性的成果

- 選手権には、対象従業員の約80%(1,690名)が参加。246チーム・12リーグが結成されました。
- 選手権を実施した8月には、「ベジチェック®」記録者数は過去最高の1,348名となりました。
- ベジチェック記録者の7割以上は厚生労働省が推奨する1日350gの野菜摂取量を達成している水準(7.0以上)を大きく上回っています。

従業員の“声”

「ゲーム感覚で楽しめました。アプリで自分の記録が見えるので自然と野菜を意識するようになり、コンビニでもサラダを選ぶようになったのが自分でも驚きです」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

Android版開発による参加環境の拡大

これまでiOSの利用にとどまっていたアプリについて、Android版の開発を行い、より多くの従業員が参加できる環境を整えました。

楽しく参加できる仕組みづくり

継続記録特典やチームポイントなど、参加意欲を高めるルールを設計するとともに、クイズも出題し、楽しく参加できる工夫をしました。

連携先(社内外)やリソース

●連携部署(※25年度部署名)

システム戦略推進部・野菜をとろうCP推進G・健康事業営業部・健康事業部・健康経営推進室

●リソース

- ・ 企画から実施まで準備期間は約2か月。
- ・ 自社開発アプリのため追加コストは発生なし。

今後の展望

今後も、年に一度の「野菜の日」(8/31)に合わせて実施している「野菜をとろう、私たちも選手権」は改良を重ねながら盛り上げていきます。一方で、大切にしているのは継続です。従業員の月1回以上のベジチェック記録を促すため、ダッシュボードによる可視化や事業所企画なども活用しながら、記録者数の拡大とベジチェック値の向上を図り、従業員の健康寿命の延伸につなげてまいります。

いいね!コメント

あの有名なベジチェック®を展開されているカゴメ社の興味深い取り組みです。まずは自社従業員が十分な野菜を摂取している前提での事業所対抗選手権を継続して行っています。従業員の約80%が参加する大規模な取り組みとしており、月1回以上のベジチェック記録を促進するなど継続性でも創意工夫を図っている点が評価されます。

FURUNO恒例！ 「新鮮な海の幸」の社内販売

古野電気株式会社

製造業

〒662-8580 兵庫県西宮市芦原町9番52号
従業員数:901名以上 URL:https://www.furuno.co.jp/



- ・ポイント①:職場が魚屋へ！
- ・ポイント②:従業員家族の企業理解につながる取り組み
- ・ポイント③:魚食を通じて、漁業への理解も深める

取り組みの概要・目的

魚食を通じて食育のきっかけに！企業と海をつなぐユニークな購買機会

年2回ほど漁協の方々を招いて社内で海産物販売を実施しました。新鮮な海の幸を通じて、従業員とその家族が海を身近に感じるとともに、食育の観点から海の恵みや漁業への理解を深める機会を創出しています。「魚群探知機の日(12月3日)」の前後に合わせて販売会を実施しています。

実施の背景や課題

1948年に魚群探知機を実用化して以降、漁業と深く関わってきた古野電気は、従業員にも海の恵みや漁業の現場を身近に感じてほしいという思いから社内販売を開始しました。海産物を通じた食育や家族との会話のきっかけづくりを通じて、海への関心と企業理解を深める取り組みとして長年定着しています。

取り組みの成果



定量的・定性的成果

- 西宮本社に勤務する約1,150名の従業員の内、約25%の利用がありました。
- 従業員が海産物を家族に持ち帰ることで、海に関わる企業への理解が深まっています。
- 魚食を通じた食育のきっかけとなっています。

従業員の“声”

「旬の魚が新鮮で値段も安く、家族も喜んでくれるので良い取り組みだと思えます」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

海産物販売に向けた企画・告知

新鮮な海産物を届けるため、漁協と連携して旬の魚種や出展内容を確定し、社内にわかりやすく伝えるよう告知方法を工夫して発信しました。

フレックスタイムにも対応！

開催時間(16:00～18:00)に幅を設けることで、パートタイムやフレックスタイム制の勤務体系にも対応できるようにしました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・但馬漁協(柴山営業所)
- ・坊勢漁協 など

●リソース

- ・準備期間 約3週間
- ・必要人員3名、コスト(人件費以外、無料)

今後の展望

今後は西宮本社だけでなく、工場勤務者も参加できる企画へと広げ、より多くの従業員に恩恵が届く場をつくっていきたく考えています。また、地域の皆さまが購入できる機会も設けることで、新鮮な海の幸をより広くお届けしたいと考えています。さらに、季節ごとの旬の魚が楽しめる年間を通じた取り組みへと発展させることを目指し、出店いただく漁業関係者の数や回数を増やすことも検討してまいります。

いいね！コメント

世界で初めて魚群探知機を実用化した古野電気社が社業理解(漁業の関連)と従業員の健康増進(魚食を通じた食生活改善)を組み合わせた大変ユニークな取り組みです。漁協と連携して新鮮な海の幸を身近に接する食育機会を設け、幅広い従業員が参加可能とすべく開催時間も工夫している点が大いに評価されます。

血糖コントロール・野菜摂取推進 企画『ベジファーストキャンペーン』

トヨタ紡織株式会社

製造業

〒448-8651 愛知県刈谷市豊田町1丁目1番地
従業員数:901名以上 URL:https://www.toyota-boshoku.com/jp/

企画ポスター:食堂や会社内の掲示板、各部署に掲示



部署の仲間達と食事前に野菜摂取量を測定



ベジファースト効果が見える教育POP

ベジファーストキャンペーンの様子

- ・ポイント①:全ての食堂で取り組みを実施
- ・ポイント②:食堂事業者とも連携し、負担軽減を配慮
- ・ポイント③:追跡調査により行動変容を分析

取り組みの概要・目的

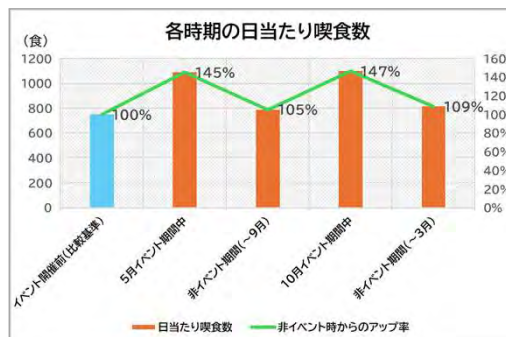
全食堂でキャンペーンを実施！社員が野菜摂取を考えるきっかけづくりに

ベジファーストを推奨するキャンペーンとして、期間中は全食堂(12拠点16食堂)にて野菜サラダを費用補助により販売しました。また、POPや動画を作成し、食堂内に設置・放映し、ベジチェック®等による測定会も各食堂を巡回しながら実施しています。喫食予測を行うとともに食堂事業者に対しては、残食補償も実施しています。

実施の背景や課題

2023年度の肥満率は30.7%(目標28.8%)、有所見率は69.2%と全国平均を大きく上回っており、生活習慣病リスクの高い社員が多いことから、その低減が急務となっていました。生活習慣病予防を目的とした教育において実践的な支援が不足していたことから、3食のうちの1食を担う食堂での企画を立案しました。

取り組みの成果



定量的・定性的成果

- イベント開催前のサラダの平均喫食数は750食/日だったのに対し、イベント期間中は平均1094食/日(46%増)となりました。
- イベント開催後の日当たり喫食数も1回目の開催後から2回目開催前まで平均は789食、2回目開催後は平均814食に増加し、イベントによる値引きがなくともイベントをきっかけにリテラシーが向上し、サラダを手取るという行動変容に至った社員が増加したことを示しています。

従業員の“声”

「ベジファーストのような食堂コラボは時間がなくても実践できるので増やしてほしいです」「野菜を食べるにはとても良いきっかけとなりました。また定期的に開催して頂きたい」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

野菜摂取量測定会で更なる行動変容を！

イベントと同時に野菜摂取量測定と結果説明を実施し、摂取量を可視化することで、社員が現状を把握し、行動変容につながりやすくなりました。

残食補償により負担軽減と十分な提供を実現

残食補償により事業者の負担を軽減しつつ、希望する社員へ可能な限りサラダを提供できるよう工夫しました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ TBコーポレートサービス株式会社

●リソース

- ・ 所要期間7ヵ月(初年度)/1ヵ月半(現在)、必要人員5名(企画)、年間コスト110万円

今後の展望

今後も周知方法等を改善しながら定期開催し、社員がベジファーストを当たり前実践し、血糖値改善等につながることを目標に継続してまいります。併せて、一時的なイベントにとどまらず、通年で健康的な食事提供や、食堂を食育実践の場とする環境改善にも中長期的に取り組んでまいります。

いいね！コメント

社員全体に対して、野菜を食べるきっかけを効果的に演出し、キャンペーン後もその効果が継続されています。野菜摂取の健康効果をPRするだけでなく、ベジチェック®等により自身の野菜の摂取状況を把握できる機会を提供し、食堂のサラダの価格を下げて喫食者に野菜摂取を促しました。食堂事業者に対する費用補助も実施し、社員、事業者、会社にとってそれぞれメリットが得られる三方良しの企画だと感じました。

ドリルとミッションで育む健康習慣

ロート製薬株式会社

製造業

〒544-8666 大阪府大阪市生野区巽西1丁目8番1号
従業員数:901名以上 URL:<https://www.rohto.co.jp/>



- ・ポイント①:平日は毎日発信。健康習慣の定着を支援!
- ・ポイント②:継続しやすい『ドリル(学び)』と『ミッション(行動)』を同時に促す実践型プログラム
- ・ポイント③:アンケートを通じた取り組み結果の分析と可視化

取り組みの概要・目的

平日毎日配信!日々の積み重ねで着実にリテラシーの向上につながっている

社内オリジナル健康増進ツール「W-UP(ワップ)」の活用からスタートし、今ではアプリで全従業員を対象に平日毎日「健康ドリル」と「健康ミッション」を配信しています。各自が実践することで、日々の小さな行動変化を積み重ね、健康リテラシーの向上と行動促進を両立させています。

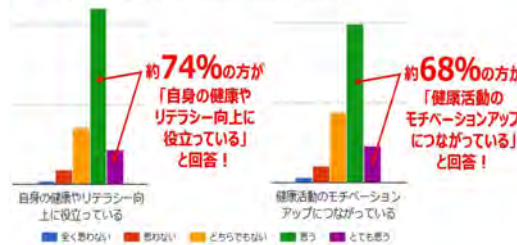
実施の背景や課題

2021年にメタボリックシンドローム該当従業員向けプログラムの一環として、現在のドリルとミッションの原型となる独自の「脱メタボプログラム」を作成しました。その後、メタボ該当の有無に限らず有益な内容であることから、全従業員向けに改編しました。日々の生活習慣改善を目的に、食事・休養・運動の3分類で「健康ミッション」を策定し、更に知識取得のための「健康ドリル」を組み合わせた構成としています。

取り組みの成果

定量的・定性的成果

「W-UPアプリ」について、あなたの考えに近いものを教えてください。



- 参加率89.9%(1日当たり平均669名回答)
- 社内アンケートで「健康ドリル・ミッションが最も健康につながった」と回答した従業員は11%。「健康ドリル」に毎日回答している従業員の77%が「健康に関する情報を日常の中で活用できている」と回答がありました。またW-UPアプリ活用における社内調査では、「自身の健康やリテラシー向上に役立っている」が74%、「健康活動のモチベーションアップにつながっている」が68%と、知識定着と行動促進の両面で効果が確認できました。

従業員の“声”

「新しい知識を得られるだけでなく、知っているつもりだったことを改めて整理できるのが良いと思います」
「日々の積み重ねが健康への意識づくりにつながっていると感じています」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

「ARUCO」付与でモチベーションUP

健康ドリルの正答者には社内健康通貨ARUCOを付与しました。モチベーション向上につなげ、継続的な健康づくりを応援しています。

週初めはミッションの解説で理解度UP

リテラシーアップのため、週初めはミッションの意図を解説しています。火～金に前日のミッションができたかを振り返る構成にしています。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・最先端の美と健康の情報誌
(<https://fufufu.rohto.co.jp/>)の企画・制作部署(当社発行)

●リソース

- ・健康経営推進グループメンバー
- ・社内管理栄養士、社内医療専門職

今後の展望

今後は、健康ドリル・ミッションの効果測定を行い、取り組みの有効性を可視化していくことを検討しています。あわせて、ドリル・ミッションを通じて得た知識が実際の健康行動につながるよう、具体的なアクションを促す施策を支援していきたいと考えています。

いいね!コメント

健康ドリルはクイズ形式で回答でき、ミッションにより具体的な行動が促され、自己評価をすることで達成感が促されるという、日々の実践を継続するためのモチベーションが維持できる仕組みが考えられています。実際に従業員の健康リテラシーの向上に成果がでている点も素晴らしいです。

料理教室で深まる従業員間の交流

太陽ホールディングス株式会社

〒171-0021 東京都豊島区西池袋一丁目11番1号 メトロポリタンプラザビル16階
従業員数:901名以上 <http://www.taiyo-hd.co.jp>

製造業



パン教室

ハンバーグ教室

チョコレート教室

- ・ポイント①:社員食堂を、コミュニケーション促進の場として活用
- ・ポイント②:従業員だけでなく、家族にも広がる食育の環
- ・ポイント③:食堂スタッフの専門性発揮と、健康意識の向上

取り組みの概要・目的

社員食堂を活用した従業員同士のコミュニケーション促進

自社で運営する食堂を従業員同士のコミュニケーション促進の場として活用しています。食堂スタッフが、それぞれ自分の得意分野を活かし、従業員向けの料理教室を定期開催しています。家族での参加も推奨しています。(開催実績:ハーブ餃子教室、ハーブソーセージ教室、スイーツ教室等)

当時の課題と実施の背景

食堂の人気メニューを自宅でも作りたいという従業員の声をきっかけにスタートしました。特にコロナ禍では、出社の制限や従業員同士の交流の減少が見られたことから、食堂をきっかけに交流を深めてほしいという思いで、多様な料理教室を開催しています。また従業員の家族も参加可能とすることで、親子のコミュニケーション促進や、家族に会社を知っていただくきっかけづくりにもつなげていきます。

取り組みの成果

ランチタイムのハーブサラダも人気!



定量的・定性的成果

- 料理教室の参加者 1回あたり8～10名
- 従業員に対する食育に加え、福利厚生という形でその子どもへの食育にも繋がっています。
- 「食」や「健康」に関心をもつ従業員が増えました。
- 健康意識の変化により、ランチタイムで提供されるハーブサラダの人気が高まっています(左写真参照)。

従業員の“声”

「一緒に参加した人とオフィスでも話すようになった」
「食堂を身近に感じるようになり、食堂スタッフと料理の話もするようになった」
「子どもが毎回楽しみにしていて、次はいつやるの?と聞かれる」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

焼き立てのパンがその場で食べられる

プロのパン職人(社員)が発酵から成形まで丁寧に教え、釜で焼いた、焼き立て熱々のパンをその場で食べられるようにしました。

健康のためのハーブ料理教室

ハーブコンシェルジュをゲストに迎え、ハーブソーセージ教室を開催しました。参加者はハーブの効能を考えながらトッピングを楽しみました。

連携先(社内外)やリソース

●協力者

- ・ハーブコンシェルジュ 小早川愛様
- ・太陽グリーンエナジー株式会社

●リソース

- ・約1か月前に参加者募集ポスター掲示
- ・専門スキルのある食堂スタッフ、材料費

今後の展望

従業員から、「家族にも食べさせたい」という声を多くいただいているため、今後は家族の皆さまにも気軽に参加していただける企画を検討しています。人気の料理教室は継続しながら、自家製蕎麦や人気メニューのからあげなど、家族に楽しんでいただける機会も作っていきたく考えています。食堂を通じて、従業員同士の交流がより深まり、心も体も健康になれる場を目指してまいります。

いいね!コメント

食堂を、健康づくりだけでなく、人と人がつながる温かな場として活用されている発想がとても魅力的です。従業員だけではなく、ご家族にも笑顔が広がる取り組みは、企業の食育の可能性を、大きく広げています。従業員食堂の価値をここまで豊かに引き出していることに、心から拍手を送りたくなる実践です。