

場所を問わない食事補助で エンジニアの生産性向上

株式会社イントロダクション

情報通信業

〒135-0053 東京都新宿区大久保2丁目5番22号 セキサクビル6階
従業員数:6～20名以下 URL:https://www.introduction.tokyo/



自社開発のシステム

- ・ ポイント①:場所にとらわれず、様々な勤務形態に対応した食事補助
- ・ ポイント②:単なる金銭補助でなく、バランスのよい食事の実践に効果的
- ・ ポイント③:経済的負担の軽減と健康推進を両立

取り組みの概要・目的

「栄養バランスの改善」を目的に健康的な食事を達成するルールをもとに食事補助を実施！

自社アプリにレシートを登録することで、食事補助を実施しています。「栄養バランスの改善」の目的に限定するため、厳格なルールを設定(平日の5時～15時までの利用を対象とし、主食、主菜、副菜、汁物など健康的な食事に品目を限定)し、菓子パンやインスタント食品等は明確に補助対象外としています。

実施の背景や課題

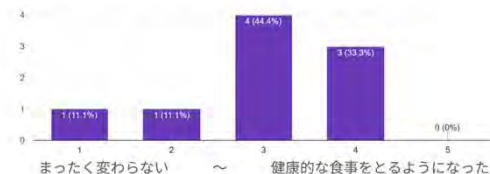
従業員であるエンジニアの勤務形態は客先常駐やリモートワークが中心のため、従来型の社員食堂などによる一律的な食支援が困難でした。従業員アンケートでは「昼食が菓子パンで偏る」「簡単に済ませる」「食費高騰で品数を減らす」といった課題が明らかになり、健康的な食生活は業務中の集中力や思考力、パフォーマンスの維持に欠かせないと考え、取り組みを開始しました。

取り組みの成果

従業員アンケート結果

健康的な食事への意識変化に繋がっている

健康的な食事をとる意識は、補助の導入によってどの程度変化したか教えてください
9月の回答



従業員の“声”

「物価高騰が続く中、会社からサポートをいただけるのは非常にありがたい」
「栄養など健康への意識も高まり、ランチが充実したりフレッシュの時間になった」

定量的・定性的成果

- 従業員が意識的に栄養バランスを考慮した品目を選ぶようになり、食生活の改善につながっています。たとえば「昼食にサラダを追加する」「汁物を一品加える」など、健康を意識した選択が増えました。
- アンケート結果でも、健康的な食事をとるよう意識変化があった従業員は90%を超えています。

チャレンジしたことや創意工夫したこと

画像認識AIを導入

ここ数年間のAIの進歩は目覚ましく、最新のAIを利用して、手書きの領収書でも再現性高く正確に認識できるものの選定に苦労しました。

従業員の手間を削減

AIを活用して、情報を自動入力することにより、従業員の入力の手間や修正の手間を削減し、利用しやすいアプリを目指しました。

連携先やリソース

●協力者

- ・ アプリケーションのデザインやコーディングは Googleが提供するAI(Gemini)が協力者

●リソース

- ・ 企画から半年ほどでテスト導入まで実施
- ・ 自社エンジニア主導で短期開発を実現

今後の展望

従来の「プリペイド方式」は、食事以外も購入可能で公私の区別が曖昧な課題がありました。一方、弊社のシステムはレシートを厳格に審査し「会社が提供すべき食事を、最寄りの店で代行させた」実態を1円単位で証明します。直接的な現物提供が困難な場合、システムによる厳格な使途特定が実質的な現物給付の証明です。データの透明性と正当性を持つ運用が評価され、普及することを期待します。

いいね！コメント

多様な働き方に対応した食事補助のモデルケースとなる事例だと思います。AIを活用したアプリを導入し、複雑な食品選択から、「栄養バランスの改善」という目的に適した品目を抽出し、食事補助の対象としたことで、従業員の健康的な食事への意識変化に繋がりました。物価高騰が続く中での食育、従業員のリアルと向き合う先駆的な取り組みだと感じました。

全社巻き込み型の コラボメニュー企画

株式会社MIXI

〒150-6136 東京都渋谷区渋谷2-24-12 渋谷スクランブルスクエア36F
従業員数:901名以上 URL: <https://mixi.co.jp/>

情報通信業



コラボメニュー(ドリンクと低糖質サラダボウル)

- ・ポイント①:従業員の健康課題を明確にした上での企画
- ・ポイント②:トップメッセージと共に発信
- ・ポイント③:関係者の上手な巻き込み

取り組みの概要・目的

関係者を巻き込み、効果的な発信をすることで従業員への興味・関心アップに!

社内専門職が中心となり、社長とコラボした「健康ドリンク」および、衛生委員と連携した「低糖質チキンサラダボウル」を企画し社内カフェ・食堂で販売しました。社長メッセージとともに社内Slackで発信したほか、衛生委員考案のキャッチコピーをPOPに活用するなど、従業員の興味・関心を高める工夫を行っております。

実施の背景や課題

従業員アンケートの結果、20~30歳代の従業員は、40歳代以上と比較して「自身の健康意識が高いと認識している割合」および「生活習慣病の予防・改善に向け、適正体重の維持や減塩等に配慮した食生活を実践している割合」が低いことが明らかとなりました。当社従業員の約6割が20~30歳代であることを踏まえると若年層の興味・関心を喚起する施策が必要と考え、経営層や衛生委員など会社全体を巻き込んだコラボメニューを企画しました。

取り組みの成果



定量的・定性的成果

●社長とコラボした「健康ドリンク」の販売について
社長メッセージとともに投稿したSlack周知には200件を超えるリアクションが寄せられるなど、高い注目を集めました。販売数は10日間で約350杯となり、食育施策の中で最も好評な結果となりました。また、従業員同士で声を掛け合いながらドリンクを買いに行く様子や会話の話題に上る場面も見られ、従業員間のコミュニケーション促進にも繋がっています。

従業員の “声”

「満足感もありとても美味しかった。普段から栄養バランスを意識していきたい!」「こういった取り組みは健康意識のアップに繋がる。とても有り難い!」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

満足感のある健康メニューの考案

健康メニューへの関心が低い人にも選択してもらえるよう、美味しさやボリューム等も兼ね備えた、満足感の高いメニューの実現を目指しました。

自然と情報が目に入る導線づくり

健康メニューを通じて食への意識向上を図るため、使用食材や栄養素情報をメニューPOP内に記載し、自然と目に入るよう工夫しました。

連携先(社内外)やリソース

●協力者

- ・ 食堂事業者、社内カフェ事業者
- ・ 社内総務担当者

●リソース

- ・ 企画から実施までの期間:約2か月間
- ・ 人員:社内担当者4名、衛生委員

今後の展望

社内カフェ・食堂と連携した健康メニューの提供は今回が初の試みでしたが、次回以降はメニューのアイデア出しの段階から衛生委員にも参加してもらうなど、より一層従業員の声を反映したメニューの考案等を行っていきたくと考えております。また、今後も引き続き、施策に関する従業員の満足度や食生活の実践割合をアンケートにて把握し、施策の改良・充実を図っていきたくと考えています。

いいね!コメント

従業員の主要構成をしめる若年層の健康意識を高めるため、経営層を巻き込んだ会社全体の施策へと発展させた素晴らしい取り組みです。社長とコラボした健康ドリンクや社内カフェ・食堂と連携した健康メニューを開発し、得られた有益な情報を効果的に社内発信するなど創意工夫と独自性に富む活動が評価されます。

ミニトマト栽培で食とコミュニケーション

ウイングアーク1st株式会社

情報通信業

〒106-0032 東京都港区六本木3丁目2番1号 六本木グランドタワー36階
従業員数: 301～900名以下 URL: <https://corp.wingarc.com/company/data.html>

うちの🍅も、花が咲き始めました。



うちの子は「とまみ」と名付けました。本日やっと支柱立てました！お花も咲いた！頑張れ～
(園集済み)



従業員の自宅での栽培の様子

- ・ポイント①: リモートワークの自宅でもできる栽培体験
- ・ポイント②: 栽培を通じたコミュニケーションの活性化
- ・ポイント③: メンタルヘルスにも効果が波及

取り組みの概要・目的

リモートワークでも栽培体験！ミニトマトで広がるコミュニケーション

従業員の自宅にミニトマトの苗と土を送り、栽培・収穫を通じて食への関心を高める取り組みを実施しております。原則リモートワーク環境下においても、ミニトマト栽培をきっかけに従業員同士のコミュニケーションの促進を図っています。自社製品のチャットツール「dejiren AI」を活用し、生育状況の共有やコメントのやり取りが行われております。

実施の背景や課題

リモートワーク環境では、食に関する施策の実施が難しく、従業員に食への興味を持ってもらう方法を模索しておりました。そこで、ミニトマト栽培を通じて食への関心を高めるとともに、従業員自身だけでなく家族とのコミュニケーションのきっかけにもなるのではと考え、本取り組みを開始しました。

取り組みの成果

従業員アンケート結果

6. 栽培あるいは栽培を介したコミュニケーションを通して、ご自身の健康意識に変化はありましたか？



17. 【カゴメ】トマトの苗を育てたことは、日ごろの気分転換やストレスの緩和に役立ったと思いますか？



定量的・定性的成果

- ミニトマト栽培を通じて、従業員の食への関心が高まり、34%が「食に対する興味が深まった」と回答がありました。栽培体験はストレス軽減や気分転換にもつながり、92名が「精神的に良い影響があった」と評価いただきました。さらに、家族とのコミュニケーションが増えたと答えた従業員は75名にのぼり、家庭内の会話や共同作業のきっかけとなりました。
- 参加者 101名(希望者枠100名に対して)

従業員の“声”

「家族・同僚とのコミュニケーションが増えた」
「気分転換につながった」「野菜栽培を通して食に対しての興味が深まった」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

チャットで交流 みんなが先生みんなが生徒

野菜づくり初心者が半数いたため、自社製品のチャットツール「dejiren AI」で質問しやすい仕組みを整えました。これにより経験者が自然にフォローし合う関係が生まれ、互いに学び合う環境づくりにつながっています。

アンケートで効果検証

野菜づくりがメンバーにどの程度良い影響を与えたのかを把握するため、アンケートを実施して効果を可視化しました。得られた結果は、取り組みの意義を客観的に確認する手がかりとなり、今後の活動改善にも活かせるものとなりました。

連携先やリソース

●協力者

- ・カゴメ株式会社

●リソース

- ・企画から1か月程度で実施
- ・コストは「苗と土の購入代金」
- ・必要な人員は1名

今後の展望

自社製品チャットツール「dejiren AI」では、トマトに限らず、メンバー各自が育てている野菜や植物の成長を共有する場が自然と定着しています。業務で接点のないメンバー同士も参加しながら、継続的なコミュニケーションが生まれています。今後は、リモートワーク環境で課題となっている「運動不足」と「食生活の改善」にも寄与できるよう、食をテーマにした楽しいコミュニケーション企画を検討していきたいと考えております。

いいね！コメント

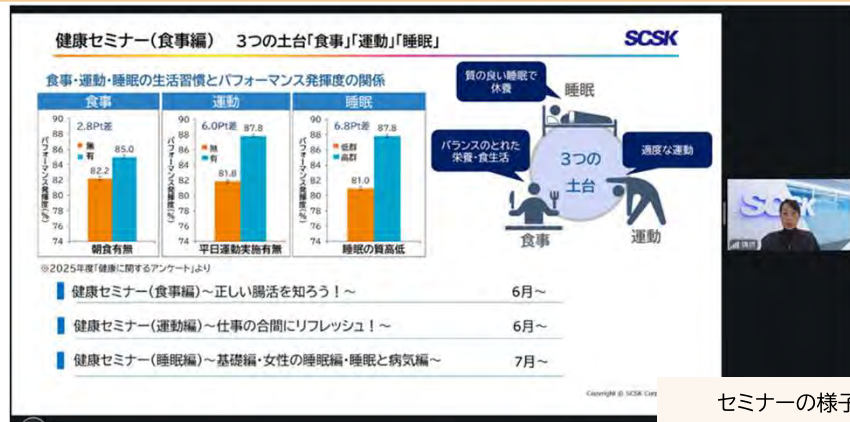
リモートワークのデメリットである「運動不足」や「他者とのコミュニケーションが減る」という課題に対し、野菜づくりという食育をきっかけとして解決策を展開されました。独自のチャットツールによるサポート体制のもと、アンケートによる効果測定を実施し、食に対する興味が高まり、ストレスの軽減に高い効果が認められました。

全役職員参加型！ 超実践的健康リテラシー向上セミナー

SCSK株式会社

〒135-8110 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロント
従業員数:901名以上 URL:https://www.scsk.jp/

情報通信業



- ・ポイント①: アンケートで分析したテーマに基づく、実践につながるセミナー
- ・ポイント②: 経年変化を追うことで取り組みを評価
- ・ポイント③: 就業規則に従業員の健康について明文化

取り組みの概要・目的

「食事」「運動」「睡眠」を生活習慣の土台と位置づけ、全役職員を対象にセミナーを実施！

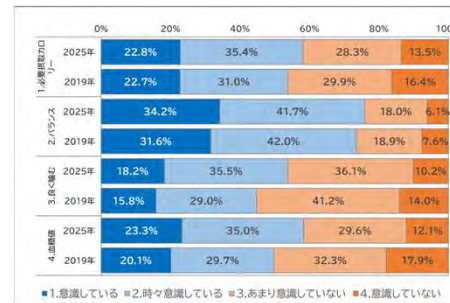
テーマは、毎年実施している健康に関するアンケートおよびセミナー後のフィードバック内容を分析し、従業員の課題やニーズに合わせて独自に企画しています。例えば「ITを活用して摂取カロリーを知る」「食後血糖値を緩やかにする工夫」など、すぐに取り組むことができる実践的な内容としています。

実施の背景や課題

当社は「社員一人ひとりの健康は個人やその家族の幸せと事業の発展の礎である」という健康経営の理念を就業規則に明記し、様々な健康増進施策に取り組んでいます。2019年度以降は取り組みを第2フェーズに移行させ、従業員の健康リテラシー向上を目的として、テーマ別健康セミナー(食事・運動・睡眠・女性・ところ・年代別)を展開しています。

取り組みの成果

従業員アンケート結果(2025年)



定量的・定性的成果

- 全役職員を対象とする2025年度の「健康に関するアンケート」(回答率96.0%)では「食生活においてどのようなことを意識しているか」という設問に対し、「必要摂取カロリー、食のバランス、良く噛む、血糖値」の全ての項目で、健康セミナー(食事編)を開始した2019年度よりも「意識している」との回答が増加しました。
- 健康セミナー(食事編)の参加者 約100名 5回/年

従業員の“声”

「食生活を見直して改善したことにより睡眠もしっかりとれて身体も軽い感じがする」
「低GI食品を意識して献立を考えるようになった」
「肉食、炭水化物を減らし、魚やたんぱく質の摂取を意識して食事をするようになった」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

「健康わくわくマイレージ」と連携！
参加インセンティブを付与

参加者アンケートの内容を次年度に活用

従業員の約98%が活用する健康維持・増進の基盤「健康わくわくマイレージ」の年間目標に「セミナーの参加」を設定し、参加者にインセンティブを付与。

アンケート結果を次年度のコンテンツに反映し、2024年度から食事編のテーマを「陽活」に設定。興味関心が高く実践的な内容にリニューアル。

連携先やリソース

●協力者

- ・委託先セミナー講師

●リソース

- ・企画から実施までの期間:3ヵ月
- ・必要な人員:3名

今後の展望

今後も健康に関するアンケートを継続的に実施し、従業員の健康課題を的確に把握することで施策のさらなる進化につなげていきます。また、新入社員やキャリア入社社員を含む全従業員に組み込みが行き届くよう周知を徹底し、「食生活の改善」を含む健康リテラシーの底上げを図ります。良好な生活習慣がパフォーマンス発揮度に影響することは経年的に確認されており、今後は健康経営を基盤として、Well-Being経営の推進に取り組んでまいります。

いいね！コメント

従業員アンケートやセミナー後の声をもとに内容を見直し、関心や課題に合わせて継続的に改善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い一方で、本取り組みは実践しやすい内容へ工夫されており、従業員の意識変化も確認されています。継続的な行動変容につなげる仕組みとして、多くの企業の参考になる事例だと感じました。

社員全員&家族も参加、 ウェルビーイングを目指すセミナー

株式会社タニタヘルスリンク

情報通信業

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-52-2 青山オーバルビル15F
従業員数:51～100名以下 URL:https://www.tanita-thl.co.jp/

セミナー開催時の様子

- ・ポイント①:リモートワークが多い職場で全社員が集まる機会を上手に活用
- ・ポイント②:実際に「はかる」ことで、行動変容につながりやすい体感型セミナー
- ・ポイント③:家族での参加も可能なオンラインセミナーも実施

取り組みの概要・目的

野菜摂取量を視覚的に体感！管理栄養士による「健康的な食事の食べ方」セミナーを開催

年に2回の全社員出社日の懇親会の場で、バランスの良い食べ方などのセミナーを開催しました。その際、参加者自身が野菜をはかり、喫食したことで、意識改善につながりました。家族も参加できる食育オンラインセミナーも開催し、どちらもアーカイブ配信を行い、社員全員の参加を促しました。

実施の背景や課題

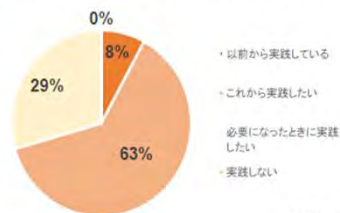
以前から、社員からは「野菜があまり摂れていない」「どのくらい食べたらいいのか」「子どもの食事が気になる」などの声が多く聞かれていました。このため、座学中心の従来セミナーを体験型としたほか、子どもの食育セミナーを企画しました。家族と参加できるよう就業時間外の夕刻に開催し、社員の夫や妻、子どもなどと夕食をとりながら参加できる形式で実施しました。

取り組みの成果

セミナー聴講後の行動変容について

定量的・定性的成果

Q.セミナー内容を参考に日常生活でできることを実践しようと思えますか(n=51)



セミナー終了後、約7割が「実践している、実践したい」と回答し、アンケート結果では、野菜料理の頻度が増加しました。

- 参加者数 64名
- 事後アンケート結果から「実践している・実践したい」が約7割であり、「必要になったら実践する」を含めると100%が日常生活での実践を視野に入れていました。これは、健康的な食習慣に対する強い動機づけとなったことが考えられます。

セミナー終了時のアンケート調査より集計

従業員の“声”

「野菜100gが意外と多く、頑張って食べたいと思った」
「自ら野菜の重さを「はかる」ことで、いわゆる座学よりも強く印象に残った」
「9歳の子と参加。毎日の食事を振り返り、いろいろと話しながら参加できた」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

社内懇親会を食育の場に

懇親会メニューの野菜不足を食育の機会として活用し、野菜不足の解消につなげました。調理ができない中「できること」を模索・実践しています。

社員も家族も健康に

「家族も参加できるセミナーを」という社長の声から夕食時に開催しました。クイズを多く取り入れ、子どもも楽しく参加できました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・なし

●リソース

- ・弊社専門職(管理栄養士)にて実施
- ・企画から実施までの期間:約1カ月
- ・コスト:約6千円(試食の食材)／1回あたり

今後の展望

社員が自らの手で健康を育んでいけるよう、私たちはこれからもサポートを続けていきます。「食べる」ことは、息をすることと同じように生きることの一部です。このため、小さな気づきから自身の健康課題を見つけ、実践できる方法を共に模索していきます。また、食事はコミュニケーションが生まれる大切な場でもあります。社員全員が心身ともに健やかに、笑顔で活躍できる職場を目指します。

いいね!コメント

野菜を実際にはかって食べる体験を取り入れることで、適切な摂取量を理解しやすくしている点が非常に優れています。食に関する知識は聞くだけでは定着しにくい一方、自ら体験することで日々の食事を見直すきっかけにつながります。また、家族も参加できる仕組みとすることで、職場だけでなく家庭での食習慣改善にもつながる点が印象的です。多くの企業の参考になる好事例だと感じました。

野菜摂取補助制度の導入

日本ナレッジスペース株式会社

情報通信業

〒105-0004 東京都港区新橋6-20-1 ル・グラシエルBLDG.1 3F
従業員数:101~200名以下 URL:https://www.jpn-ks.co.jp/



自宅に届く野菜の様子

- ・ポイント①:ユニークな福利厚生で健康をサポート
- ・ポイント②:社員の家族にも波及効果を期待
- ・ポイント③:食品ロス削減にも寄与

取り組みの概要・目的

福利厚生として「野菜摂取補助制度」を導入！食品ロス削減にも寄与する取り組み

規格外野菜の定期配送サービス「ロスヘル」を採用し、毎月、社員の自宅に約5キロ(8~9品目)の野菜を宅配することで、お得かつ手軽に野菜を取り入れられる環境を整備しました。

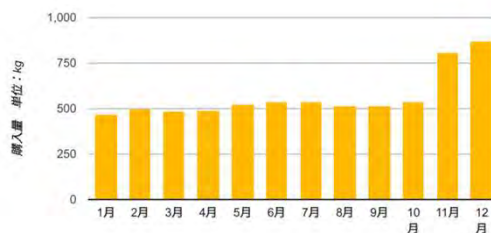
社員の家族も含めた豊かな食生活をサポートに加え、食品ロス削減にも貢献できています。

実施の背景や課題

多忙な日々で疎かになりがちな野菜不足は、体調不良や集中力低下など、社員のパフォーマンスに直結する課題です。加えて企業としてSDGsへの貢献を目指す中で、食品ロス削減にも寄与できる仕組みを求めており、サービスの導入を決定し取り組みを開始しました。

取り組みの成果

購入実績(2025年)



定量的・定性的成果

- 利用率 全社員のうち60%以上
- 購入実績 約500kg/月
- 購入実績 通算 9トン以上
- 社内アンケートで、より野菜摂取したいとの要望を70名以上の社員からいただき、従来のSサイズだけでなく、Mサイズも選べるように福利厚生を拡充しました。

従業員の“声”

「元々野菜は得意ではなかったがロスヘルをきっかけに調理を工夫することで、今では野菜が好きになってきた」
「食事に偏りがあったが、ロスヘルをきっかけに自炊の頻度が増え、健康的な習慣が身につきました」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

社会貢献と共感性の向上

単なる食費補助に留めず、フードロス削減やSDGsの価値を付与。野菜摂取が社会貢献に直結する実感を醸成し、制度への共感を高めます。

利便性の追求と健康習慣の定着

自動配送で選ぶ手間を省き、レシピ同封で献立の悩みも解消。忙しい社員でも、自然に野菜を摂れる仕組みで健康経営を実現します。

連携先やリソース

●提携先

- ・ 利用サービス(ロスヘル)

●リソース

- ・ 企画:2026年6月 導入:2026年9月
- ・ コスト:年間約430万円以上

今後の展望

弊社は規格外野菜の活用を通じ、健康経営とSDGsを繋ぐ戦略を推進しています。今後は月間500kgの購入を継続し、社員の健康意識を高め、ベストなパフォーマンスを発揮できる環境づくりを加速させます。「社員の健康が食品ロスの解決に直結する」という循環モデルを深化させ、事業成長が地域社会や環境保護に貢献する、持続可能な企業像の実現を目指します。

いいね!コメント

社員の健康づくりを、社会課題の解決やご家族の豊かな食生活にもつなげている発想がとても素晴らしいです。健康経営を福利厚生にとどめず、企業の価値づくりとして実践されている点に時代性を感じます。社員への想いと社会への想いが両立した、これからの企業の理想を感じる好事例です。