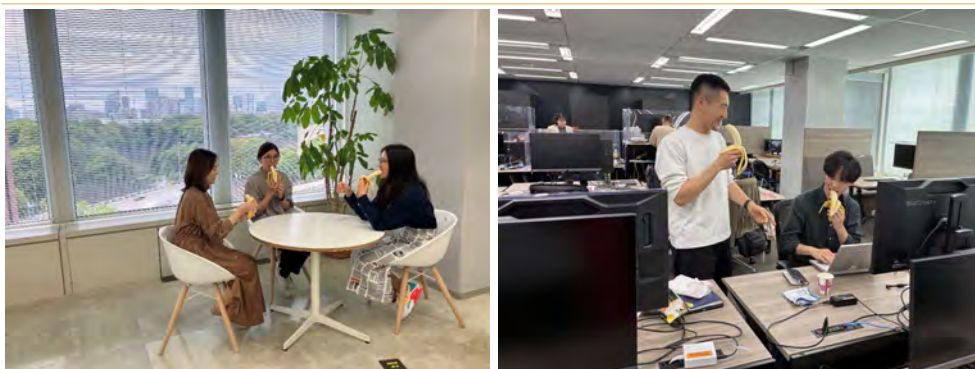


朝バナナのススメ

住友商事パワー&モビリティ株式会社

卸売業、
小売業〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1丁目2番2号
従業員数:201~300名以下 URL: <https://www.sc-pmco.com/>

朝バナナ提供の様子

- ・ポイント①:バナナで手軽に朝食欠食予防
- ・ポイント②:「朝食をまず食べる」の習慣形成に効果的
- ・ポイント③:仕事のパフォーマンスも向上

取り組みの概要・目的

社員の健康とイキイキワクワクをサポート！朝バナナの提供の実施

バナナは脳の活性化や集中力アップ、良質な睡眠をサポートする栄養素が豊富で、体内リズムや生活リズムを整えるのに最適です。スミフルジャパンから訳ありバナナを購入し、住商ウェルサポート(※住友商事の特例子会社)に社内配布を依頼することで、住友商事グループにもフードロスにも貢献しています。

実施の背景や課題

厚生労働省の調査で、20~40代の約3~4人に1人が朝食をとらないという現状を知り、社員の健康維持とパフォーマンス向上のために何かできないかと考えました。朝食は体内リズムや生活リズムを整えるうえで重要ですが、忙しい朝には準備が難しいことも多いです。そこで、手軽に食べられて栄養価も高いバナナの提供を開始しました。

取り組みの成果



定量的・定性的成果

- 社員の体調管理や集中力の向上につながっています。バナナは手軽に食べられるため、忙しいときでも無理なく続けられると好評です。
- 実際に日中のパフォーマンス向上や健康意識の高まりが見られています。

従業員の “声”

「バナナの備え置きを続けてほしい」
「ちょっとした栄養補給が手軽にできて嬉しい」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

チャレンジしたこと

社員食堂の設置や、「朝食」の提供は難しい中で、社員の「朝食欠食」に対して何ができるかを考えました。

工夫したこと

訳ありバナナにすることで、フードロスの削減にも貢献しています。
*SDGs(目標12)に貢献

連携先(社内外)やリソース

●協力者

- ・株式会社スミフルジャパン
- ・住商ウェルサポート株式会社

●リソース

- ・企画から実施まで社内外調整に1ヶ月程度
- ・1ヶ月30,000円程度

今後の展望

社員一人ひとりが心身ともに健康で、最大限のパフォーマンスを発揮し、新たな価値創造に挑戦できる会社であり続けるためにも、今後も社員の声に耳を傾けながら、社員のウェルビーイング向上、イキイキ・ワクワク働ける職場づくりを推進していきます。

いいね！コメント

朝食欠食という身近な課題に対し、手軽に食べられるバナナを活用して無理なく朝食習慣を後押ししている点が非常に優れています。健康的な食習慣は継続することが重要ですが、本取り組みは忙しい社員でも取り組みやすい工夫がされています。また、訳ありバナナを活用することでフードロス削減にも貢献しており、健康づくりと社会課題への配慮を両立した参考になる事例だと感じました。

「食と健康」を学ぶ。 アプリで始める食生活改善コース

株式会社ベルク

〒350-2282 埼玉県鶴ヶ島市脚折1646
従業員数:901名以上 URL:https://www.belc.jp/

卸売業、
小売業



教育アプリ

- ・ポイント①:短い動画による知識の習得
- ・ポイント②:興味関心を引く、身近な料理や食材の題材
- ・ポイント③:コース終了後のアンケートによる確かな裏付け

取り組みの概要・目的

身近な料理から学べる！行動変容につながるアプリの提供

1つの定番料理を作る過程で食の豆知識を楽しく学べる教育アプリのコースを開発しました。短時間で気軽に視聴できる動画コンテンツを通じ、食のプロとしての知見が深まることで従業員自身の食行動を改善し、健康維持に繋がる実践的な知識の習得を促しています。

実施の背景や課題

当社社訓「働いている従業員も健康で幸せになろう」に基づき、従業員自身の健康維持・増進を最優先課題としました。健康経営目標として掲げる生活習慣病の改善、未病対策の推進を達成するため、従業員自らが自発的に食生活を見直す手段が必要でした。

取り組みの成果

アンケート結果



定量的・定性的成果

- 532名視聴
- コース実施のアンケートでは、食の豆知識の習得を通じた行動変容が明確に表れ、「料理はしなかったが（していたが、さらに）、するようになった」があわせて45%、「料理に興味をもつようになった」が56.8%に達しました。これにより、健康経営の目標である「日々の食生活の見直し」を自発的に促すことに成功しました。従業員の食への関心を高め、健康的な食生活の実践に大きく貢献していることがデータで裏付けられました。

従業員の“声”

「身近な料理や食材だったのでイメージが湧きやすかったです」「短時間の動画で見やすく、より料理の知識が深まりました。早速、実践してみます」

チャレンジしたことや創意工夫したこと

料理初心者が無理なく理解できる平易なレベルを基準としつつ、経験者にとっても基礎の再確認や新たな気づきが得られるよう、情報のレベルを設計しました。また、自社の従業員をキャストにすることで、視聴者の心理的ハードルを下げ、親しみやすさを醸成しました。「教育」という堅苦しさを排除し、エンターテインメント性を掛け合わせることで、従業員が楽しみながら自然とスキルを取得できる構成に挑戦しました。

連携先(社内外)やリソース

●提携先

- ・ 青果部、海産部
- ・ システム改革部

●リソース

- ・ 企画から公開まで 約3か月
- ・ 動画出演3人、動画、スライド作成2人

今後の展望

学びの幅を広げ、多様なニーズに応えるため、時短、コスパメニューといった日常生活に直結するテーマや未病対策(生活習慣病の予防など)を目的とした情報提供を行うことを検討中です。従業員の自発的な食生活の見直しを促し、行動変容へ繋げることを目指してまいります。

いいね！コメント

「働いている従業員も健康で幸せになろう」の社訓に沿った自社手作りの食教育プログラムを開発されました。より多くの従業員に広く、効率的に展開するよう短時間かつエンタメ性を持たせる創意工夫がなされています。アンケートによる定量評価で効果を確認し、今後の展開に繋げるなどPDCAサイクルを回している点も評価されます。