



24時間体制のシフト勤務に
合わせた食環境改善で、
従業員の食に対する意識が向上しました。

企業情報



ANA
エアポートサービス
株式会社様
[サービス業]

ANAエアポートサービス株式会社(以下、ANAAS)は、羽田空港において空港業務(空港旅客サービス業務・グランドハンドリング業務・運航支援業務・航空機貨物取扱業務・旅客自動車運送業務)を担当しています。
<http://www.anaas.ana-g.com/>

従業員人数	男女比 [男 : 女]	外勤内勤比率 [外勤 : 内勤]
3355名 (2017年6月時点)	4:6	9:1

Before

部署ごとに飲食店や社食の有無のばらつきがあり、食環境が悪い社員がいることに課題意識があった。また、従業員が昼夜問わず働いており、社員の9割がシフト制という条件に合った食のサービスを求めている。



After

初回導入の事業所では2日で売り切れ、他事業所にも導入など、社員に広く利用されるように。社員の食に対する意識の向上に成功し、健康経営を推進する上でも活躍している。

オフィスおかんと導入して

1 目的

ANAグループでの健康経営に向けた取り組みと24時間シフト勤務である従業員の食環境改善。

2 背景

事業所での食環境の差異をなくし、限られた時間でもしっかり身体に良いものをとれる仕組み作り。

3 効果

時間帯を選ばずいつでも健康的な食事をとることができ、従業員の食に対する意識もおかんと通じて向上しました。

目的

1

ANAグループでの健康経営に向けた取り組みと24時間シフト勤務である従業員の食環境改善。

健康増進や福利厚生などの観点から、食に関しては重要視してきました。さらにANAグループ全体でも健康経営に力を入れており、昨年度から弊社でも、その部分を見直そうという動きがありました。

ANAASに関しては24時間オペレーションしている羽田空港の現場で、社員の9割がシフト勤務という面で、他のグループ会社とは違う特色があり、それに合わせた健康

経営に向けた取り組みが必要でした。

そこでまずは、職場により環境にバラつきがある食事について何か改善ができないか、という目的で、私たちの働き方にあったサービスを探し始めたんです。おかんは一昨年知っていたのですが、こういった社内的な流れもあり、オフィスおかんを導入することになりました。

背景

2

事業所での食環境の差異をなくし、 限られた時間でもしっかり身体に良いものをとれる仕組み作り。

同じ羽田空港勤務でも部署ごとに休憩を取る時間帯・場所が異なります。また、社員食堂のあるなしなどで、食環境も大きく偏りがあったのが課題でした。

例えばTIAT(東京国際空港ターミナル)ですと、社員食堂はなく、コンビニで買って来て休憩室で食べたり、お弁当を作ってきたり、飲食店が開いている時間であれば食べに行ったりしています。ですが、事業所によっては周りに飲食店すらない場所もあるので、食べるものの選択肢が限られています。お弁当を持参するにも、早番遅番のシフトがある中、毎日しっかり作ってくるのも大変です。

また、カップラーメンを食べる人がとても多かったです。1時間の休憩も、コンビニなどに寄らず直接休憩室に来ると、手軽に食べられる即席のものを自販機で買ったり、カップラーメンで簡単に済ませる人が多くて、その環境が本当に良くないという声がありました。

食環境を改善しようと、社員にアンケートをとった際、「どういったものが欲しいか」という質問に対し、「野菜が欲しい」「お惣菜が欲しい」「サラダが欲しい」など、以前から休憩室に設置してある自動販売機では買えないもの、特に女性はヘルシー志向なものの要望がありました。

最初はお弁当の販売など、他の手段も色々考えました



が、なかなか社員の休憩時間と合わず…。販売時間に来られる人しか使えないというのが悩ましいところでした。シフトによって休憩時間がバラバラで、深夜に食べる人も多いため、この職場環境に合うサービスを探すとなかなか見つけられなかったですね。

また、せっかく新しいサービスを入れるなら、少しでも健康に良いものを入れたいという思いがありました。

オフィスおかんは、好きな時にお惣菜を選んで食べられるのがいいですね。24時間いつでも使えることがシフト勤務とマッチしていましたし、添加物が少ないという点も決め手となりました。

効果

3

時間帯を選ばずいつでも健康的な食事をとることができ、 従業員の食に対する意識もおかんを通じて向上しました。

最初はTIATの方ではなく、羽田空港の敷地内にある国際貨物を取り扱う事業所に導入しました。そこは飲食店や食堂もなく、近くにコンビニしかないようなところなんです。導入すると、惣菜が2日でなくなってしまうました。すごい人気でしたね。そのため、最初Mプランで入れたのを、Lプランに変更しました。

実際の反響もすごく大きくて、社員からも「すごく良いサービスを入れてくれて、ありがとう」という声がありました。そこで「他の事業所にも展開を広げたいな」と思い、



TIATにも導入したんです。

導入後にもアンケートを取りましたが、国際貨物の事業所では「使いたい時に在庫がなかった」「食べたいお惣菜がすでに売り切れていた」という声が多くあり、その後もみんな継続して使っているなという印象です。

TIATでも最初入れた時の反響はありましたね。ガイアの夜明けを見ていた従業員からは、オフィスおかんの設置に立ち会っている時に「あ、ガイアで見た！嬉しい！」と言われました。その後、使い方についてのポスターなどを貼っていたら、「おかんを入れてくれた人」と言われました(笑)その時に「どお？」と聞くと、「みんな使ってますよ」と言ってくれました。そういう声があると導入した側も嬉しいです。

まずは安いので、気軽に試してみるという人や、美味しいと食べ続ける人、健康志向の為にコンビニではなく、こっちに切り替えたという人もいますようです。お弁当にプラス一品できるのもありがたいですね。

食という分野を課題視して、大きく何かを導入するというのは会社全体でも初めての試みでした。環境を整えたことで、社員の食に対する意識が上がってきていると思います。