

CASE 01

旬の野菜やフルーツを毎週届けてくれる

OFFICE DE YASAI

手軽に食べられる野菜や果物を週2回オフィスに届けてくれるサービス。スティック野菜などもあるが、大半は丸ごと食べられるサイズ。キュウリやナスなどもあまり市場に出ることのないミニサイズのを仕入れている。また、契約農家と交渉して作ってもらうこともある。それらの野菜は洗浄、殺菌、パッケージングというプロセスを経て、専任スタッフにより届けられる。ほとんどは会社単位で契約しているが、大手企業の中には部門や部署単位で導入しているところもあるという。



右上/専用の冷蔵庫。契約するとまずこれが持ち込まれる。上/ハンディーサイズなので手軽に食べられる。マッシュルームやサツマイモなど電子レンジで温めて食べるものもある。右/ランクアップでは今年1月に導入。社員40人のほとんどが利用している



契約時に、会社と社員が費用を折半する「基本プラン」と、会社が全額負担する「アレンジプラン」のどちらかを選ぶ仕組み。前者の場合、会社側は毎月決まった金額を月額利用料(届ける野菜の量によって月一万二〇〇円)として支払う。それに対して社員は、毎回購入時にパックにつき一〇〇円(ソース付き)払う。どちらのプランも導入費用は一切掛からない。

ちょうど昼すぎに訪れると、数人の女性社員がオフィスの一角にあるリフレッシュルームで昼食を取っていた。化粧品ブランド「マナラ」を展開するランクアップ本社。テーブルには、家から持参したお弁当に加

えてプチトマトやラディッシュなどの野菜が並んでいる。部屋に置かれた小型冷蔵庫から一パック一〇〇円で購入したのだ。「今年一月に福利厚生の一環で『OFFICE DE YASAI』を

導入しました。どれも新鮮でおいしいし、とても好評です」
こう話すのは総務部の青木麻喜子氏。中には毎日のように購入する社員もいるそうだ。
同社が利用している「OFFICE DE YASAI」は、小型冷蔵庫を無料で貸与し、週に二回ほど野菜やフルーツを届けるというサービスだ。運営するのは二〇一二年設

新しい形の福利厚生として 多くの企業が導入を進める

立のコンペイトウ。当初は一般家庭に野菜を届けていたが、一三年一月にオフィス向け事業をスタート。これがベンチャー企業や外資系企業を中心に人気を呼び、じわじわと顧客を増やしている。代表取締役社長の川岸亮造氏は言う。
「五〇軒以上の全国の農家と契約を結び、ハンディーサイズの野菜、果物をお届けしています。昼食時のプラス一品として利用するだけでなく、出社してすぐ朝食代わりに食べる方もいれば、残業で小腹がすいたときに食べる方もいるようです」
プチトマトなどの定番だけでなく、国産では珍しいイタリア野菜なども扱っているため、何が届くのか楽しみにしているという声もよく聞かれるという。

[第2特集]野菜、コスメ、リラクゼーション……

「オフィスが売り場」 新ビジネス最前線

オフィス向けの宅配サービスや無人販売サービスが人気を博している。中小企業やベンチャー企業を中心に福利厚生の一環として導入するところが急増しているのだ。ますます広がりを見せつつあるオフィス向け新ビジネスのトレンドを追った

取材・文：国府田昌史 写真：東京フォト芸 イラスト：野村俊夫
Text:Masashi Kokufuda Photo:TFK Illustrations:Toshio Nomura

