

NEWS RELEASE

2026年1月13日（火） 株式会社ぐるなび（コード番号2440 東証スタンダード）

食でつなぐ。人を満たす。



ぐるなびとチムニー モバイルオーダーの「注文データ」を活用した 行動変容に向けた実証実験を1月13日（火）より開始

～外食時の栄養バランス改善をDXで支援～

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎、以下ぐるなび）はチムニー株式会社（本社：東京都墨田区、代表取締役社長：茨田篤司、以下チムニー）と、農林水産省の「令和7年度消費・安全対策交付金（地域での食育の推進）」事業の一環として、チムニーが運営する「はなの舞」「さかな酒場 魚星」などの飲食店約50店舗にて、モバイルオーダーシステムを活用し、外食時の消費者の栄養バランス改善を促す実証実験を2026年1月13日（火）より開始します。

第4次食育推進基本計画では、学校や地域での子供への食育に加え、大人の日々の消費行動をより健全なものへ転換する「大人の食育」活動が重視されています。ぐるなびの調査（※）によると、日頃の食生活で健康管理を意識している人は71%に上る一方、外食時に意識している人は35%にとどまることが分かっており、外食シーンにおける健康意識の向上が課題となっています。

このような背景から、デジタル技術を活用した食育推進の一環として、日常生活の中で食事を取る頻度の多い外食において栄養バランスへの「気づき」を与え、意識変容を促すため本実証実験を行うこととなりました。また、外食産業において、栄養バランスを軸にしたメニュー構成を行うことが、結果として消費者の注文促進や売上向上につながることを検証し、消費者の健康増進と外食企業の収益向上が両立する仕組みの確立を図ります。

ぐるなびとチムニーは、本取り組みを通じて得られた知見を活かし、外食産業が人々の健康づくりに貢献できる新たなモデルケースの創出を目指します。また、DXを活用した飲食店の付加価値向上と、持続可能な食文化の発展に寄与してまいります。

（※）調査出典：ぐるなび生活者調査(2024年)

■ 実証実験の概要：メニュー注文時に栄養士監修の「あと一品」をレコメンド

ぐるなびが提供するモバイルオーダーシステム「ぐるなびFineOrder」を活用し、注文の入り口から完了まで、段階的に栄養バランスへの意識を促します。

1. 注文開始時の視覚的な啓発と情報提供

来店後、「ぐるなびFineOrder」を立ち上げたトップ画面において、栄養バランスに関するバナーを表示します。食育動画や関連サイトへ誘導し、食事の選択をより健康的でバランスの取れたものにするための「気づき」を注文前に与えることで、食事を楽しみながら自然と知識が得られる動線を作ります。



▲ぐるなびFineOrder TOP

▲食育動画

NEWS RELEASE

2026年1月13日（火） 株式会社ぐるなび（コード番号2440 東証スタンダード）



2. 注文内容に応じた「栄養補完メニュー」の自動提案

お客様がモバイルオーダーでメニューを選択すると、栄養士監修による相性が良いメニューがレコメンドされ、健康的な選択ができる仕組みを実装します。

The screenshot shows a mobile application interface for food ordering. At the top, there's a header "商品詳細" (Product Details) and a close button "X". Below it is a large image of a salad dish. To the right, there's a section titled "おすすめメニュー" (Recommended Menu) with two items: "串焼き5種盛合せ" (Grilled Skewers Assortment) and "黒豚の一口餃子(10個)" (Black Pork Gyoza 10 pieces). Each item has a small image, a name, and a price: ¥1,169 (税込 ¥1,285) and ¥699 (税込 ¥768) respectively. There are also small circular icons with "+" signs next to each item.

3. 店内POPによる啓発

店内の卓上POPやポスターにて、「栄養バランスチェックリスト」などを用いた啓発を行います。「主食・主菜・副菜」を揃えることの重要性を視覚的に伝え、デジタルとアナログの両面から行動変容を促します。



■実施概要

実施期間：2026年1月13日（火）～3月2日（月）

対象店舗：首都圏・関西圏を中心とした「はなの舞」「さかな酒場 魚星」など計50店舗

検証内容：栄養バランスを考慮したレコメンド表示による注文行動の変化、意識調査など

■各社の役割

ぐるなび：「ぐるなびFineOrder」の提供および機能開発、データ分析、効果検証。

チムニー：実証実験店舗の提供、店舗オペレーションの構築、メニュー情報の提供。

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp

チムニー株式会社 <https://www.chimney.co.jp/sougou-form/>