



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

株式会社ロッテ
2024年1月30日(火)

チョコレート

チョコレートを2~3日に1回以上、朝の時間帯から、シェアして食べると幸福に？ ロッテチョコレート事業60周年を機に、チョコレートが幸福度向上に寄与する可能性を探る 「ちょこっと幸せ研究所」を設立

全国2000名に調査、「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」の結果発表

株式会社ロッテ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：牛腸栄一、以下ロッテ）は、「チョコレートと日々のちょっとした心の幸せ」をテーマに様々な研究や情報発信を担う「ちょこっと幸せ研究所」を2024年2月1日（木）に設立いたします。



2023年のチョコレート市場は前年比約104%のペースで成長を見せています。その背景として、生活者にインタビューをする中で『チョコレートが生活必需品である』といった声が多くあり、近年注目の高まる「ウェルビーイング」に通ずる幸せへの関係性がチョコレートにあるのではと考えています。ロッテは、カカオの可能性を広げる「DO Cacao」など、ブランドの枠を超えた“ロッテノベーション”に注力してきました。今年チョコレート事業60周年を迎えることを機に、チョコレート事業戦略の1つの柱としてチョコレートに期待される幸福度向上との関係性を解明し、社会や個人のウェルビーイングに貢献していきたいと考えております。

チョコレートとウェルビーイングとの関係性にはかねてより期待が高まっており、チョコレートの成分には、気持ちをゆったりさせたり、高揚感や楽しさを感じさせたりする効果があるという科学的研究や、仲間や友達とのコミュニケーションを密にするという心理学的研究があります。また、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授の前野隆司氏が提唱する、幸福度（ウェルビーイング）を向上させる「幸せの4つの因子」※のうち、「ありがとう因子」「なんとかなる因子」にチョコレートが寄与する可能性があると助言頂きました。

前野教授の監修の下実施し、今回発表する「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」（結果は2ページ目以降に掲載）でも、実際にチョコレートは他のお菓子と比べて、「他者とのコミュニケーション時の幸福度向上」と「前向きな気持ちの向上」といった幸福を構成する要素を向上させる可能性があることが明らかになりました。また、喫食により得られる短期的な幸福感も大きいことがわかっており、チョコレートの喫食が幸福度の向上につながるという可能性が期待されています。

「ちょこっと幸せ研究所」では、今回の調査で導き出されたチョコレートに期待される幸福度向上の可能性についてさらに解明すべく、自社のR&D、脳科学者、社会心理学の専門家などと連携して実証実験を行い、チョコレートが日々のちょっとした心の幸せに寄与することを示すエビデンスを発表していく予定です。また、新年度や夏休みなどの時節にあわせて意識調査やサンプリングを実施し、多くの方がチョコレートを生活に取り入れるスヌメを提唱していきます。チョコレートがもたらすちょっとした癒やしやワクワクが、日々のちょこっとの幸せにつながっていくと信じて、ロッテはこれからもチョコレートの可能性と向き合っていきます。

※：「幸せの4つの因子」とは、前野隆司氏が提唱する、以下の因子で構成される幸福度を向上させるための考え方のこと。

①やってみよう因子 ②なんとかなる因子 ③ありのままに因子 ④ありがとう因子



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」結果

調査概要

本調査では、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科の前野教授が提唱する「幸せの4つの因子」のうち、チョコレートが貢献できると想定される「ありがとう因子」「なんとかなる因子」を参考に、幸福につながる因子に含まれる要素とチョコレート喫食との関係性を測るとともに、喫食傾向やチョコレートを喫食して幸福を感じている人の喫食方法を明らかにしました。チョコレートについて測るため、富士経済の2022年市場規模のトップ5*である「チョコレート」「米菓」「キャンディ」「ビスケット・クッキー」「ポテトチップス」の5ジャンルを採用し、各ジャンルを喫食する人の幸福度を比較して検証しています。

*参考：2022年 食品マーケティング便覧 No.1、富士経済グループ、<https://www.fuji-keizai.co.jp/report/detail.html?code=162107801&la=ja>（参照 2023-9-1）

調査名	: チョコレートの喫食と幸福度に関する調査
日時	: 2023年9月15日～2023年9月20日
調査対象	: 全国の20代～60代男女 (かつ、「チョコレート」「米菓」「キャンディ」「ビスケット・クッキー」「ポテトチップス」のいずれかを 普段、週1回以上喫食している方)
調査人数	: 2000人（「チョコレート」「米菓」「キャンディ」「ビスケット・クッキー」「ポテトチップス」で各400人ずつ）
調査手法	: インターネット調査
調査会社	: ネオマーケティング

※引用、転載の際は出典元として『ロツテちよこつと幸せ研究所調べ』の明記をお願いします。

調査結果

TOPIC1：チョコレートと幸福因子の関係性

TOPIC1では、チョコレート以外のお菓子と比較し、チョコレートの喫食がもたらす可能性のある幸福要素を調査しました。

※比較対象について、下記のように定義。

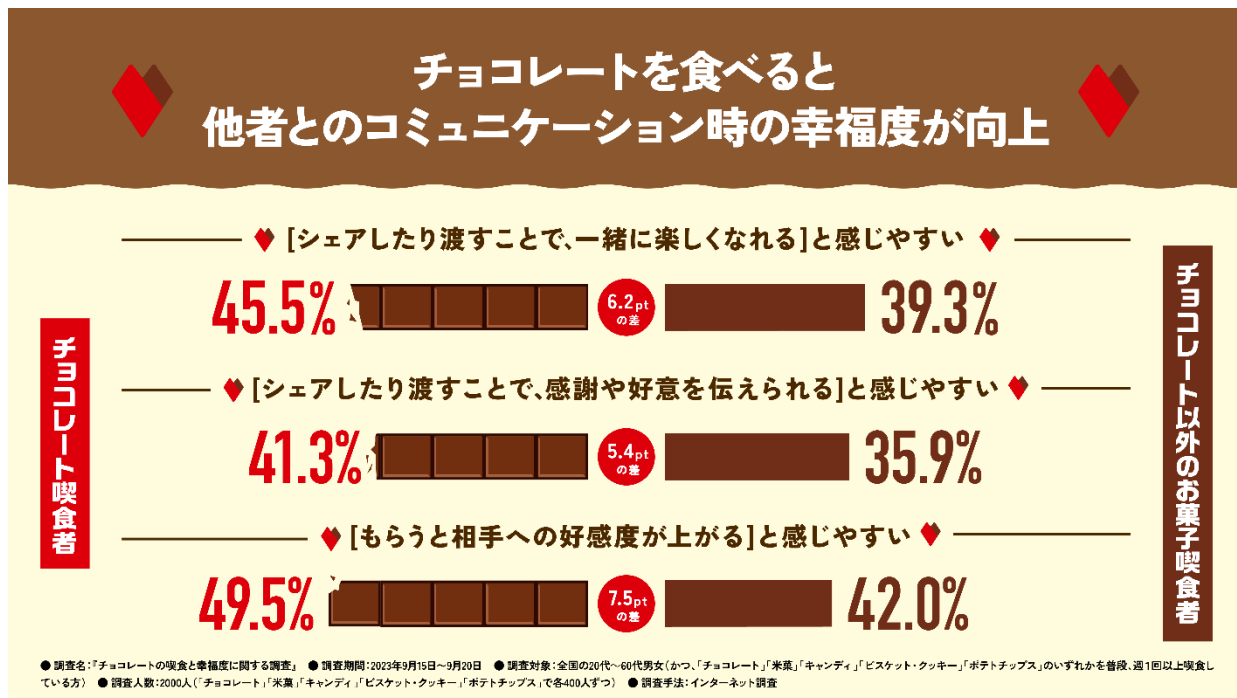
- ・「チョコレート喫食者」＝最も喫食頻度の高いお菓子がチョコレートの人
- ・「チョコレート以外のお菓子喫食者」＝最も喫食頻度の高いお菓子がチョコレート以外（米菓、キャンディ、ビスケット・クッキー、ポテトチップスのいずれか）の人



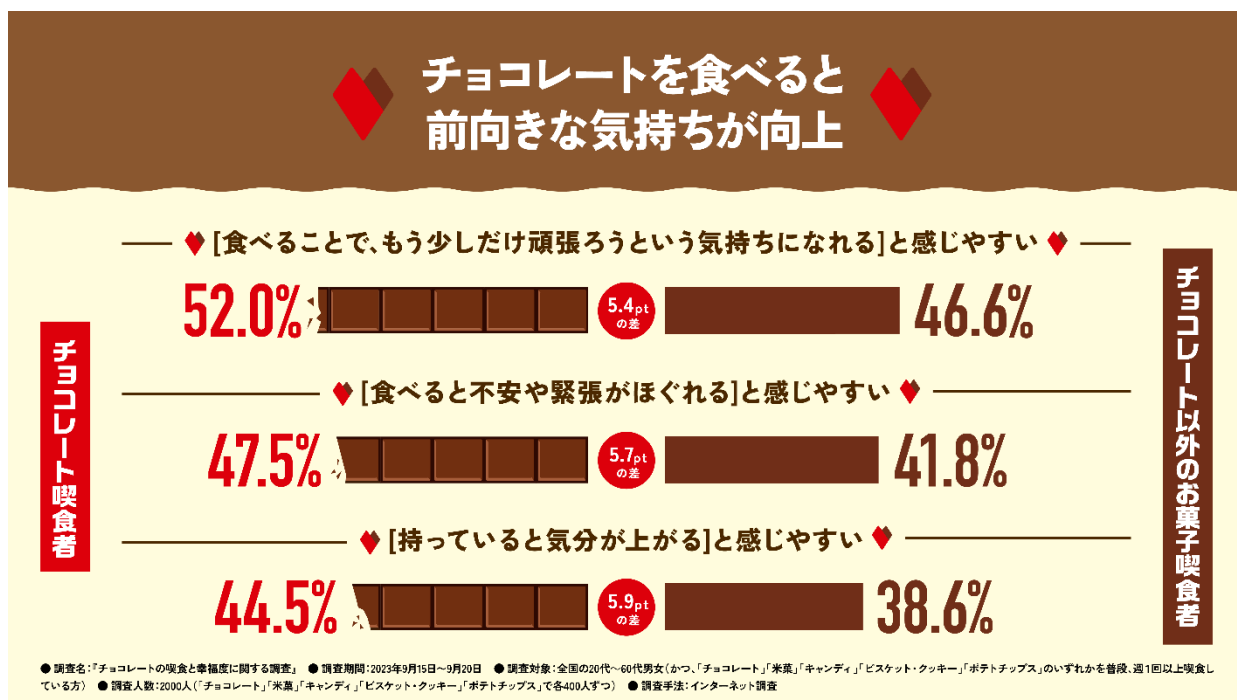
社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

・「他者とのコミュニケーション時の幸福度向上」と「前向きな気持ちの向上」につながる可能性が明らかに

チョコレート喫食者の約2人に1人は「シェアしたり渡すことで、一緒に楽しくなれる」(45.5%)、「もらうと相手への好感度が上がる」(49.5%)、4割近くが「シェアしたり渡すことで、感謝や好意を伝えられる」(41.3%)と回答し、チョコレート以外のお菓子喫食者と比べても高いスコアに。チョコレートが他者に渡したりもらったりする場面で幸福度向上に寄与している可能性が明らかになりました。



また、チョコレートを「食べることで、もう少しだけ頑張ろうという気持ちになれる」(52.0%)、「食べると不安や緊張がほぐれる」(47.5%)、「持っていると気分が上がる」(44.5%)など、チョコレートは食べるだけでなく存在自体が前向きな気持ちに寄与する可能性があると考えられます。





社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

● 喫食時に得られる短期的な幸福感が大きいことが明らかに

チョコレート喫食者の64%が「食べると幸せを感じる」と回答し、チョコレート以外のお菓子喫食者の平均よりも高いスコアに。喫食した時に短期的に得られる幸福感は、チョコレートが最も大きい結果になりました。



TOPIC 2 : 幸福度に寄与する可能性のあるチョコレートの喫食方法

チョコレート喫食者のうち、幸福度※が全体平均よりも高い人（＝チョコレートが高い幸福度に寄与していると考えられる人）がどのようにチョコレートを喫食しているのかを調査しました。その結果、下記シチュエーションでチョコレートを喫食することが、幸福度につながりやすい可能性があることがわかりました。

※幸福度の定義および高低の基準について

・・・チョコレート喫食者（400名）に対し、イリノイ大学名誉教授 エド・ディーナー博士が開発した「人生満足度尺度」（5問）と、今幸福を実感しているかを聞く設問（1問）の合計6問を、「とてもそう思う」（7点）「そう思う」（6点）「どちらかというそう思う」（5点）「どちらでもない」（4点）「どちらかというそう思わない」（3点）「そう思わない」（2点）「全くそう思わない」（1点）の7つの尺度で回答してもらい、点数の総和として「幸福度」を定義。全体平均の22.8ptを基準に、幸福度の高い人・低い人を分類。

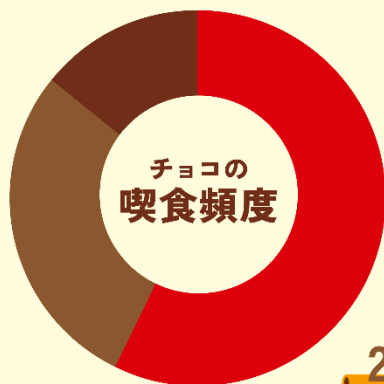
- 喫食頻度 : 頻度が多い傾向
- 喫食時間帯 : 朝の起床後から喫食する傾向
- 喫食シーン : 仕事・勉強・家事の合間に喫食。また、複数人でシェアする傾向に。
- 喫食時の心情 : 「幸せな気分の時」「楽しい気分の時」「癒されたい時」に喫食する



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

幸福度が高い人の チョコレートの食べ方の傾向

チョコレート喫食者400名のうち、幸福度の高い人※(208人)と
そうではない人(192人)のチョコレートの食べ方の傾向を比較しました。



■ 2~3日に1回以上	57.2%
■ 1週間に1回	28.8%
■ 4~5日に1回	13.9%

◆幸福度が高い人はチョコを◆
2~3日に1回以上食べる

仕事、勉強、家事の
合間の休憩タイム

■ +6.3pt

◆幸福度が高い人はチョコを◆

仕事、勉強、
家事をしながら

■ +0.9pt

作業の合間によく食べる

◆幸福度が高い人はチョコを◆

一人よりも複数人で食べる



親子で一緒に(+4.8pt)

友人や同僚と一緒に(+0.8pt)



一人でくつろいでいる時に(-9.4pt)

◆幸福度が高い人はチョコを◆

朝の起床後から食べる

朝食時(+4.1pt)

起床後から朝食までの間(+2.2pt)

朝食の直後(+1.5pt)

◆幸福度が高い人はチョコを◆

幸せな気分の時に食べる

幸せな気分の時(+14.4pt)

楽しい気分の時(+8.1pt)

癒されたい時(+1.2pt)

※エド・ディーナー博士提唱の「人生満足度尺度」と今幸福を実感しているかを聞く合計6問の回答を点数化し、合計点数が全体平均より高い人を「幸福度の高い人」とした。

● Ptについて：幸福度の高い人がそうではない人よりも選択した割合の高い項目を抽出し、割合の差をPtで記載。
● 調査名：『チョコレートの喫食と幸福度に関する調査』 ● 調査期間：2023年9月15日～9月20日 ● 調査対象：全国の20代～60代男女
(かつ、「チョコレート」「米菓」「キャンディ」「ビスケット・クッキー」「ポテトチップス」のいずれかを普段、週1回以上喫食している方) ●
調査人数：2000人(「チョコレート」「米菓」「キャンディ」「ビスケット・クッキー」「ポテトチップス」で各400人ずつ) ● 調査手法：インター
ネット調査



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

■参考 | 「15時前後のおやつタイム」の喫食で、前向きさ・短期的な幸福感につながりやすい可能性

また、TOPIC1にて調査した幸福因子につながる要素及び幸福度実感の項目について、チョコレートの喫食で「感じる」（41人）「時々感じる」（134人）と答えた合計175人のチョコレート喫食者が、どのようにチョコレートを喫食しているのかを分析しました。

特に、チョコレートを喫食することで、「食べることで、元気な気持ちになれる」、「食べることで、もう少しだけ頑張ろうという気持ちになれる」、「食べることで幸せを感じる」という幸福要素を感じている人は共通して、時間帯でみた時に「15時前後のおやつタイム」での喫食率が回答者の全体平均よりも高く、それぞれの幸福要素において平均よりも8.3pt、6.4pt、5.3pt高い結果が得られました。「15時前後のおやつタイム」のタイミングでチョコレートを喫食することが、前向きさ・短期的な幸福感に寄与するチョコレートの効果を引き出しやすい可能性が示唆されます。

【参考】チョコレートと幸福度の調査に関連する先行研究（一部抜粋）

■お菓子を食べながら話し合うほうが笑顔の表出が増え、話し合いの内容に対する満足度が高くなる。

中村早希・三浦麻子 (2014). 飲食行動が話し合いにおけるコミュニケーション行動・主観的評価に及ぼす影響
——菓子を食べると話し合いはうまくいくのか?——人文論究, 62(2), 59-77.

■甘いお菓子を食べた時のほうが他者を好ましく評価する。

Schaefer, M.; Reinhardt, A.; Garbow, E.; Dressler, D. Sweet taste experience improves prosocial intentions and attractiveness ratings. *Psychol. Res.* 2020, 85, 1724–1731.

■甘いお菓子を食べた時のほうが他者を助ける意図が高まる。

Meier, B. P., Moeller, S. K., Riemer-Peltz, M., & Robinson, M. D. (2012). Sweet taste preferences and experiences predict prosocial inferences, personalities, and behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(1), 163–174.

■同じチョコレートを食べた場合でも、気持ちが込められていると感じることで美味しさや甘さの評価が高くなる。

Gray, K. (2012). The power of good intentions: Perceived benevolence soothes pain, increases pleasure, and improves taste. *Social Psychological and Personality Science*, 3(5), 639-645.



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

幸福学観点からの専門家コメント

「適切かつ継続的な喫食が、長期的なウェルビーイングに寄与する可能性あり」



慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 教授
前野 隆司（まえの たかし）氏

近年、身体的、精神的、社会的に良好な状態を表す「ウェルビーイング（well-being）」という概念が注目を集めています。私たちの研究によると、人の幸せには、「幸せの4つの因子」（「やってみよう」因子、「ありがとう」因子、「なんとかなる」因子、「ありのままに」因子）が寄与していることがわかっています。この度、ロッテとの共同研究の結果、チョコレートは他のお菓子に比べて喫食により得られる短期的な幸福感（気分が上がる、一緒に楽しくなれる）が高い傾向があることがわかりました。また、チョコレートは、幸福につながる因子に含まれる以下の要素が他のお菓子以上に寄与している傾向が見られました。

- ①他者とのコミュニケーション（シェア・渡す）時の幸福度向上
- ②前向きな気持ちの向上

したがって、他者とのコミュニケーションを円滑にしたい時や、気分を前向きに切り替えたい時に、適切かつ継続的にチョコレートを喫食することは、長期的なウェルビーイングに寄与する可能性があると考えられます。食が幸福度に寄与する可能性を示した本研究結果は、今後、わたしたち人類が食の豊かさや幸せな人生を追求していくための貴重な一歩であるといえるでしょう。

社会心理学観点からの専門家コメント

「複数人での喫食の幸福度への寄与は、先行研究を鑑みても支持できる」



帝塚山学院大学 人間科学部 心理学科 講師
中村 早希（なかむら さき）氏

先行研究からも、誰かと一緒にお菓子を食べることは人間関係にポジティブな影響をもたらします。

今回の調査において「シェアしたり渡したりすることで、一緒に楽しくなれる」「もらうと相手への好感度が上がる」という得点がチョコレートで最も高くなっていたことは、チョコレートは他のお菓子と比べても、子供のおやつから高級品まで様々なものがあり、食べる相手や場の雰囲気に合わせて選ぶことができることが影響していると考えられます。Gray（2012）の先行研究からも、一緒に食べる相手のことを思って選ぶことで、ポジティブな心理効果をより発揮することができるかもしれません。



社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

ロッテ 代表取締役社長 執行役員 牛腸 栄一のコメント

コロナをきっかけに人々の価値観の変化するスピードが加速し、「ウェルビーイング」の考え方が広く認知されてきております。その中で、弊社として「心の幸せ」に対し、お客様にどのような価値を提供できるのかを検討いたしました。そして、チョコレートの購入時に重視されている癒やしなどの情緒的な価値も踏まえ、この度「ちょこっと幸せ研究所」を設立するに至りました。

チョコレートを食べると笑顔が溢れます。

私はチョコレートは人々を幸せにする魔法のような食べ物だと信じていますが、今回その「幸せ」を様々な角度から研究し、主観だけでなく科学的に証明していくこの取り組みに対して、非常に可能性を感じています。そして、継続的にこの分野を研究し、新たな商品やサービスに繋げていきたいと思っています。

ロッテはチョコレートで「ちょこっと幸せ」をお届けし、幸せが溢れる世界の実現に貢献することを目指します。

「ちょこっと幸せ研究所」キャラクターが誕生！

「ちょこっと幸せ研究所」のキャラクターが誕生しました。



ビターチョコの妖精「こちょこ」

背の高さはチョコ1かけ分。
ぐうちよこの相棒で、どこへ行くにも一緒。
体はビターチョコレートでできています。
世話好きだけれど少し人見知り。

ミルクチョコの妖精「ぐうちよこ」

背の高さは板チョコ1枚分。
研究所にすみついて、チョコの幸せを広めるお手伝いをしています。
体はミルクチョコレートでできていて暑さにはちよつとよわめ。
ハートのポシエットにいつもチョコを入れていて、
疲れている人や元気のない人を見ると
「ちょこっと食べる？」が口癖です。

「ちょこっと幸せ研究所」サイト・SNSについて

研究所から発表する研究内容や、ニュース、キャンペーン情報などを発信してまいります。

公式サイト : <http://www.lotte.co.jp/corporate/chocotto>

公式Xアカウント : https://x.com/lotte_chocotto (@lotte_chocotto)