



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4月17日(水)

チョコレート

—お菓子をシェアする文化と従業員満足度に関する調査—

## 職場でお菓子をシェアする文化がある人の方が従業員満足度※1が高い傾向に！ チョコレートは他のお菓子をシェアするよりも幸福度向上につながりやすい可能性 お菓子のシェアで「相談しやすい環境づくりに繋がった」「会話が増えた」といった声も

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：中島英樹、以下ロッテ）は、職場でお菓子をシェアする文化と従業員満足度※1の関係性を明らかにするため、20代～40代男女の有職者300名を対象に「お菓子をシェアする文化と従業員満足度に関する調査」を実施いたしました。

調査の結果、職場でお菓子をシェアする文化がある人の方がシェアする文化がない人に比べて、従業員満足度※1が高い傾向にあることが明らかになりました。また、最もシェアするお菓子がチョコレートの人は、チョコレート以外の人よりもお菓子をシェアすることで幸福度向上につながる要素を感じやすいことがわかり、チョコレートをシェアすることが幸福度向上につながる可能性が明らかになりました。先行研究で、お菓子をシェアすることで話し合いで笑顔が増えることが示されており※2、チョコレートををはじめとするお菓子がコミュニケーションツールとして活用されることが期待されます。



※1：従業員満足度について

一般的な従業員満足度調査を基に、「仕事満足度」「上司満足度」「職場環境満足度」「処遇満足度」「経営満足度」の5つ分野で計25個の項目を作成。「思う」（5点）「やや思う」（4点）「どちらでもない」（3点）「あまり思わない」（2点）「全く思わない」（1点）の5つの尺度で回答してもらい、点数の平均値として従業員満足度を定義。

※2：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.

### 調査概要

調査名：お菓子をシェアする文化と従業員満足度（ES）に関する調査 日時：2024年3月26日～2024年3月27日

調査手法：インターネット調査

調査実施企業：ネオマーケティング

調査対象：20～40代男女の有職者

（職場でお菓子をシェアする文化があり、最もシェアするお菓子がチョコレートの人：100名

職場でお菓子をシェアする文化があり、最もシェアするお菓子がチョコレート以外の人：100名

職場でお菓子をシェアする文化がない人：100名

※「お菓子をシェアする文化がある」とは、2週間に1回以上の頻度でお菓子をシェアしている状態を指す）

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



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」

## 調査サマリー

### 1. 職場でお菓子をシェアする文化がある人の方が従業員満足度が高い傾向に。

お菓子をシェアする文化がある人の従業員満足度の平均が3.27、お菓子をシェアする文化がない人の平均が2.80という結果に。また、お菓子をシェアする文化がある人の方が幸福度も高い傾向があることが明らかに。

### 2. 職場でお菓子をシェアする文化ある人のうち、従業員満足度が高い人のシェアするシーンやシェアする相手の傾向が明らかに。

「朝礼中」「昼休憩・ランチタイム」「会議中」シーンでシェアしている。（+10%以上）

「上司」や「部下」とシェアしている。（+5%以上）

### 3. 最もシェアするお菓子がチョコレートの人はお菓子をシェアすることで幸福度向上につながる要素を感じやすい。

最もシェアするお菓子がチョコレートの人のうち、35～49歳の中堅層の方が、幸福度向上につながる要素を「感じた」と回答した割合が全体的に高いが、幸福度向上につながる要素の中でも特にネガティブな感情を緩和してくれるような要素は、20～34歳の若手層の方が感じやすい傾向に。

### 4. 職場でお菓子をシェアすることで「相談しやすい環境づくりに繋がった」「会話が増えた」といった声も。

## 調査詳細

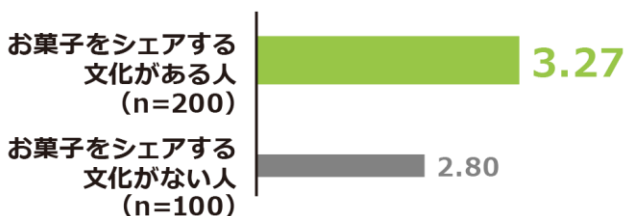
### 1. 職場でお菓子をシェアする文化がある人の方が従業員満足度が高い傾向に。

お菓子をシェアする文化がある人の従業員満足度の平均が3.27、お菓子をシェアする文化がない人の平均が2.80という結果に。また、お菓子をシェアする文化がある人の方が幸福度も高い傾向があることが明らかに。

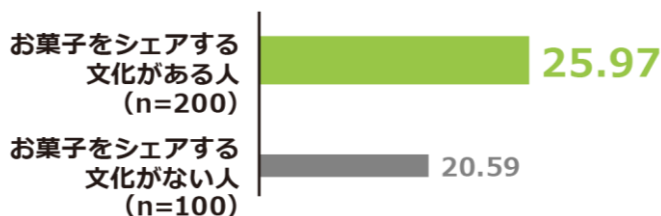
一般的な従業員満足度調査を基に、「仕事満足度」「上司満足度」「職場環境満足度」「処遇満足度」「経営満足度」の5つ分野で計25個の項目を用意し、従業員満足度を調査しました。その結果、お菓子をシェアする文化がある人の従業員満足度の平均が3.27、お菓子をシェアする文化がない人の平均が2.80となり、お菓子をシェアする文化がある人の方が従業員満足度が高い傾向にあることがわかりました。

また、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）「どちらかというと思う」（5点）「どちらでもない」（4点）「どちらかというと思わない」（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」を定義し、幸福度との関係性についても調査しました。その結果、お菓子をシェアする文化がある人の平均が25.97、お菓子をシェアする文化がない人の平均が20.59となり、幸福度についてもお菓子をシェアする文化がある人の方が高いことがわかりました。

### 従業員満足度



### 幸福度





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」

## 2. 職場でお菓子をシェアする文化ある人のうち、従業員満足度が高い人のシェアするシーンやシェアする相手の傾向が明らかに。

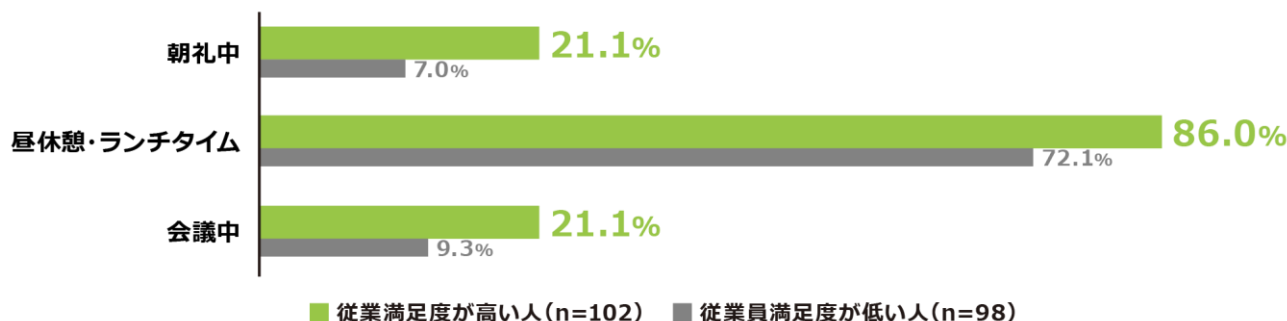
「朝礼中」「昼休憩・ランチタイム」「会議中」シーンでシェアしている。（+10%以上）

「上司」や「部下」とシェアしている。（+5%以上）

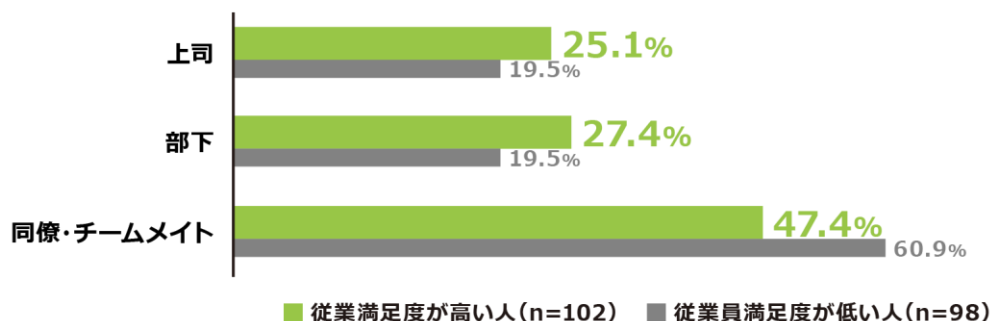
職場でお菓子をシェアする文化がある人の従業員満足度の平均3.27を基準とし、従業員満足度が平均より高い人と低い人を比較し、シェアするシーンやシェアする相手の傾向を調査しました。その結果、職場でお菓子をシェアする文化がある人のうち、従業員満足度が高い人は、個人でお菓子を持ち込みにくいとされる「朝礼中」「会議中」といったシーンや「昼休憩・ランチタイム」にシェアしている人が、従業員満足度が低い人より10%以上多いことがわかりました。

また、シェアする相手については、従業員満足度が低い人より高い人の方が、「上司」「部下」と答えた人の割合が5%以上大きく、一方で「同僚・チームメイト」と答えた人の割合は10%以上小さい結果となりました。年次の異なる人とお菓子をシェアしていることが、ESスコアの向上に寄与している可能性が伺えます。

### Q どのようなシーンでお菓子をシェアしていますか。



### Q どなたとお菓子をシェアしていますか。



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」



### 3. 最もシェアするお菓子がチョコレートの人はお菓子をシェアすることで幸福度向上につながる要素を感じやすい

最もシェアするお菓子がチョコレートの人のうち、35～49歳の中堅層の方が、幸福度向上につながる要素を「感じた」と回答した割合が全体的に高いが、幸福度向上につながる要素の中でも特にネガティブな感情を緩和してくれるような要素は、20～34歳の若手層の方が感じやすい傾向に。

お菓子をシェアする文化がある人に、お菓子をシェアすることでどう感じるか、幸福度向上につながる要素についてそれぞれ聞いたところ、すべての項目で、最もシェアするお菓子がチョコレートの人の方が、チョコレート以外の人よりも、幸福度向上につながる要素を感じやすいことがわかりました。特に、「コミュニケーションがとりやすくなる」「一緒に楽しくなれる」「感謝や好意を伝えられる」のような人との関係性に関わる項目では、それぞれ10%以上の差が見られました。また、「不安や嫌なことを考えずにいられる」「集中力が上がる」の項目でも大きな差が見られました。

また、最もシェアするお菓子がチョコレートの人のうち、35～49歳の中堅層の人は幸福度向上につながる要素を「感じた」と回答した割合が全体的に高い傾向が見られました。一方で、「落ち込んだ時に気持ちが前向きになる」「不安や嫌なことを考えずにいられる」「もう少しだけ頑張ろうという気持ちになれる」といったネガティブな感情の緩和に関する項目では、20～34歳の若手層の「感じた」と回答した人の割合が、中堅層の割合を上回る結果となりました。

Q お菓子をシェアすることで以下のように感じるか、それぞれお答えください。

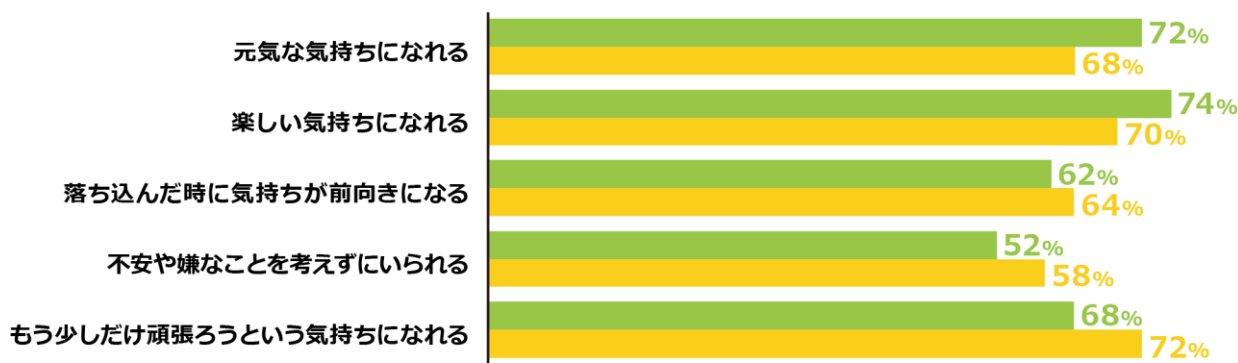
(感じた・やや感じたと回答した人の割合)



■ 最もシェアするお菓子がチョコレートの人 (n=100) ■ 最もシェアするお菓子がチョコレート以外の人 (n=100)

Q お菓子をシェアすることで以下のように感じるか、それぞれお答えください。

(感じた・やや感じたと回答した人の割合)



■ 最もシェアするお菓子がチョコレートの人のうち、35～49歳の中堅層の人 (n=50) ■ 最もシェアするお菓子がチョコレートの人のうち、20～34歳の若手層の人 (n=50)





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」

## 4. 職場でお菓子をシェアすることで「相談しやすい環境づくりに繋がった」「会話が増えた」といった声も

お菓子がコミュニケーションツールとして活用されることが期待される中、実際にお菓子をシェアすることで職場でのコミュニケーションにおいて役立ったエピソードを調査したところ、「相談しやすい環境づくりに繋がった」「会話が増えた」といった声が多数寄せられました。環境・職場の雰囲気や人間関係、上司や先輩とのコミュニケーションにおいて、お菓子をシェアすることが良い影響を与えている様子が伺えました。

### 《 環境・職場の雰囲気に関するエピソード 》

- 「相談しやすい環境づくりに繋がった」
- 「張り詰めた空気が緩和された」
- 「和気あいあいと仕事ができるようになった」
- 「疲れてビリビリムードになっていた時に、空気が和んだ」

### 《 人間関係に関するエピソード 》

- 「食べながら、業務内容だけでなくプライベートについてもリラックスして話す時があり、関係が深まるのを感じた」
- 「普段話さない人と、ちょっとした会話のきっかけになった」
- 「新しく入社した人と割とすぐに仲良くなれた」

### 《 上司・先輩とのエピソード 》

- 「先輩とのコミュニケーションが取りやすくなった」
- 「厳しいだけと思っていた上司にお菓子を貰えて、愛情を感じた」
- 「一見怖そうで表情を崩さない上司にお菓子をシェアした事で、笑顔を見る事が出来たり会話がスムーズになった」



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」

## 研究所担当者コメント

今回の調査で、お菓子をシェアする文化の有無と従業員満足度に相関性があることがわかりました。お菓子をシェアすることが職場での良好な人間関係の構築やコミュニケーションの増加、モチベーションアップなどに寄与し、従業員満足度につながっているのかもしれない。

また、特に若手層においてはお菓子をシェアすることによって、ネガティブな感情を緩和する要素を感じやすい傾向にあるため、感情がゆらぎやすい時期やシーンで効果的に取り入れるとよいのではと考えます。

特にチョコレートにおいては、研究所が2024年1月に発表した「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」※3で、他のお菓子に比べて「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」につながる可能性が認められており、ぜひ、職場でチョコレートをシェアすることを取り入れてみてはいかがでしょうか。

※3：2024年1月「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」を参照  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000026.000110734.html>

## 「ちょこっと幸せ研究所」とは



「ちょこっと幸せ研究所」では、「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っていきます。自社のR&D、脳科学者、行動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、多くの方々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。チョコレートに期待される幸福度向上との関係性を解明することを通じて、社会や個人のウェルビーイングに貢献していくことを狙いとしています。

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](https://x.com/lotte_chocotto) (@lotte\_chocotto)