



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11月12日(火)

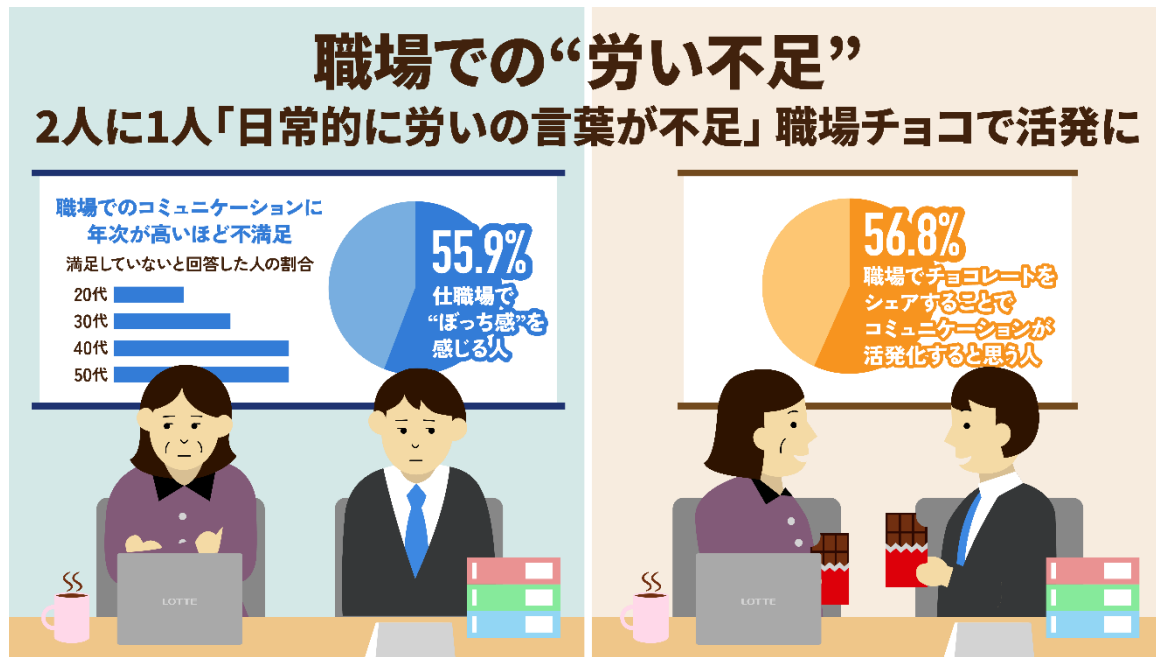
チョコレート

—職場のコミュニケーションに関する調査—

今年の「勤労感謝の日」は土曜日にあたり休み減少…「感謝が足りない」の声も

職場での“労い不足”が浮き彫りに コミュニケーションに年次が高いほど不満足、半数以上が職場で“ぼっち感” チョコレートのシェアによる労いの増加に期待

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、11月23日「勤労感謝の日」にあわせて、勤労感謝の日への意識や社内コミュニケーションの実態について明らかにするため、20代～50代の男女に「職場のコミュニケーションに関する調査」を実施いたしました。



「勤労感謝の日」は祝日ですが、今年は土曜日にあたりその分の休日1日分が減ってしまうことになり、調査でも「感謝が足りない」といった声が寄せられました。そんな「勤労感謝の日」の扱いについて調査した結果、日頃の勤労への感謝や労いの気持ちを示す日であるにもかかわらず、感謝の言葉を伝えるなどの行動をしている人はわずか1割程度に留まり、ほとんど意識されておらず、行動に移されていないことがわかりました。また、その行動をする相手として、職場の「上司」「部下」と回答した人はいずれも15.5%、「同僚」と回答した人は8.3%となりました。さらに、一週間以内に職場で労いの言葉を掛けられた人は3割未満と、恒常的に“職場での労いが不足している”実態も明らかになりました。半数以上の人々が職場で“孤独感”を感じており、約4割が職場のコミュニケーションに満足していないと回答しています。

一方、約7割が「労いの言葉を掛けてもらうことでモチベーションが上がる」と答え、半数以上が「職場でチョコレートをシェアすることでコミュニケーションが活性化するという」と回答しました。ロッテが2024年に実施した調査※1では、職場でお菓子をシェアする文化がある人の方がそうでない人に比べて、従業員満足度※2が高い傾向にあることが明らかになっています。チョコレートをはじめとするお菓子が労いの気持ちを伝える手段や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：ロッテ「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」

※2：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。



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」

調査概要

調査名 : 職場のコミュニケーションに関する調査
調査手法 : インターネット調査
調査対象 : 社員2名以上の職場で働く20代～50代の男女400名
(どちらかというオフィスワーク・職場勤務が多い人 : 290名、どちらかというテレワークが多い人110名)

※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。

※本文中のグラフの構成比は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100%にならないものもあります。

※「どちらかというオフィスワーク・職場勤務が多い人」と「どちらかというテレワークが多い人」の実際の割合に合わせて、ウェイトバック処理を適用しています。

調査サマリー

- 母の日・父の日・敬老の日と比較し、勤労感謝の日が最も行動に移されていない。**
感謝の言葉を伝えるなど意識して行動している人はわずか1割程度。
- 職場での「労い不足」が明らかに。**
職場で一週間以内に労いの言葉を掛けられたのは3割未満。
2人に1人が日常的に労いの言葉が不足していると感じている。
- 職場でのコミュニケーションに年次が上がるほど不満足。約半数が“孤独感”を実感。**
約4割が「職場に気軽に話しかけられる人がいない」、「職場のコミュニケーションに満足していない」と回答。
年次が上がるほど、満足していない傾向に。
- 半数以上がチョコレートのシェアによるコミュニケーションの活発化に期待。**
もらった時に労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子No.1はチョコレート。

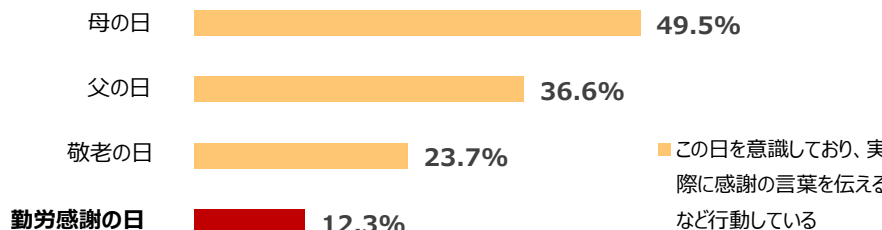
調査詳細

- 母の日・父の日・敬老の日と比較し、勤労感謝の日が最も行動に移されていない。**
感謝の言葉を伝えるなど意識して行動している人はわずか1割程度。

誰かに感謝や労いの気持ちを伝える日である、母の日・父の日・敬老の日・勤労感謝の日について、それぞれへの意識を聞いたところ、「この日を意識しており、実際に感謝の言葉を伝えるなど行動している」と回答した人は、「母の日（49.5%）」、「父の日（36.6%）」、「敬老の日（23.7%）」、「勤労感謝の日（12.3%）」となり、勤労感謝の日が最も行動に移されていないことがわかりました。

Qそれぞれの日について、あてはまるものをお答えください。(n=400)

母の日・父の日・敬老の日と比較し、勤労感謝の日が最も行動に移されていない



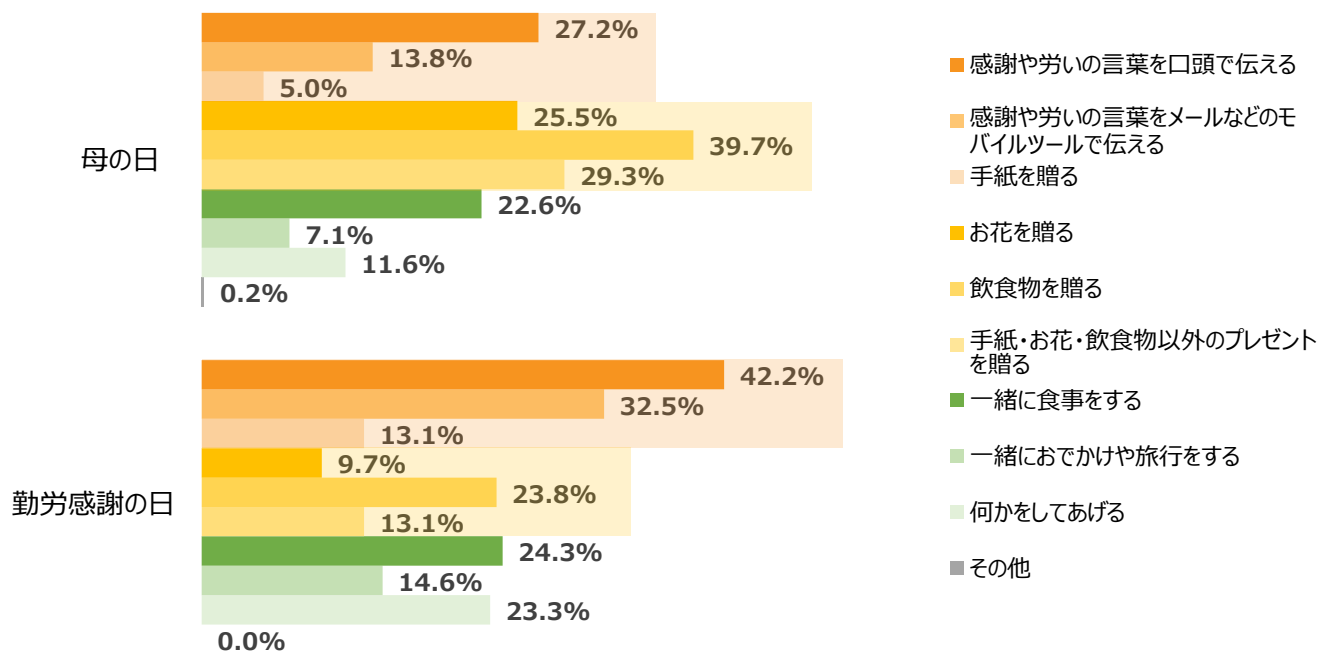


社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

具体的な行動について、母の日と勤労感謝の日で比較すると、勤労感謝の日は、言葉（口頭・モバイルツール・手紙）で伝えたり、何かをしてあげたりするなどお金をかけずに感謝や労いの気持ちを伝える人が多く、母の日はお花や飲食物などのプレゼントを贈る人が多い傾向にありました。

Q「実際に感謝の言葉を伝えるなど行動している」と回答した日の行動として
あてはまるものをお答えください。(n=400)

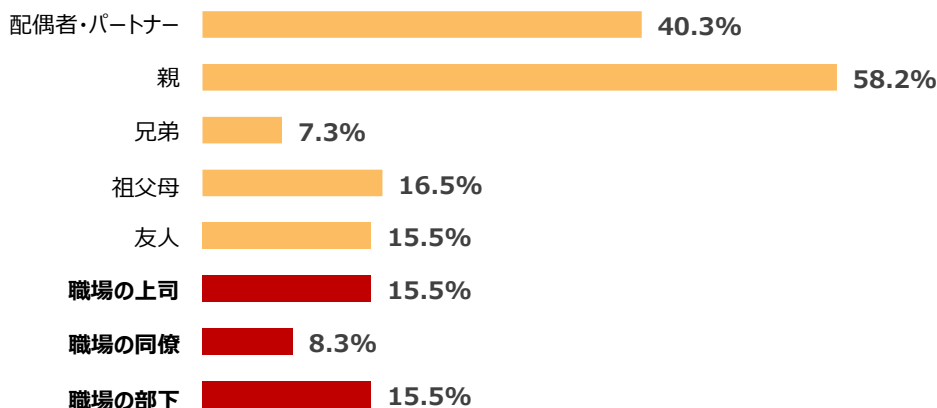
勤労感謝の日は、言葉で伝えるなどお金をかけずに感謝や労いの気持ちを伝える人が多く、
母の日はお花や飲食物などのプレゼントを贈る人が多い



また、勤労感謝の日を機に、感謝の言葉を伝えるなどの行動している相手は「パートナー・配偶者（58.2%）」「親（40.3%）」が多く、職場の人は「上司（15.5%）」「同僚（8.3%）」「部下（15.5%）」という結果になりました。

Qあなたは、勤労感謝の日を機に、誰に対して感謝の言葉を伝えるなどの行動をしていますか（n=49）

勤労感謝の日を機に職場の人に感謝の言葉を伝えるなどの行動している人は少数





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」

2. 職場での「労い不足」が明らかに。

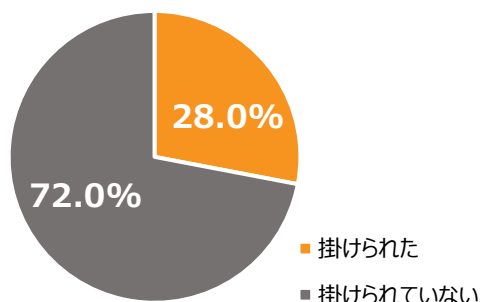
職場で一週間以内に労いの言葉を掛けられたのは3割未満。
2人に1人が日常的に労いの言葉が不足していると感じている。

職場で、一週間以内に労いの言葉を掛けられたか聞いたところ、労いの言葉を掛けられたのは3割未満（28.0%）となりました。テレワークがメインの人で労いの言葉を掛けられた人はわずか14.5%でした。

また、自身の職場において、日常的に労いの言葉が不足していると思うか聞いたところ、2人に1人（50.5%）が「とても思う（16.2%）」、「やや思う（34.3%）」と回答しました。「労い不足」の理由TOP3は、「頑張りを認めてもらえるような言葉を掛けられる機会が少ないから（33.9%）」、「職場で雑談をする機会が少ないから（30.3%）」、「周囲の人が日々の業務状況を気にかけてくれないから（30.3%）」という結果になり、コミュニケーション機会が少ないことだけでなく、労いの言葉を掛けることへの意識が低い様子も伺えました。

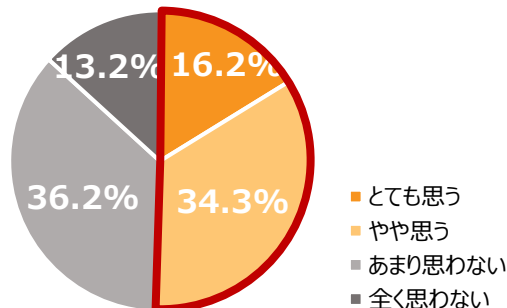
Qあなたは、職場で一週間以内に
労いの言葉を掛けられましたか？（n=400）

職場で一週間以内に
労いの言葉を掛けられたのは3割未満



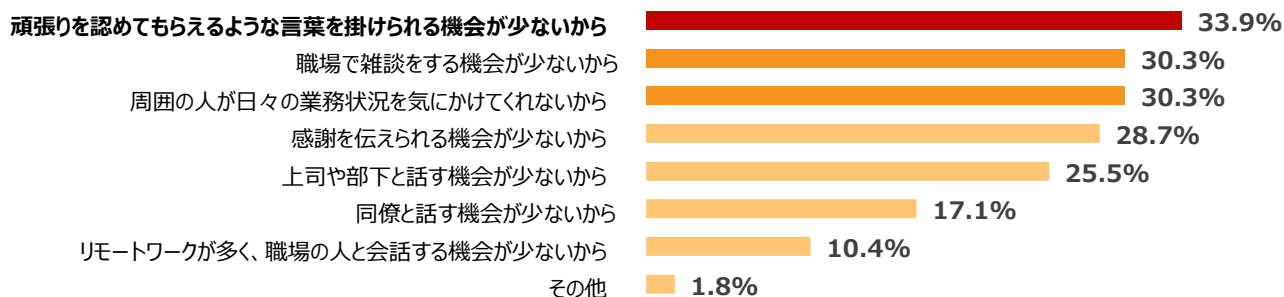
Qあなたは、自身の職場において、日常的に労いの言葉が
不足していると思いますか？（n=400）

2人に1人が日常的に労いの言葉が
不足していると感じている



Q自身の職場において、労いの言葉が不足していると思う理由としてあてはまるものをお選びください。（n=400）

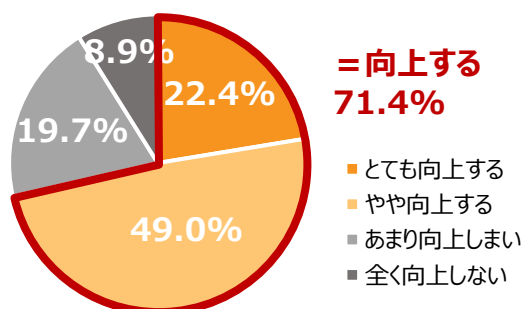
「労い不足」の理由1位は「頑張りを認めてもらえるような言葉を掛けてもらえる機会が少ないから」



一方、職場で労いの言葉を掛けてもらうことで、業務へのモチベーション・意欲が向上するか聞いたところ、約7割（71.4%）が「とても向上する（22.4%）」、「やや向上する（49.0%）」と回答しました。

Q職場で労いの言葉を掛けてもらうことで、業務へのモチベーション・意欲が向上しますか？（n=400）

職場で労いの言葉を掛けてもらうことで、約7割が業務へのモチベーション・意欲が向上する





社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロット」

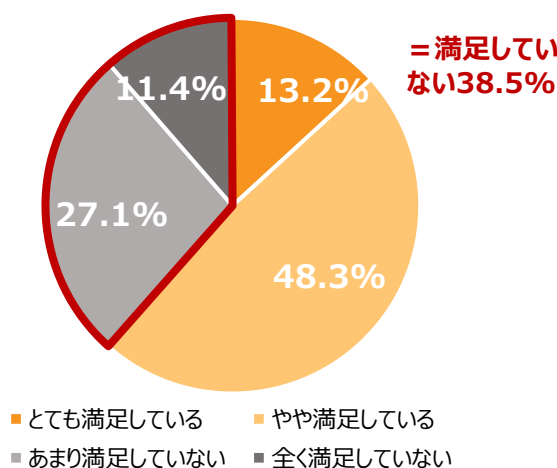
3. 職場でのコミュニケーションに年次が高いほど不満足。約半数が“孤独感”を実感。

約4割が「職場に気軽に話しかけられる人がいない」、「職場のコミュニケーションに満足していない」と回答。

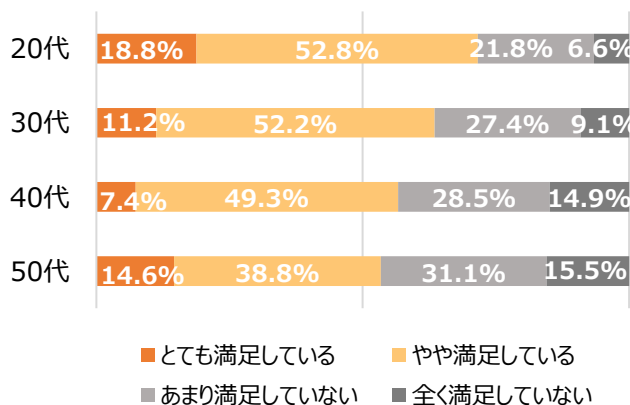
職場のコミュニケーションへの満足度について、約4割（38.5%）が「あまり満足していない（27.1%）」「全く満足していない（11.4%）」と回答しました。「20代（28.4%）」「30代（36.6%）」「40代（43.3%）」「50代（46.6%）」と年次が上がるほど、職場のコミュニケーションに満足していない傾向が見られました。

Qあなたは職場でのコミュニケーションに満足していますか。(n=400)

職場でのコミュニケーションに約4割が満足していない



職場でのコミュニケーションに年次が高いほど不満足

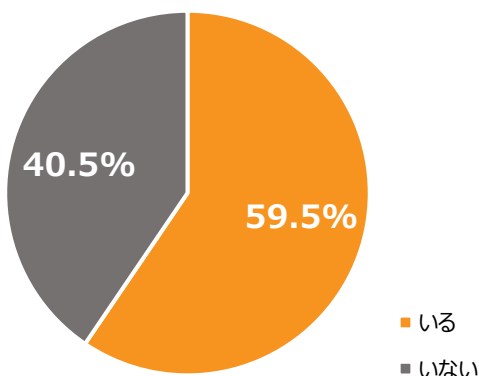


また、約4割が職場に「気軽に話しかけられる人がいない（40.5%）」と回答しており、オフィスワーク・職場勤務がメインの人（38.6%）よりも、テレワークメインの人（52.7%）の方がその割合が大きくなりました。テレワークをしているとコミュニケーションがとりづらく、人間関係の構築も難しくなっている様子が伺えます。

さらに、職場での孤独感について、「常を感じる（9.5%）」「よく感じる（17.4%）」「たまに感じる（28.0%）」と半数以上（54.9%）が職場で「孤独感を感じる」と回答しました。孤独感を感じる場面としては、「業務中（55.9%）」「ランチタイム（27.9%）」「休憩タイム（24.4%）」という結果になりました。

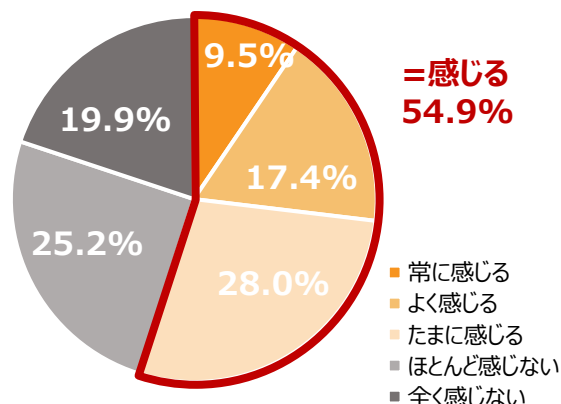
Qあなたは、職場に気軽に話しかけられる人がいますか？ (n=400)

約4割が職場に気軽に話しかけられる人がいない



Qあなたは、職場で孤独感を感じるがありますか？ (n=400)

約半数が“孤独感”を実感





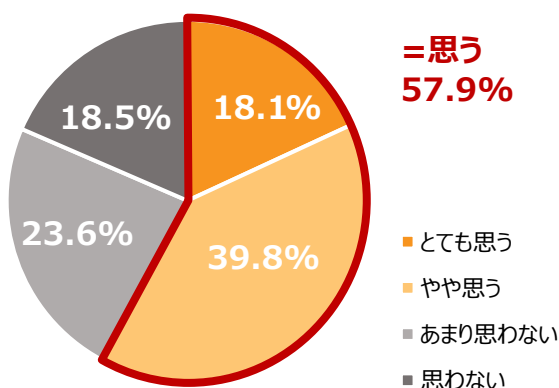
社名の由来である
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン
「シャルロッテ」

4. 半数以上がチョコレートのシェアによるコミュニケーションの活発化に期待。もらった時に労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子No.1はチョコレート。

職場でお菓子をシェアする頻度としては、1週間に1回以上シェアしている人は3割未満（28.0%）に留まり、お菓子をシェアする文化のある職場は少ないようですが、職場でチョコレートをシェアすることでコミュニケーションが活発化すると思うか聞いたところ、半数以上（57.9%）が「とても思う（18.1%）」「やや思う（39.8%）」と回答しました。

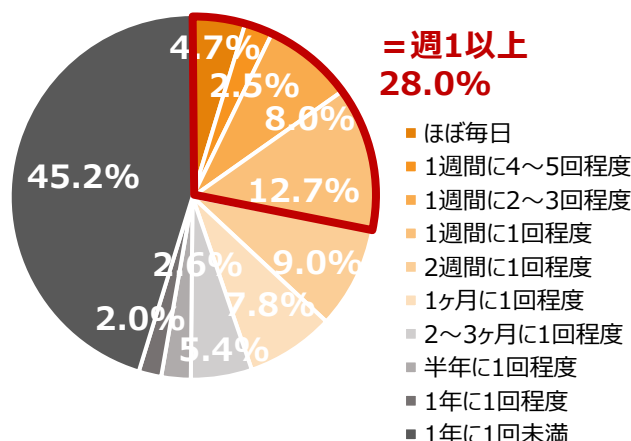
Q職場でチョコレートをシェアすることでコミュニケーションが活発化すると思いますか。（n=400）

半数以上が職場でチョコレートをシェアすることでコミュニケーションが活発化すると思う



Qあなたの職場でお菓子をシェアする頻度を教えてください。（n=400）

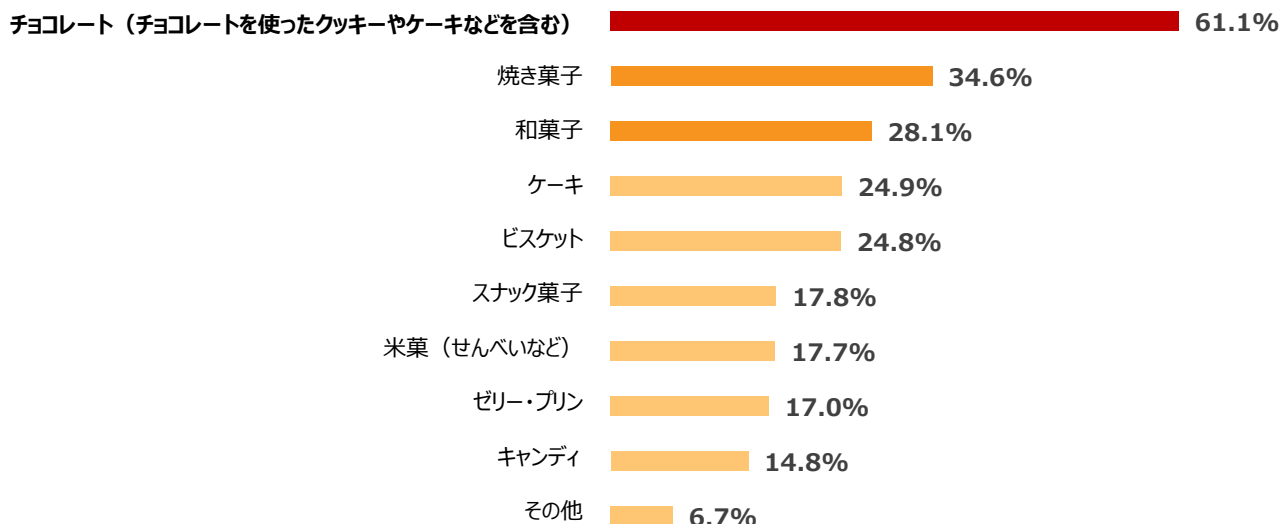
1週間に1回以上シェアしている人は約4人に1人



また、もらった時に労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子の種類を聞いたところ、チョコレート（61.1%）が最多となりました。続いて「焼き菓子（34.6%）」「和菓子（28.1%）」という結果になりました。

Qもらった時に労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子お答えください。（n=400）

もらった時に労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子No.1はチョコレート。





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」

研究所担当者コメント

今回の調査で、職場で労い不足や孤独感を感じている人が多く、コミュニケーションに満足していない実態が明らかになりました。また、職場でお菓子をシェアする文化がある人は少ないようです。一方で、労いの言葉によりモチベーションや意欲が向上している人やチョコレートのシェアによりコミュニケーションが活発化している人もいます。

ロッテが2024年に実施した調査※1では、職場でお菓子をシェアする文化がある人の方がそうでない人に比べて、従業員満足度※2が高い傾向にあることが明らかになっています。チョコレート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や、本調査で労いの気持ちがこもっていると感じるお菓子として「チョコレート」を選ぶ人が最多であったことから、チョコレートが労いの気持ちを伝える手段として効果的であることが期待されます。

今回の調査で、「勤労感謝の日」は「母の日」のように大々的にプレゼントを贈るような文化ではないことがわかりました。そのため、ハードルの低いちょっとした感謝や労いの言葉とチョコレートをシェアするのが良いのではないのでしょうか。

「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ズ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っています。

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