

今どき会社員はアイスクリームで気分転換が常識？ 会社のおやつの主役はアイスクリーム！

～オフィスグリコ売上ランキング 2015 のご紹介～

江崎グリコ株式会社は、オフィスでのリフレッシュメントに注目し、当社独自の販売手法「置き菓子®」により、「オフィスグリコ」事業を展開し、新たな市場を開拓してまいりました。2002年に当事業を本格開始して以来、菓子などを収納したリフレッシュメントボックスは全国で約13万台を設置。年間で約200種類の菓子やドリンク、アイスクリーム、食品など提供しています。

このたび、オフィスグリコにおける2015年度の売上ランキング（個数ベース）から見てきた、オフィスワーカーの最新おやつ事情をご紹介します。

TOPIX

- ・ オフィスグリコの2015年度売上ランキングナンバーワンは「アイスクリーム」！ベスト10のうち、4つがランクイン
- ・ 仕事の合間にアイスクリームに癒される人が多い
(当社ヒアリングによる)



■ トピックスの概要

1. オフィスグリコの2015年度売上ランキングナンバーワンは「アイスクリーム」! ベスト10のうち、4つのアイスクリームがランクイン

2015年度のオフィスグリコの売上数トップ10（数量ベース）のうち、なんと4品がアイスクリームという結果に。しかも上位3位のうち、1位と3位もアイスクリームが占めました。オフィスにおけるアイスクリームの人気の高さがうかがえます。

2015年度オフィスグリコ売上数ランキング（菓子・食品のみ）

順位	商品名	イメージ	カテゴリー
1位	ジャイアントコーン		アイスクリーム
2位	フレンドベーカリー ＜チョコレートビスケット＞		ビスケット
3位	デザートスタイル ＜レアチーズケーキ＞		アイスクリーム
4位	プジョイ		チョコレート
5位	ビスコ＜発酵バター＞		ビスケット
6位	かるじゃが＜うましお味＞		スナック菓子
7位	ポスカ＜クリアミント＞		ガム
8位	オフィスグリコ チョコモナカ		アイスクリーム
9位	たいやきアイス		アイスクリーム
10位	ビスコ＜小麦胚芽入りクラッカー＞		ビスケット

※2015年度4月～3月までの販売個数より（飲料除く）

2. 仕事の合間にアイスクリームに癒される人が多い（当社ヒアリングによる）

オフィスグリコでは、年間約30種類のアイスクリームを提供しています。オフィスグリコのスタッフが、お客様のオフィスを訪問した際に、

- ・「疲れたときに濃厚な甘さがほしくなり、アイスクリームを買っている」（40代男性）
- ・「ビスケット類を食べると夕食に響くが、アイスクリームはしっかりとした甘さはあってもそこまでおなかにたまりにくいところがいい」（30代女性）
- ・「アイスは片手で手軽に食べられるので、作業しながらだとちょうどいい」（30代男性）

といったご意見をいただいています

【ご参考】

1. アイスクリーム人気が高まって来たのはなぜ？

アイスクリームの導入は1999年。人気のきっかけの一つは、東日本大震災です。震災後、多くのオフィスでは節電対策が強化され、オフィス内の設定温度が上がりました。その結果、「冷たいものを食べたい、飲みたい」というニーズが高まり、アイスが注目され始めました。その後も売上数は伸び、現在は約30種類のアイス商品を提供しています。

2015年度・2014年度の売上ランキング比較（菓子・飲料含む）

※赤字がアイスクリーム

順位	2015年度 売上ランキング	2014年度 売上ランキング
1位	ジャイアントコーン	ジャイアントコーン
2位	フレンドベーカリー ＜チョコレート ビスケット＞	フレンドベーカリー ＜チョコレートビスケット＞
3位	デザートスタイル ＜レアチーズケーキ＞	ポスカ＜クリアミント＞
4位	ブジョイ	オフィスグリコ チョコモナカ
5位	ビスコ＜発酵バター＞	たいやきアイス
6位	かるじゃが＜うましお味＞	ビスコ＜小麦胚芽入りクラッカー＞
7位	ポスカ＜クリアミント＞	フレンドベーカリー ＜ビターキャラメル＞
8位	オフィスグリコ チョコモナカ	かるじゃが＜うましお味＞
9位	たいやきアイス	GABA＜ミルク＞
10位	ビスコ＜小麦胚芽入りクラッカー＞	ビスコ

※2014年度、2015年度売上数より（飲料除く）

2. 会社おやつに求められるのは“濃厚な甘さ”と“手軽さ”

健康志向の菓子が増えるなか、オフィスおやつで好まれているのは、意外にもしっかりと甘さを感じられる商品のようです。カロリーも気になるけど、やっぱり疲れたときは甘いものを食べて気分転換したい…というオフィスワーカーの切実な気持ちが反映された結果となりました。

◆ジャイアントコーンがオフィスワーカーに支持される理由

- ・おもな購入層は30～40代の働いている方々、主婦の方々。とくにオフィスワーカー向けには、2014年から「おつかれさまです！ジャイアントコーン」と銘打った、“労いと活力”が得られるイメージの訴求を行っています
- ・トッピング素材、チョコレート、アイスクリーム、コーンの4つの素材のハーモニーと、食べごたえ感も支持されています。

3. 「オフィスグリコ」とは？

◆全国のオフィス向けに、菓子、飲料などを提供

「オフィスグリコ」とは、2002 年より本格展開しているグリコのオフィス向け置き菓子サービスです。現在、全国約 11 万事業所に約 13 万台の菓子や飲料ボックス（冷蔵庫）を提供。ボックスや冷蔵庫の設置は無料で、定期的にオフィスグリコのスタッフが訪問し、商品を補てん・代金を回収します。

現在扱う商品は、自社・他社商品を含め約 200 点。お客様のニーズとオフィス環境の変化にあわせた、サービスを進化させています。

提供商品は菓子・飲料・アイス・食品など
(価格は 100 円～300 円 (税込))



提供する販売什器も商品・お客様に応じて
さまざま

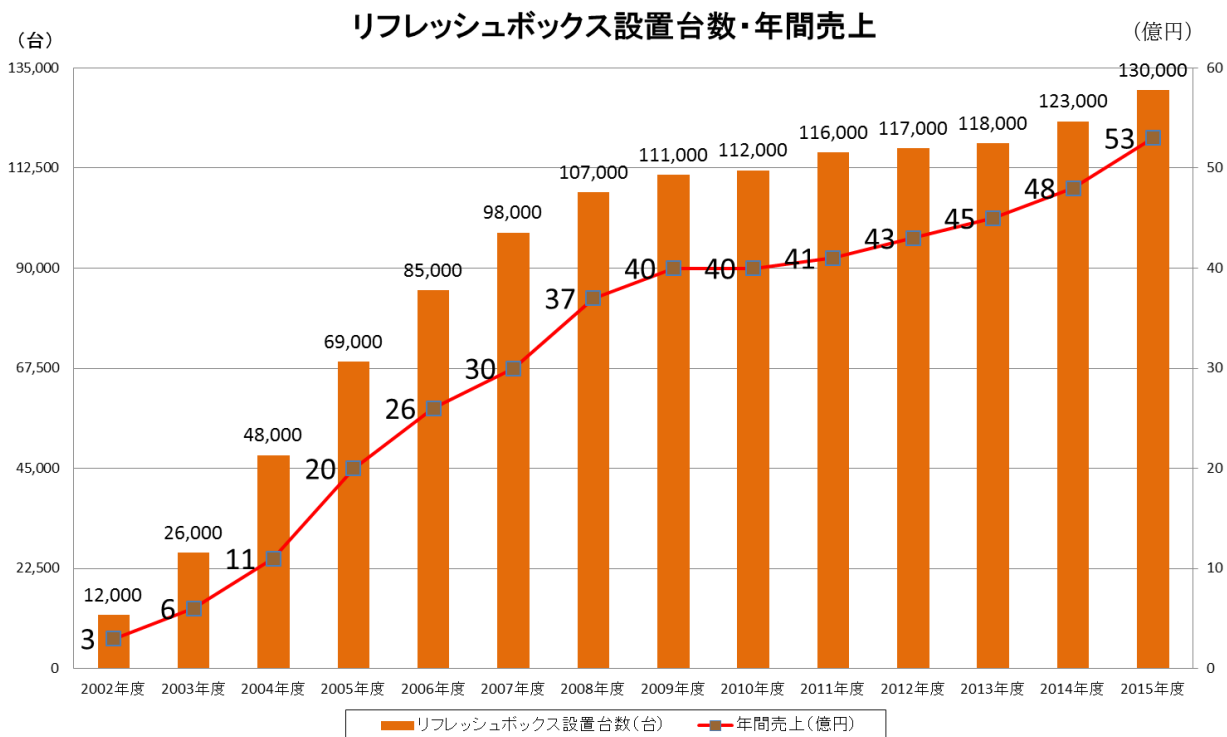


◆オフィスでのコミュニケーションツールの役割も担う

2002 年設置当初に比べ、今では仕事にお菓子を食べる姿も日常風景となってきました。また、職場における喫煙エリアの減少、飲みの機会の減少などにより、社内の人間同士のコミュニケーションの場が減っている中、「オフィスグリコ」が、同僚や上司・部下と会話を弾ませるきっかけとなる。そんな新たなコミュニケーションツールとしての役割も果たしています。

《オフィスグリコ 年表》

- 1997 年：新たな生活者接点を探るプロジェクトが始動
生活者調査にて“オフィス”の可能性発見。コンセプトは「リフレッシュメント」へ
- 1998 年：配置テスト開始(大阪)
- 1999 年：第 1 号販売センター開設(大阪)、アイスクリーム取り扱い開始
- 2002 年：東京に進出、本格展開開始
- 2003 年：飲料取り扱い開始、他社商品導入、
独自の管理システム導入
- 2005 年：リフレッシュボックス 5 万台突破
- 2007 年：「オフィスグリコ」ビジネスモデル特許取得
- 2008 年：リフレッシュボックス 10 万台突破
- 2011 年：ネオス（株）と提携、広島地区へ進出



4. 「オフィスグリコ」が支持される理由

◆3回の訪問ですべての商品が入れ替わる商品ローテーション

現在では、継続的なオペレーションの改善をはじめ年間 52 週分の商品ローテーションを組み、また 3 回の訪問で全ての商品を“リフレッシュする”仕組みを、携帯端末を使ったグリコ独自の管理システムで構築。扱う商品は年間 100～150 種類を数えます。また、自社でフォローできない商品は、他社商品をラインアップに加えており、お客様のニーズにお応えしています。

このビジネスモデルは、2002 年にビジネスモデル特許を出願、2007 年に「商品の管理配置やシステム構成など一連の管理手法」で特許を取得しています。

◆サービススタッフを中心とした、オフィスニーズを汲み取る仕組み

「オフィスグリコ」の商品補充や代金回収を行うサービススタッフは、オフィスとグリコの関係を作るといふ大きな役割を担っています。定期的ないつもの人が来て、あいさつをし、お菓子を補充する…。5分～10分の短い間ですが、そこでの会話から、直接ニーズを聞きとることで、次のリフレッシュメントの提案を可能にしています。

また、リフレッシュボックスにはリクエストカードが備え付けられており、欲しいものを書いておけばサービススタッフが素早く追加します。

このようなサービススタッフとのコミュニケーションやお客様の声を反映する仕組みによって、オフィスのニーズを汲み取り、最適な商品提供を実現しているのです。

以上