Newsletter

すこやかな毎日、
ゆたかな人生
Glico

江崎グリコ株式会社
https://www.glico.com/jp/

2026 年 11 月 24 日

コクヨの「We-Being」実証実験にオフィスグリコが協力

職場でのお菓子を通じたコミュニケーションが「わかちあう幸せ」の醸成に寄与する可能性を確認

Glico グループで「オフィスグリコ」を展開するグリコチャネルクリエイト株式会社は、コクヨ株式会社（以下コクヨ）が提唱する「We-Being」の実証実験に協力しました。「オフィスグリコ」は、商品を提供するだけでなく、商品を通じたコミュニケーションの創出も重要な価値と考えています。
今回、コクヨが「オフィスグリコアプリ会員」を対象に実施した調査では、職場で定期的にお菓子を分け合う・贈り合う人は、そうしたやり取りが少ない人に比べて、「わかちあう幸せ」を感じている割合が 1.8 倍高いことが明らかになりました。「わかちあう幸せ」は、コクヨが提唱する「We-Being」を構成する要素の 1 つであり、「仲間の成長や存在をわがことのように喜ぶ幸せ」を意味します。今回の調査と実証実験から、職場でのお菓子を通じたコミュニケーションが、働く人々の幸福感の醸成に寄与する可能性が示されました。



「オフィスグリコ」は、間食から食事、飲料、冷菓まで幅広い商品をオフィスへお届けし、食を通じて働く人々に寄り添い、働く人と場のウェルビーイングをサポートするサービスです。ハイブリッドワークが定着し、対面での何気ない会話が減る中、お菓子を介した日常的なやり取りは、人とのつながりや働きやすい職場づくりに寄与する可能性があります。そこで今回、コクヨが提唱する「We-Being」の実証実験に協力し、お菓子を介したコミュニケーションと「わかちあう幸せ」の関係性について検証しました。

これからも、当社は「オフィスグリコ」を通じて、働く人と職場のウェルビーイングをサポートしてまいります。

■コクヨが提唱する「We-Being」とは

「We-Being」は、ウェルビーイング（Well-being）の「Well」を「We」に置き換えた言葉で、「『あいだ』に宿るウェルビーイング」という意味を込めています。「人や場への好奇心を通して調和し、その協調関係を支えに自律的に行動できる状態」と定義しており、次の 3 つの幸せで構成されます。

わかちあう幸せ：仲間の成長や達成をわがごとのように感じられる幸せ
なじむ幸せ：支え合う仲間や場があり、ここに居場所があると思える幸せ
ひとなみの幸せ：「私もやれてる」という安心感から、今の自分をやさしく肯定できる幸せ

■コクヨが実施した調査・実証実験について

今回、「お菓子をきっかけとした分かち合い体験」が、「わかちあう幸せ」を高めるのではないかという仮説のもと、「オフィスグリコアプリ」会員を対象とした Web アンケート調査を実施し、職場でお菓子を分け合う「分かち合い行動」と「We-Being」との相関関係について分析・検証がなされました。

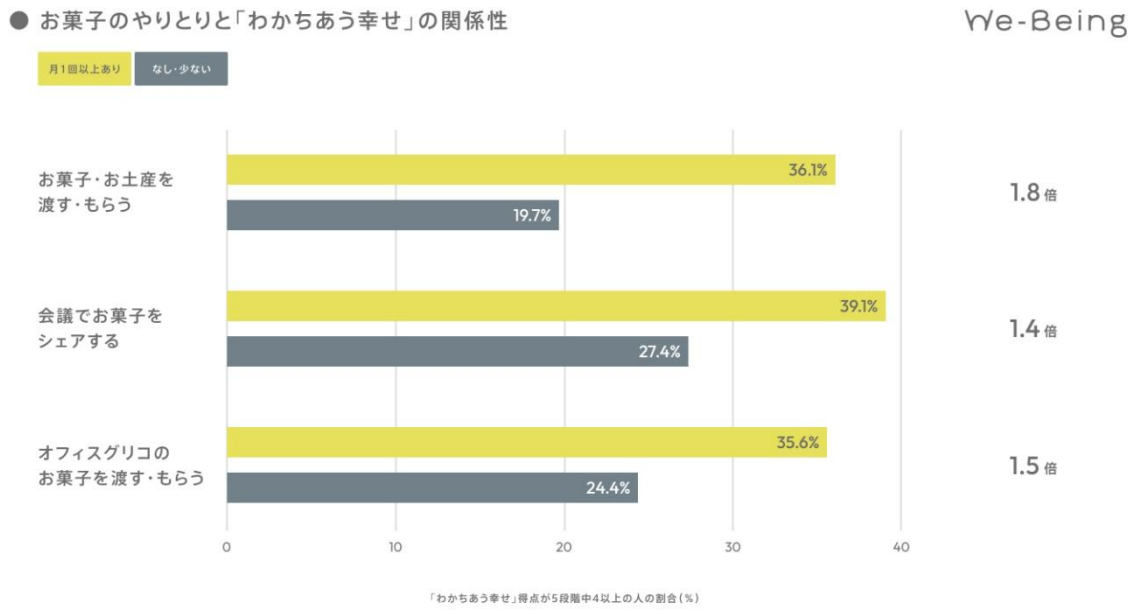
さらに、コクヨ東京品川オフィス「THE CAMPUS」において、「分かち合い行動」を促進する販促ツールを設置し、実践的なオフィス実験が行われました。

＜以下、コクヨ実施の調査・実証実験結果より転載＞

1．「オフィスグリコアプリ」会員 Web アンケート調査結果

（1）職場でお菓子を「分け合う・贈り合う」層は、「わかちあう幸せ」が高い割合が約 1.8 倍

「オフィスグリコ」などを通じて職場でお菓子を「渡す」「もらう」のやりとりが定期的にある層（月 1 回以上）は、やりとりが少ない層と比較して、We-Being の構成要素である「わかちあう幸せ」を感じている人の割合が 36.1%（やりとりが少ない層は 19.7%）と、1.8 倍高いことが明らかになりました。



（２）お菓子のやりとりにより「会話増加」が約 7 割、約 9 割が職場の好変化を実感

お菓子のやりとりを通じて「会話やコミュニケーションが増えた」と答えた人は 65.4%に達し、「感謝や親しみを感じるようになった」「職場の雰囲気が明るくなった」など、89.3%が職場環境に何らかの良い変化があったと回答しました。

We-Being

お菓子のやりとりで起きたこと	割合（%）
会話やコミュニケーションが増えた	65.4
職場の雰囲気が明るくなった・なごやかになった	32.5
感謝や親しみを感じるようになった	31.7
相手の好みや人柄を知ることができた	24.4
あまり話したことがない人・面識のなかった人と知り合いになれた	10.8
特に何もおこらなかった	10.7
仕事上の質問や相談がしやすくなった	8.4

【調査概要】
（１）調査期間：2026 年 10 月 27 日（火）～11 月 3 日（火・祝）の 8 日間
（２）調査方法：インターネット調査
（３）調査対象：「オフィスグリコアプリ」会員
（４）有効回答数：2,346 名

2. コクヨ東京品川オフィス「THE CAMPUS」での実証実験結果

「メッセージ入り紙皿」「切手風ステッカー」を利用した社員へのインタビューを実施。チームの定例会議や顔合わせ、日々の声かけの場面で、お菓子が職場の空気をやわらげ、会話のきっかけになっている様子が見られました。

（１）おごられる方も恐縮しない「ちょうどいい労い」

利用した理由として、対面での 2～3 時間の長時間の会議、少しプレッシャーや負担があるワークショップ、膨大な資料作成を終えた同僚に気軽な差し入れ、などが挙げられました。「圧倒的感謝ステッカーとお菓子があることで、ちょっと冗談っぽくだけど、普段はあえて口にしない感謝をチームメンバーに伝えられた（30 代・空間設計）」、「あげたことに見返りを求めているわけではないし、おごられる方も何か返さなきゃと思わない恐縮しない程度がちょうどよい（40 代・事業企画）」といったコメントや、お菓子への感謝のやりとりから業務相談に繋がったという声もありました。

（２）ひととなりを知る、一緒に働く人を気にするきっかけ

対面でお菓子を囲むことで一緒に働く同僚の人となりを知るきっかけになる、お菓子をあげることは一緒に働く人を気にするきっかけになるといった利用効果があることがわかりました。兼務メンバーが多くリモート中心で働く

エンジニアチームでは、顔合わせを兼ねたミーティングで紙皿と大袋のお菓子を用意。お菓子があることでラフな空気感が醸成され、「「Aさんって、本好きですよね」といった趣味の話題になりお互いの人となりを知る会話が生まれた（30 代・データアナリスト）」というコメントがありました。また、朝早く出社している人、夜遅くまで残っている人を気にかける習慣がある統括的役職の社員からは、「少し困っていそうな人に、ちょっとした 1on1 のきっかけでお菓子をあげた（40 代・事業企画）」というコメントともに、「オンラインでのコミュニケーションが増えて、一緒に働く人を気にする習慣が減っていると感じる、こうした取り組みでもっと気にする人を増やせるのではないか。」という感想をいただきました。

【実験概要】
（１）実施期間：2026 年 10 月 19 日（月）～11 月 13 日（金）の 26 日間
（２）実験対象：コクヨグループ社員
（３）参加者数：延べ 100 名以上　※購入者、受領者合算
（４）実験内容：「オフィスグリコ」横に 2 種類のコミュニケーション促進ツールを設置し、お菓子の購入者が自由に使用できるように設計しました。

会話のきっかけを生む「メッセージ入り紙皿」
お菓子をチームや会議でシェアする際に使用する紙皿。
皿の底面に「最近仕事で嬉しかったり達成感があったことは？」「集中力が切れてしまったときのリフレッシュ方法は？」といったカジュアルな質問メッセージ（全 10 種類）を印字。



感謝やねぎらいを伝える「切手風メッセージステッカー」
お菓子に貼って同僚や後輩、上司に手軽に贈れる切手風デザインのステッカー。
「おつかれさま」「圧倒的感謝」「休んでもいいのよ」「糖分特別手当」「ひらめきの種」など、ユーモアと感謝を込めたフレーズを用意。



＜以上、コクヨ実施の調査・実証実験結果より＞

グリコチャネルクリエイト株式会社
　グリコチャネルクリエイト株式会社は、Glico グループで法人向けサービスを展開する会社です。主要事業として事業所内に専用の商品棚や冷蔵庫を設置し、間食から食事、飲料、冷菓まで幅広い商品を提供するサービス「オフィスグリコ」を展開しています。仕事の合間のリフレッシュや業務効率の向上、オフィス内のコミュニケーションの活性化に加え、自然災害発生時の備蓄食料としても幅広く利用されています。