



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」

株式会社ロッテ  
2024年12月10日(火)

チョコレート

## チョコレートとKawaiiキャラクターで幸福度アップ! ? お口の恋人ロッテ チョコレート × 推し活ピューロランド コラボイベント開催

2025年1月10日(金)～4月8日(火) 期間限定で実施!

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、チョコレート事業60周年を記念して、2025年1月10日(金)～2025年4月8日(火)の期間で、株式会社サンリオエンターテインメント(本社:東京都多摩市、代表取締役社長:小巻亜矢)が運営するサンリオピューロランド(以下、ピューロランド)の実施する期間限定イベント「推し活ピューロランド」とコラボレーションを実施いたします。



※イメージです

ロッテとサンリオはこれまで、“チョコレートでウェルビーイングに貢献し、人々を幸せにしたい”というロッテのチョコレート研究と、“人間が抱く「Kawaii(かわいい)」という感情により幸福に満ちた世の中の実現に貢献する”というサンリオエンターテインメントの「Kawaii研究所」の研究と、同じ想いで幸せ研究を進めてきた背景がありました。この度は、チョコレートとKawaiiキャラクターを組み合わせ、幸せの相乗効果を狙った、初めてのコラボレーションとなります。現在SNSのコミュニケーションが多くなっている社会の中で、チョコレートやKawaiiキャラクターを通してリアルの場でちょこっとした幸せを感じていただけるよう、フォトスポットやコラボメニューの発売など様々な展開をしております。ぜひ期間中にお越しいただきちょこっとした幸せを体感してください!

<報道機関からのお問い合わせ先>

ロッテPR事務局(プラチナム内) 担当:内藤・竹之内・山田・齋藤・島田

TEL:03-5572-6072 FAX:03-5572-6075 MAIL:lotte\_choco\_pr@vectorinc.co.jp



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」

## あなたの推しカラーはどれ？推し活にぴったりなカラーが映えるフォトスポット



▲3F エントランスホールフォトスポット (イメージ)

3F エントランスホールには、推し活にもぴったりなフォトスポットが登場します。「お口の恋人ロッテ」のチョコレートとコラボレーションしたかわいいフォトスポットでは、ステージに立っているような写真の撮影が可能です。推しグッズと一緒に撮影をすると、カラーに映えた写真で推し活をお楽しみいただけます。

ほかにも、館内のいたるところに推し活を“もっと”楽しめるフォトスポットが登場します。

開催場所：3F エントランスホール、エントランスショップ  
4F エントランスホール、館のレストラン (ほか)

## 他にも「推し活ピューロランド」×「お口の恋人ロッテ チョコレート」コラボ企画が続々！



▲ピューロランド限定  
オリジナルパッケージのガーナ



▲オリジナルパッケージのガーナ  
(組み立てイメージ)

### 【オリジナルパッケージのガーナが登場！】

イベント期間中は、3F エントランスホールに登場するフォトスポットに加えて、ピューロランド限定でオリジナルパッケージのガーナチョコレートを数量限定で販売します。パッケージを組み立てると、アクリルスタンドを飾ることができるステージのようなフォトスポットに大変身します。また中に入っているガーナミルクの外箱にメッセージを書いて、誰かに気持ちを伝えることができます。



▲スペシャルコラボレーションメニュー

### 【お口の恋人ロッテとのスペシャルコラボメニューを展開！】

シナモールドリームカフェとサンリオレインボーワールドレストランでは、限定コラボレーションメニューを3品販売します。

シナモールドリームカフェでは、かわいいハート形の「ガーナリップル」と「コアラのマーチ」を使用した「ハローキティの赤推し♡とろけるプリンのKAWAIIサンデー」を販売。サンリオレインボーワールドレストランで販売するのは「ガーナリップル」と最後までチョコレートたっぷりの「トッポ」で飾り付けをした「クロミの紫推し♪キューティーベリークレープ」と、同じく「トッポ」で飾り付けをした「マイメロディのピンク推し♡ラブリーベリークレープ」です。どれも推しカラーとキャラクターとがマッチしたメニューとなっています。



▲マーチくん

### 【Miracle Gift Paradeのプレショーにマーチくんが登場！】

Miracle Gift Parade上演前のプレショーに、コアラのマーチのキャラクター「マーチくん」が登場します。

【期間】2月8日(土)、2月9日(日)、3月22日(土)、3月23日(日)

【時間】Miracle Gift Parade パレード本編上演前

【場所】ピューロビレッジ 1F



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」

## 参考：「チョコレートによる幸福度向上」の研究について

### チョコレートを食べることはもちろん、持っているだけでも幸せに！？

チョコレートとウェルビーイング（幸せ）との関係性はかねてより期待されており、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。

ロッテで実施した「チョコレートの喫食と幸福度に関する調査」によると、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」、「不安や緊張がほぐれる」だけでなく、「持っていると気分が上がる」と、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つながる可能性があることがわかりました。また、2024年に発表した実証実験からも、ミルクチョコレートを食べると幸福度が上昇するという結果が得られています。

#### チョコレートを食べると前向きな気持ちにつながる

- － 「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」と感じやすい －

52.0% 46.6%

- － 「食べると不安や緊張がほぐれる」と感じやすい －

47.5% 41.8%

- － 「持っていると気分が上がる」と感じやすい －

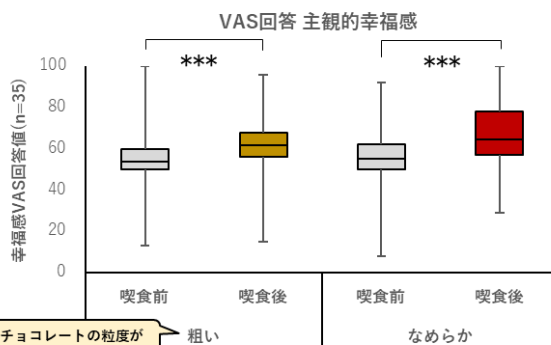
44.5% 38.6%

チョコレート以外の菓子喫食者

チョコレート喫食者

●ロッテ「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）

#### ミルクチョコレートを食べると幸福度が上昇する



●出典：ロッテ「ミルクチョコレートのなめらかさがもたらす感情への影響」に関する研究（2024年10月発表）  
●調査対象：22歳から63歳までの健康な男女35名（男性22名、女性13名）

### 友だちや家族など、他者とチョコレートをシェアすると幸せに！？

チョコレートを食べる人※1にチョコレートのシェアについて聞いたところ、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」、「もらうと相手への好感度が上がる」、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」と答え、他のお菓子と比べても高いスコアに。チョコレートをシェアしたり渡したりもらったりすることが、幸福度アップにつながる可能性があると考えられます。

#### チョコレートを食べると、他者とのコミュニケーション時の幸福度が向上

- － 「シェアしたり渡すことで、一緒に楽しくなれる」と感じやすい －

45.5% 39.3%

- － 「シェアしたり渡すことで、感謝や好意を伝えられる」と感じやすい －

41.3% 35.9%

- － 「もらうと相手への好感度が上がる」と感じやすい －

49.5% 42.0%

チョコレート喫食者

チョコレート以外の菓子喫食者

●ロッテ「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）

※1：週1回以上チョコレートを食べるかつ、チョコレート、米菓、キャンディ、ビスケット・クッキー、ポテトチップスの中で、最も喫食頻度の高いお菓子がチョコレートの人



社名の由来である  
“若きウェルテルの悩み”のヒロイン  
「シャルロット」

## 参考：「Kawaiiによる幸福度向上」の研究について

### Kawaiiに関する研究概要

サンリオエンターテインメントは、幸福学および脳科学の知見を取り入れてKawaiiのメカニズムを解明し、Kawaiiの力を最大限に使い、世の中の幸福度を高める、また、やさしさを届けることを目的に、脳科学×幸福学×Kawaii研究を2021年5月に開始しました。第一弾として「全国Kawaii実態・幸福度調査2021」の結果を発表しています。

「Kawaii」に関する過去の研究の文献で論じられている「Kawaiiは複雑で多義的な概念」であることや、体感的・経験的に「Kawaiiを感じることは幸せにつながるのではないか」といったことを仮説とし、これらを明らかにするため調査設計に組み込みました。その結果、仮説は概ね定量的に実証され、高い解像度で「Kawaii」を捉えることができました。

### 「全国Kawaii実態・幸福度調査2021」の結果

#### 1. Kawaiiという感情を持つ人ほど、幸福度が高い傾向

今回の調査では、「自分自身に対してKawaiiと思うか」「身近な対象に対してKawaiiと思うか」「他人からKawaiiと思われていると思うか」といったように多面的に「Kawaii」に関する感情を調査しました。その結果、Kawaiiに関する感情は、幸福度の高さとの相関を示す傾向がありました。加えて、自分自身に対しても、身近な人に対してもKawaii感情を抱く人は、最も高い幸福度を示すことも見えました。

#### 2. Kawaiiは約9割の方が抱く身近な感情

Kawaiiは約9割（89.5%）の方が抱く感情であり、約7割（69.2%）の方は週に1回以上はKawaiiと感じています。加えて、6割弱（55.5%）の方はKawaiiと思われたい、また、6割弱（58.5%）の方はKawaiiと思われているはずであると考えていることが明らかになりました。いずれの場合も、若年層、女性、ペット飼育やアート経験の習い事などを行っている場合により強いKawaiiを示すことが判明しました。

※画像の使用に関して、サンリオキャラクターが写っている素材を使用する際は、必ず下記の表記をご記載ください。

【© 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No.P1612031】