

“ママとおうちでいっしょにしたいこと”
 “ママと離れているからこそツイートできる面白エピソード” など
 特定のハッシュタグを付けて投稿すると、抽選で500名様に
 Ghana×PEANUTSオリジナルケース入りガーナをプレゼント！

ロッテ ガーナチョコレート #母の日はママといっしょに キャンペーン開始！

2020年5月7日（木）0:00～5月10日（日）23:59まで

PEANUTSコラボ第2弾のWEBムービーも公開中！

株式会社ロッテ（本社：東京都新宿区）は、母の日に向けて2020年5月7日（木）0:00から5月10日（日）23:59の間、#母の日はママといっしょに キャンペーンを開催いたします。

PEANUTS

<https://www.lotte.co.jp/products/brand/ghana/mothersday2020/>

2020年3月に実施した母の日や母子のコミュニケーションに関する意識調査（※）によると、**6割以上のお母さんが、普段から子供ともっといっしょにいたいと思っていることがわかりました。**この調査結果から、「母の日」をきっかけに母子でいっしょに過ごす素敵な時間を増やしてほしいと考え、**今年のテーマを「母の日は、ママといっしょに。」**とし、PEANUTSとの初コラボレーションCMを始めとするコミュニケーションを実施しております。

5月7日（木）からは新たに、**ママといっしょに過ごす母の日をより楽しんでいただくために、Twitter フォロー&ツイートキャンペーン**を実施いたします。

Twitterガーナ公式アカウント「@ghana_recipe」をフォローし、「#母の日はママといっしょに」と「#ガーナ」のハッシュタグをつけて、ママとの思い出エピソードや、今年の母の日に母子で話したいこと、ママとおうちでいっしょにしたいことなどを投稿すると、抽選で500名様にGhana×PEANUTSオリジナルケース入りガーナをプレゼントいたします。

（※）調査に関する詳細は、本リリースの5ページ以降に記載

■「Twitter フォロー&ツイートキャンペーン」概要

・応募方法

- ① Twitterガーナ公式アカウント「@ghana_recipe」をフォロー。
- ② 「#母の日はママといっしょに」と「#ガーナ」のハッシュタグをつけて、ママとの思い出エピソードや、今年の母の日に母子で話したいこと、ママとおうちでいっしょにしたいことなどをツイート。

・賞品

- Ghana×PEANUTSオリジナルケース入りガーナ（500名様）
※ガーナミルクチョコレート2枚入り
※ガーナミルクチョコレート自体にPEANUTSはデザインされていません。

・応募期間

2020年5月7日（木）0:00～5月10日（日）23:59

・詳細

<https://www.lotte.co.jp/products/brand/ghana/mothersday2020/>

※期間中は、何回でもご応募頂けます。

※非公開の投稿は、本キャンペーン事務局が連絡を取ることができないため、抽選の対象外となります。ご注意ください。

※その他、キャンペーンの応募規約については、詳細サイトよりご確認ください。



■ガーナチョコレートと母の日について

ガーナチョコレートは、今年初めてPEANUTSとのコラボレーションを実現しました。

今年のテーマ「母の日は、ママといっしょに。」をもとに、母の日は母子でいっしょに過ごすことをPEANUTSを通して提案しております。

TVCM『ガーナ 母の日オーケストラ』篇は、2020年4月7日（火）から開始しています。

<https://youtu.be/ZjOxLUsmQZ0>



株式会社ロッテ 代表取締役社長執行役員 牛腸 栄一 コメント



株式会社ロッテ
代表取締役社長執行役員
牛腸 栄一

ガーナチョコレートは、2001年から母の日を応援するキャンペーンを続けています。

20周年目となる今年のテーマは「母の日は、ママといっしょに。」。母の日を母子でいっしょに過ごす日にしませんか？という提案をいたしております。

お母さんに手紙を書いたり、カーネーションやプレゼントを贈ったり。そんな母の日も、もちろん素敵です。でも、特別なことをしないで、いっしょに過ごすのもいいのではないのでしょうか。

忙しい毎日、どうしたら母子で過ごせる時間を増やせるか。母の日を、母子で何気ないおしゃべりをするきっかけにできないか。それが母子の絆が深まるきっかけになるのではないか。私たちは、そんな風に考えております。

おいしいお茶とガーナチョコレートがあれば、会話ははずみます。もちろん私や弊社の社員も、お母さんとの時間を楽しみたいと思います。

■WEBムービー「ガーナ チョコレート会議」篇 公開中！

TVCM『ガーナ 母の日オーケストラ』篇の第2弾として、WEBムービー『ガーナ チョコレート会議』篇を5月1日（金）よりガーナ特設サイトやSNSにて公開しています。

本ムービーは、サリーの「母の日ママと何したい？」という議題から、会議がスタートします。凧揚げやトランプ、ピアノなどの意見に、サリーが「みんな子どもねー！」と言し、「でも、ほんとは？」の問いかけに、一斉に「ママと食べたーい」と上を向いて叫びます。みんなのママへの優しい気持ちがあふれた内容となっております。

<https://youtu.be/demkNm0qCDo>

「ガーナ チョコレート会議」篇 ストーリーボード

①



ライナス)
「指しゃぶり」

サリー)
「みんな子供ね」

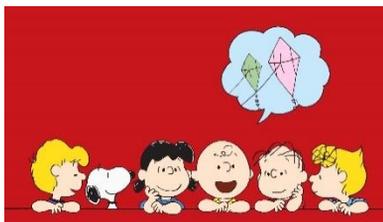


サリー)
「母の日ママと何したい？」



サリー)
「でも本当は？」

ピーナッツの仲間たち)
「せーの」



チャーリー・ブラウン)
「んー凧揚げ！」

②



ピーナッツの仲間たち)
「ママと食べたーい！
ガーナチョコレート！」



ルーシー)
「トランプ！」

③



シュローダー)
「ピアノを聴かせたい」

♪使用音楽
「La Bamba」

■ 商品概要

商品名 : ガーナミルク
発売地区 : 全国
内容量 : 50g
価格 : オープン価格 (想定小売価格110円前後 (税抜))

「愛だナ。ガーナ」
口どけなめらかなミルクチョコレート。厳選したカカオの芳醇でスッキリとしたカカオ感と、コクのあるミルク感とが織りなすおいしさは、カカオにこだわるロッテだけの味わい。なめらかなので手づくりに使ってもおいしい。ふとした時に食べても、手づくりスイーツの材料に使っても、相性抜群のチョコレートです。



■ PEANUTSについて

チャールズ M.シュルツ氏が初めて「ピーナッツ」の仲間たちを世の中に紹介したのは、1950年。「ピーナッツ」が7つの新聞紙上でデビューを飾った時でした。それ以来、チャーリー・ブラウン、スヌーピーをはじめとするピーナッツ・ギャングたちは、ポップカルチャーに不滅の足跡を残してきました。2019年11月1日からApple TV+で始まった新シリーズ“Snoopy in Space”をはじめ、「ピーナッツ」のアニメーション作品は、特番や帯番組として、米国ではABCのほか、アニメ専門チャンネルのCartoon Networkやboomerang、カナダではFamily Channel、そして世界規模ではYouTubeのWildBrain Sparkのネットワークなど、主要ネットワークやストリーミングサービスで放送されています。また、世界中のファンの皆様には、多種多様な商品、アミューズメントパークのアトラクション、文化イベント、ソーシャルメディア、そして伝統的な紙媒体からデジタルまで各種媒体で掲載されている連載コミックなどを通して「ピーナッツ」を楽しんでいただいています。さらに2018年、「ピーナッツ」は、NASAとスペース・アクト・アグリーメントで複数年の提携をしました。このスペース・アクト・アグリーメントは、宇宙探査とSTEMへの情熱を啓発するよう次世代の子供たちに向けてデザインされたプログラムです。「ピーナッツ」のキャラクターおよび関連する知的財産権は、WildBrain (トロント証券取引所: DHX ; ナスダック: DHXM) が41%、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントが39%、チャールズ M.シュルツ氏のファミリーが20%を保有しています。日本では株式会社ソニー・クリエイティブプロダクツがエージェントとして、ライセンスビジネスを展開しています。そして2020年10月2日に迎える原作コミック連載満70周年を前に、2019年10月2日より70周年アニバーサリーイヤーがスタートしております。 日本公式サイト: <https://www.snoopy.co.jp/>

■ 関連URL

- 日本のスヌーピー公式サイト <http://www.snoopy.co.jp/>
- 日本のスヌーピー公式Facebook ページ「Snoopy Japan」 <https://www.facebook.com/SnoopyJapan>
- 日本のスヌーピー公式twitter アカウト「Snoopy Japan」 <https://twitter.com/snoopyjapan>

※本リリースに関するご掲載のお願い※

- ご掲載いただく際には、事前に原稿確認させていただきますようお願いいたします。掲載確認のご連絡なくご掲載いただいた場合、後日修正依頼をさせて頂く可能性がございます。
- 本リリースの画像をご利用の際は、必ず下記クレジットを表記してください。

© 2020 Peanuts Worldwide LLC (短縮形 © 2020 Peanuts)

<参考> ロッテ調べ 母の日に関する意識調査

全国800名の母子（母親400名/子供（男女）400名）を対象に、母の日や母子のコミュニケーションに関する意識調査を実施しました。

【調査概要】

調査テーマ：母子の母の日に関するイメージ、昨今の母子のコミュニケーションに関する意識調査

調査対象：①母親がいる子供（15～29歳/男性212名、女性188名）400名
②3歳以上の子供がいる母親（30～59歳/女性）400名
合計800名

調査方法：インターネット調査

調査期間：2020年3月13日（金）～3月15日（日）

調査地域：全国

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合がある。

調査結果①

“母子の仲は良い”と答えた母子は9割以上！

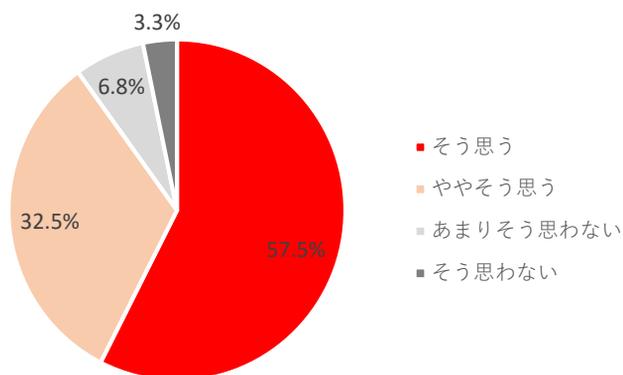
母子は相思相愛！？“母親or子供といっしょに過ごす時間をもっと増やしたい”という問いに、母子ともに6割以上がもっと増やしたいと回答！中でも、母親と同居していない子供の7割以上がいっしょに過ごす時間を欲していた！

母（400名）子（400名）に「母親/子供の仲は良いと思いますか？」と質問をしたところ、「そう思う」と答えた子供が57.5%、「ややそう思う」と答えた子供が32.5%で、一方母親は「そう思う」が63.5%、「ややそう思う」が31.8%という結果になり、「そう思う」「ややそう思う」を合わせて母子ともに9割以上の人が“母子の仲は良い”と回答しました。

また、「普段の子供と（同じ空間で）過ごす時間を増やしたいですか？」という問いに、「増やしたい」「少し増やしたい」と答えた母親が合わせて63%いるという結果がでました。同様の問いに対し、子供も「増やしたい」「少し増やしたい」との回答が64%に上りました。さらにその中でも、母親と同居していない子供の74%がいっしょに過ごす時間を増やしたいと回答し、母親と同居している子供の回答を大きく上回りました。

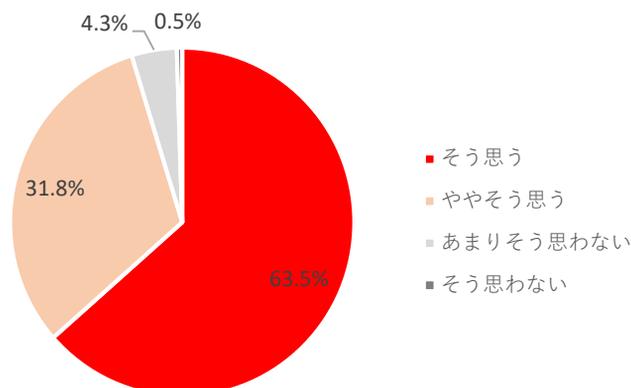
母親との仲は良いと思いますか？

(SA) n=400 (母親がいる子供)



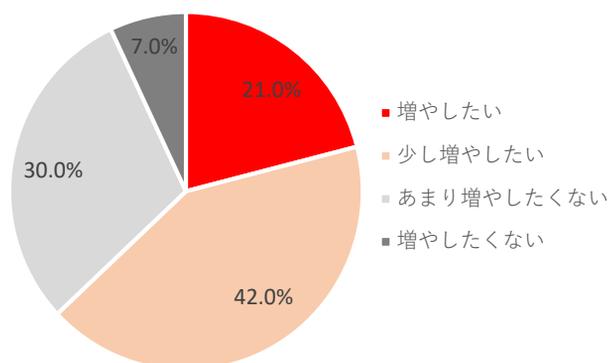
子供との仲は良いと思いますか？

(SA) n=400 (3歳以上の子供がいる母親)



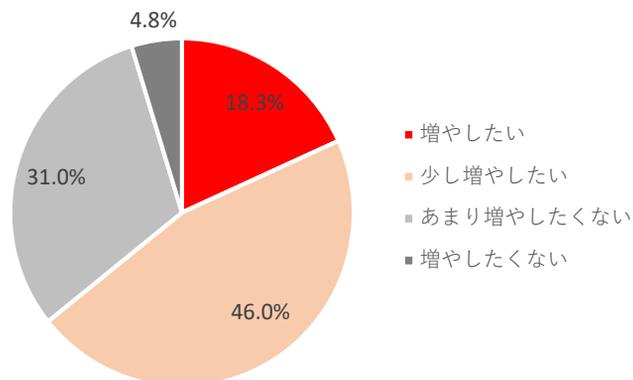
普段、子供と（同じ空間で）過ごす時間を
増やしたいですか？

(SA) n=400 (3歳以上の子供がいる母親)



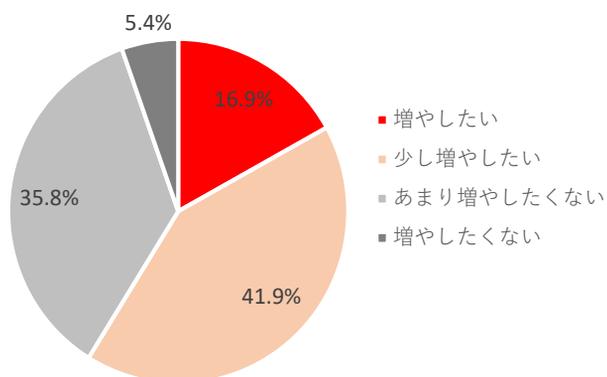
普段、母親と（同じ空間で）過ごす時間を
増やしたいですか？

(SA) n=400 (母親がいる子供)



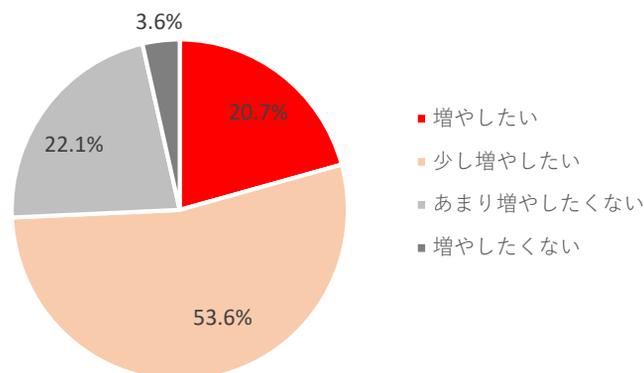
普段、母親と（同じ空間で）過ごす時間を
増やしたいですか？

(SA) n=260 (母親と同居している子供)



普段、母親と（同じ空間で）過ごす時間を
増やしたいですか？

(SA) n=140 (母親と同居していない子供)

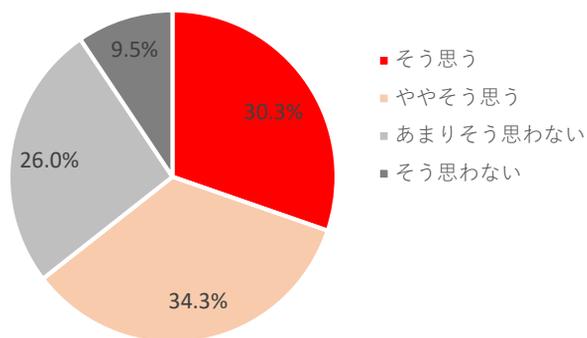


調査結果②

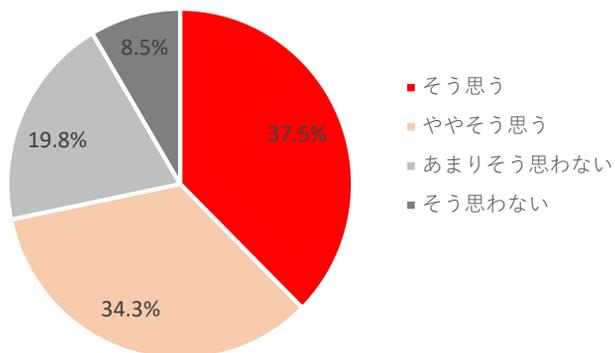
“年に一度の母の日を母子でいっしょに過ごしたい”と思う母子は6割以上！

母（400名）子（400名）それぞれに「年に一度の“母の日”を、母親/子供といっしょに過ごしたいですか？」と質問したところ、子供の回答は「そう思う」が30.3%、「ややそう思う」が34.3%。一方母親は「そう思う」が37.5%、「ややそう思う」が34.3%という結果になり、**「そう思う」「ややそう思う」を合わせて母子ともに6割以上の人が“年に一度の母の日を母子でいっしょに過ごしたい”と回答しました。**

年に一度の“母の日”を、母親といっしょに過ごしたいですか？
(SA) n=400 (母親がいる子供)



年に一度の“母の日”を、子供といっしょに過ごしたいですか？
(SA) n=400 (3歳以上の子供がいる母親)



※本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際は、必ず「ロツテ調べ」と明記ください。

※その他、母の日に関するプロモーションの詳細や調査データの詳細は以下からもご覧いただけます。
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000001.000056151.html>