

【2012年「母の日」トレンド傾向】

記念日を大切に作る機運が上昇!? 今年、母の日の実施意向は55.8%

2012年5月13日(日)の母の日に関する意識調査を、全国の中高生~30代男女を対象に行いました。その結果、母の日に対する意識、プレゼント候補に加え、何を参考にしているかなど、今年の母の日事情が浮き彫りになりました。

【調査概要】

調査対象 : 中高生男女/高校生男女/大学生男女/20代未婚社会人男女/30代社会人男性/30代主婦 合計346名(全国)

調査方法 : WEBアンケート

調査時期 : 2012年3月12日~2012年3月14日

調査結果

■ 動向

→昨年実際に母の日に何か行った人は**45.2%**。今年、行う予定の人は**55.8%**。**記念日など家庭内イベントを大切にしたい**という機運が母の日にも影響しているのか、**半数以上の人に実施する意向があります。**

■ 検討期間

→男性も女性も、「**1週間前**」にプレゼントを検討し**始める人が最多。**

■ 予算

→中高生は「**501~1,000円**」で考えている人が最多。

■ プレゼント候補

→花に次ぐ物は、「**お菓子**」。

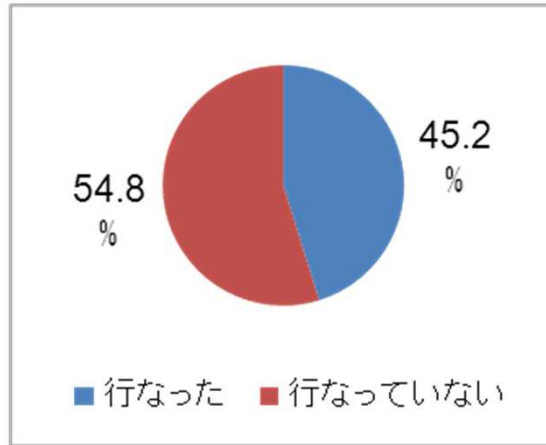
■ プレゼントの参考にしている情報元

→男性は「**テレビ or ネット**」。
女性は母親から直接「**リサーチ**」。

資料①:母の日に関する意識調査-1

調査①:昨年の母の日 イベント実施率

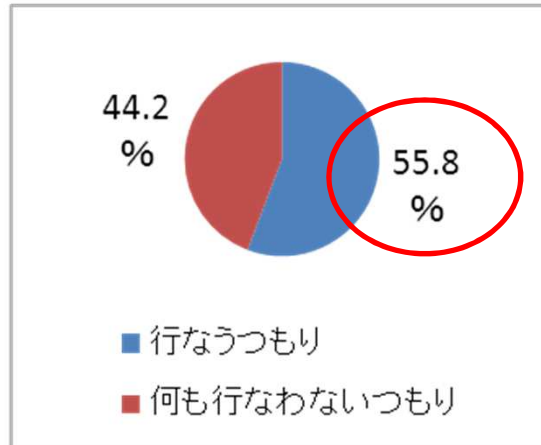
Q. **昨年の母の日** (2011年5月8日)
に何か行いましたか？



2011年にいった人は半数以下だったが、忙しくて忘れてしまった人もいる様子。

調査②:今年の母の日 イベント実施意向

Q. **今年の母の日** (2012年5月13日)
に何か行うつつもりですか？



2012年の母の日に、何か行うつつもりと答えた人は半数以上。

調査③:プレゼント検討期間

Q. **いつから**母の日のプレゼントを考えますか？

男性



女性



男性も女性も、全体で見ると「1週間前」から考えるという方が最多。年齢が上がる
と早まるようで30代社会人男性は「3週間前」、30代主婦は「1か月より前」からが最多に。

資料②：母の日に関する意識調査-2

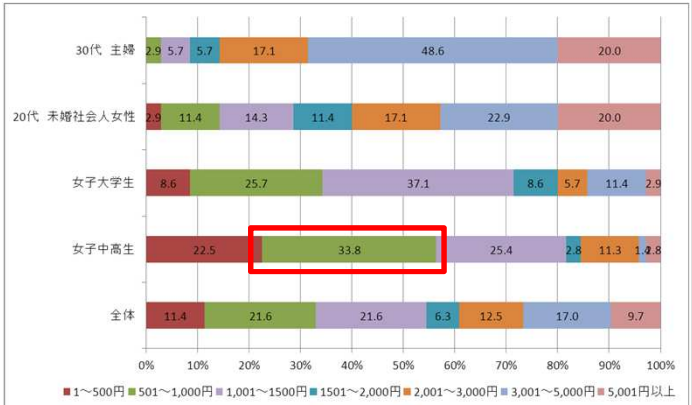
調査④：プレゼント予算

Q. 母の日にプレゼントする予算はいくらですか？

男性



女性



男女中高生のプレゼント予算は、共通して「500円～1,000円」が最多。
また、全体でも「1,500円」以内と回答した方が5割以上。

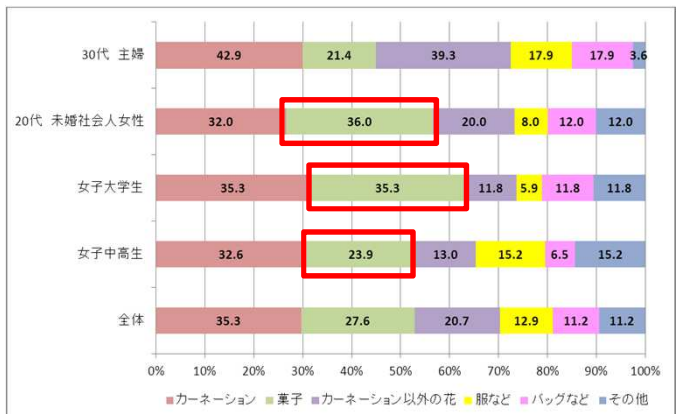
調査⑤：プレゼント内容

Q. 今年の母の日に母親(義母を含む)に何をあげる予定ですか？

男性



女性

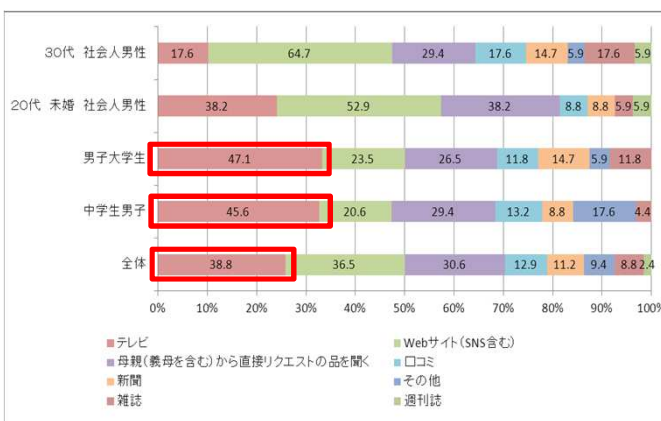


男性も女性も、花(カーネーション・その他の花)以外の
母の日のプレゼントとして、お菓子を検討している。

調査⑥：プレゼントの参考にする情報元

Q. 母の日のプレゼントを考える際に参考とする情報元は何ですか？

男性



女性



10代・20代のは、テレビを参考としてプレゼントをリサーチ。
女性は母親とコミュニケーションを取ってプレゼントをリサーチ。

ロッテ「母の日」市場と、その取り組みにおける軌跡 (Since2001)

ブランド価値を策定

「女の子を元気にする赤いチョコレート」

昭和39年(1964年)に発売した『ガーナミルク』は、競合メーカーに比べて歴史が浅く、他商品に負けない品質で認知率は高いものの、ブランド力に欠けるという課題がありました。そこで、平成元年(1989年)に、『ガーナ』はどのような商品であるのかをお客様に伝えるブランドマネジメントを強化。『ガーナ』のブランドコンセプトを、「女の子を元気にする赤いチョコレート」に策定し、「小学生でも買える手頃なチョコレート」であることから、身近な日常の中で、『ガーナ』のさまざまな利用価値が見込めることに着目した販売戦略を展開しました。

ブランド価値を高めるために

「始まりは北海道の売場に登場した小さなPOP」

北海道の一人の社員が、赤いカーネーションから、『ガーナ』の特長である赤いパッケージを連想。そしてお母さんも大好きな『ガーナ』を母の日にプレゼントしてほしいという考えから、店頭で母の日と連動したPOPを発案。店頭起点から生まれたユニークな母の日アイデアは、瞬間にロッテ全体へと伝播し、店頭の一部を真っ赤な『ガーナ』で覆う「母の日ガーナ」キャンペーンは、全社を挙げた一大プロジェクトへ拡大し、定番イベントにまで成長しました。

「母の日ガーナ」イベントの定着

「追隨を許さないその理由」

「母の日ガーナ」が浸透した理由には、3つのポイントがありました。

- ①お子様にも身近で、カーネーションを連想させる赤いパッケージの『ガーナ』を、お母さんへの感謝の言葉と共に渡してもらおうという商品特長を活かしたプロモーションを菓子業界で初めて実施してブランド価値を高めたこと。
- ②『ガーナ』を“家族団らん”のコミュニケーションツールとして設定し、母の日に「渡す」という新たな食シーンを広げたこと。
- ③お菓子売場のみならず、店頭さまざまな売場(例えば、生花売場)で商品を陳列することで、お客様が店内を回る間に、『ガーナ』を目にする機会を増やしたこと。

「母の日ガーナ」とは、「『ガーナ』で日本中のお母さんが笑顔になってほしい」という想いを込め、お母さんに感謝の気持ちを伝えることの後押しをする企画です。

■ アフター母の日の店頭資材を用意

「忙しくて」「うっかりしていた」などの理由で5/13の母の日当日に感謝の気持ちを伝え忘れてしまった方に向け、5/14以降に感謝の気持ちを伝えることを後押しする、店頭用のPOPを今年から用意しました。



■ 世界のお母さんを支援

財団法人 ジョイセフ (家族計画国際協力財団) と連動した社会貢献活動。

『ガーナミルク』の売上の一部を、再生自転車で寄附をする「世界のお母さん」を応援する活動。

※ロッテはガーナ共和国への再生自転車、1トン(約200台)の寄贈を支援しています。再生自転車は、開発途上国の診療所の数が不足し、妊娠や出産の際に搬送手段がない村々に届けられた後、保健推進員や助産師に贈られます。

1人の保健推進員や助産師が1台の自転車を手に入れることで、600~800人の村人に対して基礎的な保健医療活動を行えるようになります。



～ 母の日は、真っ赤なガーナでありがとう。～

気持ちも同時に伝えられるビッグサイズのガーナ
『ハートフルガーナ<母の日>』

お母さんと過ごす記念日にぴったりのガーナ
『ガーナ北海道味わいミルク』

2012年4月10日(火)から全国で発売



株式会社ロッテ

『ハートフルガーナ<母の日>』・『ガーナ北海道味わいミルク』の商品特長

- 5月13日(日)の母の日に向けて、“キモチつながる赤いチョコ”のガーナブランドから『ハートフルガーナ<母の日>』・『ガーナ北海道味わいミルク』が新登場。
- 「ハートフルガーナ<母の日>」は、内容量300gの圧倒的な大きさで、パッケージ裏面には自由にメッセージを書くことができ、気持ちも同時に伝えられる贈呈用にぴったりの商品です。中身は通常の『ガーナミルク』です。
- 「ガーナ北海道味わいミルク」は、北海道産生乳から作った全粉乳とクリームパウダーを配合したクリーミーでまろやかな味わいの期間限定(2012年4～6月)商品です。簡単にシェアできる個包装タイプなので、お母さんと一緒に過ごす記念日にぴったりです。
- 「ハートフルガーナ<母の日>」は10～20代女性、20～40代男性を、「ガーナ北海道味わいミルク」は20～30代女性を、ターゲットに想定しています。

『ガーナミルク』も
絶賛発売中!



オープン価格(想定小売価格100円前後(税込))
1964年発売。芳醇なカカオ感とコクのある
ミルク感の絶妙なバランス。なめらかで
まろやかな味わいのミルクチョコレート。

| | | | |
|-------|---------------------------------------|---------|--|
| ●商品名 | : ①『ハートフルガーナ<母の日>』 ②『ガーナ北海道味わいミルク』 | ●商品ジャンル | : チョコレート |
| ●発売日 | : 2012年4月10日(火) ②期間限定販売(2012年4～6月) | ●内容量 | : ①300g ②57g |
| ●発売地区 | : 全国 | ●価格 | : ①オープン価格(想定小売価格840円前後(税込)) ②オープン価格(想定小売価格218円前後(税込)) |