

報道関係各位

2022 年 1 月 21 日

「誰もが自分の居場所を感じられる世界を創る」 チョコレートブランド M&M'S® グローバル規模の取り組みを発表 ～ マースのブランド、M&M'S®は、2025 年までに1,000 万人の帰属意識を高めるための グローバルプラットフォームを立ち上げ、お互いを結びつけ、認め合うことをサポート ～

米国ニュージャージー州ニューアーク（2022 年 1 月 20 日）マースのチョコレートブランドのひとつである M&M'S®は、誰もが自分の居場所があると感じられ、また、インクルーシブ（受容的）な社会の実現に向けたグローバル規模の取り組みを発表しました。この取り組みは、80 年以上にわたり、一口サイズのカラフルなチョコレートとフレーバーで人々を結びつけてきた M&M'S®ブランドが、使命（Purpose）に応じて進化した戦略の一環であり、2025 年までに世界中で 1,000 万人の帰属意識を高めることを目標に、FUN（ワクワク）の力を使ってあらゆる人々を魅了することを約束しています。

マース リグレーのチーフ グロース オフィサー、キャサリン・スライトは、次のようにコメントしています。「M&M'S®は、あらゆる人にカラフルな FUN（ワクワク）を提供することに長年取り組んできました。この使命（Purpose）は、M&M'S®がブランドとして常に信じてきたこと、つまり、『HAPPINESS（ハッピー）と FUN（ワクワク）こそが人々を魅了し、帰属意識を高める最も強力な方法である』ということ、より具体的にコミットするものです。M&M'S®は、世界で展開するアイコニックなチョコレートブランドであるからこそ、世界中で帰属意識を高めることで、より良い時間とより多くのハッピーを届けることをコミットできる立場にあります。」

人は、愛されたいという欲求と同様に、帰属したいという欲求が強く、その欲求は、文化、人種、民族、地理、場所を問わず、すべての人に共通しているという研究結果^{*1}があります。M&M'S®は、この洞察に基づいて「M&M'S® FUNd（M&M'S®のワクワク基金）」を立ち上げました。この基金は使命に対するブランドの影響を追跡するものであり、アートとエンターテインメントの分野にリソース、メンターシップ、機会、財政的支援を提供することで、誰もが自分の居場所だと感じられるような体験ができるようにします。

また、2022 年、M&M'S®は進化の一環として、ブランドのルック&フィール（見た目と雰囲気）も、新たなコミットメントを反映するために次のように変化します。

- おなじみのキャラクターをフレッシュかつモダンにリデザインし、キャラクターごとに異なる個性をより表現することで、自己表現の大切さとコミュニティの力を強調

*1 Maslow and the Motivation Hierarchy: [Measuring Satisfaction of the Needs](#);
Coqual: [The Power of Belonging](#)

- すべてのタッチポイントで、M&M'S®ブランドのアイコンックなカラーパレットのほか、M&M'S®チョコレートが多様な形とサイズを強調し、みんなが集まればもっとFUN（ワクワク）であることを表現
- M&M'S®ロゴの特徴的な要素であるアンパサンド（2つのMをつなぐ「&」）を強調して使用することで、人々を結びつけることを目指すことを表現
- M&M'S®らしいおどけたウィットとユーモアを残しつつも、よりインクルーシブ（受容的）で、温かく迎え入れ、人々をひとつにするトーン・オブ・ボイスに刷新

マース リグレーのグローバル マーケティング VP、ジェーン・ホワンは次のようにコメントしています。

「世界中のM&M'S®のタッチポイントで、M&M'S®ブランドの新たなルック&フィール（見た目と雰囲気）を披露できることを楽しみにしています。新しいプロダクトイノベーションからブランドキャンペーン、進化したキャラクターから実験的な店舗まで、カラフルなビジュアルやインクルーシブ（受容的）なメッセージ、マース リグレーの使命（Purpose）をあらゆる活動に落とし込み、みんなが集まればもっとFUN（ワクワク）であることを示していきます。既にこの使命はベルリンのM&M'S®の新たな店舗でフルに展開されています。この店舗は、あらゆるお客様を歓迎するため、店内表示には多言語が用いられ、また、さまざまな文化、背景、世代のアソシエイト（従業員）が働く場とすることで、すべての人を受け入れるというメッセージを発信しています。

このM&M'S®の新たなグローバルコミットメントは、インクルーシブ（受容的）な社会の実現のためにマース インコーポレイテッドが実施している取り組みのひとつです。その取り組みには、ジェンダーバランスのとれたリーダーシップチームへのコミットメント、広告の多様性に関する独立した年次監査（Geena Davis Institute）の実施、国連女性機関（UN Women）の一部であるアンステレオタイプ・アライアンス（Unstereotype Alliance）の議長を務めることなどが含まれています。

M&M'S®の新たな使命（Purpose）の詳細や実際の活動は、M&M'S®の [Facebook](#)、[Instagram](#)、[Twitter](#) の #ForAllFunkind のハッシュタグをフォロー、または、[MMS.com](#) をご覧ください。（英語）

マース インコーポレイテッドについて

マース インコーポレイテッドは、1世紀以上にわたり、「私たちが望む明日の世界の実現は 今日の私たちのビジネスへの取り組みから始まる」という使命（Purpose）に基づいて事業を展開してきました。この使命は、家族経営のグローバル企業としてのマースの原点にあります。今日、マースは、私たちを取り巻く世界にポジティブな影響を与えることへのコミットメントとして、変革、革新、進化を続けています。

菓子、食品、ペットケア製品およびサービスの多様で拡大するポートフォリオ全体で、13万3,000人のアソシエイト（従業員）全員が、同じ方向に向かって前進しています。年間売上高400億米ドルを誇るマースは、DOVE®、EXTRA®、M&M'S®、MILKY WAY®、スニッカーズ®、ツイックス®、ORBIT®、ペディグリー®、ROYAL CANIN®、SKITTLES®、BEN'S ORIGINAL™、カルカン®/WHISKAS®、COCOCOAVIA®、5™など、世界で

MARS

愛されているブランドを製造しています。また、獣医療サービスである AniCura、バンフィールド動物病院™、BluePearl®、Linnaeus、VCA™を通じて、世界のペットの半数のケアを行っています。

マースは、パートナーと事業を展開する地域社会が繁栄して初めて、企業としての成功を成し得ると考えています。マースの五原則（品質、責任、互恵、効率、自由）は、地球と人々、ペットが繁栄できる明日の世界を創造するために、マースのアソシエイトが日々行動を起こすことを促すものです。[マース コンパス \(The Mars Compass\)](#) は、「互恵の経済学 (Economics of Mutuality)」から着想を得たもので、マースの使命 (Purpose) である「私たちが望む明日の世界の実現は今日の私たちのビジネスへの取り組みから始まる」を達成するための進捗状況を確認するために使用されています。

マースについて詳しくは、mars.com をご覧ください。なお、[Facebook](#)、[Twitter](#)、[LinkedIn](#)、[Instagram](#)、[YouTube](#) でも情報を発信しています。(英語)

【本リリースに関する報道関係問い合わせ先】

マース ジャパン リミテッド 広報・渉外部 中村
TEL : 070-2167-3456 E-mail : yuho.nakamura@effem.com