



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」

早大商学部恩蔵ゼミの学生が ロッテのブランド育成案を提言

株式会社ロッテ

ロッテは、早稲田大学商学部の授業に協力しています。授業の一環として、2012年10月17日、ロッテ本社にて早稲田大学商学部・恩蔵直人教授のゼミナール3年生による「ロッテのブランド育成課題解決策について」のプレゼンテーションが行われました。恩蔵ゼミ学生にとってはブランド育成をより実践的に考える機会となり、ロッテにとっては自由で新鮮な発想と表現に触れることができ、双方にとって実りある内容になりました。

【背景】

2011年より、早大商学部において、ロッテ寄付講座を開始。その講座では、商品開発部の社員を派遣し、企業活動の最前線にいる人間からブランド論について学生にレクチャーしています。

【きっかけ】

2012年7月、同講座終了に当り、恩蔵ゼミの3年生から「ぜひ、夏休みの研究課題として、ロッテブランドを題材にもう一步踏み込んで勉強したい」と自主的に申し入れがあったことを受け実現。「Fit's」「小梅」「トッポ」「チョコパイ」「コアラのマーチ」の5ブランドを提示し、それぞれのブランド育成に関する課題を出題。

【発表会内容】

- 各チーム持ち時間20分
- 審査項目；①与えられた課題についての回答の忠実度、
②プレゼンパフォーマンス、③裏付け、
④最終企画のオリジナリティ
- 結果 最優秀賞；チョコパイチーム、特別賞；小梅チーム

【恩蔵ゼミ学生 コメント】

「発表前日は誰も寝ないで臨むほどこの企画に熱中しました。発表会では皆それぞれ力を発揮することができ、私たちにとって忘れられない夏休みとなりました。これから社会に出て、いろいろな困難を乗り越えなければならない私たちにとって、大きな自信となる素晴らしい経験でした」

【今後の取組み】

ロッテでは、学生からの提案をもとに、実現に向け社内検討中。



ゼミ生とロッテ社員の集合写真



浴衣を着て小梅のプレゼンをする姿も



最優秀賞発表の瞬間