

キャンディ

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」

～ 小梅の“甘ずっぱい、恋ずっぱい”世界観を写真で再現！ ～



2013年5月31日(金)から写真SNSアプリ「My365」で募集開始

株式会社ロッテ

株式会社ロッテは、株式会社シロクが提供する一日一枚、印象的な瞬間を写真におさめてカレンダーに残す思い出共有アプリ「My365」にて、ロッテのロングセラーキャンディ「小梅」をテーマにしたキャンペーン「小梅×My365 みんなの恋フォトコンテスト」を2013年5月31日(金)より実施します。

これは、学生からのアイデアを元に企画したものです。昨年、早稲田大学商学部・恩蔵直人教授のゼミにて“ロッテ商品のブランド育成”の課題に取り組み、小梅を題材としたチームから発表された「恋フォト」企画を具現化しました。小梅の甘ずっぱい恋ずっぱい世界観を写真で表現し、他のスマートフォンユーザーと共有する、女性向けの参加型キャンペーンです。

<キャンペーン概要>

■キャンペーン名	「小梅×My365 みんなの恋フォトコンテスト」
■キャンペーン内容	①「My365」アプリからテーマに沿った写真を投稿。 ②選出した12枚の写真について、小梅モバイルサイト内で投票。 ③グランプリ～12位までの入賞者には賞品を贈呈。
■テーマ	「ワタシの恋の宝物」
【応募】	
■応募先	My365アプリ<iphone/アンドロイド 対応>から画像を投稿 ※応募するには、アプリのダウンロードが必要
■応募期間	2013年5月31日(金)15:00～6月17日(月)14:59
【投票】	
■グランプリ投票先	モバイルサイト「小梅だより アフタースクール」 http://ko-ume.jp/
■投票期間	2013年6月21日(金)0:00～7月23日(火)23:59
【賞品】	
■グランプリ	デジタル一眼レフカメラ(1名)
■2～12位入賞者	ロッテお菓子詰め合わせ ※順位により内容が異なる場合があります。

テーマに沿った写真を撮り、オリジナル小梅フィルタをつけて投稿すれば、応募完了！



キャンペーン背景

昨年、早稲田大学商学部・恩蔵直人教授のゼミにて、ロッテ商品のブランド育成の課題に取り組みました。

【課題】

大学生になっても、「小梅」を購入し続ける商品及びプロモーション企画の立案。



<学生によるプレゼン風景>

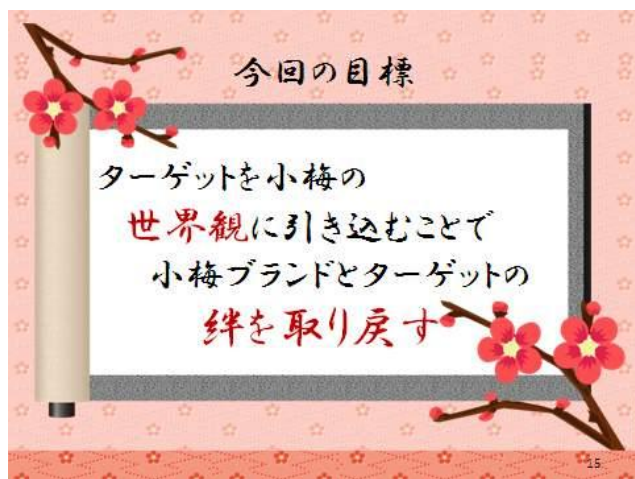
【発表内容】

- 小梅ちゃんと女子大生の共通点は「**恋愛**」。
- 女子大生は、おいしいもの、でかけた場所など、そこで感じた想いを、「**写真を通じて、他の人と共有**」したい、という気持ちがあると分析。

SNSに「恋フォト」を投稿する企画を提案。

自分たちの「恋フォト」と小梅ちゃんの「甘酸っぱい、恋酸っぱい」世界観をつなげて、小梅ファンを増やしていく。

この企画をヒントに、写真SNSアプリ「My365」とタイアップした「恋フォト企画」を実施します。



<学生が提案した企画書の一部>