



ニュースリリース / 2007年

Cokeでココロに灯をともしよう。
“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”が
全国各地を巡回
—コカ・コーラのクリスマスキャラバンがあなたの街にやってくる!—

2007/11/29

コカ・コーラシステムは、クリスマスシーズンの本格的な到来に向けて、特別なイルミネーションを施した“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”によるクリスマスキャラバンを実施いたします。日本国内でのクリスマスキャラバンの実施は10年ぶり、そしてキャラバントラックが全国を横断するのは今回が初めてとなります。

“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”は、11月29日(木)に東京ミッドタウンで行う出発式を皮切りに、北海道から沖縄まで日本全国の主要都市を巡ります。クリスマスらしい色鮮やかなデコレーションで彩られたキャラバントラックは、クリスマスシーズンを盛り上げながら全国各地を走行し、コカ・コーラブランドの広告キャンペーン「Coke Side of Life (コークサイドオブライフ)」のコンセプトである“Happiness(ハピネス)”を届けてまいります。



Christmas on the Coke Side of Life
コカ・コーラ クリスマスキャンペーンビジュアル

“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”は、11月29日(木)に、東京ミッドタウンにて出発式を行い、11月30日(金)から12月24日(月)まで、北は北海道から南は沖縄まで全国30の主要都市を巡回します。出発式では、世界トップレベルでの活躍を通じて子どもたちに夢を与え続けている松坂大輔選手と北島康介選手のお二人と、大の コカ・コーラ好きで知られ若年層に人気の南明奈さんを特別ゲストに迎え、ココロに灯をともし点灯セレモニーを行います。また、お二人に憧れる日本の子どもたちの代表として会場に招かれた約15名の子どもたちにクリスマスプレゼントを手渡します。

コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラックの運行とともに、“コカ・コーラサンタ”が全国各地を訪れ、週末ごとにクリスマス街頭イベントを実施します。キャンペーンの告知が入ったクリスマスカードやクリスマスにちなんだギフトの提供などを通じてココロに灯をともしべく、この特別な季節を全国的な規模で盛り上げてまいります。

また、12月24日(月・祝)のクリスマスイブには、横浜クイーンズスクエア クイーンズパークに、全国を巡回した5台のキャラバントラックが一斉に集合し、フィナーレを飾るクリスマスイベントを開催します。

<コカ・コーラのクリスマスキャラバンのルーツ>

“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”によるクリスマスキャラバンは、米国のクリスマス休暇のシーズン中、色鮮やかなデコレーションを施したコカ・コーラの5台のトレーラートラックが、国内を巡回する企画として誕生し、1997年、実際に米国国内を初めて横断しました。日本国内での実施は10年ぶり、そしてキャラバントラックが全国を縦断するのは初めてとなります。

<コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラックの仕様>

“コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラック”には、コカ・コーラブランドの広告キャンペーン「Coke Side of Life」クリスマスシーズン用のビジュアルと、「Cokeでココロに灯をともしよう。」というメッセージが描かれています。

色鮮やかなデコレーションがきらきらと光りながら走行する様子は、最高のクリスマスイルミネーションとして辺りの景色を輝かせ、沿道の人々の目を楽しませます。また、走行中には現在放映中のTVCMのBGMを流し、ビジュアルだけでなく音でもクリスマスムードを高めていきます。

今回走行するコカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラックには、主に関東近郊を巡回し、出発式イベントに登場するアメリカントラックと、関東を除いた全国を巡回するトレーラータイプのトラックの2種類があります。

アメリカントラックは、全長約11m、全幅約2.5m、全高約3.8m、車重約5.4tで、白熱球約9000球を使用し、トレーラータイプのトラックは全長約16m、全幅約2.5m、全高約3.8m、車重約13tで約16,200球の電球を使用しています。

<コカ・コーラ クリスマスイルミネーショントラックのTVCM>

コカ・コーラのクリスマスイルミネーショントラックの最初のTVCMは1995年に登場し、これまでに100を越えるさまざまな国や地域で放映されてきました。このTVCMは、過去に制作されたコカ・コーラのTVCMの中で最も幅広く起用され、多くの視聴者に支持されています。日本では、この11月19日(月)から12月24日(月)まで“クリスマスライト2007”篇の放映が予定されています。

<クリスマスキャラバンの実施概要>

1. 出発式

- 実施日時: 11月29日(木) 17:00～
- 実施場所: 東京ミッドタウン(六本木)
- ゲスト: 松坂大輔選手、北島康介選手、南明奈さん

2. 全国キャラバン

1) 関東エリア巡回

- 運行台数: 3台(アメリカントラック)
- 運行エリア: 都内、首都圏を巡回
- 運行期間: 11月30日(金)～12月24日(月)

2) 全国巡回

- 運行台数: 2台(トレーラータイプ)
- 運行エリア: 西日本(沖縄~奈良間)、東日本ルート(札幌~名古屋間)で各1台ずつ運行
- 運行期間: 12月8日(土)~12月24日(月)

3. コカ・コーラクリスマスイベント

- 実施日時: 12月24日(月)
- 実施場所: 横浜クイーンズスクエア クイーンズパーク

<2007クリスマスプレゼントプロモーションについて>

キャンペーン告知カードや交通広告にデザインされたQRコードで、専用の携帯サイト(<http://xmas.cocacola.jp>)にアクセスし、クイズ3問に全問正解すると、抽選で、A賞「ナイトスカイクルーズ(ヘリコプター) ペアご招待」を10組20名様に、B賞「Coca-Colaクリスマスオリジナルバター」を5万名様に、そして参加者全員に「オリジナルデコメールテンプレート」をプレゼントいたします。

<ご参考>

■コカ・コーラとサンタクロースの歴史

サンタクロースといえば、白いひげに真っ赤な衣装をまとった陽気な紳士。今現在、世界各地で定着しているそのイメージは、1931年にスウェーデン系アメリカ人画家のハドン・サンドブロムが製作したコカ・コーラの広告が始まりでした。サンタクロースそのものは4世紀ごろに実在した守護聖人・聖ニコラスの伝説を起源とし、1800年代の半ばにはクリスマスに欠かせないキャラクターとして当時既に広く知られていました。しかしその起源について諸説が語られ、共通して思い描くサンタクロース像は存在せず、視覚イメージは愉快な老人の小人や妖精、果ては恐ろしげな小鬼まで、さまざまな姿を取っていました。

1931年にザコカ・コーラカンパニーが、当時の広告アートを担当していたハドン・サンドブロムに依頼して制作したクリスマスキャンペーンの広告では、今までのイメージを一新する、温かみのある人間的な要素を吹き込み、バラ色の頬、美しい白いあごひげ、キラキラ光る瞳、笑いじわのあるコカ・コーラサンタを作り上げました。

そのイラストは人々の心をとらえ、コカ・コーラ自体が全世界に広まりサンタを使ったクリスマス広告が海外にも進出するにつれ、クリスマスの不朽のシンボルとして広く定着していきました。コカ・コーラサンタは、今や当初の役割を大きく超えて、クリスマスシーズンにおける不朽のシンボルとして、また人気のあるサンタクロース像として世界中で親しまれています。

■“the Coke Side of Life”キャンペーンについて

“the Coke Side of Life”キャンペーンとは「前向きで、幸せな人生(Positive Side of Life)への招待状」をコンセプトに開発されたグローバル広告キャンペーンです。コカ・コーラを販売する世界中の国や地域で2006年より順次展開し、過去10年間で最高の好業績をコカ・コーラブランドにもたらしています。

コカ・コーラは、強い炭酸の刺激と独特な味わいで、はじけるような爽快感(Refreshing)と気持ちの高まり(Uplifting)を提供しています。人々の幸せな暮らしをサポートし、毎日をちょっと楽しく過ごすのにかかせないブランドとして、世界中で120年以上にも渡り、愛されて続けています。

このグローバルキャンペーン“the Coke Side of Life”では、コカ・コーラのブランド価値を「Happiness in a bottle(ボトルに詰まった幸せ)」と定義し、世界共通のコンセプトのもと、それぞれの国々の消費者に合わせたメッセージや表現で展開しています。

日本市場では、2007年1月より“the Coke Side of Life”キャンペーンを開始するとともに、赤・銀・黒の3カラー戦略を展開。その結果コカ・コーラブランドの売上は30年ぶりの好業績で推移しています。

[一覧へ戻る](#)