

コカ・コーラ

今期は食との相性訴求を強化



22年は、猛暑や人流回復などコーラ飲料にとつては悪くない環境だったが、一方で値上げもあつた。そんな中で、「コカ・コーラ」は前年を上回る着地となり、特に第4四半期からの動きが良く、「FIFAワールドカップカタル2022」の開催を記念したキャンペーンやクリスマスシーズンに全国8都市で実施した「コカ・コーラクリスマストラックツアー2022」などが好評だったという。

商品面では、Z世代に向けた発信として、ポップカルチャーとのコラボレーションを展開する「Coca-Cola Creations」(コカ・コーラクリエイションズ)シリーズから、夏季には初のアーティストコラボとして「Coca-Cola Zero Sugar The ARTIST MARSHMELLO'S LIMITED EDITION」(コカ・コーラゼロシュガーアーティストマッシュメロズリミテッドエディション・写真左上)

「コカ・コーラシステムが展開する「コカ・コーラ」は、「美味しさ」という物性価値に加え、家族や友人などと過ごすといった楽しい時の思い出につながる情緒的価値が魅力だという。「製品そのものは変わらないが、どの時代も、普段の生活の中に自然に『コカ・コーラ』がある、あるのが当たり前という存在であり続けることが重要だと考えている」(同社)。堅調に推移している2022年から23年の取り組みについてまとめた。

23年は、食との相性訴求を強化している。「海外では食事シーンで『コカ・コーラ』を飲む層が多いが、日本では食事にはお茶か水が定着。そこで、週1以上で『コカ・コーラ』を飲む層への調査をもとに、『コカ・コーラ』が肉料理の相性が良いことを訴求する施策を企画した」という。3月に「肉にはコー



肉にはコーラ! オキテ破りの新しい美味しさ

また、「本体」と「ゼロ」双方の魅力発信にも注力。これまでは、それぞれでキャンペーンを実施する形が多かった中で、今年には「コカ・コーラ」「コカ・コーラゼロ」どちらもおいしいかをストレートに伝えるべく、「あなたはどっちの美味しさが好き?」キャ

を発売。秋にはアニメ「BLEACH 千年血戦篇」とコラボした「Coca-Cola Zero Sugar Soul Blast」(コカ・コーラゼロシュガーソウルブラスト)も展開し話題を呼んだ。

「肉にはコーラ」と一緒に好きな肉料理の写真を撮影し、ツイッターもしくはインスタグラムで「#肉にはコーラ」をつけて投稿すると、抽選で毎月2050名に「コカ・コーラ」と引き換えることができるCoke ONDリンクチケットが当たるキャンペーンを継続展開。

ク!」キャンペーン(同右上)を開始し、テレビCMのほか、リアルイベント「肉にはコーラ! オキテ破りの大試食会」を開催し「よい結果が出ている」(同社)。12月31日までは「コカ・コーラ」と一緒に好きな肉料理の写真を撮影し、ツイッターもしくはインスタグラムで「#肉にはコーラ」をつけて投稿すると、抽選で毎月2050名に「コカ・コーラ」と引き換えることができるCoke ONDリンクチケットが当たるキャンペーンを継続展開。



「あなたはどっちの美味しさが好き?」キャンペーンを実施した。「テレビCMや1000年分の山分けできるプレゼントキャンペーンのほか、『コカ・コーラ』の変わらない美味しさ、『同ゼロ』の受け継がれた美味しさを体験できる『コカ・コーラ美味しさジャッジツアー』(同左下)を全国6都市で開催し、こちらもビジネスへの貢献がストレートに出ている」(同社)。

最盛期である夏に向けては、6月5日からサマーキャンペーン「Coke Studio」を開始。「コカ・コーラ」と「音楽」が融合した体験型音楽プラットフォーム「Coke Studio」を展開。

ほか環境面では、22年4月からオンライン限定で発売を開始した「コカ・コーラベルレス」(同右下)が好評で予定通りに推移。今年5月末からは期間限定1本売りタイプの「表示

シール付きラベルレスボトル」を、スーパーを中心に展開している。環境月間である6月に向けては、100%リサイクルPETボトルをはじめとした製品の



認知拡大に向けた取り組みを強化。期間中は全国の店頭などで「まいにちできる、サステイナブル。」をテーマに、「い・ろ・は・す」も含めた100%リサイクルPETボトル製品の訴求を強化した。

なお、業務用は、22年末頃から人流が戻っており、飲食店でのビジネスが急激に伸び、回復傾向にあるという。この流れは今後も続くこととみており、飲食店市場のコロナ禍からのさらなる回復に期待がかかる。「過去3年にわたり続いていたコロナ禍の影響から、ようやく脱し世の中の動きも活発になってきている。これに伴い、清涼飲料市場全体もよい動きが加速することを期待しながら、炭酸飲料No.1ブランドとして、市場を盛り上げた」と考えている(同社)。(S)