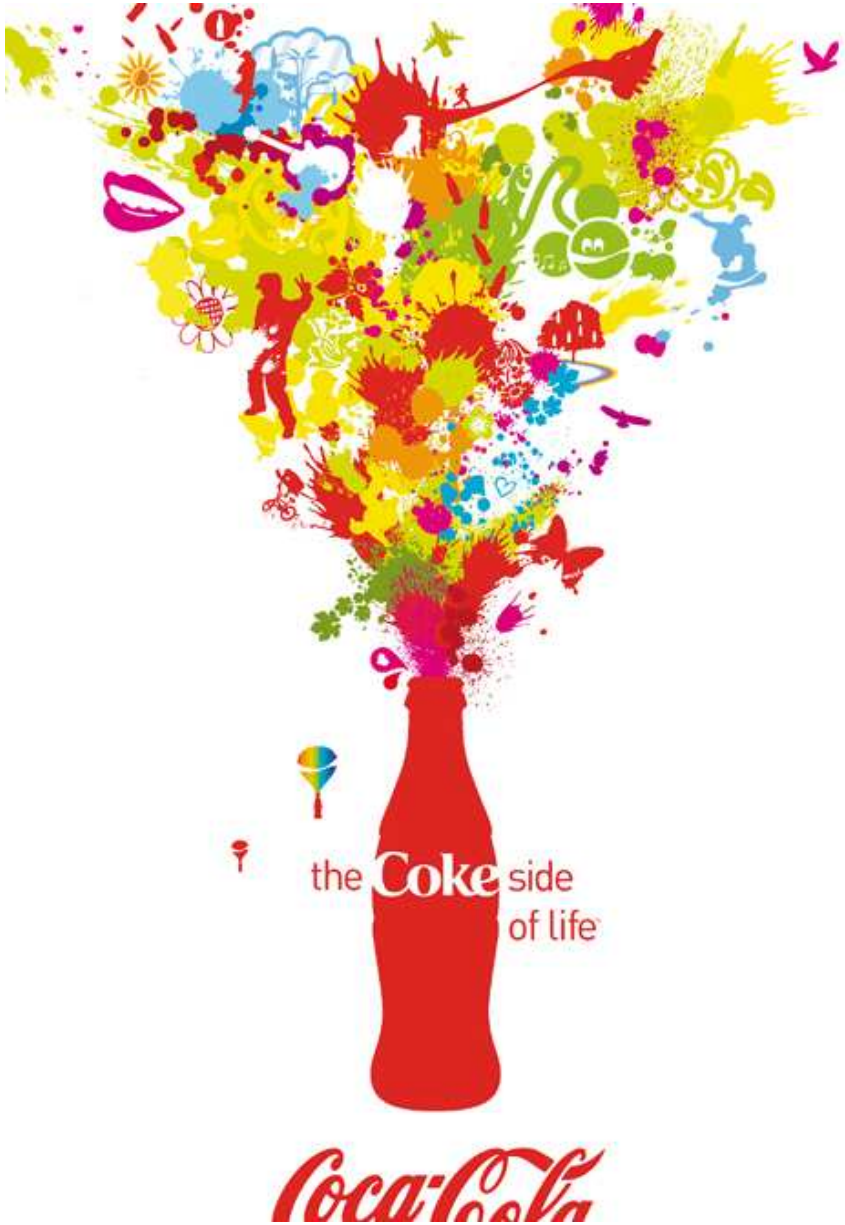


コカ･コーラ･タイムボトル
(WEBタイムボトル)

～5年後にまた会おう～

応募者ID　92E0384A4F

【コンセプト】

変わらない友情、変わらない青春。

【企画内容】

コカ・コーラのボトルをタイムカプセルに見立て、仲間との想い出（寄せ書きや写真、メッセージなど）を高校卒業直前に封印。5年後に開封するタイムボトル・キャンペーン。

キャンペーンは2本立てで展開

①WEBタイムボトル（WEB上にタイムボトルサイトを開設して、写真やメッセージをアップ）

②リアル・タイムボトル（実際にタイムボトルを送付して、写真やメッセージを封入）

また、サイトに同窓会機能（連絡や出欠確認など）を付け、5年後（開封時）の同窓会開催を支援します。

■企画概要

【目的】
ティーンの飲用者・飲用頻度の拡大。いつまでも変わらないコカ・コーラ・ブランドのイメージ醸成。

【対象】
卒業を控えた高校三年生、クラス単位での参加。

【実施期間】
10月～3月上旬（卒業式まで）

■企画詳細①

誰でも参加できる！

WEBタイムボトル

WEB上にタイムボトル特設ページを開設

・学校のクラス単位で登録、自分のクラスのページにメッセージや寄せ書き、写真などをアップ。
・応募ポイントに合わせて、使える機能を追加グレードアップ可能。
・締切日（e.g.2011年3月1日等、できれば卒業式）に合わせてサイトを閉鎖。

閉鎖後 ⇨

WEBサイト⇒カウントダウン時計

・コカ・コーラのボトルとカウントダウンの時計を表示。
・以降5年間、投稿された写真やメッセージをランダムに表示。

5年後 ⇨

WEBサイト復活

・カウントダウン時計が0になったときにサイトは復活。
・参加者にはメール（広告展開や5年後のキャンペーンでも）で再開が告知され、高校三年当時の思いや仲間との想い出に触れることができます。
・同窓会機能（連絡や出欠確認など）を付け、実際に同窓会開催を支援。

⇦ 同窓会開催支援

同窓会を開催

・コカ・コーラを使ったカクテルで乾杯！

■企画詳細②

ポイントを集めて参加できる！

リアル・タイムボトル

ボトル型タイムカプセルを送付

・ポイント（ペットボトルのキャップ）を集めてもらい、
　一定の応募ポイントを貯めたクラスに、**実際にボトル型タイムカプセルを送付。**
・**寄せ書きや写真などを入れて返送してもらいコカ・コーラ側で保管。**

⇨ ペットボトルの キャップは エコキャップ運動へ！

↓

閉鎖後 ⇨

タイムボトルをコカ・コーラで保管

・回収したボトル型タイムカプセルをコカ・コーラ社側で5年間保管

↓

5年後 ⇨

タイムボトルを返還

・ 5年後のサイト再開と同時に代表者（または学校）にタイムボトルを送付。
・タイムボトル返還をきっかけに同窓会を開催すれば、参加者は昔の仲間とともに
　高校三年当時の思いや仲間との想い出に触れることができます。
・抽選で選ばれたグループ（各都道府県5クラス程度を予定）には、コカ・コーラ社が
　同窓会を開催。都道府県ごとに会場を用意して、旧友との再会を支援します。

⇦ 同窓会 開催支援

↓

同窓会ではコカ・コーラを使ったカクテルで乾杯！

レシピなども紹介して、コーラ＋お酒＝大人のコーラのプロモーションにつなげます。

■メニュー提案

・「ラム」で割ってキューバリブレ
・「ジン」で割ってジンコーク
・「マリブ」と割ってマリブコーラ
・「赤ワイン」と割ってディアブロ・ブラッド
・「カルーア」と割ってカルーアコーラ

■ポイントの収集方法

[対象商品]

コカ・コーラペットボトル全商品

(例) コカ・コーラ1500ml、コカ・コーラ500ml、コカ・コーラ300ml、コカ・コーラ ゼロ1500ml、
コカ・コーラ ゼロ500ml、コカ・コーラ300mlなど

[ポイントの集め方]

1.ペットボトル商品のキャップをクラス単位で集めて事務局に送付、あるいは自動販売機へ商品を補充する営業車が学校を訪問して回収します。

2.ポイントは1キャップ＝1ポイントとして加算し、キャンペーン応募ポイントに換算。

3.集めたキャップは※エコキャップ運動へ送り開発途上国へワクチン代として寄付。

タイムボトル・キャンペーンと同時にエコキャップ運動を行うことで、
慈善教育の一環としても有効なキャンペーンであることを認識してもらい参加を促進します。

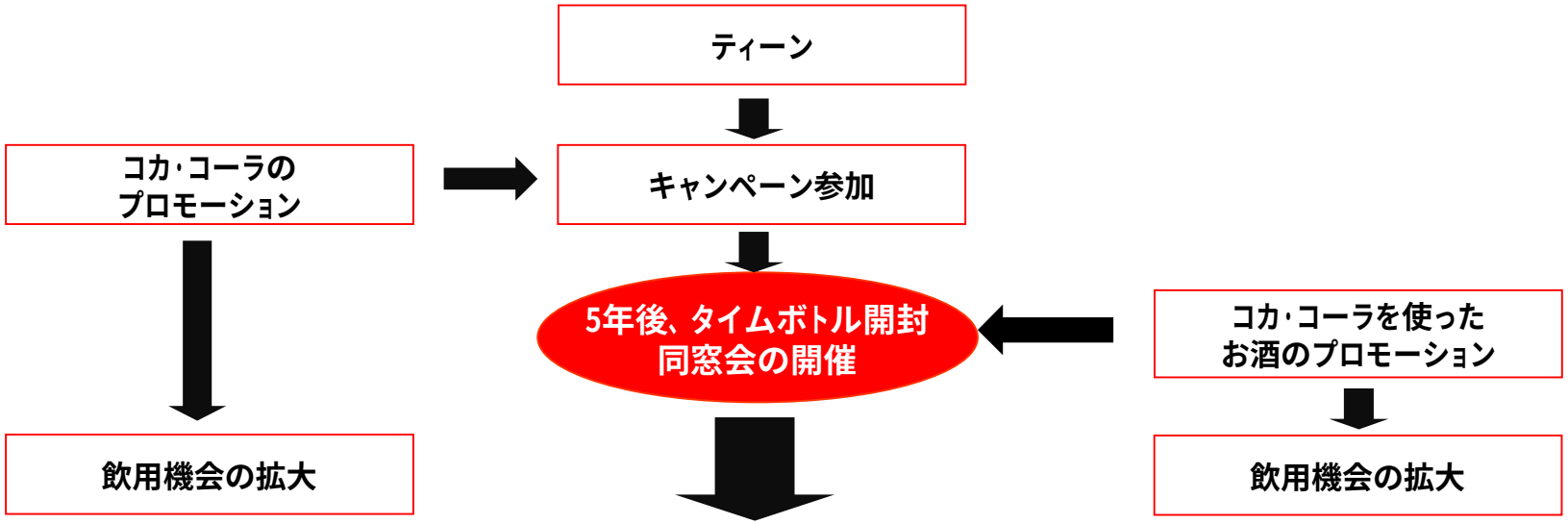
※エコキャップ運動とは・・・ペットボトルのキャップを集めて世界の子供たちにワクチンを送る活動。
(800個で一人分のポリオワクチン代20円に換算される。)

■キャンペーンポイント

キャンペーンの目的はティーンの飲用者･飲用頻度の拡大であるとともに、
①青春＝コカ･コーラ、友情＝コカ･コーラというイメージを若い人たちに持ってもらうこと
②想い出とともにコカ･コーラを想起してもらうことで、変わらないブランドイメージの醸成

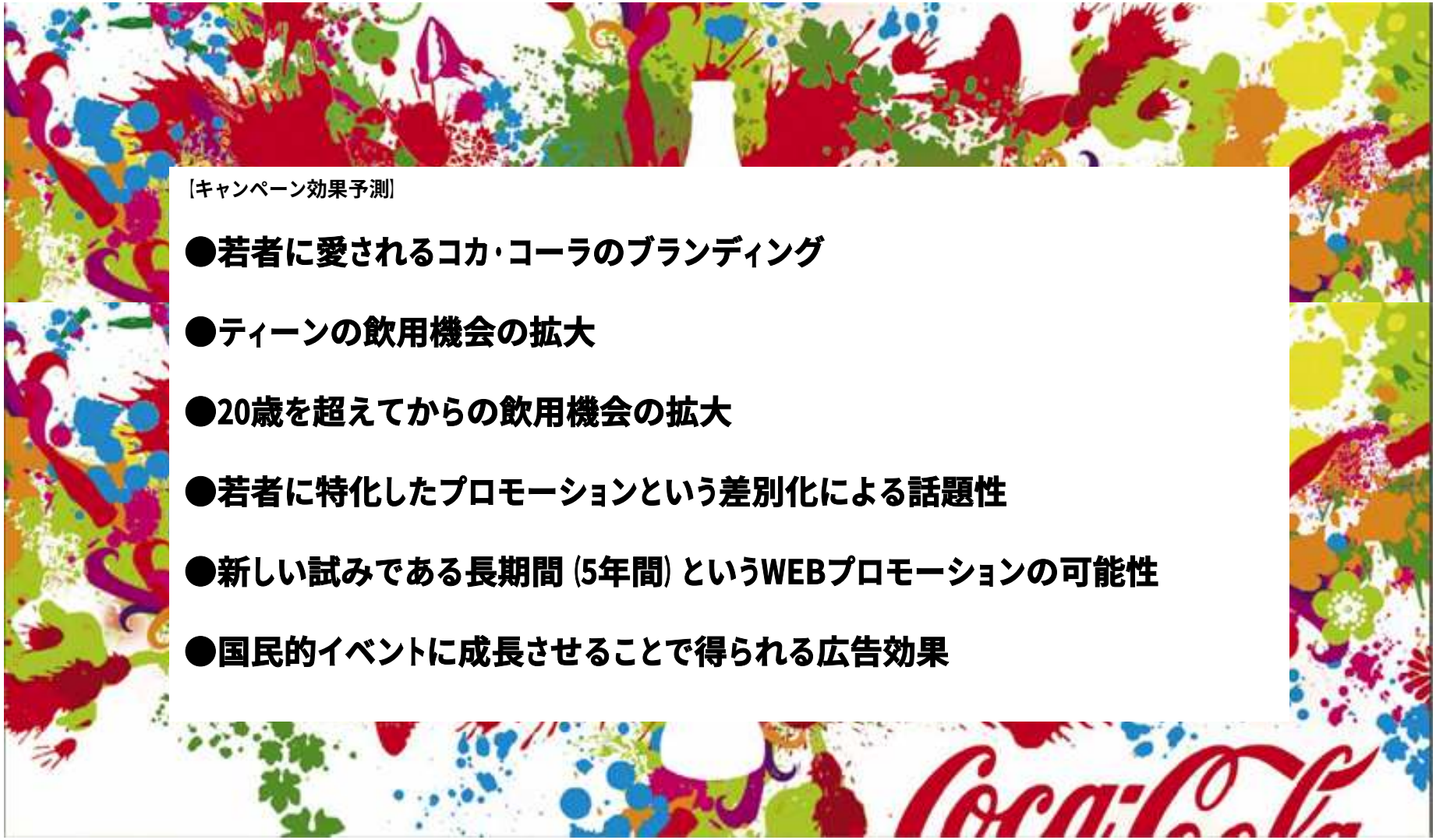
コーラのボトルを青春の象徴に！

キャンペーンのキーポイントは5年後の同窓会。
特に抽選で選ばれた数校には、コカ･コーラが主催となって同窓会を開催。
お金や商品では決して得られない**彼らだけの特別な贈り物＝仲間と過ごす大切な時間をプレゼント**します。
そして同窓会では、コカ･コーラを使ったお酒も用意して、レシピの紹介なども行います。



時を超えた2段階のプロモーション！
いつまでも変わらない青春と、いつまでも変わらないコカ･コーラをイメージ付けて
若い世代に強くアピール!!

■キャンペーン効果



【キャンペーン効果予測】

●若者に愛されるコカ･コーラのブランディング

●ティーンの飲用機会の拡大

●20歳を超えてからの飲用機会の拡大

●若者に特化したプロモーションという差別化による話題性

●新しい試みである長期間（5年間）というWEBプロモーションの可能性

●国民的イベントに成長させることで得られる広告効果

■Q＆A

(Q-1)

高校三年のみの対象ではターゲットが狭すぎないか？

(A-1)

1年限りのキャンペーンではなく、継続して行えるキャンペーンになることを想定しています（誰もが一生に一度参加してもらえるイベントに）。卒業＝コカ･コーラのタイムボトル、というイメージが浮かぶようなナショナルイベントになることを目指します。また、企画的に海外でも実行できるので、日本発で世界規模のコカ･コーラ･イベントに成長させたいです。

(Q-2)

なぜタイムボトルの設定を5年後にしたのか？

(A-2)

高校を卒業してから5年後は、対象者が23歳であり、卒業後に就職した人は仕事で責任を持たされる立場となっている社会人5年目、また大学に進学した人の大部分は新社会人として1年が過ぎた頃に当たります。仕事に慣れて一段落する時期や人生の転機となる時期は、タイムボトルの開封や同窓会を開催するタイミングとしては最適だと考えました。

(Q-3)

5年後ではWEBタイムボトルのログインID等を忘れてしまっているのでは？

(A-3)

秘密の言葉（ログインID）などは卒業文集や卒業アルバムに記載することを推奨します。IDを忘れることを防ぐと同時に、文集やアルバムを見るたびにキャンペーンを思い出すこととなり、コカ･コーラ商品のイメージ喚起にもつながります。