



【報道用資料】

2012年6月11日

自分らしいライフスタイルを持つ、オトナ世代に向けた英国の歴史と伝統を誇るブランド

「シュウェップス ブリティッシュ レモニック」

コカ・コーラシステムの2012年最重要新製品として、**本日より全国で発売！**

Schweppes Moves into Japan キャンペーン始動

“シュウェップスが日本にやってきた！”

ほのかな苦味をきかせた、洗練されたオトナの味わいを体験していただくべく、

100万人へのサンプリングも全国各地でスタート

コカ・コーラシステムは、自分らしいライフスタイルを確立した40代以上のオトナ世代に向けた新たな炭酸飲料として「シュウェップス ブリティッシュ レモニック」を、本日2012年6月11日(月)より全国で発売いたします。これに伴い、同製品の魅力を日本中のオトナ世代に伝えるべく“**Schweppes Moves into Japan**”(シュウェップスが日本にやってきた!)というテーマに基づく大規模キャンペーンを順次展開してまいります。

そしてその一環として、「シュウェップス ブリティッシュ レモニック」ならではのほのかな苦味をきかせたオトナな味わいをより多くの人に体験していただくべく、全国各地での大規模サンプリングを実施。これにより、全国で**およそ100万人規模の方**に対して、英国王室御用達にも選ばれる「シュウェップス」ブランドが誇る歴史や伝統を、洗練されたブランドの世界観や独特の味わいとともに体験いただきます。



全国でのサンプリング活動を通じて、「シュウェップス ブリティッシュ レモニック」のオトナな味わいを100万人が体験！

コカ・コーラシステムでは、2012年の最重要新製品の1つとして、近年の日本市場で拡大するオトナ世代に向けた新たな価値提案の1つとして、「シュウェップス プリティッシュ レモニック」を6月11日(月)から全国で新発売いたします。

キャンペーンテーマは“Schweppes Moves Into Japan!” (シュウェップスが日本にやってきた!)。「シュウェップス」ブランドの洗練されたイメージと、新製品の「ほのかな苦み」の効いたオトナの味わいをより多くのオトナ世代に体験していただくべく、TV-CMをはじめとする広告活動に加え、イベントや大規模サンプリング、さらには主要都市以外のエリアにおいても、電車内広告やラジオ広告、インターネットへの掲出を通じて、**220年以上の歴史をもつ英国王室御用達ブランドとしての伝統と、大型新製品が遂に日本で発売される登場感を大々的に伝達してまいります。**

▼“オトナ、はじける”、自分らしく生きるオトナたちを応援するブランド「シュウェップス」

人は年齢を重ね経験を積み重ねてきたからこそ、自分の生き方に自信を持ち、自分らしいスタイルを生み出すことができる。今回そんなこだわりを持つオトナ向け炭酸ブランドとして新しくなる「シュウェップス」は、“オトナ、はじける”というメッセージのもと、本物を知るオトナが自分らしい時間を過ごす際に欠かせないアイテムとしてのブランドの魅力を、訴求していきます。

人は年を重ねてようやく、自分らしく生きる自由を手にできる。

経験を積み重ねてきたからこそ、自分の生き方に自信が持てる。

様々なスタイルを知っているからこそ、既にあるものを自在に組み合わせ、
自分だけのスタイルを生み出せる。

大人の生き方には、美学がある。

シュウェップスは、そんな美学を持つ大人のための飲料。

ほのかな苦味、繊細に立ち昇る泡、英国の伝統。
意外性ある、ツイストのきいた刺激で、洗練された大人の遊び心を解き放ってくれる。

シュウェップスで、“はじけるオトナ”になろう。

<本件に関するお問い合わせ先>

日本コカ・コーラ株式会社

広報・パブリックアフェアーズ本部

担当:佐藤 TEL:03-5466-8120/FAX:03-3797-1481

お客様からのお問い合わせ先:0120-308509