

コカ・コーラシステムから緑茶の大型新製品！  
茶園農家の人たちが楽しむお茶をヒントにして  
“つくりすぎない” ことで素材の味を活かした緑茶  
**「一（はじめ）」 3月7日（月）新発売**

**茶園農家を舞台にした  
強力な導入キャンペーンを展開**

発売前の2月21日より、事前TV-CM、オープン懸賞開始、  
発売後には各種広告展開、消費者サンプリング、販促キャンペーン等の  
大キャンペーン展開！！



店頭ポスター

- コカ・コーラシステムは、拡大する緑茶市場へ新しい切り口のコンセプトを持った大型新ブランド「一（はじめ）」を最重要新製品として3月7日(月)から全国導入します。
- 独自のコンセプトとコカ・コーラシステムトータルの営業力で緑茶市場のトップブランドを目指します。
- コンセプトのヒントとなった“茶園農家”を舞台に、発売2週間前の2月21日(月)から事前TV-CM、WEBサイトの開設、オープン懸賞の実施などにより導入の期待感を喚起、発売日の3月7日(月)からは、TV-CM、雑誌、新聞、交通広告、WEB、各種プロモーション、全国各地でのサンプリングなど、大規模なマーケティングサポート活動を予定しています。

\*

### ● 茶園農家の人たちが自家用に楽しんでいるお茶をヒント

誰もが“飲んでみたい”と思う「作り手だけが知る素材の美味しさ」。

一（はじめ）は「つくりすぎない、うまさ」をコンセプトに、茶園農家の人たちが飲んでいた「緑茶の原点、茶園の味」をめざしました。

通常の仕上げ茶に比べ火入れを弱めにするなど、素材本来の味覚を活かすためになるべく手を加えないことで、「飲みやすさ」「みずみずしさ」「生き活きとした味」を感じさせる、素朴で新しい味わいを実現。これはブランド名となった「一（はじめ）」を体現する、消費者にとって“はじめて体験する味”の完成です。

### ● 茶園農家を舞台に、素材本来の味を訴求：フルスケールのマーケティング活動

3月7日の全国発売に先駆け、導入2週間前の2月21日より大規模なマーケティング活動を実施します。一（はじめ）の舞台である“茶園農家”や、“素材本来の味”を機軸にしたあらゆるマーケティング活動を通じ、発売前から「どんなお茶なんだろう?」「美味しそう」と消費者の期待感を高め、トライアルを最大化します。

導入後もTV-CM、雑誌、新聞、交通広告、WEB、その他プロモーション活動に加え、大々的な市場展開を計画。コカ・コーラシステムが一丸となり、消費者サンプリング、店頭展開、イベントPR、販促キャンペーン等、多面的に展開します。

### ● 緑茶市場トップブランドへ

茶園農家を舞台にした今までにない新しいポジショニングの一（はじめ）を導入し、年間を通じた市場での活動により、市場に新たな価値創造を提案します。コカ・コーラシステムの2005年の最重要新製品と位置づけ、発売後の広告、販促の最大化、継続した販売支援を行うことにより、消費者に愛されるブランドへ育成いたします。

## 主なマーケティングサポート活動

### ■ 広告

発売2週間前の2月21日から事前TV-CMを開始します。“茶園の人たちが楽しんでいるおいしいお茶があるという”というコピーで今まで味わったことのない、未知なる味に対して「どんな味だろう?」「飲んでみたい」という消費者の興味や期待感を喚起します。

また、製品発売後には、TV-CMのほか、新聞、雑誌、WEB、交通広告など、一（はじめ）のコンセプトを強力に伝えるための多面的広告展開を計画しています。

（発売後の広告詳細に関しては後日発表いたします。）

### <TV-CM「ティーザー」篇>

茶園農家で家族がおいしそうにお茶を楽しんでいるのを“謎の人物達”がそっと覗き見しています。「あ、あれだ!」「おいしそう!」「どんなお茶かもっと知りたい!」しかしお茶の秘密に迫ろうとするとそこでふすまは閉められてしまいます。おいしさのひみつは一（はじめ）の登場で明かされるのでしょうか?

一（はじめ）「ティーザー」篇では茶園農家で飲まれるおいしいお茶のひみつを探るレポーターが声のみ出演いたします。さて、レポーターは一体誰!?お茶のひみつだけでなく、レポーターについても謎は深まります。

### ■ オープン懸賞「旨さの原点 一（はじめ）の旅」

2月21日より、素材本来のおいしさを知っている生産地の人と共に、現地で旬な食材を味わえる「旨さの原点 一（はじめ）の旅」キャンペーンを実施します。クイズ（「緑茶の原点〇〇の味」）に正解した方の中から抽選で80組160名をご招待。プレミアムは全部で8コース、日本各地の様々な旨さの原点に触れる旅をご用意いたしました。一泊二日で素材が生まれた現地向かい、その場で、素材本来のおいしさをお楽しみいただきます。

The poster features a grid of 10 food items, each with a letter label and a description:

- A: 伊勢海老と刺身体験 (Ise Ebi and Sashimi Experience)
- B: 銚子のちんちん焼き体験 (Chinchin-yaki Experience in Choshi)
- C: 船上げ鮎の焼つき岩ガキの船身体験 (Boat-raised Ayu and Grilled Rock Clams Boat Experience)
- D: 南風鯛魚湯川友釣り鮎の塩焼き体験 (Nankaze Taimori River Ayu Fishing and Salt-grilled Ayu Experience)
- E: 松茸狩り & 松茸づくし体験 (Matsutake Hunting & Matsutake Experience)
- F: 鰯の一本釣り & 船上げ刺身体験 (Herring One-line Fishing and Boat-raised Sashimi Experience)
- G: 高根白桃の農園体験 (Takane White Peach Orchard Experience)
- H: 海女さんと生ウニ体験 (Diver and Live Uni Experience)
- I: 高根白桃 (Takane White Peach)
- J: 高根白桃 (Takane White Peach)

Additional text on the poster includes:

- 旨さの原点 一（はじめ）の旅 (Origin of Umami: Hajime no Tabi)
- 茶園の原点 茶園の味 (Origin of Tea: Taste of the Tea Garden)
- 新発売 (New Release)
- 旨さの原点を食べて行こう! (Let's eat our way to the origin of umami!)
- 抽選で 80組 160名様 (Selected by lottery, 80 groups, 160 people)
- 1泊2日ご招待! (1-night, 2-day invitation!)
- http://hajime-cha.jp

## <「旨さの原点 ー（はじめ）の旅」キャンペーン概要>

【賞品】 A. 伊勢志摩「伊勢海老漁と刺身体験」 B. 北海道標津「鮭のちゃんちゃん焼き体験」  
C. 東北奥松島「殻つき岩ガキの船上体験」 D. 南飛騨馬瀬川「友釣り鮎の塩焼き体験」  
E. 丹波篠山「松茸狩り&松茸づくし体験」 F. 高知土佐「鰹の一本釣りと船上刺身体験」  
G. 備前山陽町「高級白桃の農園体験」 H. 玄界灘彦岐「海女さんと生ウニ体験」  
各コース10組20名様、合計80組160名様

【応募期間】 2005年2月21日(月)～5月7日(土) (WEBサイトでの応募の場合は5月7日24:00まで)

【応募方法】 「緑茶の原点 ○○の旅」の○○にあてはまる言葉を答えて、希望のコース、郵便番号、住所、氏名、電話番号、性別、年齢、職業を明記し応募。

ー（はじめ）WEBサイト(<http://hajime-cha.jp>)、専用ハガキ、市販ハガキで応募できます。

<郵送応募宛先>

〒119-0202 新東京郵便局 私書箱99号「旨さの原点 ー（はじめ）の旅」ご招待係

【抽選・発表】 クイズに正解された方の中から、厳正な抽選を行い、ご当選者の方には6月上旬頃、電話ならびに郵送にて直接ご連絡いたします。

【キャンペーンに関するお問い合わせ先】 0120-084-509(10:00-18:00土日祝日を除く)

## ■ WEBサイト [<http://hajime-cha.jp>]

2月21日よりー（はじめ）のWEBサイト [<http://hajime-cha.jp>] を開設し、発売前から実施するオープン懸賞の詳細情報やWEBサイトのみで実施する事前サンプリング情報などをお知らせします。3月7日以降は、茶園農家を舞台に、ー（はじめ）のひみつを明らかにしていきます。茶園農家の人との会話を楽しみながら茶園農家で飲まれているお茶の世界を楽しみながら、素のまま楽しまれている生産者が知る素材の味を紹介するコンテンツなど、楽しい情報を随時アップしていきます。

## ■ サンプリング

発売前の事前サンプリングをはじめとして、発売日以降は、茶園農家をモチーフとした全国主要都市でのサンプリングや量販店等での店頭サンプリング、Cmode(※)を活用したサンプリングなど、消費者の製品理解とトライアル促進を目的に、全国で過去最大規模の消費者サンプリングを計画しています。

## <WEB限定 事前宅配サンプリング>

2月21日より、ー（はじめ）WEBサイトにて受付開始。オープン懸賞に応募した方の中から先着で10,000名様に、発売前にー（はじめ）をお届けします。特製ボックスに入ったー（はじめ）500mlPETをいち早くお楽しみいただけるスペシャル企画です。

## <全国拠点サンプリング>

発売日3月7日以降は全国規模でサンプリングを行います。茶園農家を舞台にしたブースが全国約20ヶ所の各主要都市に現れ、ー（はじめ）のおいしさや世界観を体験していただきます。

### <Cmode(※)活用サンプリング>

コカ・コーラシステムだけが実施できる大規模サンプリングとして、Cmodeを活用したサンプリングを全国の「Cmode対応ベンダー」約2,500台で展開します。メール配信により告知を行い、Cmode対応ベンダーで使用できる無料サンプリング用二次元バーコードを発行。取得した二次元バーコードをCmode対応ベンダーにかざすことにより、一（はじめ）280mlPETを入手できます。二次元バーコード利用可能期間は3月7日～3月21日の15日間で、期間中合計20万本になり次第終了。

(※Cmode：iモード対応携帯電話でコカ・コーラ社の飲料が買えるサービス。Cmode対応ベンダーは、通常の自販機に、コンピュータとディスプレイ、スピーカー、プリンターなどマルチメディア機能を搭載した自販機です。)

### ■ 市場展開・販促キャンペーン

発売前から実施される各種マーケティングサポートによる消費者の期待感醸成を受けて、製品認知向上とトライアル促進を目指し、積極的な市場展開を行ってまいります。チャネルごとのキャンペーンやエリアによるキャンペーンなどを予定しています。

### <コンビニエンスストア：「茶園農家ジオラマフィギュアコレクション」>

全国のコンビニエンスストアでは、一（はじめ）500mlPET製品を対象に、一（はじめ）の舞台である茶園農家をテーマにした「茶園農家ジオラマフィギュアコレクション」プレゼントを実施します。精巧に作られたあらゆる茶園農家の風景は“茶園農家シリーズ”6種類と“縁側シリーズ”6種類の全12種類。対象製品1本につきフィギュア1種類がもれなく付いています。集めると風景はつなげて楽しむこともでき、青々と緑に囲まれたほのぼのとした茶園農家のジオラマは、一（はじめ）の舞台と連動し、消費者の心を和ませてくれます。  
(3月7日～景品がなくなり次第終了)



<スーパーマーケット：「たち吉 ー（はじめ）オリジナル小皿コレクション」>

スーパーマーケットでは、ー（はじめ）2L PET製品を対象に、素材の自然な風合いを活かした「たち吉 ー（はじめ）オリジナル小皿コレクション」（全6種）を実施します。対象製品1本につき1皿もれなく付いています。主婦に非常に高い人気と知名度を誇る老舗ブランド「たち吉」とタイアップし、素材の自然な風合いを活かしたオリジナル小皿で展開していきます。（3月7日～景品がなくなり次第終了）



---

<本件に関するお問い合わせ先>

日本コカ・コーラ株式会社 広報本部

: 03-5466-8120

\* お客様からのお問い合わせ先 : 0120-308509