

なぜコカ・コーラは日本で有名なのか

-海外の企業について考える-

松本彩芽

大宮国際中等教育学校

要旨

飲料メーカーと言われて、思いつくのは何だろうか。現在の飲料メーカーの売上ランキングトップ3に入っているのが、コカ・コーラだ。コカ・コーラは、炭酸飲料の名前としても有名で、日本人は誰もが知っているだろう。しかし、コカ・コーラは日本の企業ではなく、元はアメリカを拠点とした企業である。ではどのようにコカ・コーラは、海外でここまで有名になったのだろうか。コカ・コーラの歴史、取り組みなどをもとに、海外の企業について考えた。

キーワード: 企業、広告、歴史

1. はじめに

日本の飲料メーカーと言われて、思いつくのは何だろうか。現在の飲料メーカーの売上ランキング一位はサントリーHD、二位はコカ・コーラ、三位は伊藤園だ。サントリーHDと伊藤園は日本の企業であるが、コカ・コーラは本拠をアメリカとした海外の企業である。コカ・コーラは、炭酸飲料の名前としても有名で、日本人は誰もが知っているだろう。しかし、コカ・コーラは日本だけで有名ということではない。世界的にもシェアは大きく、とても知名度の高い会社である。また現在、国内シェアの増えている企業は多いが、コカ・コーラはとても昔からあり、誰もが知っている企業となっている。そこで、現在増加している海外の企業のうち昔からあるコカ・コーラに焦点を置いて海外の企業の各国へのアプローチについて調査をしようと考えた。

今回の探究では、コカ・コーラが日本で人気な理由について調べてから、それをもとに海外の企業について考えることにした。現在海外の企業は増加しているが、それはどのような影響が日本にあるのかについても考えていきたいと思う。

前提として、日本のコカ・コーラの組織について述べる。日本のコカ・コーラは、企画からリサイクルまでを数多くの会社に分けて行っている。これから述べる日本

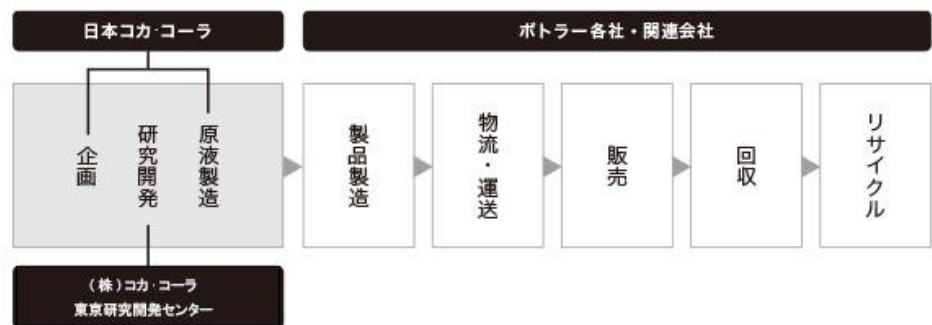


図1 日本のコカ・コーラの組織【1】

の製品の売り方などのマーケティングに関することは日本コカ・コーラ株式会社が行っており、日本の販売を行っているのはボトラー会社である。そして、ボトラー会社の中でも日本の約9割を担う国内最大かつアジア最大級のボトラー会社はコカ・コーラ ボトラーズジャパンである。これから述べる日本のシェアなどに関しては、多くがコカ・コーラ ボトラーズジャパンの業績となる。

2. コカ・コーラのシェア

2.1 日本のシェア

図2は飲料業界の2020~2021年までの売上高を企業別にランキングにしたもので、上位10位を表している。なお、ビールなどの酒類を扱っている企業は、その金額は引かれている。このグラフを見ると、コカ・コーラの売上は第2位であることが分かる。売上高はサントリーHDの方が上であるが、コカ・コーラがすごいところは、このランキング内で唯一の海外の企業ということであ

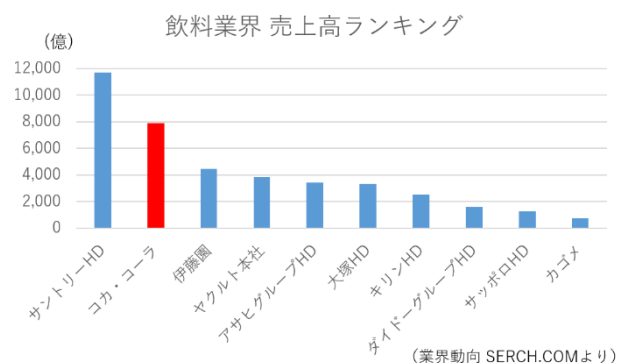


図2 飲料業界 売上高ランキング【2】

る。（キリンHDは、ノルウェー系アメリカ人の醸造技師が日本でビールを製造した。）日本人は、国産であることに強い信頼を置いており、食料品の購入時に「国産か否か」を気にかける人の割合は74.0%もいるといったデータもある。そのため、このように日本でのシェアで2位を獲得するということは、凄い結果であるといえる。

2.2 世界全体のシェア

コカ・コーラは、日本だけでなく世界全体としても大きなシェアを得ている。アメリカを拠点に置き、日本のコカ・コーラの子会社などが傘下にあるザ・コカ・コーラ・カンパニーの2021年前期の利益は、約1兆2942億7792万9155円(2022.7.23時点)に上る。そして、companiesmarketcap.comによる世界全体の企業の利益ランキングでは、82位にランクインしている。また、アメリカ・インターブランド社の発表した「Best Global Brands 2021」で、コカ・コーラは6位にランクインした。インターブランド社は、

「The Coca-Cola Company is the world's largest total beverage company」（訳：コカ・コーラカンパニーは、世界最大の総合飲料会社）とコメントしている。図3はインターブランド社が作成しているブランド価値のグラフである。これまで最高値の2014年から減少傾向にあるが、それでもなお世界で6位の企業であることから、世界でもとても大きなシェアを誇っているといえる。

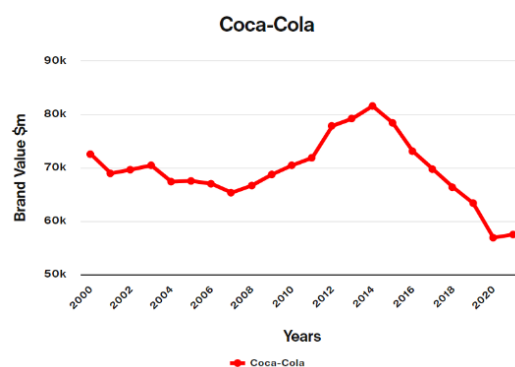


図3 コカ・コーラのブランド価値【3】

3. コカ・コーラの歴史

3.1 コカ・コーラの誕生

飲み物のコカ・コーラは、1886年5月8日にジョージア州アトランタで誕生。薬剤師だったジョン・ステイス・ペンバートン博士（図4）は、コカ・コーラのシロップを製造した。その後、好評であったため1杯5セントで販売された。ジョン・ステイス・ペンバートン博士のパートナーで簿記係のフランク・M・ロビンソンは、コカ・コーラという名前を考えた。2つのCは映えると考えたからである。最初の一年間（1886年）は、一日平均9杯というとても少ない売り上げであった。しかし、1900年にはアメリカの全州で販売されるまで成長した。ここまで成長させたのは、実業家のエイサ・グリッグス・キャンドラーがコカ・コーラを買収したことが影響している。キャンドラーは、1888年にコカ・コーラカンパニーを買収し、法律で認められたジョージアコーポレーション（原文：

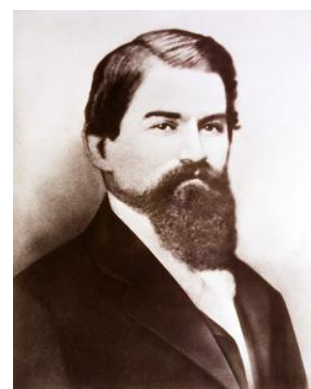


図4 ジョン・ステイス・ペンバートン博士【4】

Georgia Corporation) としてザコカ・コーラカンパニーを設立した。キャンドラーは1916年にアトランタ市長に立候補するまで、コカ・コーラに貢献した。

開業当時はソーダフ
ァウンテン（清涼飲料水を供給するための簡易な装置）で提供をしていたが、外でも飲めるようにと、瓶ボトルが提案された。当時のボトルは茶色や透明のシンプルなストレ



図5 ボトルの変化【5】

ートボトルであったが、競合する会社と区別をつけるため、ボトルにコカ・コーラのロゴを浮き出すデザインにすることにした。1915年に特許を取り、そのボトルはボトリング設備に対応できるようにスリム化され、1916年に広く生産されるようになった。このボトルは40年間形を変えず使われてきた。

3.2 どのように全州まで広まったのか

3.1で述べたように、コカ・コーラは1886年から1900年のたった14年で全州まで広まった。では、どのように短時間で広まったのか？この理由として、1887年から世界で初とも言われている、クーポン（図11）を使用して宣伝を行ったことがあげられる。コカ・コーラは、当時5セントで販売してい



図6 実際のクーポン【5】

たコカ・コーラを無料で提供したのである。1894年から1913年の間に、アメリカ人の9人に1人が無料のコカ・コーラを受け取り、合計8,500,000杯が無料で飲まれたと言われている。無料で提供することは、企業の負担が大きく感じる。しかし、クーポンは企業にプラスが大きいと言われている。例えば、Loyalty Scale Report 2019によると、61%の顧客がギフトや割引に興味を持っているというデータがある。物を購入する際、人は少しでも安くお得に買いたいと考える。そのため、「割引」や「無料」という単語に惹かれるのだ。よって、コカ・コーラがクーポンを使用したことは企業にとってマイナスではなくプラスであり、コカ・コーラが全州まで広がったことに大きく貢献したといえる。

3.4 コカ・コーラとサンタクロース

コカ・コーラは現在あるサンタクロースのイメージを浸透させた。現在のサンタクロースといえば、赤い服を着て白いひげを生やしているサンタクロースである。しかし、1931年までは身長や容姿は様々で地域によって異なる姿をしていたのだ。コカ・コーラは、1920年代からサンタクロ



図7 1931年の広告【6】

ースを広告に使い、1931年にアメリカの雑誌「サタデー・イブニング・ポスト」に掲載してから（図7）様々なところで定期的に掲載された。現在でもクリスマスになるとサンタクロースとコカ・コーラの広告が使われている。図8は2021年の11月1日から開始されたキャンペーンの絵である。サンタクロースがコカ・コーラのボトルを持っている様子が分かる。このように、コカ・コーラはサンタクロースを使い、クリスマス＝コカ・コーラというイメージ作りを行っている。クリスマスシーズンは、人が集まってホームパーティーなどを行うことが多いため、消費量も増える。そのため、このようなイメージ作りは効果的であるといえる。



図8 2021年の広告【7】

3.2 日本のコカ・コーラの歴史

日本のコカ・コーラの販売は、大正時代から始まった。1914年（大正8年）に発表された、高村光太郎の詩集『道程』に収録されている『狂者の詩』には、「コカコオラ、THANK YOU VERY MUCH 銀座二丁目三丁目、それから尾張町（中略）コカコオラもう一杯」という記述がある。（図9）そして、1910年代には日本では輸入品として明治屋などで売られ始めた。1919年（大正8年）には、明治屋のPR誌「嗜好」に、コカ・コーラの広告が掲載された。（図10）そこには、「衛生的にも嗜好的にも最も進歩せる世界的清涼飲料水」というキャッチコピーが使われていた。コカ・コーラを「コカコラタンサン」と呼び、コカ・コーラの写真と共に掲示されている。終戦後は、1946年（昭和21年）以降には日本国内の6か所に工場が設置され、1949年（昭和24年）には国内でコカ・コーラボトルの製造が始まった。高梨仁三郎氏（図11）は、1952年に渡米し、販売権を獲得し、東京を拠点とした東京コカ・コーラボトリング株式会社を設立した。日本にコカ・コーラを浸透させる第一歩を作ったことから、日本のコカ・コーラの父と呼ばれている。

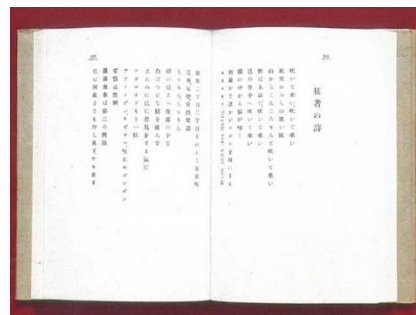


図9 狂者の詩【8】



図10 明治屋のPR誌「嗜好」【8】



図11 高梨仁三郎氏【8】

3.3 コカ・コーラに関する問題

コカ・コーラと聞くと、「太る」「健康に悪い」などの体への影響を考える人が多いのではないだろうか。右の表は、コカ・コーラの製品の

100gあたりのエネルギー、食塩、炭水化物をまとめたものである。実際に、コカ・コーラはこの4製品の中（図12）で最もエネルギーが高く、炭水化物も多い。コカ・コーラは美味し

	エネルギー (kcal)	食塩(g)	炭水化物(g)
コカ・コーラ	45	0	11.3
ファンタ グレープ	40	0.01	10
アクエリアス	19	0.1	4.7
綾鷹	0	0.02	0

図12 各製品の比較【9, 10, 11, 12】

いが、体には良くないことがよく分かる。そしてこの問題に、コカ・コーラは長い間向き合ってきた。そして現在、「カロリーゼロ」「カフェインゼロ」といった製品（図13）が多く販売されている。コカ・コーラゼロという名前の製品は、100gあたり食塩が0.01gのみでその他のエネルギーや脂質、炭水化物など全てゼロの製品だ。また、コカ・コーラプラスは消費者庁が許可した特定健康用食品となっており、1日1本食事と一緒に飲むことを目的とした製品である。このように、健康に気を使わなくても飲むことのできるコカ・コーラを販売することで、コカ・コーラを多くの人に飲んでもらうように考えているといえる。



図13 コカ・コーラの種類【9】

5. 現在行われている戦略・宣伝

5.1 自動販売機と連携できるアプリ

スマホ専用アプリ「Coke ON」を使ったサービスがある。このサービスは3,300万ダウンロードもされている。スマホ自販機と

「Coke ON」を接続して飲料を購入すると、アプリ上にスタンプが1つ追加され、15スタンプがたまる毎に製品1本と交換できるシステムである。画期的なアプリであるが、コカ・コーラ側は製品1本分を無料で配ることになるため、負担がかかってしまう。では、なぜこのようなシステム

が必要であるのか。私は、このアプリが自動販売機限定であることに着目して、自動販売機の普及台数について調べた。

図14が自動販売機の普及台数の推移を表している。自動販売機の普及台数は、2012年の100.2%が最高値となり、2017年には大幅に減少した。2021年には回復しているが、それまで減少傾向であったことが分かる。

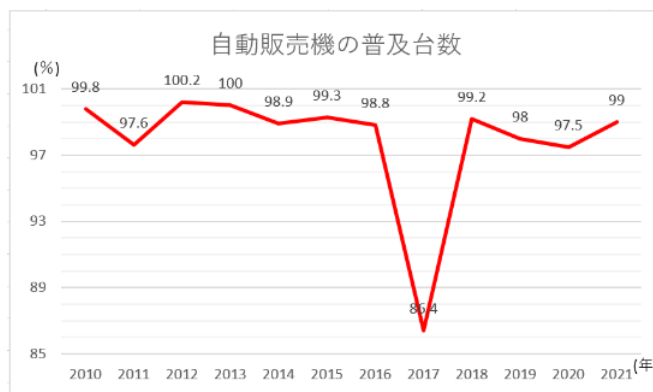


図14 自動販売機の普及台数【13】



図15 SEVEN CAFÉのイメージ【14】

こうなってしまった一因として、コンビニコーヒーの販売が開始されたことが挙げられる。これまで、コンビニはその場で淹れたてコーヒーを販売していたが、時間が経つと味が落ちてしまうことから、好まれていなかった。しかし、コンビニ大手のセブンイレブンが2013年1月に「SEVEN CAFÉ」（以下セブンカフェとする）を全国に導入したことでコンビニコーヒーが有名になった。セブンカフェは、セブンイレブンが独自に開発した、セルフ式の機械（図15）で、専用サーバー通して1杯ごとに作成するのが特徴である。従来の課題であった味が落ちてしまうことを改善し、1杯ごとに淹れたてのコーヒーを飲めるようになったセブンカフェは革命的である。自動販売機でも、ホットコーヒーとして暖められた缶コーヒーの販売をしていたが、淹れたての方が自然に暖かく、味も安心である。その結果、自動販売機を利用する人が少なくなり、普及台数も減ってしまった。そこで、コカ・コーラは改善を測るために2016年4月に「Coke ON」を開始したと考えられる。コカ・コーラは、「これまでにない新しいサービス展開で、立寄率向上を図ります。」（日本コカ・コーラ株式会社 n.d.）と述べており、「Coke ON」は自動販売機を多くの人に使ってもらうための大きな取り組みであるといえる。

また、自動販売機の普及台数が2021年までに回復した理由としても一つ考えることが出来る。それは、新型コロナウイルスの感染拡大である。感染予防のために人々は外出することを控えることになり、非接触・非対面ということも注目された。その点で、自動販売機は無人販売であり、ボタンを押すだけで購入することができるため、人々のニーズに合っており、普及台数が回復したといえる。

5.2 新製品の開発

コカ・コーラは新製品を毎年発売しており、日本コカ・コーラ株式会社のサイトでお知らせされている新製品の数※は、2019年は23個、2020年は19個、2021年は15個となっている。

2021年度の業績には新製品が貢献した。例えば、「アイシー・スパーク」や「綾鷹カフェ 抹茶ラテ」などは1億本を突破する人気だった。「綾鷹カフェ 抹茶ラテ」は、「2021年上半期におけるティーンが選ぶトレンドランキング」で上位にランクインするなど、若者にも人気が出た。そのため、販売直後に一時出荷停止となっていたが、販売再開された。また、ブランドアンバサダーである女優の吉岡里帆さんをCMに起用し、幅広い世代に向けて宣伝を行った。（図16）そして、2021年に発売された「やかんの麦茶 from 一（はじめ）」は、2か月で2億本突破、11か月で3億本突破、1年2ヵ月で累計出荷本数4億本突破した。この4億本突破したという結果は、日本コカ・コーラ株式会社（2022）によると、過去10年間で発売されたコカ・コーラ社の新製品として最速の速さである。



図16 吉岡里帆さん【15】

※お酒や味のリニューアルは含む、新パッケージは含めないで作者がカウント

5.3 海外のコカ・コーラ製品

コカ・コーラは各国の文化に合わせた製品を販売している。コカ・コーラボトラーズジャパンでは、約40のブランドと、600種類以上の製品を販売している。日本の文化に合わせたブランドの代表的な例として、緑茶の「綾鷹」を販売している。（図17）綾鷹は創業450年の上林春松本店が監修しており、茶葉にもこだわることで日本の緑茶を再現している。また、パッケージでは緑茶を連想させる緑色と急須の絵を使っている。

日本以外にも、各国に合わせた製品は販売されており、各国のコカ・コーラの公式サイトの商品紹介のページを比べると製品も異なっている。上の画像は日本のコカ・コーラのウェブサイト、下の画像がオーストラリアのウェブサイトでの商品紹介の画像である。比較すると、色やイラストなどから、コカ・コーラやSprite、ファンタなどは共通の製品であることが分かるが、その他は日本で販売されていない製品があるなど、大きく異なっている。よって、コカ・コーラは共通の製品で世界的にイメージを与え、各国に合わせた製品でそれぞれに密着した形で販売を行っていると考えられる。



図17 綾鷹【16】

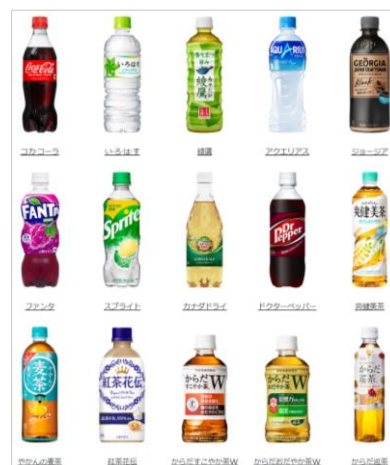


図18 日本とオーストラリアの製品【17, 18】

6. おわりに

コカ・コーラは、意図的な戦略によって知名度を上げ、世界的に有名な企業へと成長したことが分かった。とても興味深いのが、世界初とも言われているクーポンの利用や、スマホ専用アプリの「Coke ON」である。2つの共通点は無料で製品を配るという点と、その時の場合に合わせた方法であるということである。クーポンを使用したときは、コカ・コーラはまだ多くの人に知れ渡っておらず、知名度を上げる必要があった。そして、「Coke ON」の使用を開始したときには、自動販売機の使用率が低くなっていた。結果はどちらも効果的であり、知名度や使用率のアップへ貢献した。コカ・コーラは、その他の方法も含めて意図的な方法が巧みであるといえる。

近年、日本に進出する海外の企業は増えている。そのため、より知名度を上げることは難しくなっているといえる。その中で、コカ・コーラのように意図的な方法を行うことで、大きな近道になるのではないかとはいえる。海外の企業は日本の企業が持っていない技術を持っている。そのため、まだ多くの人に見つかっていない企業でも可能性を信じて意図的な方法で知名度を上げてほしいと思う。

参考文献

- 「【2021 年上半年期】ティーンが選ぶトレンドランキングを発表！」(2021.11.17). 『若年層マーケティングの情報発信サイト マイナビティーンズラボ』 <https://teenslab.mynavi.jp/column/2021kamihankitrend/> (2022.6.30)
- 「1 杯ごとに挽きたてをドリップ。「SEVEN CAFÉ」夏までに約 15,000 店 全店拡大決定 年間販売目標 3 億杯超！日本一のレギュラーフレッシュコーヒー販売拠点へ」(2013.1.28). 『株式会社 セブン-イレブン・ジャパン』 https://www.sej.co.jp/dbps_data/_material_/localhost/pdf/2011/2013012802.pdf (2022.8.10) 【 1 4 】
- 「Best Brands」(2021.12.14). 『Interbrand』. <https://interbrand.com/best-brands/> (2022.7.14)
- 「Brands」(n.d.) 『Coca-Cola Australia』 <https://www.coca-colacompany.com/au/brands> (2022.7.15) 【 1 8 】
- 「Coca-Cola Reports Fourth Quarter and Full-Year 2021 Results」(2022.2.10). 『The Coca-Cola Company』. <https://investors.coca-colacompany.com/news-events/press-releases/detail/1046/coca-cola-reports-fourth-quarter-and-full-year-2021-results> (2022.7.23)
- 「Coca-Cola」(2021.10.22). 『Interbrand』. <https://interbrand.com/best-global-brands/coca-cola/> (2022.7.14) 【 3 】
- 「Companies ranked by earnings」(n.d.). 『CompaniesMarketCap』. Companies ranked by earnings - CompaniesMarketCap.com (2022.7.22)
- 「Five Things You Never Knew About Santa Claus and Coca-Cola」(n.d.) 【The Coca-Cola Company】 <https://www.coca-colacompany.com/company/history/five-things-you-never-knew-about-santa-claus-and-coca-cola> (2022.7.7) 【 6 】
- 「The Birth of a Refreshing Idea」(n.d.). 『The Coca-Cola Company』 <https://www.coca-colacompany.com/company/history/the-birth-of-a-refreshing-idea> (2022.6.9) 【 4 】
- 「The History of the Coca-Cola Contour Bottle」(n.d.). 『The Coca-Cola Company』 <https://www.coca-colacompany.com/company/history/the-history-of-the-coca-cola-contour-bottle> (2022.6.9)
- 「The most important events in the history of The Coca Cola Company in the years 1880 through 1889」(n.d.) 『Coca-Cola great britain』 <https://www.coca-cola.co.uk/our-business/history/1880s> (2022.6.9)
- 「The most important events in the history of The Coca Cola Company in the years 1910 through 1919」(n.d.) 『Coca-Cola great britain』 <https://www.coca-cola.co.uk/our-business/history/1910s> (2022.6.9)
- 「アクエリアス | 製品情報」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/brands/aquarius> (2022.7.23) 【 1 1 】
- 「いっしょの時間に、魔法は起きる。「コカ・コーラ」ウィンターキャンペーン新 CM を 2021 年 11 月 1 日 (月) より全国放映クリスマスにぴったりなフードが 1 万名様に当たるキャンペーンも開始」(2021.11.1) 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/press-center/news-20211101-11> (2022.8.10) 【 7 】
- 「コカ・コーラ | 製品情報」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/brands/coca-cola> (2022.7.23) 【 9 】
- 「コカ・コーラシステムについて」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』. <https://www.cocacola.co.jp/company-information/coca-cola-system> (2022.7.23) 【 1 】
- 「ファンタ | 製品情報」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/brands/fanta> (2022.7.23) 【 1 0 】
- 「綾鷹 | 製品情報」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/brands/ayataka> (2022.7.23) 【 1 2 】
- 「綾鷹 製品について」(n.d.). 『綾鷹 (あやたか) 』 <https://www.ayataka.jp/about/product/ayataka.html> (2022.7.15) 【 1 6 】
- 「飲料業界 売上高ランキング(2020-2021 年)」(n.d.). 『業界動向サーチ』. <https://gyokai-search.com/4-drink-uriage.htm> (2022.6.2) 【 2 】
- 「事業内容」(n.d.). 『コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社』. <https://www.ccbji.co.jp/corporate/activity/> (2022.7.23)
- 「自販機とスマホが楽しくつながる！新デジタルマーケティングサービスがスタート」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』. <https://www.cocacola.co.jp/company-information/vending-machine/smartphone> (2022.8.10)

「食の国産品志向は74% 30年7月調査以降ほぼ横ばい 日本公庫の消費者動向調査」(2020.8.7). 『農業協同組合新聞』 . <https://www.jacom.or.jp/nousei/news/2020/08/200807-45763.php> (2022.6.2)

「製品情報」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/brands> (2022.7.15) 【17】

「日本におけるコカ・コーラビジネスの歴史」(n.d.). 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/company-information/history> (2022.6.9) 【8】

「発売から1年2ヵ月で累計出荷本数4億本突破! 「やかんの麦茶」夏キャンペーンを開始 麦茶屋店主の小芝風花さんと来店客サラリーマンのかまいたちが再び共演する 第二弾CM『やかんの麦茶 夏の一杯』篇7月4日(月)より全国放映開始 「食事を“おいしく”楽しむグッズ・逸品が必ずもらえる」キャンペーンや、夏を盛り上げるTwitterキャンペーンも実施!」(2022.7.1) 『日本コカ・コーラ株式会社』 <https://www.cocacola.co.jp/press-center/news-20220701-13> (2022.8.10)

「普及台数2021年(令和3年)版」(2022.4). 『一般社団法人日本自動販売システム機械工業会』 <https://www.jvma.or.jp/information/fukyu2021.pdf> (2022.8.10) 【13】

Samar Samir (2022.5.17). 「Coupon Marketing in 2021 (Killer Strategies with Examples)」. 『ExpandCart』 . <https://expandcart.com/en/59446-coupon-marketing/> (2022.7.14)

The Coca-Cola Company (2016.1.20). 『Coca-Cola 125 years booklet』 <https://www.cocacolacompany.com/content/dam/journey/us/en/our-company/history/coca-cola-a-short-history-125-years-booklet.pdf> (2022.6.9) 【5】

コカ・コーラ ボトラーズジャパン ホールディングス株式会社 (2022.2.14). 『2021年 通期 決算説明会』 . https://www.ccbj-holdings.com/pdf/irinfo/151_1.pdf (2022.7.16)

稲葉隆司 (2021.3.22). 「吉岡里帆さんが新商品「綾鷹カフェ 抹茶ラテ」のCMに登場」. 『グルメ Watch』 . <https://gourmet.watch.impress.co.jp/docs/news/1313504.html> (2022.8.10) 【15】