

‘NOTHING COMES CLOSE’

セレブリティ・クルーズ ワンランク上の体験

比類なきサービスレベルへ

ブランドの新しい位置付けは、ゲスト目線で比類のないパッケージサービスを強調します。

マイアミ（2024年4月8日） – セレブリティ・クルーズは、目の肥えた旅行者に魅力的な旅行へ誘います。プレミアムな洋上の旅で待ち受けるワンランク上の体験と比類のないサービスを備えた“Nothing Comes Close : 比類のない”世界を発見してください。セレブリティ・クルーズの新しいブランドポジショニングとブランドアイデンティティである“Nothing Comes Close”は、4月8日に全世界で発表されました。この発表は、2023年後半のセレブリティ・アセントの導入と、2025年の待望のセレブリティ・エクセルの登場に対する最近の熱狂的な期待に基づいています。

小型船ならではの親密で心のこもったサービスと、大型船ならではのバラエティとエキサイティングさを組み合わせたセレブリティ・クルーズならではのサービスを表現するためにデザインされた“Nothing Comes Close”は、メディアや広告、トラベルアドバイザーや船内に至るまで、セレブリティ・クルーズラインのブランドポジショニングの核となるものです。好奇心を刺激し、期待を超え、他では味わえない体験を提供するプレミアム・パッケージの本質的な約束を強調しています。

「クルーズの心のこもったサービスから、エンターテインメントやアクティビティのエキサイティングまで、セレブリティ・クルーズのパッケージは他にはないものだとお客様はおっしゃいます。私たちの新しいブランドポジションは、この感覚を記憶に残る魅力的な方法でパッケージ化したものです。」と、セレブリティ・クルーズ社長のローラ・ホッジス・ベッジは述べています。

このブランドポジショニングは、“True Eye View”（真の目線）と呼ばれる手法を用いて、セレブリティ・クルーズのパッケージのエッセンスをお客様の視点から捉えた、自信に満ちた遊び心あふれるクリエイティブスタイルで表現されています。セレブリティ・クルーズを際立たせるこのビジュアルアプローチは、彼らの視点を通して観客の好奇心を高め、その瞬間にいるような気分させるようにデザインされています。

「これは単なるブランドキャンペーンではありません。セレブリティ・クルーズのパッケージを際立たせる精神を体現するという、私たちのポジションです。クリエイティブの方向性は、セレブリティ・クルーズに乗船した瞬間から、ゲスト



の期待以上の感動と変幻自在の体験を提供することを表現しています。」と、セレブリティ・クルーズ、シニア・バイス・プレジデント兼チーフ・マーケティング・オフィサーのマイケル・シャイナーは述べています。

セレブリティは「Nothing Comes Close」キャンペーンをハイリーチ、フルファンネルマーケティング戦略で開始します。機知に富んだメッセージと本格的なイメージにより、「Nothing Comes Close」は、セレブリティが他のブランドとは一線を画す、感情的なつながりを持つブランドであるという評判を、お客様の間で確固たるものにします。

“Nothing Comes Close”のコンテンツは、セレブリティ・クルーズの YouTube 公式チャンネルでご覧いただけます。

<https://www.youtube.com/watch?v=nfHMJBeUx88>

セレブリティ・クルーズについて :

セレブリティ・クルーズの象徴的な「X」は、世界最高の場所、世界最高の場所にお客様をお連れする 16 のリゾート船団のマークです。セレブリティは、クールで現代的なデザインと宿泊施設で業界に革命をもたらしました。モダンなテイストのダイニング、スパ、エンターテイメント体験。文化的に豊かで多様なデスティネーション体験は、温かくパーソナライズされたサービスによって補完されます。世界を開くことへの情熱に突き動かされ、セレブリティは 7 大陸すべてを旅し、70 か国以上、約 300 の目的地を訪れます。セレブリティ・クルーズは、世界的なクルーズ会社ロイヤルカリビアングループ(NYSE:RCL)が所有する 5 つのクルーズブランドの 1 つです。セレブリティ・クルーズの詳細については、www.celebrity.com をご覧ください。

<お問い合わせ先>

セレブリティ・クルーズ

S & M ストラテジックパートナー 日本代表

クルーベル・コミュニケーション・ジャパン株式会社

Email: info@celebrity-jp.com