

2012年7月24日

報道関係各位

キリンビール株式会社

KIRIN 氷結 presents  
「セカイガ キラキラ ハジケル」SUMMER PROJECT

イベントで、WEBで、手のひらの上で！

# この夏、氷結と Perfume が 3つのサプライズを仕掛ける！？

氷結のブランドメッセージ「セカイガ キラキラ ハジケル」を体現した、  
氷結と Perfume のスペシャルプロジェクトが始動！！

キリンビール株式会社(社長:磯崎功典)は、2001年の発売以来 RTD 市場で圧倒的な支持をいただいている「キリンチューハイ 氷結」において、本年より「セカイガ キラキラ ハジケル」というブランドメッセージを発信し、Perfume をイメージキャラクターとした TV-CM をはじめ、商品の魅力をお客様にお届けするための、さまざまなプロモーションを展開しています。

この一環として、今夏「KIRIN 氷結 presents セカイガ キラキラ ハジケル SUMMER PROJECT」と題したスペシャルプロモーションを展開。下記 3 つの施策を組み合わせ、氷結史上最大のサマーエンターテインメントをお届けします。

ライブイベント(「氷結 SUMMER NIGHT」)  
ウェブコンテンツ(「Perfume DIGITAL LIVE」)  
氷結 AR 缶(「TRY! キラキラ LIVE [Special Edition]」)

< 氷結プロジェクトサイト <http://sekakira.jp> >



## ブランドメッセージ「セカイガ キラキラ ハジケル」について

「キリンチューハイ 氷結」の持つ果汁本来のみずみずしさと爽快感、ダイヤカット加工によるパッケージデザイン。そして、氷結を飲む楽しさと高揚感。これら氷結の特徴から、「氷結で、世の中をキラキラ弾けさせたい」という願いを込めた、2012年「キリンチューハイ 氷結」のブランドメッセージです。

「氷結 SUMMER NIGHT」

Perfume が6人に？ホログラフィック映像を活用したスペシャルライブを開催！全国5都市でも生中継

7月23日、渋谷ヒカリエにてスペシャルライブイベント「氷結 SUMMER NIGHT」が行われました。800人の一般参加者が集まったこのライブイベントは、出演者・内容ともにすべて事前の情報公開はなく、何が起こるか分からない、サプライズイベントとして行われました。

そんな中、オープニングの演出とともに現れたPerfume。過去の氷結CMソングである「レーザービーム」が始まると、観客からは歓声が沸き起こり、一気に会場がヒートアップしました。そして、2曲目の「Spring of Life」の間奏中に、不思議な出来事が。それまでステージに立っていたPerfume 3人と、新たに現れたPerfume 3人が入れ替わってしまったのです。どよめく観客。実は、ここまでパフォーマンスをしていたのは、「ホログラフィック映像」という3D立体映像だったのです。種明かしを知らされた観客からは、さらに大きな歓声が上がりました。その後、3曲目に「GLITTER」、最後は8月15日(水)にリリースされるシングルに収録され、現在オンエアされ氷結のCMソングになっている「Hurly Burly」が初披露されました。

ライブ終了後には、右からホログラフィック映像のPerfume 3人、左から実像のPerfume 3人、計6人のPerfumeがあいさつに登場。集まった観客に、映像撮影の裏話や、今回のプロジェクトに関するトークを行いました。なお、このライブイベントの様子は、全国5都市(東京・大阪・名古屋・札幌・福岡)の街頭ビジョンで生中継されており、道行く人が足を止め、6人のPerfumeのパフォーマンス映像に見入っていました。

ホログラフィックとは 透明な膜に映像を投射して目の錯覚で立体に見える最先端の技術のこと。

< Perfumeコメント >

あーちゃん「とっても緊張感のあるライブで、リハーサルも何度もやらせていただいたんですけど、『Hurly Burly』は初披露でしたし、(ホログラフィック映像は)最新の技術ということで、スタッフさんとの息の合わせ方など、みんなで一致団結して、気持ちをひとつにして、やりきったという感じがあります」

のっち「さっき(ライブの様子を生中継されていた)渋谷のスクランブル交差点の写真を見せてもらったんですけど、たくさんの方が見てくださっていて、すごく嬉しかったです」

かしゆか「自分たちが踊っていると、ホログラフィック映像の3人が見えないので、どういう風になっているのか不安だったんですけど、映像で見ると、本当に6人で踊っているみたいで、すごく不思議でした！」

< 氷結プロジェクトサイト <http://sekakira.jp> >

ホログラフィックとは  
透明な膜に映像を投射して目の錯覚で立体に見える最先端の技術のこと。

## 氷結プロジェクトサイト

同サイトのスペシャルコンテンツは、「Perfume DIGITAL LIVE」

Perfume の新曲『Hurly Burly』で踊る 3 人の映像を自分流にアレンジできるスペシャルコンテンツ「Perfume DIGITAL LIVE」！組み合わせはなんと 1 兆通り以上！

今回の取り組みを紹介する氷結プロジェクトサイトでは、7月23日(月)19時より、ウェブスペシャルコンテンツ「Perfume DIGITAL LIVE」が公開されます。

このコンテンツは、Perfume の新曲『Hurly Burly』に合わせてパフォーマンスする Perfume の 3 人の映像を自分流にアレンジできる、ウェブエンターテインメントです。ユーザー自身が監督となり、カメラアングル(どのメンバーにフォーカスするかを選択)やエフェクト(人物のシルエットやテクスチャーの選択)を自由に選んで視聴できます。用意されたカメラアングルは 4 種類(3 人/あ~ちゃん/かしゆか/のっち)、エフェクトは全 8 パターン。今後新しいエフェクトも追加される予定で、1 兆通り以上の組み合わせが可能になり、何度試しても楽しめるコンテンツとなっています。さらに、自分のプロフィール写真を観客として登場させることもできるなど、世界でたったひとつのオリジナルな映像を作り上げることができます。なお、自分で制作した映像について、ツイッターやフェイスブックなどの SNS 上に情報を発信し、友人とシェアすることもできます。



< 氷結プロジェクトサイト内「Perfume DIGITAL LIVE」 <http://sekakira.jp> >

### 最新のテクノロジーを使用した世界最先端のウェブエンターテインメントコンテンツ

ウェブスペシャルコンテンツ「Perfume DIGITAL LIVE」は、32 台のカメラを用いて実際の三人の踊りを全方位から撮影したデータをもとに制作されています。撮影された映像データを画像解析・処理技術を用いて精度の高い 3D データに変換し、ソーシャルメディアと組み合わせることで、参加型のインタラクティブコンテンツをユーザーが体験することができます。最先端のテクノロジーを感じさせるこのウェブエンターテインメント。オリジナルの映像体験の最後には、「セカイガ キラキラ ハジケル」という氷結のブランドメッセージも発信。このユーザー参加型のオリジナルコンテンツが、SNS 上で注目され、共有・拡散していくことで、TV-CM だけでは創出できない新しい形のブランド体験をユーザーに提供しています。

## TRY！キラキラ LIVE [Special Edition]

**氷結 AR 缶のマーカ―をスマホで読み込むと、「セカイガ キラキラ ハジケル」サプライズな体験が。**

氷結の期間限定デザイン缶「TRY！キラキラ LIVE 缶」パッケージに印刷されている AR マーカ―に、専用アプリをダウンロードしたスマートフォンをかざすと、氷結 AR 缶の周りに「モーションキャプチャ」と呼ばれる CG 技術によって制作されたキャラクターが現れ、現在の氷結CMソング『Hurly Burly』に合わせて踊る映像を楽しむことができます。氷結と氷結ストロングシリーズ、それぞれで異なるデザインのキャラクターが出現します。体験中の画像を SNS へ発信する機能も搭載した、スマートフォンとソーシャルネットワークの連動型プロモーションです。最先端の技術である AR (拡張現実) を手のひらの上で体験できる、何度でも楽しめるエンターテインメントとなっています。



< TRY！キラキラ LIVE [Special Edition] >

<http://www.kirin.co.jp/brands/hyoketsu/try/index.html> >



AR (Augmented Reality) とは

日本語訳は「拡張現実(感)」。目の前にあるリアルな世界に、本来そこにはないバーチャルなモノや情報を重ね合わせる技術やその映像のことを言う。中でも『ARAPPLI(アラプリ)R』の採用する AR は、ビジョンベース型 AR と呼ばれ、カメラを通して現実中存在する対象物の上にバーチャルな画像を重ね合わせるもの。

< TRY！キラキラ LIVE [Special Edition] 概要 >

対象商品：キリンチューハイ 氷結(レモン、グレープフルーツ、青ウメ)

キリンチューハイ 氷結ストロングシリーズ(シチリア産レモン、完熟グレープフルーツ)

展開期間：2012年6月製造品より順次出荷 2012年7月製造品から通常品に戻ります(予定)。

発売地域：全国

品 種：各 350ml 缶、500ml 缶

価 格：オープン価格

展開方法：iPhone「App Store」、Android「Google Play」から専用アプリをダウンロードします。

アプリを起動し、QR コードを読み取ります。

AR マーカ―を写すと、Perfume の新曲『Hurly Burly』を踊る 3 人のキャラクターが出現。

プロジェクトに関するお問い合わせ：電通パブリックリレーションズ 担当：日高

TEL：03-5565-6766 e-mail：y-hidaka@dentsu-pr.co.jp

商品に関するお問い合わせ：キリンビール株式会社 広報部広報担当

TEL：03-6734-9789