

2015年07月09日

報道関係各位

サントリー食品インターナショナル株式会社

「ペプシストロング ゼロ」新TV-CM

小栗旬さん出演「桃太郎」最新 CM 第 4 弾

**ついに鬼ヶ島上陸！桃太郎一行に待ち受けていた
黒鬼の正体はなんと、「キジ」の双子の兄だった！**

◆桃太郎『Episode.3』篇を7月11日(土)からオンエア開始◆

ペプシブランドサイト(www.pepsi.co.jp)では7月9日(木)より先行公開

CMの情報解禁は2015年7月9日(木)AM4:00以降でお願いします。

2015年7月9日(木)AM4:00以前の情報露出は一切禁止させていただいておりますので、
くれぐれも情報のお取扱にはご注意ください。よろしくお願い申し上げます。



「ペプシストロング ゼロ」グラフィック広告より

サントリー食品インターナショナル(株)は、桃太郎 TV-CM シリーズ第4弾として俳優の小栗旬さんを桃太郎役として引き続き起用し、『桃太郎』Episode.3』篇を7月11日(土)から、全国でオンエアします。

■ 桃太郎 TV-CM シリーズについて

2014年よりオンエアしている本シリーズは、昨年、一般社団法人全日本シーエム放送連盟(略称:ACC)が主催している「ACC CM フェスティバル」で最高賞の総務大臣賞/ACC グランプリに選出され、YouTubeではシリーズ累計600万回以上再生されるなど、多くの皆様からご好評をいただき、反響を呼んでおります。

2014年3月オンエアの『Episode.ZERO』篇では、巨大な鬼の一族の襲来を噂に聞いた桃太郎が、犬・サル・キジを仲間にして鬼ヶ島に旅立ち、2014年5月オンエアの『Episode.1』篇では、桃太郎が3人の仲間に出会う前、一人で鬼に挑み、敗れた後、剣の達人「宮本武蔵」を訪ね、武蔵のもとで修行を積み、再び鬼に挑むべく旅に出ました。さらに、2014年12月オンエアの『Episode.2』篇では、桃太郎の仲間である「犬」に焦点をあて、壮大な雪山のシーンの中で、犬の生い立ちから桃太郎と出会うまでのストーリーを描きました。

本作の『Episode.3』篇は、桃太郎の仲間である「キジ」に焦点をあて、新キャラクターである、キジの双子の兄「カラス」も登場します。キジとカラスは、鳥の王国の戦士として一族の中でも重要な役割を担っており、キジは「愛」で民を守り、カラスは「力」で一族を支配していました。ある日、兄のカラスは、更なる「力」への欲望に負け、強大な力を求めて鬼の仲間となり、自らも鬼と化してしまいます。キジは奪われた兄の心を取り戻すため、鬼と化したカラスと戦う決意をします。キジを含めた桃太郎一行は、鬼ヶ島にてカラスと激しい戦いを繰りひろげます。圧倒的な「力」の前に、苦戦を強いられる桃太郎たちは、倒れそうになりながらも、最後にはカラスの心を取り戻すストーリーが壮大に描かれています。

そして、今回は、シリーズ最長となる「4分バージョン」も、7月13日(月)からBS・CSで全国放送され、7月9日(木)からは、ペプシブランドサイト(www.pepsi.co.jp/)で先行公開いたします。

■ CMストーリー(『桃太郎「Episode.3」』篇)

むかし、鳥の王国に双子の戦士がいました。

七色の羽根を持つ弟は「キジ」。黒い羽の兄は「カラス」と呼ばれていました。



カラスは強大な力を求め、鬼の仲間となってしまいました。



「ペブシストロング ゼロ」CM 『桃太郎「Episode.3」』篇(30秒)より

仲間とともに鬼へ挑む桃太郎に「自分よりも強いヤツを倒せ。」、キジの決意に満ちた眼差しとともに、「Forever Challenge.」というメッセージがインサート。巨大な黒鬼と化したカラスと七色の羽根を広げ対峙するキジのカットに、「ペブシストロング ゼロ」が登場して締めくくります。

■ 『桃太郎「Episode.3」』篇 の見どころ

◇4分バージョンでしか見られない、「キジ」と「カラス」のエピソード。

30秒バージョンでは語られないキジとカラスのエピソードが4分バージョンに存在しています。それは、キジの一族に対する「愛」と、兄であるカラスへの「愛」です。複雑な心境の描写とともに、奪われた兄の心を取り戻すため、戦いの決意をもって鬼ヶ島へ向かう姿が壮大に表現されています。

◇CMの世界観を圧倒的に引き立てる、細部にまでこだわり抜いた鮮やかな衣装。

新キャラクターのカラスは、「凛々しさ」「強さ」「戦い」を表現できる衣装を目指しました。また、若きキジの衣装は、愛と優しさにあふれた「力」のあるイメージを、そして、鳥の一族は、「鮮やかな遊牧民」のイメージから、色彩豊かな衣装に仕上げ、実際に鳥の民が実世界に住んでいるような世界観をつくりあげました。実に、約二ヶ月の間に合計で、87以上のコスチューム(カラス、キジ、鳥の一族、鳥の王様、兵士、カラスの手下)が出来上がりました。



◇新・黒鬼の登場、圧巻の戦闘シーン。

本作品では、新たな鬼が登場します。それは、更なる「力」への欲望に負け、鬼の仲間となり、カラス自らも鬼と化してしまった、「黒い翼を持つ鬼」です。大きな爆発と炎の中、不気味に現れる巨大な黒鬼、強靱な鎧を纏ったような身体、鋭く怪しく光る黄色い眼光、すさまじい炎を口から吐き、桃太郎たちに襲いかかる圧倒的なスケールで描かれた戦闘シーンは圧巻です。



「ペプシストロング ゼロ」CM 『桃太郎「Episode.3」』篇(30秒)より

■CM概要

●桃太郎「Episode.3」篇(30秒・60秒)

出演:小栗旬(桃太郎役)、シェーン・コラード(キジ役/カラス役)

放送開始日:2015年7月11日(土)

放送地域:全国放送(地上波)

●桃太郎「Episode.3」篇(4分)

出演:小栗旬(桃太郎役)、シェーン・コラード(キジ役/カラス役)

放送開始日:2015年7月13日(月)

放送地域:全国放送(BS・CS)

※7月9日(木)からは、ペプシブランドサイト(www.pepsi.co.jp/)で先行公開いたします

■ペプシの公式 Facebook でもオンエア告知

ペプシの公式Facebookでは、ティザームービーの公開やCM公開番組の告知、インタビュー動画、4分バージョンのCM告知など、話題化を図ります。

<https://www.facebook.com/SuntoryPepsi/>

■小栗旬さん インタビュー

Q:いよいよ「鬼ヶ島」に乗り込んで「鬼」との戦いが始まりますが、撮影にあたって、今までとは違う心境の変化はありましたか？

A:「とうとう鬼ヶ島に到着して鬼との戦いが始まるので、かなり色々なことが変化してる。」
「その中でも、いままでのエピソードでは、新たな仲間を手に入れ、
そして過去には鬼に一度敗れていた桃太郎が修行に励み、
またもう一度鬼と戦うために鬼ヶ島に着いたということで、
生まれ変わった新生桃太郎が見せられるんじゃないかと思っています。」

Q:「キジが実は双子の兄弟」というエピソードが明かされますが、小栗さんにとって「兄弟」とはどんな存在でしょうか？

A:「双子ではないですけど、上に兄弟がいます。」
「やっぱり子供の頃なんかは兄はすごい憧れの存在でしたし、
兄貴に負けたくないなという思いを持ってる時期があり、
大人になって、今は、お互いに刺激を与えながら、
共に別々の道で戦っているという感じですかね。」

Q:新商品の「ペプシストロング ゼロ」を飲んでみた感想は？

A:「超刺激的です！強炭酸でとにかくガツンときますね！」
「炭酸が強いものが好きなので、とても好きな味だし、刺激がたまらない！」
「夏にぴったりなペプシストロング ゼロだと思う！」

Q:ペプシストロング ゼロのキャッチコピーは“刺激を楽しめ。”ですが、小栗さんが今一番刺激を受けていることはなんでしょう？

A:「間違いなくこの現場ですね。」
「毎回この桃太郎シリーズは、日本ではできないようなことだったり、
普段の撮影スタイルとは違うようなことをいつも経験させてもらえますし、
本当に毎日毎日この撮影においては刺激的なんですけど、
結構このCMって現場に行くと、“こんな感じです、やってみましょう！”って言って、
“ローリン！ローリン！ローリン！” “アクション！アクション！アクション！”って感じで、
何度も何度もやって気づいたらOKになってるので、
いつも手応えがないまま帰ってくることも多いんです(笑)
なのに出来上がったものはとんでもない・・・刺激的であり、
周りのみんなから羨ましがられる作品になっているのでそういうこともひっくるめて
すごく色々なことを考えさせられる刺激的な現場だと思います。」

■「ペプシストロング」ブランド商品概要

●「ペプシストロング ゼロ」

「ペプシストロング ゼロ」は、ストロングブランドの特長である、強炭酸×強カフェインによる“ペプシ最強の刺激”が楽しめる中味設計をベースに、スパイスの配合バランスにこだわり、キレのあるおいしさを実現しました。パッケージは、新しい強刺激コーラカテゴリーの創出を意図し、ゼロコーラの記号となっている黒を基調としながら、直感的に強い刺激を連想するネーミング「ストロング ゼロ」の文字とペプシグローブマークを、大胆にデザインしました。

●「ペプシストロング」

「ペプシストロング」は、強炭酸×強カフェインによる“ペプシ最強の刺激”が楽しめる中味設計をベースとしながら、有糖コーラとしてのおいしさ、しっかりと甘さと飲みやすさを両立することで実現しました。また、パッケージは、新しい強刺激コーラカテゴリーの創出を意図し、ブランドカラーの青色をベースに、直感的に強い刺激を連想するネーミング「ストロング」の文字とペプシグローブマークを、大胆にデザインしました。



▼商品概要

商品名	容量	希望小売 価格 (税別)	梱包	発売期日 (2015年)
「ペプシストロング ゼロ」	1.5Lペットボトル	320円	8本	6月16日(火)
	500mlペットボトル	140円	24本	
	270mlペットボトル	115円		
	350ml缶			
	160ml缶	70円	30本	
「ペプシストロング」	500mlペットボトル	140円	24本	7月14日(火)
	430mlペットボトル	124円		6月16日(火)

※「ペプシストロング」430mlペットボトルは自動販売機向け商品

▼発売地域 全国

▼「PEPSI」ホームページ <http://pepsi.co.jp/>

<本件に関するお問合せ>

「ペプシストロング ゼロ」新 CM PR 事務局(株式会社ピーポイントプロモーション内)

TEL: 03-6277-6701 / FAX: 03-3584-1310 / E-mail: info@ppoint.co.jp

担当: 村松(080-5516-7370) / 落合(080-5199-7370)