

- 『アサヒスーパードライ』新TVCM放映のお知らせ-

福山 雅治さん出演の新CM「進化篇」

2014年2月6日(木)より放映開始!

アサヒビール株式会社

アサヒビール株式会社(本社 東京、社長 小路明善)は、2014年も引き続き、広告キャラクターに福山雅治さんを起用し、『アサヒスーパードライ』新TVCM「進化篇」を2014年2月6日(木)より全国で放映開始します。

アサヒビールでは、『アサヒスーパードライ』の広告キャラクターとして、2010年より福山雅治さんを起用しています。福山さんは、音楽活動、映画出演、ドラマ出演など、幅広い活動の中で、常に新しいことに挑戦し続けており、「都会的」「男らしさ」「スケール感」といった『アサヒスーパードライ』のブランドイメージに合致することから、2014年も引き続き広告にご出演いただき、ブランドイメージを強く発信していきます。また、昨年はCM総合研究所の好感度調査※1で「スーパードライ」ブランドのCMがアルコール業種において年間1位を獲得しました。

※1: 民間調査会社であるCM総合研究所が関東1都6県在住の一般モニター男女3,000人を対象に毎月実施する「月例CM好感度調査」の12か月分より集計。対象は東京キー5局からオンエアされた全てのCM。

今回のTVCMは、1月1日より放映した「silver tower 篇」の続編となります。1987年の発売以来、初の進化を遂げる『アサヒスーパードライ』の象徴として登場した巨大なシルバーのタワーが弾け、新パッケージとなった缶デザインが浮き上がります。風を受けてなびくタワーの前で、『アサヒスーパードライ』を飲む福山さんと、ビール醸造において重要な役割を果たす、酵母(318号酵母※2)の画像が映し出されます。“挑戦”、そして“進化”を続けてきた福山さんが『アサヒスーパードライ』の進化を実感する瞬間が描かれています。尚、CM楽曲には福山さんが『スーパードライ』CMのために書き下ろした新曲「HUMAN」を使用しております。

※2: 『アサヒスーパードライ』に使用される酵母。高度な管理技術の導入によって発酵力に優れた優良酵母のみを厳選使用することで、“キレ”と“泡のきめ細かさ”をそれぞれ1割向上することが可能になりました。

『アサヒスーパードライ』は、“辛口”“ドライ”という従来にはない新しいビールの味わいや価値をご提案した商品として、1987年3月17日に発売されました。発売開始から27年間で累計34億箱※3以上を販売する、日本のビールを代表するブランドです。現在は世界約70カ国で販売されており、今後もさらに国内外のお客様に支持され続けるブランドとなることを目指して挑戦し続けています。

※3: 1箱は大びん633ml×20本換算。



参考：新TVCM「進化篇」画像



参考：撮影エピソード

今回の撮影は、1月の「silver tower 篇」同様、アメリカ某所で荒野の撮影と、国内でのロケに分けて行われました。国内の撮影では、風でシルバーの壁面がなびくタワーを拡大な敷地に実際に建造し撮影を行いました。福山さんには、超多忙なスケジュールの中、前作も含めて丸一日がかりで撮影に臨んでいただきました。カメラ目線での実感コメントにより、迫力と臨場感にあふれるCMとなりました。

参考) 福山 雅治さんプロフィール

氏名	福山 雅治
生年月日	1969年2月6日(45歳)
プロフィール	1990年にシンガーソングライターとしてシングル「追憶の雨の中」でデビュー。 「桜坂」(2000年)はダブルミリオンの快挙を達成、2003年にもシングル「虹/ひまわり/それがすべてさ」がミリオンセラーになるなど、数多くのヒットソングを世に送り出している。 2010年は自身初のベストアルバム「THE BEST BANG!!」、2011年はシングル「家族になろうよ」、2012年はシングル「Beautiful Life/GAME」をリリースし、全てオリコン一位を獲得。 2011年の全国ライブツアー「THE LIVE BANG!」は60万人を動員した。2012年9月には16年ぶりとなるファンクラブイベント「福山☆夏の大感謝祭」を開催。 活動は音楽だけにとどまらず、ラジオパーソナリティ、フォトグラファーなど幅広い分野で活躍。役者としても2010年にはNHK大河ドラマ「龍馬伝」で坂本龍馬役を熱演し、福山雅治の新しい熱い一面を発揮した。 2013年4月10日には、通算30枚目となるシングル「誕生日には真白な百合を/Get The groove」をリリース。

【お客様からのお問合せ先】

アサヒビール株式会社 お客様相談室 フリーダイヤル：0120-011-121