

報道関係者各位

2011年5月23日  
アサヒビール株式会社

ニッカウヰスキーと、アプリモバイル「星空バータウン」がタイアップ

星空バータウン初の企業タイアップ&リアルなバーとの連動企画！！！！

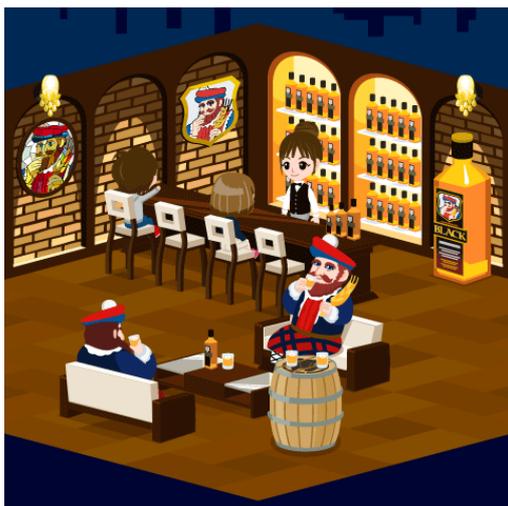
## 『ブラックニッカでバー体験キャンペーン』

ゲーム達成者には本物のバーでウイスキーが飲める特典付き

アサヒビールとしてもアプリゲームとの連動は初！！

20～30代を中心としたSNSユーザーに向けて、ウイスキーの楽しみ方を訴求。

アサヒビール株式会社（本社 東京、社長 泉谷直木）は、5月23日（月）から6月20日（月）まで、株式会社サイバーエージェント（本社 東京、社長 藤田晋）が運営する、mixiアプリモバイル「星空バータウン」とタイアップし、ニッカウヰスキーの主力商品である「ブラックニッカ」ブランドを使用した企画『ブラックニッカでバー体験キャンペーン』を実施いたします（GREE版は5月30日（月）から6月20日（月））。「星空バータウン」が一般企業とタイアップするのは今回が初めてであると同時に、アサヒビールとしてもアプリゲームとの連動は初の試みとなります。



「星空バータウン」は、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）・mixi の人気アプリゲームで、現在の会員数は200万人（5月23日現在）です。ゲーム参加者がバーテンダーとなり、自分の好みのバーをつかって人気バーを目指すという“バー経営ゲーム”です。お客様となるマイミクとの会員同士の交流を楽しんだり、お酒のレシピを習得して売上アップを

目指したり、ポイントをためてバーの内装・外装を装飾したりするゲームです。

<mixi 版 URL> <http://ma.mixi.net/17628/> (携帯電話からのみアクセス可能)

<GREE 版 URL> <http://mpf.gree.jp/1224> (携帯電話からのみアクセス可能)

『ブラックニッカでバー体験キャンペーン』は、「星空バータウン」の中で、ウイスキーや、ニッカウヰスキーの主力商品である「ブラックニッカ クリアブレンド」を、ゲームのツールとしてゲーム参加者に提供することで、SNSのメインユーザーである20～30代を中心とした若いお客様に対して、ウイスキーへの興味や、「ブラックニッカ」ブランドの認知を高めることを目的としています。

タイアップ企画の参加者は、ゲーム内でウイスキーの製造工程を学んだり、オリジナルのウイスキーカクテルレシピを習得することで、ゲームをしながらウイスキーへの理解を深めることができます。バーを装飾するアイテムとしては、「ブラックニッカ クリアブレンド」や、「ブラックニッカ」ブランドの象徴である「キング・オブ・ブレンダーズ(\*1)」、ウイスキーの樽などを使用することが可能です。

また、タイアップ企画のゲームを達成した参加者には、もれなく本物のバーでウイスキー（ブラックニッカ クリアブレンド）を一杯、無料で飲むことができるクーポンが発行され、都内の2店舗のバー(\*2)でウイスキーの飲用体験ができ仕組みになっています。さらに、希望者には「ブラックニッカオリジナルマウスパッド」を進呈するほか、抽選で1,000名に5月24日（火）に新発売する「ブラックニッカ ハイボール」（缶350ml・2缶）をプレゼントします。

-----  
\*1)キング・オブ・ブレンダーズとは、「ブラックニッカ」ブランドのラベルに描かれたヒゲの人物のことで、ブランドの象徴です。このモチーフによって「ブラックニッカ」は長年にわたり「ヒゲのウイスキー」と呼ばれてきました。片手に大麦の穂を持ち、鼻に小さなグラスを近づけ、ブレンドのための原酒をテイastingしている「キング・オブ・ブレンダーズ」は、いくつもの香りをききわけることができるウイスキーブレンドの名人です。  
-----

\*2)無料クーポンでウイスキーが飲める店舗

ニッカ ブレンダーズ・バー

<住所>東京都港区南青山5-4-31 ニッカウヰスキー本社ビルB1F

<TEL>03-3498-3338

<URL><http://www.nikka.com/start/shop/blendersbar/index.html>

サロン月灯り

<住所>東京都墨田区吾妻橋1-23-36 アサヒビールアネックスビル4F

<TEL>03-5608-3834

<URL><http://www.asahi foodcreate.co.jp/annex.html>

---



<ニッカ ブレンダーズ・バー>



<サロン月灯り>

---

【「ブラックニッカクリアブレンド」について】

1997年発売。ウイスキー独特の風味であるピート香をあえてつけない、“クセのない飲みやすいウイスキー”として開発され、発売以来13年間に渡って、ウイスキーユーザーの裾野を広げてきた商品です。日常的に気軽に飲める、飽きのこない味わいのウイスキーとしてご好評いただいております。2007年より4年連続でプラス成長となっています。本年の販売は215万箱(前年比115%)を目標としています。ウイスキーそのものの味わいを感じながらも、ノンピートモルトを使用していることによるクセのないサラッとした飲み心地で、やわらかな香りとまろやかな味わいが特長です。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 CyberCasting&PR 担当:小山

TEL:03-5459-0297 FAX:03-5428-4647

携帯:080-5965-6147 E-MAIL: [koyama@ccpr.jp](mailto:koyama@ccpr.jp)