

ZIMA

発売 20 周年記念スペシャル音楽ライブイベント「ZIMA MUSIC FIGHTERS」 『夜の本気ダンス』『LUNKHEAD』

『I Don't Like Mondays.』『DJ REN』の出演が決定!

開催日程 福岡:4/16(日) 大阪:4/22(土) 東京:4/23(日)

モルソン・クアーズ・ジャパン株式会社(東京都渋谷区-代表取締役社長:矢野健一)は、"ZIMA"の日本発売 20 周年を記念した音楽ライブイベント「ZIMA MUSIC FIGHTERS」の出演アーティストを、フェスに多数出演し、今の音楽シーンを盛り上げている『夜の本気ダンス』、『LUNKHEAD』、『I Don't Like Mondays.』、『DJ REN』に決定し、開催概要を発表いたします。



本イベントは、日本で発売以来、音楽シーンで楽しまれてきた ZIMA が 20 周年を記念して、音楽を愛する人々に向け企画されたスペシャルな音楽ライブイベントで、ロックバンドの生ライブと DJ プレイがパフォーマンスバトルを展開するという、他のフェスやライブでは見ることのできない、夏フェスシーズン前の一夜限りの"前哨戦ライブ"です! この「ZIMA MUSIC FIGHTERS」ライブにゲストとして行ける限定 T シャツキャンペーンを現在実施中。 ZIMA をご購入または、 ZIMA ブランドサイトで、 本キャンペーンの抽選に参加することができます。 キャンペーンに参加して、 人気ロックバンドの生ライブと DJ によるスペシャルパフォーマンスバトルを見逃すな!

■「ZIMA MUSIC FIGHTERS」開催概要

【福岡公演】

夜の本気ダンス×DJ REN

日程: 4月16日(日)@Cat's FUKUOKA

開場:16:30/開演17:30

【東京公演】

I Don't Like Mondays.x DJ REN

日程: 4月23日(日)@clubasia

開場:17:00/ 開演 18:00

【大阪公演】

LUNKHEAD×DJ REN

日程: 4月22日(土)@GIRAFFE osaka

開場:14:30/ 開演 15:15



■出演アーティスト情報

夜の本気ダンス (福岡公演)

2008 年結成、京都出身、"夜"も昼も聴く者全てを"本気"で"ダンス"させる、米田貴紀(Vo./Gt.)、鈴鹿秋斗(Drs.)、マイケル(Ba.)、

西田一紀(Gt.)から成る大注目の4人組ロックバンド、夜の本気ダンス。各フェス&イベントでは軒並み入場規制の状態が続くなど、強烈な勢いで驀進中!ロックのピュアな初期衝動と多様なエッセンスが融合し生み出された独自のグルーヴとグッドメロディーが、躍動感溢れる"人力ダンスミュージック"に変貌を遂げ日本全国を席巻している。6月~7月に開催された初の全国ワンマンツアー「WONDERFUL! DANCEABLE! ENSEMBLE! TOUR」は全公演ソールドアウト!12月にはメジャー1stシングル「Without You / LIBERTY」をリリース。2017年1月にはバンド史上最大規模となる全国ワンマンツアー「Too Shy A Key TOUR 2017」を大成功に収めた!皆さん、"踊れる準備はできてますか!?"



LUNKHEAD (大阪公演)

1999 年に結成された愛媛出身の 4 人組ロックバンド。2004 年にシングル「白い声」にてメジャーデビューし、これまでにベストアルバム 2 枚・ミニアルバム 3 枚を含む計 16 枚のアルバムをリリース。Vo 小高の紡ぎだす真っ直ぐすぎる歌詞と確かな演奏力を武器に、LIVE バンドとして精力的なツァーをこなし、LIQUIDROOM ebisu、SHIBUYA-AX、渋谷公会堂、新木場 STUDIO COAST 他にてワンマンライブを敢行。また、「MONSTER baSH」・「RUSH BALL」・「ROCK IN JAPAN FES」・「COUNTDOWN JAPAN」など大型フェスの出演実績も誇る。2015 年 9 月にはキャリア初となる日比谷野外大音楽堂公演を開催し、その後 2016 年 5 月には初のアニメタイアップ「うしおととら」の第



3 期エンディング「決戦前夜」を書き下ろし、新たなる世界観を見出す。最新作は 2016 年 9 月リリースになった 11 枚目のフルアルバム「アリアル」。

I Don't Like Mondays. (東京公演)

2012 年、表参道で結成。通称「IDLMs. (アイドラ) 」。とことんポップでキャッチーなメロディに、ROCK・EDM・FUNK をミックスさせたサウンドは、まさに"最先端のJ-POP"!!楽曲だけでなく、ライブ演出やビジュアル・Music Video・グッズまでセルフプロデュースで手掛ける。

IDLMs.のポジティブな曲調とメッセージが生み出すグルーヴは、特別な時間をよりスペシャルにコーディネートする。



DJ REN (東京·大阪·福岡公演)

都内や地方のイベント・フェスのみならず、数多くの海外アーティストのジャパンツアー、日本公演の前座を果たすなど、年間 150 本以上の現場をこなし、確かなスキルと選曲で多くのリスナーの支持を得ている。渋谷宇田川町にあるレコードショップの元ヒップホップバイヤーならではの豊富な知識から生まれる HIPHOPを主軸とした選曲に、スクラッチ、2 枚使い、ビートジャグリングなどのギミックを織り交ぜるプレイスタイルに定評のある注目の DJ。





■「ZIMA MUSIC FIGHTERS」ライブに行ける限定 T シャツキャンペーン概要

限定 Tシャツを着用して来場された方は、そのTシャツがチケットパス代わりとなり、そのままご入場頂けます!キャンペーンへの応募の 締め切りが迫っておりますので、是非ご参加ください。

【飲食店内キャンペーン】

キャンペーン展開の飲食店にて ZIMA を1本ご注文ごとに、

1回のくじを引くことができます。アタリが出たらその場で T シャツをプレゼントいたします。

■対象店舗:下記 URL よりご確認いただけます。

https://zima.jp/musicfighters/list.php

【オンパック&デジタルキャンペーン】

商品オンパック裏面に記載されている QR コードを読み込んでいだだき、

https://zima.jp/musicfighters/ にアクセスすると、抽選に参加することができます。当選した方には、

T シャツをプレゼントいたします。

・対象商品: ジーマ 275ml

・実施場所:全国のコンビニエンスストア等

※一部取り扱いのない店舗もございます。

・実施期間:~2017年3月31日(金)23:59まで

※オンパックは在庫が無くなり次第終了となります。

▼ヒップホップ、レゲエ、エレクトロ、ロックをイメージした 4 人のアーティストによる 4 種類の限定 Tシャツ







HIP HOP by TADOMI SHIBUYA



REGGAE by Jay Shogo



ELECTRO by YOSHIROTTEN



ROCK by ファンタジスタ歌麿呂



■MUSIC FIGHTERS ツイッタープレイリストキャンペーン概要

もしも MUSIC FIGHTERS がフェスをプロデュースするとしたら…?! フェスで聴きたい曲の曲名とアーティスト名をツイッターでつぶやくと 「ZIMA MUSIC FIGHTERS」ライブ当日 DJに選ばれてプレイされる「MUSIC FIGHTERS プレイリストキャンペーン」を実施中。当日 フロアで流れた楽曲をまとめたプレイリストは、「Tempalay」「AISHA」「chelmico」など、アーティスト達の選曲とともに後日 KKBOX にプレイリストとして格納。こんな機会は二度とない、今すぐハッシュタグ『#zimamf20』をつけてツイート!

■実施期間:~3月31日(金)まで

■ 当選通知: 個別のご連絡をもって発表にかえさせていただきます。

■投稿制限:何曲でも可能

▼ZIMA ブランドサイトと KKBOX 内に下記アーティスト達の選曲とともに格納予定







3 ピースバンド 『Tempalay』

R&B シンガー 『AISHA』

ラップユニット 『chelmico』

※KKBOX:音楽聞き放題アプリ

商品について

[ZIMA]

ボトル RTD*1 業務市場シェア NO.1*2、認知度と飲用経験 No.1 ブランド*3。

2016年、ミュージックフェス全国 20 ケ所をサポート、フェス No.1*4ブランドに!

23 種類の秘密のフレーバーから生まれた、クリアですっきりした飲みやすいプレミアム低アルコール飲料。クリアだからこそ、自由な発想でレモンやフルーツで味や色の変化も楽しめ、アクティブに仲間とワイワイ楽しむ機会にぴったりなお酒。

^{*4} 協賛会場数、来場者へのリーチ数足し上げにおいて(自社調べ)

品目/アルコール度数	リキュール/ 4.5%
容量	275ml (ワンウェイ瓶)
希望小売価格	230 円(税抜き)
製造、販売	モルソン・クアーズ・ジャパン株式会社
ZIMA 公式サイト	http://www.zima.jp



 $^{^{*1}}$ READY to DRINK の略語。そのまますぐ飲める低アルコール飲料

^{*2} インテージ SRI 「BS 業態 推計販売数量 2016 年 1 月~12 月」

^{*3 2016} 年 マクロミル インターネット調査 「ブランド認知」「飲用経験」 n=20~30 代男女 2,060