

松浦亜弥さんが歌う「ネスカフェ エクセラ」のCMソングを歌って、
表情や声色から“気持ちはずみ度”を採点！
「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ♪」
3月13日(月)より、特設サイト上で公開
サイト URL: <https://nex-hazumu-karaoke.jp/>

ネスレ日本株式会社(本社:兵庫県神戸市、代表取締役 社長 兼 CEO:深谷 龍彦、以下「ネスレ」)は、コーヒーブランド「ネスカフェ エクセラ」のコミュニケーションコンセプト、“気持ちにはずみを”を体験していただける新感覚のカラオケコンテンツ「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ♪」を、3月13日(月)より特設サイト上で公開します。



ネスレは、コーヒーを通じて気持ちをはずませることは、ココロとからだの健康習慣の一助となるのではないかと考えており(※参考資料)、「ネスカフェ エクセラ」において、“気持ちにはずみを”というコミュニケーションを実施しています。

近年、家庭だけでなく、仕事、友人関係などで、様々な立場や多くのやるべきことがあり、「自分の切替えや気持ちを高めることが難しい」という悩みを抱える女性が多くいます。そのような方に、「ネスカフェ エクセラ」の深いコクと挽きたての香りを楽しんでいただき、気分の切替えや気持ちを高める時間を持っていただきたいと考えております。気持ちがはずむきっかけを応援することで、少しでも多くの方が、忙しい中でも前向きに明るく、日々を過ごせるサポートができればと思っております。

ブランドコンセプトを広く伝えるため、2022年4月より松浦亜弥さん出演のTVCMを展開したところ、YouTubeで300万回再生(※1)を記録するなど、多くのお客様から反響をいただき、松浦さんが歌うCMソング「はずむ気持ち」も大きな話題となりました。(※1)2023年3月13日時点の全動画の再生回数の合計

この度、ネスレは、毎日を忙しく過ごす現代の女性に対して、「ネスカフェ エクセラ」の香りや味わいに加えて、さらに気持ちがはずみ、前向きになれるきっかけを提供したいと考え、「ネスカフェ エクセラ」CMソング「はずむ気持ち」を活用したデジタルコンテンツ「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ♪」を開発しました。

■表情や声色から“気持ちはずみ度”を採点する「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ♪」

「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ♪」は、スマートフォンでコンテンツを起動し、カメラで自分の顔を映しながらCMソング「はずむ気持ち」を歌うと、声のトーンや歌唱中の表情をAIが分析し、いかに気持ちがはずんだかを示す“気持ちはずみ度”を採点する、新感覚のカラオケコンテンツとなっています。

<利用方法>

- ① コンテツトップページの「歌ってみる」をクリックする
- ② 3.2.1で「はずむ気持ち」が流れるので歌いだす
- ③ 歌詞に合わせて声と感情をはずませて歌う
- ④ 歌い終わったら「結果をシェア」する

利用方法



◇コンテンツ利用サイト: <https://nex-hazumu-karaoke.jp/>

◇ブランドサイト: <https://nestle.jp/brand/nex/hazumukimoti-karaoke/>

■「はずむ気持ちカラオケ」得点シェア キャンペーンについて

より多くの方に、「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ」により、気持ちがはずむ体験をしていただくために、当コンテンツの採点結果“気持ちはずみ度”を Twitter 上でシェアして下さった方に、オリジナルの景品が当たるキャンペーンを実施します。

- キャンペーン名: あなたの”気持ちはずみ度”は? 「はずむ気持ちカラオケ」得点シェア キャンペーン
- 内容: 「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ」の得点をシェアした方にオリジナル景品が当たる
- 期間: 4月1日(土)~4月30日(日)23:59
- 応募方法: ①「ネスカフェ エクセラ はずむ気持ちカラオケ」を体験する
②得点画面から「結果をシェア」をクリックする
③Twitter 上でご自分のアカウントから得点をシェアしていただく
- 賞品: ・応募者の中から抽選で、賞品A(赤マグヘッドフォン)4名様、賞品B(赤マグマイク)4名様
・またキャンペーン期間中の得点が全国1位の方には、賞品AとBの両方をプレゼント
- ※1位の方が複数名の場合は、最も早くシェアした方1名にプレゼントします



画像(左より): 賞品 A(赤マグヘッドフォン)、賞品 B(赤マグマイク)

以上

参考資料

■「ネスカフェ エクセラ」について

ネスレは 1960 年の「ネスカフェ」の発売以来、多くのお客様にご愛飲いただき、「新聞・トースト・ネスカフェ」のテレビ CM などを通じて、日本における朝のコーヒー飲用習慣を提案してきました。現在は「ネスカフェ エクセラ」として、日本で朝に最も飲まれているコーヒーブランドとして親しまれています。



■「1日3杯のコーヒー飲用習慣」について

ネスレは、1日3杯のコーヒーを飲む習慣により人々に“豊かな暮らし”を送っていただきたいと考え、「3 Coffee a Day ~1日3杯のコーヒー習慣がいい人生をつくれます」を掲げ、ネスレの存在意義(パーパス)に基づき活動しています。

単に健康かどうかだけではなく、長い人生に対する満足度を高めるためには「ココロ」「からだ」「人とのつながり」がバランスよく揃っていることが大切であり、コーヒーはその3つの要素に働きかける、有効な飲み物なのではないかと考えられています。日本で調査すると、コーヒーの杯数と人生の満足度には「正の相関」があり、特に1日3杯以上飲んでいる方は、人生に対する満足度が高い傾向にあるようです。

<https://nestle.jp/brand/nescafe/nescafe3bai/index.html>

