

ENHYPEN NI-KI & GOLD STAR

【人気グローバルグループENHYPEN所属】 NI-KIさんのブランドアンバサダー就任に関する お知らせ 補足資料

連結子会社Gold Star「3Dフルーツアイス」「ベロベロバー」
購入者参加型キャンペーン

キャンペーン期間 2026.7.24（金） - 9.30（水）



ENHYPEN NI-KIさんが、 Gold Starのアイス2ブランドのアンバサダーに就任

連結子会社Gold Starの「3Dフルーツアイス」「ベロベロバー」を起点に、購入者参加型キャンペーンを実施します。

ブランドアンバサダー就任

- 韓国のグローバルグループENHYPEN唯一の日本人・**ENHYPEN NI-KI**さんを起用
- 対象は「3Dフルーツアイス」「ベロベロバー」の2ブランド



購入者参加型キャンペーン

- 期間：2026年7月24日（金）～9月30日（水）
- GIFT BOX購入でスペシャルフォト全2種
- 抽選50名様をブランドイベントにご招待、うち6名様に直筆サイン入りポラロイド



期待される効果

- 両ブランドの認知度の飛躍的な向上と販売拡大
- エンタメ×食のマーケティングによる新規顧客層の獲得
- グループのエンタメ領域とのシナジー深化

ENHYPEN NI-KIさんの発信力 * Gold Starのアイス事業

グローバルに高い影響力を持つアンバサダーとともに、ブランド価値の向上と収益機会の最大化を追求する

SUMMARY

この資料でわかること

投資家・ステークホルダーの皆様へ — 本件の全体像

01

本件の概要と背景

アンバサダー起用の背景と、本件が当社グループにもたらす意義を整理します。

02

ENHYPEN NI-KI さんについて

ENHYPENのメンバーとして活躍する
ENHYPEN NI-KI さんのプロフィールを紹介します。

03

キャンペーン・対象商品

購入者参加型キャンペーンの内容と、対象2ブランドの特長を示します。

04

今後の展開と見通し

主要なスケジュールと、業績への影響に関する考え方を示します。

起用の背景 — エンタメ×食で、ブランドの成長を加速

Gold Starのアイス事業と、K-POP・Z世代の発信力の掛け合わせ

Gold Starのアイス事業

- 立体デザインの「3Dフルーツアイス」
- 韓国で話題の体験型アイス「ペロペロバー」
- SNS映えする商品特性で若年層に訴求



着目した機会

- 世界規模で拡大を続けるK-POP市場
- Z世代を中心としたSNS発信力の高まり
- エンタメと食を掛け合わせたマーケティングの有効性



アンバサダー起用へ

- グローバルに高い影響力を持つ
ENHYPEN NI-KI さんを起用
- ターゲット層と高い親和性
- 認知度の飛躍的な向上と販売拡大を狙う

BACKGROUND



ENHYPEN NI-KI

ニキ さん（ENHYPEN唯一の日本人メンバー）

卓越したダンスパフォーマンスと表現力で世界中のファンから支持を集める、日本出身のグローバルアーティストです。

GROUP : ENHYPEN

LABEL : BELIFT LAB

ENHYPEN唯一の日本人

- 韓国を拠点にグローバルに活動するグループ「ENHYPEN」の唯一の日本人メンバー（BELIFT LAB所属）
- ENHYPENはアルバムの世界的なヒットや大規模ワールドツアーの開催など、グローバルで活躍
- 若年層を中心とした圧倒的な発信力・影響力を有し、両ブランドのターゲット層と高い親和性
- ポップでキュートなアイスの世界観と、**ENHYPEN NI-KI** さんのクールな魅力が融合した、この夏だけのブランド体験を提供

AMBASSADOR

キャンペーン キービジュアル

ENHYPEN NI-KI さんを起用した2ブランドのキービジュアル



キャンペーン特設サイト

ENHYPEN NI-KI さんの世界観で、購入から応募までを訴求するキャンペーンLPを公開



サイト構成

MOVIE

3D FRUIT ICE

BERO BERO BAR

SPECIAL PHOTO

CAMPAIGN

HOW TO

FAQ

STORE

概要

コンセプト 「弾ける甘さが距離をとくす。買って、集めて、**ENHYPEN NI-KI** に会いに行こう!!」をキーメッセージに、商品体験とキャンペーン参加を訴求

主な内容 スペシャルムービー、対象2商品・スペシャルフォト紹介、抽選キャンペーン、応募方法（HOW TO）、FAQ、購入導線（STORE）

役割 キービジュアルと連動し、購入・応募・SNS拡散を一体で促す来店前・購入後のハブとして機能

展開 公式SNS・店頭施策と連携し、キャンペーン期間（2026.7.24～9.30）を通じて情報を順次更新

SPECIAL SITE

購入者参加型キャンペーン概要①（購入者特典）

期間：2026年7月24日（金）～9月30日（水）／対象：「3D FRUIT ICE GIFT BOX」「BERO BERO BAR GIFT BOX」

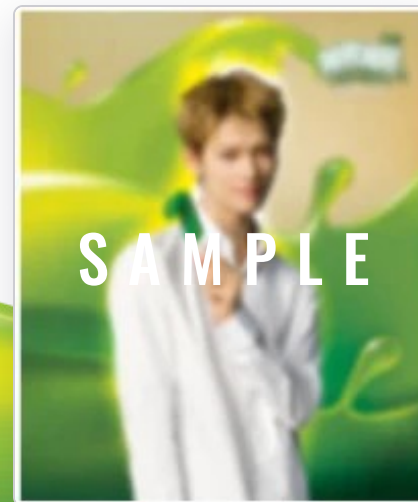
対象GIFT BOXのご購入で、GOLDSTAR & ENHYPEN NI-KI スペシャルフォト（A／B）を1枚プレゼント ※なくなり次第終了



GOLDSTAR & ENHYPEN NI-KI スペシャルフォト《 A 》

「3D FRUIT ICE GIFT BOX」購入特典

×



GOLDSTAR & ENHYPEN NI-KI スペシャルフォト《 B 》

「BERO BERO BAR GIFT BOX」購入特典

COMPLETE THE SET

2つのGIFT BOXを購入して、スペシャルフォト全2種をコンプリート

スペシャルフォトは各GIFT BOXにつき1枚。なくなり次第終了となります

購入者参加型キャンペーン概要②（スペシャルキャンペーン）

抽選で**ENHYPEN NI-KI** さんに会えるスペシャルキャンペーン

50 名

ブランドイベントにご招待

期間中に税込3,000円以上ご購入の方から抽選で50名様を、ブランドイベント（東京都内）にご招待します。

6 名

直筆サイン入りポラロイド

ブランドイベントのご来場者の中から、さらに抽選で6名様に、**ENHYPEN NI-KI** さんの直筆サイン入り限定ポラロイドをプレゼントします。

1 口

税込3,000円ごとに応募

税込3,000円ごとに1口として、応募回数の制限なくご応募いただけます。詳細は特設サイト・公式SNSでご案内します。

SPECIAL CAMPAIGN

買うほど、近づく。**ENHYPEN NI-KI**との距離！

スペシャルフォトの収集と体験型の抽選企画で、継続的な購入動機を創出する設計

CAMPAIGN

対象商品 — 2つのアイスブランド

SNS映える商品特性で、若年層を中心に訴求する2ブランド



3Dフルーツアイス

3D FRUIT ICE

- 本物の果実をそのまま切り取ったような立体デザイン
- 果実本来の自然な甘みを活かし、着色料をおさえた仕立て
- マンゴー／もも 各2個入り／価格：1,674円（税込・送料別）
- SNSでも話題の“映える”立体フォルム

<購入特典>GOLDSTAR & ENHYPEN NI-KI スペシャルフォト《A》



ベロベロバー

BERO BERO BAR

- 韓国で話題の“体験型”アイス
- 3つの食感へ変化（シャリシャリ→もちもち→ぶるん）
- 合成着色料・保存料 不使用／低カロリー（約85kcal）
- グリーンアップル味 5本入り／価格：862円（税込・送料別）

<購入特典>GOLDSTAR & ENHYPEN NI-KI スペシャルフォト《B》

PRODUCTS

グループ戦略における本件の位置づけ

エンターテインメントの発信力 × グループの事業基盤

エンタメ×食のシナジー

アーティストの発信力を食品ブランドのマーケティングに活用し、新規顧客層の獲得とブランド認知の向上を図る

エンタメ領域との連動

JBエンターテインメントのアーティスト・タレントマネジメント業務（2026年6月12日公表）に続く、エンタメ領域の取り組み

SNSマーケティング

Z世代を中心としたSNS発信力と、SNS映えする商品特性を掛け合わせ、話題化と継続的な購入動機を創出

グローバルブランディング

広告使用地域は日本・韓国。Gold Starのグローバルプラットフォームも活用し、ブランドの国際的な認知を強化

収益機会の最大化 × ブランド価値の向上

エンターテインメントの持つ発信力とグループの事業基盤を掛け合わせる取り組みの一環

今後の見通し

本件に関する主要スケジュール

これまで

2026.07.24

2026年7月下旬 —

今後

アイス2ブランドを展開

「3Dフルーツアイス」「ベロベロバー」を展開し、SNS映える商品特性で若年層に訴求してきました。

キャンペーン開始

ENHYPEN NI-KI さんのアンバサダー就任を発表し、購入者参加型キャンペーンを開始（～9月30日）。

広告使用期間

約1年間、広告コンテンツを店頭・特設サイト・公式SNS等で展開します。

施策の順次拡大

コンビニエンスストアでの購入者キャンペーンやオリジナルグッズの展開等を、関係各社と協議のうえ順次検討します。

業績への影響：本件による当期業績への影響につきましては現在精査中であり、今後、公表すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。

TIMELINE

本開示の概要

ENHYPEN NI-KI さんのブランドアンバサダー就任と、購入者参加型キャンペーンの開始

発表事項	ENHYPEN NI-KI さんのブランドアンバサダー就任／購入者参加型キャンペーンの開始
実施主体	株式会社Gold Star（株式会社ジェリービーンズグループの連結子会社）
アンバサダー	ENHYPEN NI-KI（ニキ）さん — BELIFT LAB所属
対象ブランド	「3Dフルーツアイス」「ペロペロバー」
キャンペーン期間	2026年7月24日（金）～9月30日（水）
広告使用期間・地域	2026年7月下旬から約1年間／日本・韓国（Gold Starのグローバルプラットフォームでの使用を含む）
※ 本資料は適時開示「【人気グローバルグループENHYPEN所属】NI-KIさんのブランドアンバサダー就任に関するお知らせ」の補足を目的としています。 ※ 契約金額その他の契約条件の詳細につきましては、契約上の守秘義務により開示を控えさせていただきます。	

OVERVIEW

将来予測に関する注意事項

将来予測に関する注意

本資料に記載されている事業計画・戦略、当社グループの将来の業績等に関する事項は、現時点で入手可能な情報に基づき当社の判断のもとに作成したものであり、リスクや不確実性を含んでいます。実際の結果は、事業環境、市場動向、契約・活動の進捗状況その他様々な要因により、本資料の記載と大きく異なる可能性があります。

業績への影響について

本件が当社グループの業績に与える影響については現在精査中です。本資料は期待される効果を保証するものではありません。今後、適時開示すべき事項が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

キャンペーン内容について

キャンペーンの内容・期間・特典等は、諸般の事情により変更となる場合があります。スペシャルフォトはなくなり次第終了となります。最新の情報はキャンペーン特設サイトおよびGold Star公式SNSをご確認ください。

肖像・著作権について

本資料に掲載しているアーティストの写真・名称等は、関係各所の許諾のもとに使用しています。本資料の著作権は株式会社ジェリービーンズグループに帰属し、当社の事前の書面による承諾なく複製・転載することを禁じます。本資料は当社グループのIR情報の提供を目的としており、有価証券取引の勧誘を目的としたものではありません。

商標について

ENHYPEN、BELIFT LAB、Instagram、TikTok、その他本資料に記載の名称は、各社の商標または登録商標です。

DISCLAIMER

この夏は、 **ENHYPEN NI-KI & GOLD STAR**で。

ポップでキュートなアイスの世界観と、**ENHYPEN NI-KI**さんのクールな魅力が
溶け合う夏へ。

当社グループは、連結子会社Gold Starによる本キャンペーンを通じて、「3Dフルーツアイス」
「ペロペロバー」のブランド価値向上と販売拡大を図るとともに、エンターテインメントの発
信力とグループの事業基盤を掛け合わせた新たな価値創出に取り組んでまいります。

今後の進捗・続報は、適時開示およびコーポレートサイトの「IR・ニュース」よりご確認いた
だけます。



キャンペーン特設ページ

