

GOLD STAR & ENHYPEN NI-KI

**【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
発表後の反響に関するお知らせ 補足資料**

GOLD STAR & ENHYPEN NI-KI SNS反響・プロモーション初動報告



発表直後から、SNSで高い注目を獲得

2026年7月24日のアンバサダー就任発表後、SNSを中心とした反響の初動をご報告します。

発表直後の高い注目

- X（旧Twitter）・Instagram・Threads・Reddit等で高い注目
- 就任を歓迎する投稿・祝福コメントが相次ぐ
- キービジュアルへの好意的な評価



ファン起点の自然拡散

- ファンを中心とした自然発生的な情報拡散を確認
- 海外ファンコミュニティにも波及し、グローバルに話題化



新規認知の獲得

- 「起用をきっかけにGOLD STARを知った」という反応
- ブランド認知の拡大と新たな顧客層へのリーチを確認

ENHYPEN NI-KI さんの発信力 * GOLD STARのブランド

ブランド認知の拡大と新たな顧客層へのリーチの観点で、初動として大きな手応えを得た施策と評価

数字から見る話題性

キャンペーン関連投稿へのSNS上の反響（2026年7月26日時点・確認できた実数のみを記載）

1,400,000_{回+}

キャンペーン関連投稿の総表示・再生回数（7月24日-26日で確認できた投稿への合計／X・TikTok・Instagram）

発表からわずか3日間・確認できた実数のみ



リポスト（拡散）

約17,000_{件+}

公式・所属事務所による一連のキャンペーン投稿の拡散の合計



いいね

約57,000_{件+}

同投稿への「いいね」の合計

※ 2026年7月26日時点で、X・TikTok・Instagramの公式・所属事務所投稿のうち数値を確認できたもののみの合計（下限値）。一般アカウントによる関連投稿への反応や、数値未確認の投稿は含みません。

SNS上での主な反応

発表後のSNS・オンラインコミュニティで確認されたポジティブな反応



KEY POINT

ENHYPEN NI-KIさん初のソロでの 年間ブランドアンバサダー契約として話題に

長期的なブランドパートナーシップとして、ファンコミュニティ内で大きく共有

確認された主な反応

- **ENHYPEN NI-KI** さんのアンバサダー就任に対する祝福の投稿
- 「ビジュアルがブランドのイメージに合っている」という評価
- 「**ENHYPEN NI-KI** さんの魅力と商品ビジュアルの相性が良い」という声
- 「これをきっかけにGOLD STARに興味を持った」という新規認知の反応
- 今後のキャンペーンや商品展開への期待の声

受け止められ方の特徴

- 初のソロでの年間ブランドアンバサダー契約としてファンコミュニティで注目
- 単発の広告出演ではなく、長期的なブランドパートナーシップとして受け止め
- Reddit等の海外ファンコミュニティでも祝福・好意的なコメントを確認し、日本国内にとどまらないグローバルな話題化が進行

メディア掲載実績

発表後、専門メディアの記事化を起点に、大手ポータルまで掲載が波及

📄 Kstyle → Yahoo!ニュース

K-POP専門メディアKstyleが記事化（7月24日）。同記事が国内最大級のポータル・Yahoo!ニュースに転載され、一般層にもリーチ

📄 Naverニュース（韓国）

韓国最大のポータル・Naverのニュースで「ENHYPEN NI-KI、アイスクリームブランドGOLD STARのアンバサダーに選出」として記事化

📄 所属事務所 BELIFT LAB 公式X

Naver記事を添えて公式に告知（7月24日）。リポスト3,027件・いいね7,377件と単一投稿として最大の拡散（表示回数14万超）

📄 コレポ！

K-POP・韓国エンタメニュースサイトで「人気グローバルグループ『ENHYPEN』NI-KIがブランドアンバサダーに就任」として記事化

📄 PR TIMES

プレスリリース配信プラットフォームで正式リリースを配信し、各媒体・キュレーションへの転載起点に

📄 ログミーFinance

適時開示ライブラリに本件開示・補足資料が収載され、機関投資家・個人投資家層にも到達

MEDIA FLOW

日本はYahoo!ニュース、韓国はNaverニュース掲載を獲得

日韓それぞれの最大級ポータルに掲載が波及し、所属事務所の公式告知も加わって、エンタメ・一般・投資家の各層に情報が到達

反響のグローバルな広がり

ENHYPENのグローバルファンダムを介し、日本国内にとどまらない話題化が進行

JAPAN — 日本語圏

日本国内での反響

主なチャンネル	X（旧Twitter）・Instagram・Threads
主な反応	就任を歓迎する投稿・祝福コメントがファンを中心に拡散
ビジュアル	キービジュアル・商品への好意的な評価
メディア	Kstyleが記事化 → Yahoo!ニュースへ転載

GLOBAL — 韓国語圏・英語圏

海外での反響

韓国語圏	所属事務所BELIFT LABが韓国語で公式告知
メディア	Naverニュースでの記事化により韓国国内でも認知が拡大
英語圏	Reddit等のENHYPEN関連コミュニティで祝福・好意的なコメント
波及の特徴	多言語（日・韓・英）での自然拡散。広告使用地域を超えた認知形成の兆し

※ 上記は発表後に確認された定性的な傾向であり、網羅的な集計に基づくものではありません。

今後の展開

キャンペーンの継続と、プロモーションの順次展開



購入者参加型キャンペーン

2026年7月24日(金)より開始した購入者参加型キャンペーンを、9月30日(水)まで実施します。



広告・販促の順次展開

2026年7月下旬から約1年間、店頭・特設サイト・公式SNS等を通じた広告・販促施策を順次展開します。



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。

エンターテインメントの発信力 ＊ グループの事業基盤

ブランド価値の向上と事業成長を目指す取り組みを、引き続き推進してまいります

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。

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。

SNS反響の数値・引用について

本資料に記載しているSNS上の反応・数値は、公開情報および第三者の計測ツールに基づく集計値であり、集計時点・集計方法により変動する可能性があります。また、投稿の内容は第三者によるものであり、当社グループがその正確性を保証するものではありません。

メディア掲載について

本資料に記載しているメディア掲載は、各媒体の編集判断により掲載されたものであり、当社グループが掲載を保証するものではありません。転載記事は各媒体の方針により掲載期間が限定される場合があります。

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。

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。

この夏は、 **ENHYPEN NI-KI & GOLD STAR**で。

発表直後の高い反響を追い風に、キャンペーンはここからが本番です。

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」よりご確認ください。



キャンペーン特設ページ

