

ジョニーウォーカーブルーラベル

日本市場限定の、特別なブルーラベル

約200年の歴史を誇るスコッチのナンバーワンブランド、ジョニーウォーカー。日本の飲み手だけに贈る、スペシャルパッケージに注目だ。

西田嘉孝・文 text by Yoshihisa Nishida



「日本・伝統・進化・祝い」をコンセプトにデザインされた限定ラベル。ジョニーウォーカーが日本への敬意を込めてリリースする「ジョニーウォーカー ブルーラベル ジャパン リミテッド エディション 2019」700ml。¥22,464 (希望小売価格)



ブレンド技術の真髄と称されるブルーラベルの開発者、6代目マスターブレンドーのジム・ビバレッジ氏。



ジョニーウォーカーが所有する原酒は700万樽以上。熟成のピークに達した原酒のみがブルーラベルに使用される。



風刺漫画家のトム・ブラウンが1908年に描き、ブランドアイコンの世界的先駆けとなったストランディングマン。

ジョニーウォーカーの中核を成す、スコットランドのハイランド地方に位置するカーデュー蒸留所のポットスチル。

スコッチウイスキーとして、世界ナンバーワンの売り上げを誇る「ジョニーウォーカー」。名門ブランドのストリーは1820年、14歳のジョン・ウォーカーが、スコットランド南部のキルマーノックで小さな食料雑貨店を開いたことから始まった。ジョンは紅茶のブレンドینگをヒントに、一定した高品質のウイスキーを生む方法を考案。当初、上顧客のみに提供されたジョンのウイスキーは大きな評判を呼び、その後、店の経営を引き継いだ息子アレキサンダーによって世界へと広がっていく。

日本への敬意を込めた、限定品のブルーラベル

アレキサンダーは航海に出る船長たちにウイスキーの販売を委託し、自らも父が残したレシピを洗練させた「Old Highland Whisky」を開発する。当時、スコッチウイスキーの最高品質の代名詞ともなったこのウイスキーこそが、現在のジョニーウォーカーの原点となったのだ。

そんなジョニーウォーカー・ブランドの頂点として、熟成年数に縛られず最高品質のウイスキーを創造する、という信念のもと誕生したのが「ジョニーウォーカーブルーラベル」。

「スコットランド各地から厳選された数々の原酒の中でも、ブルーラベルに使用できるのは一万樽に一樽しかありません。きわめて希少性の高い熟成の頂点に達した原酒だけを選びブレンドすることで、蜂蜜やフルーツのなめらかな層からウッディーな香りへと変化し、パワフルで心地よい余韻が長く続くブルーラベルのフレバーが生まれるのです」と、ブランドアンバサダーの金子重矢人ベントウエさんは語る。

今回、日本市場に向けて発売される「ジョニーウォーカーブルーラベル ジャパン リミテッド エディション 2019」は、ジョニーウォーカーの約200年にわたる伝統と、日本の文化や歴史をクロスオーバーさせた数量限定の特別な「ブルーラベル」だ。ラベルの各面には、日本の伝統文化を象徴する力士や能楽師の姿や、鷹や鯉、富士山に日の出といった数々の縁起物が、ブランドの歩みを象徴するストランディングマンとともに描かれる。先見性と揺るぎない品質へのこだわりをもち続け、世界ナンバーワンのブランドスコッチとなったジョニーウォーカー。同ブランドが日本の飲み手だけに贈る特別な「ブルーラベル」を、ぜひとも手に入れてほしい。

Pen読者25組50名を特別イベントにご招待!

2019年2月5日(火)の19時~20時30分、六本木の国際文化会館にて開催される「ジョニーウォーカー ブルーラベル ジャパン リミテッド エディション 2019」のローンチイベントに、Pen読者を抽選でご招待。応募方法はwww.pen-online.jpにて。

●MHD モエ ヘネシー ディアジオ
☎03-5217-9735