

～従来のウイスキーパッケージの常識に縛られない、大胆でファッション性の高いデザイン～
「ジョニーウォーカー ブラックラベル 12年 2021年 限定デザイン」
「ジョニーウォーカー レッドラベル 2021年 限定デザイン」
数量限定で発売

キリンビール株式会社（社長 磯崎功典）は、ディアジオ社（英国）が所有する、世界 No.1^{※1} スコッチウイスキーブランド「ジョニーウォーカー」から、「ジョニーウォーカー ブラックラベル 12年 2021年 限定デザイン」、「ジョニーウォーカー レッドラベル 2021年 限定デザイン」を12月14日(火)より数量限定で全国発売します。

※1 IMPACT DATABANK 2020に基づく販売数量

「ジョニーウォーカー」は、定番品に加え、個性豊かな数量限定品を多数発売してきました。当ブランドはその歩みになぞらえ、同じように歩み続ける人を応援するメッセージとして“KEEP WALKING 迷ったら、ときめく方へ。”を掲げています。

昨年は、創業者ジョン・ウォーカーが1820年に第一歩を歩み始めて200年となることを記念して、限定デザインボトルを発売しました。SNSでは、「“KEEP WALKING”の文字が入っていてカッコいい」「パッケージがおしゃれで買いたくなる」「目を奪われるデザイン」など、高いデザイン性や前向きに歩み続ける大切さを伝える“KEEP WALKING”のメッセージに対して多くのコメントが挙げられました。お客様からいただいた好評な声にお応えし、今年も当ブランドのキーメッセージとなる“KEEP WALKING”をあしらった限定デザインボトルの発売に至りました。

今回のデザインは、従来のウイスキーパッケージの常識に縛られない、大胆でファッション性の高いデザインです。当商品の発売を通じて、ブランドの魅力を発信するとともに、ウイスキー市場の活性化を目指します。

●中味について^{※2}

「ジョニーウォーカー ブラックラベル 12年」は、スムーズでありながら、豊かな香りとコクのある、深みのある味わいです。「ジョニーウォーカー レッドラベル」は、重厚さと華やかさが調和したスムーズな味わいです。

※2 中味は通常品と同じ

●パッケージについて

「ジョニーウォーカー」ブランドのアイコン（ブランド名、ストライディングマン、斜めラベル、四角いボトル）をモチーフとしながらも、従来のウイスキーパッケージの常識に縛られない、大胆でファッション性の高いデザインです。3面並べると、「ジョニーウォーカー ブラックラベル 12年」は「John Walker」の文字、「ジョニーウォーカー レッドラベル」は「ストライディングマン」がそれぞれ現れます。



キリングループは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。

記

- | | |
|-----------|---|
| 1. 商品名 | 「ジョニーウォーカー ブラックラベル 12年 2021年 限定デザイン」
「ジョニーウォーカー レッドラベル 2021年 限定デザイン」 |
| 2. 発売日 | 2021年12月14日(火) |
| 3. 発売地域 | 全国 |
| 4. 容量/容器 | 700ml/びん |
| 5. 価格 | オープン価格 |
| 6. アルコール分 | 40% |

以上

（お客様お問い合わせ先）

キリンホールディングス株式会社 キリンビールお客様相談室（フリーダイヤル）0120-111-560

企業情報 Web サイト <https://www.kirinholdings.com/> 商品・サービス情報 Web サイト <https://www.kirin.co.jp/>