

**「オールド パー 12 年」×現代美術作家・京森康平
英国伝説を日本の「絵巻物」として紡ぐ。150 年以上のブランドの物語をアートで表現
限定デザインボトルを 10 月 6 日（火）より順次発売**

世界 180 以上の国々で酒類ブランドを展開する英国大手酒造企業のディアジオ社の完全子会社ディアジオジャパン株式会社（本社：東京都港区）は、時代を超えて日本で愛され続けるスコッチウイスキー「オールド パー」のフラッグシップ「オールド パー 12 年」から、現代美術作家 京森康平氏とコラボレーションした限定パッケージを 10 月 6 日（火）より数量限定で順次発売開始いたします。

1871 年の創業以来、受け継がれてきたブレンド技術とクラフトマンシップを大切にしてきた「オールド パー」。本限定パッケージでは、150 年以上にわたり受け継がれてきたオールド パーの歴史や物語を、京森氏自身の装飾文化への考察を通して、日本の「絵巻物」として再解釈しています。ウイスキーを愉しむくつろぎの時間を、視覚的にも豊かに彩る限定デザインです。



■コラボレーションの背景

1871 年創業のオールド パーは、受け継がれてきたブレンドの伝統技術とクラフトマンシップを大切にしながら、日本でも長年親しまれてきたスコッチウイスキーブランドです。そして今、「Authenticity（本物感・正統性）」と「Modern（現代性）」を両立する思想の下、その歴史や伝統的な価値を次の世代へ届けるため、現代の文化や表現との新たな接点づくりにも取り組んでいます。

今回コラボレーションした京森氏は、装飾を単なる表面的な美しさではなく、社会や文化の中で価値や意味を生み出す表現として捉え、世界各地の伝統文化や歴史、そこに受け継がれてきた物語や装飾を手がかりに、現代における装飾や価値のあり方を考察する作品を制作しています。

本プロジェクトでは、150 年以上にわたり受け継がれてきたオールド パーの歴史や物語に着目し、京森氏自身がこれまで考えてきた「装飾」「物語」「価値形成」というテーマから、オールド パーというブランドの歴史や物語を読み解き、その物語を日本の伝承文化を思わせる絵巻物『翁覇伝酒絵巻』という架空の伝承物語として新たに構成しました。

オールド パーが大切にしてきた歴史やクラフトマンシップと、京森氏ならではの視点や表現を掛け合わせることで、長く受け継がれてきたブランドの物語を、現代の文化や感性の中で新たなかたちで提示します。歴史や伝統を大

切にしながら、現代の表現との接点をつくることで、オールド パーの物語を次の世代へつないでいく取り組みです。

■アートコンセプト『翁覇伝酒絵巻』

装飾文化を通じて現代におけるアイデンティティや視覚性の関係を探求する京森氏は、今回、オールド パーが150 年以上にわたり紡いできた歴史や物語を、日本の伝統的な表現形式である「絵巻物」として再解釈しました。

絵巻物は、人々の記憶や伝承を時代を越えて語り継いできた日本独自の表現媒体です。京森氏は、オールド パーの歴史もまた語り継がれるべき一つの物語として捉え、『翁覇伝酒絵巻』という架空の伝承物語を書き起こしました。

ラフスケッチには、書き起こされた物語を起点に、作品の構成や表現が立ち上がっていく、今回のコラボレーションならではの制作プロセスが収められています。

▼ラフスケッチ



ブランドの象徴である、152 歳まで生きたと伝わる「トーマス・パー」は、長寿の象徴である鶴と亀を合わせた「鳳凰の神獣」に見立てて描写。さらに、富士山や松といった日本の象徴するモチーフに、京森氏ならではの緻密な装飾表現を融合させることで、英国で生まれた伝説が海を越え、日本の伝承世界の中で新たな物語として語り継がれる伝承としての世界観を描き出しました。

オールド パーのもつ伝統の物語性と京森氏の考察が重なり合う本作品は、オールド パーの150 年以上の歴史を日本の伝承物語として再解釈することで、物語が人々の間で語り継がれ、新たな意味や価値を獲得していく過程を表現しています。絵の中に描かれた物語や歴史を辿りながら、私たちがどのように物語を信じ、価値を見出していくのか、その過程に思いを巡らせるきっかけとなる作品です。

また『翁覇伝酒絵巻』は、オールド パーの150 年以上の歴史を日本の伝承物語として再解釈することで、長く受け継がれてきたブランドの物語を、現代の文化の中で新たに読み直す試みでもあります。



■京森康平氏について

1985 年愛媛県生まれ。愛媛県の過疎地域で酪農を営む家に育つ。グラフィックデザインおよびファッションデザインを学び、イタリア・ミラノへ留学。帰国後は東京でグラフィックデザイナーとして活動した後、独学で現代美術の制作を開始。装飾文化を一貫した主題とし、工芸、信仰、権威、歴史などに見られる装飾の機能を手がかりに、平面作品を中心に制作を行っている。近年は「自己を飾る」という行為に着目し、アイデンティティと表面の関係について考察している。

【主な実績】

2020 年 Hermès International Scarf Design Competition グランプリ受賞
Whitestone Gallery（銀座・香港・台北・北京・ソウル）にて個展開催



■京森康平氏コメント

「私はこれまで、装飾が人の認識や感情にどのような影響を与えるのかをテーマに制作を続けてきました。その延長線上で、ブランドもまた、人々の認識や価値観を形づくる現代の装飾文化の一つではないかと考えています。そして、人々が共有する物語を通して、時間をかけて価値が育まれていく点に強く惹かれています。今回のプロジェクトでは、『人はなぜ神話や物語を信じ、それが価値として受け継がれていくのか』という問いを、ブランドという文化の中で考えられることに大きな魅力を感じ、お引き受けしました。

トーマス・パーという人物は、長寿の老人として語り継がれる中で、一人の実在の人物を超えた象徴的な存在となり、ブランドの物語へと育まれてきました。私は、その物語を日本に伝わる絵巻という時間性を持つ表現へ置き換えることで、文化を越えて語り継がれる伝承として再解釈したいと考えました。

このパッケージを通して、まずは一枚の絵として楽しんでいただけたら嬉しいです。そして絵の中に描かれた物語や歴史を辿ることで、私たちがどのように物語を信じ、価値を見出していくのか、その過程にも思いを巡らせてもらえたらと思います。」

■「オールド パー 12 年 絵巻物 限定デザイン」商品概要

商品名：オールド パー 12 年 絵巻物 限定デザイン

容量：750ml

アルコール度数：40 度

希望小売価格：6,700 円（税別）

発売日：2026 年 10 月 6 日（火）以降順次発売開始

取扱店：全国の百貨店・スーパーマーケット・酒類販売店 等



■オールド パーとは

2025 年、世界的権威を誇る「SFWSC*1」「ISC*2」、国内で「TWSC*3」という 3 つの主要スピリッツコンペティションで高く評価され、合計 9 つの賞を受賞した「オールド パー」は、スコットランドを代表するブレンデッドウイスキー銘柄のひとつです。1871 年に創業したグリーンリース兄弟は、最高の技術で完成させたこのブレンデッドスコッチウイスキーを末永く後世に届けたいという願いを込めて、英国史上最長寿といわれた伝説の人物「トーマス・パー（オールド パー）」の名を授けました。ラベルに描かれたトーマス・パーの肖像画は、時代を超えて誇り高く伝えられた継承のしるしとして、今もなおブランドの象徴であり続けています。さらに、ボトルには「クラックルパターン」と呼ばれる独特のひび割れ模様と、斜めに自立する四角く丸みを帯びた形状があしらわれています。これは陶製ボトルをイメージしたものであり、創業当時から変わらない伝統とブランド精神を物語っています。



ブランドサイト：<https://www.oldparr.jp/>

■時代を越えて愛され続ける「オールド パー 12 年」

- ・SFWSC*¹ 2025 最優秀金賞受賞（ダブルゴールド）
- ・ISC 2025*² 銀賞受賞
- ・TWSC*³ 2025 金賞受賞

オールド パーでもっとも食事に合わせやすい本格派のウイスキー。

調和のとれた柔らかな味わい、奥行きのある香りと長い余韻は和食とも好相性です。



■ディアジオ ジャパン「DRINKiQ」について

ディアジオ ジャパンは 2030 年に向けて、持続可能な世界を実現する取り組みとして、サステナビリティの推進の他にポジティブ・ドリンクの啓発をしております。

その一環として、適正飲酒のサポートや、お酒の知識を学ぶことができる Web サイト「DRINKiQ」を公開中。

<https://www.drinkiq.com/ja-jp/>



お酒は 20 歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。

お酒は適量を。妊娠中・授乳期の飲酒はやめましょう。飲んだ後はリサイクル。