

<Press Release>

2023年12月4日(月)

ディアジオ ジャパン株式会社

世界的に有名なビジュアルアーティスト ジェームズ・ジーン氏が手がける  
2024年の干支「辰」をあしらった新年を祝う数量限定特別デザインボトル  
「ジョニーウォーカー ブルーラベル イヤーオブザドラゴン」

2023年12月5日(火)より全国にて数量限定発売開始



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、世界的に有名なビジュアルアーティストのジェームズ・ジーン氏が手がける2024年の干支「辰(たつ)」をあしらった新年を祝う特別デザインボトル「ジョニーウォーカー ブルーラベル イヤーオブザドラゴン」を2023年12月5日(火)より、全国にて数量限定で発売いたします。

十二支の中で「辰」は唯一の空想上の生き物であり、ジェームズ・ジーン氏は、「十二支の中で最もパワフルで『力強さ』や『成功』を象徴して東洋で親しまれてきた龍は、アジア系アメリカ人の私にとって非常に身近な存在に感じられます」と語ります。

本商品に描かれた辰年の鮮やかなデザインは、高貴な甲辰(きのえたつ)が革新的かつダイナミックに表現されています。2024年に迎える甲辰(きのえたつ)とは、十干十二支の41番目の年にあたり、十干の1番目である「甲」と十二支の5番目である「辰」が重なる年になります。多くの人から干支の中でも最も力強いとされる辰は、生命と創造性の象徴であり、アジアの伝統文化では未来の繁栄の前兆であり、ジョニーウォーカーのスローガンである「KEEP WALKING」という、常に進化し続けるという揺るぎない信念と呼応しています。また、ジェームズ・ジーン氏はジョニーウォーカー7代目マスターブレンダーのエマ・ウォーカーと、彼女が率いるチームがもたらした驚くべきジョニーウォーカー ブルーラベルを味わった際に感じた、風味の層からインスピレーションを得て、デザインの中に黄金色に輝く蜜が溢れ流れる菊の花と、貴重な蜜を口にするハチドリの様子を描いています。

ジョニーウォーカー グローバル・マーケティング&イノベーション ディレクターのジョアン・マトスは、「新年を祝うために、ジェームズ・ジーン氏が2024年の干支の辰(たつ)を見事に解釈し、伝統と革新を表現してくれました。同ブランドの「KEEP WALKING」の信念を体現するように、過去への敬意と未来への楽観的な展望を融合させてくれました。花と有機的な要素で描かれた彼のドラゴンは、創造性と繋がりへの力の象徴だと思います。私たちはこの素晴らしい限定デザインで2024年を祝うことができ、感激しています。」とコメントしました。

## <商品概要>



商品名	ジョニーウォーカー ブルーラベル イヤーオブザドラゴン
容量	750ml
アルコール度数	40度
原産地	スコットランド
原料	モルト、グレーン
希望小売価格	27,800円（税別）   30,580円（税込）
発売日	2023年12月5日（火）数量限定2000本にて販売
販売エリア	全国
製法	通常のジョニーウォーカーブルーラベルと同じもの
ウェブサイト	<a href="https://www.johnniewalker.com/ja/">https://www.johnniewalker.com/ja/</a>
インスタグラム	<a href="https://www.instagram.com/johnniewalkerjapan/">https://www.instagram.com/johnniewalkerjapan/</a>

### ■ジェームズ・ジーン | JAMES JEAN

台湾生まれ、ニュージャージー育ち。ニューヨークのスクール・オブ・ビジュアル・アーツで学び、2001年に卒業。想像力豊かで多面的なイメージ作りのアプローチで、さまざまなジャンルの作品を手がけることで有名なジェームズは、中国の伝統的な巻物画、日本の木版画、ルネサンス期の肖像画にインスパイアされた美的技法で、現代的な題材を融合させている。さまざまなスタイルや美術史的なジャンルを試すことで、ジェームズは個人と普遍的な経験の両方に焦点を当てた詳細な宇宙論的世界を描いている。現代文化や古くからの寓話から引き出されたイメージを重ね合わせ、神話的な割合の集成的な領域を想像する。2008年春夏コレクションでのプラダとの画期的なコラボレーションの後、ジェームズはプラダの2018年春夏コレクションで10年ぶりに復帰。現在は、2003年にニューヨークから移り住んだロサンゼルスを拠点に活動している。

### ■ジョニーウォーカー | JOHNNIE WALKER.



JOHNNIE WALKER.

1820年、ウイスキーの品質が安定していなかった当時、創業者のジョン・ウォーカーは「一定した高品質のウイスキーを提供したい」と考え、紅茶のブレndィングをヒントにウイスキーのブレndィングを始めました。その息子にあたるアレキサンダー・ウォーカーは1887年にこのような言葉を遺しています。「私たちは、唯一無二の最高品質を誇るウイスキーだけを造る、そう心に決めている。」品質への妥協なき探究心、その信念の継承こそがジョニーウォーカーを今日の世界的なブランドへと成長させました。

現在は、ジョニーウォーカー200年の歴史で初の女性マスターブレnderとなるエマ・ウォーカーが、7代目としてそのDNAを体現しています。いつも最高のウイスキーを創造する、常に進化し続ける姿勢を象徴しているのが、ジョニーウォーカーのブランドアイコンである「ストライディングマン」、そして世界的に有名なブランドキャンペーン「KEEP WALKING」。常に進化し続けるという揺るぎない信念は、時代を超えて受け継がれています。

# JOHNNIE WALKER

## ■DRINKiQ



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・ドリンクの啓蒙を計画しています。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/>

報道関係の方のお問い合わせ先：

ジョニーウォーカーPR 事務局 (KENNY CHAN INC.)

担当：中村ケニー Mail：[jw\\_pr@ok-chan.com](mailto:jw_pr@ok-chan.com)

【商品に関するお問い合わせ先：ディアジオ ジャパン お客様センター】

TEL: (フリーダイヤル) 0120-014-969 土日祝日及び年末年始を除く平日 10:00 ~ 17:00