

尾畑酒造、三越伊勢丹が共同開発

発表会で披露された尾畑酒造と三越伊勢丹が共同開発した日本酒。「薫風」と「暮逢」(右)。ワインのような芸術的なラベルが目を引き、12日、東京・日本橋のブリックジにいがた



とフルーティーな酸味が特徴。春から初夏をイメージし、黄色やオレンジで花などを描いたラベルとした。暮逢は深く濃厚な味わい。ラベルは秋から冬をイメージし、紫や青で宇宙などを描いた。12日に都内で開いた発表会で、三越伊勢丹食品統括部の林真嗣バイヤーは「ラベルが会話のきっかけになって楽しく飲んでもらいたい。ワインを

日本酒ラベルアートに

「真野鶴」の醸造元、

尾畑酒造(佐渡市)と三

越伊勢丹(東京)が共同

開発したカラフルなラベ

ルが特徴の日本酒が完成

した。味や香りをイメー

ジしたイラストをアーテ

ィストの平島毅氏が手掛

けた。ワインのようなし

ゃれた外観で、日ごろ日

本酒を飲まない若い女性

の購入を狙う。

「日本酒アートのラベル

来月発売

味、香りイメージ
若い女性狙う

プロジェクト」と銘打ち、楽しむ人をターゲットに昨年9月に開発に着手したい」と述べた。

た。編集者やソムリエら 尾畑酒造の尾畑留美子

30人以上から8種類の酒 専務は「日本酒の自由な

を試飲してもらい、評価 味わいを引き出せた。飲

が高かった2種類を商品 む人が増えていけばと期

化した。試飲の際に味や 待している」と話した。

香りから連想する色や形 薫風は720リットル、2

も調べ、それを基に平島 100円。暮逢は同、2

氏がイラストを描いた。 625円(いずれも税込

新商品は純米吟醸の 3月5日、全国の

「薫風」と大吟醸原酒の 三越伊勢丹各店とインタ

「暮逢」。薫風は爽やかさ ーネットで発売される。