

■手が届く「ぜいたく感」で雰囲気を楽しむトレンド

ビール系飲料の出荷量が低迷するなかで、プレミアムビールやクラフトビールなど「原料や製造などの品質にこだわりのあるもの」が人気を集めています。一方で自宅でのカクテル作りができるとして洋酒の消費拡大が注目されるほか、アルコールは飲めないけれど飲みたいというノンアルコール飲料など、簡単・カジュアルに「雰囲気」や「手が届くぜいたく感」を味わいたいという時代やコンセプトに対し、ジャワティプレミアムの「ワインのようなデザイン性」がマッチしたことも評価の一因と考えます。

■ジャワティプレミアムの特長 ～五感を満たす新しいテーブルドリンク～

I. こだわり抜いた素材とガラスびんの機能性

レストランやホテルでの食事の席で、ワインのように料理と合わせて楽しめる“ホワイト”“レッド”の2種類のラインアップで、香り高く口当たりのよい「新しいドリンク」を開発しました。“ホワイト”には太陽が完全に昇りきる前の数時間しか摘むことができない新芽を贅沢に使用し、“レッド”にはインドネシアジャワ島の中で最も標高が高い国営農園で育まれた高山茶葉を使用し、独自の抽出製法でワインのような奥行きのある香りと味わいを実現。この美味しさをそのままお客様のテーブルにお届けしたいという想いから、その美味しさをガラスびんに閉じ込め、さらに視覚的にも美しく魅せ、丈夫でありながらも可能な限りの薄さと透明感を実現した、ガラスびん入りのプレミアムジャワティが完成しました。



II. 食卓を彩る “空間づくり”としてのデザイン

ジャワティプレミアムを考案したマーケティング部 ジャワティ担当大淵は、ジャワティがもつテーブルに置いて映える“華やかさ”を通じて、食事の時に飲んでいただくドリンクとして再認知を拡大するためのブランディングを提案。色とりどりの料理が並ぶテーブルにも添えて頂けるよう、シンプルかつワインを思わせるやわらかなフォルムのボトルを採用。スタイリッシュなラベルは、ドリンクの色(“水色”“すいしょく”)を魅せるために、スタイリッシュながらもコンパクトに工夫し、優しい手触りと程良い重厚感と細身の形状は、女性でもグラスに注ぎやすいように設計。開発段階ではソムリエや料理人の方々に実際にびんに触れ、試飲していただき、アドバイスをいただくことで、「食卓(テーブル)の “空間”を演出する」ジャワティプレミアムが完成しました。



III. 五感を満たす、プレミアムなドリンク

ジャワティプレミアムは、食卓を楽しむ際に美味しいと感じる大切な要素である「五感」を満たす構造となっています。ガラスびんを使用していることにより、味、香りを保ち、またガラスびんならではの見た目や程良い重みの存在感、そしてワインのようにグラスに注ぐ際の「音」や様子など、あらゆる要素が揃い、食卓という空間に心地よい彩りを演出しています。

食事を楽しむためのちょっとした工夫をいっぱい詰め込んだジャワティプレミアムで、美味しく、楽しく、心が弾む、特別な食事のひとつを提案しています。

