

報道資料

**グッチ家4代目グッチオ・グッチ氏と共にイタリアの伝統を大切に守るワインブランド『GIOIA(ジオイア)』と『A MAN of ULTRA』のコラボレーションワイン発売
～ジオイアジャパンの公式オンラインショップにて数量限定で販売～**

株式会社円谷プロダクション(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:大岡新一、以下「円谷プロ」と)と、フィールズ株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:繁松徹也、以下「フィールズ」)が共同で展開するライセンスブランド『A MAN of ULTRA』(ア・マン・オブ・ウルトラ)は、このたびジオイアジャパン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:矢船浩幹、以下「ジオイアジャパン」)が展開するワインブランド「GIOIA(ジオイア)」とコラボレーションしたワインを発売します。コラボレーションワインは2017年6月20日(火)より、ジオイアジャパンの公式オンラインショップ[<http://www.gioiajp.com/online-shop/>]にて数量限定で販売いたします。



このたびのコラボレーションは、ジオイアのブランド統括アドバイザーであり、グッチ家4代目にあたるグッチオ・グッチ氏自身が『A MAN of ULTRA』の「日常の世界にウルトラな男を創り出す」というコンセプトに賛同したことから実現いたしました。品質にこだわり、現在イタリアで最も評価の高いエノロゴ(醸造家)の一人、マルコ・ベルナベイ氏が、丁寧に醸造した自信作にご注目ください。

ブランド統括アドバイザー グッチオ・グッチ氏 コメント

日本を代表するヒーローであるウルトラマンとのコラボレーションは、僕の幼少期を思い出す良い機会になりました。

幼いころ、自分の周りすべてのものに抱いていた興味と好奇心を、いくつになっても持ち続けたいと思います。

ヒーローが経験とともに強くなっていくように、私たちは常に成長していくものだから。素敵な機会をありがとう。



GIOIA × A MAN of ULTRA コラボレーションワイン ラインアップ(全4種)



白ワイン IGT VENETO SAUVIGNON
7,878 円(税込)

イタリア東ヴェネトの丘陵地域で、2011年に収穫されたソーヴィニヨンの中からセレクトされたものだけを使用。7日間低温マセラシオン(色素や成分を抽出するために種や果皮を漬け込むこと)されて、大切に温度管理された中での醸造後、香りを豊かにするためにバトナーージュ(熟成中に色素や成分の沈殿物を攪拌すること)を続け、酵母と接触させながら熟成させた逸品。

エチケット(ラベル)は、ウルトラヒーローの力の源である「光」をイメージしたカラーを GIOIA シンボルで表現。ウルトラセブンの武器「アイスラッガー」をモチーフにした限定デザインです。



赤ワイン CHIANTI DOCG
7,878 円(税込)

イタリアトスカーナ州キャンティ地方の選り抜かれた土壌で育ったサンジョベーゼ(90%)をメインに使用したワイン。キャンティの文化と伝統を維持しながらも、革新的でリッチな逸品。品種ごと、また熟成度ごとに、エノロゴ(醸造家)であるマルコ・ベルナベイにより丁寧に醸造された自信作です。

エチケットは、ウルトラヒーローをイメージした赤とサンジョベーゼの赤を GIOIA シンボルで表現。ウルトラセブンの武器「アイスラッガー」をモチーフにした限定デザインです。



プレミアム白ワイン
CHARDONNAY BARRIQUE
18,780 円(税込)

太陽の光をふんだんに浴びたシャルドネを 100%使用しています。手作業で成熟度を見て、選別しながら収穫する伝統的な方法で精製。アプリコットやバナナのような香りが豊かで、優れた酸味が特徴の、食事を華やかにするワインです。

エチケットは、ウルトラヒーローが「M78 星雲」から地球を見守っているイメージを表現。GIOIA ロゴとウルトラセブンの変身アイテム「ウルトラアイ」をモチーフにした限定デザインです。



プレミアム赤ワイン
CABERNET SAUVIGNON MERLOT
27,870 円(税込)

選り抜かれたカベルネソーヴィニヨン(80%)とメルロー(20%)の繊細な構成の最高級にエレガントな仕上がり。醸造からボトル詰めまでエノロゴであるマルコ・ベルナベイ氏とワイナリー独自の精製方法で生まれた逸品です。舌に残る余韻が長く続く、大人のためのワイン。

エチケットは、カベルネとメルローのセパージュを深いボルドーで強調し、ウルトラヒーローが「M78 星雲」から地球を見守っているイメージを表現。GIOIA ロゴとウルトラセブンの変身アイテム「ウルトラアイ」をモチーフにした限定デザインです。

『GIOIA』とは

“GIOIA”は、イタリア・フィレンツェの歴史と伝統を現代に引き継ぎ、後世に伝えながら新しい文化を創造するブランドです。“GIOIA”はイタリア語で、喜び・歓喜という意味にあたり、GIOIA ブランドを通じて一人でも多くの人々に喜びを感じてもらうことを企業理念としています。



現在は GIOIA ブランドの中でも、イタリアの食文化には欠かせないワインを展開し、日常のひと時に至高の時と豊かさを提供しています。2017 年 5 月には、熊本市に直営店である「GIOIA LOUNGE」をオープン。GIOIA ワインが飲める大人の隠れ家として、話題となっています。

◇公式サイト&オンラインストア <http://www.gioiajp.com/online-shop/>

エノログ(醸造家)
マルコ・ベルナベイ氏



『A MAN of ULTRA』とは

『A MAN of ULTRA』とは、株式会社円谷プロダクションと親会社であるフィールズ株式会社が共同事業として展開する新しいコンセプト・ライセンスブランドで、2015 年 4 月 21 日から事業をスタートし、既に 70 社以上が参加しています。昨年には、2015 年度に活躍したプロパティ(キャラクター&ブランド等)の中から国内最高のプロパティを決定する「Character & Brand of the Year 2016」において、「日本ブランド・ライセンス大賞 グランプリ」を受賞しました。

ウルトラマンの生みの親である円谷プロは、「いつの時代も世の中に必要とされるヒーローを送り出したい」という願いのもと、約 50 年にわたり数々のウルトラマンシリーズをプロデュースしてきました。そして今、日々の生活の中からもヒーローを生み出したいという思いから、『A MAN of ULTRA』=「日常の世界にウルトラな男を創り出す」という新しいコンセプトを導き出しました。

円谷プロが持つ膨大なアーカイブを活用しながら、キャラクターをリアルに表現しないという制約以外、自由にデザインすることができるというのが特徴です。キャラクターライセンスではなく、コンセプトを形にするという日本でも非常に珍しい「コンセプト・ライセンス」です。

日本のすべての男性に勇気を与え、「ウルトラな男になって欲しい!」、「ヒーローを見て育った大人たちにこれからは自分自身がヒーローになって欲しい!」、そのようなメッセージが届けられるよう、協業するすべての企業やブランドの皆様と『A MAN of ULTRA』を育てていきたいと考えています。

©A MAN of ULTRA ©TSUBURAYA PROD.

- ◇公式サイト&オンラインストア : <http://aman-u.jp/>
- ◇公式 Facebook : <http://www.facebook.com/AMANofULTRA>
- ◇公式 Twitter : https://twitter.com/A_MAN_of_ULTRA
- ◇公式 Instagram : https://instagram.com/A_MAN_of_ULTRA

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社円谷プロダクション Web お問い合わせ <http://www.tsuburaya-prod.co.jp/contact-us/>