News Release

日本たばこ産業株式会社

2013 年 3 月 22 日

香り高い味わいに一層磨きをかけてリニューアル

ルーツ「アロマブラック」「アロマレボリュート微糖」

4 月 1 日より全国でリニューアル発売

ルーツ「アロマラテ」

4 月 15 日より全国でリニューアル発売

JT（本社：東京都港区、社長：小泉　光臣）は、ルーツアロマシリーズから、ルーツ「アロマブラック」「アロマレボリュート微糖」を 4 月 1 日より、ルーツ「アロマラテ」を 4 月 15 日より全国でリニューアル発売します。

また広告宣伝については、引き続き俳優の「竹野内　豊」さんを起用した TVCM を展開します。

●新焙煎技術で味と香りに一層磨きをかけた、ルーツ「アロマブラック」

ルーツ「アロマブラック」は 2003 年の発売以来、香ばしいアロマと豊かなコクのある味わいで多くのお客様からご好評をいただいています。また、同商品は 2011 年、2012 年と 2 年連続で「モンドセレクション」金賞を受賞（※）するなど、ボトル缶コーヒー市場を牽引してきました。



この度 JT では、同商品の特長である香り高い味わいに一層磨きをかけてリニューアル発売します。今回のリニューアルでは、ルーツを共同展開するキーコーヒー社の特許技術を活用した JT 独自の焙煎技術「アクアロースト」を採用しました。これは、コーヒー豆の焙煎開始時に水を使用することで渋みや雑味を効率的に取り除く新技術で、これまで以上に豆本来の柔らかい口当たりと澄み切ったコクを引き出しています。

パッケージは、商品名を大きく帯ラベルに表示したシンプルなデザインに、香り立つコーヒー豆のイラストを配置し、豊かなアロマとこだわりの品質を表現しています。また今回のリニューアルに合わせ、ルーツのロゴマークを刷新し、ブランド名とデザインをよりシンプルにすることで視認性を高めました。

（※）2010 年品、2011 年品のルーツ「アロマブラック」300g ボトル缶にて受賞

JT 本社　IR 広報部　　〒105-8422　東京都港区虎ノ門 2 丁目 2 番 1 号　TEL 03-5572-4291

ひとの　ときを、　想う。

●さらに香り高く、コクのある味わい、ルーツ「アロマレボリュート微糖」



ルーツ「アロマレボリュート微糖」は、新焙煎技術「アクアロースト」で味と香りを高めた「アロマブラック」をベースに仕上げた、ミルク入りの微糖コーヒーです。糖類を 55%カット（※）して後口に残らないほのかな甘さに仕上げるとともに、濃厚な JT 独自乳素材を用いてまろやかでコクのある味わいとしました。

パッケージは、ルーツ「アロマブラック」のシリーズ品として、デザインレイアウトを踏襲するとともに、新ロゴマークを採用しています。

（※）コーヒー飲料等通常品（7.5g/100ml）に比べ糖類 55%カット

●一層心地よく香る、砂糖ゼロの甘くないラテ、ルーツ「アロマラテ」



ルーツ「アロマラテ」は、コーヒーの豊かなコクとまろやかなミルクを楽しめる、砂糖ゼロの甘くない味わいでご好評いただいています。

この度、従来のコーヒー豆のブレンドを変更するとともに、新焙煎技術「アクアロースト」を用いて味と香りに一層磨きをかけました。また、これまでの JT 独自乳素材に新たにクリームを加え、より香り高くまろやかな味わいに仕上げました。

パッケージは、カフェラテをイメージしたクリーム色を基調に、コーヒーとミルクが混ざり合う様と、そこから香りが立ち上って消えていく様をゴールドでデザインしました。また、本商品についても新ロゴマークを採用しています。

■実力派俳優の「竹野内 豊」さんを起用した TVCM を展開

ルーツアロマシリーズの広告宣伝については、引き続き実力派俳優の「竹野内 豊」さんを起用します。TVCM をはじめ、様々なメディアを活用して新たな広告宣伝を展開します。概要は別紙のとおりです。

商品概要は以下のとおりです。

ブランド名	商　品　名	容量・容器	希望小売価格 （消費税別）	発売日
ルーツ	アロマブラック	300g ボトル缶	130 円	4 月 1 日
ルーツ	アロマレボリュート 微糖	270g ボトル缶	140 円	4 月 1 日
ルーツ	アロマラテ	270g ボトル缶	140 円	4 月 15 日

お客様からの商品に関する問い合わせ先

ジェイティ飲料株式会社
お客様相談室
０１２０－２２３－６２２

＜ホームページアドレス＞
http://www.jti.co.jp/softdrink/
＜ルーツオフィシャルウェブサイト＞
http://www.jt-roots.com/

別　紙

＜広告宣伝について＞

広告宣伝については、引き続き実力派俳優の「竹野内 豊」さんを起用します。今年度も「それでも、前を向く。」をキャッチコピーに、竹野内さん扮するやり手部長が些細なことで落ち込みながらも、ルーツを飲んで前向きに立ち向かう姿を描いた広告シリーズを展開します。また、ルーツアロマシリーズのリニューアルに際し、一層磨きをかけた豊かな“香り”についても訴求します。

TVCM をはじめとして、様々なメディアを活用した新広告展開にご期待ください。





≪タレントプロフィール≫

竹野内 豊

生年月日: 1971 年 1 月 2 日生まれ

出身地: 東京都

主な出演作品（2008 年以降）

≪出演映画≫

2008.4　「あの空をおぼえてる」

2009.10　「さまよう刃」

2011.2　「太平洋の奇跡～フォックスと呼ばれた男」主演

2011.5　「大木家のたのしい旅行 新婚地獄篇」主演

≪出演ドラマ≫

2009.4～6　CX 「BOSS」

2009.10～3　CX フジテレビ開局 50 周年記念ドラマ「不毛地帯」

2010.10～12　CX 月 9「流れ星」主演

2011.4～6　CX 「BOSS」

2012.4～　TBS 「もう一度君に、プロポーズ」主演

参　考

＜新ロゴマークについて＞

ルーツのロゴマークは、コーヒーの実と葉のイラストをブランド名（Roots）に組み込んだ特徴的なデザインとして、2000 年のルーツ発売時から使用しています。

今回採用する新ロゴマークでは、コーヒーの実と葉をシンプルにしてロゴマーク全体の視認性を高めるとともに、葉の部分を用いてコーヒーの香りが立ち上るイメージを表現しました。また、ルーツの頭文字 “R”の字体に躍動感をもたせ、常に進化するブランドというメッセージを込めています。

新ロゴマークは、4 月 1 日発売のルーツ「アロマブラック」およびルーツ「アロマレボリュート微糖」より使用を開始します。

ルーツの初代/新ロゴマーク

初代 Roots ロゴ	新 Roots ロゴ
Roots	Roots

■新ロゴマーク入りの飲料自動販売機投入

今回のルーツのロゴマーク刷新に合わせ、飲料メーカーの象徴であり、お客様との接点である飲料自動販売機のデザインもリニューアルします。本体は高級感のあるシャンパンゴールド色を塗布し、さらにメタリック塗装により清潔感を保ち、品質にこだわった商品を提供する場とします。

新デザインの自動販売機は、4 月初旬から順次設置の予定です。

なお、飲料業界では 1991 年から自動販売機の電力削減に積極的に取り組んできました。JT においても自動販売機の電力削減取組みの一環として、長時間冷却運転停止可能な「ピークカット機能」や、温度変化に応じた最適な熱交換を実現する「部分冷却/加温システム（学習省エネ機能）」を搭載した自動販売機の設置を積極的に推進しています。今後も JT は自動販売機メーカーと協力し、更なる省エネ、環境配慮に努めていきます。



新デザイン飲料自動販売機