



機能性と力強さ 重視で新ライン

サンエー・インター
「パーリーゲイツ」

サンエー・インターナショナルは10年秋冬から、ゴルフウェアブランド「パーリーゲイツ」の新ライン「マスターバーニーエディション」の販売を開始する。マスターバーニーエディションはパーリーゲイツの新しい提案として、プロゴルファーの要望を盛り込んだ「勝利者のための戦闘服」。スポーツ時の運動性を第1に考え、スイング時の腕や腰の動きを妨げないカッティングなど多彩な機能を提案する。デザインは従来の可愛らし

さよりの力強さを重視し、英国調のトラッドにファッションの遊び心を取り入れたメンズとレディースのトレンドゴルフウェアとした。

新ラインでは競技をサポートする機能を柱に、耐久撥水加工を施したウールのグレンチェック生地や消音効果のあるギンガムチェックコーティングなどの素材をはじめ、襟変化による日焼け防止やアウターやポケットのベンチレーション（喚気機能）などにこだわった。

同社ではマスターバーニーエディションを今春3月からパーリーゲイツ（全国48店）の一部店舗でテスト販売し、今秋冬で販売を本格化。販路は百貨店を中心に30店に広げ、初年度売上高で7億円を見込んでいる。なお、パーリーゲイツは昨年4億

上田桃子選手などプロの要望を盛り込んだ「マスターバーニーエディション」

円を販売し、10年4月も前年同期比5%増と増収を続けている。