

サンエー・インターナショナル

「勝つための」のゴルフウェア

「マスターバニーエディション」を本格展開

サンエー・インターナショナルは、ゴルフウェアブランド「パーリーゲイツ」で、機能性を追求した新ブランド「マスターバニーエディション」を11春夏から本格的にスタートする。同ブランドは今年2月から15店舗で試験的にスタートし、9月からは百貨店を中心に30店舗まで拡大。11春夏はこれまでの30店舗に加

え、卸販売を国内外でスタートし、売上高10億円を目指す。ファッション要素の強いゴルフウェアブランドとして、長く若い女性の支持を得てきた同ブランドだが、ブランド創設20年の区切りと、ライバルブランドが多くなってきたことを理由に、新しい領域に挑戦。機能素材やストレッチ性にこだわっ

た。勝つための戦闘服を開発し、新しい市場を

開拓したい意向だ。契約プロの上田桃子プロは「以前から機能性に優れた戦闘モードの服が欲しいとリクエストしていた。今年1年マスターバニーエディションを着て試合を戦ったが、とにかく動きやすく満足して

いる」とコメントした。価格はパーリーゲイツよりワンランク上で、ブルゾン1万8000円、3万4000円、ポロシャツ1万1000円、1万8000円、レインウェアトップス2万7000円となる。



芹澤信雄プロ(左)と上田桃子プロ