本ソフトボール協
年7月に開かれる
トボールの第13
選手権大会（カナ
ライトホース、7
22日）に出場する
表選手17人と着用
ニホームを4月
都内で発表した。
会見には、宇津木
ッドコーチ、上野
投手（ルネサスエ
ロニクス高崎）、
外野手（同）が
日本の世界大会で
は第2回大阪大会
あり、両選手とも
一丸で優勝を目
と抱負を語った。
ニホームはミズノ
北京五輪後初の
ン変更となる。デ
ルテーマは「つなが
り、仲間」と「復興への
光」。本体メーンカラー
には引き続き赤、白を採
用。胸の「JAPAN」
のロゴの「J」の文字が
全体を支えることで「つ
ながり、仲間」の表現と
して「皆で船に乗ってい
る」イメージを表してい
る。北京五輪の時と同
様、デザインやマークは
鮮やかな色彩と軽量性を
保つため、繊維にインク
を浸透させる昇華プリン
トを採用。ホーム用のシ
ャツの裾から放射状に広
がるラインは東日本大震
災からの「復興への光」
もイメージしている。
素材・機能性では、縦
横の伸縮性が高いメッシ
ュ素材を採用。細目のシ
ルエットでタイトフィッ
トのアンダーシャツとの
重ね着でも動きを妨げ
ず、スムーズな動きをサ
ポートする。脇の前面、
背面にストレッチ性の高
い素材を組み合わせるこ
とで、体のねじりにもス
ムーズに対応する。
日本代表選手17人の内
訳は投手4、捕手2、内
野手6、外野手5人。チ
ームの特徴について宇津
木ヘッドコーチは「投手
は4人。上野がとても調
子がいいので、国際大会
の経験はないが今年もっ
とも伸びている栗田美穂
（豊田自動織機）と藤田
倭（太陽誘電）の若い2
選手を入れた。また野手
は山田恵里（日立ソフト
ウェア）を中心としたチ
ームで臨む。力強い選手
をそろえ打って勝ち取り
たい」と抱負を語った。
世界選手権大会出場国
は16カ国で、日本は開幕
戦から強豪オーストラリ
アと対戦する。今後の日
程は、6月22日から岐阜
県大垣市で第一次国内強
化合宿に入り、7月4日
からのカナディアンオー
プン大会後、そのまま世
界選手権へ移動する。

ミズノは、ロンドンオリンピックに向けて、"声で、ニッポンにチカラを"テーマに、日本代表を応援する活動を通して、日本を元気にするプロジェクトを立ち上げた。プロジェクトの第1弾として、ロンドンオリンピック開幕の100日前にあたる4月18日、「ミズノ ロンドンオリンピック 日本代表応援サイト」（http://www.mizuno.jp/2012Japan/）を本格オープンした。

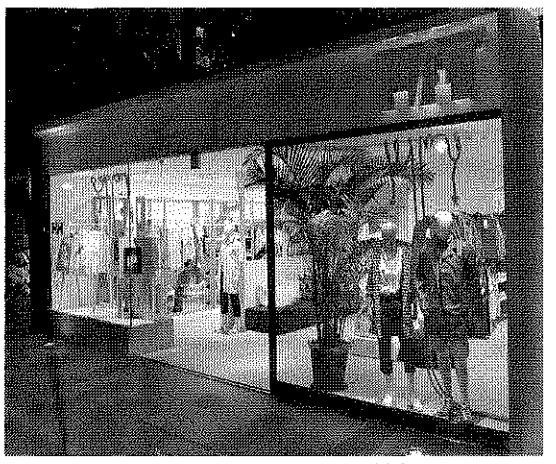
第1弾 応援サイトオープン
ミズノ〈ロンドン五輪日本代表応援プロジェクト〉
応援団長にキマグレン

アスリートのメッセージなど発信

今回立ち上げたサイトの主要コンテンツは次の通り。
▽アスリートメッセージ＝ミズノ所属の室伏広治選手、寺川綾選手や契約選手のオリンピックへかける思いを紹介。
▽応援団長キマグレンのメッセージ＝ミズノのロンドンオリンピック日本代表応援プロジェクトの応援団長であり、応援歌を歌うキマグレンが、曲に込める思いなどを語る。
▽ニッポンの勝利服＝日本代表選手が記者会見や表彰式などで着用するオフィシャルスポーツウエアを紹介。
▽応援団長キマグレンが、仲間と共に過ごすことをより身近に感じ、楽しむことを目的にしたオリジナリティーあるデザインのマリンウエアやアウトドアウエアを提案することで、新しい「ヘリーハンセン」を発信していく。
ショップデザインは、ブランド発祥の地であるノルウェーの世界観を体感してもらうため、北欧の心地良さとシンプルさ、クリーンさを併せ持った設計を意識。世代を超えて幅広い人がゆったりと集うことができる空間と時間を提供するショップを目指す。
ショップ概要は次の通り。
▽所在地＝東京都渋谷区神宮前5―27―8
▽営業時間＝11時～20時、不定休
▽電話＝03―6418―9669
◇
「ヘリーハンセン」は歴代オリンピックの競技ウエアなども紹介。
コンテンツは随時、更新・追加していく予定。また、同時に今回のプロジェクトの公式ツイッターもスタートする。
同社は今後、同プロジェクトで応援団長のキマグレンと応援歌を作ったり、イベント会場やウェブを通じて集めたファンの声をロンドンに届けたり、さまざまな活動を実施していく。

原宿に初の旗艦店
ゴールドウイン「ヘリーハンセン」
新たなアプローチを開始

ゴールドウインは4月21日、「ヘリーハンセン」ブランド初のフラッグシップショップ「HELLY HANSEN（ヘリーハンセン）原宿店」をオープンした。ブランドの持つ歴史的背景を重視しつつ、新たなマーケットへのアプローチを視野に入れた新スタイルのショップとして展開する。
◇
ショップコンセプトは"from ocean to mountain"。面積約141平方㍍の店内には、同コンセプトをよりリアルに表現するためマリンウエアおよびアウトドアウエアから、ライフスタイルウエアまで全ラインのアイテムを揃える。
ブランドの原点であるハイスペックなセーリングウエアに加え、自然と共に過ごすことをより身近に感じ、楽しむことを目的にしたオリジナリティーあるデザインのマリンウエアやアウトドアウエアを提案することで、新しい「ヘリーハンセン」を発信していく。
ショップデザインは、ブランド発祥の地であるノルウェーの世界観を体感してもらうため、北欧の心地良さとシンプルさ、クリーンさを併せ持った設計を意識。世代を超えて幅広い人がゆったりと集うことができる空間と時間を提供するショップを目指す。
ショップ概要は次の通り。
▽所在地＝東京都渋谷区神宮前5―27―8
▽営業時間＝11時～20時、不定休
▽電話＝03―6418―9669
◇
「ヘリーハンセン」は11年春夏からアウトドアコレクションをスタート。歴史と定評のあるセーリングギアと併せて、文字通り海から山までをサポートするトータルアウトドアブランドとして生まれ変わった。
今春夏では、セーリングラインとして波柄の「ベガジャケット」（1万3650円）、アウトドアラインとしてリーフ柄の「ウイメンズ スカ


センスあるショップ外観

香川・高松市に出店
欧州調の什器を導入
アシックス「オニツカタイガー」

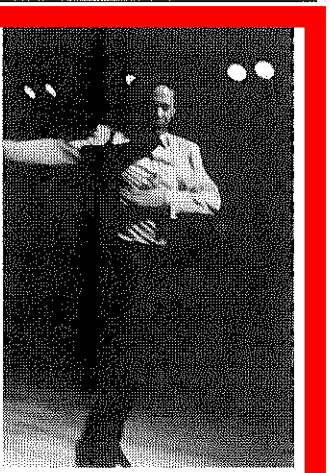
アシックスは4月19日、香川県高松市の複合施設「丸亀町グリーン」内に、直営店「オニツカタイガー高松」を出店した。四国地区でのオニツカタイガー出店は初めて。店舗面積は約100・4平方㍍で、初年度6800万円の売り上げを見込んでいる。
店内は、新旗艦店の「オニツカタイガー表参道」同様、ヨーロッパ調の什器を導入し、シンプルで洗練されたインテリアで商品の魅力を最大限に引き出す。「オニツカタイガー」ブランドのシューズ、ウエア、バッグ、小物類を揃え、トータルで世界観を訴求し認知向上と売り上げ拡大を図る。
同店が入る「丸亀町グリーン」は、「育むまち」をコンセプトにした新複合施設。"緑と太陽の光がいっぱいの都心のエコロジーマーケット"を謳い文句に、緑が多く明るく開放的な施設になっている。
店舗概要は次の通り。
▽所在地＝香川県高松市丸亀町7番地16 丸亀町グリーン西館1階
▽営業時間＝11時～20時、不定休
▽電話＝087―823―3632

KT SPORT NET JUMP ROPE
株式会社 寺西喜商店 電話(0729)97―1300㈹ FAX(0729)99―4507

エコマークアワードで「奨励賞」を受賞
ルイ高

屋外スポーツ器具を開発・販売しているルイ高（本社・東京都杉並区、松井高芳社長）は、㈶日本環境協会主催の「エコマークアワード2011」で、「奨励賞」を受賞した。
「エコマークアワード」は、日本環境協会により2010年度に創設された表彰制度で、エコマーク商品をはじめとする環境配慮型商品の製造、販売あるいは普及啓発等により、エコマーク事業の目的である「消費者の環境を意識した商品選択、企業の環境改善努力による、持続可能な社会の形成」に大きく寄与した企業・団体等の優れた取り組みが表彰される。
同社の野球用ホームベース・ピッチャープレート土台「プラ台」は、再生プラスチックを用いたもので、1994年にエコマーク認定された。樹齢の高い木材を使用した従来の製品に代わる商品として、廃棄物削減と森林資源保護、また循環型社会実現のために再生材を使用した製品を開発し、長年にわたりその普及活動に努めてきた。またその他の製品においても、スポーツ器具のアルミ化推進、環境に配慮した製品づくり、エコマーク製品の積極的採用とその浸透に継続的に取り組んできた企業姿勢が、「スポーツ分野へのエコマーク製品スタンダード化への挑戦」として評価されたもの。
今後もルイ高は、「アルミ材の積極採用」「再生材の使用」「廃棄物削減と森林保護」の3つのテーマの下に、持続可能な社会の形成に向けて、環境配慮型商品の販売に努めていく。
◇
〈会社概要〉
▽会社名＝㈱ルイ高
▽事業内容＝スポーツ・公園施設器具の設計から販売まで及び関連製品の販売
▽設立年月日＝1977年6月6日
▽代表者＝代表取締役社長 松井高芳
▽本社所在地＝東京都杉並区南荻窪4―10―12 ルイ高ビル

業界初"筋膜"に焦点
4月から新プログラム導入
ティップネス「丸の内スタイル」


フラメンコプログラム

日常生活で生じる「筋膜」のねじれや拘縮はカラダの歪みにつながり、様々な痛みや可動制限を引き起こす。今回のプログラムでは、その「筋膜」をボールと自体重だけで徐々にほぐし解放していくことで、正しい状態に戻し、機能を正常化させることで不調を軽減させる。
自分のペースで誰にでもでき即効性があるため、レッスン中からカラダが楽に動かせるようになるのを実感できる。日常生活におけるパフォーマンスアップに直結するプログラムとして、すべてのビジネスワーカーに訴求していく。
フラメンコ～エモーショナル～は、丸ノ内OLが仕事を終えたあと、すべてを忘れて熱中し、感情をぶつけて表現するための情熱系ダンスプログラム。ティップネス丸の内スタイルならではの、高いクオリティーのレッスンを提供する。
このプログラムを指導するのは、世界各地でのフラメンコ公演ツアーのほか、DVD主演や東京エルフラメンコでも活躍するよう、マットレス全
ティップネスが展開する新世代型フィットネスクラブ「ティップネス丸の内スタイル」は4月2日から、新プログラム「セルフ筋膜リリース」と「フラメンコ～エモーショナル～」を導入した。
セルフ筋膜リリースは、フィットネスクラブにおいて国内初となる、筋膜に完全にフォーカスしたグループエクササイズ。筋肉を包む形でカラダのあらゆる部分に広がる「筋膜」に着目、理学療法から生まれたテクニックを取り入れた画期的なセルフコンディショニングプログラムとなっている。