



2016年11月23日

報道関係各位

株式会社ドーム

読売巨人軍（ジャイアンツ）の2017年シーズン新ユニホーム アンダーアーマーの最先端のテクノロジーを搭載し、刷新

<https://youtu.be/xVppREn18QE>



アンダーアーマーを日本で展開する株式会社ドーム（本社：東京都江東区、代表取締役CEO：安田秀一）は、読売巨人軍（ジャイアンツ）の2017年シーズンのユニホームを刷新することをお知らせします。

新ユニホームのデザインテーマは、“1953～原点回帰～”です。ユニホーム刷新の背景には、2015年のパートナーシップ契約の際、ともに掲げた「ジャイアンツが世界一のチームになる」という明確なビジョンがあります。世界一を目指すジャイアンツに世界一のユニホームを提供するために、アンダーアーマーの日米開発チームが結集し、糸・生地から刷新。最先端のテクノロジーを搭載しました。アンダーアーマーのテクノロジーは、選手たちのパフォーマンスを最大限にアップさせるでしょう。



ユニホームの刷新に合わせて、多くのファンの皆さまがこの新ユニホームを着用し野球場で応援したくなるよう、オーセンティック・レプリカユニホームにも注力し、プロモーションを展開します。来春のキャンプ期間には、お客さまに新しいユニホームを体感いただけるコーナーを設けます。

また、学生野球や草野球チームで同じ素材のユニホームを使用いただけるよう、「オーセンティックユニホーム」としてご提供できる体制も整えていきます。単にスポーツ用品メーカーがチームに物品を提供するということではなく、マーケティングパートナーとして総合的にチームをサポートし、ジャイアンツとともに成長を図っていきます。

■読売巨人軍×アンダーアーマー 新PV「G LEGACY×UA」

動画はこちらから：<http://~~~~~>





■ 読売巨人軍 2017年シーズンユニホーム

デザイン、カラー

ジャイアンツの歴史に敬意を表し、テーマは“1953～原点回帰～”。ジャイアンツの白×オレンジの原点ともいえる1953年のユニホームを想起させる仕上がりで、オレンジの色も当時に近づけました。風格と伝統を備えたシンプルなデザインを追求し、ビジターユニホームはブルーから、伝統のジャイアンツグレーになります。また、キャップもツバエッジをブラックに統一しています。



生地「アーマーベント」

素材と構造にこだわったメッシュ生地。ポリエステル系複合繊維を使用し、生地を織ると同時に通気口が形成される「エンジニアードメッシュ構造」を採用。

高い疎水性、軽量性、伸長性を持つポリエステル系複合繊維と、肌あたりが良く、生地へのダメージが少ないエンジニアードメッシュ構造の組み合わせで、速乾性、伸長性、通気性、軽量性、耐久性と、ストレスのない着心地を兼ね備えた革新的なメッシュ生地です。



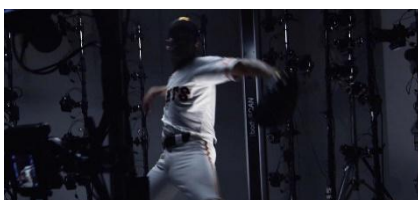
テクノロジー「UAクールスイッチ」

熱を素早く逃し、涼しさをもたらす特殊プリント。「クリスタルパターン」のUAクールスイッチを生地に施すことにより、酷暑時の運動による体温の上がりすぎを抑え、アスリートのより良いパフォーマンスの維持を可能にするアンダーアーマー独自のテクノロジーです。



■ 読売巨人軍×アンダーアーマー 新PV「G LEGACY×UA」概要

- タイトル : G LEGACY×UA
- 制作 : 読売巨人軍、株式会社ドーム
- 出演者 : ジャイアンツ 高橋由伸監督、坂本勇人、菅野智之、阿部慎之助、長野久義、内海哲也、亀井善行、村田修一
- クリエイティブディレクター/プランナー : 福田将之 (ドーム)
- 動画 : URL (<https://youtu.be/xVppREn18QE>)





【オーセンティックユニホーム先行予約販売の受付】

- 期 間： 2016年12月1日（木）から
- 価 格： 43,000円（税抜）※送料別
- 内 容： ジャイアンツ特設サイト

【レプリカユニホーム販売について】

- 期 間： 2016年2月1日（水）から
※変更の可能性がございます。詳細は読売巨人軍F公式サイト/facebokにてお知らせいたします。
- 価 格： 【選手名・背番号あり】10,000円（税抜） 【選手名・背番号なし】8,000円（税抜）
- 内 容： ジャイアンツ特設サイト/アンダーアーマー直営店/宮崎キャンプ アンダーアーマーブースなど

詳細は読売巨人軍HPにて、随時お知らせいたします。URL : <http://www.giants.jp/top.html>

ジャイアンツとアンダーアーマーが目指すビジョン

2015年1月1日より、株式会社読売巨人軍と株式会社ドームは、5年間のパートナーシップ契約を結んでおります。パートナーシップ契約には、「ジャイアンツが世界一のチームになる」という明確なビジョンがあります。

伝統、優勝回数、観客動員数、ビジネス規模などのあらゆる側面から、名実ともに日本一のプロスポーツチームであるジャイアンツと、急成長を続けるアンダーアーマーの日本国内での成長を牽引するドームが、お互いのブランド力とマーケティング力を掛け合わせ、ジャイアンツが世界一のプロスポーツチームとなることを目指しています。

具体的には、ジャイアンツブランドのさらなる価値向上、ライセンスビジネスの拡大、ユニホームなどの用品サプライ、ブランドの国際化などを通じて、ビジョンの具現化を目指します。単にスポーツ用品メーカーがチームに物品を提供するというものではなく、マーケティングパートナーとして総合的にチームをサポートし、ジャイアンツのさらなる成長を図っていくものです。

■読売ジャイアンツ

1934年創設。日本に現存する12球団の中で最も歴史が長いプロ野球球団。ホームスタジアムは東京ドーム。2014年シーズンにセントラル・リーグで優勝し、リーグ3連覇を果たした常勝軍団。観客動員数は4年連続で年間300万人を超え、12球団の中でもトップの数字を誇っています。

読売



■UNDER ARMOUR（アンダーアーマー）

「アスリートを進化させる」ことをミッションに掲げる“パフォーマンスアスレチックブランド”。近年急速に普及した身体にフィット（密着）するアスリートのためのウェアの発祥ブランドであり、汗を素早く吸収、発散し、身体を常にドライで快適に保つウェアなど、アスリートのパフォーマンスを最大限に引き出す商品開発に取り組んでいます。米国本社での売上高は2010年10億ドル突破、2014年30億ドル突破と伸び続け、時価総額は150億ドルを突破。1996年の創業以来驚異的な成長を続けています。



UNDER ARMOUR.

■株式会社ドーム

1996年創業。テーピングの取扱いからスタートし、現在はスポーツプロダクト（アンダーアーマー）やスポーツサプリメント（DNS）、パフォーマンスディレクション（ドームアスリートハウス）などの事業を展開しています。ドームは「社会価値の創造」という理念のもと、スポーツを通じた豊かな社会づくりに貢献できるよう努力しています。

