

【報道資料】

2012年2月17日

テーラーメイドゴルフ株式会社

## &lt;アシュワース&gt;

**アシュワースブランドのアイコンプレイヤーをさらに拡大  
～30名の新規契約プロに加え、フレッド・カプルスとも再契約を締結～**

【2012年2月1日米国カリフォルニア発】テーラーメイドカンパニー(本社:米国カリフォルニア州/最高経営責任者兼プレジデント、マーク・キング/以下、米国テーラーメイド社)では今年度、同社が展開する「アシュワース」ブランドにおいてアイコンプレイヤーを大幅に拡大。30名のツアープロと新たに契約を締結した他、「アシュワースブランド」のアイコンプレイヤーとして24年目を迎えるフレッド・カプルスとも再契約締結を果たしました。

今回のアイコンプレイヤー獲得に際して、ゴルフに対する強い情熱を持っている点、ゴルファーとしてのアイデンティティの強さを評価し、米国男子ツアー、ネイションワイドツアーならびにチャンピオンズツアーに至るまで幅広く契約プロを拡大。ジャスティン・レナード、ローリー・サバティエニ、そして今年1月に開催された「ソニーオープンinハワイ」で優勝を飾ったジョンソン・ワグナーといった注目度の高いツアープロも「アシュワース」のアイコンプレイヤーとして招き入れたことで、今後ブランドとしての実績、個性そしてスタイルの訴求を今後一層強化していきます。

中でも、米国男子ツアーで15回の優勝実績があり、チャンピオンズツアーでも6度の優勝経験を持つフレッド・カプルスは、1992年の「マスターズトーナメント」優勝時も同ブランドのアパレルを着用するなど、長年「アシュワース」ブランドを体現するプレイヤーとして活躍してきました。今回新たに再契約を果たした同プロは次のように述べています。「“アシュワース”ブランドは登場以来、快適なスタイルを提供し続けているゴルフブランドです。その快適性能はトーナメントでの真剣勝負のシーンはもちろんのこと、リラックスしているオフのシーンにおいても常にクオリティの高いスタイルを提供してくれています。自分のライフスタイルに完全に定着している“アシュワース”ブランドと引き続き付き合っていけるという話をもらい、非常にうれしく思っています」。

また、今回新たにアイコンプレイヤーに加わったジャスティン・レナードは次のように自身の「アシュワース」ブランドとの関わりについて述べています。「大学生時代にゴルフを始める際、着用していたアパレルが“アシュワース”でした。昔からゴルファーの憧れとして存在していたブランドですが、最近のラインナップを見ると、その機能はもちろんのこと、フィット感や着心地などがかなり進化している印象を受けました。これが長年愛されるゴルフブランドの所以であると感じています」。ジャスティン・レナードは米国男子ツアーで12回の優勝を記録、さらに1997年の「全英オープンゴルフ」では優勝を飾るなど華々しい戦歴を誇っています。

米国テーラーメイド社スポーツマーケティングバイスプレジデントのチャック・プレストは次のように述べました。「過去数年、ツアー現場における“アシュワース”へのニーズは徐々に増加していると実感しています。その中、“アシュワース”ブランドのアイコンプレイヤーとして、多くの素晴らしいプロを迎えることができたことはとてもうれしく感じています。今後、常に高度なプレーを要求されるツアープロに向けて、機能的なオンコーススタイルを提供し、そのパフォーマンスをしっかりとサポートしていきたいと思えます」。

「アシュワース」ブランドでは今回のアイコンプレイヤー拡大に伴い、今後さらに「アシュワース」のさらなるブランドおよび製品の露出を図っていきます。

#### **【TaylorMade Golf Inc./ テーラーメイド ゴルフ株式会社について】**

TaylorMade Golf Inc.(米国)は 1979 年の創立以来、最高品質のゴルフ用品を提供する世界のゴルフシーンにおけるリーディングカンパニーです。1998 年にはアディダスグループの完全子会社となり、「アディダスゴルフ」ブランドのフットウェアおよびアパレルを中心としたラインナップも展開。2009 年には「アシュワース」ブランドのアパレルを中心としたプロダクトの展開を開始。日本では 1986 年から事業を開始し、現在はテーラーメイド ゴルフ株式会社として「テーラーメイド」、「アディダスゴルフ」に加え、「アシュワース」ブランドを展開。ツアープロを始め、あらゆるゴルファーのニーズに応える幅広い製品を提供し続けています。

#### **【アディダスグループについて】**

アディダスグループはスポーツ用品業界をリードする世界的な企業です。同グループが抱える「アディダス」、「リーボック」、そして「テーラーメイド」を中心に幅広い製品を通して消費者のニーズに基づいた戦略的かつ相互補完的な発展を目指しています。