

World's Best Sportswear, Shoes and Equipment

SPORTS GRAPHICS

P·I·E BOOKS

SPORTS GRAPHICS

P • I • E BOOKS

Copyright © 1994 by **P · I · E BOOKS**

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

Sports Graphics

First published in Japan 1994 by:

P · I · E BOOKS

Villa Phoenix Suite 301, 4-14-6, Komagome, Toshima-ku,
Tokyo 170, Japan

TEL: 03-3949-5010 FAX: 03-3949-5650

ISBN4-938586-53-3 C3070 P16000E

First Published in Germany 1994 by:

NIPPAN / Nippon Shuppan Hanbai Deutschland GmbH

Krefelder Str. 85, D -40549 Düsseldorf (Heerdt), Germany

TEL: 0211-5048089 FAX: 0211-5049326

ISBN3-910052-40-1

Printed in Hong Kong by **Everbest Printing Co., Ltd.**

FOREWORD 4

TEAM SPORTS 9

Soccer

Basketball

Baseball

Ice Hockey

American Football

INDIVIDUAL SPORTS 83

Cycling

In-Line Skating

Track & Field

Fitness Training

Golf

Tennis

WATER SPORTS 127

Swimming

Surfing

SNOW SPORTS 153

Skiing

Snowboarding

SPORTS FASHION 205

Sports Fashion

SUBMITTORS' INDEX 217

いつの世にも変わらず愛される、それが**スポーツ**である。参戦も観戦も（種目の流行りはあっても）すたり無く、日々人びとの間に浸透しているゆえんは、簡単に楽しめる割に得るものが大きい、ということからかもしれない。人間が身体をはって、ひとつの目標に向かい、跳ぶ、駆ける、舞い上がる。その**真摯な姿**は、時には奇蹟を呼び起こすこともある——こんなドラマティックな感動を体験したいがために、人々はスポーツを求めるのかもしれない。

その感動を陰ながら演出しているスポーツ・ウェアやグッズは、やはり真摯な**クリエイター**たちの手によって、日々研究の末に生み出されている。よりフィットし、より強さを発揮する商品をと、各社競争で素材の面から思案され、新製品のつどそこに着実に反映されている。数秒の内に、また数時間の限り、プレイヤーのひのき舞台を支えるその機能性には、時に目を見張るほど感心させられるものがある。

特に昨今のグッズで興味深いのは、その"機能性"を大前提にして、**デザイン性**がより重要視されている点である。むしろ機能美を全面にかける熱血的なイメージは過ぎ、デザイン的な要素でプレイヤーを引きつけ、実際に使用してみたら実によかった、という**"ファッション性"**がポイントになっている。同じ機能でもスタイルのバリエーションが増し、プレイヤーの趣味性でグッズを選ぶのが今やあたりまえの光景である——これは時代の風潮もあるのだろうが、それよりもスポーツの**メンタルな部分**に、クリエイターが目を向け出したからではないだろうか。言い過ぎでは

なく、スポーツグッズはプレイヤーにとっての**舞台衣装**である。ハデなプリントや美しいフォームは、プレイヤーに自信を持たせ、観客の興奮を増長させる。プレイヤーを活躍させるためには、機能性だけで満足するのではなく、**精神的な面**でのフォローも必要なことを、昨今のグッズは物語っているような気がする。

ファッション界に負けず、シーズンごとに**モデル・チェンジ**を繰り返すアイテムたちは年々洗練されて登場する。ここでは1993年から1995年型のモデルが中心に紹介されているが、日本でのプロ・サッカー・リーグ"J. リーグ"開幕に、冬期オリンピック、サッカーのワールド・カップと、華々しいイベントがちょうど重なって行なわれた時期でもあり、特にデザインにその影響をかいま見ることができた。またこの3年間は、世情に暗いニュースが多かったが、スポーツの人気はあいかわらずで、止まるところを知らない。むしろそういう時代だからこそ、人々の**スポーツへの依存度**は高まっているのかもしれない。

機能的にもデザインの的にも、スポーツ・グッズは今後どこまで発展し、つきつめられるのか——**皮膚の一部と化し**、風と一体化するその時まで、はてしなく真摯に開発は続いていくのだろう。ドラマを見続けていたいスポーツ・ファンとしても、期待は膨らんでいくばかりなのである。

Foreword

Regardless of the day and age, sport enjoys perennial popularity. The basic desire to compete, together with the urge to watch a match or competition — these never seem to weaken, despite ups and downs in the appeal of individual sports. The only explanation for this can be that there is so much to be gained out of something so readily enjoyable. Athletes tense themselves to flout the challenge of their own particular targets. They sprint, they charge, they hurtle through the air. At times it seems their very determination itself can bring about miracles of achievement. And feeling this high-pitched excitement, being part of this drama, is what keeps people eternally fascinated by sport.

Sportswear and sporting equipment play a supporting role, but nevertheless an important one, in kindling sports fever. Products of ceaseless research, they are designed and manufactured by people equally fervent in their dedication. Sportswear that fits that much more smoothly and comfortably, equipment that can notch up a player's performance — the rivalry between competing manufacturers, working constantly on every aspect of their product from its basic material, is amply demonstrated each time new lines and models appear. We can only marvel at the fine-tuned functionality that carries the athlete through, perhaps in mere seconds, or else over hours of concentration, to his or her moment of glory.

Advances in the functional aspects of sporting equipment are these days taken for granted, but a welcome development in recent years is the growing emphasis placed on design. The days are over of the hot-blooded sports enthusiast seeking practicality to the exclusion of all else. Now it is often design factors which first catch the attention of players, who then try out these new products to find them just as satisfying in terms of their performance. We are seeing more and more variation in the styling of equipment or clothing produced for the same purpose, and players tend to make their selection according to their own personal taste. This may reflect a tendency of the times in which we live, but it also strongly suggests that those working to create these products are looking more at the psychological aspects of playing sport. After all, the outfit with its accessories is the costume for the player's moment in the spotlight. The splashy prints and sleek lines add to the player's confidence as well as to the excitement of the crowd. These products are evidence that practicality is no longer enough to fire up the new generation of athletes. Sports goods must also embellish the bright, modern spirit of sport.

New and more sophisticated line-ups of clothes and equipment appear with each new season, paralleling designers' collections in the fashion world. In this volume we are featuring designs for the years 1993 to 1995, a period that has happily coincided with several major events in the sports calendar: the launch of Japan's professional soccer league, the J. League; the Winter Olympics at Lillehammer; and the soccer World Cup Finals in the US. The boost that these events have given is apparent in many of the designs. There has been no shortage of depressing news around the world over this period, but the popularity of sport is unabated — indeed, it may be that at times like these, people turn increasingly to sport to relieve the gloom on other fronts.

And what of the future? May we expect to see even more quality improvements in the performance and design of sports goods? No doubt, until the outfits fit like a second skin, until the athletes can match the speed of the wind, further development driven by the same earnest commitment will proceed without pause. And among sports fans eager for the drama to go on and on, the thrills and expectations will doubtless continue to grow.

Der Sport erfreut sich ungebrochener Popularität— bei Jung und Alt, bei Mann und Frau, zu jeder Jahreszeit. Der grundsätzliche Wunsch sich im Wettbewerb zu messen, der Drang einem Spiel oder einem Wettkampf beizuwohnen, läßt offensichtlich nie nach, wenn auch die eine oder andere Sportart einmal im Zeitablauf an Attraktivität gewinnt beziehungsweise verliert. Die einzige Erklärung dafür ist, daß man viel gewinnen kann bei einem Sport und er so einfach verfügbar ist. Die Athleten setzen sich selbst unter Druck, um die Herausforderung ihrer eigenen persönlichen Ziele noch zu übertreffen. Sie sprinten, sie kämpfen, sie wirbeln durch die Luft. Manchmal erscheint es so, als ob ihre vollkommene Entschlossenheit selbst der Grund für ihre Bestleistungen sei. Diesen Ehrgeiz zu spüren, selbst diesem Kampf beizuwohnen und damit Mitspieler in diesem Drama zu sein — das ist es, was die Leute beim Sport jetzt und für immer fasziniert.

Die Sportbekleidung und-ausrüstung sind eine der wichtigsten Nebensachen beim Sport und doch sichtbarer Ausdruck des Sportfiebers. Die Marktforscher, Entwickler, Designer und Hersteller dieser Produkte erledigen ihre Aufgaben mit gleichem Eifer und gleicher Hingabe wie die Sportler. Die daraus resultierende Sportbekleidung sitzt dann noch besser und ist noch bequemer, die Ausrüstung ermöglicht noch bessere Ergebnisse. Die Rivalität zwischen den Herstellern, die fortwährend nicht nur am Material, sondern an jedem Aspekt ihrer Produkte arbeiten, wird immer dann deutlich, wenn neue Produktlinien oder neue Modelle vorgestellt werden. Wir können oft nur über die perfekte Abstimmung der Funktionalität der Produkte staunen, die die Athleten zum Moment des Sieges führt — sei es in nur wenigen Sekunden oder auch erst nach Stunden höchster Konzentration.

Heutzutage werden Fortschritte in den funktionalen Aspekten der Sportausrüstung oft für selbstverständlich genommen. Eine willkommene Entwicklung in den letzten Jahren ist die wachsende Betonung des Design. Die Tage, in denen der heißspornige Sportenthusiast pure Praktikabilität verlangte, sind vorbei. Heute sind es oft Design-Faktoren, die zuerst die Aufmerksamkeit der Sportler auf sich ziehen. Nachdem sie die Produkte dann ausprobiert haben, sind sie gleichermaßen begeistert von der Funktionalität. Wir sehen heute immer mehr Variationen im Styling der Ausrüstung und in der Kleidung für einen bestimmten Sport. Die Sportler tendieren jetzt dazu, nach ihrem persönlichen Geschmack auszuwählen. Dies mag ein genereller Trend in der heutigen Zeit sein, aber man muß wohl auch annehmen, daß die Leute, die diese Produkte kreieren, stärker auf die psychologischen Aspekte der sportlichen Betätigung achten. Bei alledem ist die Ausrüstung mit seinem Zubehör das Kostüm für den Moment, in dem der Spieler im Scheinwerferlicht steht. Die spritzigen Motive und die ansprechenden Linien unterstützen das Selbstvertrauen des Sportlers und die Begeisterung der Zuschauermassen. Diese Produkte sind der Beweis dafür, daß die Praktikabilität allein heute nicht mehr genügt, um die neue Sportlergeneration anzufeuern. Sport-Produkte müssen auch verschönern und ausschmücken und so den heiteren, modernen Sportsgeist widerspiegeln.

Neue und noch raffiniertere Sortimente von Sportkleidern und-ausrüstungsgegenständen erscheinen zu jeder neuen Saison, parallel zu den Designer-Kollektionen in der Modewelt. In diesem Buch zeigen wir Designs der Jahre 1993 bis 1995, einen Zeitabschnitt, in den glücklicherweise einige besonders wichtige Sportereignisse fielen: die Winterolympiade in Lillehammer, die Fußballweltmeisterschaft in den USA, der Start der "J. League", der Fußball-Profi-Liga in Japan u.a. Der Aufwind durch diese Ereignisse spiegelt sich in vielen der Designs wider. Während dieser Zeit gab es in der Welt keinen Mangel an schlechten Nachrichten, aber die Popularität des Sports ist unbestritten. Vielleicht ist es sogar so, daß die Leute sich in Zeiten wie diesen intensiver dem Sport zuwenden, um der Hoffnungslosigkeit an anderen Fronten zu entgehen.

Und wie sieht die Zukunft aus? Können wir noch weitere Verbesserungen in der Qualität und dem Design der Sportprodukte erwarten? Kein Zweifel; solange die Kleidung nicht wie eine zweite Haut sitzt, solange der Athlet nicht vollkommen windschlüpfrig ist, solange wird es Weiterentwicklungen geben — betrieben mit der gleichen Ersthafteit und mit dem gleichen Nachdruck. Und unter den Sportfans, glerig nach noch mehr Dramatik, wird ohne Zweifel die Erwartung und die Spannung weiter steigen.

Editorial Notes

Credit Format

a.(reference letter) brand name-product or team name
/ type of product handling company

Handling companies are classified as follows:

M: =Manufacturer

LM: =Licensed Manufacturer

I: =Importer

Companies listed as licensed manufacturers or importers are companies responsible for handling the product in Japan.

The words "Company Limited" and "Incorporated" have been omitted from the credits in this book.

a.(照合No.) ブランド名-製品名orチーム名
/ 製品形態 製品取扱会社名or取扱店名

クレジット中、製品取扱会社名（取扱店名）は
以下の通りに分類し、記載しました。

M: =Manufacturer

LM: =Licensed Manufacturer

I: =Importer

Licensed Manufacturer、Importerについては、

日本での製品の取扱会社（取扱店）名を記載しました。

会社名については株式会社、

Company Limited, Incorporated等の表記を省略しました。

Soccer 10

Basketball 36

TEAM SPORTS

Baseball 62

Ice Hockey 72

American Football 78





11



a., b. Asics-Aston Villa / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione c. Umbro-Ajax / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione
d. Asics-New Castle United / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione e. Penalty-Gremio / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione
f. Lotto-A.C. Milan / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione g. Ribero-Crystal Palace / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione
h. Asics-Hearts / Team Shirts I: World Sports Plaza Campione



13





d



e



15

