

QR

Quality Review

1



崭新的紫色和金色线条的设计也融汇了本田选手的意见。据他所说，“这是能够在比赛时振奋士气的颜色”。

美津浓 IGNITUS2 KH

摄影/内藤 SATORU 撰文/JQR 编辑部

满载各种科技，
从脚下为运动员提供支持
的一双球鞋！

日本足球现在已经能够与全世界的对手展开了精彩的对战。日本女子足球队勇夺女足世界杯冠军的情景无论重温多少遍都依然让我心中激荡不已。此外，日本球员在欧罗巴联赛中的活跃表现在日本民众心中已经成为了与天气预报一样备受关注的信息。

足球是只凭借身体来作战的运动，球鞋可说是唯一的武器。因此，球鞋也就成了最大限度发挥球员能力的最重要的工具。不同的球员使用球鞋的方式也多种多样，有的球员每个月消耗1双球鞋，也有的球员重视球鞋的匹

配性，长期使用同一双球鞋。

为提高球鞋的匹配性，美津浓通过3D脚形测定来彻底探查脚的形状，一个个地制作与之相匹配的球鞋。美津浓根据签约球员的个人要求提出球鞋制作方案，本田圭佑所使用的“IGNITUS”系列也是满含美津浓各种科技的球鞋之一。在2010年世界杯小组赛上与丹麦队的那场决定小组赛出线权的比赛中，本田选手所贡献的那个“不旋转”任意球破门，实际上也有“IGNITUS”的功劳在内。

所谓“不旋转射门”，是指让足球不旋转的射门动作。由于足球受到的空气阻力很大，因而其飞行轨迹会出现不规则变化。其结果是对于守门员来说，这样的射门很难扑救。要实现这种“不旋转射门”，需要球鞋与足球在

相互撞击的瞬间尽可能长时间地接触。

“IGNITUS”系列在球鞋的内衬中应用了被称为“Non Spin Panel”的不容易产生旋转的材料。通过用球鞋的这一部分来踢球，很容易踢出不旋转射门。

除此以外，此次发售的“IGNITUS2 KH”还非常强调匹配性。是一双对本田选手这样状态稳定的球员而言不可或缺的、汇集了技术精华的射门靴。



拥有加强旋转用的“旋转区”和不旋转射门用的“非旋转区”的2种生态控制面板。

● 问讯处/美津浓顾客咨询中心电话：0120-320-799

MIZUNO IGNITUS2 KH



IGNITUS2 KH 15,750 日元
尺码：24.5cm ~ 29cm



在迎来上市 30 周年之际，包装也改用了接近上市之初包装设计的全新包装。“润喉糖”这三个引起回忆的文字让人感受到了品牌的历史。

KANRO 甘乐 健康润喉糖系列

摄影 / 内藤 SATORU 采访、撰文 / JQR 编辑部

步入而立之年的 滋润喉咙的清爽味道

喉咙干痒时，含一粒润喉糖，喉咙立刻就滋润了许多。但是仔细一想，甜甜的“糖”是嘴馋的孩子所喜欢的零食。在以前，大人吃糖是会被人笑话的。成年人开始吃糖还要追溯到迄今 30 年以前，1981 年“KANRO 甘乐健康润喉糖”上市的时候。

让成年人接受的理由是这种“糖”所具有的功能。

当时的村上丰社长有一天因为轻度感冒而前往附近的诊所看病，医生对他说：“吃一颗你们生产的甘乐糖或黑糖就可以了。”

这句无心之语始终盘旋在村上社长的脑海之中。那时他便开始思考“滋润喉咙的糖”，并着手研发。

参考止咳药片的配方，将当时还非常珍贵的香草与桉叶混合不断试制，终于制成了适合成年人的味道清爽的糖。研发出来的产品虽然很出色，但因为是完全陌生的味觉，开发人员很担心消费者能否接受。再加上其零售价格设定为 100 克装 250 日元，与 120 克装 150 日元的甘乐糖相比，高了近一倍。几乎完全没有卖点，而且“成年人的糖”这一市场原本就不存在。

与上述担心相反的，提出了“喉咙干痒时含一粒”理念的“甘乐健康润喉糖”非常畅销。再加

上 80 年代的健康风潮，很多健康器材和健康食品都取得了爆发性的热卖。赶上了这股风潮的“润喉糖”得到了认可，成年人即便口含糖果昂首阔步，也不再会引来诧异的目光了。

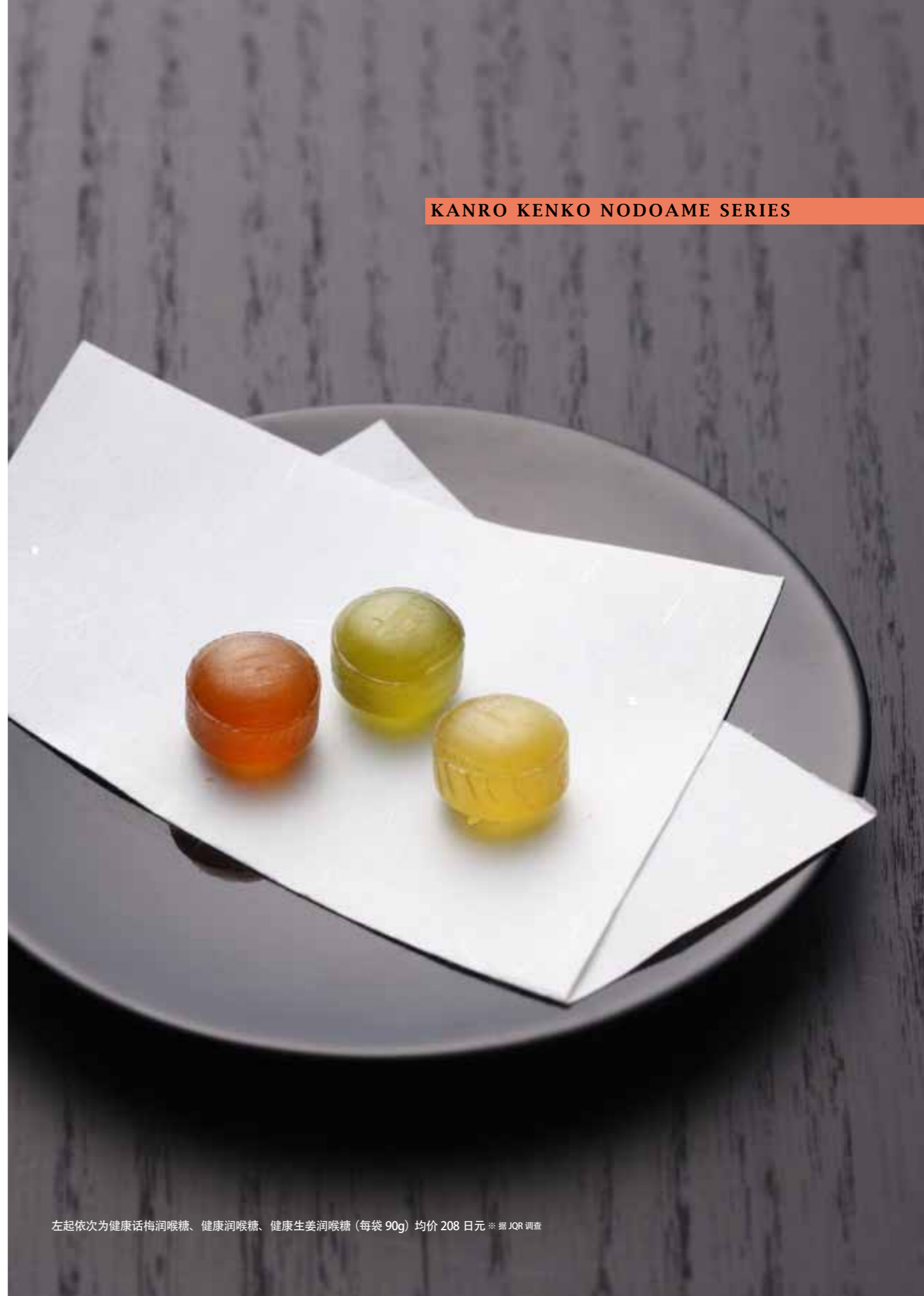
现如今，车站小店和药品商店的货架上，一定会陈列有几种润喉糖。要滋润喉咙时，首先想到的就是润喉糖，这样的生活习惯不知不觉间就成为了思维定式。



自 1986 年起，推出了便于随身携带的条形包装。每条 11 粒装。100 日元 ※据 JQR 调查

●问讯处 / 甘乐 电话：0120-88-0422

KANRO KENKO NODOAME SERIES



左起依次为健康话梅润喉糖、健康润喉糖、健康生姜润喉糖（每袋 90g）均价 208 日元 ※据 JQR 调查