



平成 22 年 11 月 16 日

各 位

会 社 名 株式会社アシックス

代表者名 代表取締役社長 尾山 基

(コード番号：7936 東証第一部・大証第一部)

問合せ先 取締役執行役員・管理統括部長兼研究部門担当
佐野 俊之

TEL. (078) 303-2213

新中期経営計画「アシックス・グロース・プラン (AGP) 2015」の策定について

株式会社アシックス（本社神戸市、社長：尾山基）は、新しい中期経営計画「アシックス・グロース・プラン (AGP) 2015」を策定しました。アシックスグループは、この新しいプランに基づき、グローバルで持続的な成長を図り、2015 年度には連結売上高 4,000 億円（現時点の為替レートに基づく円換算額）以上を目指します。

これまで当社では、「アシックス・レボリューション・プラン (ARP)」(2001 年 10 月策定)と、続く「アシックス・チャレンジ・プラン (ACP)」(2005 年 10 月策定) をもとに、それぞれ、改革とグローバルへの挑戦に取り組んできました。ACP 制定当初目標の 2010 年度連結売上高 3,000 億円の達成は、経済情勢や円高等の影響もあり未達の見込みながら、海外売上高を大きく伸ばすことができました。その成果をふまえて、さらにグローバル化が進展する経営環境に即応して持続的に成長する戦略として、今回のプラン策定となりました。

「アシックス・グロース・プラン (AGP) 2015」では、新たにアシックスの企業精神を「アシックススピリット」として体系化し、全グループの共通の基盤といたしました。これは、ARP、ACP のなかで体系化してきた、創業哲学、アシックスの理念、ビジョンに、新たに行動規範としてのバリューを加えています。また、ビジョンを「Create Quality Lifestyle through Intelligent Sport Technology」としました。

基本方針である「グループ全体で、お客様起点の活動を徹底する」のもとに、基本戦略として、3つの事業領域（ビジネスドメイン）において、製品戦略：「革新的な価値の提供とお客様ニーズ対応の融合」、組織戦略：「グローバル組織の構築」をそれぞれ進めてまいります。

「アシックス・グロース・プラン（AGP） 2015」は以下のとおりです。

1. アシックススピリット



1-1. フィロソフィー

(創業哲学)

「健全な身体に、健全な精神があれかしー “Anima Sana In Corpore Sano”」

(アシックスの理念)

- 一、スポーツを通して、すべてのお客様に価値ある製品・サービスを提供する
- 二、私たちを取り巻く環境をまもり、世界の人々とその社会に貢献する
- 三、健全なサービスによる利益を、アシックスを支えてくださる株主、地域社会、従業員に還元する
- 四、個人の尊厳を尊重した自由で公正な規律あるアシックスを実現する

1-2. ビジョン

Create Quality Lifestyle through Intelligent Sport Technology

スポーツでつちかった知的技術により、質の高いライフスタイルを創造する

1-3. バリュー

- 第1条： スポーツマンはルールを守る
- 第2条： スポーツマンはフェアプレーの精神に徹する
- 第3条： スポーツマンは絶えずベストを尽くす
- 第4条： スポーツマンはチームの勝利のために闘う
- 第5条： スポーツマンは能力を高めるために常に鍛錬する
- 第6条： スポーツマンは、「ころんたら、起きればよい。失敗しても成功するまでやればよい。」

2. AGP 数値目標 2015 年度 (2016 年 3 月期)

グループ経営目標

売上高	4, 0 0 0 億円以上
営業利益率	1 0 % 以上
ROE (株主資本当期利益率)	1 5 % 以上
ROA (総資産当期利益率)	8 % 以上

事業構成指標

商品別売上高

フットウエア	2, 9 0 0 億円 (73%) 以上
アパレル	8 5 0 億円 (21%) 以上
エクイップメント	2 5 0 億円 (6%) 以上

流通別売上高

自主管理売場	1 0 % 以上
--------	----------

- 1) 海外売上高は現地通貨で目標を組み、以下の為替レートに基づき円換算している
85 円/ドル、115 円/ユーロ、80 円/A ドル、0.07 円/ウォン、
12.5 円/元、2.5 円/NT ドル、11 円/HK ドル、11.3 円/SEK
- 2) 自主管理売場売上高は FC 店など卸売の金額を含む

3. AGP 戦略

2011 年度から 2015 年度まで (日本グループは 2011 年 4 月から 2016 年 3 月まで、海外グループは 2011 年 1 月から 2015 年 12 月まで) の戦略を以下のとおり定める。

3-1. 基本方針

グループ全体で、お客様起点の活動を徹底する

3-2. 基本戦略

(1) 事業領域 (ビジネスドメイン) :

- ・“アスレチックスポーツ事業領域”、“スポーツライフスタイル事業領域”、“健康快適事業領域”を継続する。

(2) 製品：革新的な価値の提供とお客様ニーズ対応の融合

- ・世界の各市場の動向、様々なお客様の声、製品の評判、売れ行きから、潜在的なニーズを把握し、的確に製品企画に反映させ、迅速に価値として提供する。
- ・あわせて、洞察や気づきから、他に先がけて研究開発を行い、技術革新による製品、価値をお客様に提供する。

(3) 組織：グローバル組織の構築

- ・世界を 5 極、すなわち日本、米州、EMEA、オセアニア/東南・南アジア、東アジアに分け、各地域のお客様固有のニーズに迅速、的確に対応する。(EMEA=欧州、中近東、アフリカ、東アジア=韓国、台湾、中国、香港)
- ・地域間での連携を強化し、カテゴリー、プロモーション等で市場環境の類似する地

域に成功事例を横展開する。

- ・世界本社を立ち上げ、グローバルでシームレスな組織体制を確立する。
- ・本社取締役会、執行役員会をグローバル化、活性化し、グローバル経営力を強化する。

3-3. 重点戦略

(1) グローバルフォーカスチャネル : 自主管理売場

- ・自主管理売場の拡大を加速し、お客様へ直接販売する機会を増加する。
- ・自主管理売場における商品 MD と、製品企画を連動させる仕組みを確立する。

(2) グローバルフォーカスプロダクト : アパレル

- ・グローバルでのアパレル売上拡大・収益性向上のため、グローバル開発生産組織を構築する。
- ・世界の各地域において、短納期で的確に製品を提供する。

(3) グローバルフォーカスカテゴリー

- ①ランニングは、コア事業として、更なる拡大を目指す。
- ②アスレチックスポーツは、アシックスの原点であるカテゴリーとして更なる技術革新を追求し、最高の競技パフォーマンスを可能にする製品を創出する。
- ③オニツカタイガーは、スポーツにおける技術資産、ブランド資産を活用し、先鋭的で洗練されたスタイルを提案する。

(4) グローバルチャレンジカテゴリー

- ①アウトドアは、「HAGLÖFS」ブランド、およびアシックスのアウトドア製品により、グループ全体のアウトドア事業をグローバルで拡大する。
- ②レザーシューズは、グローバル展開の可能性を検証し、拡大の基盤を作る。
- ③新規ビジネスとして、スポーツにおける技術資産を活用し、人々の生活の質を高めるなど、生活に貢献できる以下のような製品・サービスを継続的に創出し、次世代のグローバル事業として発展させる。
 - －高齢化社会において、健康維持や介護など生活に貢献できる分野
 - －子供たちの健全な育成につながる分野
 - －障害者も健常者も分け隔てなく参加できるスポーツに関わる分野
 - －地球環境保全、温暖化対応に貢献できる分野

(5) 経営基盤の強化

- ①お客様を起点とした IT プラットフォームを強化する。
- ②グローバル・各地域ともにプロフェッショナル人財の育成・採用を強化する。
- ③全地域、全部門一体となって、CSR に取り組むとともに、内部統制を基盤としたコーポレートガバナンスを強化する。

以上