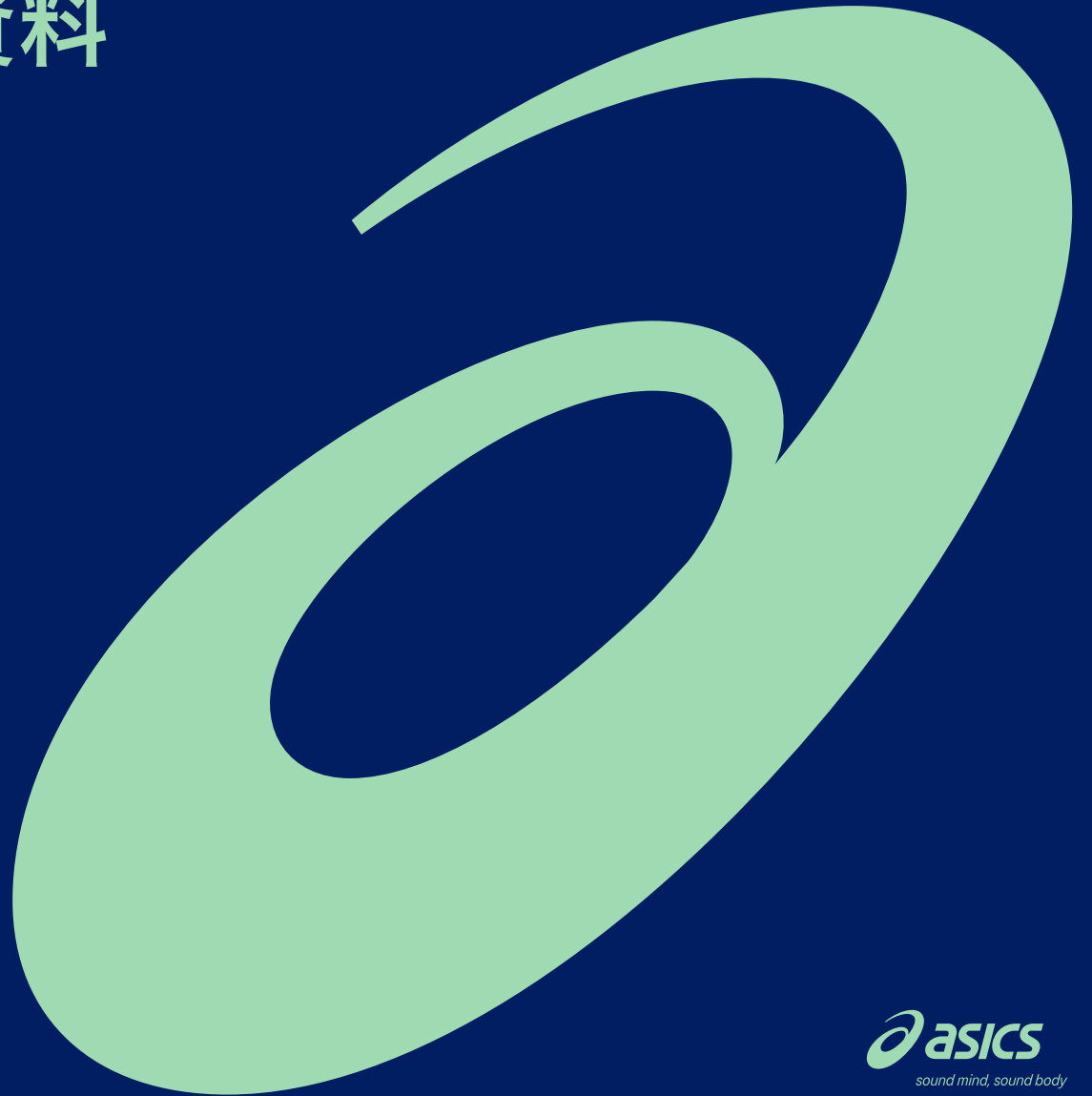


2020年12月期 決算補足説明資料

株式会社アシックス
2021年2月12日



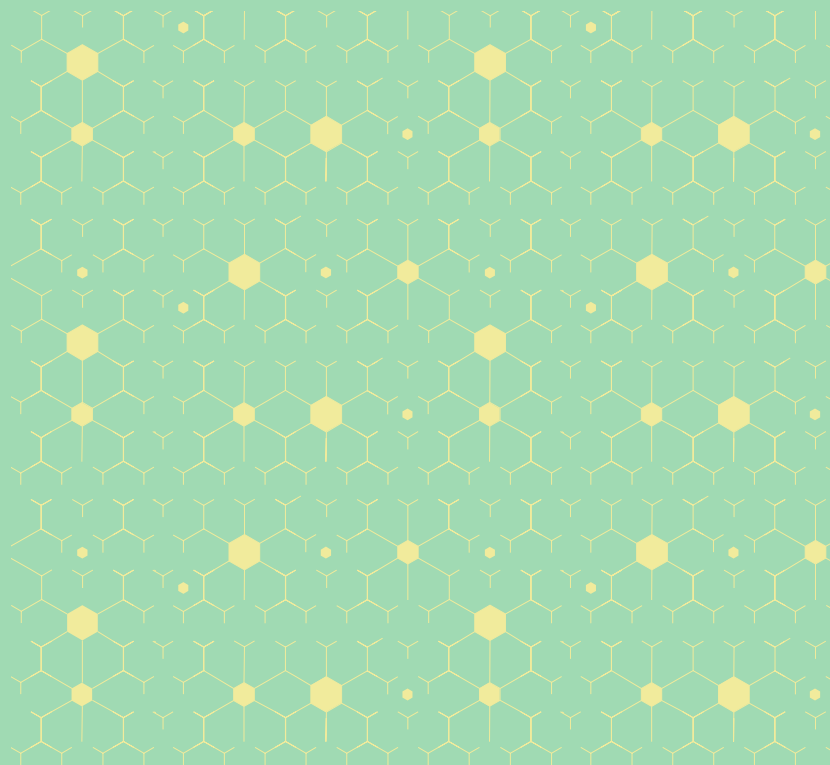
目次

1

1. 連結業績
2. 連結経営成績（カテゴリー別）
3. 連結経営成績（地域別）
4. 連結財政状態
5. 連結業績予想
6. Appendix

DISCLAIMER 将来見通しに関する記述についての注意

このプレゼンテーション資料に記載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。したがって、これらの業績見通しの上に全面的に依拠することは控えてくださいますよう、お願いいたします。実際の業績は、さまざまなリスクや不確実性により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与えるリスクや不確実性には、当社の事業を取り巻く経済情勢、さまざまな競争圧力、関連法律・法規、為替レートの変動などを含みます。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。



2020年12月期 ポイント

2

- ✓ 新型コロナウイルスの影響で減収減益。但し、前回予想（11月）を上回って着地。
- ✓ 主力のP.Runの売上は、ほぼ前期並み。但し、中華圏では25%以上成長。また、営業利益は、米欧における粗利率の改善もあり、大幅に増益。
- ✓ 地域別の売上は、中華圏とオセアニアで増収。
- ✓ 地域別の営業利益は、欧州およびオセアニアで大きく伸長。北米は赤字幅が縮小。
- ✓ 販管費コントロール（当初計画 1,880億円→当期 1,567億円）の強化もあり、営業利益は前回予想（11月）から上方修正。
- ✓ EC売上は前期比約+86%の成長（EC構成比 前期 7.4%→当期 15.7%）。
- ✓ 在庫は前期比△50億円（△5.4%）と改善（前期 931億円→当期 881億円）。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連在庫（45億円）を除くと前期比△95億円（△10.3%）。



新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響

3

生産

- ✓ 世界的な生産需要の回復によりアジア各地の工場においてはフル稼働状態。

直営店

- ✓ 日本：全ての店舗で通常営業。
- ✓ 米国：一部の店舗で臨時休業。
- ✓ 欧州：11月前半より臨時休業の店舗が再び増加。
- ✓ 中国：全ての店舗で通常営業。

販売

- ✓ 連結EC売上は、第4四半期累計で前期比で約+86%。全ての地域で好調に推移。
- ✓ 日本国内はインバウンド需要が大幅減少。

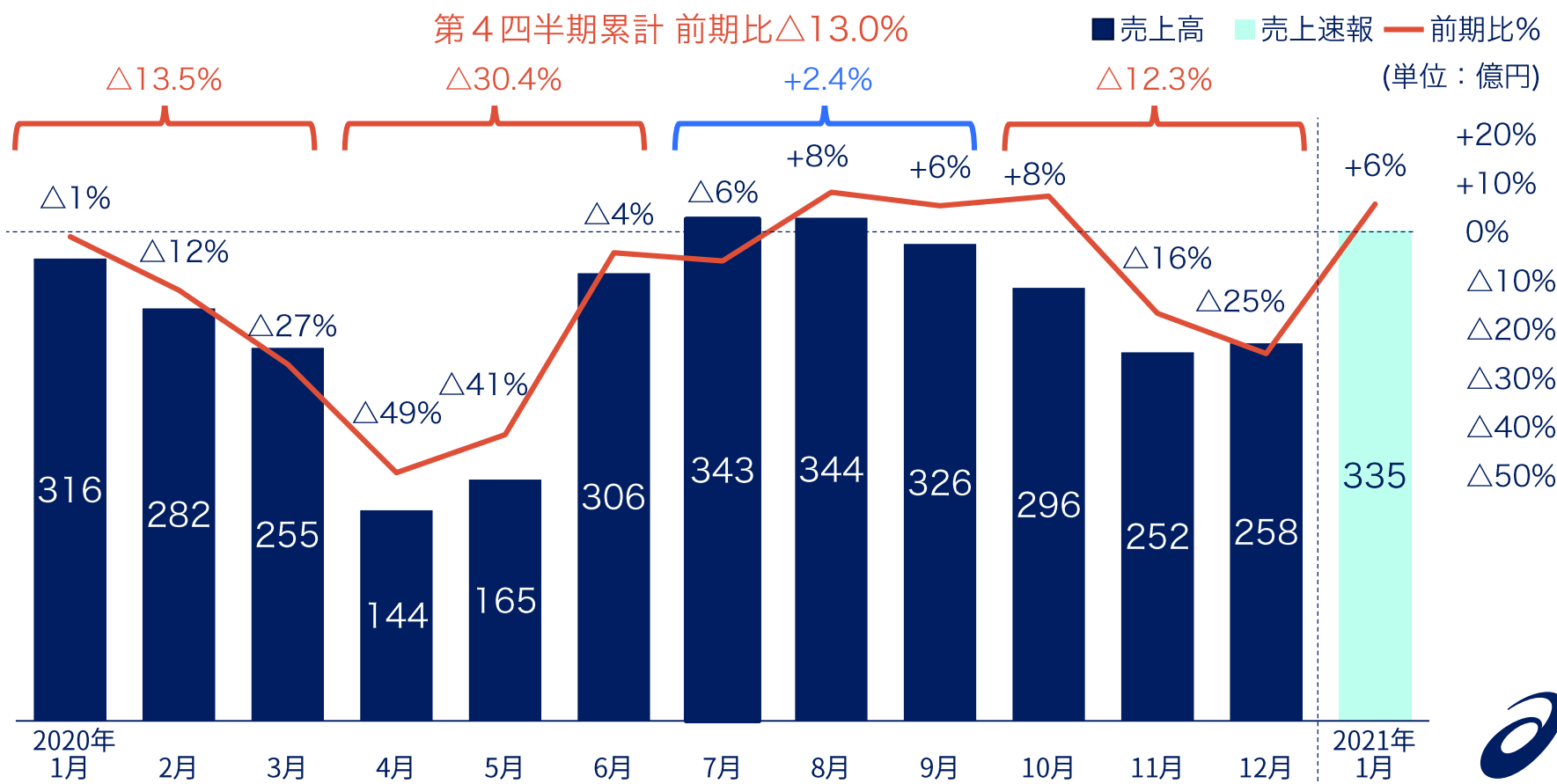
直近の状況

- ✓ 欧州における新型コロナウイルスの感染再拡大を受けて、店舗の臨時休業を継続中。
- ✓ 米国の一部港において一時的に荷役遅れが発生。

連結売上高（月別・四半期別）

4

- ✓ 2020年2月以降大きく落ち込むも、第3四半期はP.Runが牽引し想定以上に回復。
- ✓ 2020年10月以降、欧州を中心に主にP.Runが好調に推移し、前回予想（11月）を上回る。
- ✓ 2021年1月は連結で+6%。欧州・中華圏・オセアニアで高成長。北米は港湾の荷役遅れ等で減収も、年間で回復の見込み。緊急事態宣言再発出の日本は厳しい状況が継続。



2021年12月期 連結業績予想

5

(単位：億円)

	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率
売上高	3,287	3,700～3,850	+12.5%～+17.1%
営業利益	△39	70～100	-
営業利益率	△1.2%	1.9%～2.6%	+3.1ppt～+3.8ppt
経常利益	△69	40～70	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△161	20～35	-

配当金	中間	期末	通期
2020年12月期 実績	0.0円	24.0円	24.0円
2021年12月期 予想	12.0円	12.0円	24.0円

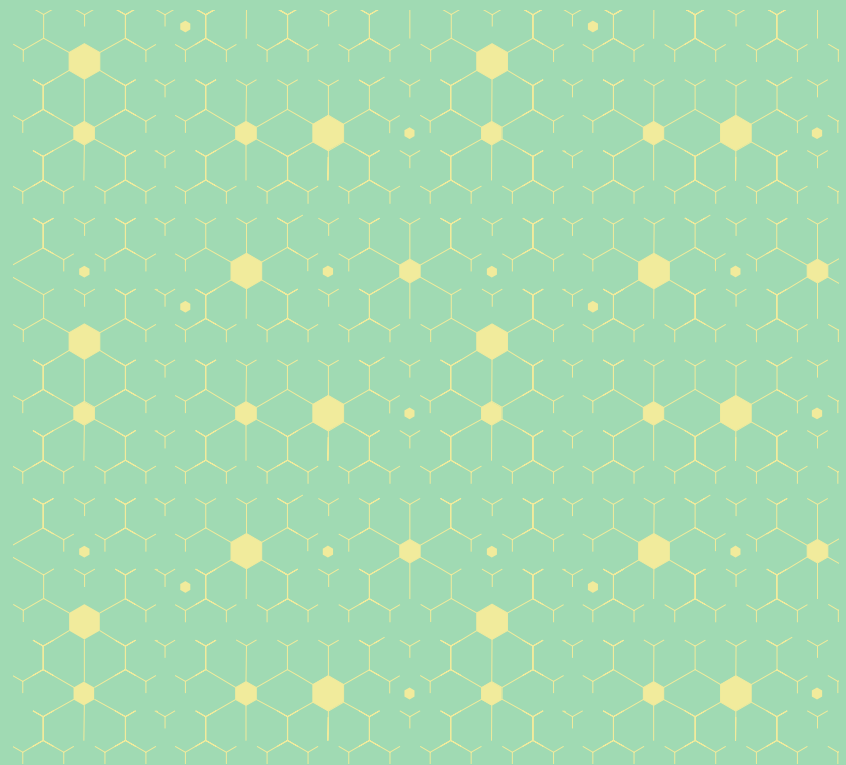
為替レート	USD	EUR	RMB
2020年12月期	106.54円	121.97円	15.44円
2021年12月期	105.00円	125.00円	15.00円

- ✓ 新型コロナウイルスの影響などの不確定要素を考慮した結果、レンジ形式で業績を予想。
- ✓ 但し、2021年5月公表の第1四半期決算発表時に業績予想を見直す予定。

1. 2020年12月期連結業績

6

- ✓ 2020年12月期 概要
- ✓ 連結決算ハイライト
- ✓ 販管費削減の結果
- ✓ 連結売上高内訳（カテゴリー別）



2020年12月期 概要

7

売上高

前期比：△493億円 △13.0%（為替影響除く増減 △414億円 △11.0%）

◆ 新型コロナウイルスの影響により減収.

- ✓主力のP.Runの売上は、ほぼ前期並み. 但し、中華圏では25%以上成長.
- ✓地域別の売上は、中華圏とオセアニアで増収.
- ✓EC売上は好調に推移し、前期比約+86%の成長.

営業利益

前期比：△145億円（為替影響除く増減 △142億円）

◆ 39億円の営業損失

- ✓粗利率は△1.0ppt悪化. EC売上増加に伴うチャネルミックスの影響で+1.1ppt上昇.
一方、主に日本の粗利率悪化や生産キャンセルなどで△2.1ppt下落.
- ✓販管費コントロールで前期比123億円削減（なお、当初計画比は313億円削減）.

当期純利益

前期比：△231億円（為替影響除く増減 △232億円）

- ✓ 新型コロナウイルスに対する直営店の店舗臨時休業期間の固定費26億円を特別損失に計上.
- ✓ 直営店の収益性が悪化し、米国子会社の旗艦店「ASICS 5th Avenue Flagship」閉店に伴う賃貸借契約解約損と減損損失の合計（23億円）を特別損失に計上.
- ✓ 米国における法人税の還付を計上.



連結決算ハイライト

(単位：億円)

8

	2019年 (FY19) 実績	2020年 (FY20) 実績	前期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	3,780	3,287	△493 △13.0%
売上総利益	1,796	1,528	△268 △14.9%
売上総利益率	47.5%	46.5%	△1.0ppt
販管費	1,690	1,567	△123 △7.2%
販管費率	44.7%	47.7%	+3.0ppt
人件費	559	514	△45 △8.1%
広告宣伝費	358	291	△67 △18.6%
広告宣伝費率	9.5%	8.9%	△0.6ppt
賃借料	129	108	△21 △16.6%
減価償却費	125	125	△0 △0.1%
その他経費	519	529	+10 +1.9%
営業利益	106	△39	△145 -
営業利益率	2.8%	△1.2%	△4.0ppt
経常利益	101	△69	△170 -
特別損益	1	△91	△92
親会社株主に帰属する 当期純利益	70	△161	△231 -

	FY19	FY20	増減額	増減率
海外売上高	2,778	2,520	△258	△9.3%
海外比率	73.5%	76.7%	-	+3.2ppt

為替影響	△79
為替影響除く 連結売上高増減	△414 △11.0%

<参考：平均為替レート(円)>

期末 (1~12月)	FY19 実績	FY20 実績
1ドル	109.23	106.54
1ユーロ	122.46	121.97
1人民元	15.84	15.44

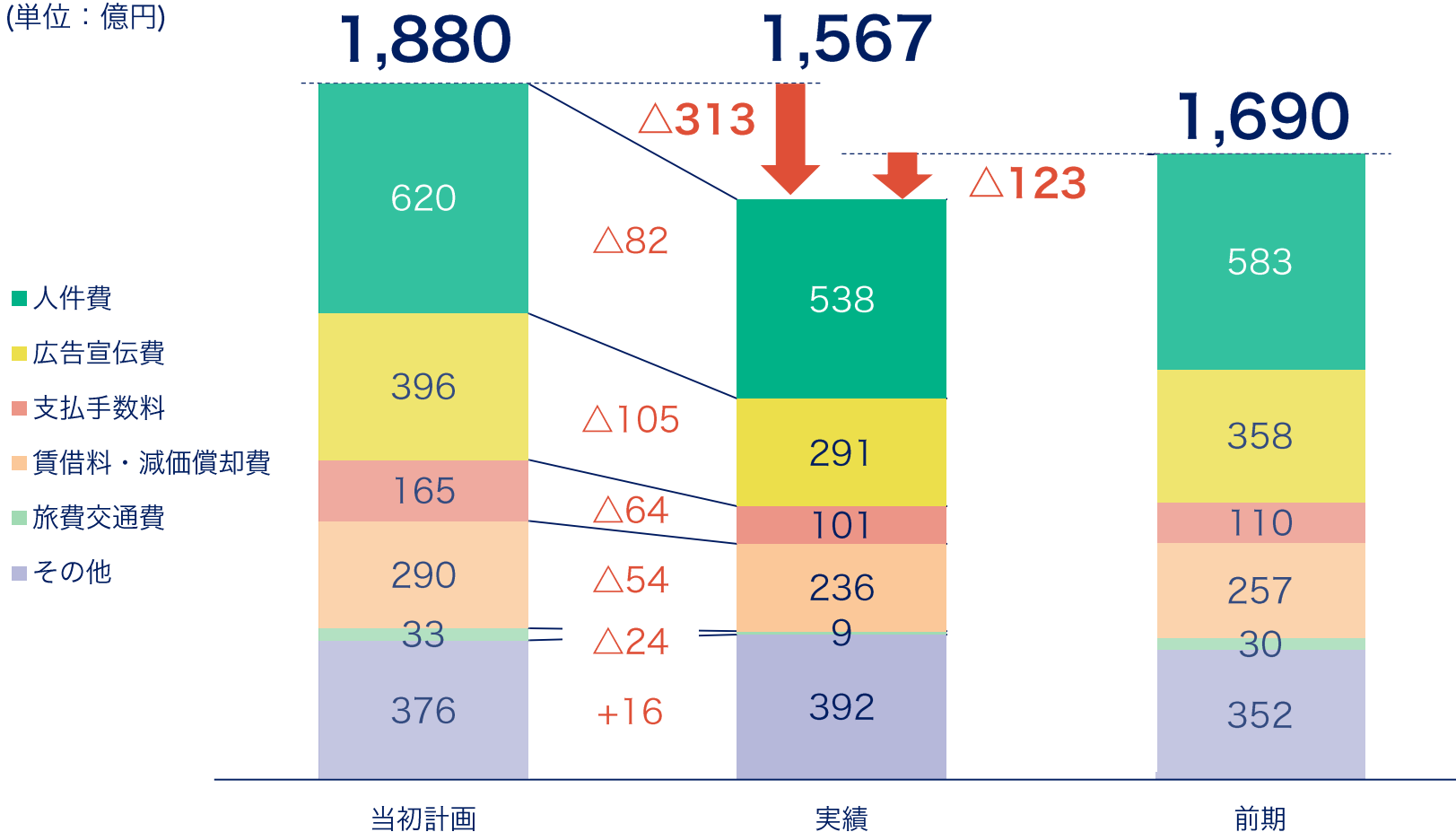


販管費削減の結果

9

- ✓ 販管費は当初計画比313億円の削減。
- ✓ 新型コロナウイルスの影響による店舗休業費用の特別損失への振替額は26億円。
- ✓ 前期比では123億円の削減となる。上記振替、一時的イベントの影響を除いた実質削減額は140億円。

(単位：億円)



※一部コストは開示上、研究開発費へ組替しており、連結決算ハイライトのスライドと金額は一致していません。



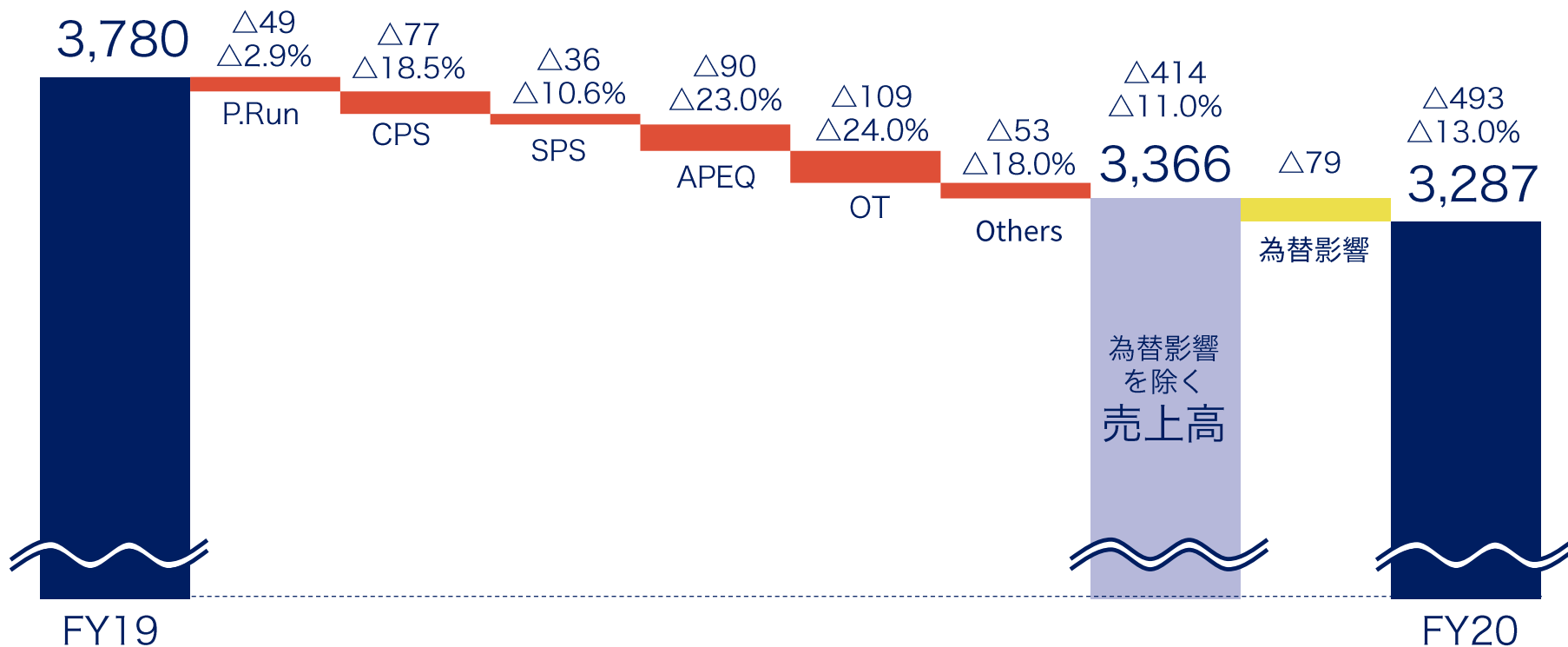
連結売上高内訳（カテゴリー別）

10

- ✓ 新型コロナウイルスの影響で全カテゴリーで減収.
- ✓ 第4四半期期間は欧州を中心にP.Runが牽引し、前回予想（11月）を上回る.

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)



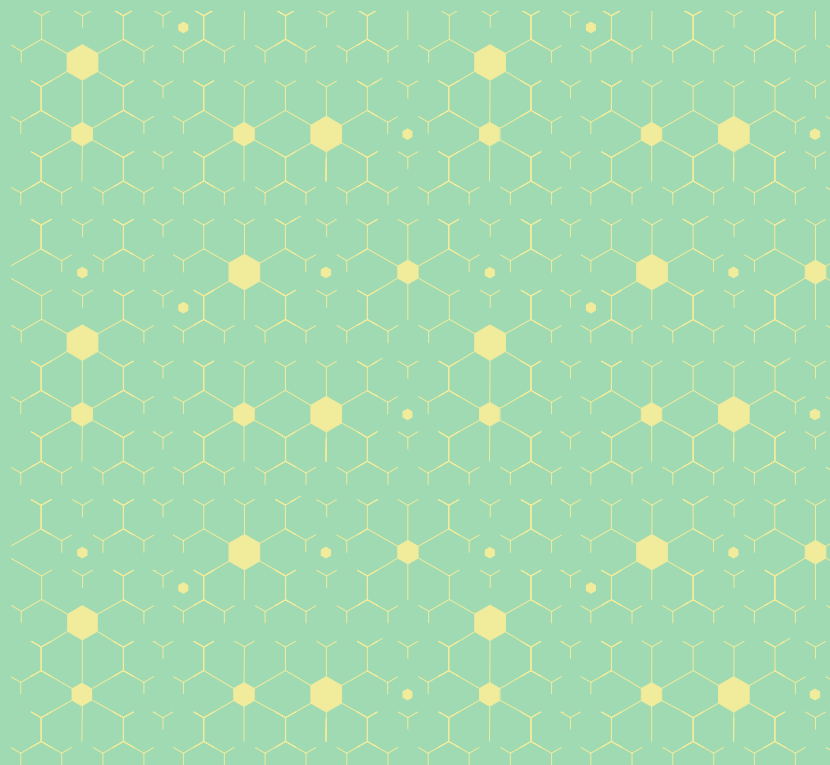
※各カテゴリー別の売上高は、一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。



2. 2020年12月期 連結経営成績 (カテゴリー別)

11

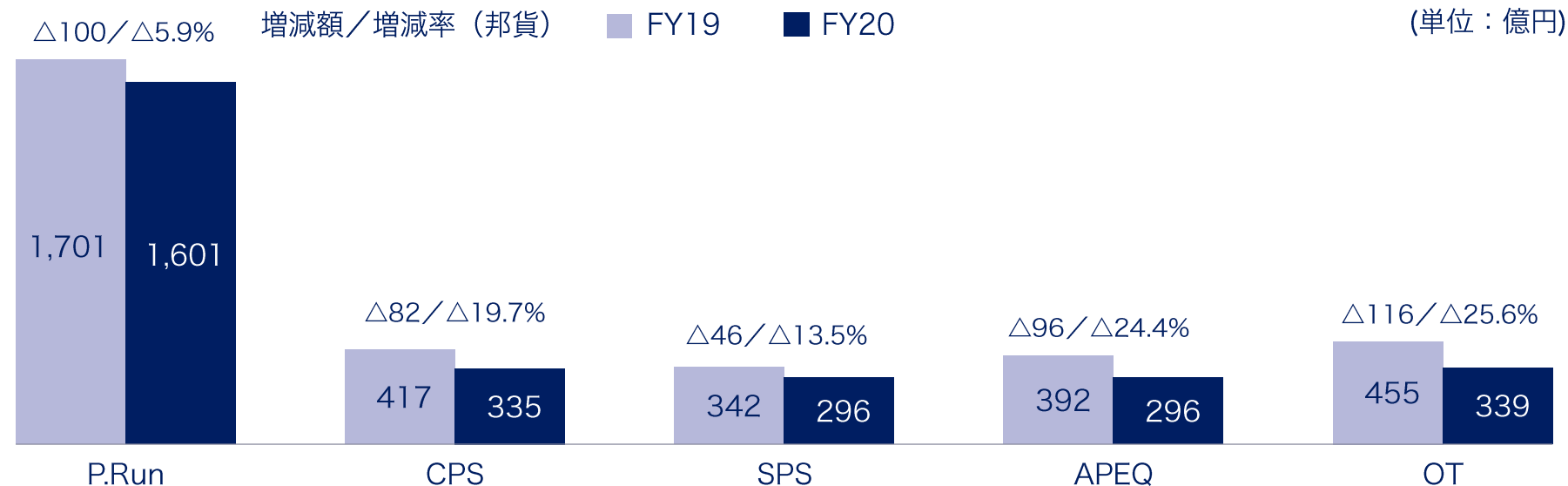
- ✓ カテゴリー別連結売上高
- ✓ カテゴリー別業績



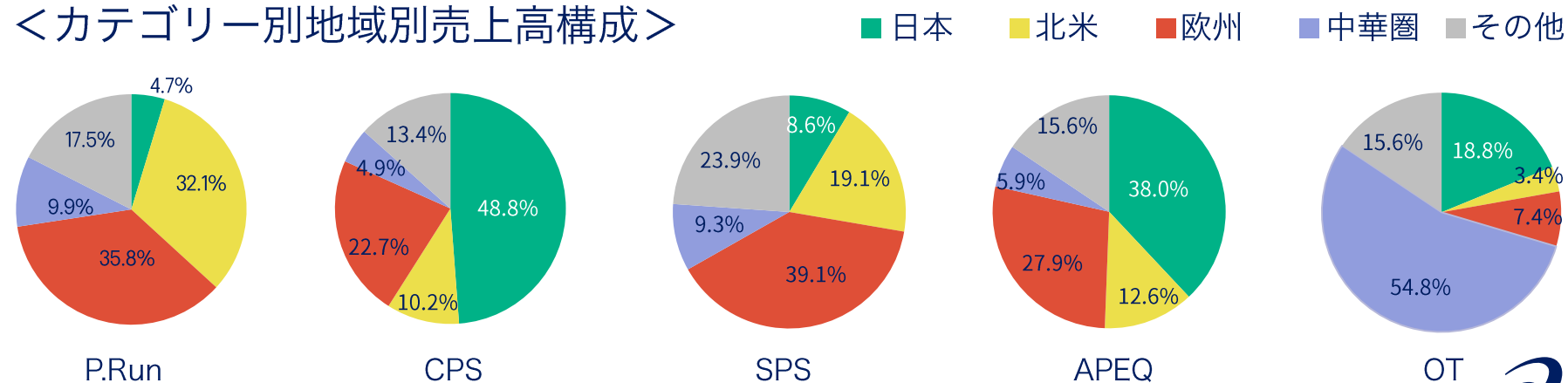
カテゴリー別連結売上高

12

<売上高>



<カテゴリー別地域別売上高構成>



※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。



パフォーマンスランニング (P.RUN)



GEL-NIMBUS23

13

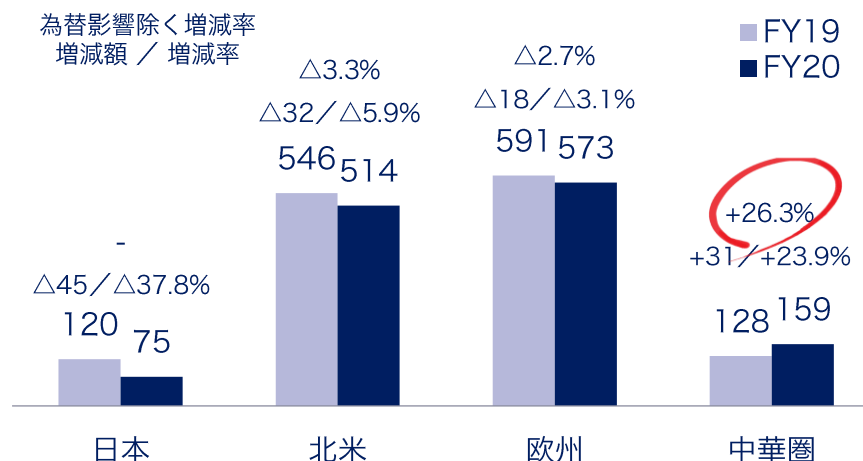
<年間業績>

	FY19	FY20	前期比	
			増減額	増減率
売上高	1,701	1,601	△100	△5.9%
為替影響除く増減		1,652	△49	△2.9%
営業利益	45	90	+45	+98.0%
営業利益率	2.7%	5.6%	-	+2.9ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。
前期も同様に一時的影響を除いた数値に組み替えて算出した数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 中華圏・オセアニアが増収。
中華圏は、25%以上の成長を達成。中国本部によるタイムリーな商品投入に加え、マラソンスポンサーによるブランド認知拡大、LIVE STREAMINGによる販売等により成長を加速。
- ◆ ECが前期比+106%と倍増。自分に合った商品が見つかるShoe Finderや商品紹介ページの拡充等が貢献。

営業利益

- ◆ 欧州・中華圏での増益に加え、北米の赤字幅が縮小し、営業利益が倍増。
- ◆ EC比率増加や新たな商品群の展開 (BLASTシリーズ、RIDEシリーズ) 等による粗利率の改善 (特に、北米や欧州での粗利率の改善) と販管費コントロールが奏功。

コアパフォーマンススポーツ (CPS)



テニスシューズ
GEL-RESOLUTION 8

14

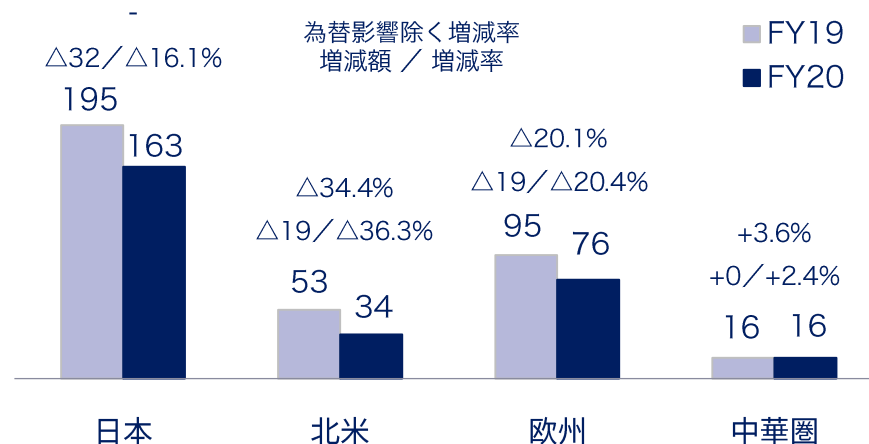
<年間業績>

	FY19	FY20	前期比	
			増減額	増減率
売上高	417	335	△82	△19.7%
為替影響除く増減		340	△77	△18.5%
営業利益	△9	△28	△19	-
営業利益率	△2.2%	△8.4%	-	△6.2ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。
前期も同様に一時的影響を除いた数値に組み替えて算出した数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 新型コロナウイルスの影響により、中華圏を除く地域で減収。
- ◆ 日本では、年間を通じてワーキングシューズが好調。

営業利益

- ◆ イベントや大会が開催されずに、広告宣伝費を中心とした販管費が減少したものの、減収による影響が大きく減益。



スポーツスタイル (SPS)



GEL-LYTE III

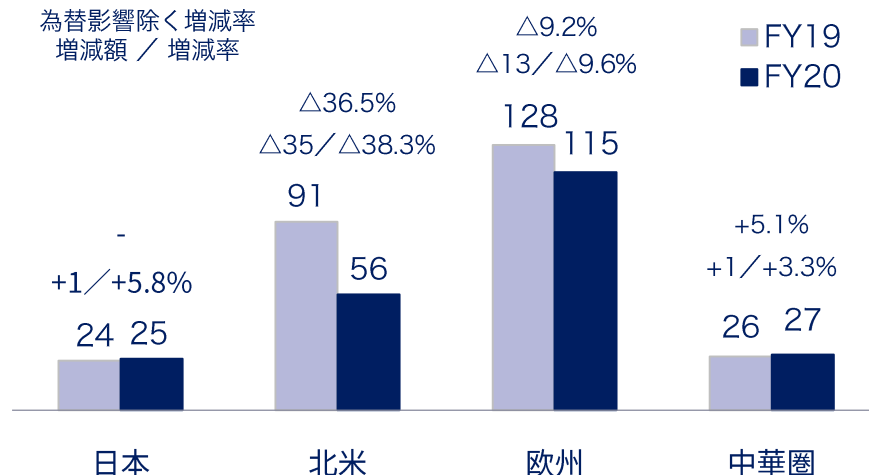
<年間業績>

	FY19	FY20	前期比	
			増減額	増減率
売上高	342	296	△46	△13.5%
為替影響除く増減		306	△36	△10.6%
営業利益	△2	△2	+0	-
営業利益率	△0.8%	△0.9%	-	△0.1ppt

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。
前期も同様に一時的影響を除いた数値に組み替えて算出した数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

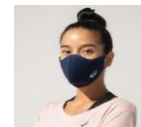
- ◆ 新型コロナウイルスの影響で減収。
- ◆ オセアニアが増収。特に、GEL-QUANTUMの売上が好調。
- ◆ 米欧が減収。北米はブランド向上のためにキーアカウントを厳選。欧州は店舗臨時休業や時短営業による影響。

営業利益

- ◆ 減収影響があったものの、販管費削減もあり、微増。



アパレル・エキップメント (APEQ)



FACE COVER

16

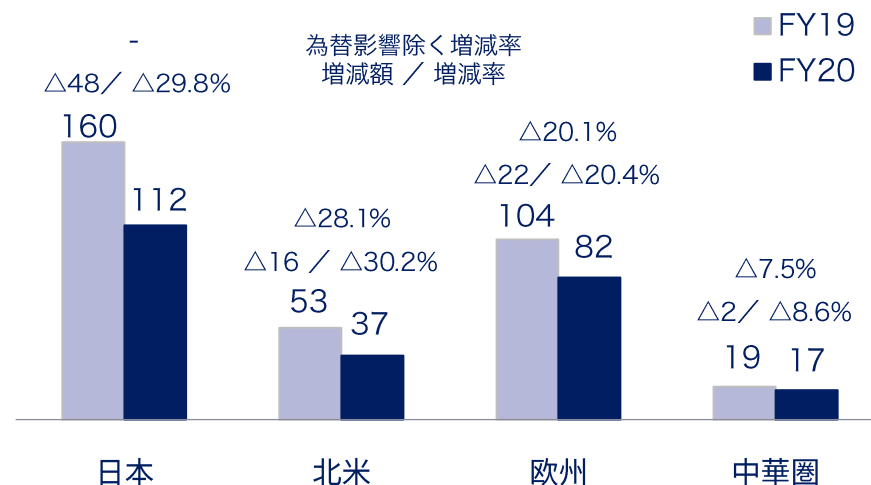
<年間業績>

	FY19	FY20	前期比	
			増減額	増減率
売上高	392	296	△96	△24.4%
為替影響除く増減		302	△90	△23.0%
営業利益	赤字	赤字	-	-

※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。
前期も同様に一時的影響を除いた数値に組み替えて算出した数値を表記しております。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 新型コロナウイルスの影響等により減収.
- ◆ 全地域で減収.

営業利益

- ◆ カテゴリー人員の適正化により人件費を見直し、また広告宣伝費等を中心に販管費を削減したものの、減収による減益.



オニツカタイガー (OT)



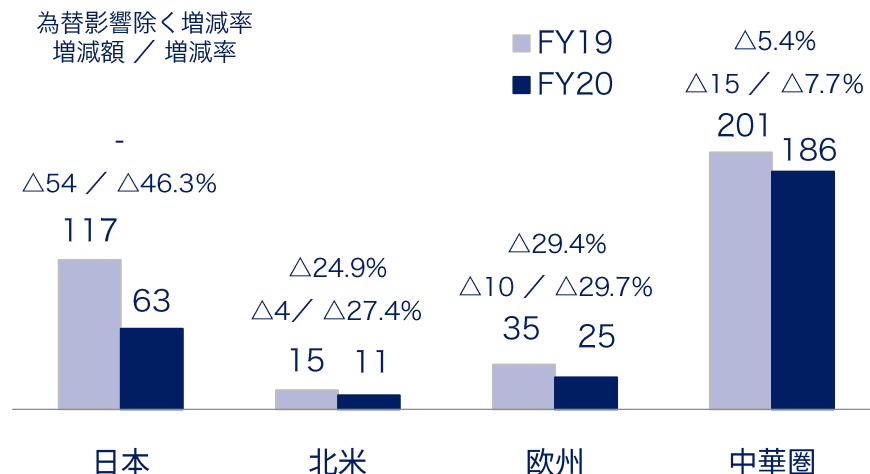
HMR PEAK

<年間業績>

	FY19	FY20	前期比	
			増減額	増減率
売上高	455	339	△116	△25.6%
為替影響除く増減		346	△109	△24.0%
営業利益	83	7	△76	△91.3%
営業利益率	18.2%	2.1%	-	△16.1ppt

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ インバウンド顧客売上が全世界で減少.
- ◆ 中国での年間売上高は為替影響を除くと前期比プラス.
- ◆ ECは全地域において前期比プラス.

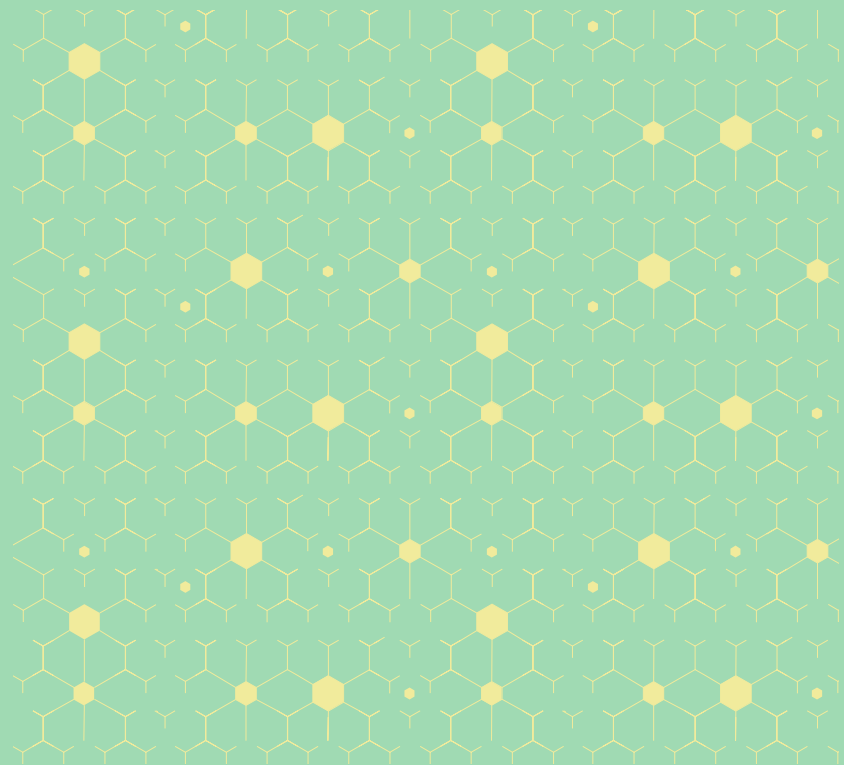
営業利益

- ◆ 粗利率はほぼ前期並みを維持.
- ◆ ブランド価値向上を目的とした大型直営店出店に伴う費用先行.
- ◆ 2020年に、世界主要都市（ニューヨーク・ミラノ・上海等）で直営店開店. 直営店舗数は前期比で+11店（開店：22店、閉店：11店）.
- ◆ 減収影響により減益.

3. 2020年12月期 連結経営成績 (地域別)

18

- ✓ 地域別連結売上高およびカテゴリー構成
- ✓ 連結売上高内訳（地域別）
- ✓ チャンネル別売上
- ✓ 月別・四半期別売上高
- ✓ 連結営業利益内訳（地域別）



地域別連結売上高及びカテゴリー構成

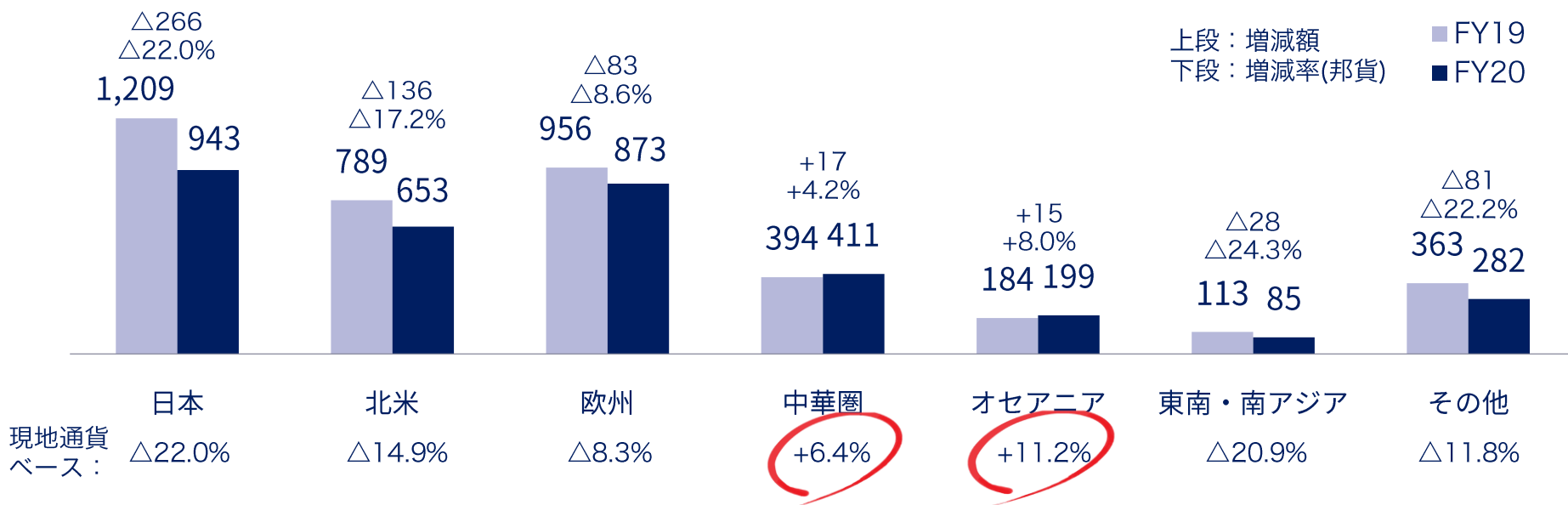
19

<売上高>

(単位：億円)

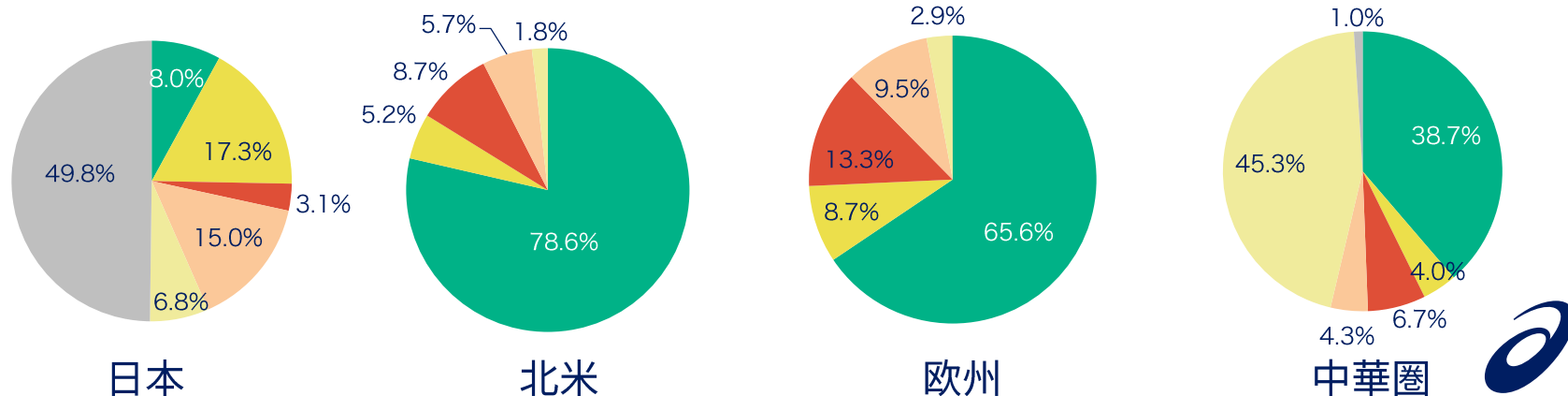
上段：増減額
下段：増減率(邦貨)

■ FY19
■ FY20



<主要地域別カテゴリー別売上高構成>

■ P.Run ■ CPS ■ SPS ■ APEQ ■ OT ■ その他



連結売上高内訳（地域別）

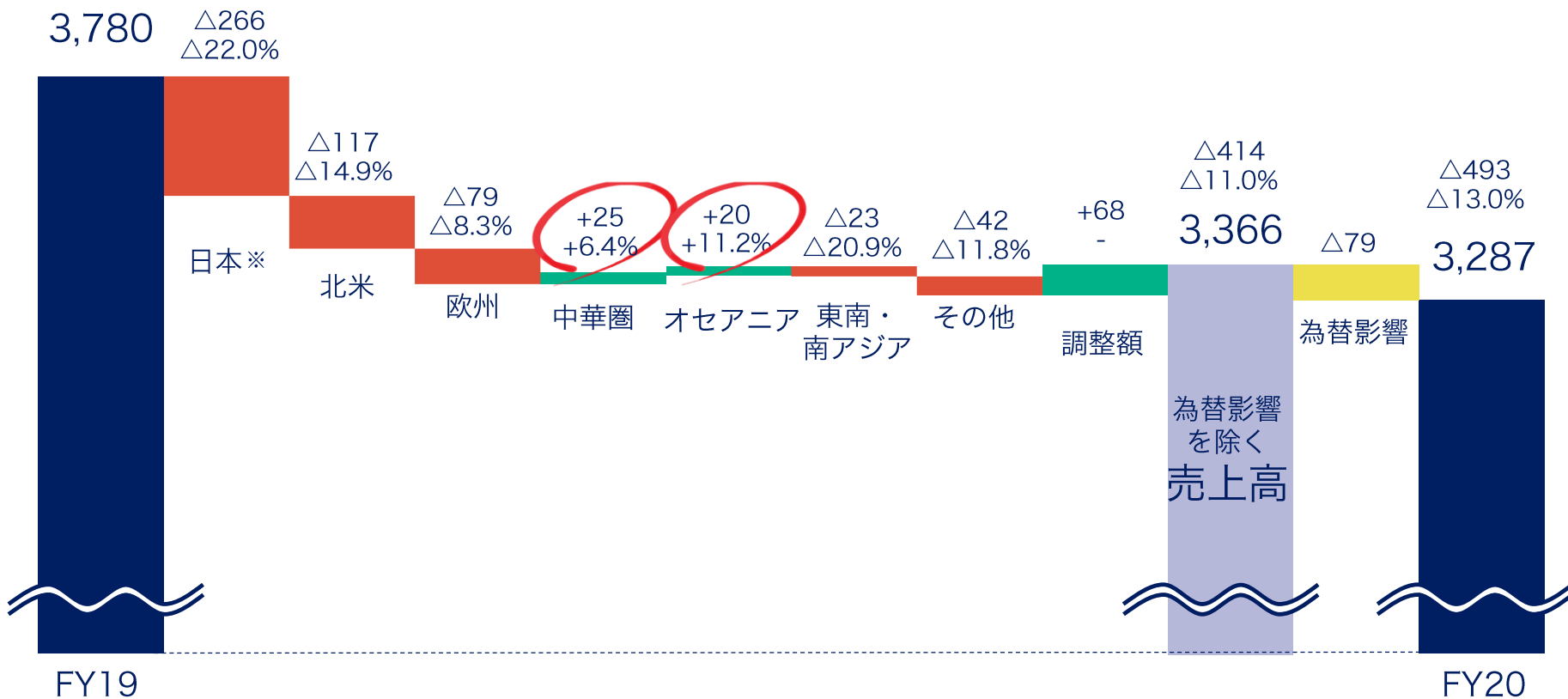
20

- ✓ 新型コロナウイルスの影響により減収.
- ✓ 但し、為替の影響を除き中華圏は+6.4%、オセアニアが+11.2%成長.

上段：増減額

下段：増減率(現地通貨ベース)

(単位：億円)



※ 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります。



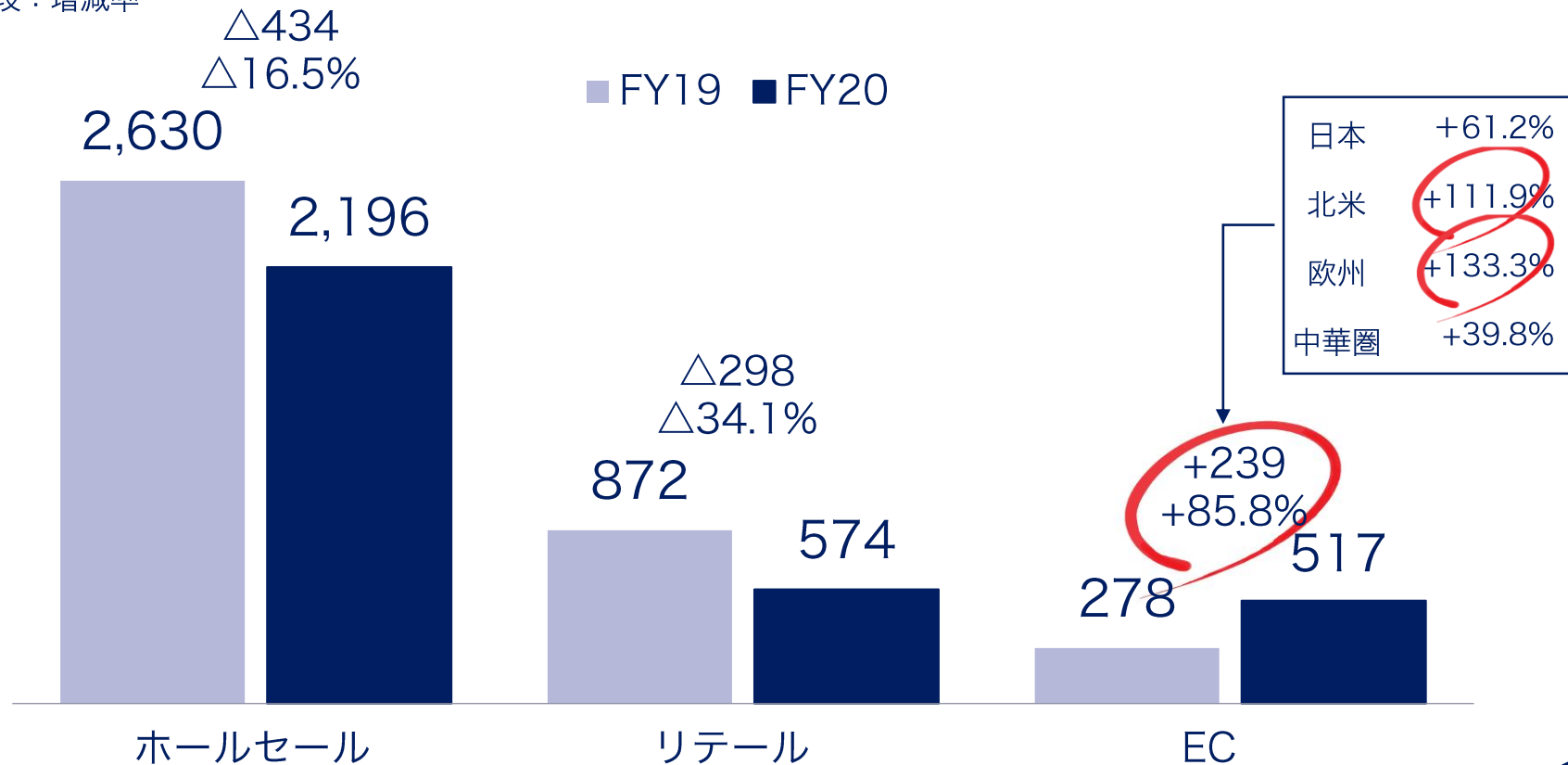
チャネル別売上高

21

- ✓ ホールセール及びリテールは店舗臨時休業等により減収.
- ✓ ECは前期比約+86%の成長. 特に、北米や欧州で大幅に増収.

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)



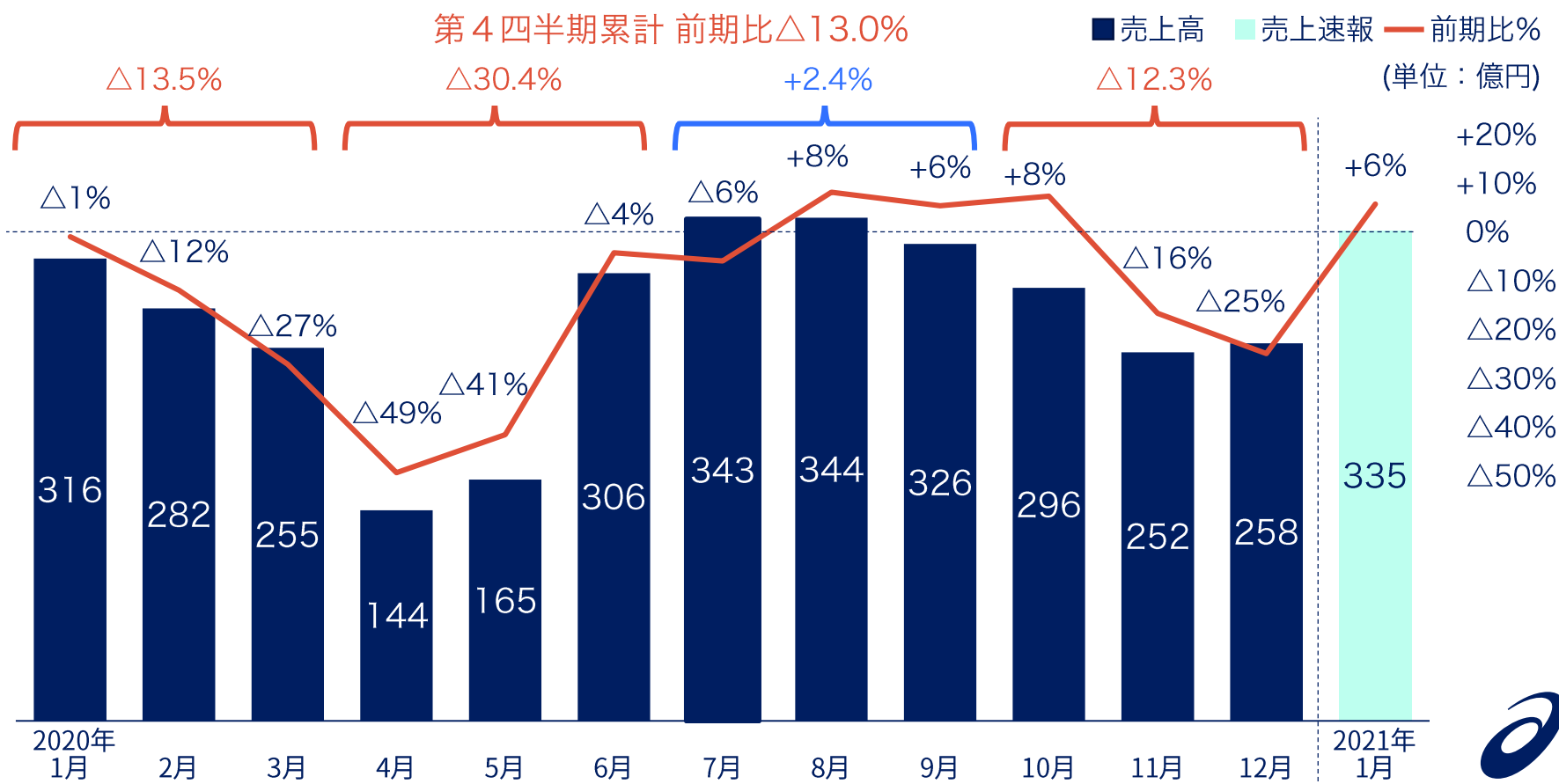
※自社ECサイトとマーケットプレイスはECに含み、ホールセールEリテラーはホールセールに含んでおります。



連結売上高（月別・四半期別） ※再掲

22

- ✓ 2020年2月以降大きく落ち込むも、第3四半期はP.Runが牽引し想定以上に回復。
- ✓ 2020年10月以降、欧州を中心に主にP.Runが好調に推移し、前回予想（11月）を上回る。
- ✓ 2021年1月は連結で+6%。欧州・中華圏・オセアニアで高成長。北米は港湾の荷役遅れ等で減収も、年間で回復の見込み。緊急事態宣言再発出の日本は厳しい状況が継続。



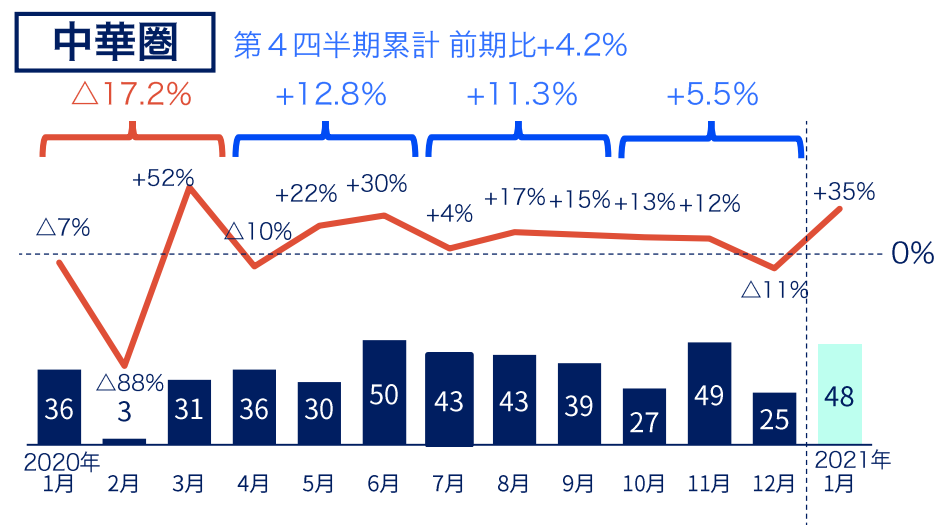
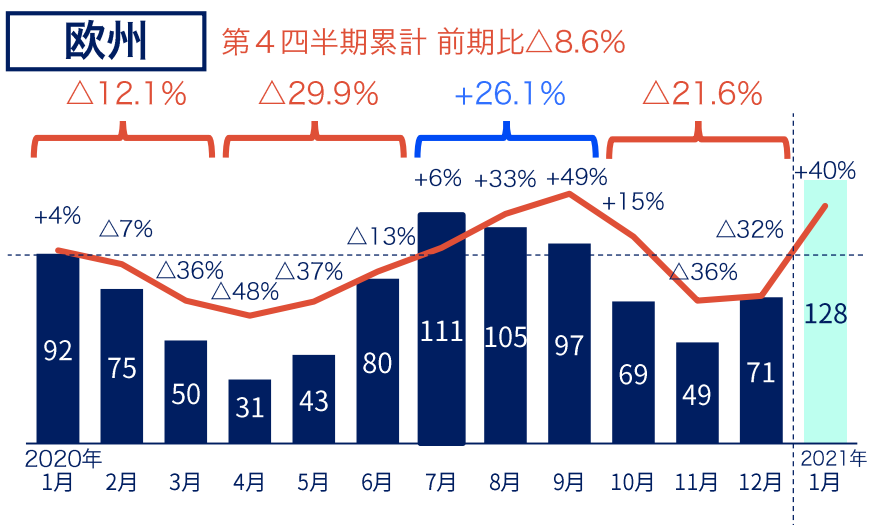
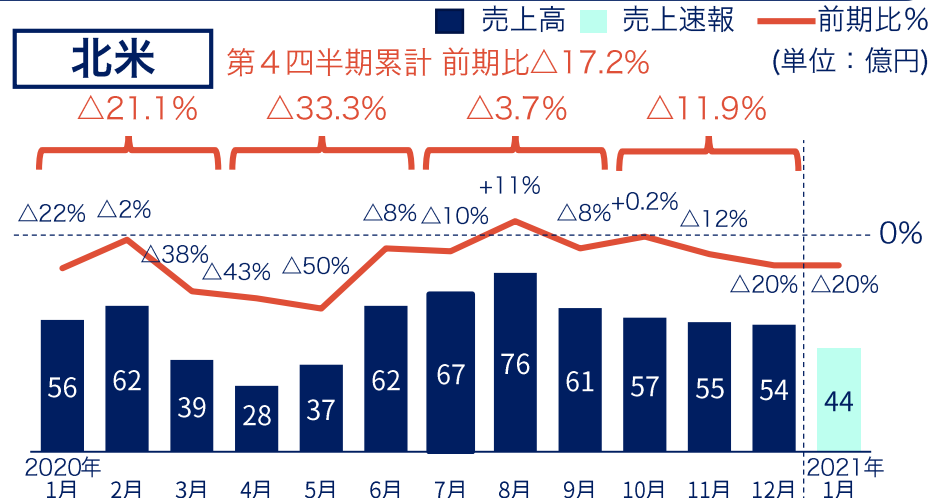
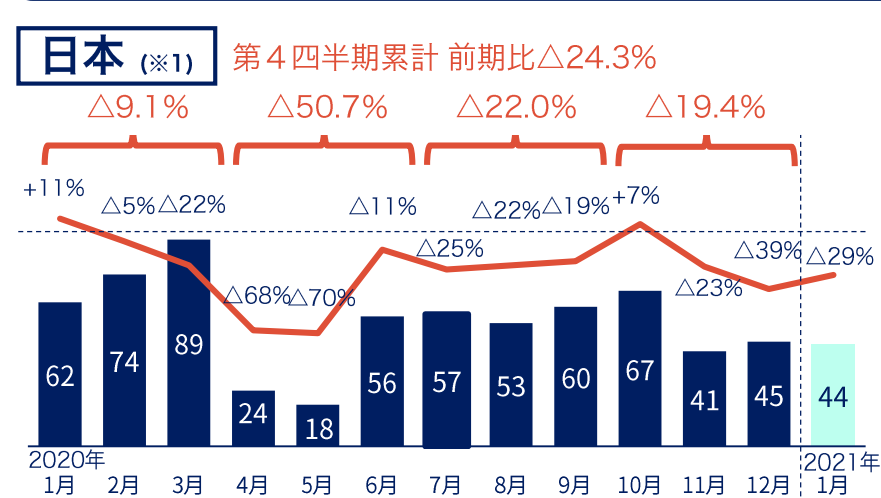
※ 2021年1月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。



主要4地域の月別・四半期別売上高

23

- ✓ 2021年1月は、日本は緊急事態宣言再発出で厳しい状況が継続。北米は港湾の荷役遅れ等で減収。
- ✓ 一方で欧州はP.Runの発売時期の変更もあり+40%で推移。中華圏はP.Runが+50%超、OTも25%超と大きく増加し+35%で推移。



(※1) アシックス商事を除く、日本地域の売上高となります。

(※2) 2021年1月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。

連結営業利益内訳（地域別）

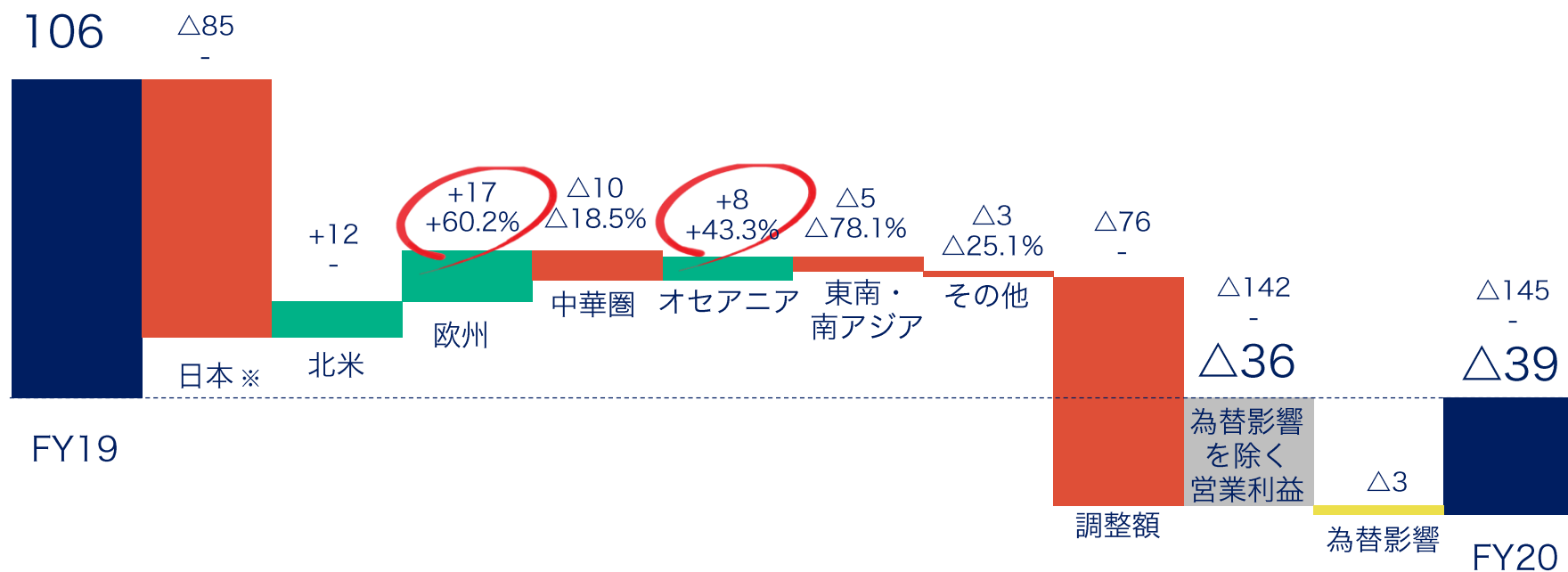
24

- ✓ 新型コロナウイルスの影響により営業赤字.
- ✓ 欧州およびオセアニアで大きく伸長. 北米は赤字幅が縮小.
- ✓ 日本はインバウンド減少に加え、一時的イベント関連費用の発生（調整額も同様）もあり大きく減益.

上段：増減額

下段：増減率(現地通貨ベース)

(単位：億円)



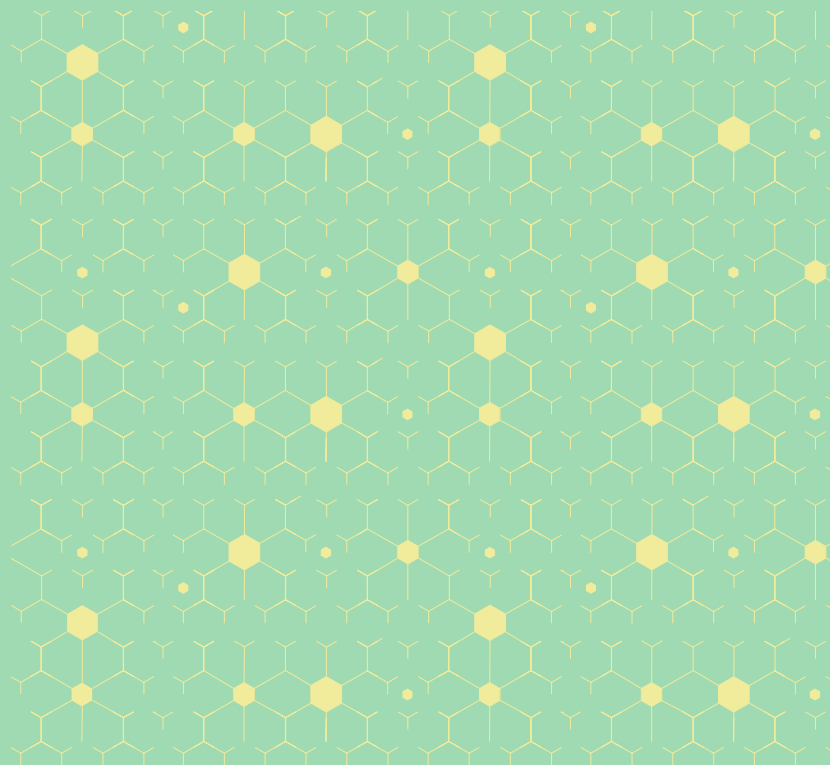
※ 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります。



4. 2020年12月期 連結財政状態

25

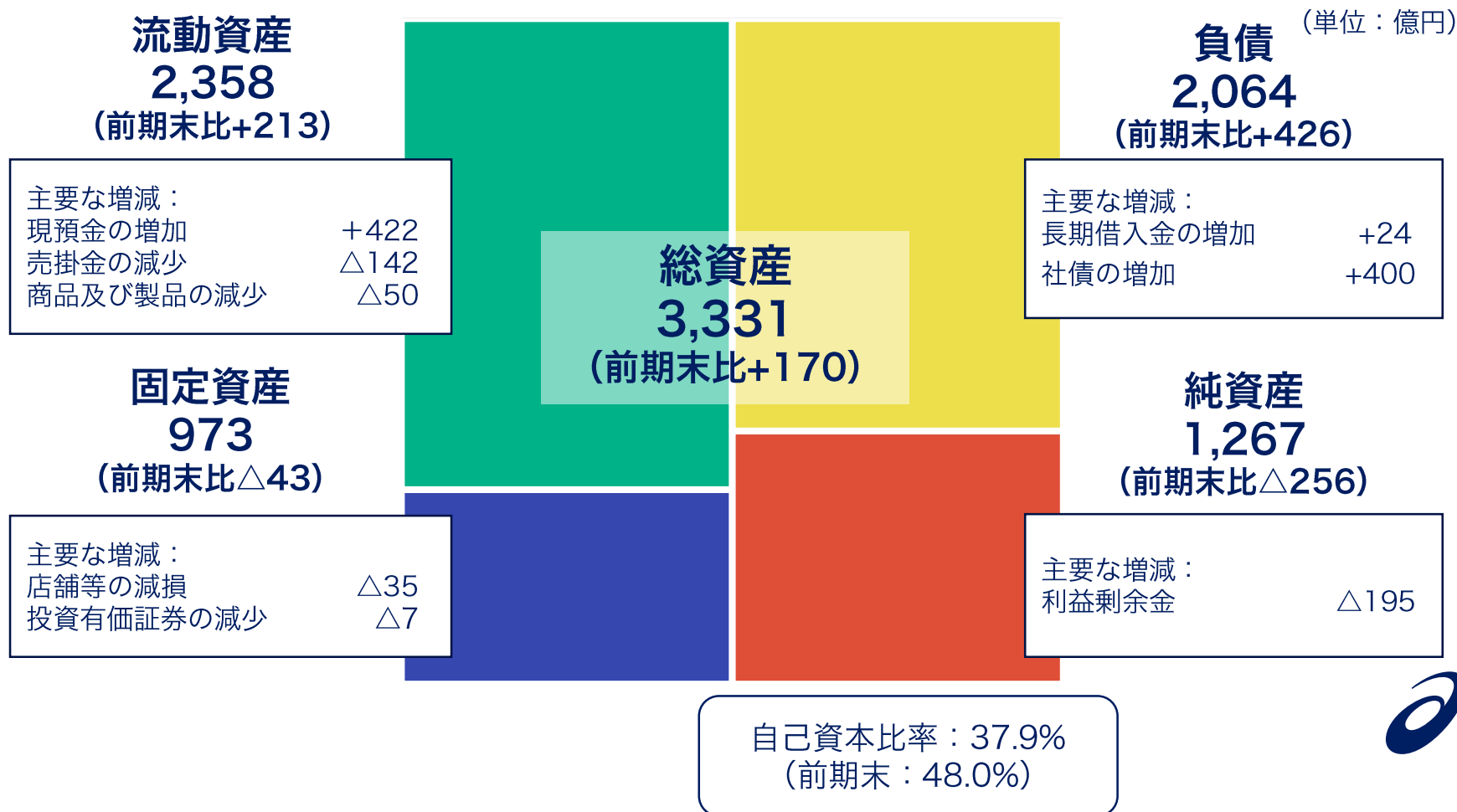
- ✓ 連結貸借対照表
- ✓ 連結CF（キャッシュフロー）



連結貸借対照表

26

- ✓ 手元流動性を高めるため社債並びに長期借入金による資金調達を実行し、現預金が増加.
- ✓ 売掛債権及び在庫のコントロールで運転資本が改善.
- ✓ 新型コロナウイルスに伴う需要減少を見越した生産コントロールにより実質的な在庫残高を大きく削減させることに成功. 一時的イベントの影響を除けば前期比約△95億円.



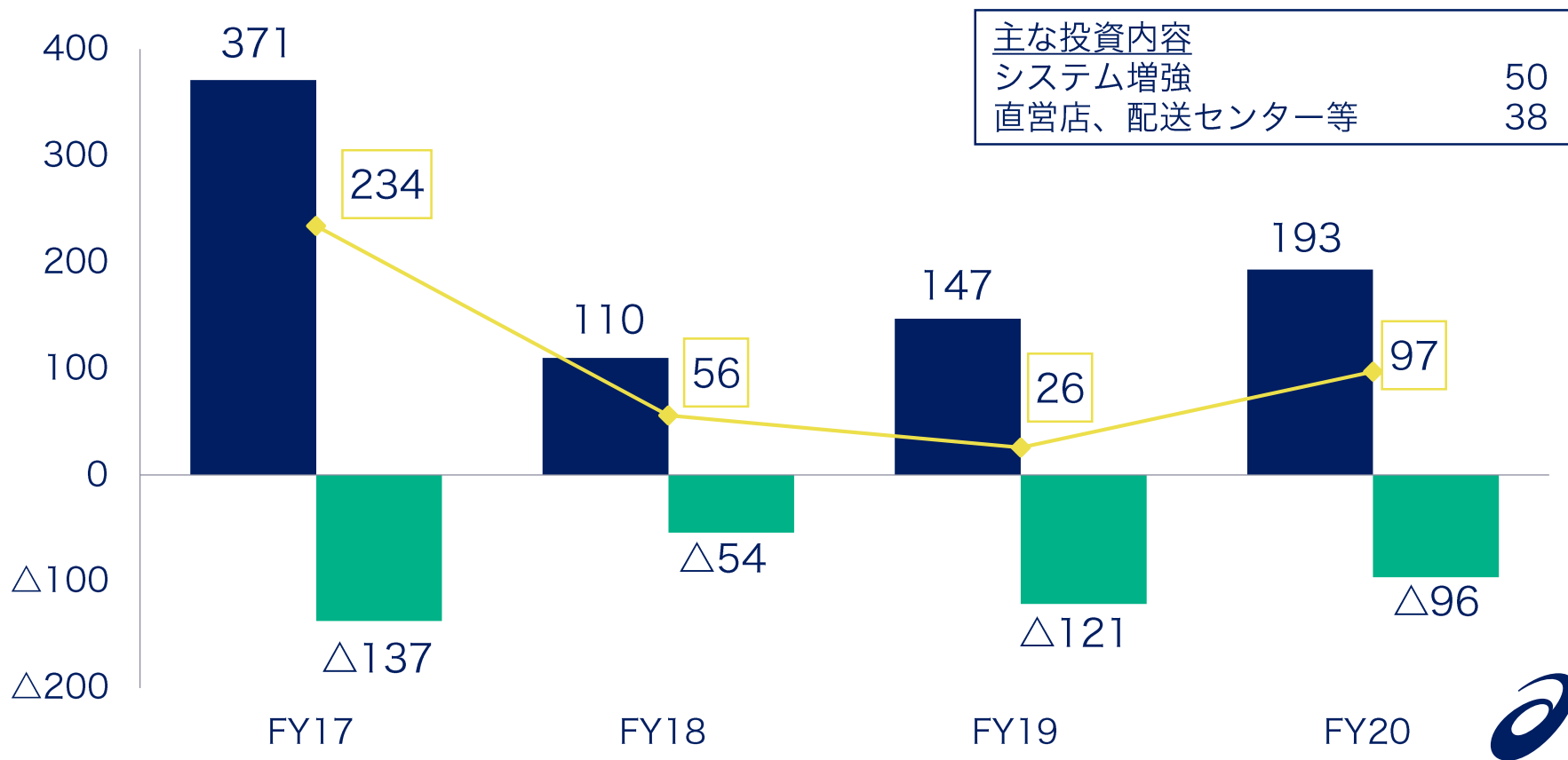
連結CF（キャッシュフロー）

27

- ✓ 主に運転資本の改善により、第4四半期累計の営業CFは193億円のプラス。
- ✓ フリーCFは約100億円となり、プラスで推移。

■ 営業CF ■ 投資CF ◆ フリーCF

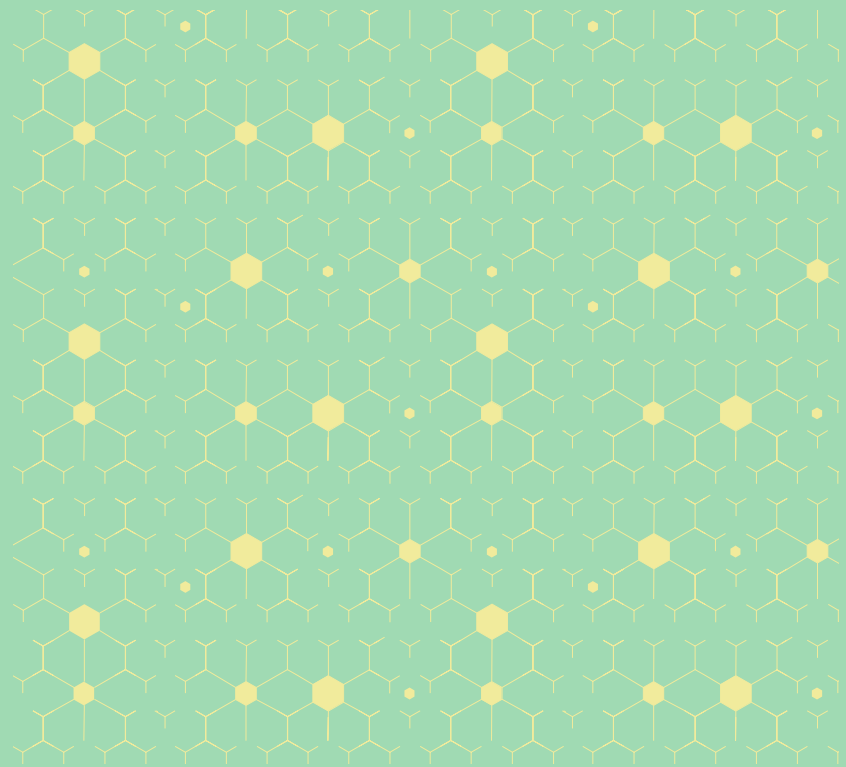
（単位：億円）



5. 2021年12月期 連結業績予想

28

- ✓ カテゴリー利益について
- ✓ 2021年12月期 業績予想
- ✓ 販管費計画
- ✓ カテゴリー別業績予想
- ✓ 地域別業績予想



カテゴリー経営の深化

29

課題認識

- ✓ カテゴリー体制を2019年に導入し、本社と販売会社との連携が強化され、収益への拘りが高まった。
- ✓ しかし、これまでのカテゴリー毎の営業利益には、カテゴリーが容易にコントロールできないコストが含まれていた（例：バックオフィス費用等）。
- ✓ 加えて、費用によっては、カテゴリーの売上高・売上原価で配賦されるため、実態にそぐわないコスト負担もあった（例：直営店コストの売上原価による配賦等）。



カテゴリー利益

- ✓ カテゴリーコストとカテゴリー外コスト（カテゴリーへ特定可能でない費用であり、例えば、オフィス賃借料等）を定義し、厳格管理。
- ✓ カテゴリーが管理可能な利益（カテゴリー利益）のさらなる向上を目指す。
- ✓ 費用配分をより精緻に適正化（一部費用はカテゴリー毎の人員数に応じて配分）。
- ✓ 主要な費用項目にコストオーナーを設定し、グローバルで横串管理を行う。



カテゴリー利益の概要

30

- ✓ カテゴリーに特定可能費用は直接費とする.
- ✓ マーケティング費用は、アクティビティ毎に各カテゴリーが費用負担.
- ✓ カテゴリー外コストは配賦せず別管理.

(費用配賦のイメージ図)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×
GP	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×
マーケティング	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×
企画・開発 (プロダクト)	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×
本部費用 (バックオフィス 部門を除く)	ホールセール、リテール、ECの各チャネル費用等を適正に配分						× × ×
カテゴリー利益	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×	× × ×		
カテゴリー外 コスト							× × ×
連結営業利益							× × ×

2021年12月期 連結業績予想 ※再掲

31

(単位：億円)

	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率
売上高	3,287	3,700～3,850	+12.5%～+17.1%
営業利益	△39	70～100	-
営業利益率	△1.2%	1.9%～2.6%	+3.1ppt～+3.8ppt
経常利益	△69	40～70	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△161	20～35	-

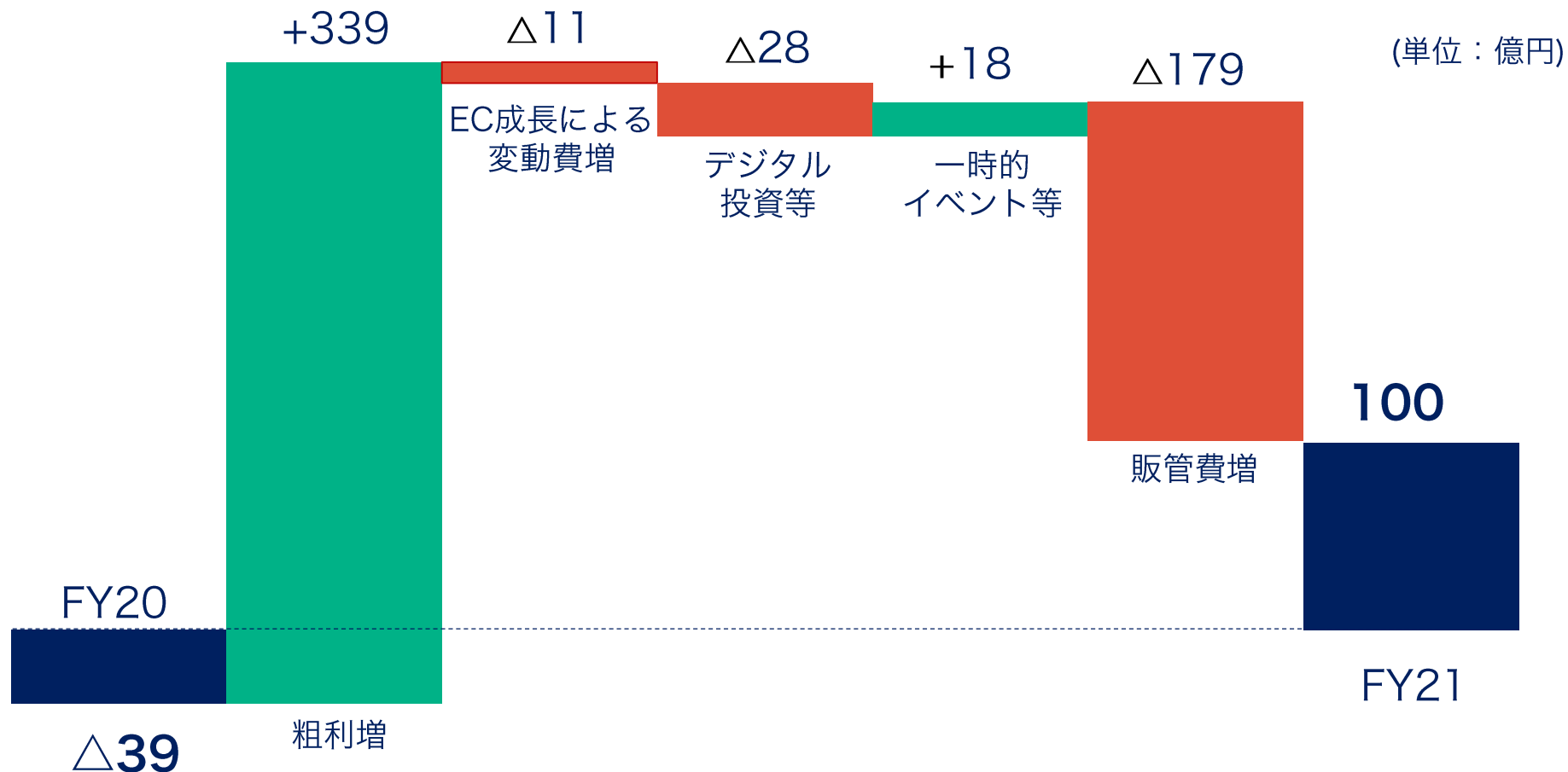
配当金	中間	期末	通期
2020年12月期 実績	0.0円	24.0円	24.0円
2021年12月期 予想	12.0円	12.0円	24.0円

為替レート	USD	EUR	RMB
2020年12月期	106.54円	121.97円	15.44円
2021年12月期	105.00円	125.00円	15.00円

- ✓ 新型コロナウイルスの影響などの不確定要素を考慮した結果、レンジ形式で業績を予想。
- ✓ 但し、2021年5月公表の第1四半期決算発表時に業績予想を見直す予定。

2021年12月期 連結営業利益予想増減：要素別

32



※新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。

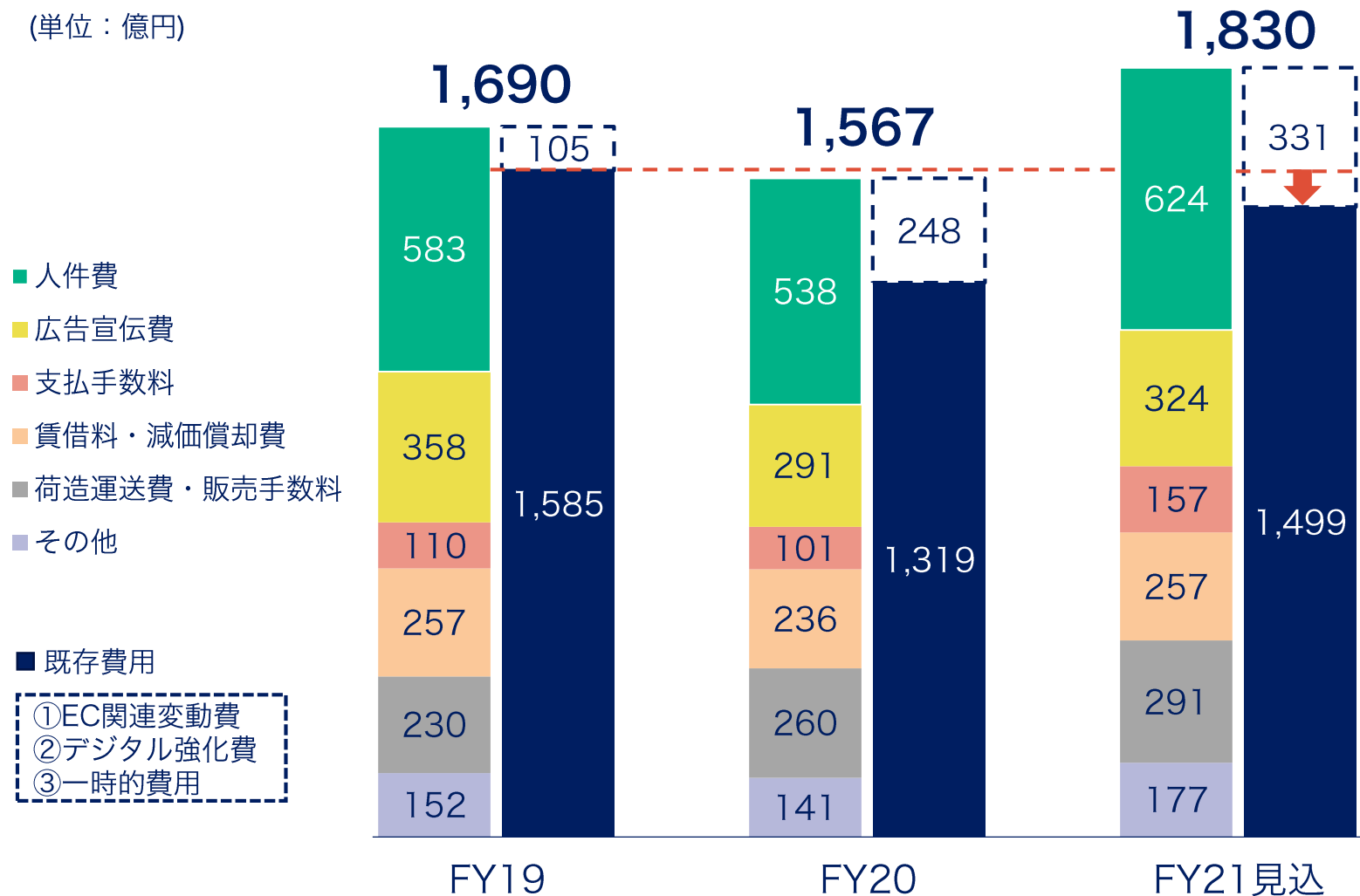


販管費計画

33

- ✓ 2021年の販管費計画は1,830億円。
①EC関連変動費②デジタル強化費③一時的費用等の約331億円を含む。
- ✓ 上記除く販管費は1,499億円で、同様の費用を除いたベースの2019年より削減を進める。

(単位：億円)



2021年12月期 連結売上高予想：カテゴリー別

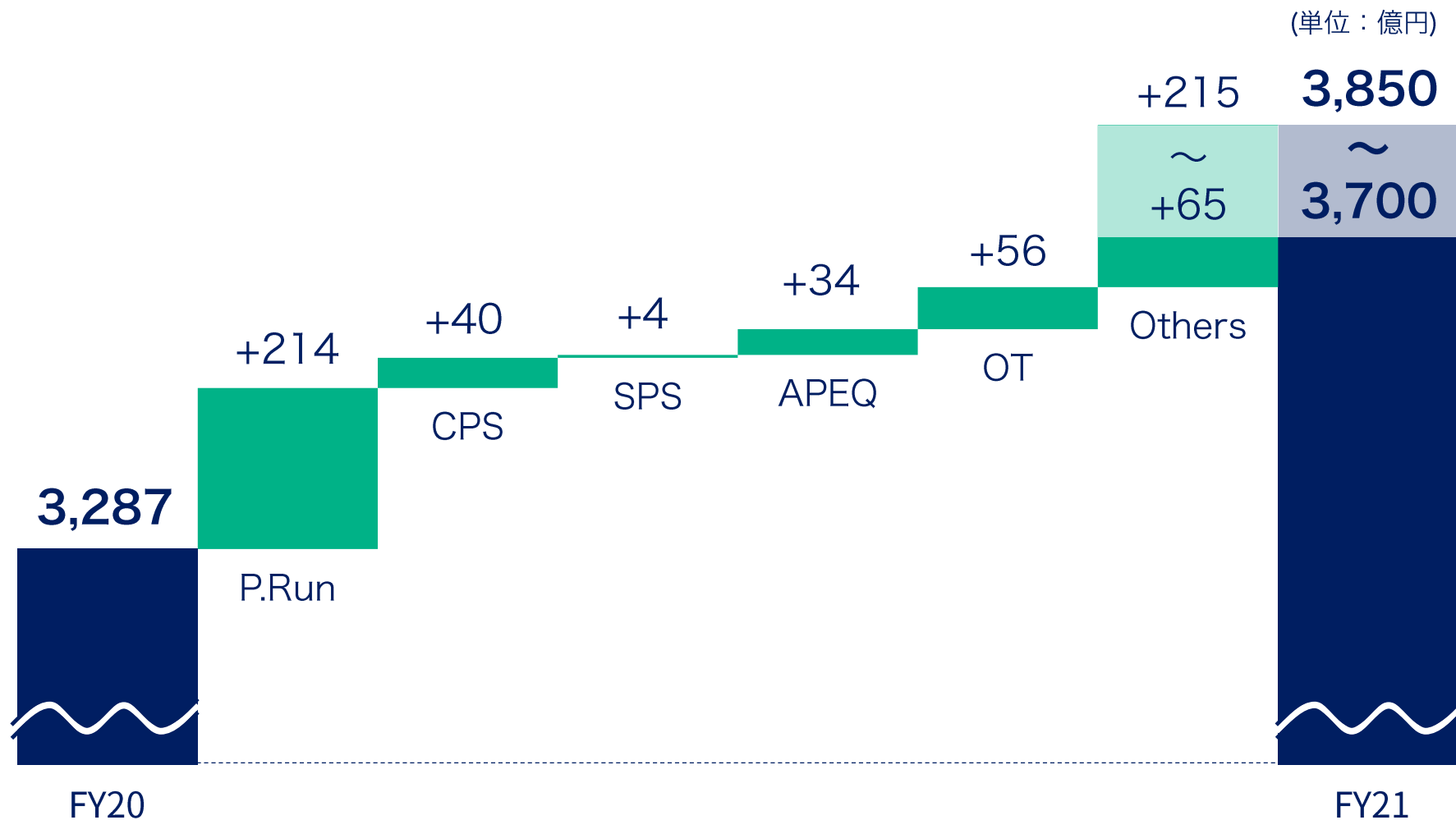
34

(単位：億円)	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率
P.Run	1,601	1,815	+13%
CPS	335	375	+12%
SPS	296	300	+1%
APEQ	296	330	+11%
OT	339	395	+16%
その他	420	485～635	+16%～+52%
合計	3,287	3,700～3,850	+13%～+17%



2021年12月期 連結売上高予想増減：カテゴリー別

35



※新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。



2021年12月期 カテゴリー利益予想

36

(単位：億円)	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率
P.Run	261	305	+17%
CPS	△5	20	-
SPS	34	35	+1%
APEQ	△32	△15	-
OT	34	60	+72%

※ 2020年12月期実績は、概算値として算出しております。また、一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

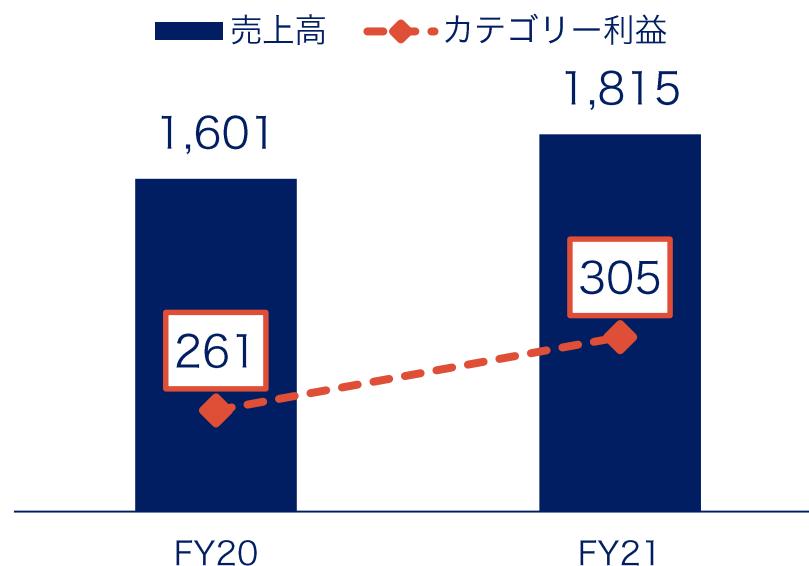


2021年12月期 連結売上高・カテゴリー利益予想

37

パフォーマンスランニング (P.RUN)

(単位：億円)



※一時的影響を除いた数値。FY20のカテゴリー利益は概算値として算出。

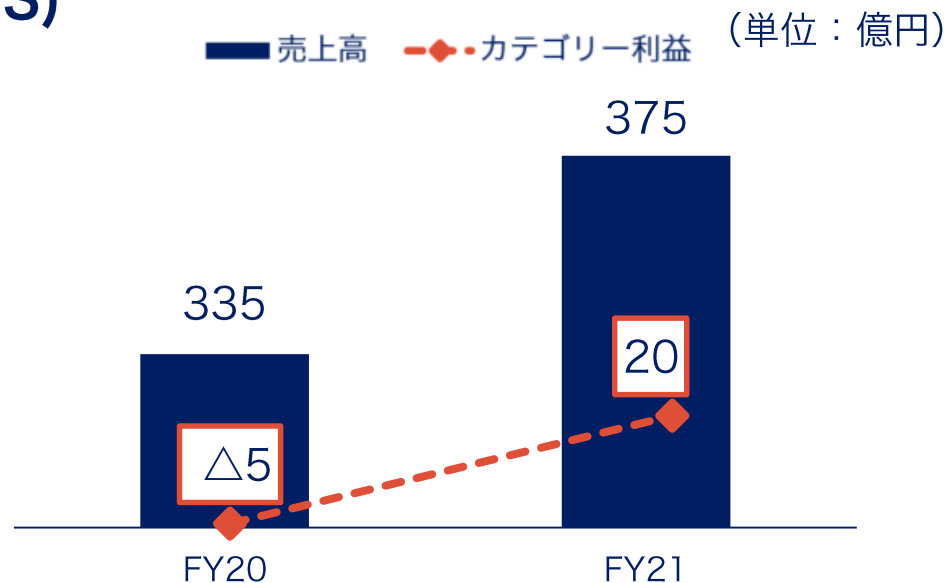
- ✓ スピードランナーに向けたレーシングモデルや、若い世代に向けたBLASTシリーズ等の展開でマーケットシェア拡大。
- ✓ グローバルでのTech Rep活動を展開。2019年に再度強化を始めた北米に加え、欧州でも注力。日本でも2021年に導入予定。更なる収益性の向上。
- ✓ バーチャルレース史上最多の申込数となった「ASICS World Ekiden」の開催やCASIOとの連携、スマートシューズ等によりランニングエコシステムを拡充。



2021年12月期 連結売上高・カテゴリー利益予想

コアパフォーマンススポーツ (CPS)

38



※一時的影響を除いた数値。FY20のカテゴリー利益は概算値として算出。

- ✓ グローバルでテニス・インドアスポーツへの注力、シェアの拡大.
- ✓ スポーツカテゴリー毎の収益管理と規模の適正化.
- ✓ ワーキングシューズの国内外での拡大.

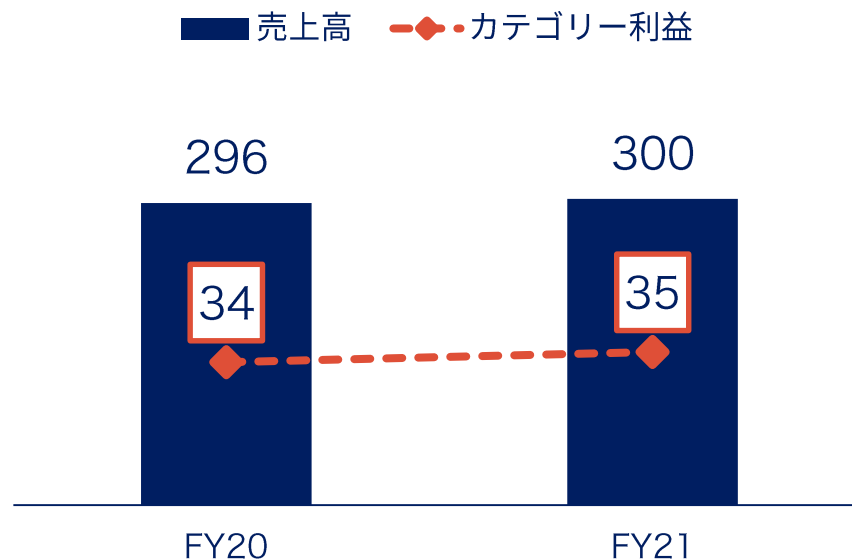


2021年12月期 連結売上高・カテゴリー利益予想

39

スポーツスタイル (SPS)

(単位：億円)



※一時的影響を除いた数値。FY20のカテゴリー利益は概算値として算出。

- ✓ 厳選したブランド、デザイナー、メディア、キーマカウトとのパートナーシップ強化により、市場での効果的な露出拡大とブランド価値の向上を図る。
- ✓ Z世代を含む若年層をターゲットとした商品・デジタルマーケティング・販売戦略を一体的に遂行し、新たな顧客層を開拓。
- ✓ ブランドと商品競争力の向上やプロセス改善により、カテゴリーの収益性強化と粗利率向上。

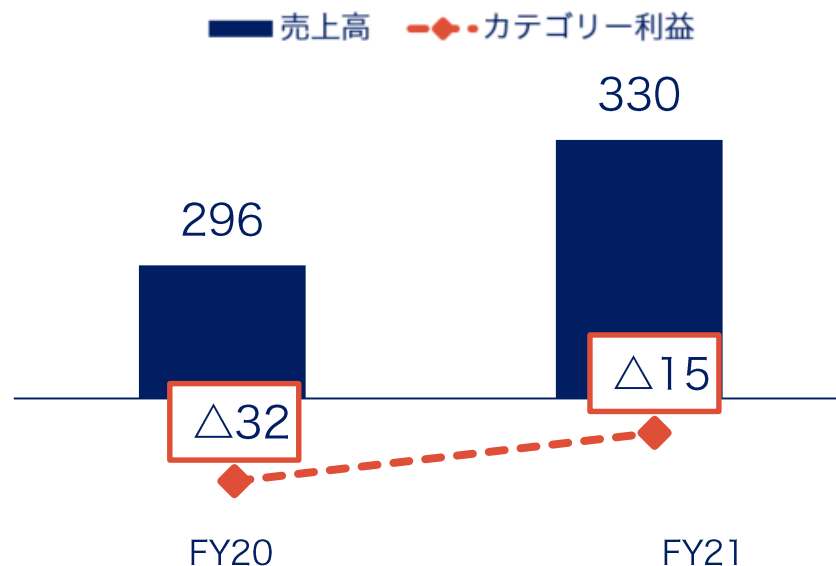


2021年12月期 連結売上高・カテゴリー利益予想

40

アパレル・エクイップメント (APEQ)

(単位：億円)



※一時的影響を除いた数値。FY20のカテゴリー利益は概算値として算出。

- ✓ 製品原価の低減及びLow Costオペレーションの継続による収益性改善（生産地シフト、サプライヤー集約等）。
- ✓ 経営資源の最適化と差別化された製品開発の推進。
- ✓ デジタルシフトの加速と、ホールセール・リテールビジネスの改革実行。



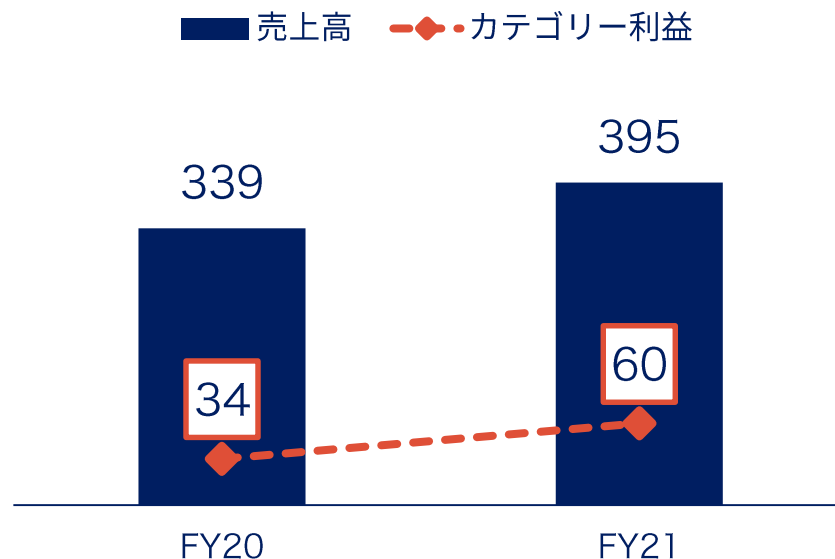
2021年12月期 連結売上高・カテゴリー利益予想

オニツカタイガー (OT)



41

(単位：億円)



※FY20のカテゴリー利益は概算値として算出。

- ✓ 主要都市のブランド体験型店舗での新たな顧客体験提供により、日本のインバウンド需要減少を各地域で補完。
(20年4月に表参道増床、11月にニューヨーク、12月にミラノ、21年1月に北京、3月にロサンゼルスで開店予定)
- ✓ グローバルセレブリティを活用したZ世代への情報発信で新たな顧客層を開拓。
- ✓ 21年秋冬ミラノコレクション (2月27開催) でオニツカタイガーのアパレルおよびシューズを発表予定。



2021年12月期 連結売上高予想：地域別

42

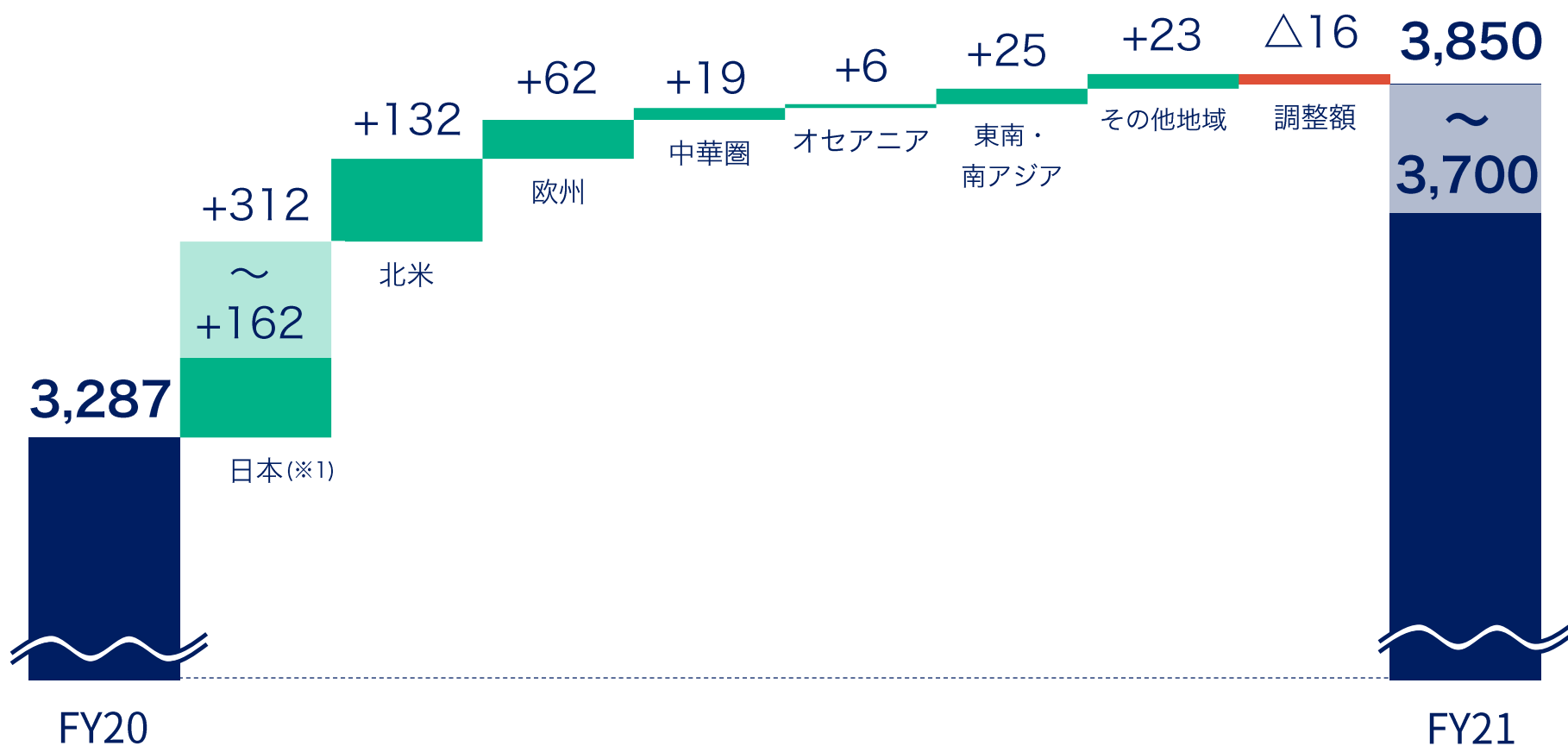
(単位：億円)	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率	※ご参考 現地通貨ベースの 増減率
日本 地域	943	1,105～ 1,255	+17%～ +33%	-
北米 地域	653	785	+20%	+22%
欧州 地域	873	935	+7%	+4%
中華圏 地域	411	430	+5%	+8%
オセアニア 地域	199	205	+3%	+1%
東南・南アジア 地域	85	110	+29%	+29%
その他	282	305	+8%	+10%
調整額	△159	△175	-	-
合計	3,287	3,700～ 3,850	+13%～ +17%	+13%～ +17%



2021年12月期 連結売上高予想増減：地域別

43

(単位：億円)



(※1) 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります。

(※2) 新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。



2021年12月期 連結営業利益予想：地域別

44

(単位：億円)	2020年12月期 実績	2021年12月期 予想	増減率
日本 地域	△37	0～30	-
北米 地域	△45	0	-
欧州 地域	45	35	△23%
中華圏 地域	43	45	+5%
オセアニア 地域	27	25	△8%
東南・南アジア 地域	1	5	+229%
その他	4	5	+7%
調整額	△77	△45	-
合計	△39	70～100	-



2021年12月期 連結営業利益予想増減：地域別

45

(単位：億円)

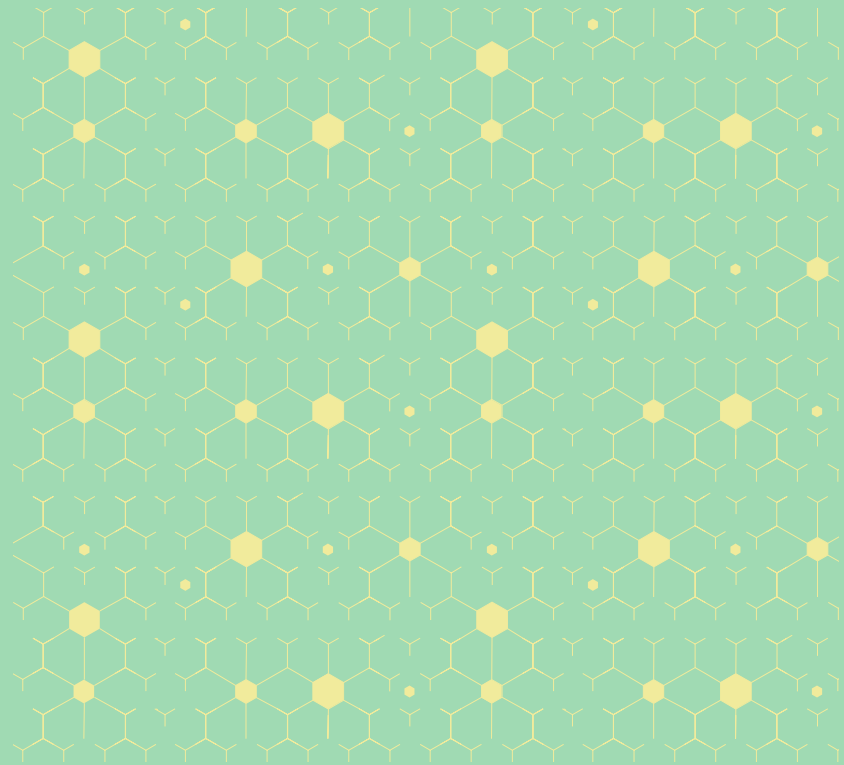


(※1) 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります。

(※2) 新型コロナウイルスによる再度の大規模な経済活動の停滞など、様々な要因により実際の業績は大きく異なる可能性があります。



6. APPENDIX



主な予定

2021年12月期 第1四半期決算	5月13日	15:00 15:30	決算発表 ライブ配信又は電話会議 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
2021年12月期 第2四半期決算	8月13日 8月16日	15:00 15:00	決算発表 決算説明会 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
2021年12月期 第3四半期決算	11月5日	15:00 15:30	決算発表 ライブ配信又は電話会議 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
2021年12月期決算	2022年2月		決算発表 決算説明会 機関投資家、アナリスト、報道機関向け
インベストメントデイ	2021年 6月、11月		テーマ：未定

用語	意味
パフォーマンスランニング	ランナーが快適に走ることができ、優れたパフォーマンスを発揮できるように機能性をもたせたランニングシューズ。ランナーの走り方や走力などに応じたさまざまなランニングシューズを展開。
スポーツスタイル	ランニングやトレーニングをライフスタイルに取り入れ楽しむファンランナー向けのランニングシューズやデザイン性に優れカジュアルにスニーカーとして使用できるシューズの総称。アシックスタイガー含む。
コアパフォーマンススポーツ	陸上競技、テニス、バレーボールなどの競技スポーツ用のシューズ。スポーツ選手が高いパフォーマンスを発揮できるように優れた機能性を備える。
オニツカタイガー	社名をアシックスとする1977年まで、かつて競技用だったシューズを、2002年に洗練されたスタイルを求めてスポーティなファッションブランドとして復刻。
ウォーキングシューズ	スポーツシューズづくりと同様に、日常生活での履きやすさや歩きやすさを追求したライフスタイルシューズ。
ワーキングシューズ	アシックススポーツ工学研究所による研究知見を生かした、建設、運輸、医療などの現場での立ち仕事や現場作業向けのシューズ。
ホグロフス	ハイパフォーマンスかつサステナブルなアウトドアギアを提供するブランド。2010年以降アシックスグループ。
ASICS Runkeeper	スマートフォン端末のGPSにより、ランニング、ウォーキング、サイクリングなどの運動を追跡・記録するフィットネス・トラッキング・アプリ。
OneASICS	さまざまな会員限定特典を提供するアシックスのメンバーシッププログラム。
Race Roster (レースロースター)	北米を中心に展開するレース登録プラットフォーム。ランナーがレースに申し込みをする際のウェブページやレース結果照会ページ等の提供を行う。

