

2021年12月期 第2四半期 決算補足説明資料

株式会社アシックス
2021年8月13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. 上半期のトピックス
7. 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う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。





©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020

レスリング女子 フリースタイル57kg級&62kg級



川井友香子

川井利紗子

©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020

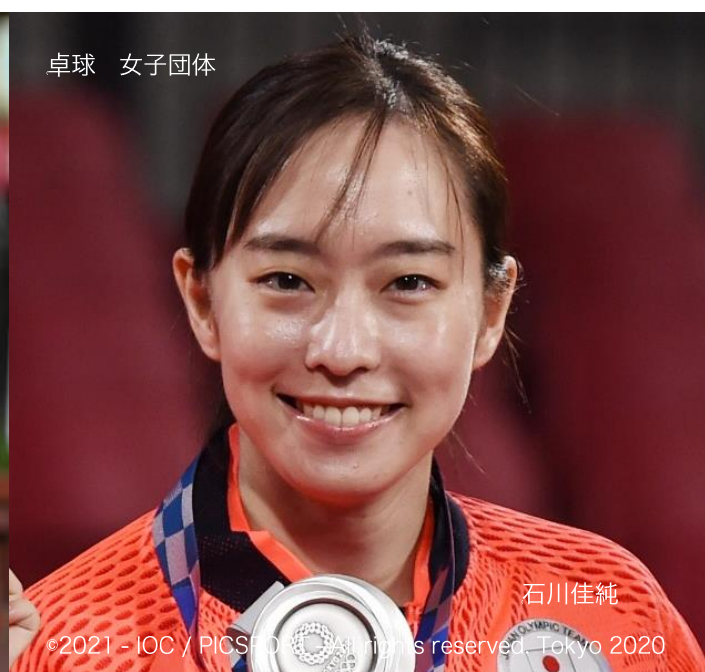


©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020



©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020

卓球 女子団体



石川佳純

©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020



©Tokyo 2020



アシックスは、東京2020オリンピック ゴールドパートナー（スポーツ用品）です。

連結決算 ハイライト

(単位：億円)

	2020年 (FY20Q2) 実績	2021年 (FY21Q2) 実績	前年同期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	1,468	2,094	+626 +42.6%
売上総利益	705	1,054	+349 +49.4%
売上総利益率	48.0%	50.3%	+2.3ppt
販管費	743	815	+72 +9.4%
販管費率	50.6%	38.8%	△11.8ppt
人件費	241	279	+38 +15.5%
広告宣伝費	142	126	△16 △11.1%
広告宣伝費率	9.7%	6.1%	△3.6ppt
賃借料	45	57	+12 +26.3%
減価償却費	59	62	+3 +5.1%
その他経費	256	291	+35 +13.7%
営業利益	△38	239	+277 -
営業利益率	△2.6%	11.5%	+14.1ppt
経常利益	△59	247	+306 -
特別損益	△33	△56	△23
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△62	123	+185 -

	FY20 Q2	FY21 Q2	増減額	増減率
海外売上高	1,090	1,630	+540	+49.5%
海外比率	74.2%	77.8%	-	+3.6ppt

為替影響	+85
為替影響除く 連結売上高増減	+541 +36.8%

< 参考：平均為替レート(円) >

	第2四半期(1～6月)	
	FY20 実績	FY21 実績
1ドル	108.27	107.65
1ユーロ	119.78	129.91
1人民元	15.38	16.63



2021年12月期第2四半期 ポイント

4

- ✓ 大幅増収増益。4年ぶりに第2四半期累計で売上2,000億円を超過。
- ✓ 営業利益は、前年同期比で黒字に転換し、6年ぶりに第2四半期累計で200億円を大幅超過。
- ✓ 主力のP.Runは特に高い商品評価もあり、ほぼ全地域で増収。
売上は前年同期比+50%超の増収。また、2019年比でも増収。
- ✓ OTは全地域、全チャネルで増収。特に中華圏では+50%超の増収。
- ✓ 地域別の売上は、全ての地域で増収。特に米欧中オセアニアが大きく伸長し、いずれも+50%超の成長。
日米欧中は前年同期比大幅増益。なお、日米は黒字転換。
- ✓ EC売上は、前年同期比約+30%超の成長。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症により、当初計画していた店舗が開店できなかったことで、
店舗休止等損失52億円を計上。
- ✓ レンジで開示していた通期業績予想を一本化。売上高はレンジの上限を見込む。
また、主要カテゴリーの粗利率の上昇もあり、営業利益と経常利益は上方修正。



新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響

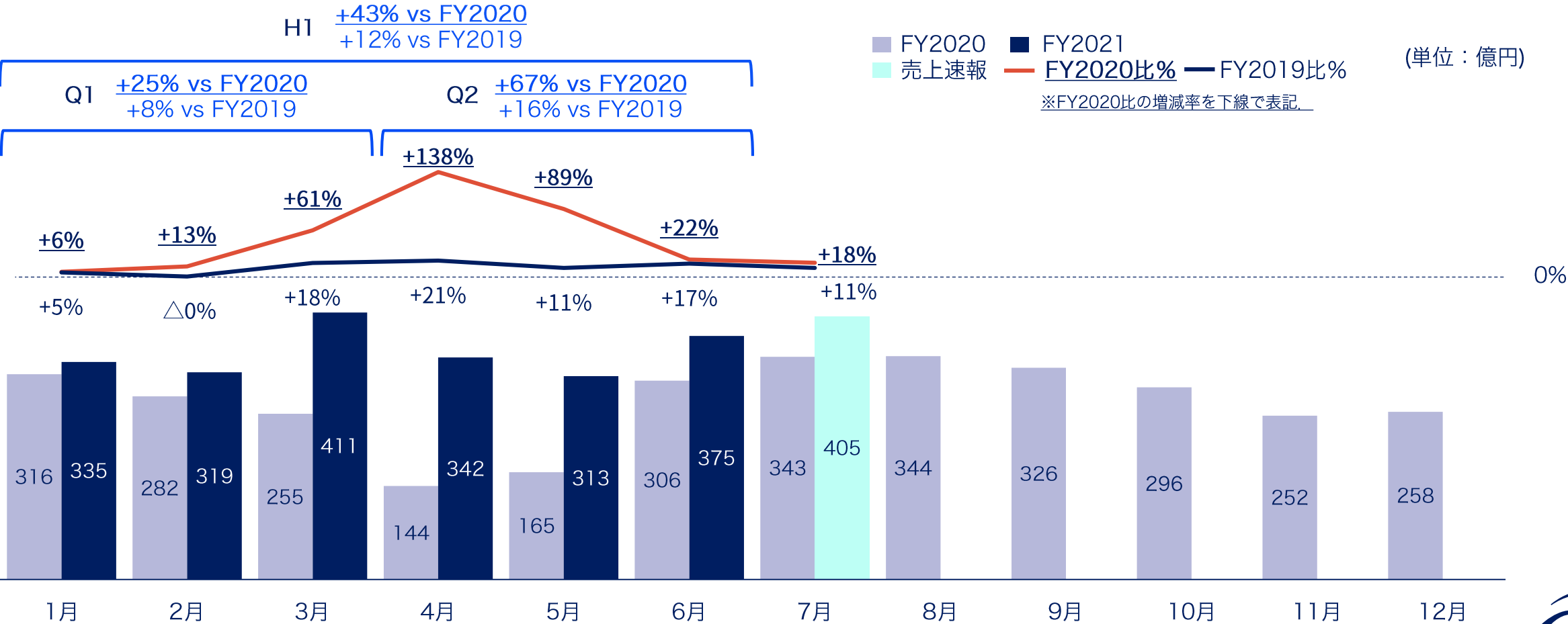
5

生産	✓ アジア各地における感染拡大により工場の稼働に影響が出るも、計画に大きな影響無し.
直営店	✓ 日本、北米、欧州、中国は全店舗で営業（一部は時短営業）. ✓ オセアニアと東南アジアの一部で臨時休業.
販売	✓ 健康意識の高まりにより、パフォーマンスランニングを中心に好調を維持. ✓ ホールセール売上は、全ての地域で2桁成長. EC売上は、全ての地域において成長.
直近の状況	✓ 日本において、ワクチン接種を希望する従業員に対し、職域接種を実施. ✓ 感染拡大を受けて、主に一部のベトナム工場にて稼働を落とした操業. ✓ 日本国内での緊急事態宣言の発出や、海外における都市封鎖の影響もあり、一部直営店にて臨時休業等の対応を実施.



連結売上高（月別・四半期別）

✓ 7月単月も前年同月比+18%となり、2021年以降連続して増収。2019年同月比も+11%と2桁増収。



※ 2021年7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。



2021年12月期 連結業績予想

7

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	前期比
売上高	3,850～3,950	3,950	0.0%～ +2.6%	3,287	+20.1%
営業利益	115～135	145	+7.4%～ +26.1%	△39	-
営業利益率	3.0%～3.4%	3.7%	+0.3ppt～ +0.7ppt	△1.2%	+4.9ppt
経常利益	100～120	135	+12.5%～ +35.0%	△69	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	20～35	25	△28.6%～ +25.0%	△161	-

配当金	中間	期末	通期
前回予想	12.0円	12.0円	24.0円
今回予想	12.0円	12.0円	24.0円

為替レート	USD	EUR	RMB
前回予想	105.00円	125.00円	16.00円
今回予想	105.00円	125.00円	16.00円

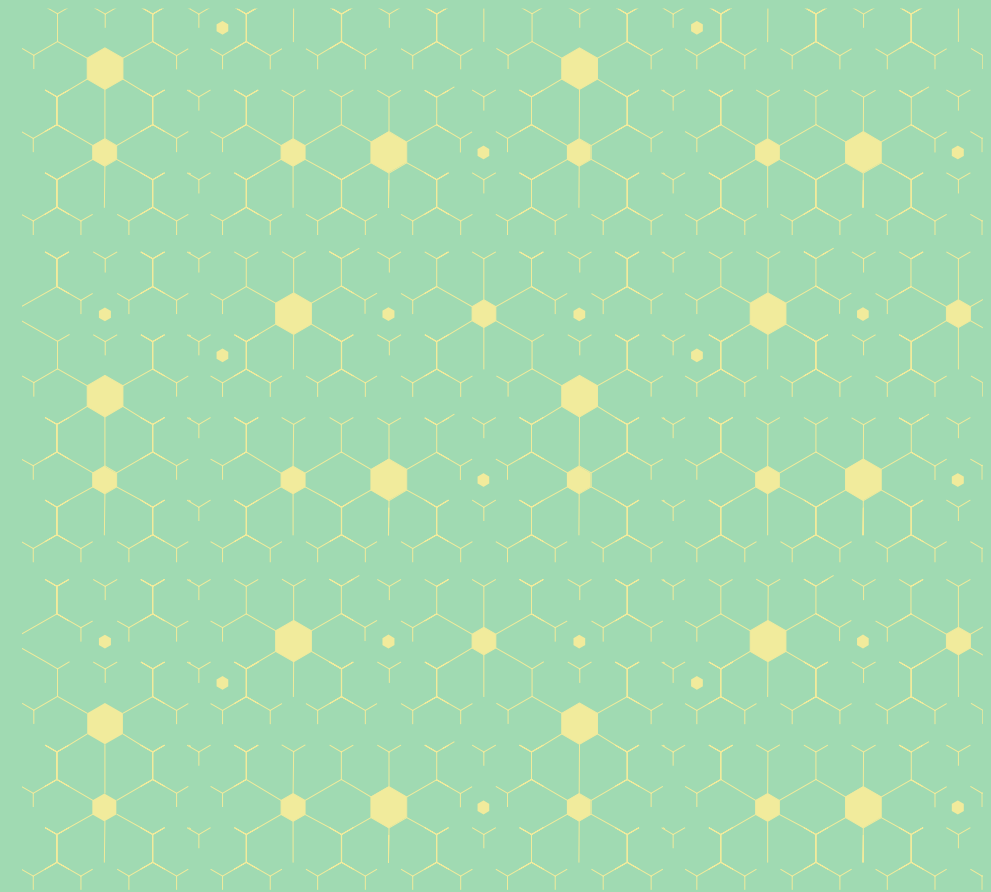
- ✓ レンジで開示していた通期業績予想を一本化。売上高はレンジの上限を見込む。
- ✓ 主要カテゴリーの粗利率の上昇もあり、営業利益と経常利益は上方修正。
- ✓ 但し、当期純利益は、前回公表のレンジの範囲内となる。



1. 2021年12月期 第2四半期連結業績

8

- ✓2021年12月期第2四半期 概要
- ✓連結決算ハイライト
- ✓販管費削減の進捗状況



売上高

前年同期比：+626億円 +42.6%（為替影響除く増減 +541億円 +36.8%）

◆ 大幅増収増益。4年ぶりに第2四半期累計で売上2,000億円を超過。計画比+11.9%。

- ✓主力のP.Runの売上は、前年同期比+54.2%。ほぼ全地域で増収。特に米欧中が牽引。
- ✓地域別の売上は、特に日米欧中で大きく伸長。
- ✓EC売上は好調に推移し、前年同期比+36.1%の成長。

営業利益

前年同期比：+277億円（為替影響除く増減 +264億円）

◆ 営業利益は、前年同期比で黒字に転換し、6年ぶりに第2四半期累計で200億円を大幅超過。

- ✓収益性にフォーカスした販売施策の奏功等で粗利率は50.3%（+2.3ppt）。
- ✓大幅増収により販管費は増加したものの、販管費率は前年同期の50.6%から38.8%へ。

四半期純利益

前年同期比：+185億円（為替影響除く増減 +176億円）

- ✓ 新型コロナウイルス感染症により、当初計画していた店舗が開店できなかったことで、店舗休止等損失52億円を計上。



連結決算 ハイライト ※再掲

(単位：億円)

	2020年 (FY20Q2) 実績	2021年 (FY21Q2) 実績	前年同期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	1,468	2,094	+626 +42.6%
売上総利益	705	1,054	+349 +49.4%
売上総利益率	48.0%	50.3%	+2.3ppt
販管費	743	815	+72 +9.4%
販管費率	50.6%	38.8%	△11.8ppt
人件費	241	279	+38 +15.5%
広告宣伝費	142	126	△16 △11.1%
広告宣伝費率	9.7%	6.1%	△3.6ppt
賃借料	45	57	+12 +26.3%
減価償却費	59	62	+3 +5.1%
その他経費	256	291	+35 +13.7%
営業利益	△38	239	+277 -
営業利益率	△2.6%	11.5%	+14.1ppt
経常利益	△59	247	+306 -
特別損益	△33	△56	△23
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△62	123	+185 -

	FY20 Q2	FY21 Q2	増減額	増減率
海外売上高	1,090	1,630	+540	+49.5%
海外比率	74.2%	77.8%	-	+3.6ppt

為替影響	+85
為替影響除く 連結売上高増減	+541 +36.8%

<参考：平均為替レート(円)>

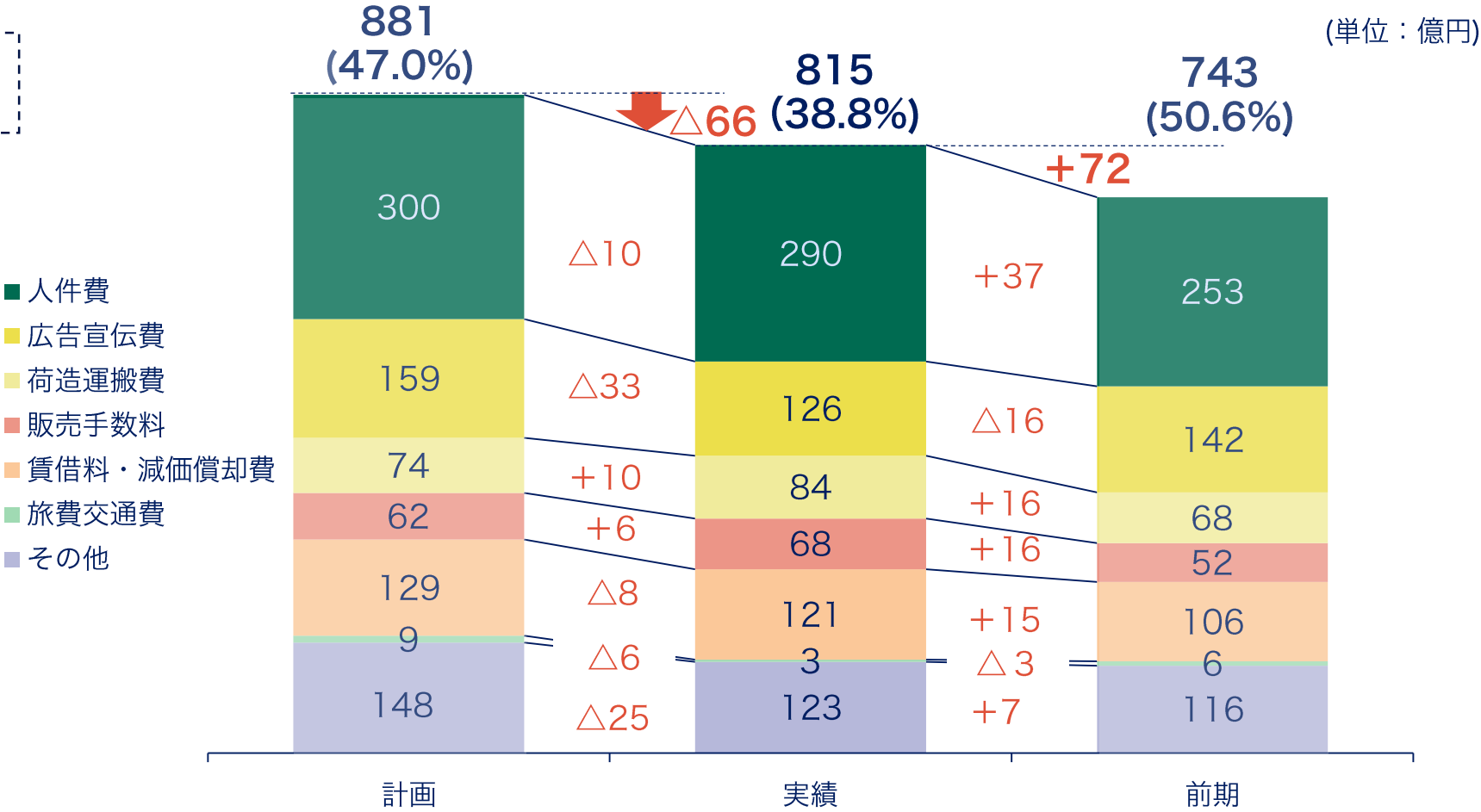
	第2四半期(1～6月)	
	FY20 実績	FY21 実績
1ドル	108.27	107.65
1ユーロ	119.78	129.91
1人民元	15.38	16.63



販管費削減の進捗状況（第2四半期累計）

- ✓ 計画比は、EC売上増加に連動し荷造運搬費や販売手数料が16億円増加するも、人件費10億円や広告宣伝費33億円が減少したこと等により66億円の削減。
- ✓ 前年同期比は、直営店営業再開（人件費37億円、賃借料・減価償却費15億円）やEC売上連動費用（荷造運搬費16億円、販売手数料16億円）の増加もあり、72億円増加。

上段：金額
下段：（率）



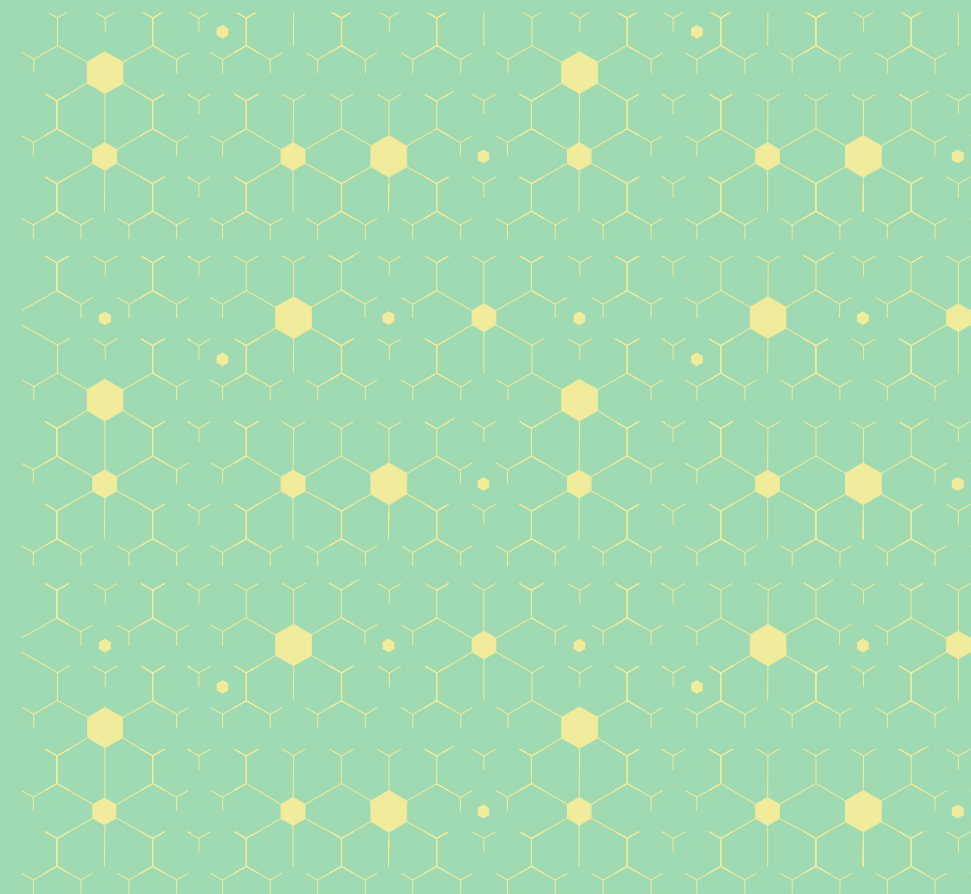
※一部コストは開示上、研究開発費へ組替しており、連結決算ハイライトのスライドと金額は一致していません。

2. 2021年12月期 第2四半期連結経営成績（カテゴリー別）

12

✓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

- ✓ 全カテゴリーで増収.
- ✓ P.Runは、ほぼ全地域で増収となり、前年同期比+54.2% 2019年同期比もプラス.
- ✓ OTは全地域、全チャンネルで増収. 特に中華圏では50%超の増収.

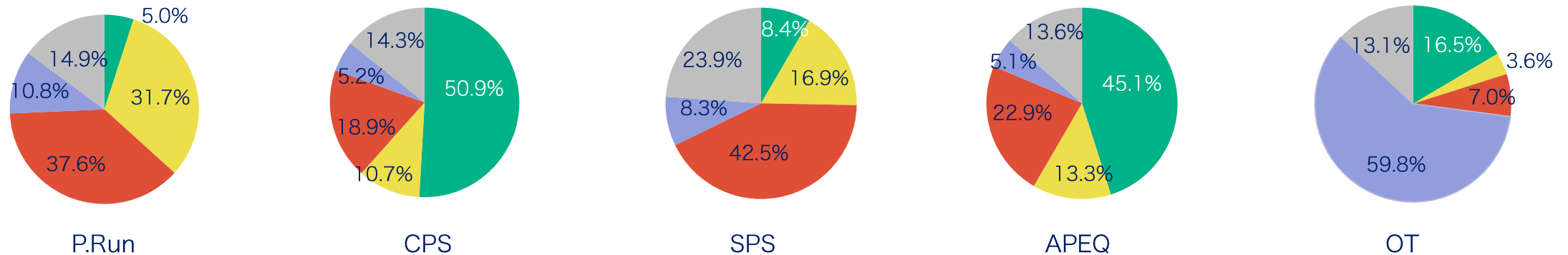
13

<売上高>



<カテゴリー別地域別売上高構成>

■ 日本 ■ 北米 ■ 欧州 ■ 中華圏 ■ その他



※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。

カテゴリー利益等一覧

14

(単位：億円)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	1,085 (+381)	234 (+72)	171 (+46)	167 (+40)	210 (+54)	227 (+33)	2,094 (+626)
カテゴリー利益	262 (+164)	45 (+36)	29 (+26)	2 (+25)	40 (+20)		
カテゴリー外コスト							135 (+6)
連結営業利益							239 (+277)

()内は前年同期比

- ✓ 全カテゴリーで増収。特に主力のP.Runはほぼ全地域で増収となり、前年同期比+54.2%。
- ✓ カテゴリー利益は、P.Runをはじめ、全てのカテゴリーで増益。APEQは黒字転換となる。
- ✓ カテゴリー外コストは135億円。主に人件費、賃借料・減価償却費、支払手数料、コンピュータ費等。



パフォーマンスランニング (P.RUN)



METASPEED Edge

15

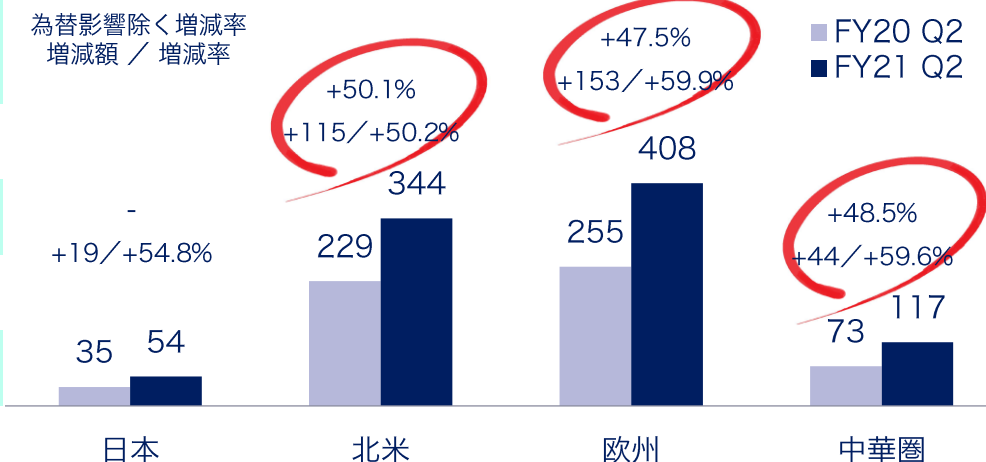
<第2四半期業績>

	FY20 Q2	FY21 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	704	1,085	+381	+54.2%
為替影響除く増減		1,039	+335	+47.6%
カテゴリ利益	98	262	+164	+165.5%
カテゴリ利益率	14.0%	24.2%	-	+10.2ppt

※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。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ ほぼ全地域で増収となり、日本、北米、欧州、中華圏、オセアニア等で2桁増収。計画比、2019年同期比もプラス。
- ◆ 全チャネルで増収。ECではバーチャルレースを絡めた販売施策やマーケティングアセットを活用したOneASICS会員獲得を推進。
- ◆ 主力のGEL-KAYANOやGEL-NIMBUSの好調に加え、BLASTシリーズやMETASPEEDシリーズ等が伸長。

カテゴリ利益

- ◆ 大幅増収により、カテゴリ利益は前年同期比+164億円の大増益。
- ◆ 粗利率は、主力商品や新シリーズ注力による高粗利率商品の構成比率増加やEC売上伸長により、48.8%（前年同期比+2.3ppt）。

今後の取組み

- ◆ トップアスリート向けレーシングモデル METASPEEDが高評価。東京2020オリンピック競技大会ではトライアスロンやマラソン等で着用選手が活躍。
- ◆ グローバルでテックレップ活動を継続。ランニング講習会の支援やランニング専門店と協業したマラソンEXPOでの販促活動等。



コアパフォーマンススポーツ (CPS)



テニスシューズ
COURT FF NOVAK

16

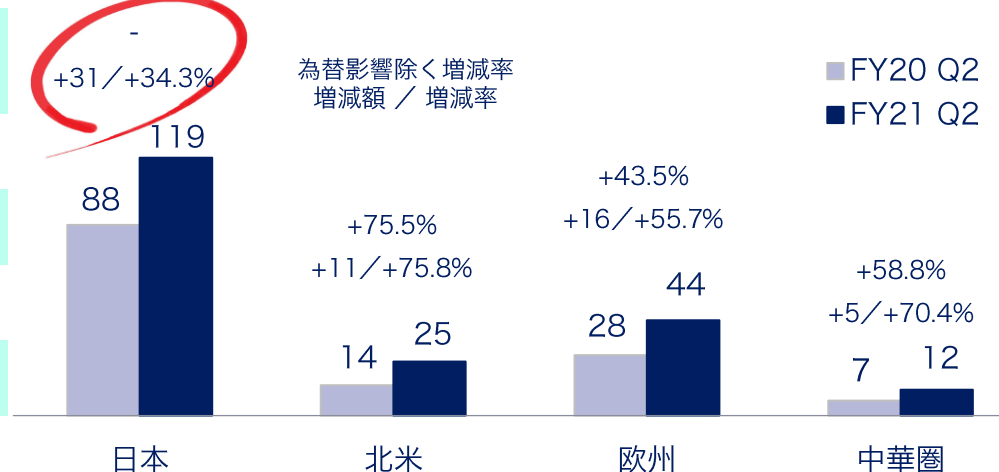
<第2四半期業績>

	FY20 Q2	FY21 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	162	234	+72	+44.4%
為替影響除く増減		227	+65	+40.2%
カテゴリー利益	9	45	+36	+400.4%
カテゴリー利益率	5.6%	19.3%	-	+13.7ppt

※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。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ ほぼ全ての地域で2桁増収となり、計画比、2019年同期比もプラス。
- ◆ 日本ではワーキングシューズに加え、各種スポーツ用シューズが好調。
- ◆ 北米、欧州では主力のテニスシューズが増収を牽引。

カテゴリー利益

- ◆ 主要地域での増収および粗利率の改善により、前年同期比+36億円の増益。

今後の取組み

- ◆ テニスでは、ジョコビッチ選手らとの契約を最大限活用し、グローバルでのマーケティング強化を実施するとともに、欧州でのTennis Shoe Finderの実行など、各地域でグラスルーツ活動を継続。
- ◆ インドアスポーツにおいて、各地域ごとの契約選手を活用し、グローバルでのブランド認知の向上を目指す。



スポーツスタイル (SPS)



GEL-QUANTUM 360 TYO
(東京2020オリンピックエンブレム)

<第2四半期業績>

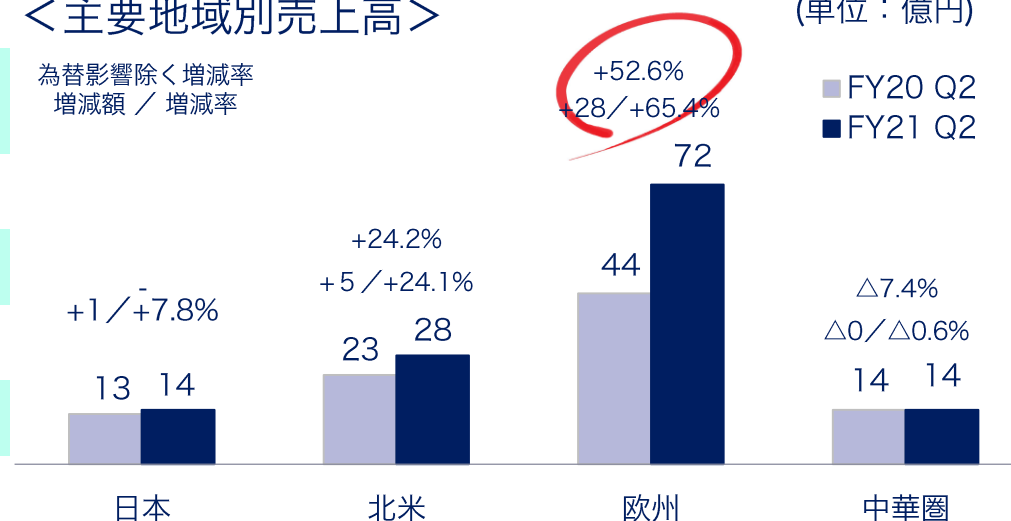
	FY20 Q2	FY21 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	125	171	+46	+36.3%
為替影響除く増減		161	+36	+29.1%
カテゴリー利益	3	29	+26	+839.6%
カテゴリー利益率	2.5%	17.3%	-	+14.8ppt

※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。

<主要地域別売上高>

為替影響除く増減率
増減額 / 増減率

(単位：億円)



売上高

- ◆ 北米、欧州で大幅増収。計画比、2019年同期比もプラス。
- ◆ キーアカウントと協同した広告やSMUの展開等により、ホールセールの売上が好調。

カテゴリー利益

- ◆ 主要地域での増収および粗利率の改善により、カテゴリー利益は前年同期比+26億円の増益。
- ◆ 粗利率は北米、欧州、中華圏で改善し、48.5%（前年同期比+4.8ppt）。

今後の取組み

- ◆ 新たなターゲット層の取込みによる成長機会創出のため、キーアカウントと更に協同して新規アイテムをデジタルメディアを駆使して販売。
- ◆ ブランド認知加速に向けて、ライフスタイルを支えるEngineered For Everydayキャンペーンを広告として実施予定。



アパレル・エクイップメント (APEQ)



CELEBRATION
OF SPORT

18

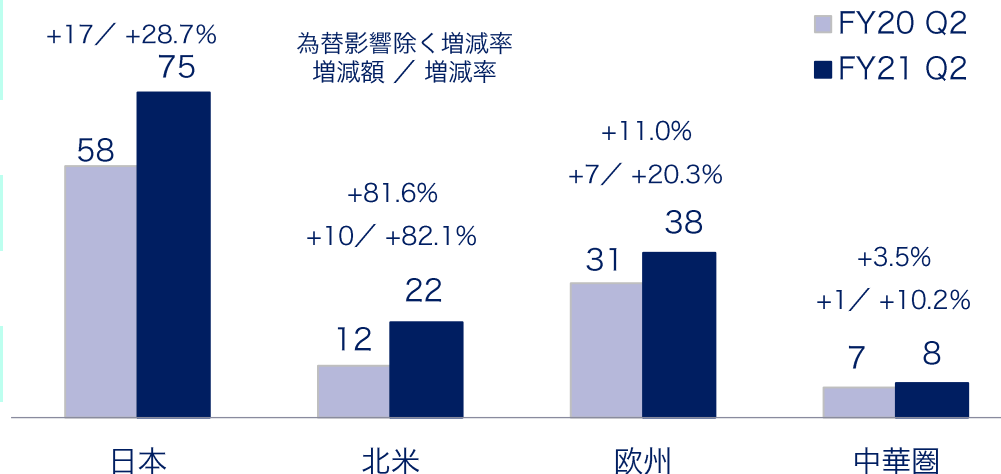
<第2四半期業績>

	FY20 Q2	FY21 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	127	167	+40	+30.5%
為替影響除く増減		160	+33	+26.5%
カテゴリー利益	△23	2	+25	-
カテゴリー利益率	△18.3%	1.3%	-	+19.6ppt

※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。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ ほぼ全ての地域で2桁以上の増収、計画比もプラス。
- ◆ 全チャネルで増収。

カテゴリー利益

- ◆ カテゴリー利益は第1四半期期間に続き前年の赤字から黒字転換。
- ◆ 粗利率は主要地域及びオセアニアで改善し、前年同期比+5.7ppt。

今後の取組み

- ◆ ランニング・トレーニングへの経営資源集中、低収益取引の継続的構造改革など、黒字体制の定着に向けた戦略の実行を加速。
- ◆ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のスポンサー効果を今後の商機最大化に活かす。ポディウムジャケットに搭載した独自のテクノロジーを有する製品「ACTIBREEZE」を日本市場に続きグローバル市場へ拡大展開。



オニツカタイガー (OT)



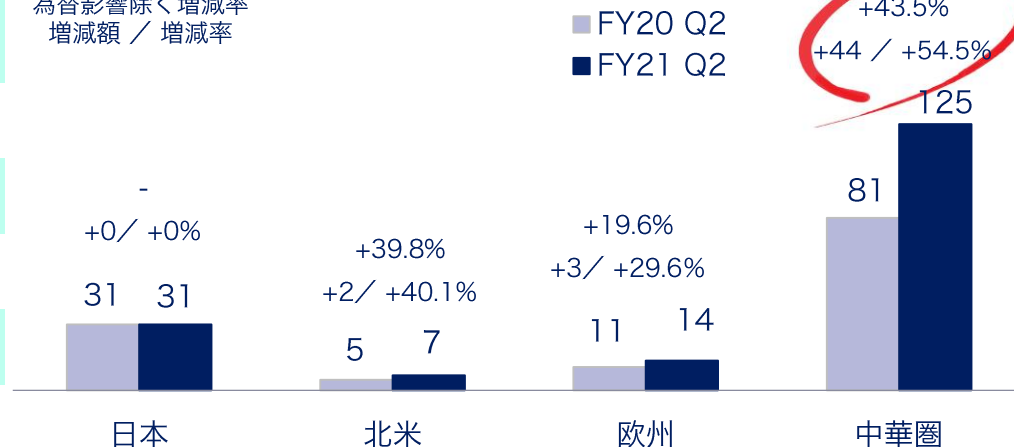
Doi Tungコラボレーションモデル

<第2四半期業績>

	FY20 Q2	FY21 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	156	210	+54	+34.0%
為替影響除く増減		197	+41	+26.5%
カテゴリー利益	20	40	+20	+98.0%
カテゴリー利益率	13.1%	19.3%	-	+6.2ppt

<主要地域別売上高>

為替影響除く増減率
増減額 / 増減率



売上高

- ◆ 全地域・全チャネルで増収となり、計画比もプラス。
- ◆ 中華圏では大幅増収（前年同期比+54.5%、2019年同期比+29.8%）。
- ◆ 日本における国内顧客向け売上は前年同期比で増加。

カテゴリー利益

- ◆ DTC売上好調により粗利率は、60.6%（前年同期比+0.2ppt）。
- ◆ 直営店およびEC売上伸長のための投資を実施しつつもカテゴリー利益は倍増。

今後の取組み

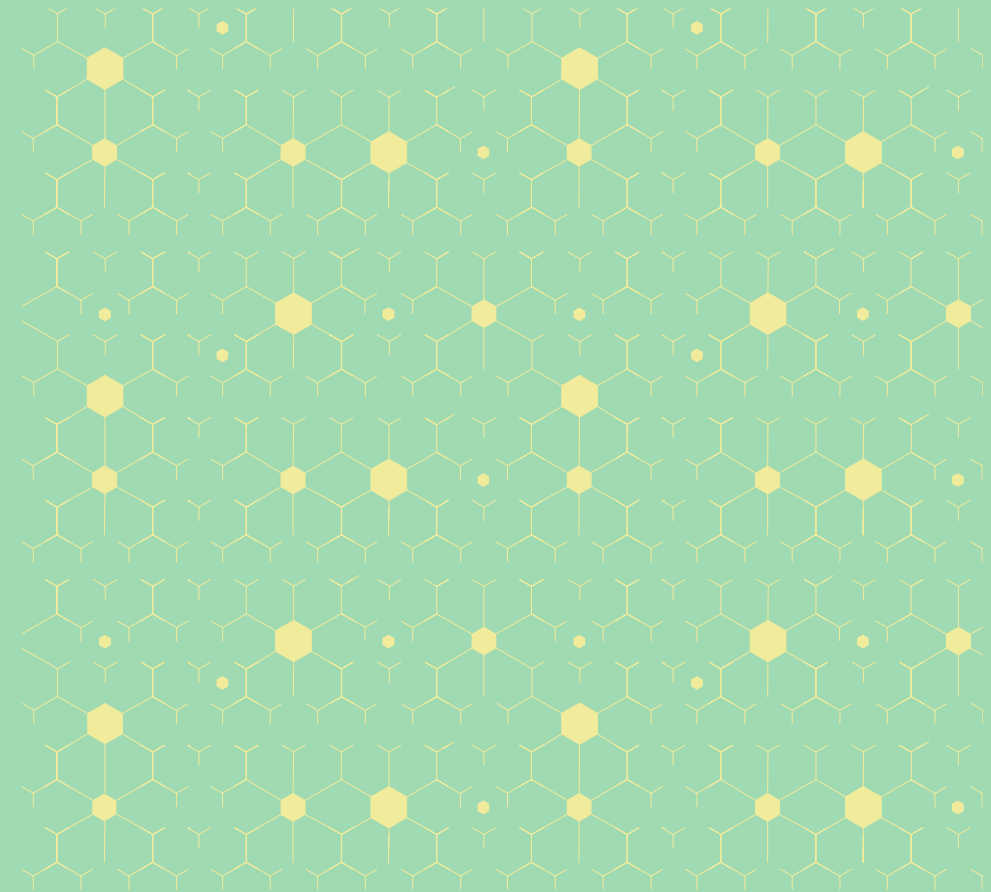
- ◆ マレーシアでの旗艦店、中国主要地域（成都等）での大型店の出店により、日本のインバウンド売上減少を補完。
- ◆ 中国専用商品導入等により事業を更に拡大。
- ◆ ロンドンのリージェントストリートおよびミラノの旗艦店において、ブランドプロモーションを開催。



3. 2021年12月期 第2四半期連結経営成績（地域別）

20

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



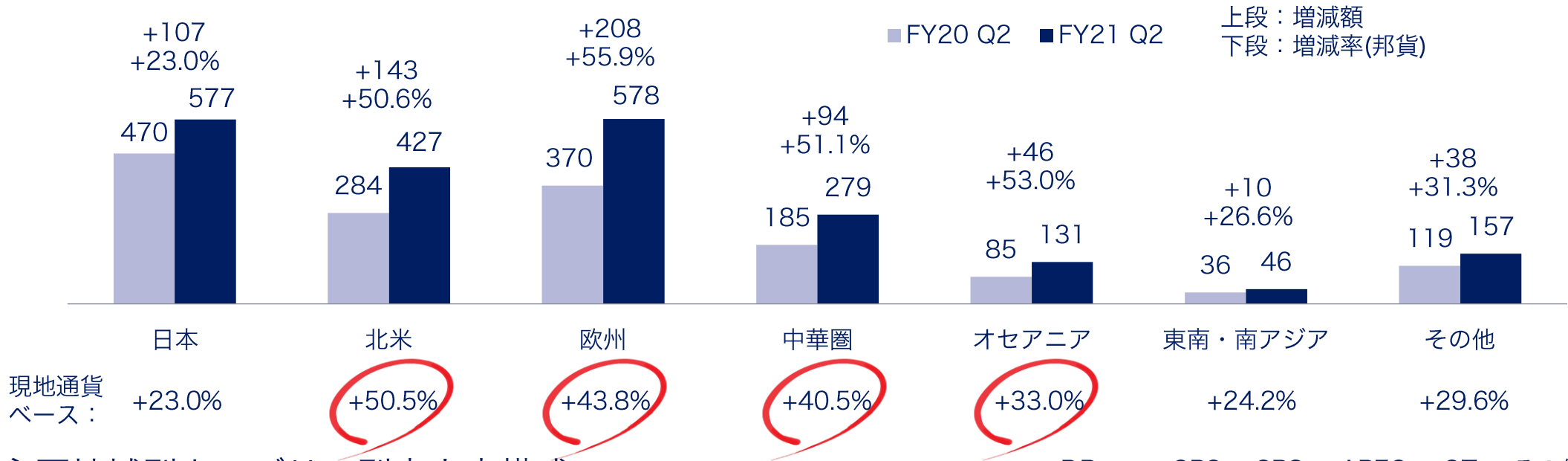
地域別連結売上高およびカテゴリー構成

- ✓ 全ての主要地域で大幅増収.

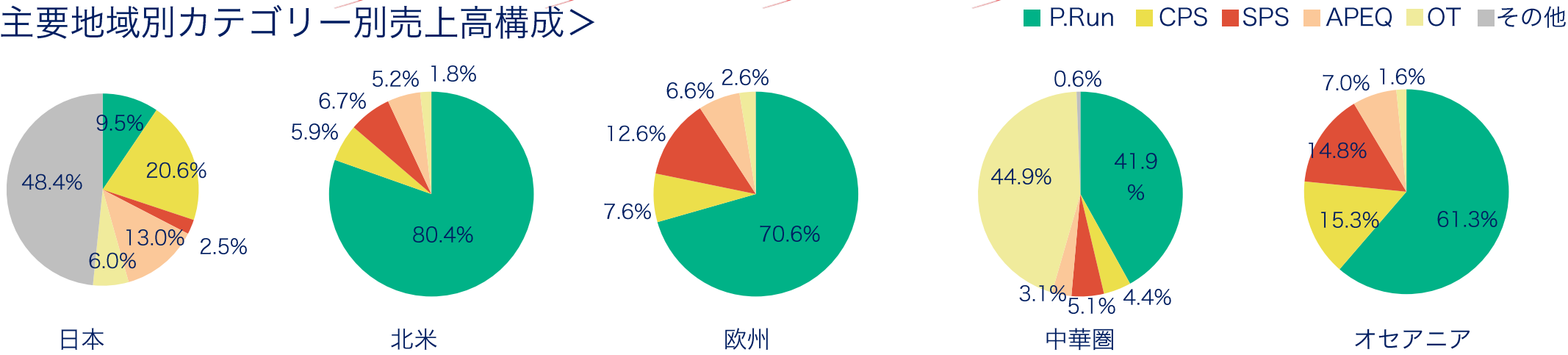
✓ 2019年度と比較しても北米・欧州・中華圏・オセアニアは増収.
- 21

<売上高>

(単位：億円)



<主要地域別カテゴリー別売上高構成>



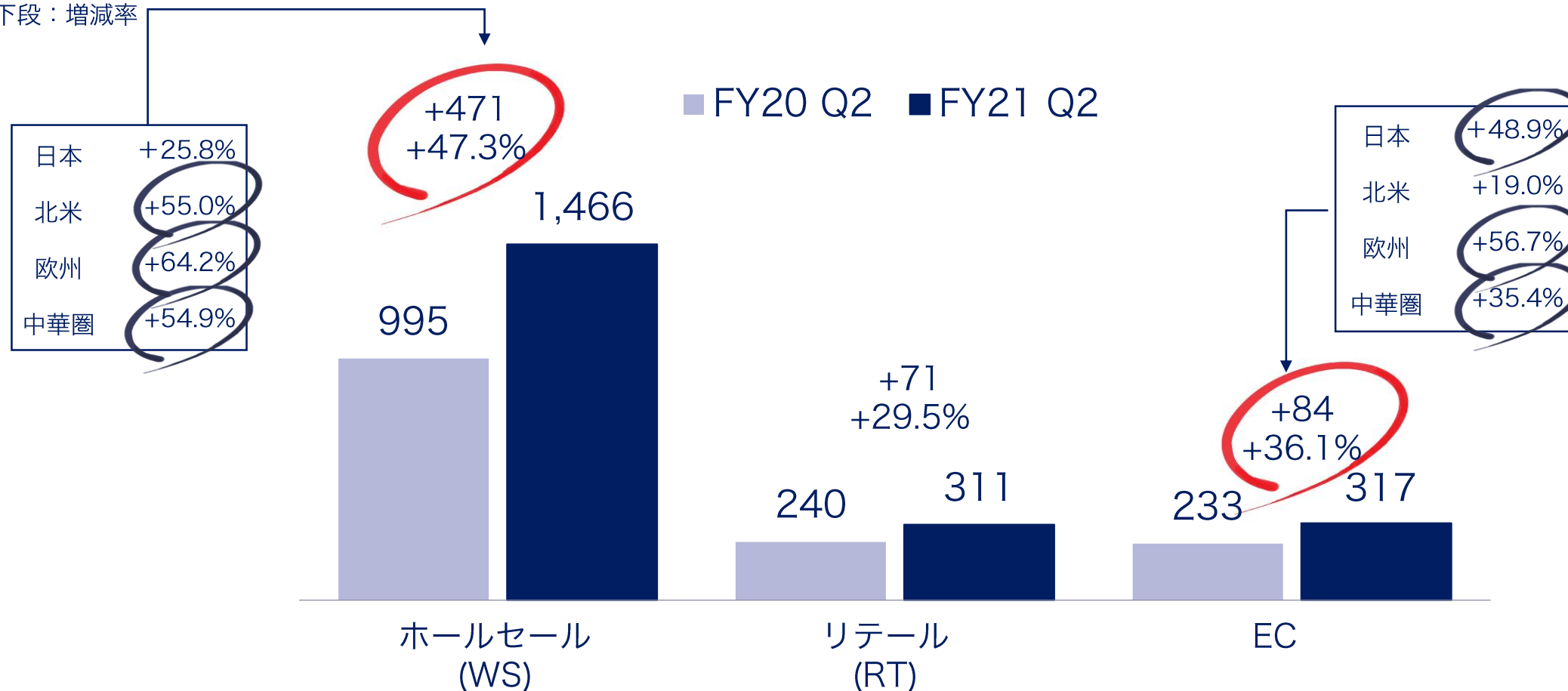
チャネル別売上高

22

- ✓ ホールセールは、全ての地域で2桁成長.
- ✓ ECは、デジタル投資の拡大もあり、全ての地域において成長.

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)

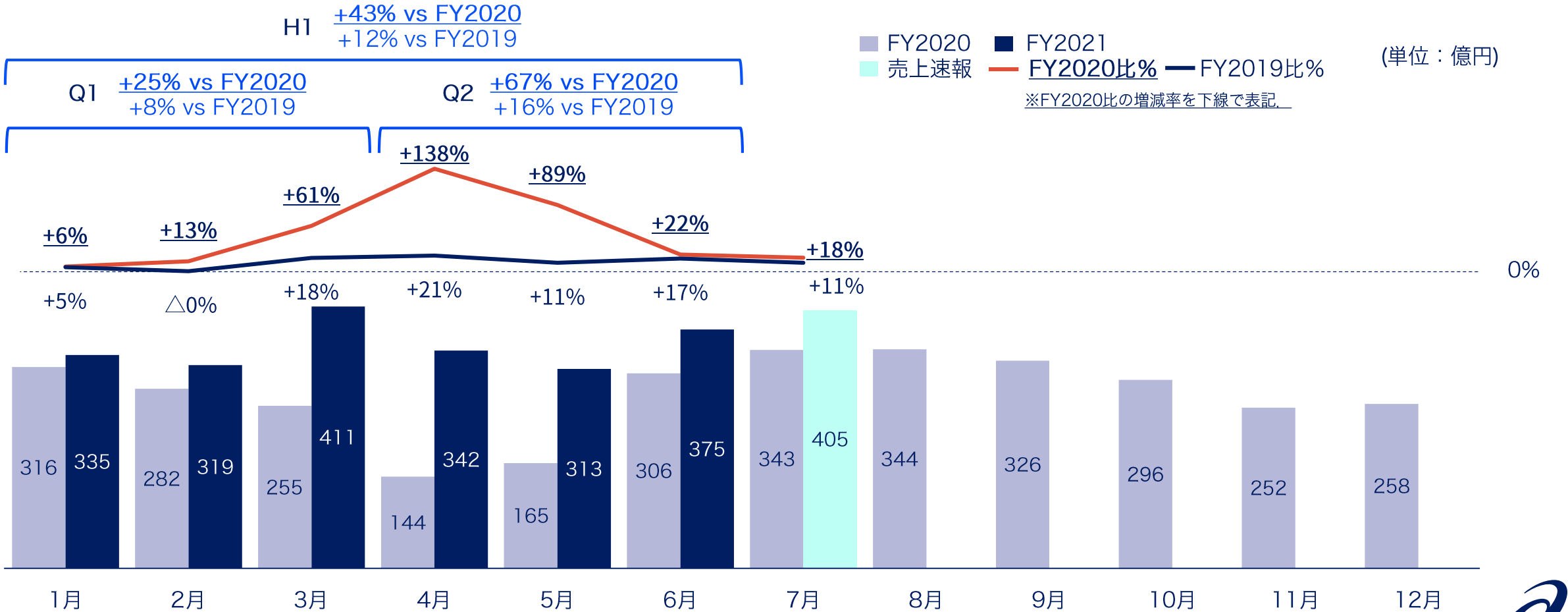


※自社ECサイトとマーケットプレイスはECに含み、ホールセールEリテラーはホールセールに含んでおります。



連結売上高（月別・四半期別） ※再掲

✓ 7月単月も前年同月比+18%となり、2021年以降連続して増収。2019年同月比も+11%と2桁増収。



※ 2021年7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。

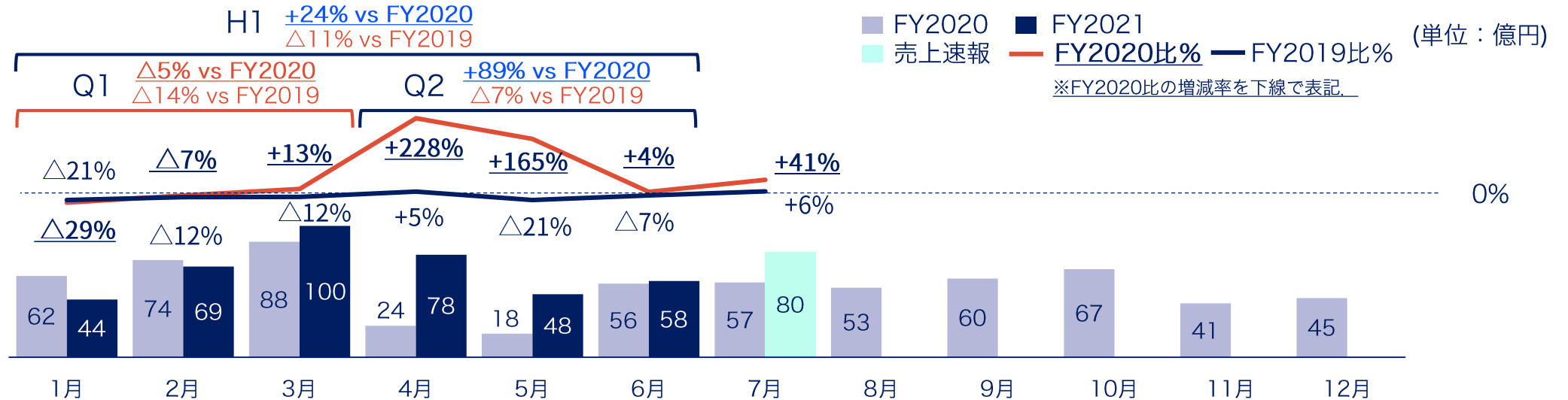


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

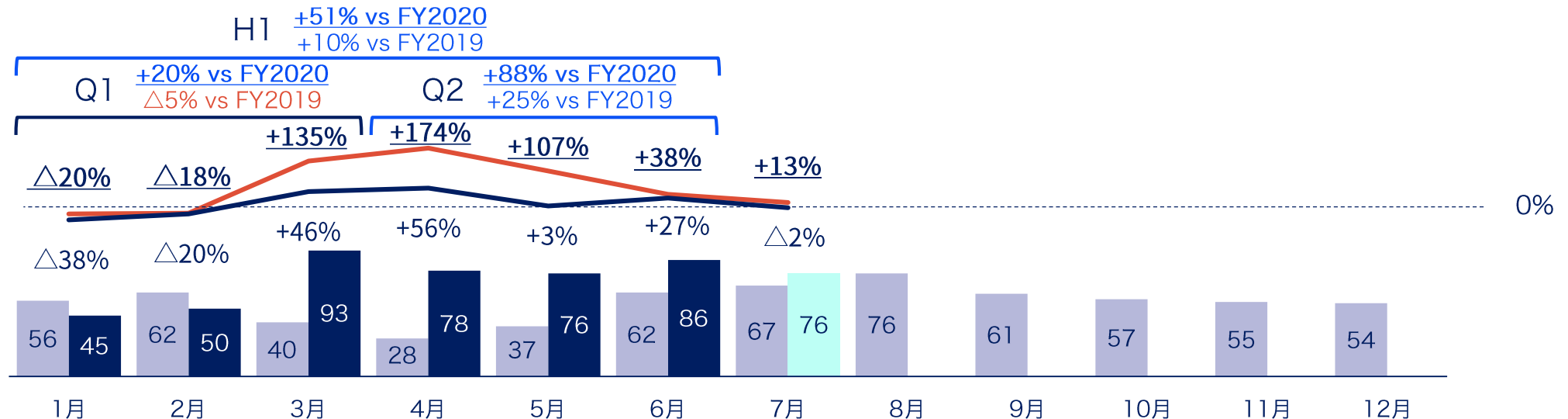
24

- ✓ 日本：3月以降に前年同月比プラスが続き、7月は前年同月比+41%。2019年同月比は+6%。
- ✓ 北米：港湾の荷役遅れ等があるも3月以降改善して増収が続き、7月は前年同月比+13%。2019年同月比は△2%。

日本 ※1



北米



※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 セグメント間の内部売上高を含んでおり、北米地域の2019年は一部南米向けの内部取引を含みます。

※3 2021年7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。

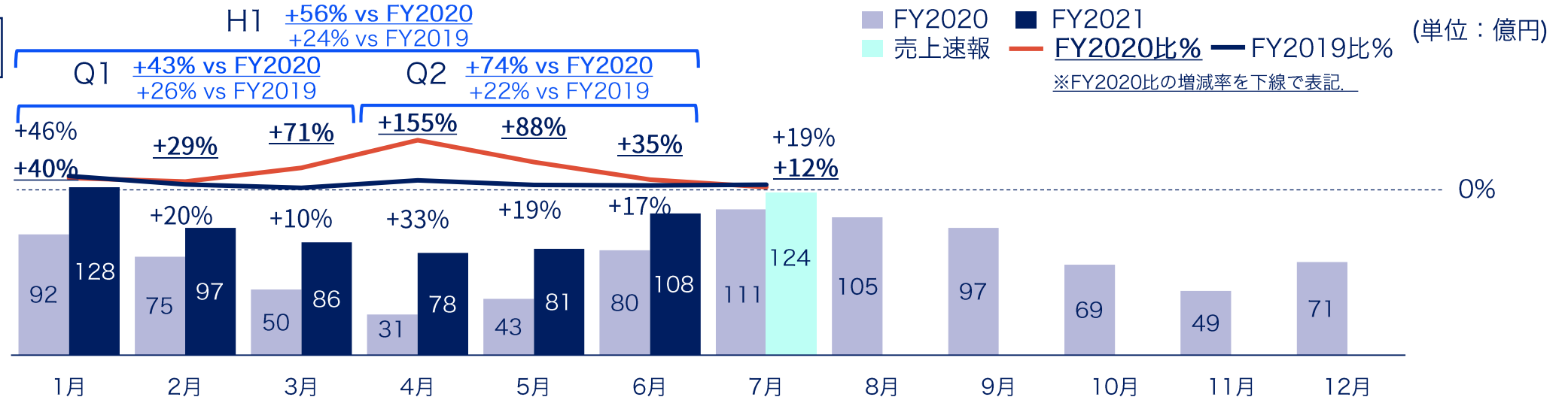


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

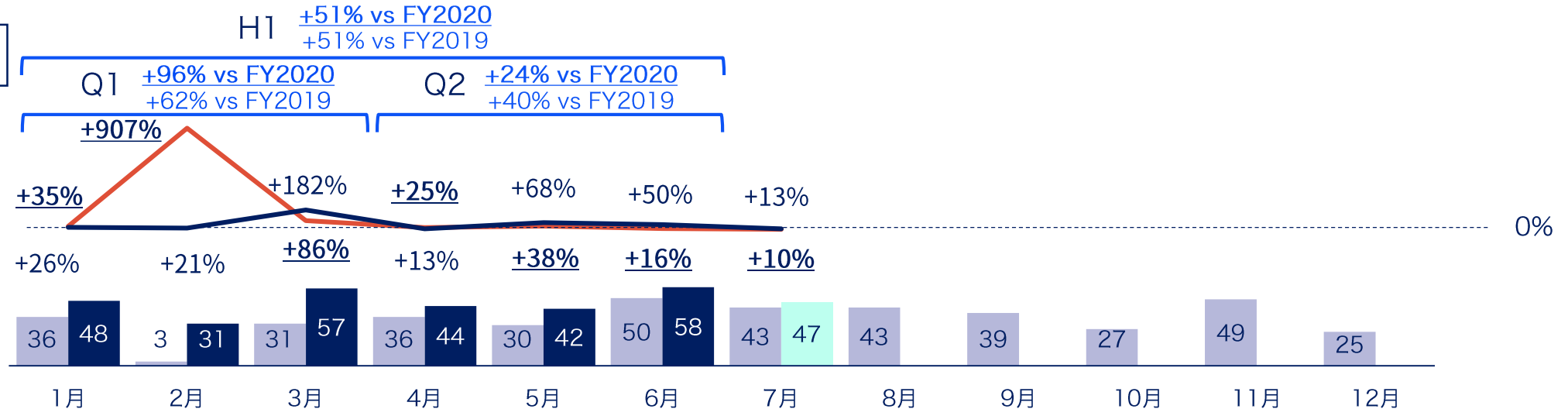
25

- ✓ 欧州：年初から好調に推移し、前年比および2019年同月比ともに2桁超の増収。7月は2019年同月比+19%。
- ✓ 中華圏：前年比および2019年同月比ともに2桁超の成長が続く。7月は2019年同月比+13%。

欧州



中華圏



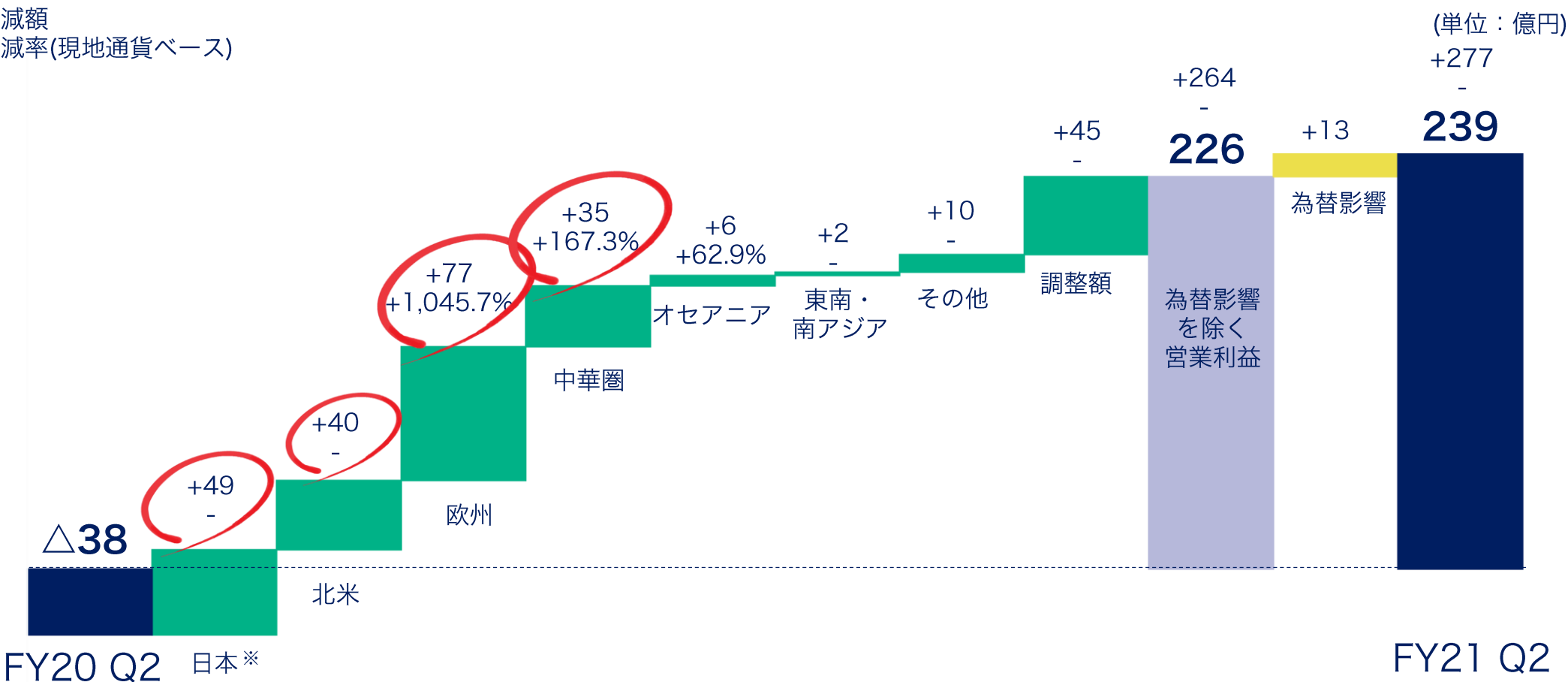
※ 2021年7月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。



連結営業利益内訳（地域別）

- ✓ 増収及び粗利率の改善により、全ての地域で増益.
- ✓ 北米は、第1四半期にて12四半期ぶりに黒字に転換. 第2四半期累計期間も引き続き黒字で推移.
- ✓ 日本、北米、欧州、中華圏は、増収及び粗利率の改善により前年同期比大幅増益.
また、2019年度と比較しても増益を達成.

上段：増減額
下段：増減率(現地通貨ベース)



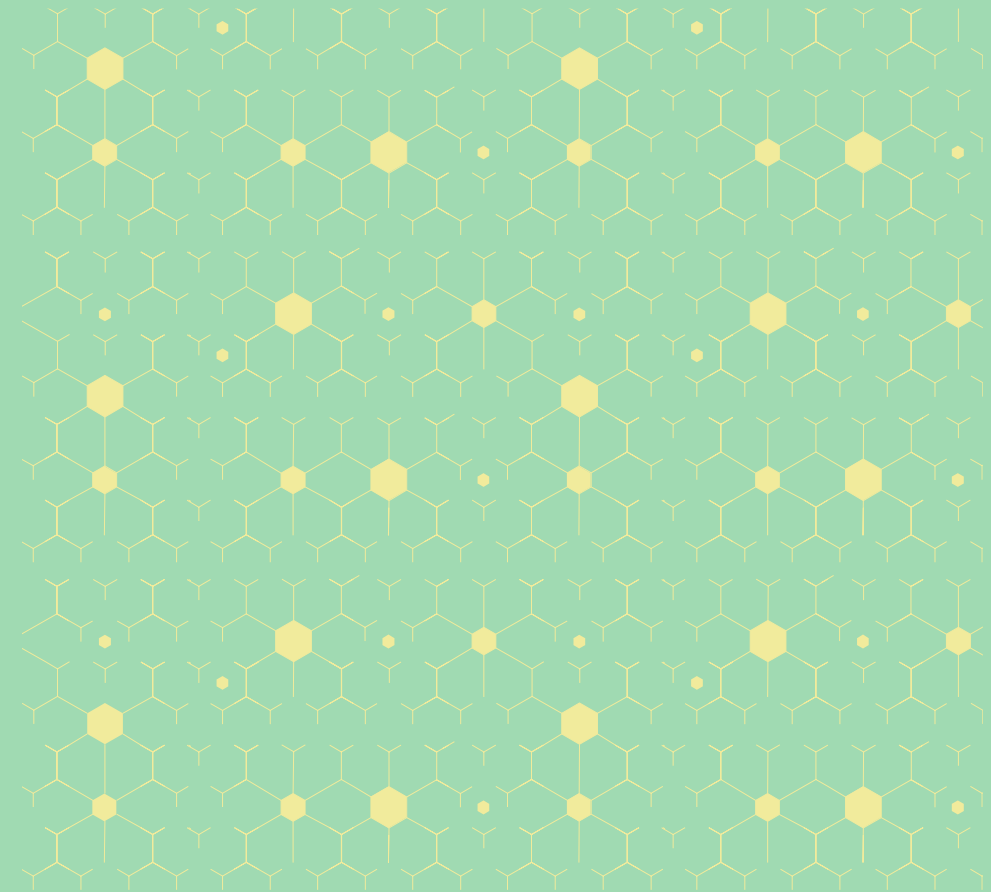
※ 日本は国内から海外（主に海外子会社）への取引を含んでおります.



4. 2021年12月期 第2四半期連結財政状態

27

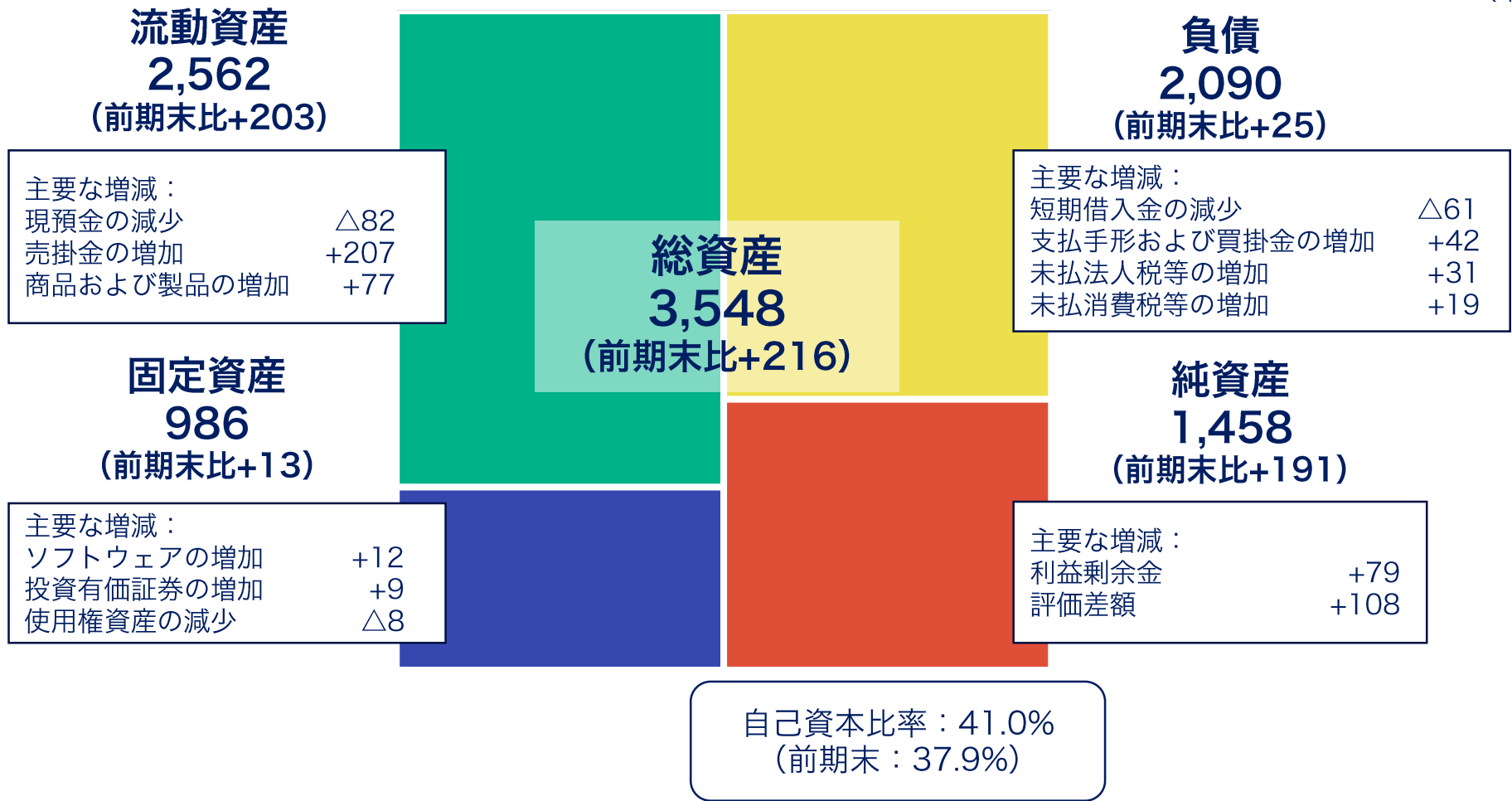
- ✓連結貸借対照表
- ✓連結CF（キャッシュフロー）
- ✓2021年12月期第2四半期 ROAツリー分解



連結貸借対照表

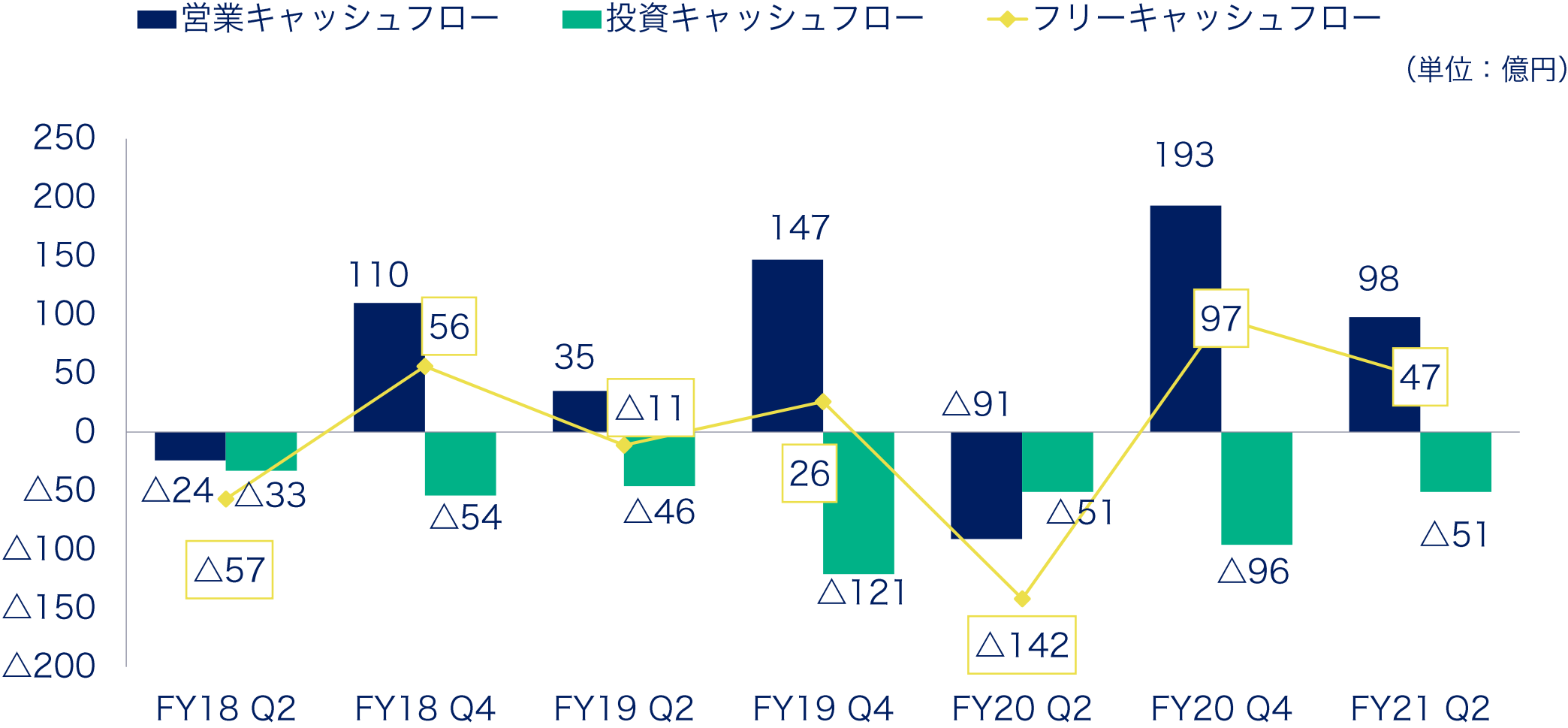
- ✓ 売上増加に伴う運転資金の増加のため、現預金が減少.
- ✓ 在庫は増加となったものの、回転日数は短縮（当四半期末168日vs前期末183日）
- ✓ 利益の上積みもあり純資産が増加し、第1四半期に続き自己資本比率40%台を維持.

(単位：億円)



連結CF（キャッシュフロー）

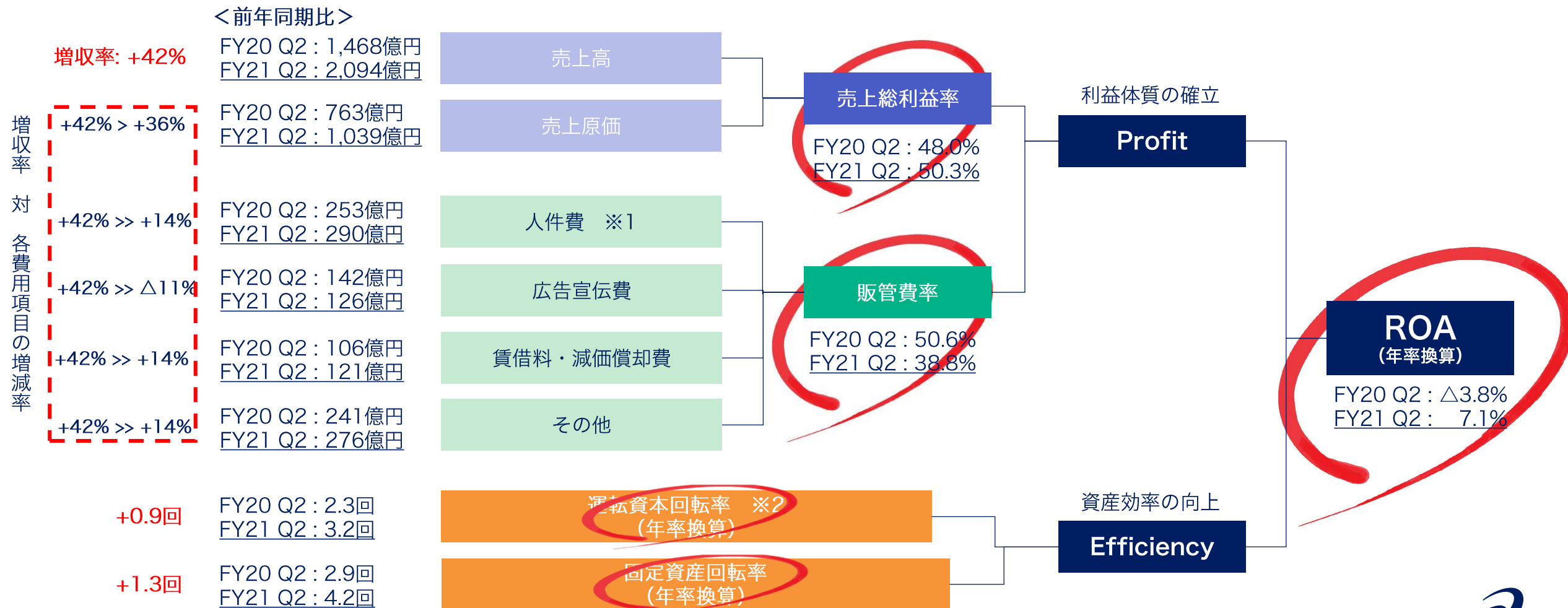
- ✓ 売上高の増加に伴い売掛債権を中心に運転資本が悪化したものの、増益により営業CFは対前年同期比+189億円.
- ✓ フリーCFは約50億円のプラスとなり、第2四半期累計としてはFY16以来の黒字CF.



2021年12月期第2四半期（累計） ROAツリー分解

30

✓ 収益性にフォーカスした販売施策およびコストコントロール等により、売上総利益率・販管費率・資産効率の各項目で改善. 売上原価や各販管費の増加率は増収率+42%以下にコントロール.



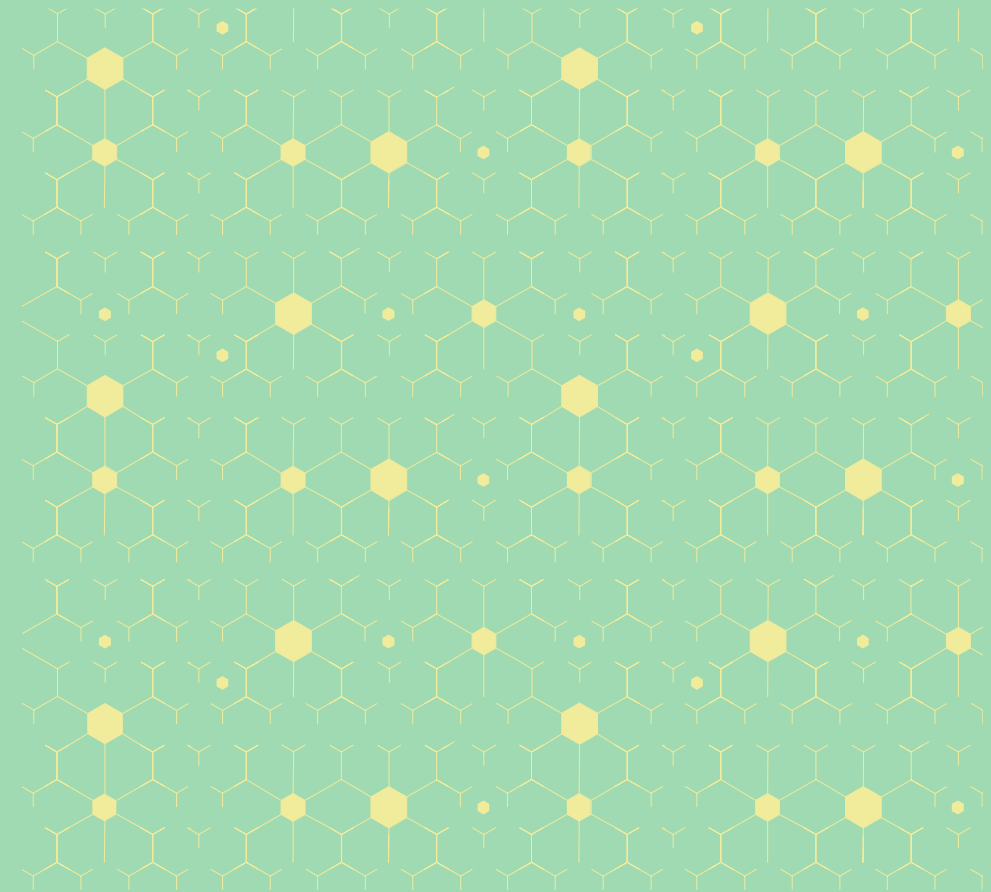
※1 一部コストは開示上、研究開発費へ組替しており、連結決算ハイライトのスライドと金額は一致していません.

※2 社内目標として運転資本を設定しているため流動資産回転率ではなく運転資本回転率を記載しております.



5. 2021年12月期 連結業績予想

31



2021年12月期 連結業績予想 ※再掲

32

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	前期比
売上高	3,850～3,950	3,950	0.0%～ +2.6%	3,287	+20.1%
営業利益	115～135	145	+7.4%～ +26.1%	△39	-
営業利益率	3.0%～3.4%	3.7%	+0.3ppt～ +0.7ppt	△1.2%	+4.9ppt
経常利益	100～120	135	+12.5%～ +35.0%	△69	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	20～35	25	△28.6%～ +25.0%	△161	-

配当金	中間	期末	通期
前回予想	12.0円	12.0円	24.0円
今回予想	12.0円	12.0円	24.0円

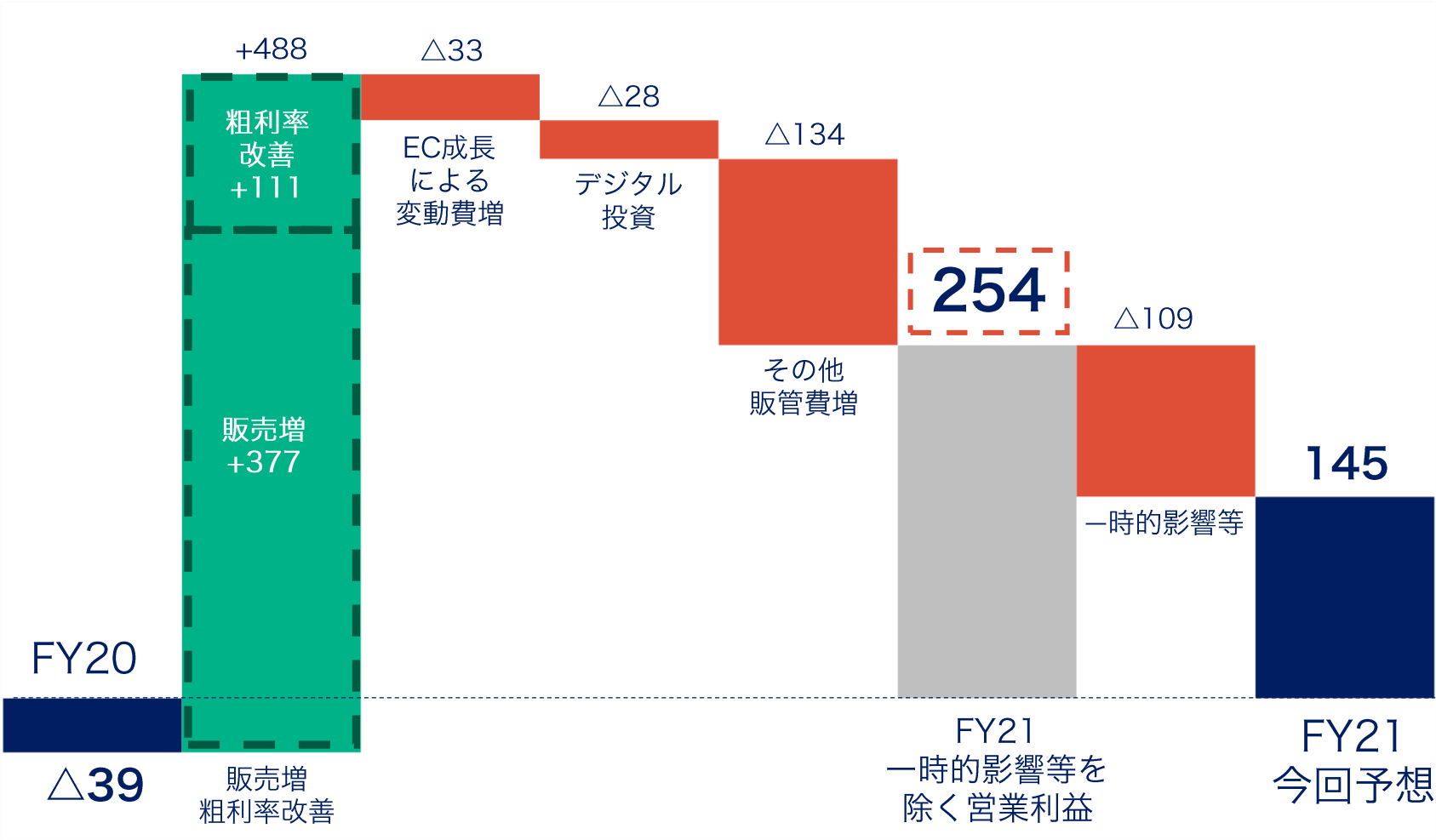
為替レート	USD	EUR	RMB
前回予想	105.00円	125.00円	16.00円
今回予想	105.00円	125.00円	16.00円

- ✓ レンジで開示していた通期業績予想を一本化。売上高はレンジの上限を見込む。
- ✓ 主要カテゴリーの粗利率の上昇もあり、営業利益と経常利益は上方修正。
- ✓ 但し、当期純利益は、前回公表のレンジの範囲内となる。



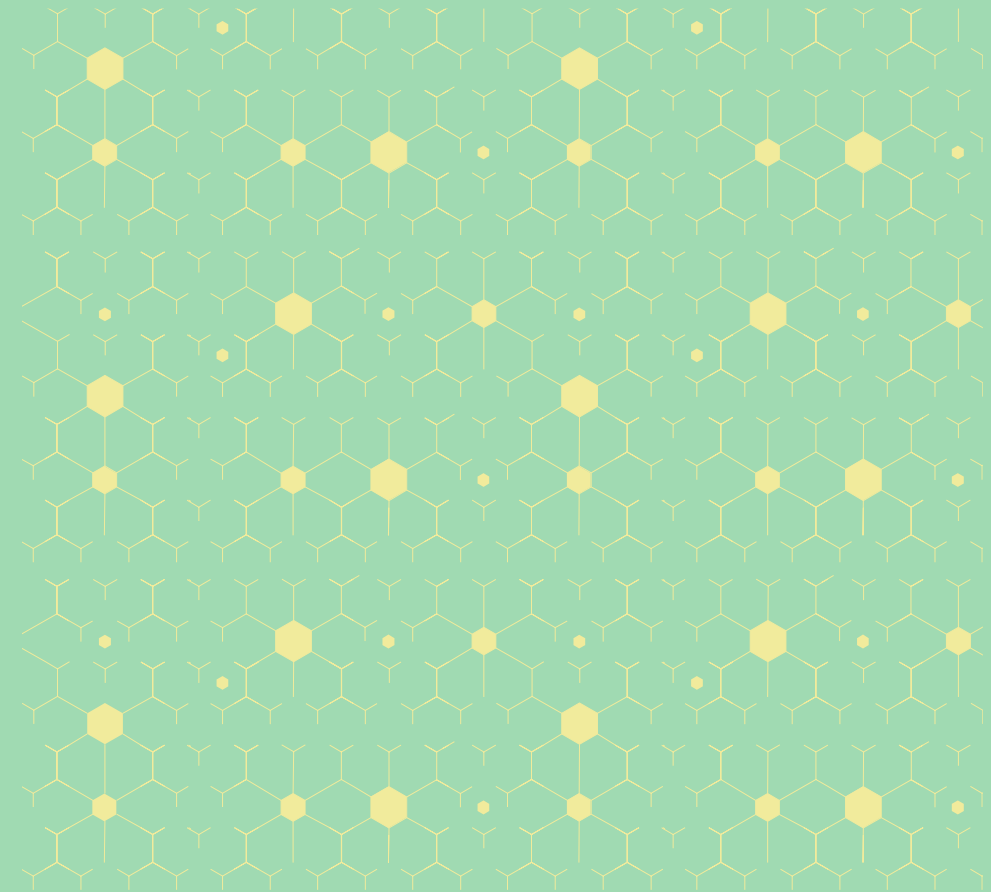
2021年12月期 連結営業利益予想増減：要素別

(単位：億円)



6.上半期のトピックス

34



パフォーマンスランニングで勝つ

- ✓ あらゆるランナーのニーズに応える商品ラインナップの充実に引き続き注力.
- ✓ 独自のイノベーションによりSpeedシリーズを刷新.
- ✓ BLASTシリーズの売上が前年同期比で+246%成長. 引き続き若者を中心に顧客層拡大に貢献.

SPEED	METASPEED	MAGIC SPEED	HYPER SPEED
	GEL-NIMBUS	GEL-CUMULUS	GEL-PULSE
	GEL-KAYANO	GT-2000	GT-1000
CUSHION	NOVABLAST	DYNABLAST	ROADBLAST
	METARIDE	GLIDERIDE	EVORIDE
STABILITY			
BOUNCE			
EFFICIENCY			

NEW

Price

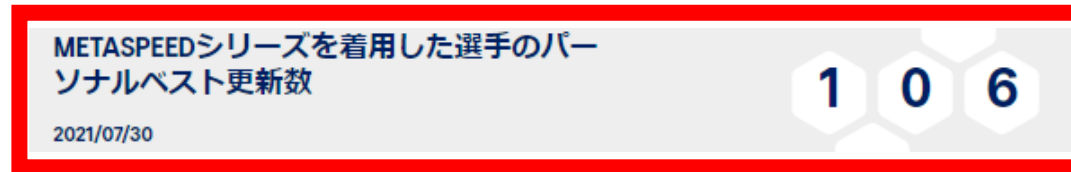


注力商品の状況

- ✓ METASPEEDシリーズを着用した選手のパーソナルベスト更新数をオンラインサイト上に掲載し購買意欲を促進.
- ✓ 東京2020オリンピック競技大会でMETASPEEDシリーズ着用選手が活躍.

36

<METASPEEDシリーズ着用選手パーソナルベストカウンター>



アシックスジャパン公式オンラインサイト
<https://www.asics.com/jp/ja-jp/mk/running/asics-speed-series>

<METASPEED着用選手>

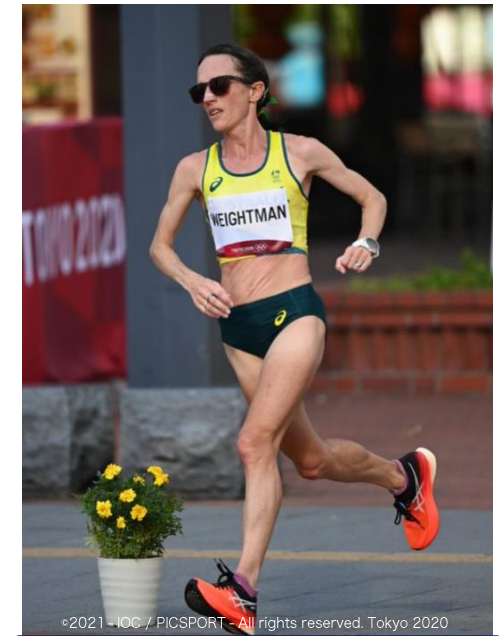


東京2020オリンピック競技大会
トライアスロン女子個人
金メダル
フロラ・ダフィー選手
(バミューダ諸島代表)

©2021 - IOC / PICSPORT - All rights reserved. Tokyo 2020



東京2020オリンピック競技大会
陸上競技 男子マラソン
アヤド・ラムダセム選手
(スペイン代表)



東京2020オリンピック競技大会
陸上競技 女子マラソン
リサ・ウェイトマン選手
(オーストラリア代表)

アシックスは、東京2020オリンピック ゴールドパートナー (スポーツ用品) です。

ランニングエコシステムの充実

37

デジタルサービスと連携したランニングエコシステムを通して
一生涯、心も身体も満たされるランニングを体験

<RACE ROSTER>



バーチャル東京マラソン2021
レース期間：2021/9/18 –
2021/10/16
VR定員：25,000人



Journey Entry Point



<Runkeeper>

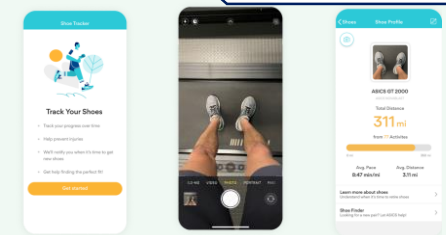
音声ガイド付きのコーチングコンテンツを開始。英語版が先行しているが、日本語版についても順次開始予定。有名アスリート起用したプログラムも準備中

<Runkeeper>

Runkeeper内の機能を拡充し、ECサイトへ誘導を促進

※Shoe Tracker：シューズの使用状況を測定し、買い替え時期の提案

※Shoe Finder：パーソナライズされたランニングシューズの提案



Shoe Tracker操作画面

サステナビリティにおける取り組み

38

世界の人々の心身の健康とスポーツができる環境を守ることに貢献する

People (人と社会への貢献)

- ✓ 世界各地で100万人の参加を目指したスポーツがメンタルにおよぼす効果に関する実証実験をスタート.
- ✓ 国際NPO「Right To Play」と協力し、新たに東アフリカで困難な状況に置かれた子どもたちを対象とした公式プログラムを支援.
- ✓ 運動量の増加が子どもの生活習慣改善に寄与 スマートシューズによる子どもの運動量測定の実証実験を実施.



Planet (環境への配慮)

- ✓ 2030年温室効果ガス排出削減目標※を「1.5°C水準」である63%削減に引き上げ、国際的イニシアチブ「Science Based Targets イニシアチブ」の承認取得.
- ✓ 思い出の詰まったスポーツウェアの店頭回収を実施し、東京2020オリンピック・パラリンピック日本代表選手団オフィシャルスポーツウェアに再生.
なお、一部商品には体温が上昇する場所を特定し、温度を下げるために効果的な構造「ACTIBREEZE-TECH」を採用.



アシックスは、JOC・JPC ゴールドパートナー（スポーツ用品）です。

開示・外部評価

- ✓ サステナビリティレポート2020を発行.
- ✓ MSCI：ESG指標のアシックスのAA評価は上位30%以内を2年連続して獲得.
- ✓ KnowTheChain：世界二大人権ベンチマーク指標のひとつ。アパレル・フットウェア部門において、アシックスは平均スコアを上回るスコアを獲得し、16位となり、昨年から大きく改善されたと評価.



<※2030年温室効果ガス排出削減目標>



事業所での
CO2削減目標

38%削減

サプライチェーンでの
CO2削減目標

55%削減
(製品当たり)

63%削減 (2015年比)

63%削減 (2015年比)
(総量)



- ✓ 2021年6月にアシックスグループ初となる統合報告書を発行。
- ✓ 将来ありたい姿を長期視点で策定した「VISION2030」と、その実現に向けて新たにスタートした「中期経営計画2023」にフォーカスし、アシックスが進むべき方向性とその戦略を掲載。



○主なレポート内容

1. アシックスの価値観・事業の全体像
2. アシックスの進化
3. 戦略と資源配分
4. サステナビリティ
5. コーポレートガバナンス
6. データセクション

詳細はウェブサイトでご覧いただけます。

https://corp.asics.com/jp/investor_relations/library/integrated_report

統合報告書の位置付け

財務情報

非財務情報

統合報告書

中長期の価値創出にかかわるマテリアルな情報の掲載

- ・ 有価証券報告書
- ・ 決算短信
- ・ 投資家情報（ウェブサイト）

https://corp.asics.com/jp/investor_relations/library

- ・ サステナビリティレポート
- ・ サステナビリティ（ウェブサイト）

<https://corp.asics.com/jp/csr>

編集方針

本レポートは株主をはじめ、すべてのステークホルダーからさらに信頼される会社となるために、事業を通じた社会的課題の解決と企業価値の向上に向けた取組みを財務・非財務の視点から体系的にまとめた統合志向のレポートです。

本レポートの編集にあたっては、国際統合報告評議会（IIRC）の「国際統合報告フレームワーク」及び経済産業省の「価値協創ガイダンス」を参考にいたしました。

「ASICS SPIRIT」に掲げた創業哲学を基本に、ビジョンである「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」を実現するまでのアシックスのビジネスモデルと価値創造ストーリーをわかりやすく伝えることを目指しています。

Environment
Social
Governance

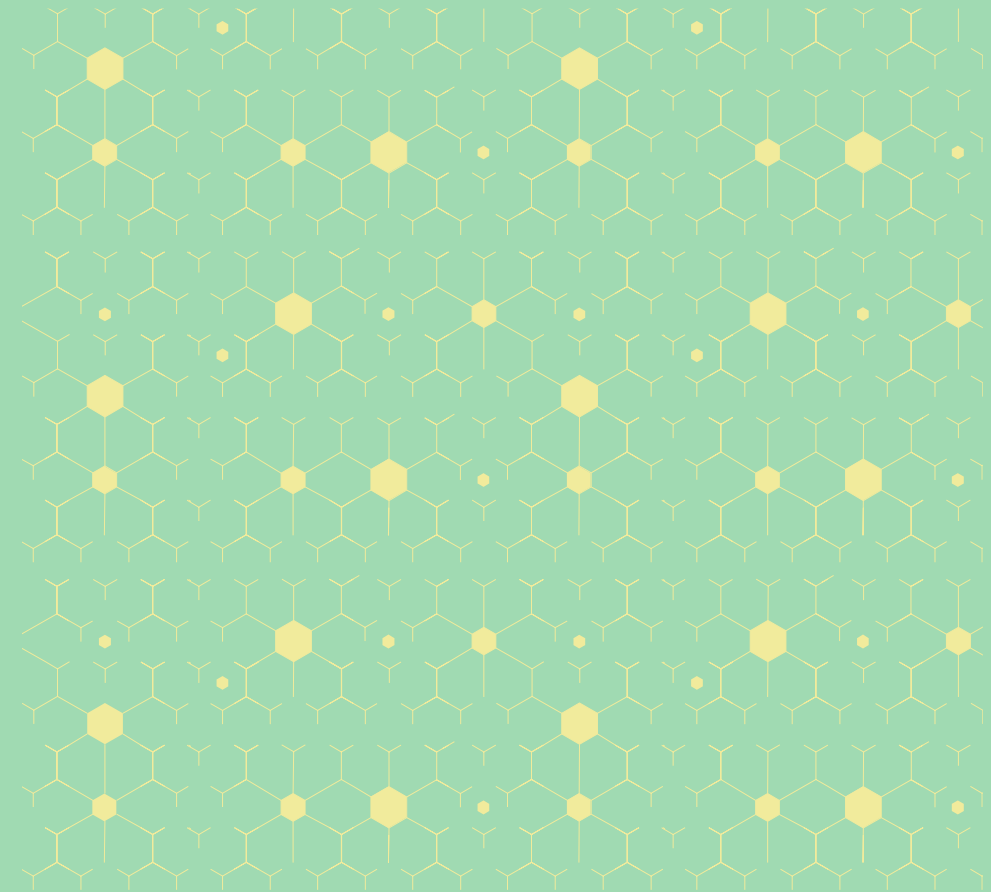


価値協創
ガイダンス

7. APPENDIX

40

- ✓連結売上高・カテゴリー利益・連結営業利益予想（カテゴリー別&地域別）
- ✓カテゴリー経営の深化
- ✓カテゴリー利益の概要
- ✓IRカレンダー



2021年12月期 連結売上高予想：カテゴリー別

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年
P.Run	1,915	1,950	+2%	1,601	+22%
CPS	400	400	-	335	+19%
SPS	325	325	-	296	+10%
APEQ	340	340	-	296	+15%
OT	420	420	-	339	+24%



2021年12月期 カテゴリー利益予想

42

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年
P.Run	335	370	+10%	249	+49%
CPS	30	35	+17%	14	+148%
SPS	35	40	+14%	20	+95%
APEQ	△10	△10	-	△53	-
OT	65	65	-	37	+78%



2021年12月期 連結売上高予想：地域別

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年	現地通貨 ベースの 増減率
日本 地域	1,050～ 1,150	1,100	△4%～+5%	943	+17%	-
北米 地域	810	820	+1%	653	+25%	+27%
欧州 地域	1,000	1,020	+2%	873	+17%	+14%
中華圏 地域	485	490	+1%	411	+19%	+16%
オセアニア 地域	235	235	-	199	+18%	+9%
東南・南アジア 地域	110	110	-	85	+29%	+29%



2021年12月期 連結営業利益予想：地域別

(単位：億円)	2021年 前回予想	2021年 今回予想	増減	2020年 実績	今回予想 vs 2020年
日本 地域	△8～12	5	-	△37	-
北米 地域	5	5	-	△45	-
欧州 地域	65	80	+23%	45	+75%
中華圏 地域	60	80	+33%	43	+86%
オセアニア 地域	30	30	-	27	+11%
東南・南アジア 地域	3	5	+67%	1	+229%



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.



######

主な予定			
2021年12月期 第2四半期決算	8月13日 8月16日	15:00 10:00	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
インベストメントデイ	未定 11月頃		テーマ：未定
2021年12月期決算	2022年2月10日 2022年2月14日		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



