

2022年12月期 第1四半期 決算補足説明資料

株式会社アシックス
2022年5月11日



目次

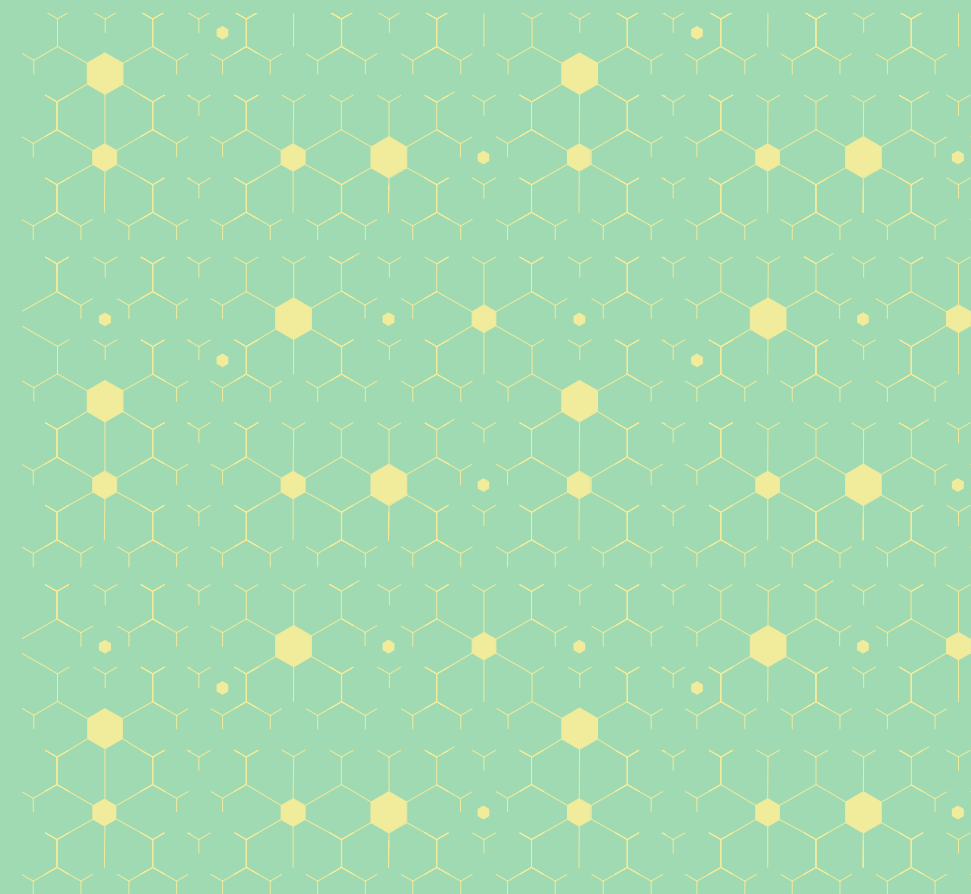
1

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. その他

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。但し、業績に影響を与えうる要素はこれらに限定されるものではありません。



2022年12月期第1四半期 ポイント

2

- ✓ 前年の新型コロナウイルスの感染拡大による生産影響を受け、当第1四半期には商品不足が生じることは計画へ反映済み。各地での物流の混乱影響や上海等でのロックダウン影響もあったものの、売上高（1,053億円）は前年同期並み。但し、計画を過達。
- ✓ 粗利率は、物流費の高騰等はあるものの、販売価格の変更、ディスカウントの抑制およびチャネルミックスの良化等で49.9%と前年同期と同水準。
- ✓ 営業利益（100億円）は、計画を大幅に超過。また、2019年（コロナ影響前）比でも増益。
- ✓ パフォーマンスランニングは、生産影響があったものの、北米、中華圏、オセアニア等で前年同期比2桁増収し、計画以上に推移。
- ✓ オニツカタイガーは、上海等でのロックダウン影響が大きかった中華圏では減収となったものの、中国に次ぐ成長マーケットである東南・南アジアでは売上高は2倍超に伸長。
- ✓ OneASICS会員数は約580万人に増加。また、レース登録では、前年に買収したオーストラリアのRegister Nowも貢献し、全世界での取り扱い大会数は前年の540から722へ。



新型コロナウイルスに伴う影響

3

生産・物流

- ✓ 一部のベトナム工場において稼働率の低下はあるものの、全体では新型コロナウイルスの拡大前の生産水準を上回る。
- ✓ コンテナ不足やロックダウン等による物流の混乱は続く可能性あり。

直営店

- ✓ 中国を除く全ての地域：全店舗で営業（一部は時短営業）。
- ✓ 中国：直営店売上の約4割を占めていた上海等の店舗で臨時休業。

販売

- ✓ 健康意識の高まりを背景に、パフォーマンスランニングを中心に好調維持。



デジタル・サービスにおける取組み

- ✓ OneASICS会員獲得に継続して注力し、売上および顧客拡大に繋げる。
- ✓ パーソナライズしたサービスとして、プログラム第3弾となるトライアスロンに特化した取組みを実施。

4

OneASICS
会員数
+41.4%
前年同期比

コロナ前の2019年比
で7倍超へ増加



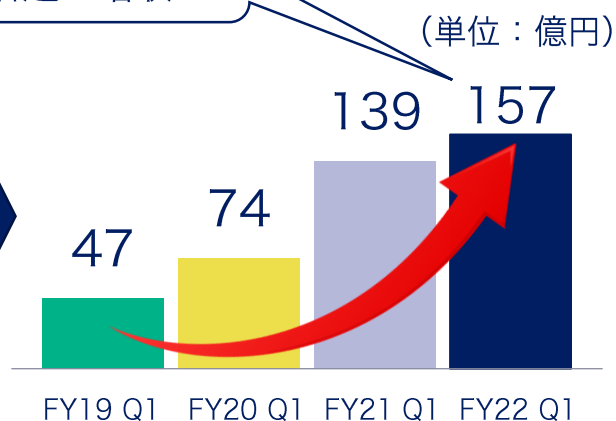
ASICS Premium Triathlon Programを開始

第1弾のプレミアムランニングプログラム、第2弾のランニングプログラムに続き、第3弾として2022年3月より、トライアスロンに特化した、Premium Programをスタート。今後もニーズに応じたパーソナライズされたサービスの展開を検討中。



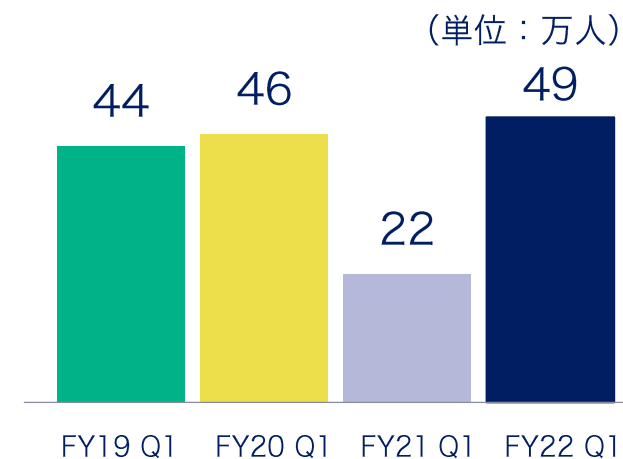
連結
EC売上
+12.7%
前年同期比

コロナ前の2019年比
で3倍超へ増収



Race Rosterの参加者数が増加

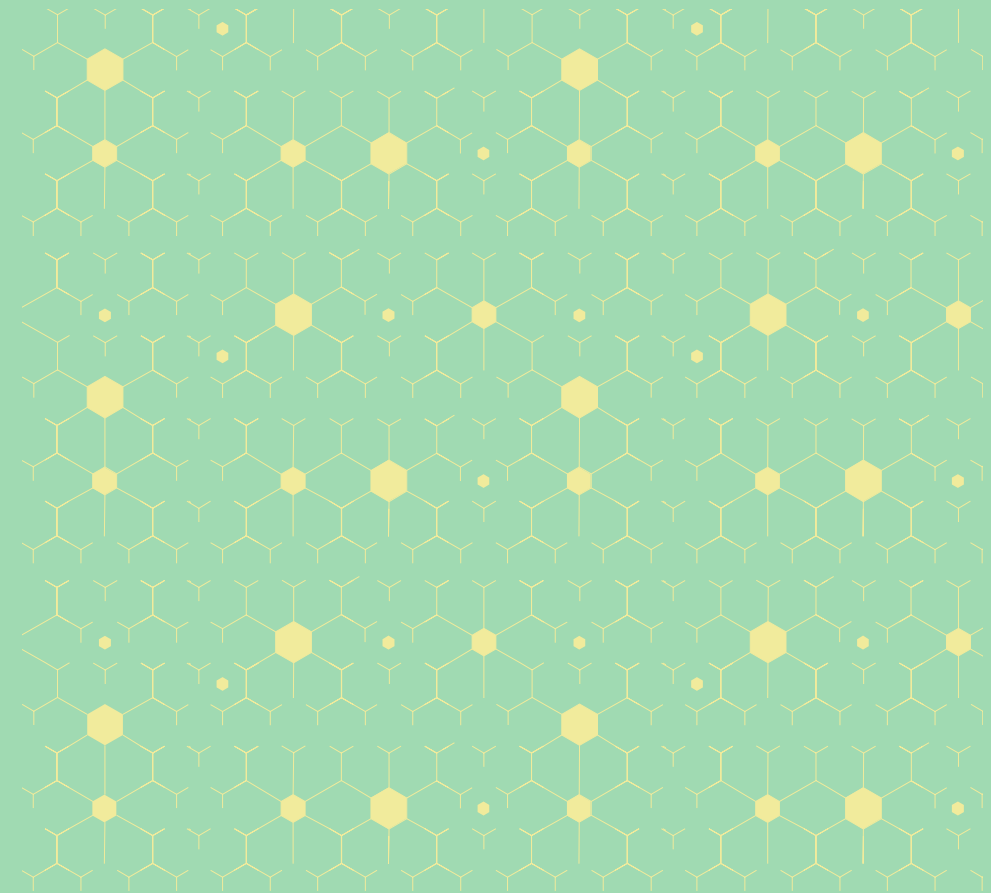
Race Rosterが取り扱う大会の参加者は、前年同期比で2倍超に伸長し、2年前の水準も超過。今後更なる参加者の増加を目指し、ランニングエコシステムの構築を急ぐ。



1. 2022年12月期 第1四半期連結業績

5

- ✓2022年12月期第1四半期 概要
- ✓連結決算ハイライト
- ✓販管費の状況



売上高

前年同期比：△12億円 △1.1%（為替影響除く増減 △66億円 △6.2%）

- ◆ 前年の新型コロナウイルスの感染拡大による生産影響を受け、当第1四半期には商品不足が生じることは計画へ反映済み。各地での物流の混乱影響や上海等でのロックダウン影響もあったものの、売上高（1,053億円）は前年同期並み。但し、計画を過達。
- ✓ パフォーマンスランニングは、生産影響があったものの、北米、中華圏、オセアニア等で前年同期比2桁増収し、計画以上に推移。
- ✓ オニツカタイガーは、上海等でのロックダウン影響が大きかった中華圏では減収となったものの、中国に次ぐ成長マーケットである東南・南アジアでは売上高は2倍超に伸長。

営業利益

前年同期比：△46億円 △31.1%（為替影響除く増減 △51億円 △34.7%）

- ◆ 営業利益（100億円）は、計画を大幅に超過。また、2019年（コロナ影響前）比でも増益。
- ✓ 粗利率は、物流費の高騰等はあるものの、販売価格の変更、ディスカウントの抑制およびチャネルミックスの良化等で49.9%と前年同期と同水準。

四半期純利益

前年同期比：△17億円 △16.8%（為替影響除く増減 △22億円 △21.6%）



連結決算 ハイライト

7

(単位：億円)

	2021年 (FY21Q1) 実績	2022年 (FY22Q1) 実績	前年同期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	1,065	1,053	△12 △1.1%
売上総利益	531	526	△5 △1.1%
売上総利益率	49.9%	49.9%	+0.0ppt
販管費	385	426	+41 +10.3%
販管費率	36.2%	40.4%	+4.2ppt
人件費	133	151	+18 +13.5%
広告宣伝費	55	55	+0 +0.9%
広告宣伝費率	5.2%	5.3%	+0.1ppt
賃借料	29	28	△1 △1.4%
減価償却費	29	35	+6 +23.5%
その他経費	139	157	+18 +12.9%
営業利益	146	100	△46 △31.1%
営業利益率	13.7%	9.5%	△4.2ppt
経常利益	147	110	△37 △25.3%
特別損益	△5	△0	+5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	104	87	△17 △16.8%

	FY21 Q1	FY22 Q1	増減額	増減率
海外売上高	815	864	+49	+5.9%
海外比率	76.6%	82.0%	-	+5.4ppt

為替影響	+54
為替影響除く 連結売上高増減	△66 △6.2%

<参考：平均為替レート(円)>

	第1四半期(1~3月)	
	FY21 実績	FY22 実績
1ドル	106.15	117.01
1ユーロ	128.04	131.42
1人民元	16.32	18.43



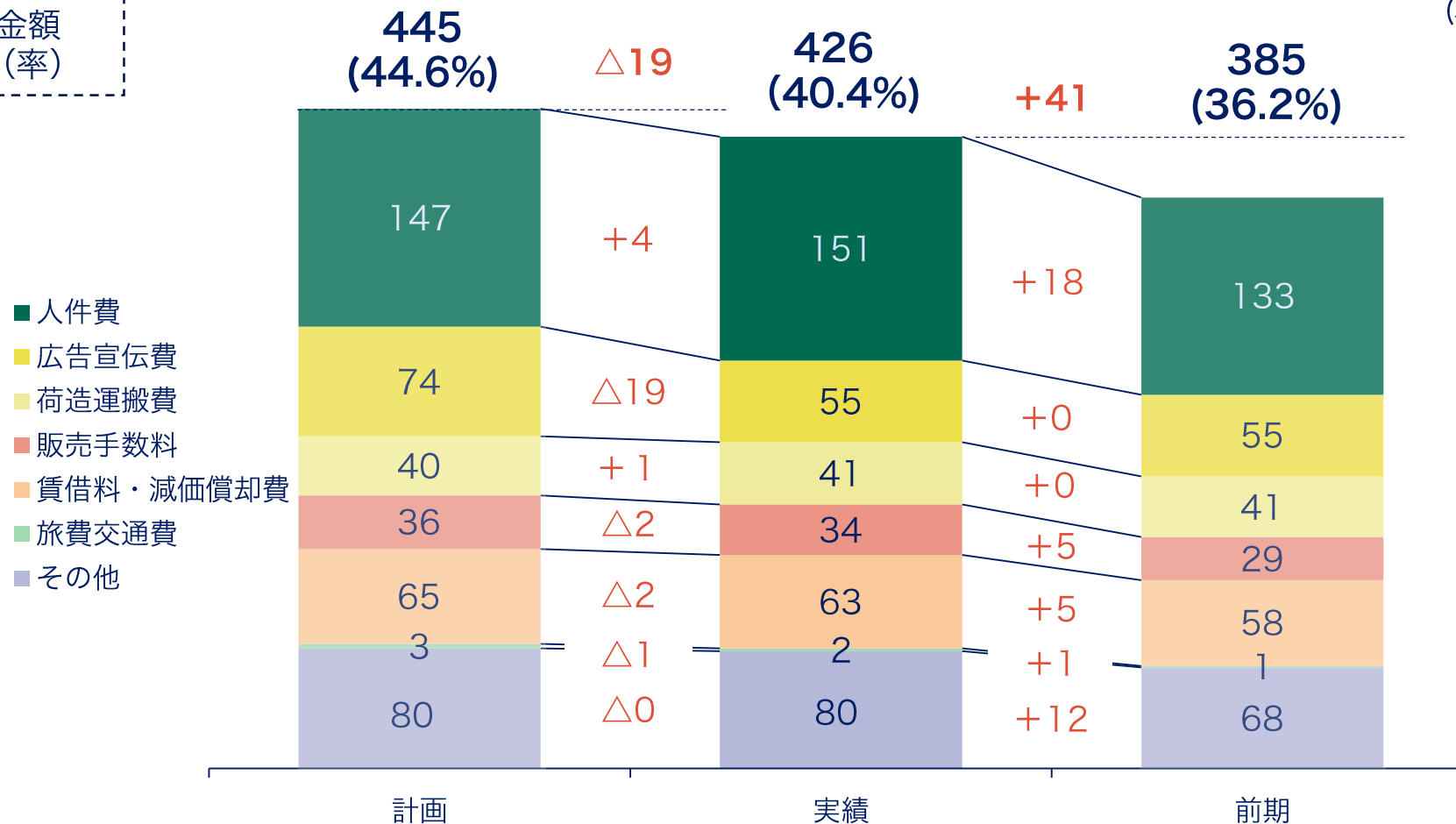
販管費の状況（第1四半期累計）

8

- ✓ 計画比は、19億円減少。為替増加影響があったものの、商品発売時期の変更に伴う広告宣伝費で減少(19億円)。
- ✓ 前年同期比は、41億円増加。主要因は、人件費でデジタル関連投資(7億円)、前年の特損振替(2億円)や為替影響(6億円)により増加、販売手数料でEC売上変動費用(2億円)や為替影響(3億円)により増加、賃借料・減価償却費で前年の特損振替(3億円)や為替影響(2億円)により増加。

上段：金額
下段：（率）

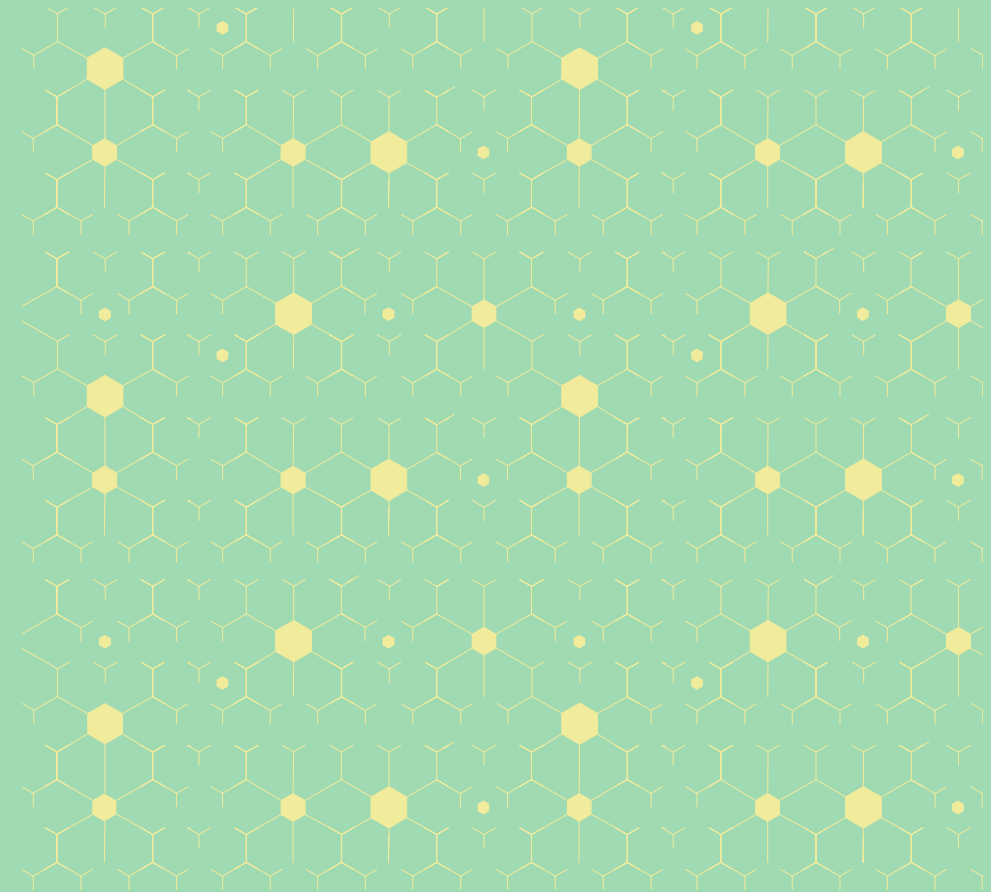
(単位：億円)



2. 2022年12月期 第1四半期連結経営成績（カテゴリー別）

9

- ✓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

- ✓ 前年の新型コロナウイルス感染拡大による生産影響（2021年7月中旬～10月のベトナム工場稼働停止）を受けた商品不足は想定していたが、限られた生産キャパシティをP.Runに集中させたことで、P.Runは前年同期比増収、計画も超過。
- ✓ P.Runへの集中に加え、物流の混乱が継続したこともあり、CPSやSPSで減収。
- ✓ 上海等のロックダウンもあり、中華圏の売上構成が大きいOTは減収。

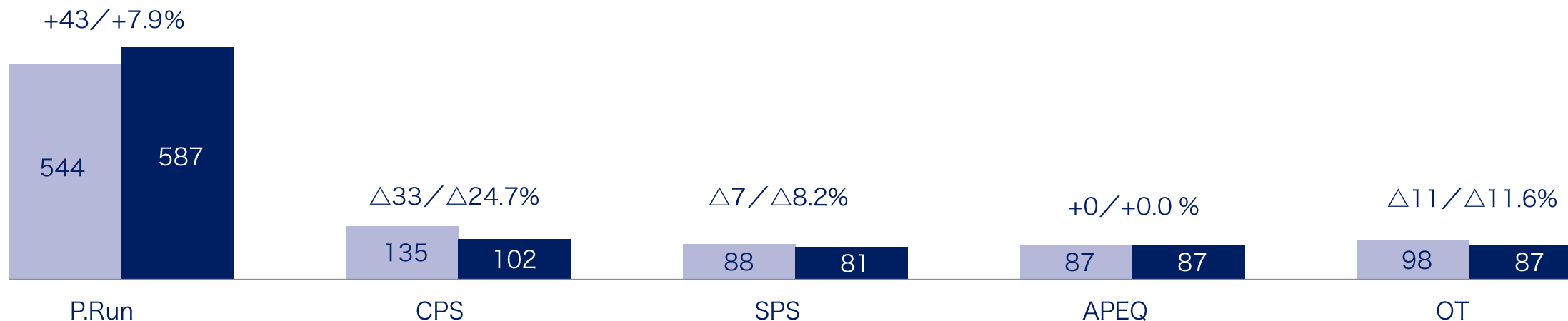
10

<売上高>

増減額／増減率（邦貨）

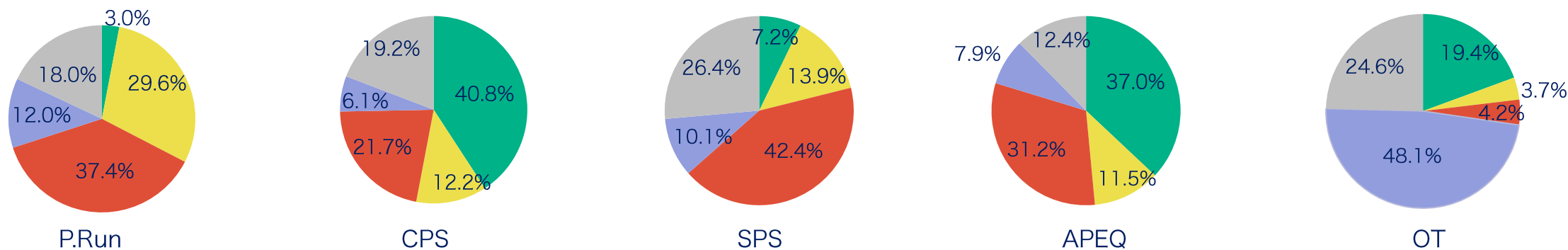
■ FY21 Q1 ■ FY22 Q1

（単位：億円）



<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（前年同期比）

11

- ✓ カテゴリー売上高は、主力のP.RunやAPEQで増収.
- ✓ カテゴリー外コストは、為替の影響等により、前年同期間比プラス.

(単位：億円)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	587 (+43)	102 (△33)	81 (△7)	87 (+0)	87 (△11)	109 (△4)	1,053 (△12)
カテゴリー利益	132 (△11)	15 (△15)	13 (△3)	1 (△4)	18 (△2)		
カテゴリー外コスト							79 (+6)
連結営業利益							100 (△46)

()内は前年同期比



パフォーマンスランニング (P.RUN)



METASPEED SKY+

12

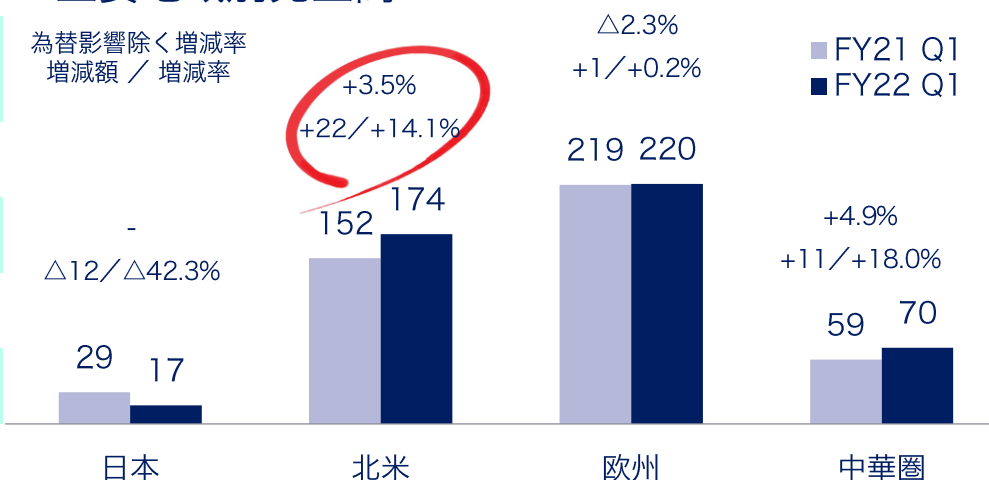
<第1四半期業績>

	FY21 Q1	FY22 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	544	587	+43	+7.9%
為替影響除く増減		549	+5	+1.1%
カテゴリ利益	143	132	△11	△7.5%
カテゴリ利益率	26.4%	22.6%	-	△3.8ppt

※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>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 増収。前年の工場稼働停止による供給不足や物流の混乱が著しい中でも前年を上回り、計画も超過。
- ◆ 北米、中華圏、オセアニア、南米等で2桁増収。成長市場として位置付けている東南・南アジアも+32.2%の高成長。
- ◆ 主力のGEL-KAYANOに加え、注力しているMETASPEEDやMAGIC SPEEDを優先して納品し、売上と利益の最大化を図る。

カテゴリ利益

- ◆ 前年同期比減益。但し、計画は超過。粗利率の低下に加え、マラソン大会（東京、LA等）への積極的なマーケティング投下の影響。
- ◆ 粗利率は47.0%(△1.5ppt)。製造関連コスト上昇や新商品の発売時期後ろ倒し等のマイナス要因に対し、北米での主力商品の価格変更やDTCシフトによるチャネルミックス改善等の打ち手を実施。

今後の取組み

- ◆ アシックス主催のレースイベント「META: Time: Trials」を、4月24日にスペイン・マラガで開催。契約アスリートが新シリーズMETASPEED+を着用し、4つのナショナルレコードと、27の自己新記録を達成。METASPEED+は6月に発売予定。
- ◆ 利益率向上のため、適切なプライシングや更なる商品構成の見直しを図る。



コアパフォーマンススポーツ (CPS)



テニスシューズ
GEL-RESOLUTION 8

13

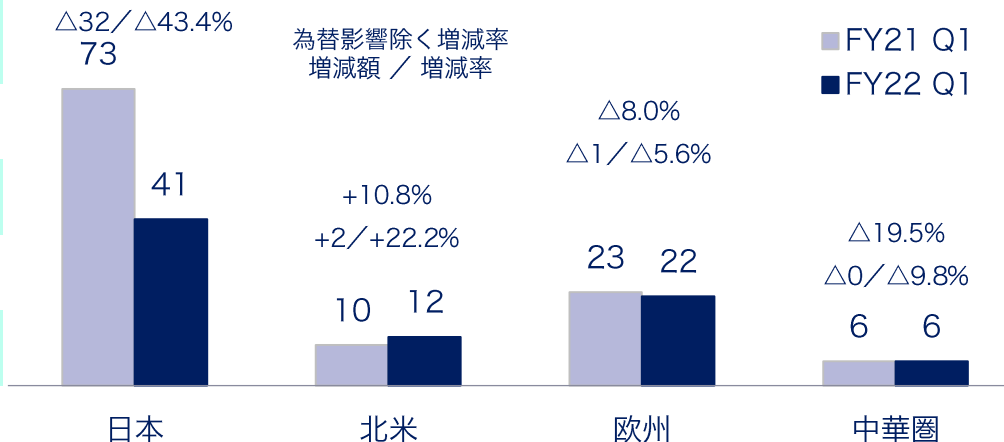
<第1四半期業績>

	FY21 Q1	FY22 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	135	102	△33	△24.7%
為替影響除く増減		99	△36	△27.2%
カテゴリー利益	30	15	△15	△49.6%
カテゴリー利益率	22.5%	15.1%	-	△7.4ppt

※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

- ◆ 前年の工場稼働停止への対策として生産キャパシティをP.Runに集中したことで、各種新商品の販売を第2四半期以降に実施。計画比は△7%。
- ◆ 北米ではテニスシューズが好調。市場シェア2位まで拡大。

カテゴリー利益

- ◆ 主に、日本の減収により減益。但し計画は上回る。
- ◆ 粗利率は前年同期と同水準となる45.6%。

今後の取組み

- ◆ イガ・シフィオンテク選手（女子テニス世界ランキング1位 4/25時点）ら契約アスリートを最大限活用し、主要テニス国際大会と連動した商品訴求を実施。
- ◆ オレゴン2022世界陸上競技大会に向けて、カラーリングを統一した各種陸上スパイクを投入。
- ◆ ワーキングシューズにおいて、B to B ビジネス強化による新規需要を創出。



スポーツスタイル (SPS)



JAPAN S PF

14

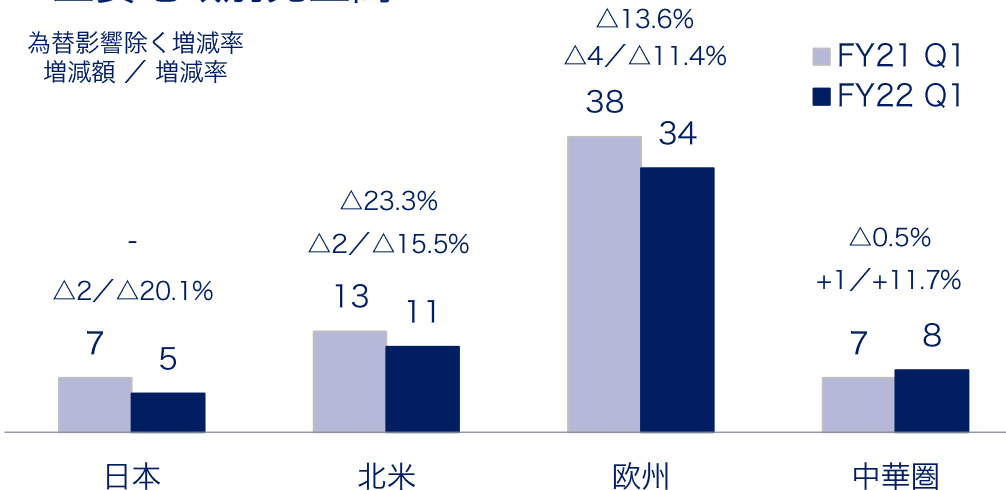
<第1四半期業績>

	FY21 Q1	FY22 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	88	81	△7	△8.2%
為替影響除く増減		77	△11	△12.7%
カテゴリー利益	16	13	△3	△20.7%
カテゴリー利益率	19.2%	16.6%	-	△2.6ppt

※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

- ◆ 前年の工場稼働停止への対策として生産キャパシティをP.Runに集中したことによる供給不足や、主に米欧での物流混乱が続き、前年同期比、計画比共に減収。
- ◆ 中華圏、東南・南アジア、南米で2桁成長。

カテゴリー利益

- ◆ 粗利率は日本、北米、中華圏で改善し、49.1% (+1.4ppt)。
- ◆ カテゴリー利益は、欧州での減収により、前年同期比、計画比共に減益。

今後の取組み

- ◆ ライフスタイルブランドとしてのポジション確立を加速するためデジタルメディアを駆使しグローバルでのキャンペーンを継続。
- ◆ デリバリー状況に応じて地域毎に柔軟に主力商品の発売日を設定し、適宜値上げ予定。
- ◆ スケートボードプロジェクトを通して、国内外でのライダー含めたプロチーム発足や商品開発・マーケティング施策を強化すると共に、海外展開への準備を実施予定。



アパレル・エクイップメント (APEQ)

<第1四半期業績>

	FY21 Q1	FY22 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	87	87	+0	+0.0%
為替影響除く増減		85	△2	△3.2%
カテゴリー利益	5	1	△4	△69.9%
カテゴリー利益率	6.7%	2.0%	-	△4.7ppt

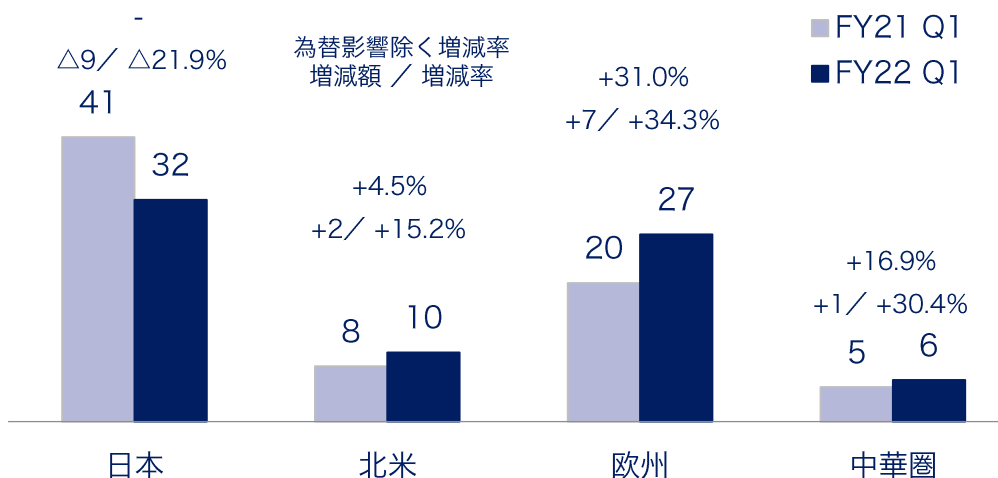
※一時的イベントにおける影響を除いた数値を表記しております。

イガ・シフィオンテク選手
(女子世界ランクNo.1) 着用
テニスウェア



<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 工場稼働停止による供給不足に伴う日本の減収を、北米、欧州、中華圏の2桁増収でカバー。また、ほぼ計画通り。

カテゴリー利益

- ◆ 前年からの収益性改善の流れを継続し、減益ながらも計画通りに推移。
- ◆ 粗利率は、北米、中華圏で前年同期を下回り、43.6% (△1.4ppt)。

今後の取組み

- ◆ 戦略商品「ACTIBREEZE」のグローバル展開本格化とマーケティング活動の強化。
- ◆ デジタルでの商品情報訴求の強化によるEC売上の拡大。
- ◆ 2022オレゴン世界陸上競技大会において契約アスリートを最大限活用し、ブランド露出の強化を図る。



オニツカタイガー (OT)



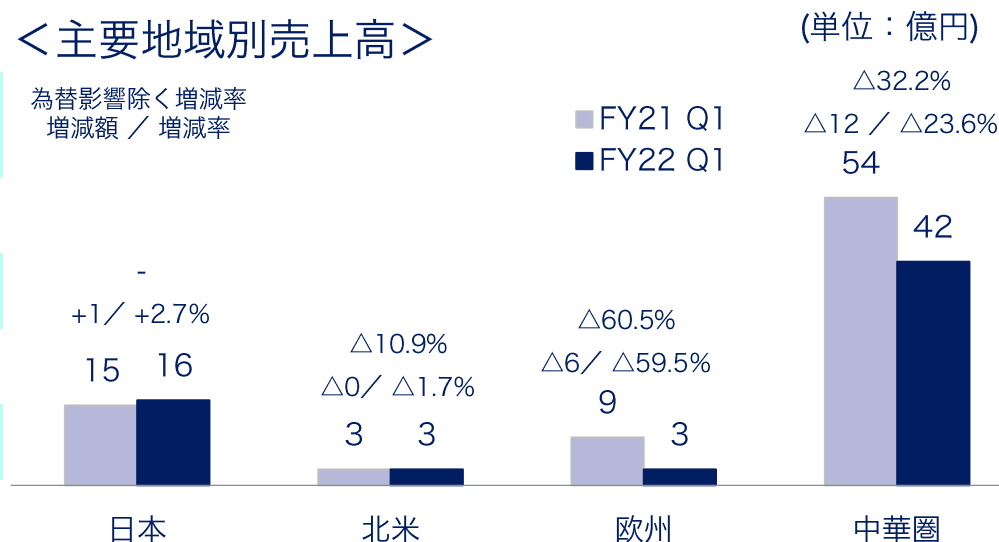
Moage

<第1四半期業績>

	FY21 Q1	FY22 Q1	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	98	87	△11	△11.6%
為替影響除く増減		81	△17	△17.9%
カテゴリー利益	20	18	△2	△9.2%
カテゴリー利益率	20.7%	21.2%	-	+0.5ppt

<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

- ◆ 中華圏直営店売上の約半分強を占めていた上海等でのロックダウン影響により前年同期比、計画比共に減収。
- ◆ 成長市場として位置付けている東南・南アジアでの売上が14億円となり2倍超の増収。

カテゴリー利益

- ◆ 中華圏での減収により前年同期比減益ながら、販管費の見直し等により計画比では増益。
- ◆ DTCへの注力等により粗利率は66.0% (+4.1ppt)。

今後の取組み

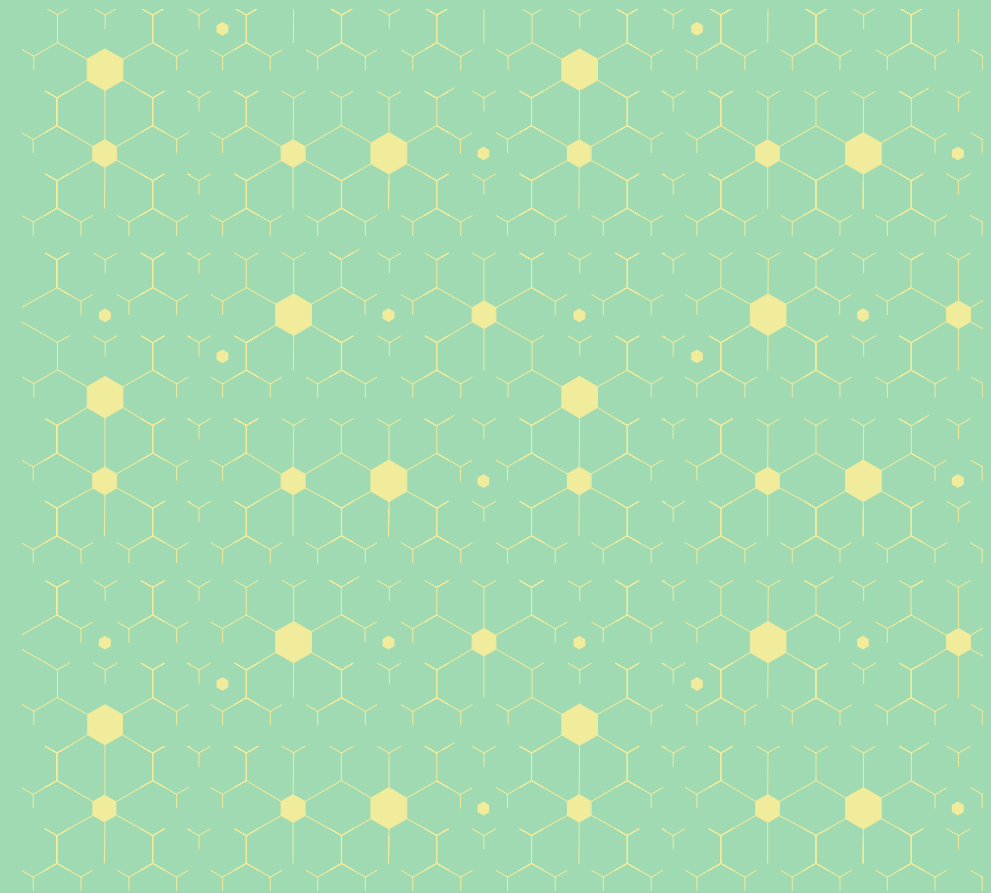
- ◆ 東南・南アジア等におけるラグジュアリモール・フロアでの出店を予定。
- ◆ 特定地域の売れ筋商品の展開地域拡大によるZ世代等の新規顧客獲得。
- ◆ CRMツール活用を含むオンライン購買体験の強化。



3. 2022年12月期 第1四半期連結経営成績（地域別）

17

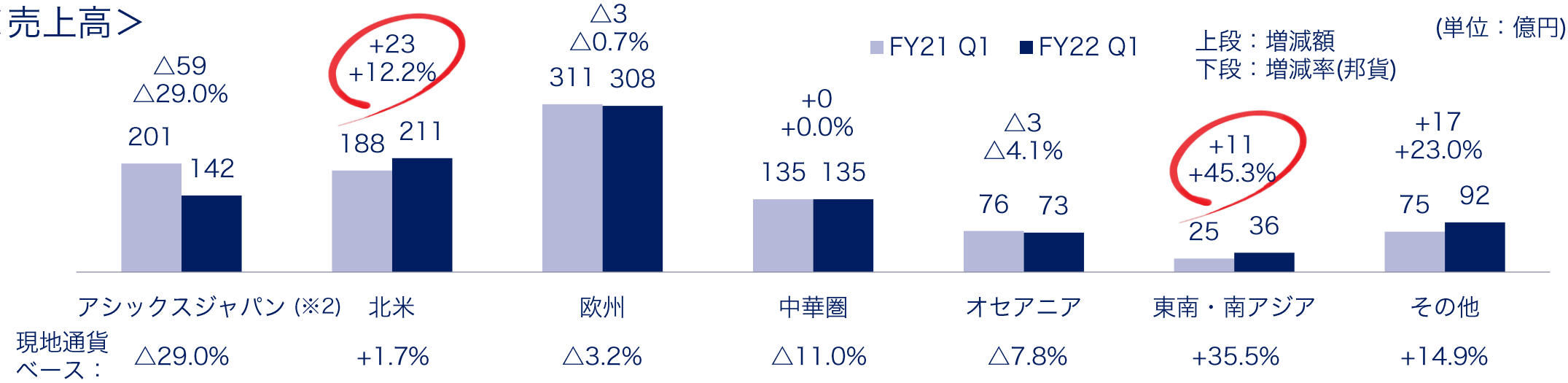
- ✓地域別連結売上高およびカテゴリー構成
- ✓連結営業利益内訳（地域別）
- ✓チャネル別売上高
- ✓月別・四半期別売上高



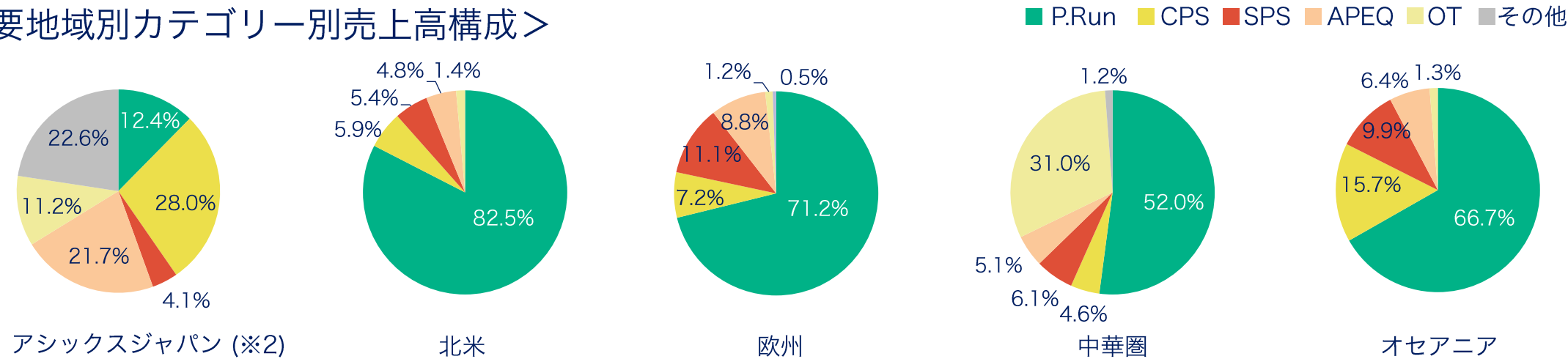
地域別連結売上高およびカテゴリー構成

- ✓ 北米および東南・南アジア等では前年同期比2桁の成長。
- ✓ コロナ前の2019年比で北米 (+10%※1)、欧州 (+25%)、中華圏 (+62%)、オセアニア (+63%) は増収。

<売上高>



<主要地域別カテゴリー別売上高構成>



※1 グループ内売上を除く実績と比較しております。

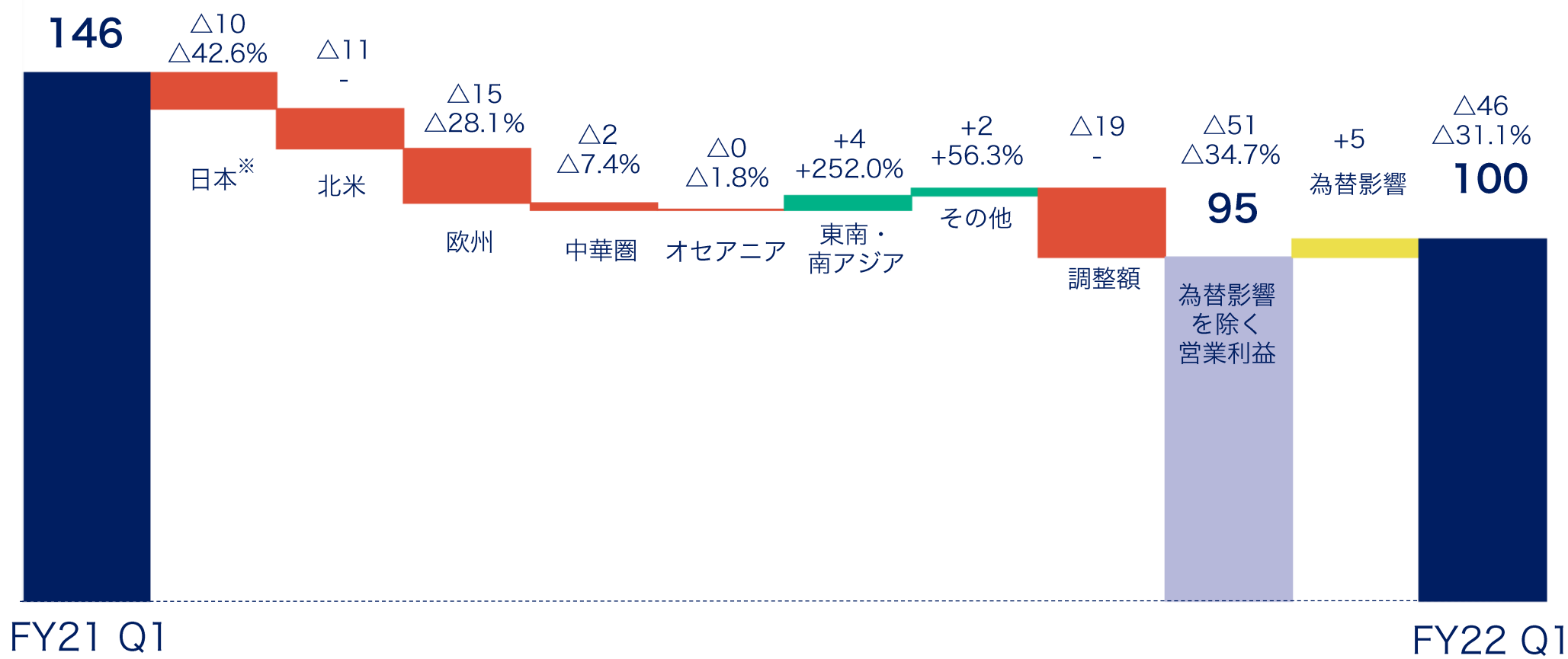
※2 日本地域には、他の地域にはない主要5カテゴリー以外を販売する会社の売上も含まれております。よって、この決算補足説明資料においては、他の地域との比較可能性を考え、当期よりアシックスジャパンとしております。なお、日本地域における売上は、前期 304億円、当期 269億円であり、詳細につきましては決算短信に記載しております。



連結営業利益内訳（地域別）

- ✓ 前年の工場稼働停止は想定していたが、物流の混乱は拡大継続・上海等におけるロックダウンという状況もあり、減益。但し、計画比は大幅に超過。
- ✓ コロナ前の2019年比較では増益。地域別では、北米は赤字幅が7億円減少し、欧州、中華圏、オセアニア、東南・南アジアは増益を達成。

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。



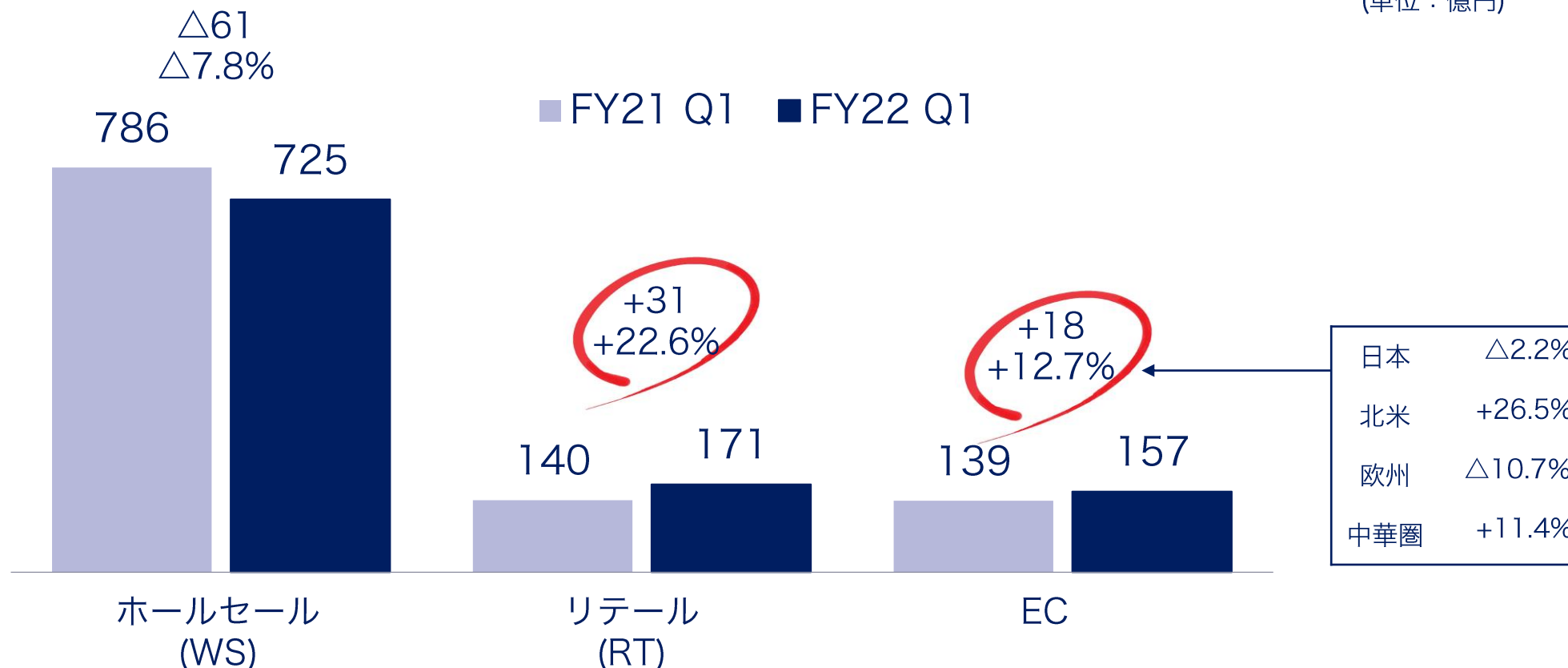
チャネル別売上高

20

- ✓ 上海等でのロックダウンがあるも、リテールは20%超の成長。特に欧州は、前年同期間比約2倍の売上を達成。
- ✓ リテール、ECで粗利率が上昇（リテール：+1.9ppt、EC：+0.2ppt）。
- ✓ コロナ前の2019年比でECは3倍超へ増収。

上段：増減額
下段：増減率

(単位：億円)



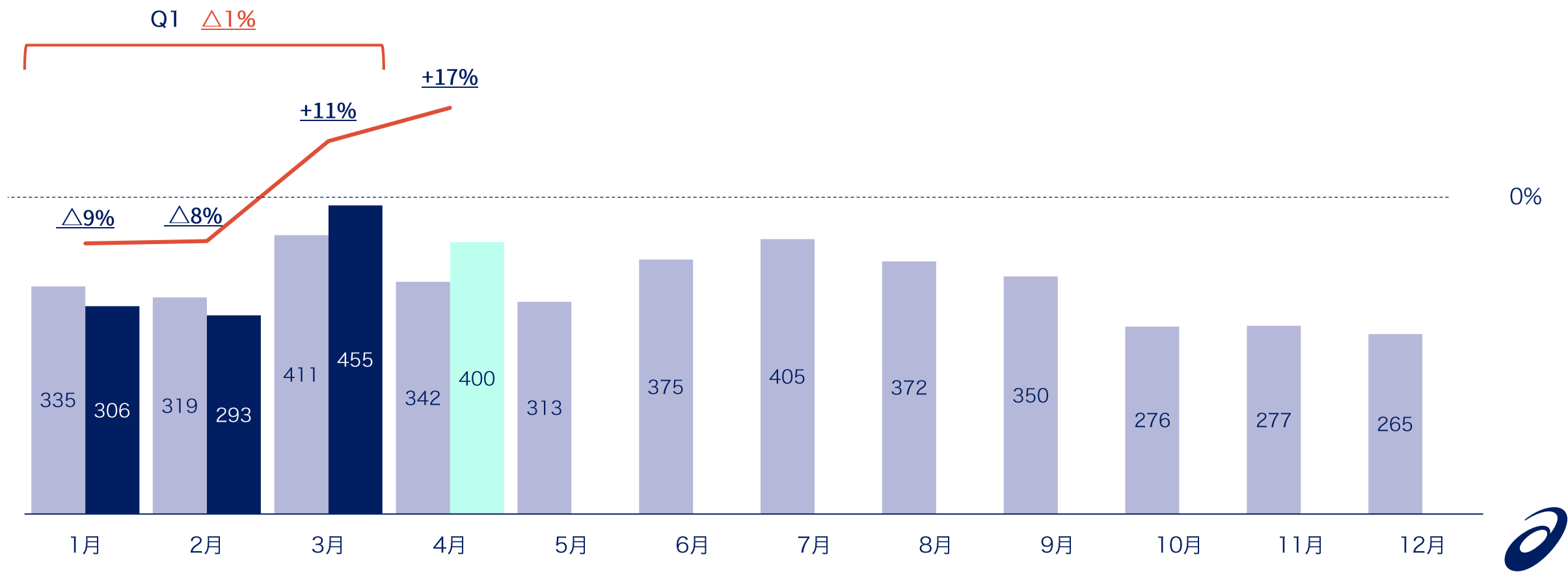
※自社ECサイトとマーケットプレイスはECに含み、ホールセールEリテラーはホールセールに含んでおります。



連結売上高（月別・四半期別）

■ FY2022 ■ 売上速報 (単位：億円)
■ FY2021 — FY2021比%

- ✓ 各地での物流の混乱影響により1月・2月は前年を下回るも、3月以降は2桁増収、4月累計では前年を上回る見込み。
- ✓ 4月単月は+17%。北米や欧州が2桁増収で、上海等でのロックダウンが続く中華圏の減収を補う見込み。



※ 2022年4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。

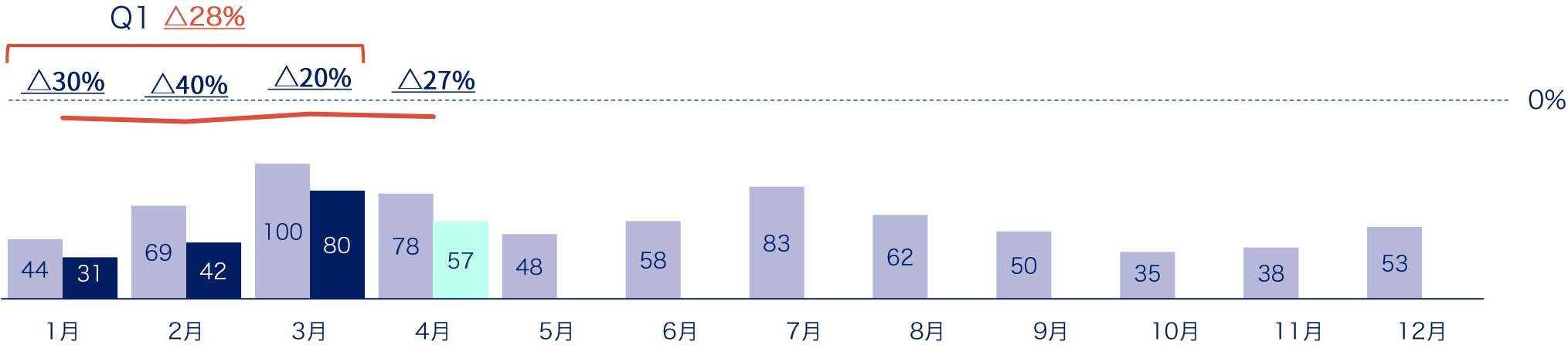


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

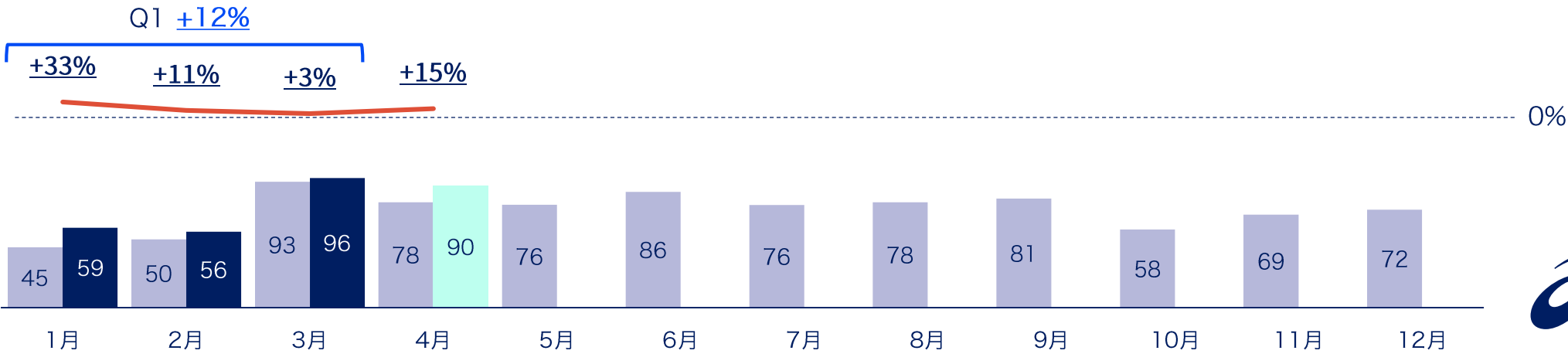
■ FY2022 ■ 売上速報 (単位：億円)
■ FY2021 — FY2021比%

- ✓ 日本：商品不足の状態が続く中で、商品発売時期を5月以降に変更したこともあり、4月も△27%。
- ✓ 北米：港湾荷役遅れや物流の混乱はあるものの、1月以降プラス成長が継続し、4月も+15%。

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 2022年4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。



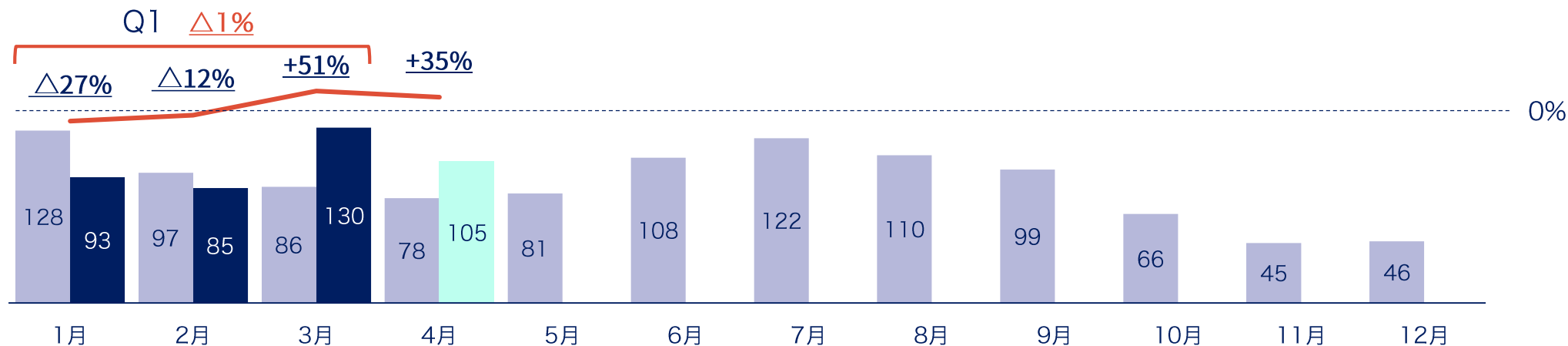
主要4地域の売上高（月別・四半期別）

■ FY2022 ■ 売上速報 (単位：億円)
 ■ FY2021 — FY2021比%

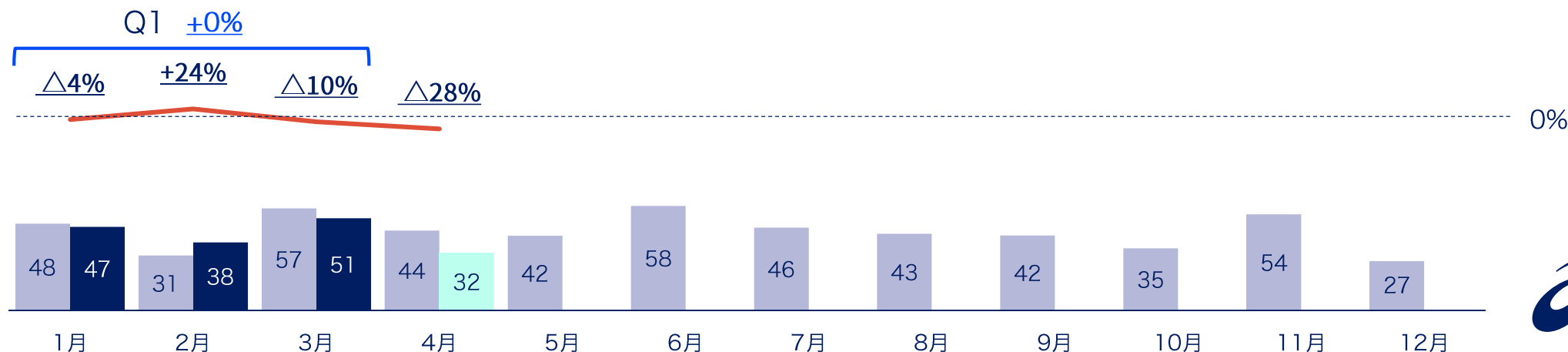
23

- ✓ 欧州：商品不足と物流の混乱により2月までは前年を下回るも、3月以降前年比プラスに転じ、4月も+35%の大幅増収。
- ✓ 中華圏：3月以降、上海等の一部地域でロックダウンが継続しており、4月も△28%。

欧州



中華圏



※ 2022年4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。

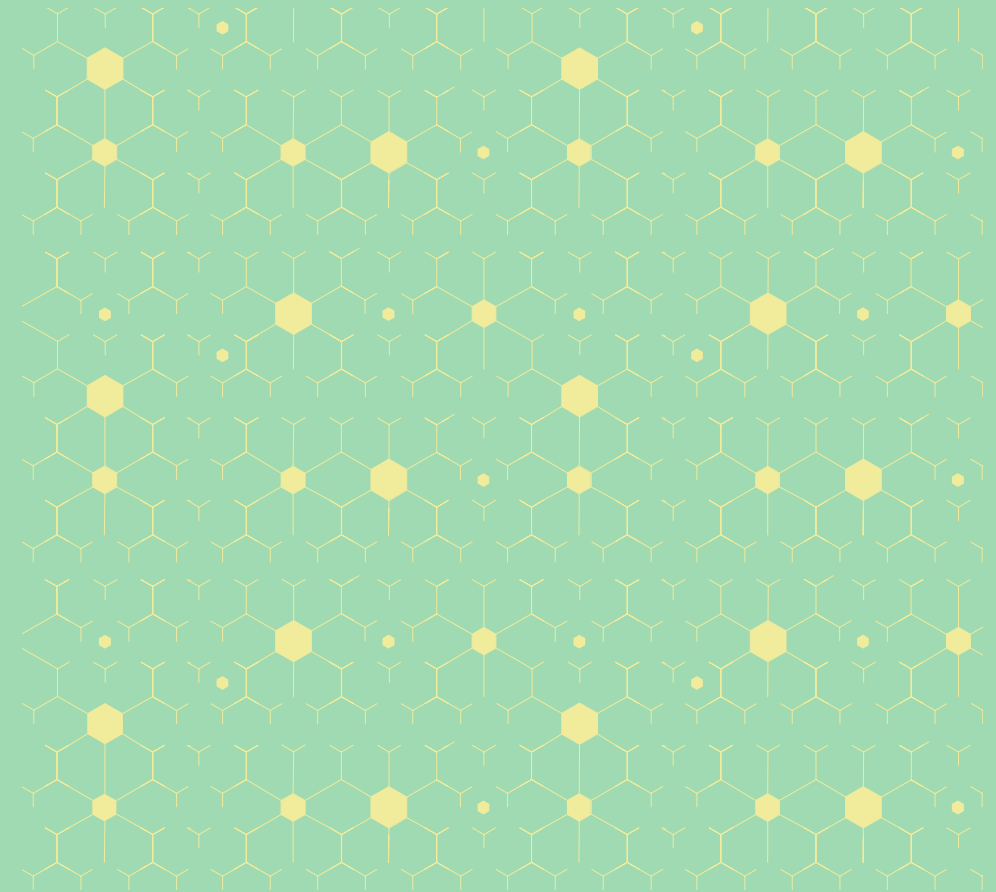


4. 2022年12月期 第1四半期連結財政状態

24

✓連結貸借対照表

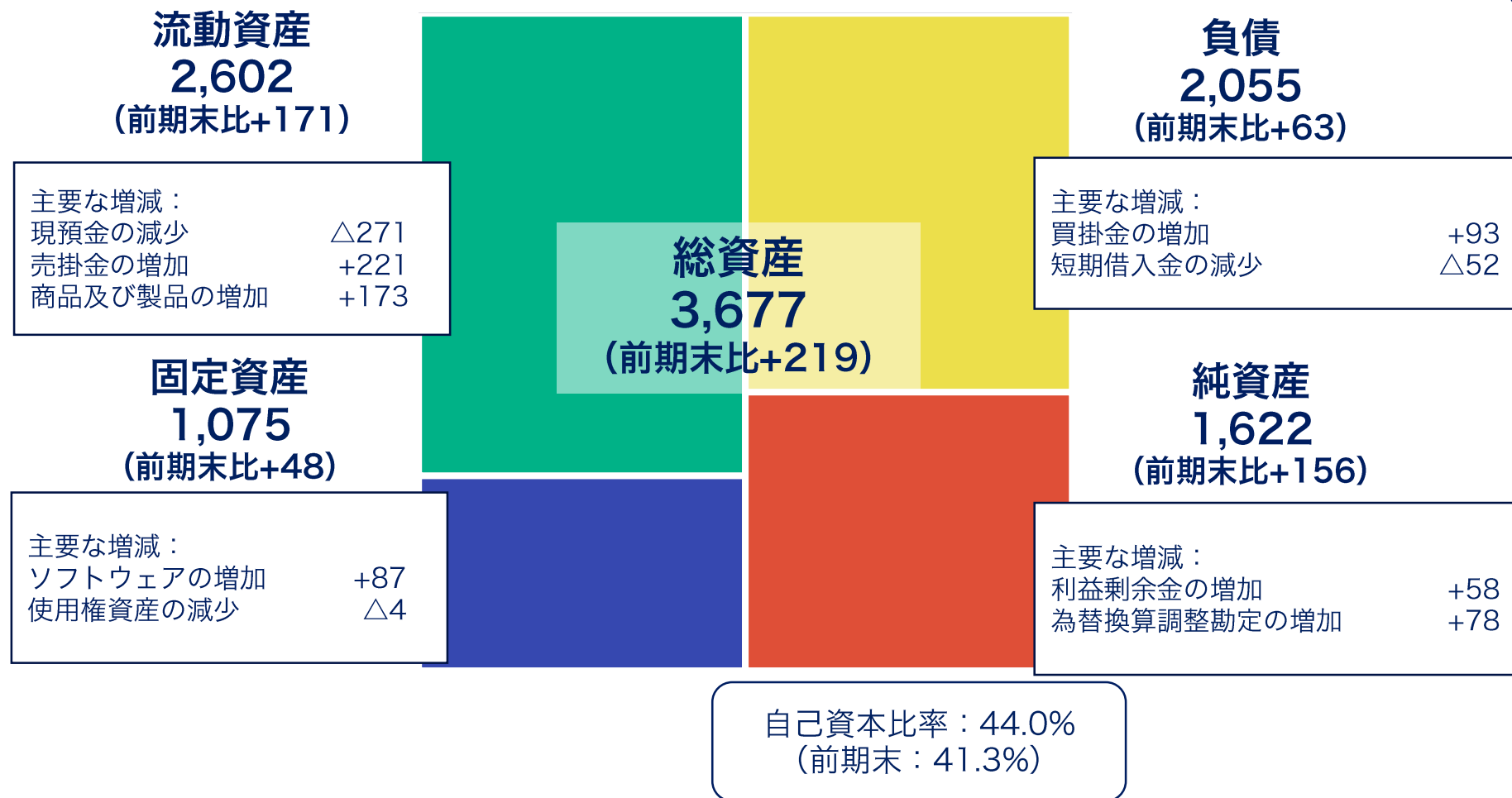
✓2022年12月期第1四半期 ROAツリー分解



連結貸借対照表

- ✓ 売上回復に伴う売掛金増加や物流の混乱による洋上在庫増加等により運転資本が増加し、現預金が減少.
- ✓ 自己資本比率は前期末比で2.7ppt改善.

(単位：億円)



2022年12月期第1四半期 ROAツリー分解

26

- ✓ 粗利率は、物流費等の高騰はあるものの、収益性にフォーカスした販売施策やチャネルミックスの良化等で前年同期と同水準.
- ✓ 販管費率は上昇したものの、効率的に利益を生み出し、ROAは約10%.

<前年同期比>

FY21 Q1 : 1,065億円
FY22 Q1 : 1,053億円

FY21 Q1 : 533億円
FY22 Q1 : 527億円

FY21 Q1 : 133億円
FY22 Q1 : 151億円

FY21 Q1 : 55億円
FY22 Q1 : 55億円

FY21 Q1 : 58億円
FY22 Q1 : 63億円

FY21 Q1 : 139億円
FY22 Q1 : 157億円

FY21 Q1 : 3.2回
FY22 Q1 : 3.2回

FY21 Q1 : 4.4回
FY22 Q1 : 4.0回

売上高

売上原価

人件費

広告宣伝費

賃借料・減価償却費

その他

運転資本回転率 ※1
(年率換算)

固定資産回転率
(年率換算)

売上総利益率

FY21 Q1 : 49.9%
FY22 Q1 : 49.9%

販管費率

FY21 Q1 : 36.2%
FY22 Q1 : 40.4%

利益体質の確立

Profit

資産効率の向上

Efficiency

ROA ※2
(年率換算)

FY21 Q1 : 12.4%
FY22 Q1 : 9.8%

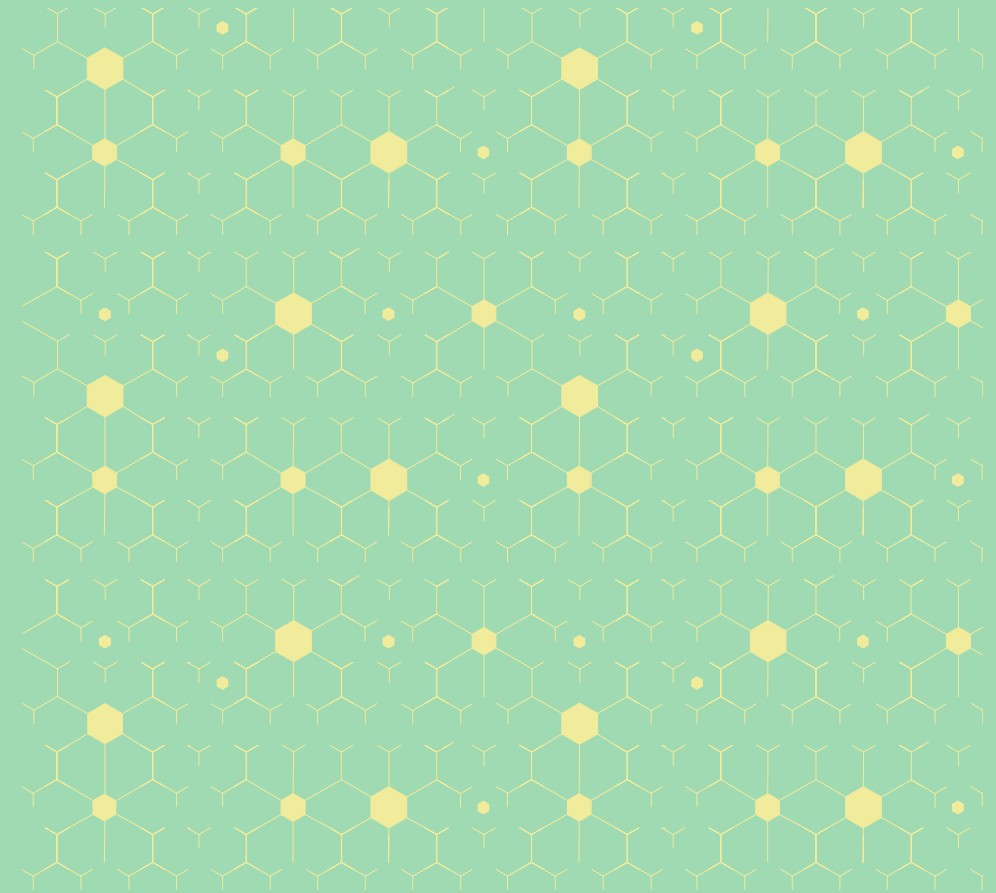
※1 社内目標として運転資本を設定しているため流動資産回転率ではなく運転資本回転率を記載しております。

※2 ROA (年率換算) = $\frac{2022年12月期第1四半期純利益}{(2021年12月期期末総資産 + 2022年12月期第1四半期末総資産) \div 2} \times 4$



5.2022年12月期 連結業績予想

27



2022年12月期 連結業績予想 ※2022年2月10日より変更なし

28

			2021年12月期 実績	2022年12月期 予想	増減率
売	上	高	4,040	4,200	+3.9%
営	業	利 益	219	230	+4.8%
営	業	利 益 率	5.4%	5.5%	+0.1ppt
経	常	利 益	221	225	+1.5%
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る					
当	期	純 利 益	94	135	+43.6%

配当金	中間	期末	通期
2021年12月期	12.0円	12.0円	24.0円
2022年12月期	16.0円	16.0円	32.0円

為替レート	USD	EUR	RMB
2021年12月期	109.78円	130.06円	17.03円
2022年12月期	105.00円	125.00円	17.00円

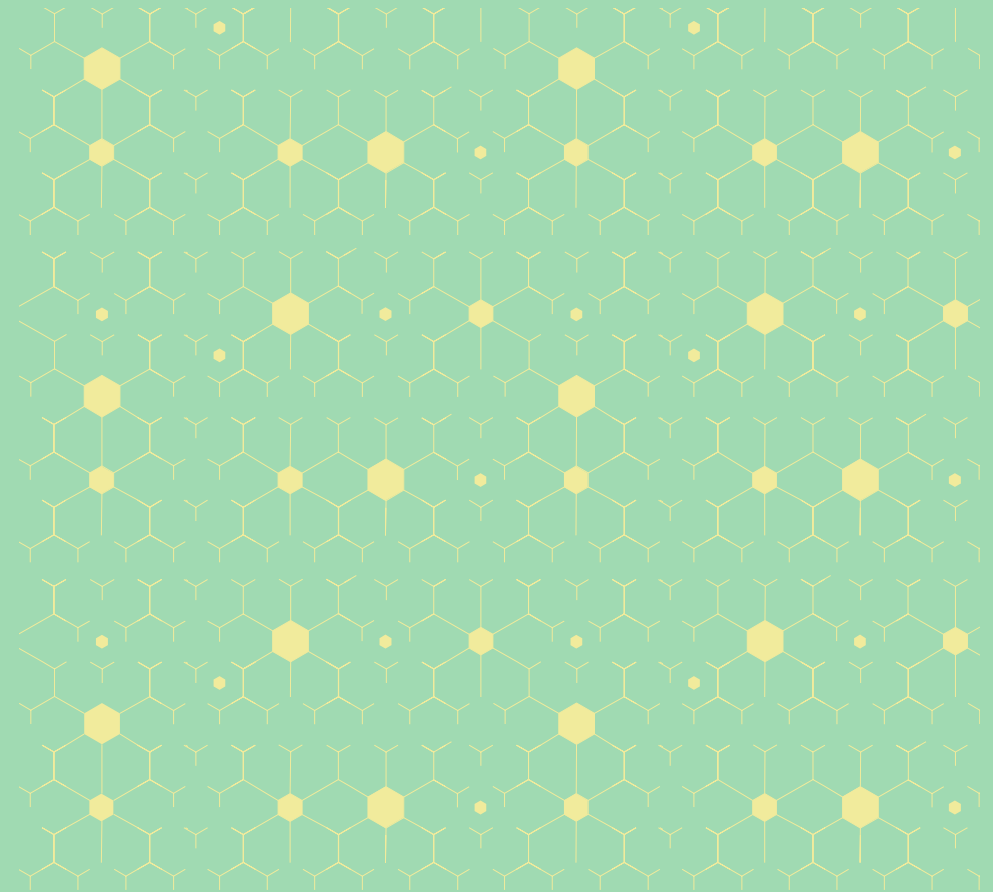
- ✓ 生産混乱の影響が第1四半期期間に残るものの、年間ではパフォーマンスランニングを中心に増収増益。
- ✓ 物流コストの上昇などが見込まれ、またマーケティング投資を積極的に拡大するも、収益性は向上。
- ✓ 2022年の1株当たり年間配当は、過去最高額である32.0円を計画（2021年比で+33%増額）。



6.その他

29

- ✓Road to Oregon
- ✓サステナビリティにおける取組み
- ✓IRカレンダー



Road to Oregon

- ✓ 今年最大のイベントであるオレゴン2022世界陸上競技大会でのアシックスの仕掛けを紹介.
- ✓ パフォーマンスランニングとC-PROJECTの躍進についてプレゼンテーション.

30



WORLD ATHLETICS
CHAMPIONSHIPS
OREGON 22



OFFICIAL PARTNER

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



インベストメントデイ 「Road to Oregon」

2022年6月3日

是非ご期待ください

サステナビリティにおける取り組み

31

✓ 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。

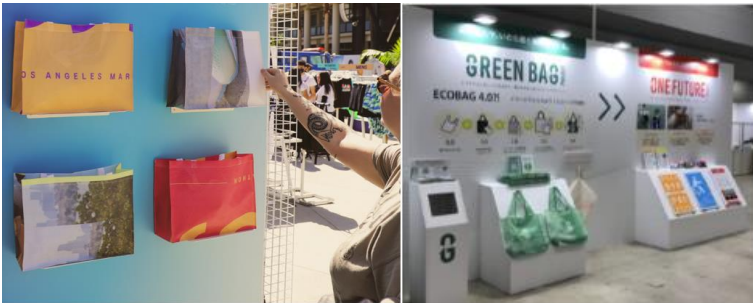
＜基本方針＞

① サプライチェーン上の人権を尊重する

② 2030年CO2削減目標
(事業所およびサプライチェーン)

BUSINESS AMBITION FOR **1.5°C**   OUR ONLY FUTURE

63%削減 (2015年比)

People (人と社会への貢献)	Planet (環境への配慮)	外部評価・外部協働など
✓ 国際NPO 「Right To Play」 とのパートナーシップを継続。2021年は東アフリカ地域でプログラムを支援し、10万人以上の青少年が参加。 ✓ ASICS独自のシステム「Mind Uplifter」を通じて運動習慣の有無が精神にどのような変化を引き起こすかを測定するプログラム「Mind Race」を実施。 	✓ 2022年春夏発売の新商品のうち、パフォーマンスランニングシューズの95%以上にリサイクル材料を使用。 ✓ LAマラソン2022で前年大会のバナー等をリサイクルしたショッピングバッグを配布。 ✓ 東京マラソン2021のEXPO会場にてサステナビリティの展示ブースを展開し、循環型取り組みをランナーに向けて訴求。 	✓ CDP「サプライヤー・エンゲージメント評価」において3年連続で最高評価を獲得。 アシックスは上位500社以上のうちの1社。 ✓ アパレル・繊維業界のサステナビリティ向上に取り組む国際NPO「Textile Exchange」の材料評価指標である、「Material Change Index」で4段階の上から2番目の「Maturing」評価を獲得。 ✓ 世界主要企業ESG評価の代表的な発行物である、S&P Globalの「サステナビリティ・イヤーブック2022」に選定（業界上位15%の評価）。 

主な予定			
2022年12月期 第1四半期決算	5月11日	15:00 15:30	決算発表 ライブ配信 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	6月3日	15:00-16:00	テーマ：Road to Oregon
2022年12月期 第2四半期決算	8月12日 8月15日	15:00 15:30	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
2022年12月期 第3四半期決算	11月11日	15:00 15:30	決算発表 ライブ配信 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	11月	未定	テーマ：未定
2022年12月期決算	2023年2月	未定	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



