

2022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
2022年8月12日



目次

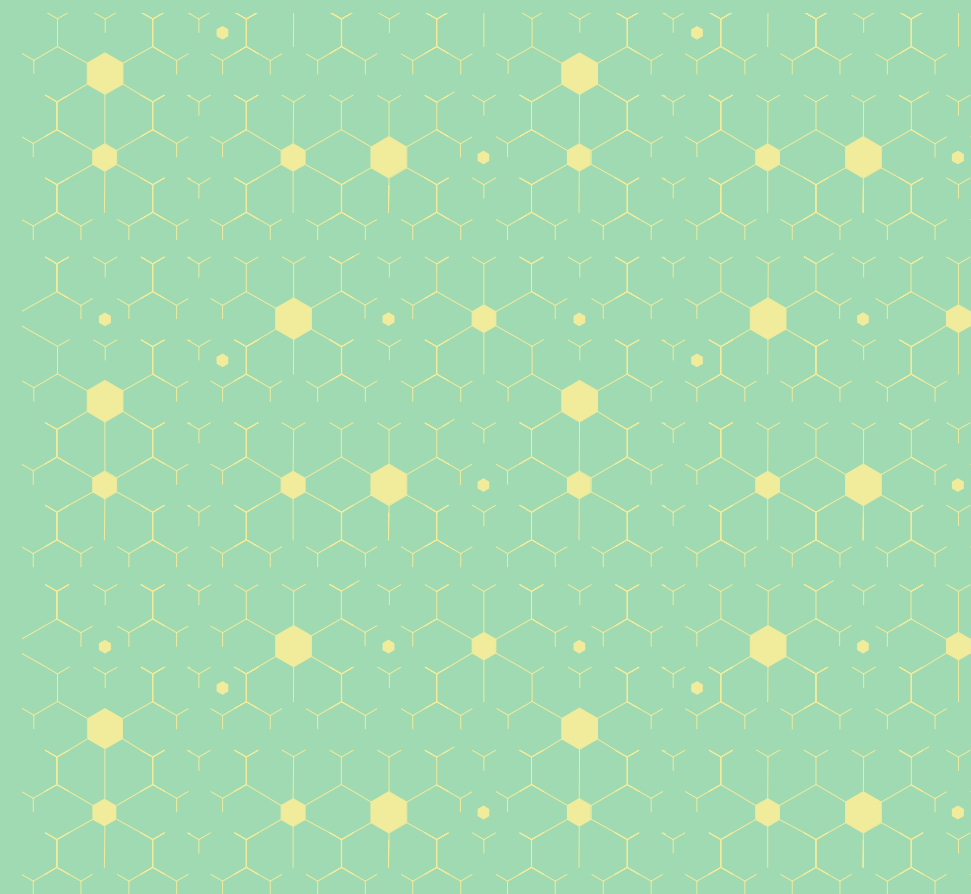
1

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. 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み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2四半期 ポイント

2

- ✓ 売上高（前年同期：2,094億円→当第2四半期累計：2,250億円）は大幅伸長。
上海等でのロックダウン影響もあったものの、物流の混乱影響も改善傾向にあり、前年同期比で7.4%の成長。計画比大幅に過達。
- ✓ 粗利率は、主に米欧での想定以上の物流費の高騰があったものの、チャネルミックスの良化およびディスカウントの抑制などもあり、49.5%と前年同期比で△0.8pptに留まる。
- ✓ 営業利益は191億円となり、前年同期比は減益も計画を大幅に超過。また、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比でも2倍超の増益。なお、四半期純利益（135億円）は、前年同期比約10%の増益。
- ✓ パフォーマンスランニングは、生産影響は改善し、主に欧州、中華圏、オセアニア等で増収となり、計画以上に推移。ロックダウンのあった中華圏でも第2四半期3ヶ月期間の前年同期比は約35%成長。
- ✓ オニツカタイガーは、上海等でのロックダウン影響もあり前年同期比、計画比ともに減収。
但し、東南・南アジアでの売上が30億円（前年同期比2倍超）となったことに加え、日本でも増収。
- ✓ OneASICS会員数は、6月末に620万人（前期末540万人）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レジスターナウも貢献し、全世界での取り扱い大会数は北米での増加もあり前年の1,324から1,970へ。
- ✓ 通期業績予想は、主力のパフォーマンスランニング等が好調に推移すると見込まれることから、売上（4,600億円）、営業利益（270億円）、当期純利益（180億円）に上方修正。



新型コロナウイルスに伴う影響

3

生産・物流

- ✓ 各工場における生産は正常化しており、新型コロナウイルスの拡大前を上回る生産数まで回復.
- ✓ グローバル物流の不確実性はあるものの、物流状況は改善を見込む.

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：一部時短営業はあるものの、ほぼ全店舗で営業.

販売

- ✓ 物流の混乱影響が改善傾向にあり、パフォーマンスランニングなどを中心に好調な販売を後押し.



デジタル・サービスにおける取組み

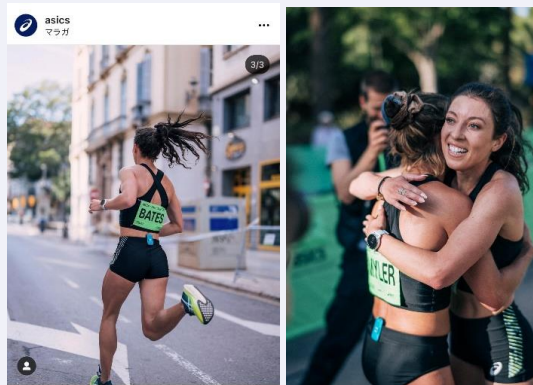
4

- ✓ Q2時点で会員数は620万人へ。シーンに応じたOneASICS会員向けのサービスの充実を図り会員数増加を目指す。
- ✓ ZwiftやバーチャルスポーツやWeb3分野を通じて、新たな形のランニングサービスの提供。

1 層目 OneASICSによる連携

2 層目 それぞれのシーン

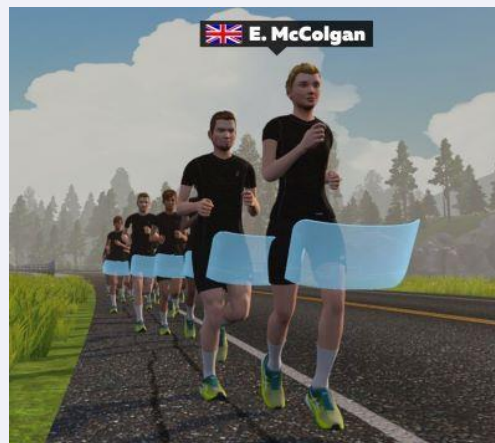
3 層目 各種サービス



©albindurand

META:Time:TrialsでRunmetrixを提供

4月スペイン・マラガで開催された世界陸連公式のレースで、カシオ計算機株式会社と協業し開発したRunmetrixおよびモーションセンサーをトップアスリートに提供。データに基づいたフィードバックをランキーパーアプリ経由で実施し好評を得る。今後の海外展開に向け、取組みを加速。



Zwift社と連携し、バーチャル上でランニングトレーニングプログラムを開催

「Zwift」上で最新のランニングシューズ「METASPEED EDGE+（メタスピードエッジ プラス）」を展開。また、4人のアスリートと一緒にアプリ内でグループランができる「ASICS Pro Series」を開催。新たなタッチポイントを拡大し、OneASICSへの新規顧客層の取り込みを推進。

中華圏におけるP.Runの成長

- ✓ 上海等でロックダウンがあったものの、以下の取組み等を通じ、P.Runは着実に成長。
- ✓ 2019年に設立した中国本部主導のローカル性を重視した各種戦略が奏功。

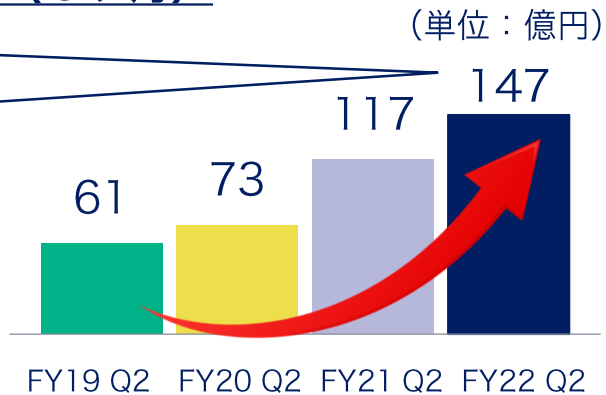
5

プロダクト & チャネル戦略

<P.Run売上高>

第2四半期累計（6ヶ月）

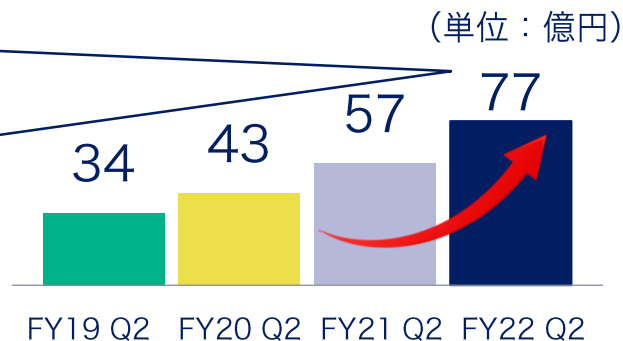
コロナ前の
2019年比で
2倍超に増収。



- ✓ グローバル商品の機能を維持したまま、現地消費者の嗜好に合わせた色等を基調とした現地限定商品を中国本部で企画/開発。
- ✓ 上海ロックダウン時には、現地限定商品を上海市外にある臨時倉庫にて対応することで、継続的に販売実施。

第2四半期期間（3ヶ月）

ロックダウンにも関わらず
P.Runの売上高は前年同期比で+34.9%と大きく成長。



上海前灘太古里ストア

- ✓ 21年9月末にオープンしたランニングコース併設のランニングスペシャリティストア（上海前灘太古里）。毎月ランニングイベントを実施しコミュニティ形成の場としても機能。



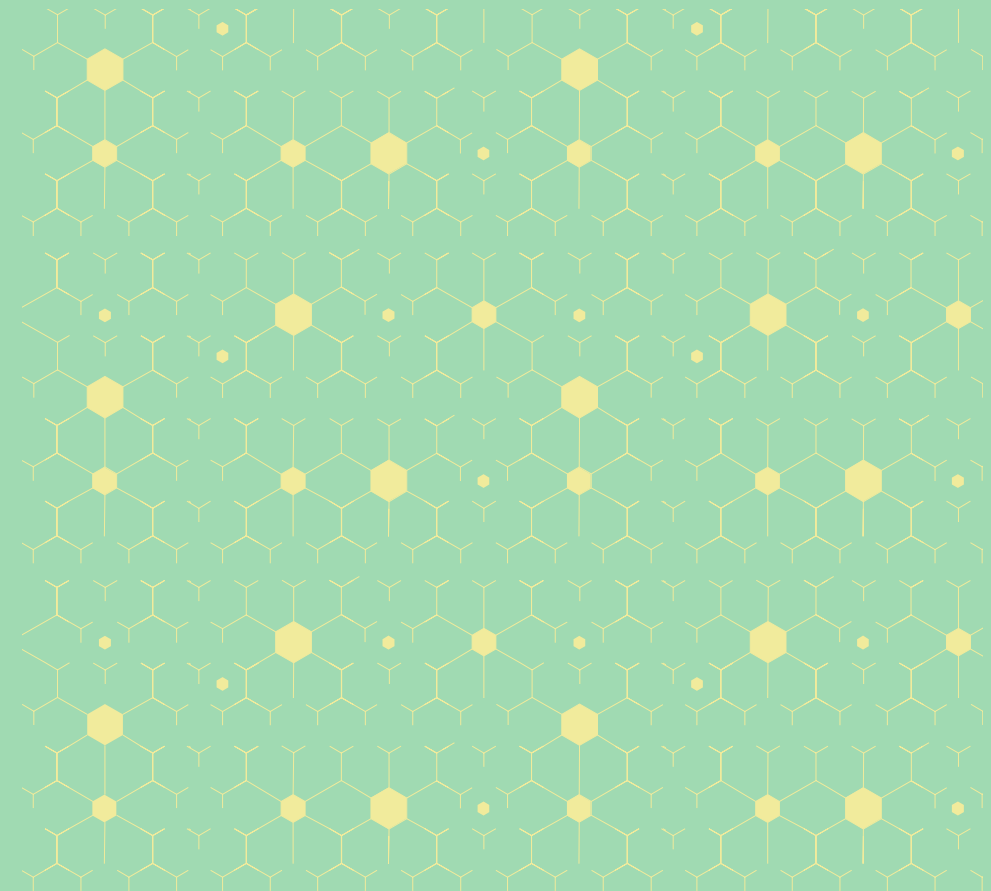
1. 2022年12月期 第2四半期連結業績

6

✓2022年12月期第2四半期 概要

✓連結決算ハイライト

✓販管費の状況



2022年12月期第2四半期 概要

7

売上高

前年同期比：+156億円 +7.4%（為替影響除く増減 +1億円 +0.0%）

- ◆ 売上高（前年同期：2,094億円→当第2四半期累計：2,250億円）は大幅伸長。
上海等でのロックダウン影響もあったものの、物流の混乱影響も改善傾向にあり、前年同期比で7.4%の成長、計画比大幅に過達。
- ✓ パフォーマンスランニングは、生産影響は改善し、主に欧州、中華圏、オセアニア等で増収となり、計画以上に推移。
ロックダウンのあった中華圏でも第2四半期3ヶ月期間の前年同期比は約35%成長。
- ✓ オニツカタイガーは、上海等でのロックダウン影響もあり前年同期比、計画比ともに減収。
但し、東南・南アジアでの売上が30億円（前年同期比2倍超）となったことに加え、日本でも増収。

営業利益

前年同期比：△48億円 △20.1%（為替影響除く増減 △60億円 △25.4%）

- ◆ 営業利益は191億円となり、前年同期比は減益も計画を大幅に超過。また、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比でも2倍超の増益。
- ✓ 粗利率は、主に米欧での想定以上の物流費の高騰があったものの、チャネルミックスの良化およびディスカウントの抑制などもあり、49.5%と前年同期比で△0.8pptに留まる。

四半期純利益

前年同期比：+12億円 +9.8%（為替影響除く増減 +3億円 +2.0%）

- ◆ 四半期純利益（135億円）は、前年同期比約10%の増益。一部子会社の黒字化に伴う実効税率が改善。



連結決算 ハイライト

8

(単位：億円)

	2021年 (FY21Q2) 実績	2022年 (FY22Q2) 実績	前年同期比 上段：増減額 下段：増減率
売上高	2,094	2,250	+156 +7.4%
売上総利益	1,054	1,114	+60 +5.7%
売上総利益率	50.3%	49.5%	△0.8ppt
販管費	815	923	+108 +13.3%
販管費率	38.8%	41.0%	+2.2ppt
人件費	279	315	+36 +13.0%
広告宣伝費	126	136	+10 +7.6%
広告宣伝費率	6.1%	6.1%	+0.0ppt
賃借料	57	59	+2 +3.7%
減価償却費	62	72	+10 +16.4%
その他経費	291	341	+50 +17.2%
営業利益	239	191	△48 △20.1%
営業利益率	11.5%	8.5%	△3.0ppt
経常利益	247	189	△58 △23.4%
特別損益	△56	△4	+52
親会社株主に帰属する 四半期純利益	123	135	+12 +9.8%

	FY21 Q2	FY22 Q2	増減額	増減率
海外売上高	1,630	1,848	+218	+13.4%
海外比率	77.8%	82.1%	-	+4.3ppt

為替影響	+155	
為替影響除く 連結売上高増減	+1	+0.0%

<参考：平均為替レート(円)>

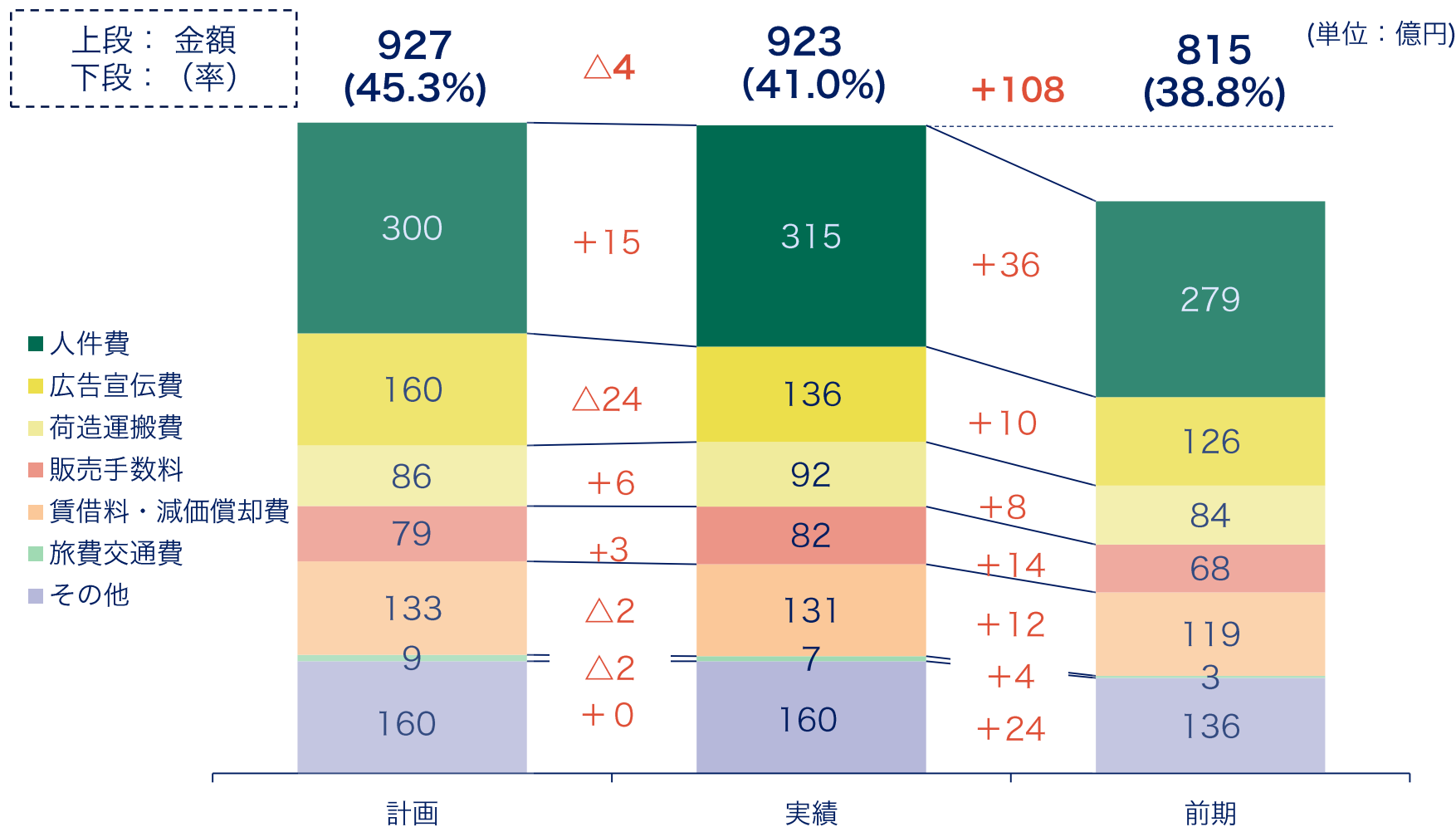
	第2四半期(1~6月)	
	FY21 実績	FY22 実績
1ドル	107.65	123.29
1ユーロ	129.91	134.80
1人民元	16.63	19.00



販管費の状況（第2四半期累計）

9

- ✓ 計画比は、4億円減少。為替増加影響(72億円)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(24億円)。
- ✓ 前年同期比は、108億円増加(61億円は為替影響)。為替影響を除く主要因は、人件費でデジタル関連投資(9億円)、前年の特損振替等(5億円)により増加、販売手数料でEC売上変動費用等(6億円)により増加、賃借料・減価償却費で前年の特損振替等(6億円)により増加。

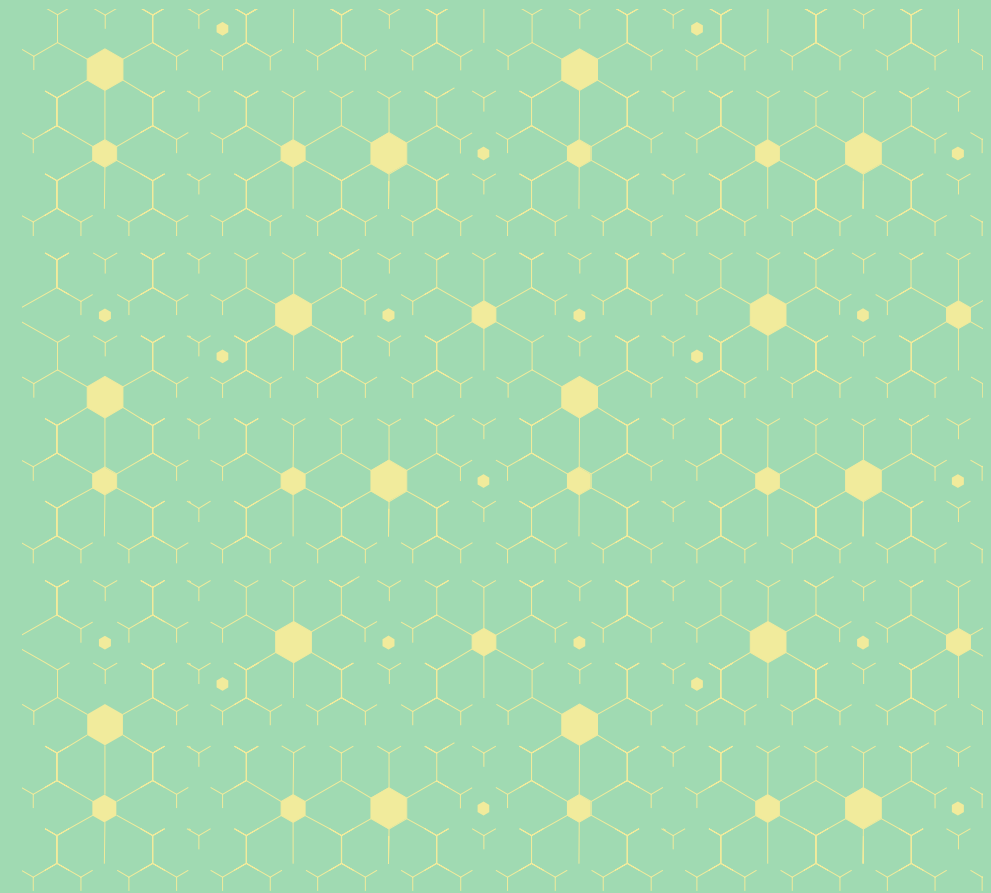


2. 2022年12月期 第2四半期連結経営成績（カテゴリー別）

10

✓カテゴリー別連結売上高

✓カテゴリー別業績

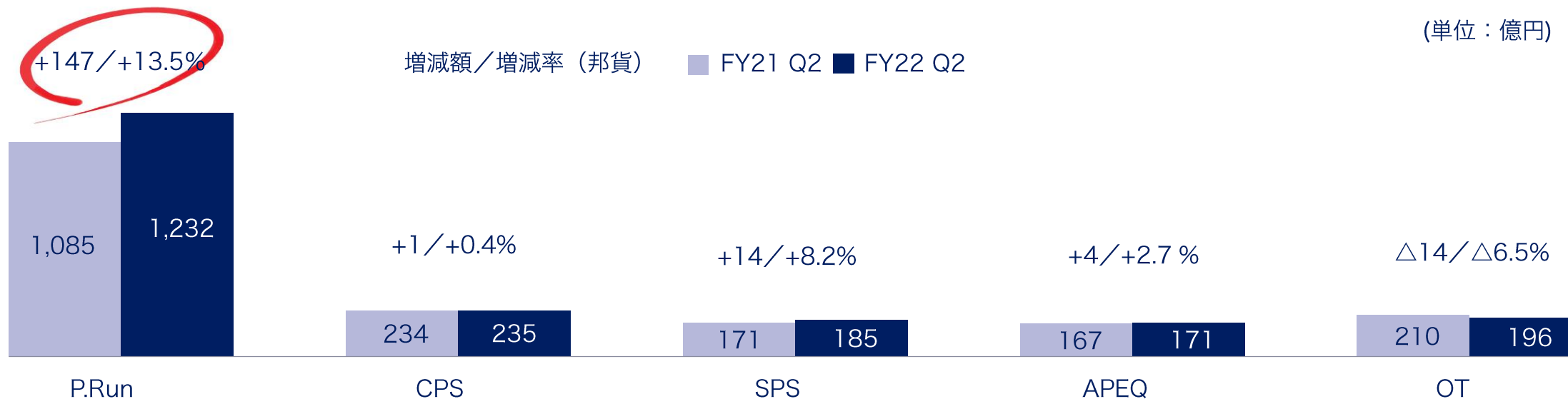


カテゴリー別連結売上高

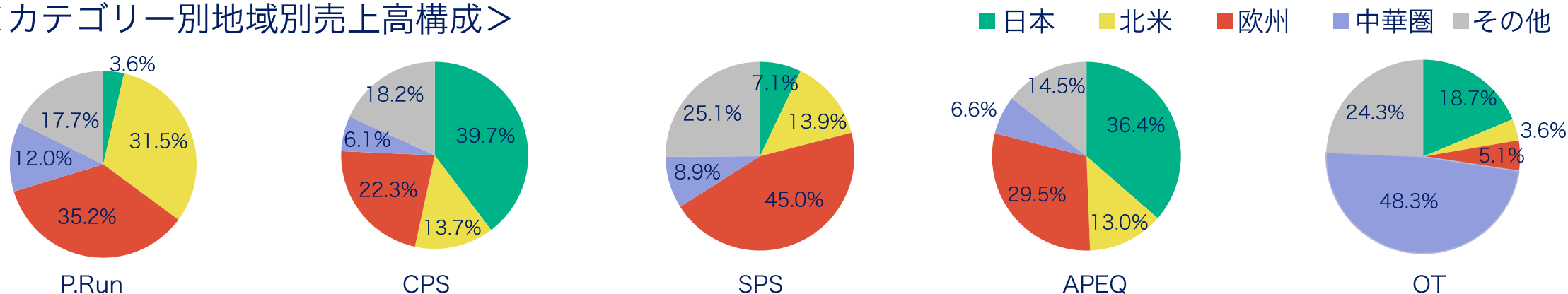
- ✓ 前年7月中旬～10月のベトナム工場稼働停止による供給不足や物流混乱影響が改善されつつあり、P.Runは前年同期比2桁増収となり、CPS、SPS、APEQも増収。
- ✓ 上海等での新型コロナウイルスに伴うロックダウンもあり、中華圏の売上構成が大きいOTは減収。

11

<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。



カテゴリー利益等一覧（前年同期比）

12

- ✓ カテゴリー売上高は、主力のP.RunやSPS等で増収.
- ✓ カテゴリー外コストは、為替影響や人件費の増加等により、前年同期間比プラス.

(単位：億円)

	P.Run	CPS	SPS	APEQ	OT	Others	TTL
売上高	1,232 (+147)	235 (+1)	185 (+14)	171 (+4)	196 (△14)	231 (+4)	2,250 (+156)
カテゴリー利益	259 (△3)	40 (△5)	31 (+2)	0 (△2)	36 (△5)		
カテゴリー外コスト							165 (+30)
連結営業利益							191 (△48)

()内は前年同期比



パフォーマンスランニング (P.RUN)



METASPEED EDGE+

13

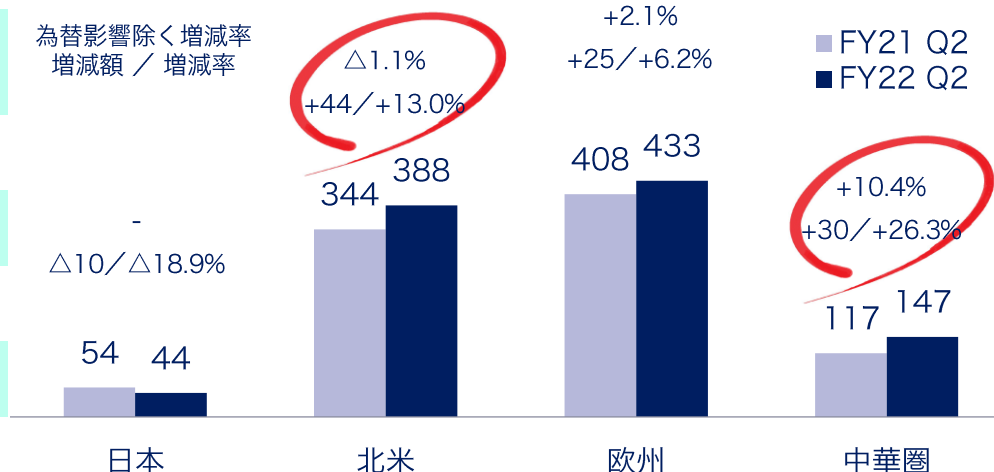
<第2四半期業績>

	FY21 Q2	FY22 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,085	1,232	+147	+13.5%
為替影響除く増減		1,126	+41	+3.9%
カテゴリー利益	262	259	△3	△0.9%
カテゴリー利益率	24.2%	21.1%	-	△3.1ppt

※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。

<主要地域別売上高>

(単位：億円)



売上高

- ◆ 前年同期比2桁増収となり、計画も超過。成長市場として位置付けている東南・南アジアは+46.8%の高成長となり、インドが牽引。
- ◆ 第2四半期3ヶ月期間は+19.2%。中華圏は、上海等でのロックダウン影響があったものの、同期間に+34.9%。
- ◆ 6月にMETASPEED+シリーズをローンチ。オレゴン2022世界陸上競技大会の女子マラソンでは、着用選手2名が入賞。

カテゴリー利益

- ◆ 前年同期比減益となるも、計画は大幅に上回る。
- ◆ 物流費等の製造関連コストが想定以上に上昇し、粗利率は47.1%(△1.7ppt)。

今後の取組み

- ◆ オレゴン2022世界陸上競技大会ではトップアスリートのサポートだけでなく、一般市民参加型のランニングイベント開催や新たなイノベーションとなる「ACTIBREEZE 3D SANDAL」の発表、ランニング専門店との協業を実施し、今後のシェア拡大に繋げる。
- ◆ ランニングエコシステム構築に向けたデジタル投資を継続。メインスポンサーの「ASICS Falmouth Road Race(アメリカ)」では、OneASICSを軸にRace RosterとRunkeeperを組み合わせ、一気通貫したランナーとのコミュニケーションを図る。
- ◆ 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、在庫管理の強化を図る。



コアパフォーマンススポーツ (CPS)



陸上スパイク
METASPEED LD

14

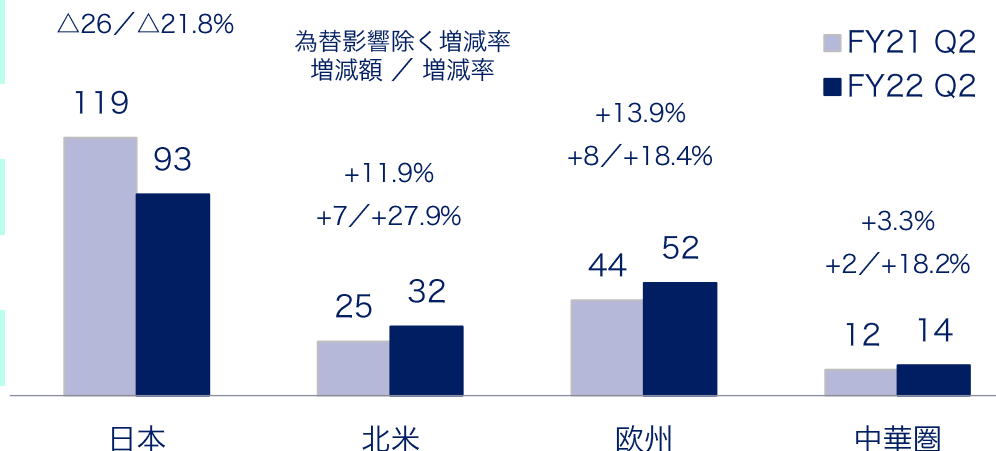
<第2四半期業績>

	FY21 Q2	FY22 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	234	235	+1	+0.4%
為替影響除く増減		224	△10	△4.4%
カテゴリー利益	45	40	△5	△11.4%
カテゴリー利益率	19.4%	17.1%	-	△2.3ppt

※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

- ◆ 日本の減収を他地域でカバーし、前年を上回る。第2四半期3ヶ月期間は、全ての地域で2桁増収となる+34.9%。
- ◆ 欧米でテニスシューズ・インドアシューズが好調。

カテゴリー利益

- ◆ 主に、日本の減収により減益。但し計画は大幅に上回る。
- ◆ 粗利率も計画は上回ったものの、物流費の増加等により45.3%(△1.2ppt)。

今後の取組み

- ◆ イガ・シフィオンテク選手(女子世界ランキング1位 7/25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継続的に実施。
- ◆ ワーキングシューズにおいて、ロングセラーモデルのリニューアル発売により、買い替え需要を促進しシェアを拡大。また、ワーキングシューズのファッションショーを実施し、潜在顧客へアプローチしていく。



スポーツスタイル (SPS)



GEL-SONOMA 15-50

15

<第2四半期業績>

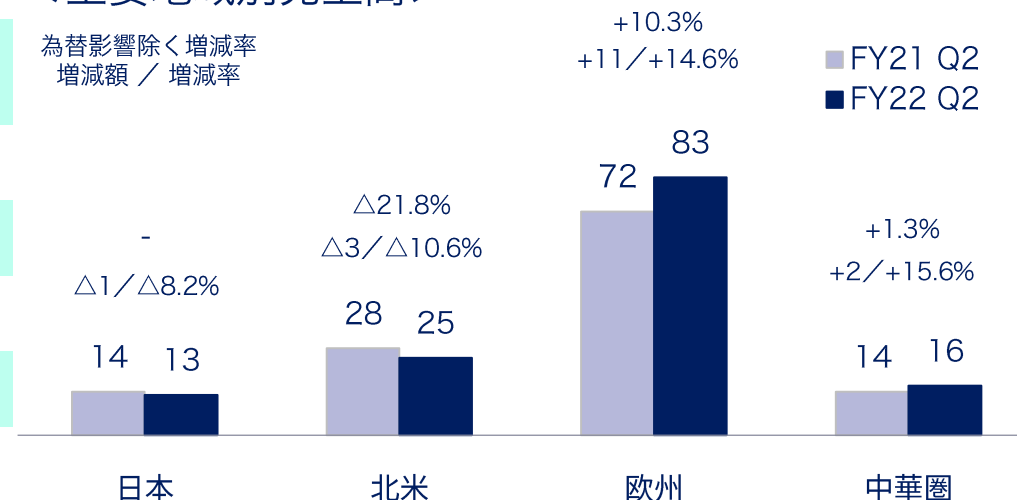
	FY21 Q2	FY22 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	171	185	+14	+8.2%
為替影響除く増減		172	+1	+1.1%
カテゴリー利益	29	31	+2	+6.0%
カテゴリー利益率	17.3%	17.0%	-	△0.3ppt

※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

- ◆ 工場稼働停止による供給制約が解消し前年同期比プラス、計画も超過。欧州、中華圏、東南・南アジアでは、2桁成長。
- ◆ 第2四半期3ヶ月期間では、前年同期比+25.8%と増収。特に欧州ではブランド認知が高まり、新商品と共にセルアウトが好調。

カテゴリー利益

- ◆ 粗利率は、工場稼働停止による供給制約や物流混乱で新商品販売時期が短期間となるも、日本、中華圏で改善し、48.9%(+0.4ppt)。
- ◆ カテゴリー利益は、欧州、中華圏での増収により、前年同期比、計画比共に増益。

今後の取組み

- ◆ 利益体質強化にむけた、高粗利率商品への注力や主力商品の価格変更を実施。
- ◆ 汎用性の高いコートモデルを拡充し、更なる女性客の取組み強化を図る。
- ◆ ストリートファッションで影響力のあるブランドやショップと協同し、新商品・キーアイテムの販売促進を図る。



アパレル・エキップメント (APEQ)

<第2四半期業績>

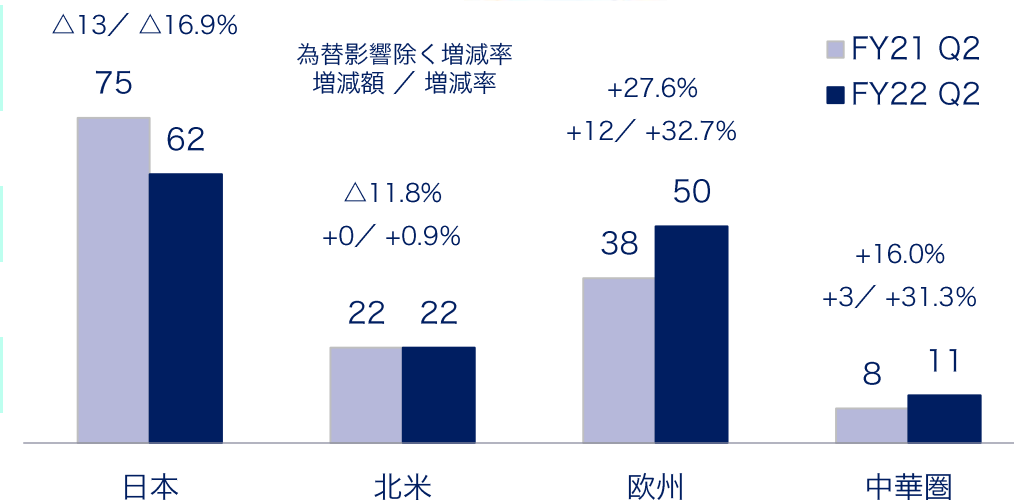
	FY21 Q2	FY22 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	167	171	+4	+2.7%
為替影響除く増減		164	△3	△1.9%
カテゴリ利益	2	0	△2	△88.1%
カテゴリ利益率	1.3%	0.2%	-	△1.1ppt

※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。

ACTIBREEZE TOP <主要地域別売上高>



(単位：億円)



売上高

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

カテゴリ利益

- ◆ 日本の減収により減益ながらも、ほぼ計画通りに推移。
- ◆ 粗利率は、日本、欧州で改善し、44.4%(+0.7ppt)。

今後の取組み

- ◆ オレゴン2022世界陸上競技大会で、アシックス史上最軽量シングレットの提供による機能性アピールとメディア露出により、ブランド認知の向上を図る。
- ◆ 基幹システムのデータを活用し、オムニチャネル化の推進によるDTCの成長を戦略的に実行する。



オニツカタイガー (OT)



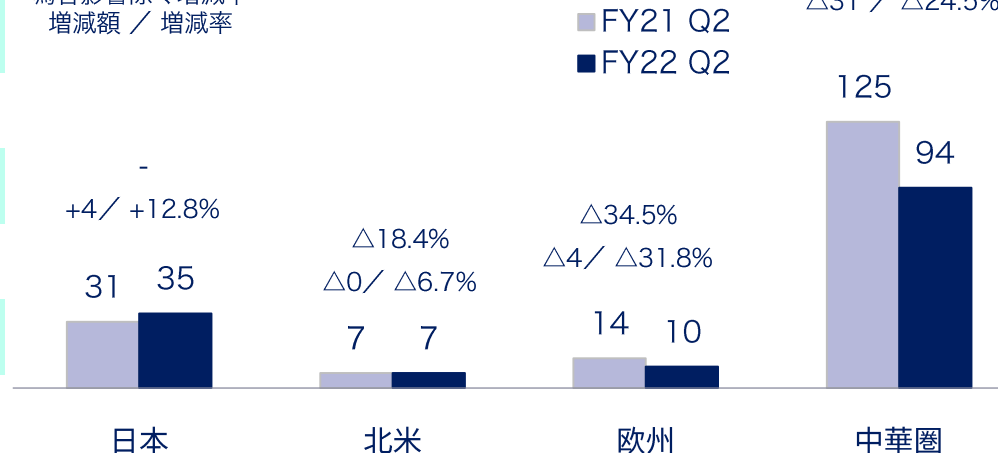
Serrano

<第2四半期業績>

	FY21 Q2	FY22 Q2	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	210	196	△14	△6.5%
為替影響除く増減		180	△30	△14.5%
カテゴリー利益	41	36	△5	△11.7%
カテゴリー利益率	19.5%	18.4%	-	△1.1ppt

<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

- ◆ 東南・南アジアでの売上が30億円(前年同期比2倍超)となったことに加え、日本でも増収。
- ◆ 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。

カテゴリー利益

- ◆ 東南・南アジアや日本で増益ながら、中華圏での減収により前年同期比減益。
- ◆ DTCへの注力等により粗利率は63.1%(+2.3ppt)。

今後の取組み

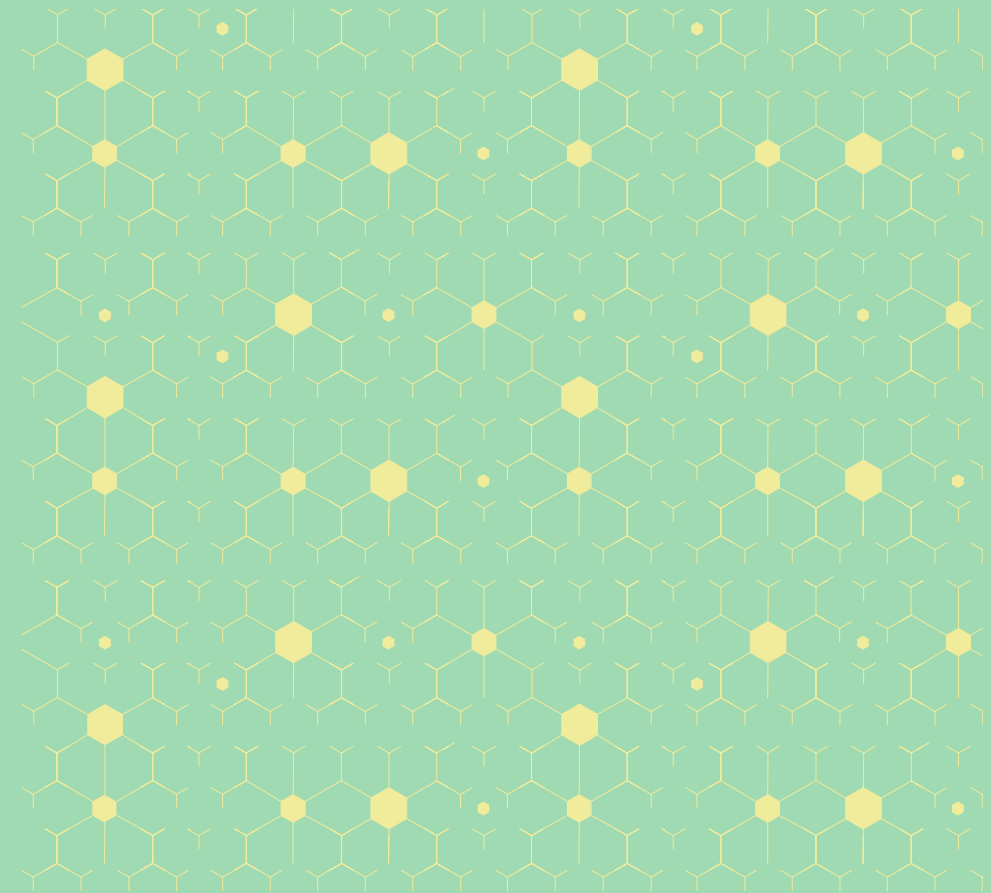
- ◆ 成長市場である東南・南アジア等でのラグジュアリーモール・フロアへの出店。
- ◆ 主要都市旗艦店でのブランドプロモーションイベントの開催、欧州ファッションイベントへの参加。
- ◆ インバウンド需要の回復、トラフィック増加に向けたマーチャンダイジング施策の実行。
- ◆ EC、アプリなどデジタルプラットフォームを活用した顧客体験のオムニチャネル化の促進。



3. 2022年12月期 第2四半期連結経営成績（地域別）

18

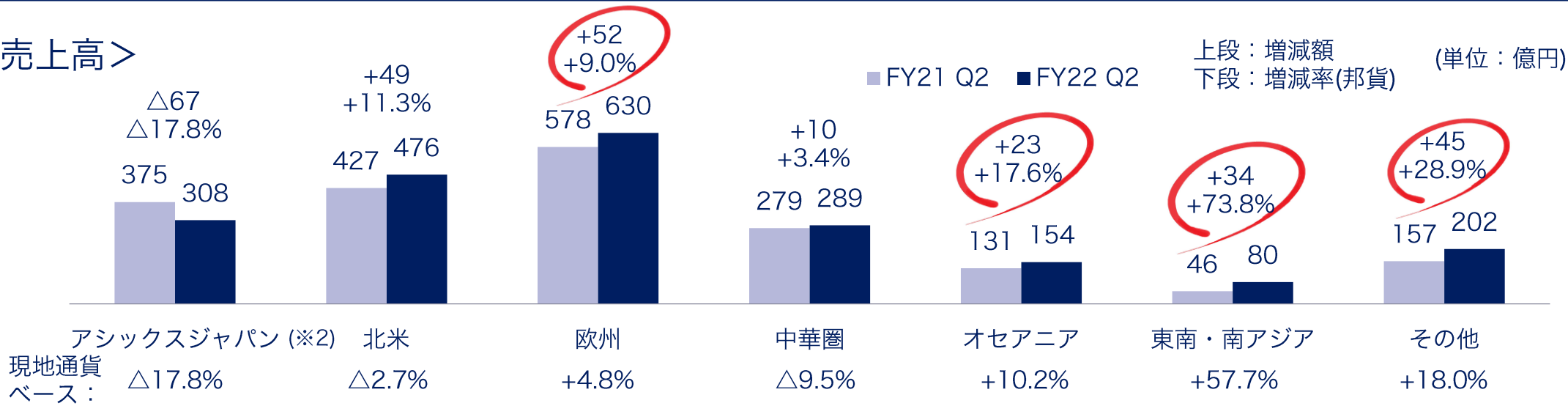
- ✓地域別連結売上高およびカテゴリー構成
- ✓連結営業利益内訳（地域別）
- ✓チャネル別売上高
- ✓月別・四半期別売上高



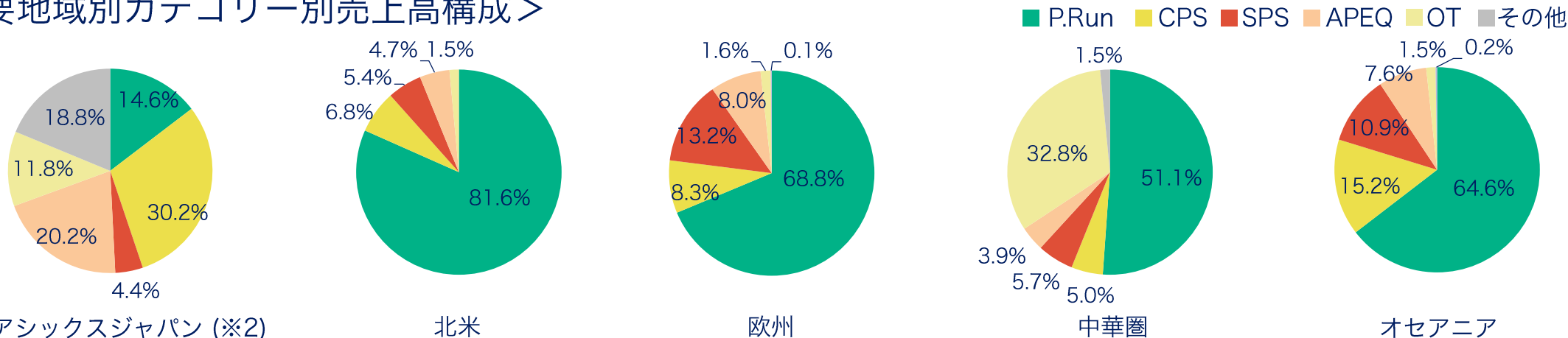
地域別連結売上高およびカテゴリー構成

- ✓ オセアニア、東南・南アジア等では前年同期比2桁の成長.
- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比でも、北米（+28%※1）、欧州（+35%）、中華圏（+55%）、オセアニア（+82%）、東南・南アジア（+45%）は大幅に増収.

<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、2022年12月期 第1四半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 577億円、当期 565億円であり、詳細につきましては決算短信に記載しております。

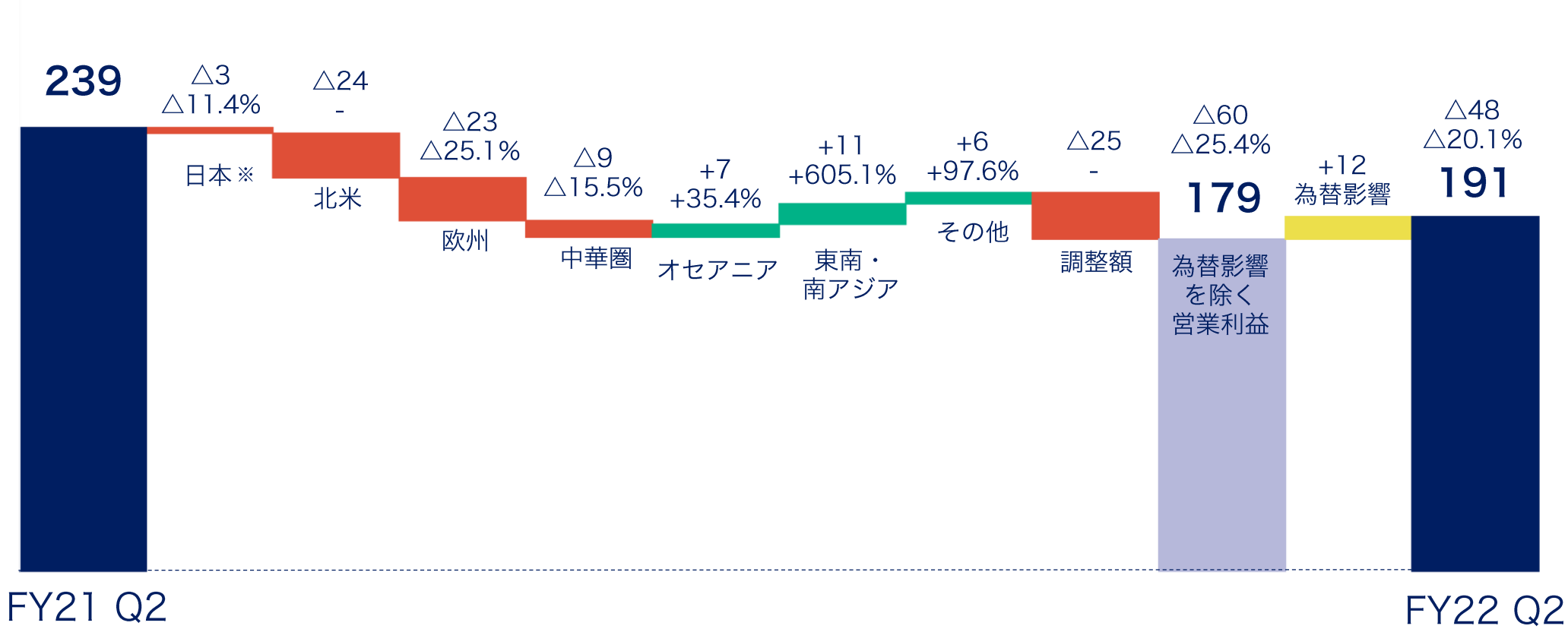


連結営業利益内訳（地域別）

- ✓ 前年の工場稼働停止の影響に加え、物流費の高騰や上海等におけるロックダウンもあり、前年比減益。但し、計画比は大幅に増益。
- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比で増益。地域別では、北米は赤字幅が16億円減少し、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。



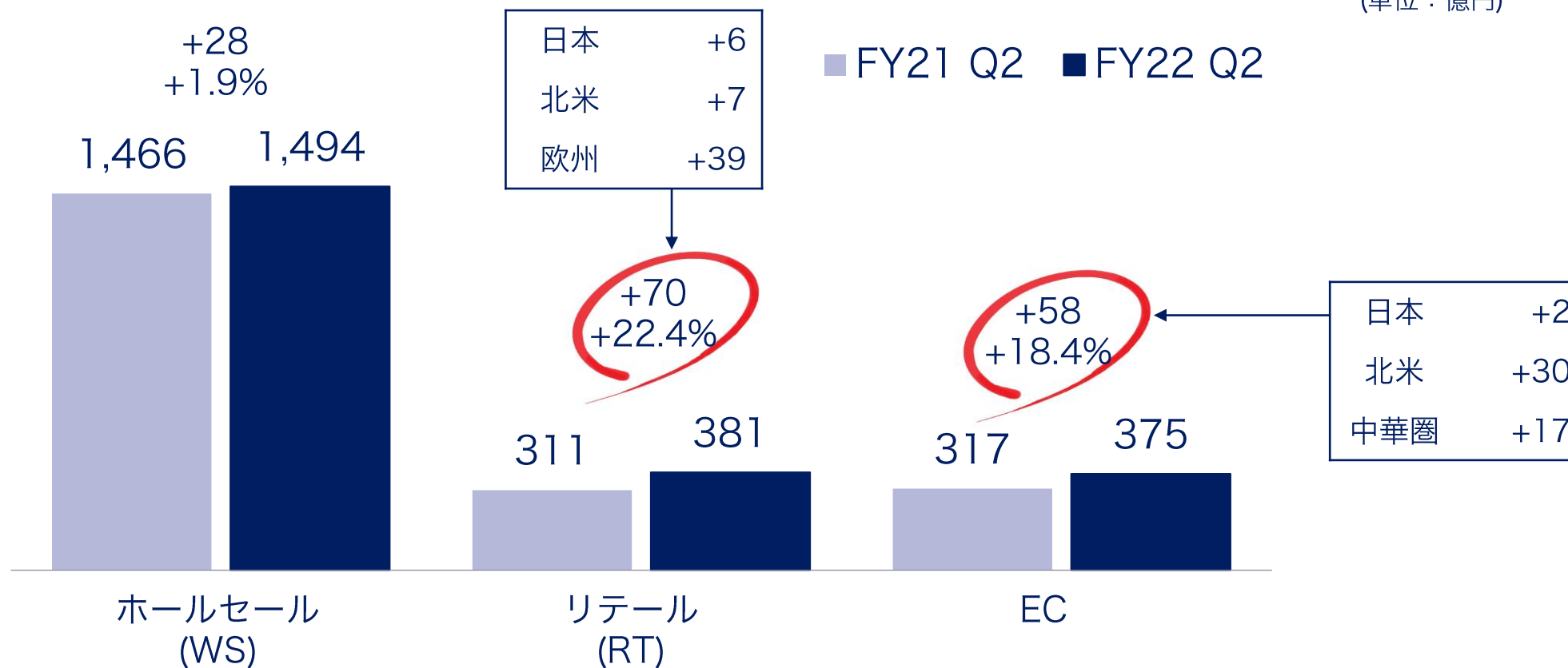
チャネル別売上高

21

- ✓ 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.
- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大前の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)



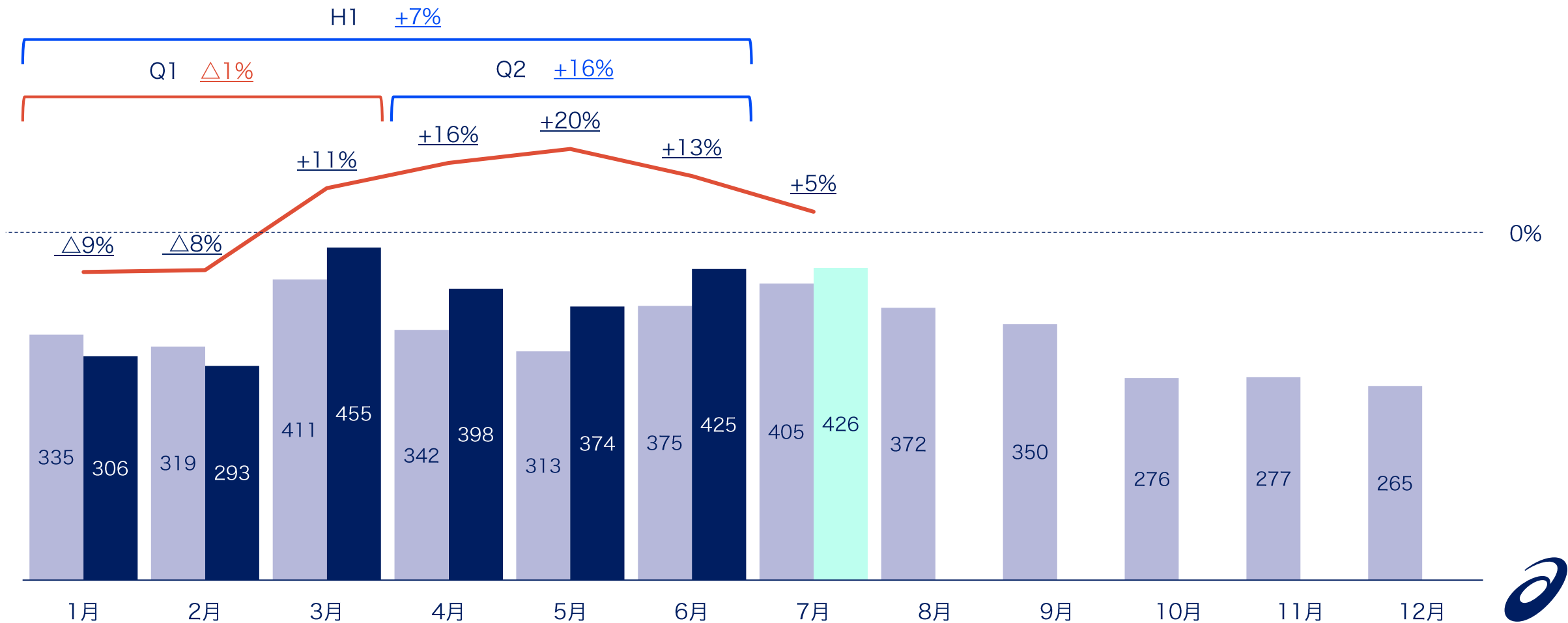
※自社ECサイトとマーケットプレイスはECに含み、ホールセールEリテラーはホールセールに含んでおります。



連結売上高（月別・四半期別）

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

- ✓ 各地での物流の混乱影響等により1月・2月は前年を下回るも、3月以降は増収が続く。
- ✓ 7月単月は+5%。中華圏が上海等のロックダウンから回復し+35%。北米、欧州等も増収。



※ 2022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。

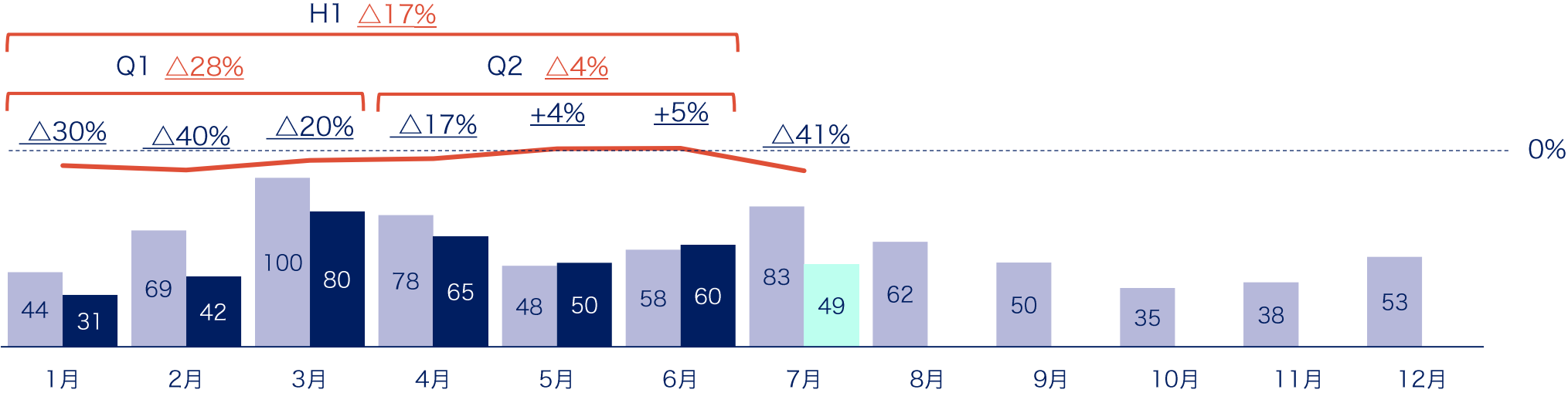


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

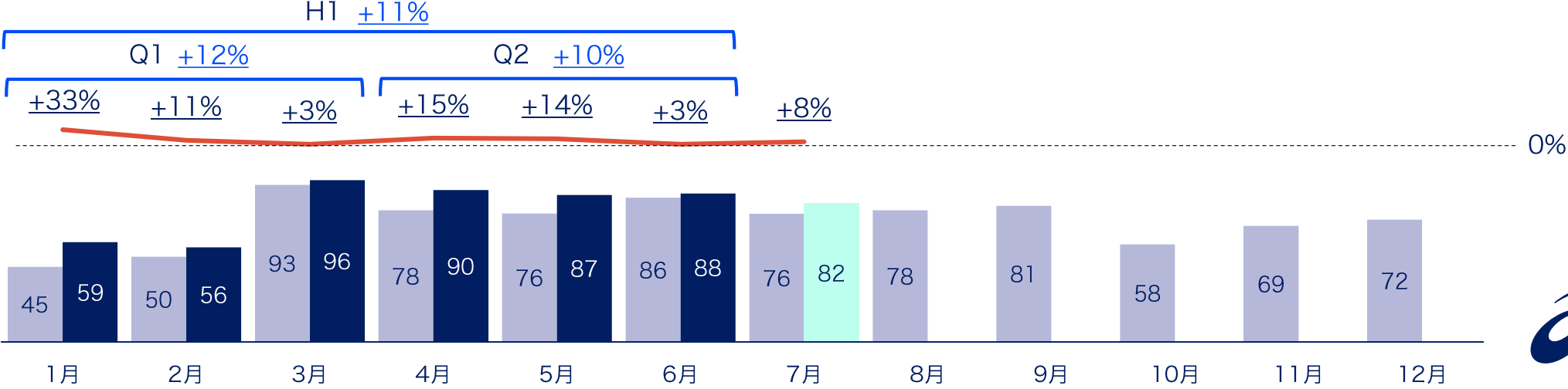
■ FY2022 ■ 売上速報 (単位：億円)
■ FY2021 — FY2021比%

- ✓ 日本：商品不足が続いていたが、5月・6月は新商品発売により増収。7月は前年の一時的影響もあり△41%。
- ✓ 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、7月も+8%。

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。

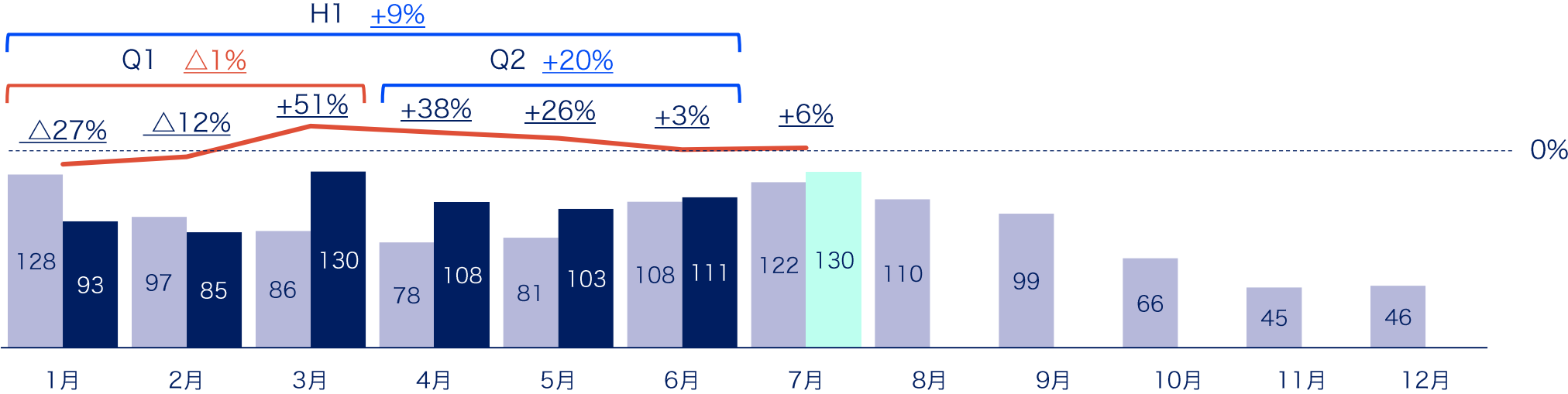


主要4地域の売上高（月別・四半期別）

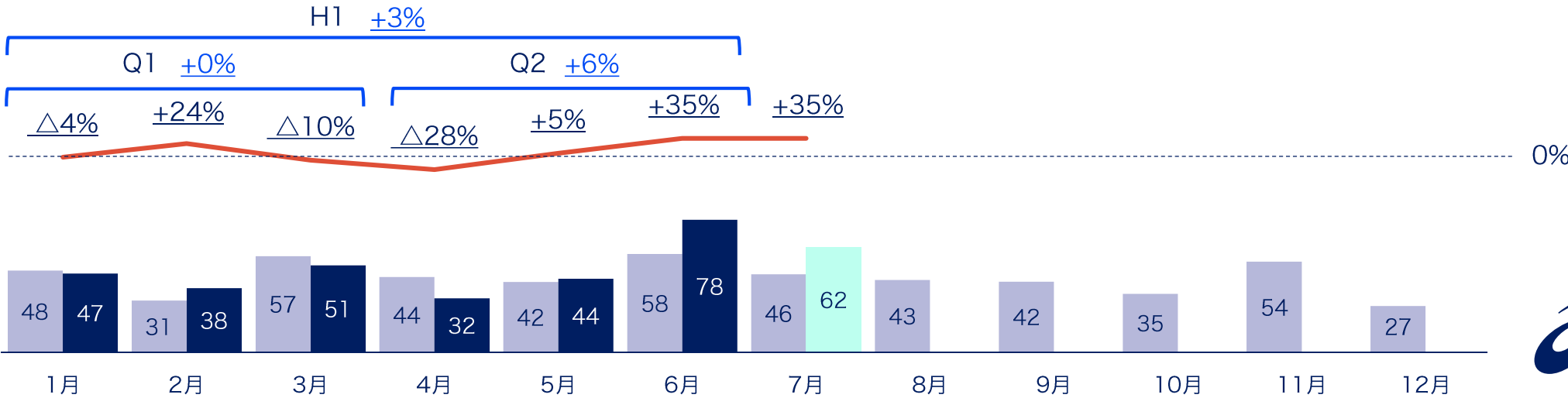
■ FY2022 ■ 売上速報 (単位：億円)
■ FY2021 — FY2021比%

- ✓ 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、7月も+6%。
- ✓ 中華圏：上海等のロックダウンから回復して増収に。6月・7月は+35%と2桁増収。

欧州



中華圏



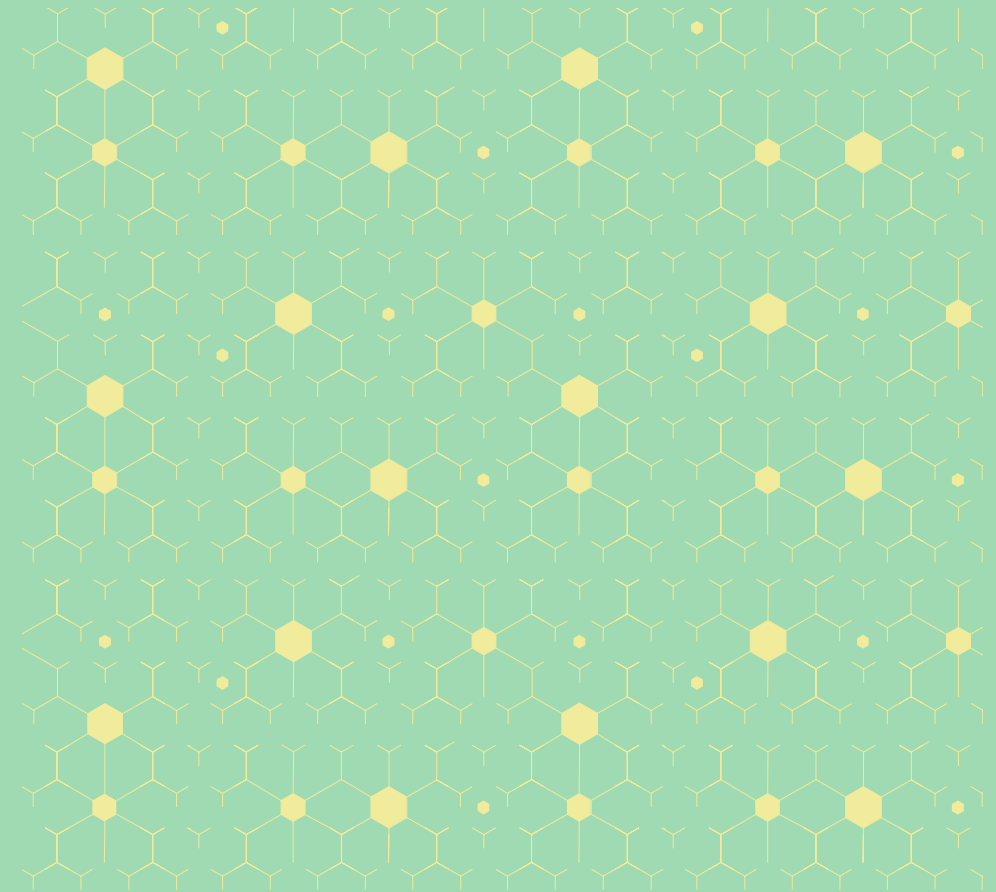
※ 2022年7月の売上高は速報データに基づいているため、確定データとは差異が生じることがあります。



4. 2022年12月期 第2四半期連結財政状態

25

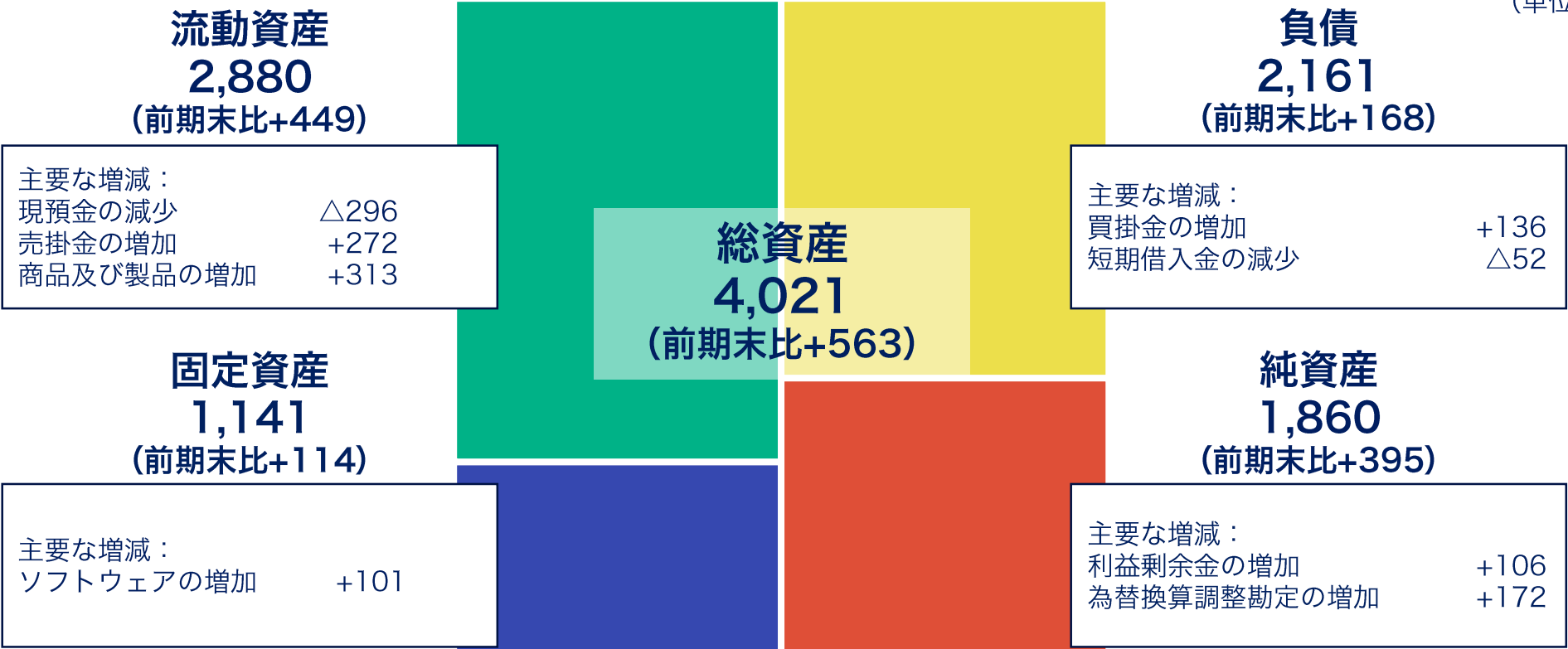
- ✓連結貸借対照表
- ✓連結CF（キャッシュフロー）
- ✓2022年12月期第2四半期 ROAツリー分解



連結貸借対照表

- ✓ 円安影響による各種資産の増加はあるものの、5月および6月における好調な売上もあり売掛金は増加。また、在庫の上昇もあり、現預金は減少。
- ✓ 自己資本比率は前期末比で3.9ppt改善。
- ✓ 当第2四半期在庫(1,131億円)は、前年同期残高(958億円)から為替影響による+131億円に加え、会計方針の変更による+17億円となり、これら影響を除くとほぼ同水準。

(単位：億円)

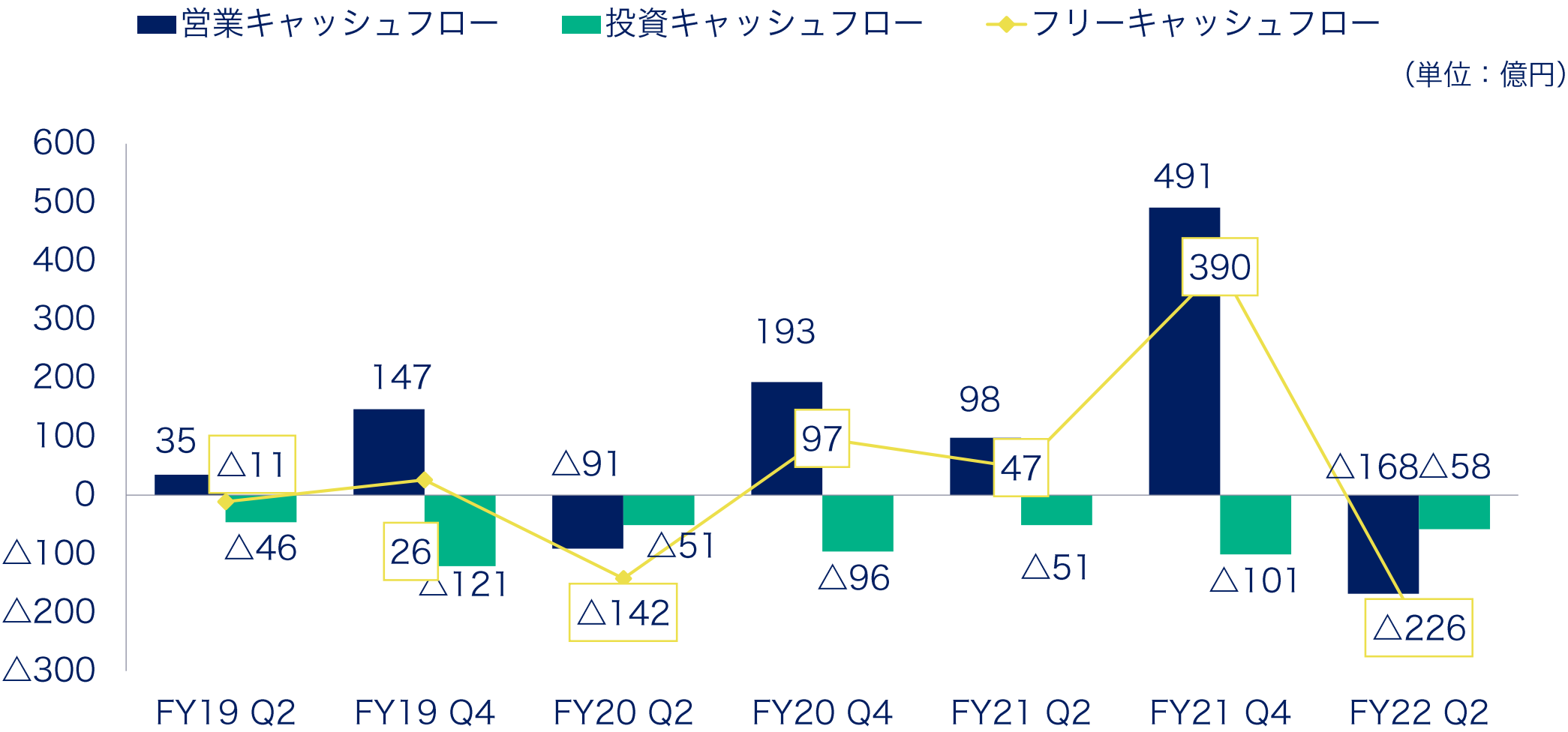


自己資本比率：46.1%
(前期末：42.2%)



連結CF（キャッシュフロー）

- ✓ 営業キャッシュフローは、好調な売上や在庫の積み増しもありマイナス。但し、5月および6月に積み上がった売掛金は第3四半期期間に回収予定。
- ✓ 着実な販売施策の実行や在庫コントロールの更なる強化等により、期末に向けて運転資本改善を目指す。



2022年12月期第2四半期 ROAツリー分解

28

- ✓ 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7.3%と昨年より良化.

<前年同期比>

FY21 Q2 : 2,094億円
FY22 Q2 : 2,250億円

FY21 Q2 : 1,040億円
FY22 Q2 : 1,135億円

FY21 Q2 : 279億円
FY22 Q2 : 315億円

FY21 Q2 : 126億円
FY22 Q2 : 136億円

FY21 Q2 : 121億円
FY22 Q2 : 133億円

FY21 Q2 : 289億円
FY22 Q2 : 339億円

FY21 Q2 : 3.2回
FY22 Q2 : 3.0回

FY21 Q2 : 4.2回
FY22 Q2 : 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 Q2 : 50.3%
FY22 Q2 : 49.5%

販管費率

FY21 Q2 : 38.8%
FY22 Q2 : 41.0%

利益体質の確立

Profit

資産効率の向上

Efficiency

ROA ※2
(年率換算)

FY21 Q2 : 7.2%
FY22 Q2 : 7.3%

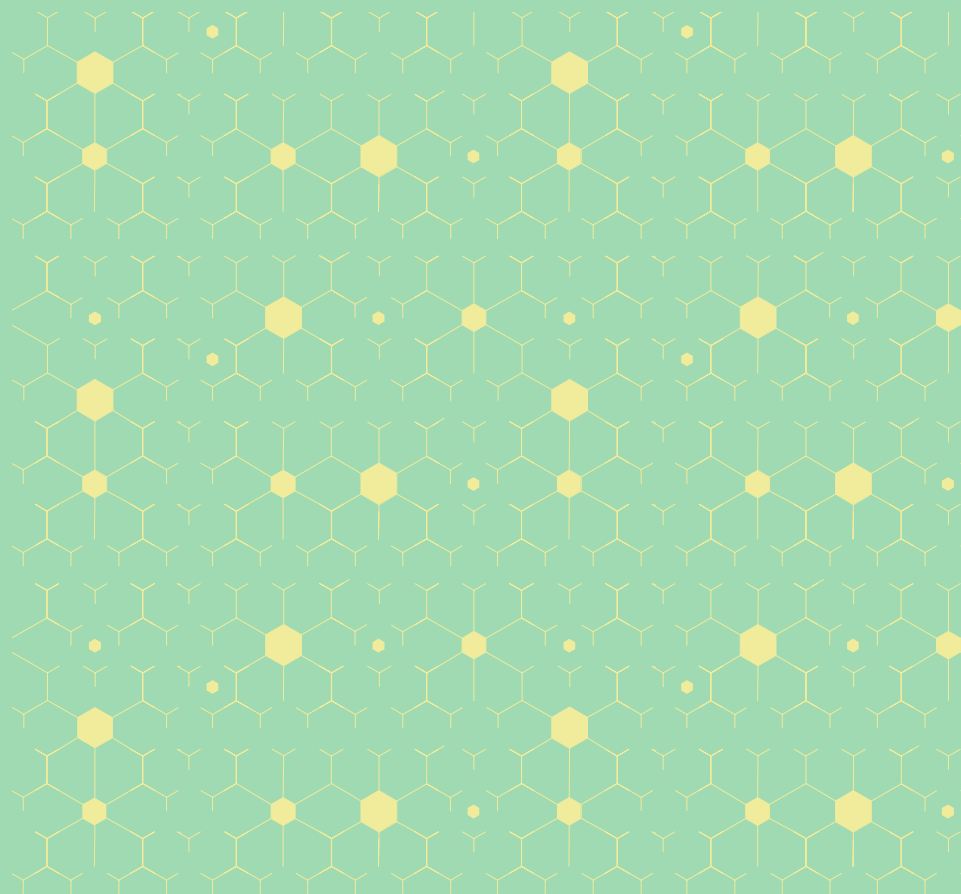
※1 社内目標として運転資本を設定しているため流動資産回転率ではなく運転資本回転率を記載しております。

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



5.2022年12月期 連結業績予想

29



2022年12月期 連結業績予想

(単位：億円)	2022年 前回予想	2022年 今回予想	増減	2021年 実績	前期比
売上高	4,200	4,600	+9.5%	4,040	+13.8%
営業利益	230	270	+17.4%	219	+23.0%
営業利益率	5.5%	5.9%	+0.4ppt	5.4%	+0.5ppt
経常利益	225	260	+15.6%	221	+17.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	135	180	+33.3%	94	+91.4%

配当金	中間	期末	通期
前回予想	16.0円	16.0円	32.0円
今回予想	16.0円	16.0円	32.0円

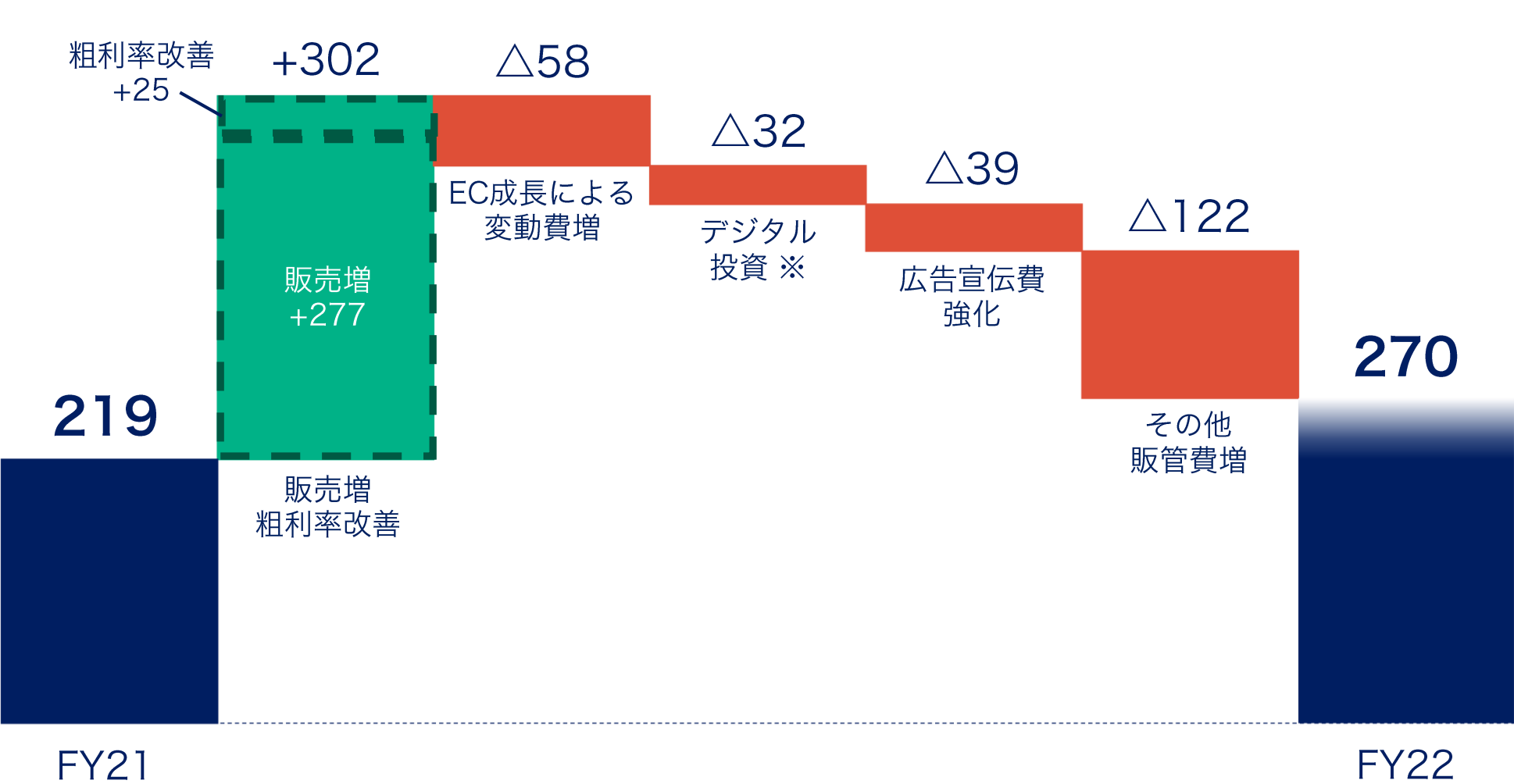
為替レート	USD	EUR	RMB
前回予想	105.00円	125.00円	17.00円
今回予想	125.00円	132.00円	19.00円

- ✓ パフォーマンスランニングやコアパフォーマンススポーツが牽引し、売上高・利益共に上方修正.
- ✓ 現状の為替市場を勘案した為替レートの見直し.
- ✓ 販売子会社の好業績による親会社の増益に伴う繰延税金資産見直しを見込み、当期純利益は30%超の上方修正.



2022年12月期 連結営業利益予想増減：要素別

(単位：億円)



※ ASICS DIGITAL・Race Rosterにおける人件費・経費増



2022年12月期 連結業績予想：カテゴリー別

32

(単位：億円)		2022年 前回予想	2022年 今回予想	増減	2021年 実績	今回予想 vs 2021年
P.Run	売上高	2,230	2,540	+14%	2,082	+22%
	カテゴリー利益	435	480	+10%	426	+13%
CPS	売上高	415	465	+12%	413	+13%
	カテゴリー利益	50	60	+20%	50	+20%
SPS	売上高	345	375	+9%	332	+13%
	カテゴリー利益	50	50	-	43	+16%
APEQ	売上高	345	345	-	341	+1%
	カテゴリー利益	0	△5	-	△1	-
OT	売上高	445	445	-	385	+15%
	カテゴリー利益	70	65	△7%	48	+34%



2022年12月期 連結業績予想：地域別

33

(単位：億円)		2022年 前回予想	2022年 今回予想	増減	現地通貨 ベースの 増減	2021年 実績	今回予想 vs 2021年	現地通貨 ベースの 増減
日本 地域	売上高	1,080	1,110	+3%	-	1,099	+1%	-
	営業利益	35	40	+14%	-	11	+235%	-
北米 地域	売上高	870	1,060	+22%	+2%	861	+23%	+8%
	営業利益	10	0	-	-	8	-	-
欧州 地域	売上高	1,170	1,235	+6%	+0%	1,066	+16%	+14%
	営業利益	100	105	+5%	+0%	108	△3%	△5%
中華圏 地域	売上高	610	635	+4%	△7%	525	+21%	+8%
	営業利益	100	95	△5%	△15%	91	+4%	△7%
オセアニア 地域	売上高	230	295	+28%	+14%	247	+19%	+9%
	営業利益	30	40	+33%	+18%	33	+19%	+9%
東南・南アジア 地域	売上高	130	160	+23%	+11%	109	+47%	+33%
	営業利益	10	20	+100%	+78%	9	+107%	+89%

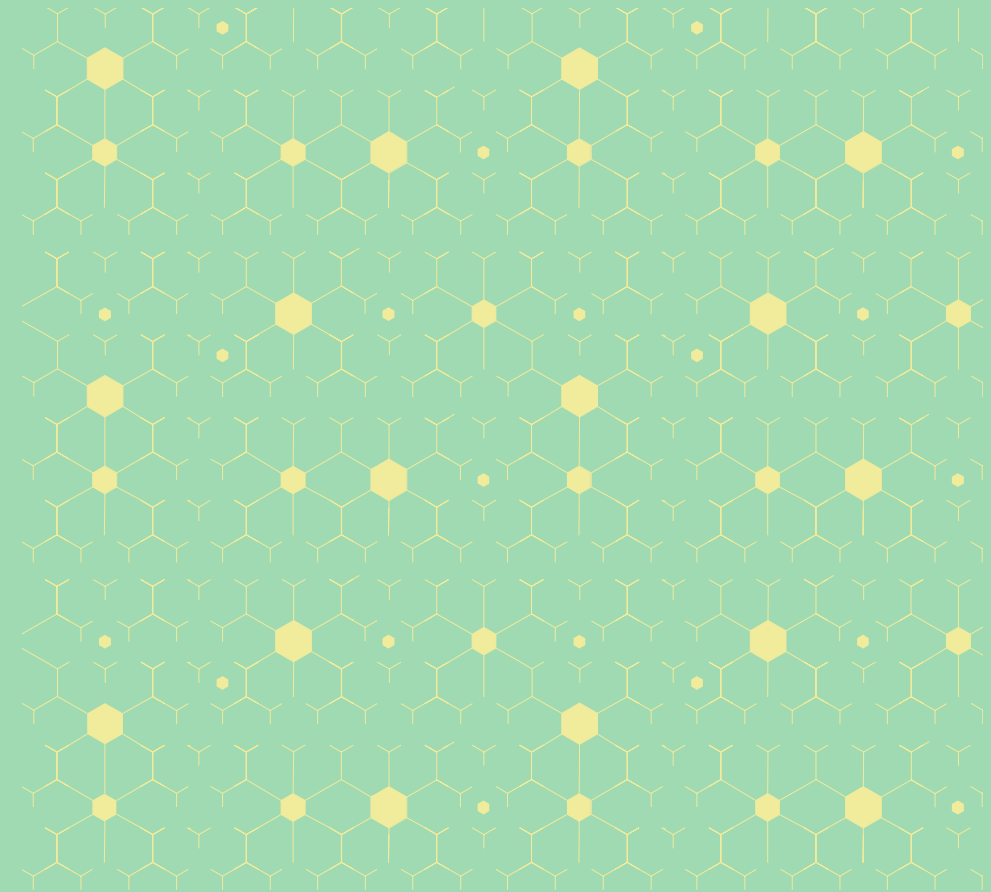


6.その他

34

✓サステナビリティにおける取組み

✓IRカレンダー



サステナビリティにおける取り組み

- ✓ 事業活動を通じたサステナブルな社会を実現する。
- ✓ 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

②2030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)	開示・外部評価など
✓ 世界の人々における運動とメンタルヘルスの関係性を調査した「ASICS State of Mind Index」を公開. ✓ 独自のシステム「Mind Uplifter」のデータから、1日あたり「約15分9秒」の運動が精神状態にポジティブな影響を与える可能性があることを発表. 「15:09 Uplift Challenge」キャンペーンを実施.	✓ 環境省「令和3年度サプライチェーンの脱炭素化推進モデル事業」における当社の取り組みが「SBT等の達成に向けたGHG排出削減計画策定ガイドブック」に掲載. ✓ サプライチェーンにおけるCO₂削減推進のため、当社の環境方針と整合した「グリーン調達方針」を策定し、戦略工場に発信.	✓ サステナビリティレポート2021を発行. ✓ コーポレートサイトをよりわかりやすい構成にリニューアルし、優先トピック（人権・気候変動）のアクセス性を向上. ✓ ESG指標 MSCIのAA評価（上位30%以内）を3年連続して獲得.



主な予定			
2022年12月期 第2四半期決算	8月12日	15:00 15:30	決算発表 決算説明会 報道機関向け
	8月15日	15:00	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 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	11月22日	15:00-16:00	テーマ：ランニングエコシステム
2022年12月期決算	2023年2月	未定	決算発表 決算説明会 報道機関向け
	2023年2月	未定	決算説明会 機関投資家、アナリスト、報道機関向け



