

第13回インベストメントデイ パフォーマンスランニング戦略

株式会社アシックス
2025年11月20日

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

開会のご挨拶

代表取締役会長CEO 廣田康人



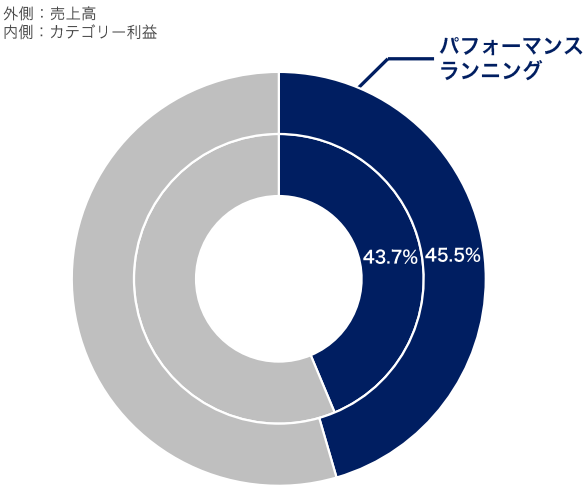
皆さまこんにちは。アシックスの廣田です。
本日はご多用の中、インバースメントデイへのご来場、
あるいはWEBでのご視聴、誠に有難うございます。

最初に、このたび、アシックスはIR優良企業大賞を受賞することが出来ました。
これもひとえに皆様の日ごろからのアドバイス、ご指導、ご支援のたまものと
考えております。有難うございました。
今後ともIRを充実させ、企業の成長に結びつけて行きたいと考えております。
よろしくお願い申し上げます。

アシックスにおけるパフォーマンスランニングの位置づけ

2025Q3 アシックス連結業績

- 1 アシックスブランドの象徴
- 2 売上高・営業利益の約半分を占めるコア事業
- 3 イノベーションの源泉



本日のテーマはパフォーマンスランニング戦略です。
 アシックスにおいてパフォーマンスランニングは売上、利益ともに約半数を占める
 コア事業です。
 この基幹事業の概要について責任者の森安よりご説明させていただきます。

インバウンド売上高

日本地域におけるインバウンド売上高

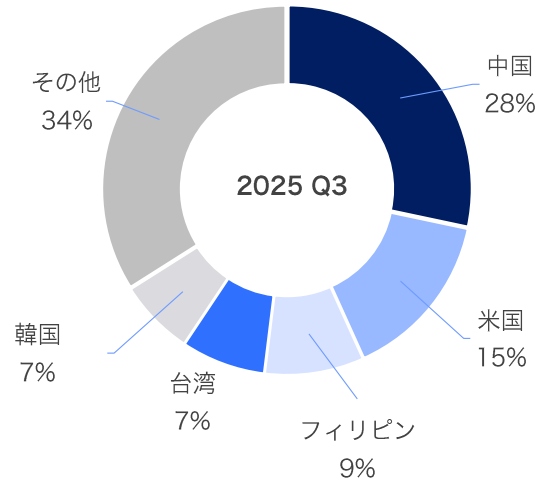
2025 Q3累計 328億円

2024 Q3累計 165億円

先週末（11/15-16）の売上速報

前週対比で+3%と大きな変動は無し

インバウンド売上高 地域別内訳



※直営店におけるPOSデータのパスポート別内訳

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

4

森安の説明に入る前に、皆様から多くのお問い合わせを頂いております
インバウンドの売上高についてお話しします。

2025年1月から9月までのインバウンド売上高は合計で328億円でした。

右側のグラフにお示しました通り、多様な地域の方にご購入いただいております。

先週末の売上も確認しておりますが、前週比でプラス3%と

大きな変動はなく引き続き好調に推移しています。

本日はパフォーマンスランニング戦略がテーマですので、本件についてご質問の
ある方は、インバーストメントデイ終了後にIRチームまでご連絡ください。

最後に、先の決算説明会でもご質問を受けておりますCFOの林の
人事異動について改めて私からご説明させていただきます。

中国はアシックスにとって非常に重要な市場であり、また生産基地でもあります。
同時に地政学的リスクも伴う地域であります。

こうした重要戦略地域において林には更にアシックスのブランド価値を高め、
継続的に成長していく戦略を立案実行していただきたいと思いますと考えております。
中国におけるアシックスの成長を大いに期待して頂きたいと思っております。

林が異動した後の財務・経理・IR・サプライチェーンなどについては私、また富永の
指揮の下、更なる質の向上、内容の充実を図ってまいります所存です。

では森安さん、お願いします。

パフォーマンスランニング

5

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

こんにちは、パフォーマンスランニングフットウェア統括部の森安と申します。

本日は、皆様にパフォーマンスランニングの事業についてご説明できること、
非常に嬉しく思っております。

アジェンダ

1. パフォーマンスランニング事業概要
2. 製品開発における強み
3. 2025年 マーケットシェアNo.1
4. 更なる成長に向けて

私からは、こちらの4点についてご説明させていただきます。

まず最初に、パフォーマンスランニングカテゴリーの事業概要について
次に製品開発における強みについて

3つ目に2025年 マーケットシェアNo.1を目指した取り組みと現状について
最後に2026年以降の更なる成長機会について説明いたします。



1. パフォーマンスランニング 事業概要

7

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

まずはパフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーの事業概要についてです。

パフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーで No.1プレミアムブランドになる



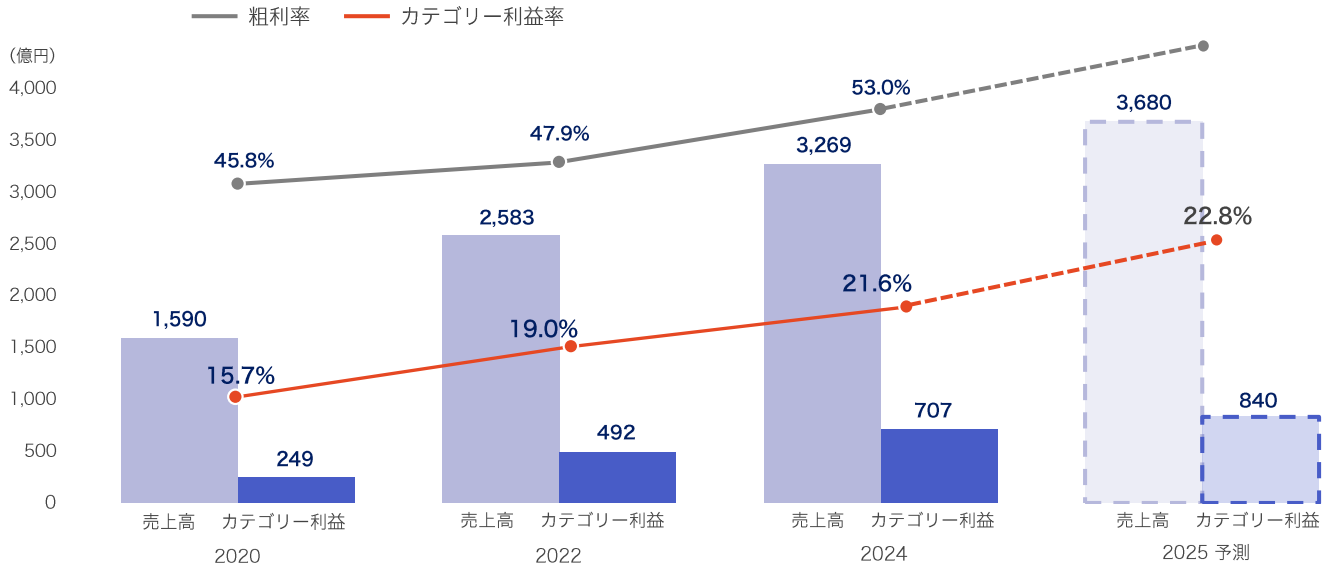
8

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

私たちは、パフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーで
No.1プレミアムブランドになる、ということをビジョンとして
事業を進めております。

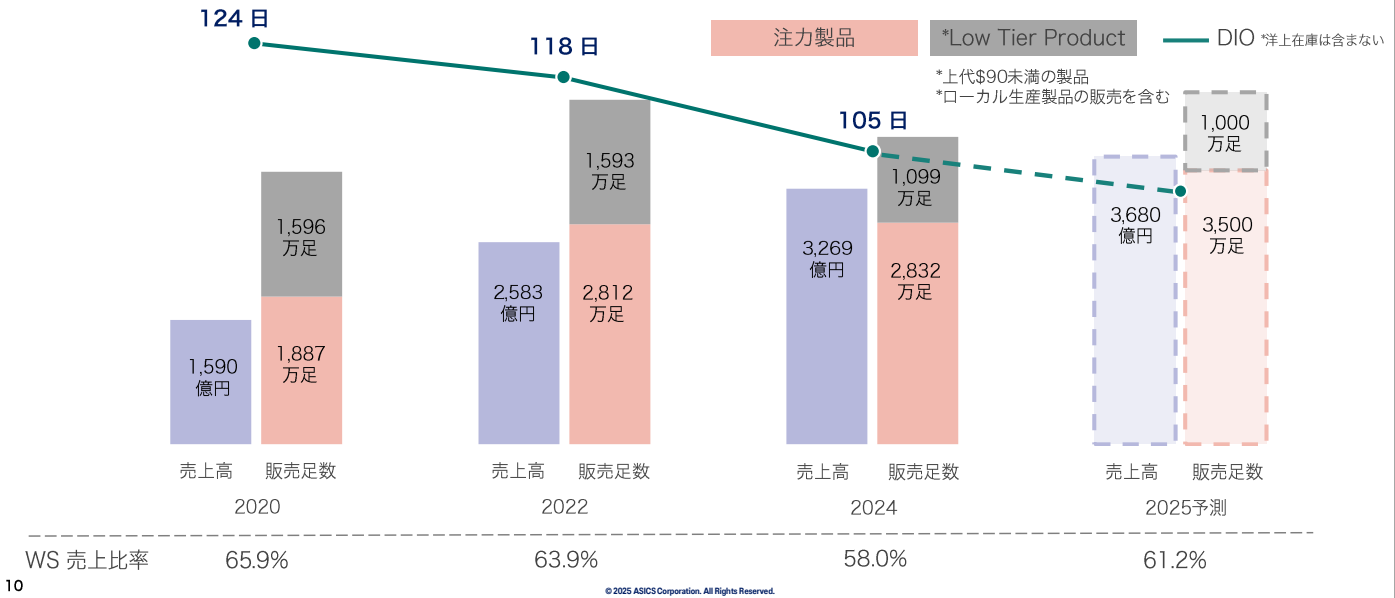
プレミアム、という言葉にある通り、
付加価値の高いランニングシューズ開発を通して、
最高のランニング体験をランナーの皆様に届けていきたい、
という想いも込められております。

2020年以降、毎年増収増益を達成。特に利益率の大幅な改善を実現。



こちらは、2020年から直近2025年までの
パフォーマンスランニングカテゴリーの業績を示しております。
2025年は、売上高3,680億円、カテゴリー利益840億円を見込んでおります。
ご覧の通り、2020年以降、増収増益を達成し、
粗利率とカテゴリー利益率につきましても大幅に改善してきました。

低収益なLow Tier Productの販売を戦略的に絞り込んだことにより販売単価が上昇 需要予測精度の向上に注力したことでDIOを短縮



こちらのスライドでは、利益率改善のために行ってきた取り組みの例を示しています。

青の棒グラフが売上高、右側の積み上げの棒グラフが販売足数を示しており、赤色が我々が特に注力している販売価格\$90以上の付加価値の高い製品の販売足数を表しています。

具体的にはKAYANO・NIMBUS といった、主力商品が含まれます。

一方でグレーは販売価格\$90未満のLow Tier Productの販売足数を表しています。

販売価格\$90以上の製品販売に注力したことにより、販売足数の構成が変化していることがご確認いただけると思います。

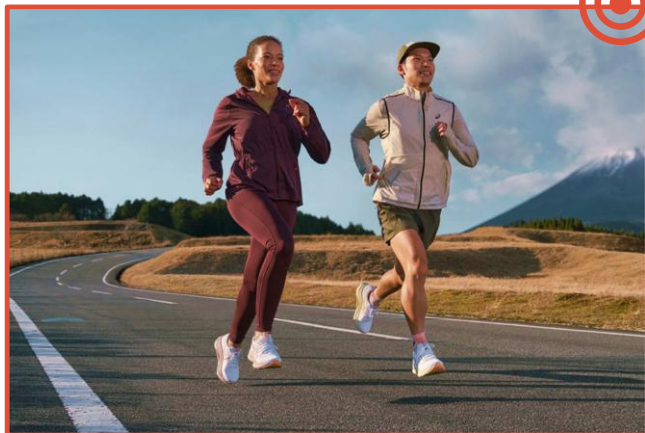
また販売アイテムの変化に加え、在庫管理体制の強化も進めてまいりましたので、緑の折れ線グラフのように2020年以降、

パフォーマンスランニングカテゴリーのDIOを短縮できております。

これらの結果、低収益商品や必要以上の値引きをコントロールする体制が整い、粗利率改善に繋がってきたと考えております。

「コアランニング*」 マーケットで勝つ

*主にランニング用途として購入されるランニングシューズ



私たちがターゲットとして注力している市場について、説明いたします。

ランニングシューズの市場はこちらに示しておりますように使用用途によって、大きく2つ分けることができます。

具体的にはお客様の中には、シューズをランニング目的で使用される方もいれば、普段履きや街履き用として購入される方も含まれます。

我々のカテゴリーでは、商品と共にランニングの価値をお客様に届けるために左側の写真のようにランニング目的で使用するお客様をメインのターゲットとして取り組みを進めており、この市場で勝つことを目標にしております。

以下、この市場を「コアランニング」マーケットと称してご説明いたします。

日本・米国・欧州 合算
ランニングシューズ 市場規模
(2024年)

Total Addressable Market
約1兆8,500億円

ASICS
Share
10%

ランニングシューズ市場は
COVID以降急激に拡大し
直近2年間で年率約7%で成長中

ターゲットとしている
販売価格\$90以上のコアランニング市場は
直近2年間で年率約17%で成長中

Source: The Circana Group, Consumer Panel, US, EU5, & JP Combined, Total Running - Adult & Kids (14+), Value Share, Jan - Dec 2024

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

左側は、日本・米国と、欧州の主要5か国を合算したランニングシューズの市場規模を表しております。

Circana社のデータによるとランニングシューズ市場は、2024年時点で、およそ1兆8,500億円ほどの規模があるといわれています。

その中で、現在アシックスのシェアは全体の10%ほどになります。

近年のランニング市場の動向をスライド右側にまとめております。

ランニングシューズ市場そのものは直近2年間で年率約7%で成長中です。

また、私たちが注力している販売価格\$90以上のコアランニング市場は同じく直近2年間で年率約17%成長しており、COVID以降、非常に勢いがある市場であると捉えております。

COVID以降、ランニング人口が急激に拡大 インド等の新興国市場ではランニングブームが発生

世界のランナー人口（推計）

Source：自社調べ



インドのロードレース大会数

Source：プロカム社



こちらはランニング人口に関する情報になります。

COVID以降の健康意識や運動意識の高まりが顕著で、
自社調べにはなりますが、世界では現在およそ15億人強の方が
ランニングをしていると考えております。

こちらインドの例ですが、2004年時点で2大会であったロードレース大会が
2024年には1,700大会にまで拡大しているといわれています。

このように新興国地域では、人口拡大や一人当たりGDPの成長が見込まれ、
健康や運動への意識の高まりから、ランニングの人气が更に高まってくると
考えています。

今年初めて日米欧合算ターゲット市場においてNo.1を獲得

*コアランニング 大人 , +\$ /€ 90 以上

日本・米国・欧州合算 ターゲット市場*における
のマーケットシェア

2022年	2023年	2024年	2025年 9月末時点
No.3	No.3	No.2	 No.1 (17.4%)

Source: The Circana Group, Consumer Panel, US, EU5, & JP Combined, Core Running Adult, Value Share, Jan – Sept 2025 v. FY2022, FY2023, & FY2024

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

こちら、ターゲット市場としている、販売単価\$90以上の
コアランニング市場におけるアシックスマーケットシェアの順位の推移を
示しております。

日本・米国・欧州を合算した結果になります。

2025年、9月時点の結果では、ここ数年で初めて、
No.1のマーケットシェアを獲得することができましたので、
これまでの取り組みがお客様に支持いただけるようになってきたと
考えております。

A woman with dark hair and bangs, wearing a purple t-shirt, is shown from the chest up, looking slightly to the right. To her right, a pink and white ASICS sneaker is shown in profile. The background is a light, hazy blue.

2. 製品開発における強み

15

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

これまでの成長については様々な取り組みが奏功してきていると考えておりますが、中でもアシックスの製品の進化が大きなドライバーとなっていると捉えております。

ここでは、我々が考える製品開発における強みについてご説明いたします。

絶え間ない製品進化を実現するための当社独自の製品設計哲学

1. User Testing



2. Science



3. Innovation



4. Sustainability



© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

まずは、私たちの製品の設計哲学であります

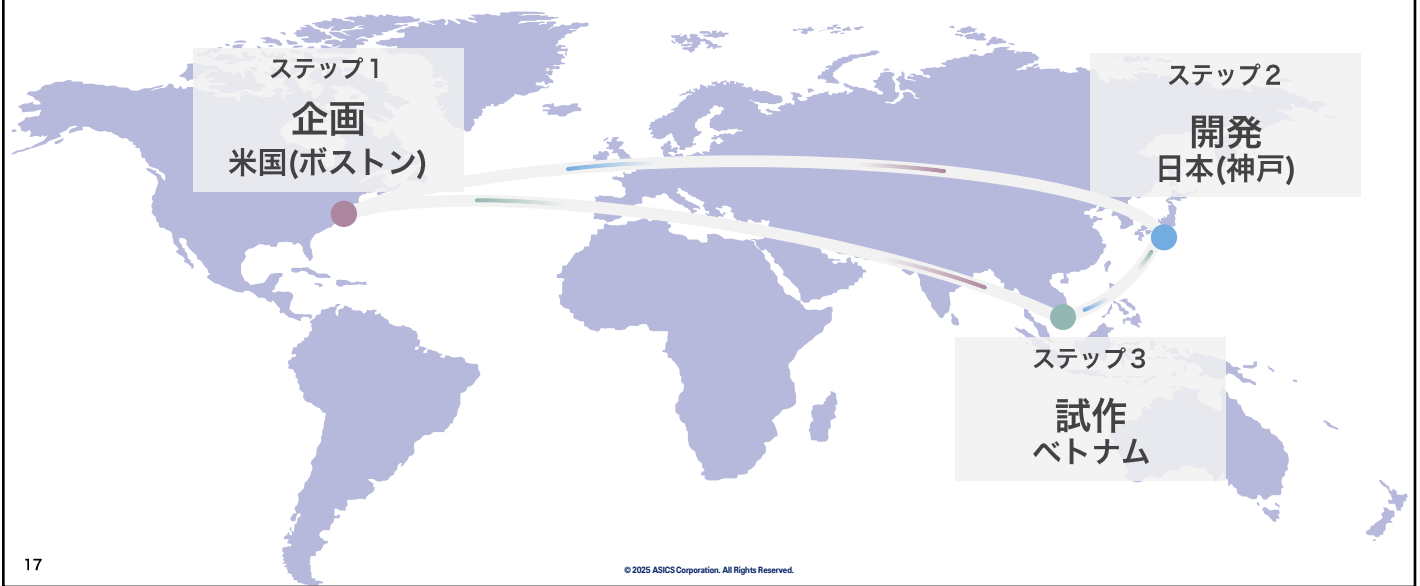
ASICS DESIGN PHILOSOPHYについてご説明します。

我々の製品設計においては、ヒューマンセントリックサイエンス(人間中心の科学)のアプローチを重視しています。

ランニングシューズにおいては、まずランナーの声を聞き、そこから得られた知見を基に、科学的な見地から分析を進め、イノベーションに繋がるコンセプトとサステナビリティの観点から製品開発を進めます。

これがASICS DESIGN PHILOSOPHYで、優れた製品を絶え間なく、再現性を持って進化させるための当社独自の製品設計哲学となります。

イノベーションを起こすための組織横断型協働体制をグローバルで構築



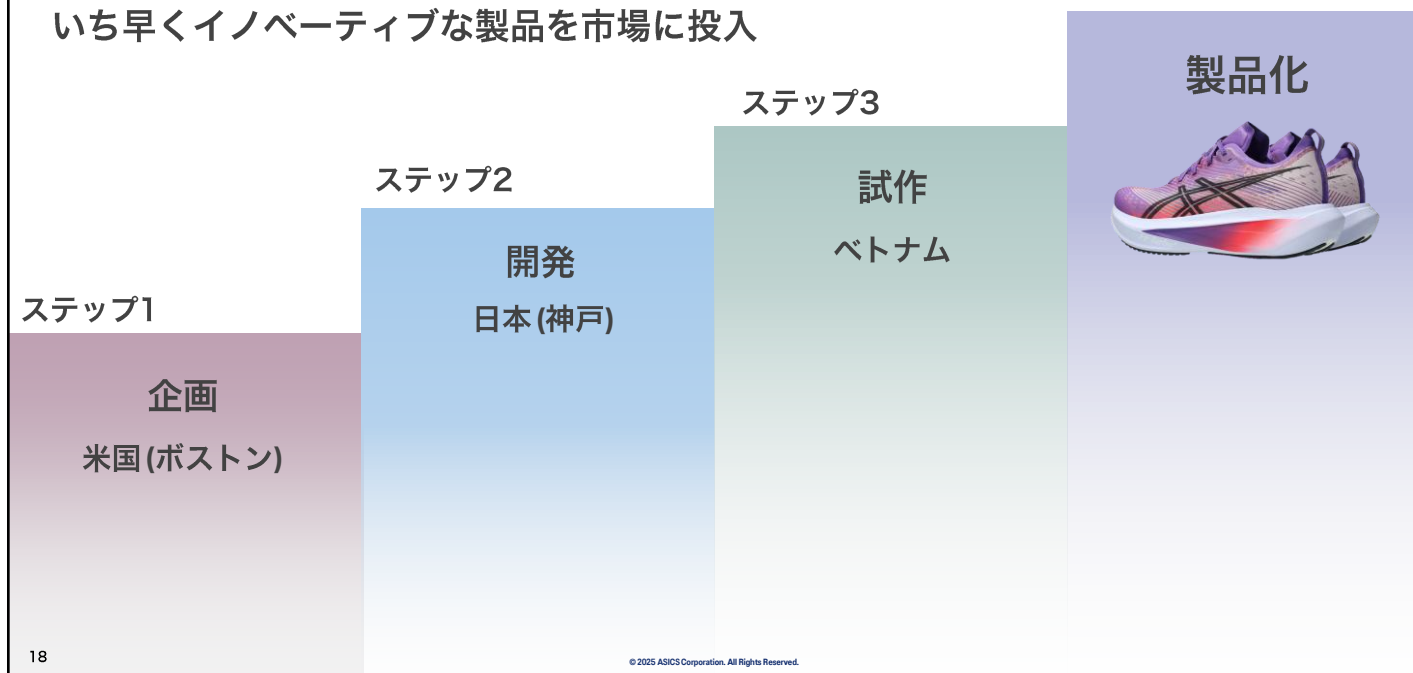
その中でも特にイノベーションについてはプロセスや組織の構築が必要不可欠だと考えており、グローバルで通常のチーム体制とは異なる組織横断型の協働体制を構築しています。

ボストン、神戸、ベトナムに拠点を設けそれぞれが役割と責任を持ちながら相互に連携できる体制です。

ボストンではランナーの声を基にお客様の分析と、サイエンスによる仮説付けなどを行いながら、イノベーティブな企画及びデザインの立案を、

神戸では、その企画を実現するためのイノベーティブな製品の開発を行い、ベトナム拠点のメンバーと共にプロトタイプ of 作製に取り組んでおります。

PDCAサイクルを高速で回し続け
いち早くイノベティブな製品を市場に投入



私たちは、イノベティブな製品を
いち早く市場に投入することが大切だと考えています。
企画・開発・試作の各ステップでの検証を高速で行いながら、
製品化を進めております。

MEGABLASTに続き、 各サイロで継続的にイノベティブな製品を投入する予定

【MEGABLAST】

2025年9月 販売開始

軽量で反発性に優れた新ミッドソール材 "FF TURBO SQUARED"を
使用しさらに進化した弾むようなランニング体験を提供
※ "FF TURBO"と比較し、約32.5%反発性が向上

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

2026年以降、各サイロを代表するような
イノベティブな製品を積極的に投入予定

STABILITY

快適性を追求しながら安定感のある走り

CUSHION

ソフトで快適な走り心地

BOUNCE

反発性に優れた弾むようなランニング

SPEED

レースでの記録更新

TRAIL

トレイル環境に適した操作性や
グリップ性

このプロセスを経て、通常よりも開発リードタイムを4分の3に短縮し市場投入された
商品が9月に発売されたMEGABLASTという反発性に優れたシューズになります。
発売後2か月ほどになりますが、各地域からご好評いただいております。
この流れを途絶えさせることなく、2026年以降も引き続き、
我々が考える製品のサイロを代表するような
イノベティブな製品を投入していく予定ですのでご期待ください。

ビギナーランナーからシリアスランナーまでフルラインナップで製品を展開

STABILITY	CUSHION	BOUNCE	SPEED	TRAIL
				
GEL-KAYANO 32 ¥22,000 / \$165 / €200	GEL-NIMBUS 27 ¥20,900 / \$165 / €200	MEGABLAST ¥27,500 / \$225 / €240	METASPEED RAY ¥33,000 / \$300 / €300	META FUJI TRAIL ¥29,700 / \$250 / €250
				
GT-2000 14 ¥16,500 / \$140 / €160	GEL-CUMULUS 27 ¥15,950 / \$140 / €160	SUPERBLAST 2 ¥24,200 / \$200 / €220	METASPEED SKY TOKYO METASPEED EDGE TOKYO ¥29,700 / \$270 / €270	Trabuco Max 4 ¥19,800 / \$160 / €180
				
GT-1000 14 ¥13,200 / \$110 / €130	GEL-PULSE 16 ¥13,200 / \$100 / €110	SONICBLAST ¥22,000 / \$180 / €190	S4+ YOGIRI ¥22,000 / \$200 / €210	GEL-Trabuco 13 ¥17,600 / \$140 / €160
				
		NOVABLAST 5 ¥16,500 / \$150 / €150	MAGIC SPEED 5 ¥18,700 / \$170 / €180	

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

Price ¥:tax included / \$:tax excluded / €:tax included 11月12日時点

このスライドには、サイロごとに分類した
パフォーマンスランニングカテゴリー製品のラインナップをまとめております。
注力する製品群で、サイロごとに充実したフルラインナップの製品展開が
できるようになってまいりました。

あらゆるランニングシーンに応じた履き分け（例）

DAILY RUN



NOVABLAST 5



GEL-CUMULUS 27



GT-2000 14

LONG RUN



SUPERBLAST 2



GEL-NIMBUS 27



GEL-KAYANO 32

RACE



METASPEED RAY



METASPEED SKY TOKYO
METASPEED EDGE TOKYO



S4+ YOGIRI

SPEED TRAINING



SONICBLAST



MAGIC SPEED 5

製品ラインナップを充実させてきた理由の一つとして、
シューズの履き分けの考え方があります。

こちらはその一例にはなりますが、

ランニングの目的に応じ、様々なシューズを履き分け

様々なランニングの体験を行うことができるようになってきました。

日々のランニング、長い距離のランニング、スピード練習、大会出場など

目的に応じて、ランナーの方、一人一人に適切な製品をおすすめしております。

初めてランニングをされる方、ファンラン、記録を狙うランナーなど

幅広いランナーそれぞれにとってベストなシューズをご提案できると考えています。

中でも、レース向けのシューズであるMETASPEEDシリーズについては、

C-PROJECTという特別なチーム編成で廣田さん直轄の独立組織として、

活動を行っており、特にパフォーマンスにこだわった設計を行っておりますので、

次のページより詳細を説明させていただきます。

2019年11月 発足
2020年 1月 始動



まず頂上を攻めよ

START BY STRIVING FOR THE PEAK

創業者 鬼塚喜八郎氏の言葉、「まず頂上を攻めよ」の“頂上（CHOJO）”の頭文字を取ったプロジェクト。
「アスリートのためになること」をすべての判断基準に置き、アスリートの声に真摯に耳を傾け、
ともに新たな高みをめざしてプロダクト開発に取り組んでいます。

22

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

C-PROJECTのCは創業者 鬼塚喜八郎氏の言葉、「まず頂上を攻めよ」の

”頂上”をアルファベットで記載した際の頭文字から来ており、

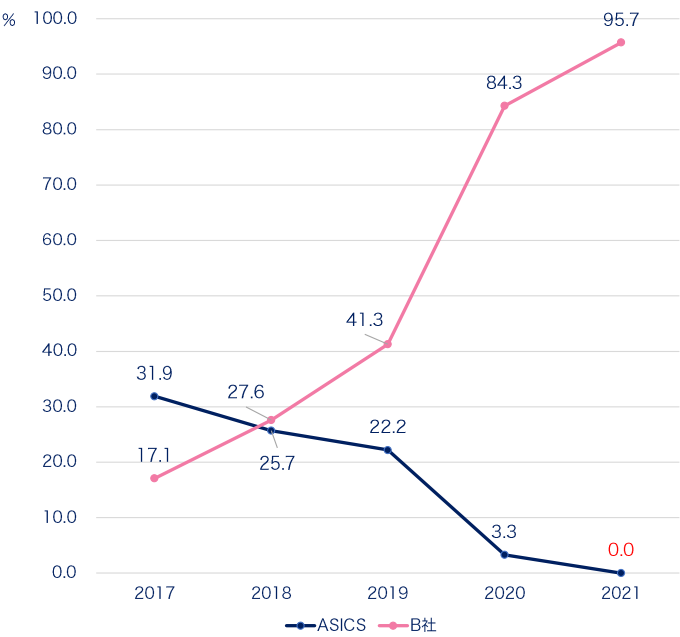
”頂上”とは、アスリートを指します。

常に、“アスリートにとって何が良いか”を軸に、イノベーティブな製品開発を進めつつ、アスリートのパフォーマンスを最大限にサポートする活動を行う特別な部隊です。

【国際大会における選手の活躍】

Year	City		1st	2nd	3rd
1964	東京	M			asics
1968	メキシコシティ	M		asics	
1972	ミュンヘン	M			
1976	モントリオール	M		asics	
1980	モスクワ	M			
1984	ロサンゼルス	M			
		W			asics
1988	ソウル	M	asics	asics	
		W	asics		
1992	バルセロナ	M	asics	asics	
		W	asics	asics	
1996	アトランタ	M		asics	asics
		W		asics	asics
2000	シドニー	M		asics	
		W	asics		
2004	アテネ	M	asics		
		W	asics		asics
2008	北京	M			
		W	asics		
2012	ロンドン	M			
		W			
2016	リオ デジャネイロ	M			
		W			
2020 (2021)	東京	M			
		W			

【新年の大学駅伝シェア】



© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

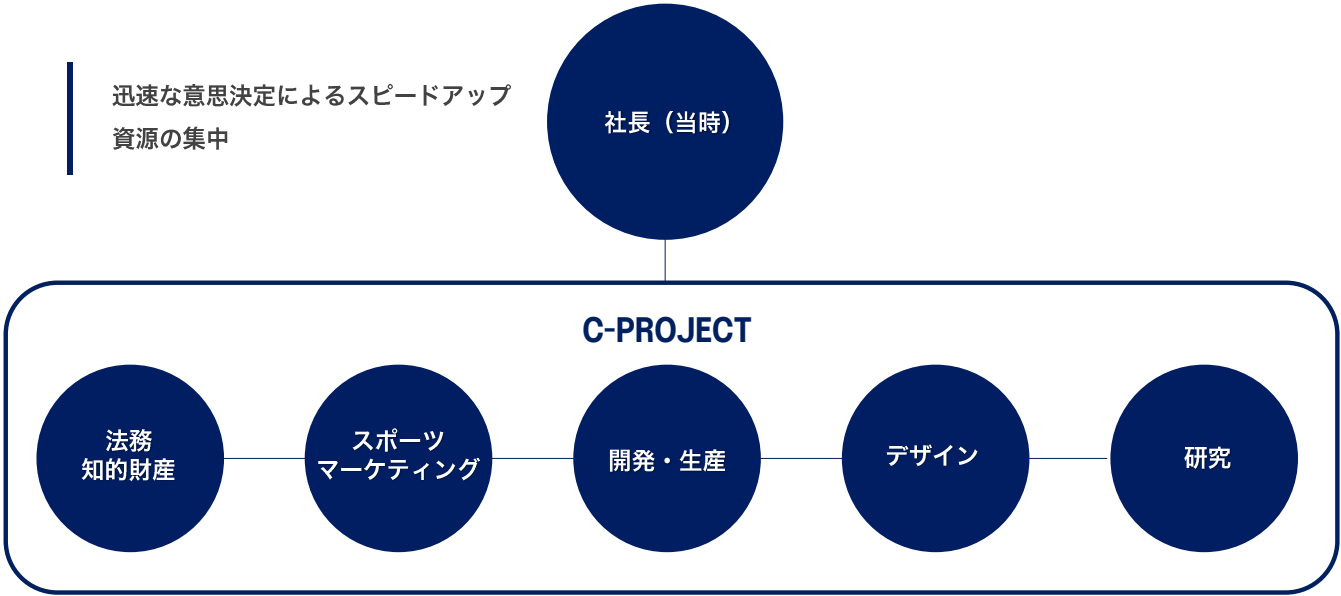
このC-PROJECTを発足した背景についてご説明いたします。

左の表は発足以前の国際大会における当社シューズ着用選手の活躍をまとめた表で、右のグラフは新年の大学駅伝におけるアシックスとB社の着用シェア推移を示しています。

左の表にある通り2012年以降国際大会でTOP3に入ることができず、右のグラフのように新年の大学駅伝シェアは、年々減少し、2021年には着用者0人という結果になりました。

アシックスのシューズを着用したアスリートの活躍が無くなったことで、当時、アシックスの露出が減り、お客様へのパフォーマンスブランドとしての印象も変化してきたと私たちは考えております。

社長(当時)直轄組織として部門横断のチームを編成



この状況を打破すべく立ち上げられたのがC-PROJECTになります。
当時社長であった廣田の直轄組織とし、
バリューチェーンに関わる複数の部署から精鋭が集まる横串の体制を構築しました。
とにかくスピード感を持って、アスリートの為に物事を進めることができる体制です。

ランナーによって異なる走法や求める感覚に応えるために
長距離ロードレース用として3モデルを販売中



METASPEED RAY
約129g



METASPEED SKY TOKYO
約170g



METASPEED EDGE TOKYO
約170g

このC-PROJECTから生まれた製品がMETASPEED Seriesです。

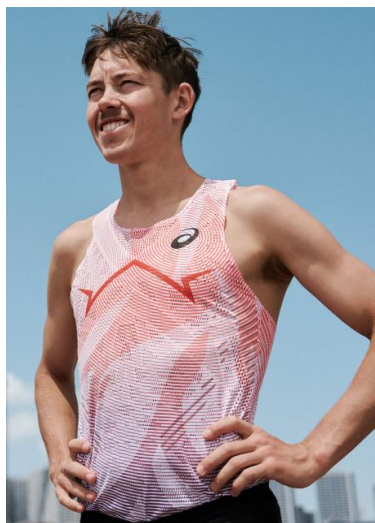
直近では、東京世界陸上に向けて、左からMETASPEED RAY,
METASPEED SKY TOKYO , METASPEED EDGE TOKYO、を
ローンチしました。

アスリートのニーズに応えるためにあえて3つの異なるモデルを展開しています。

アスリートがレースで最高のパフォーマンスを発揮できるよう
アパレル開発と陸上トラックレース用スパイク開発も担当



METASPEED TIGHT



METASPEED SINGLET



METASPEED SP 2 (短距離)



METASPEED MD (中距離)



METASPEED LD 2 (長距離)

C-PROJECTではマラソンをはじめとする長距離ロードレース用のシューズだけではなく、陸上トラックレース用のスパイク、マラソン用アパレルの開発も行っており、
世界陸上をはじめとする主要大会でアスリートが最大限力を発揮できるよう、
全方位的にサポートをしています。

製品以外にもアスリートに寄り添う様々なアクティベーションを展開

トップアスリートのトレーニング実施や次世代アスリートの育成を支援
アスリートの声を直接収集しする場を創出し、製品開発に活用



頂CHO
上JO
CAMP

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.



製品以外の側面でもアスリートに寄り添った様々な活動を行っています。
その1つが、頂上キャンプの設立です。現在ケニアとフランスの計3か所で
頂上キャンプを設立し、アスリートとの密なコミュニケーションを続けながら、
トップアスリートのトレーニングと次世代アスリートの育成を支援しています。

多くの契約アスリートが東京2025世界陸上で躍動



WORLD ATHLETICS
CHAMPIONSHIPS
T O K Y ● 2 5

28

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

このような活動が奏功し、今年の東京2025世界陸上でも、
多くの契約アスリートが活躍しました。



一例ですが、男子マラソンで銅メダルを獲得したイタリアのアウアニ選手、男子1,500mで金メダルを獲得したポルトガルのナデル選手、女子10,000mで銀メダル、5,000mで銅メダルを獲得したイタリアのバットクレッティ選手、日本勢はマラソンで近藤亮太選手、小林香菜選手がそれぞれ日本人最高位となるなど、アシックスのシューズとともに大活躍。我々にとっても印象的な瞬間でした。

多くの契約アスリートが東京2025世界陸上で躍動

125名の選手が出場
マラソン: 54名
トラックほか: 71名

9つのメダルを獲得
金メダル: 4
銀メダル: 1
銅メダル: 4

男女マラソン TOPシェア
男子: 39.8%
女子: 32.9%

(自社調べ)

男子マラソン上位20名中12名が
METASPEEDシリーズを着用

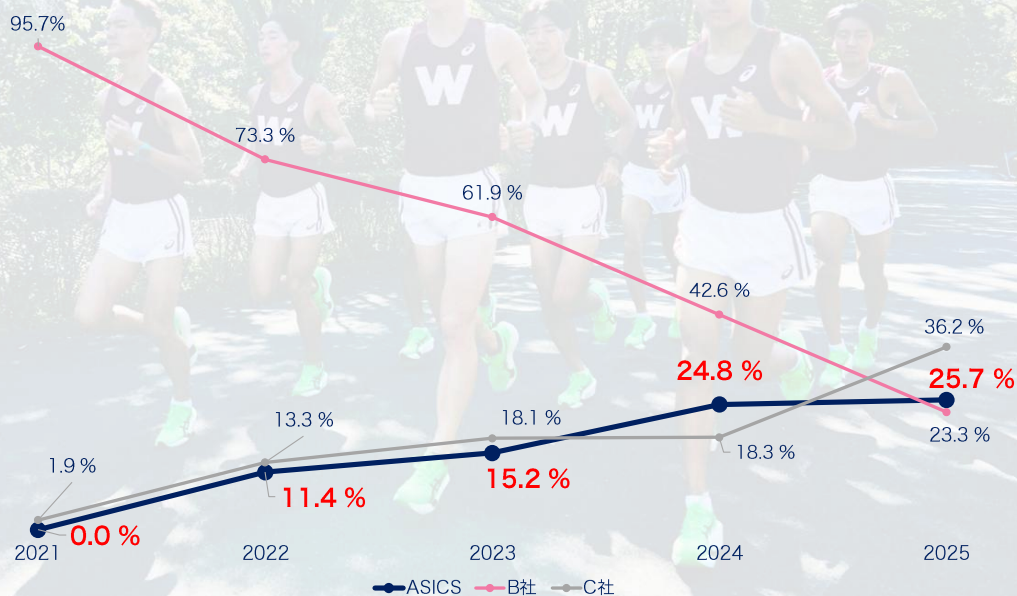
こちらが、東京2025世界陸上に関するまとめです。

本大会では、計125名の選手がアシックスの製品を着用して出場し、
4つの金メダルを含む9つのメダルを獲得しました。

男女マラソンでは、ともにシューズシェアNo.1を獲得。

男子マラソンでは上位20位のうち12名もの選手が
METASPEED SERIESを着用し、

非常に力強い結果を残すことができました。



新年の大学駅伝につきましても、シェアが戻ってきております。

2021年当初着用者0だったシェアも2025年の新年には25.7%で2位にまで上がってきました。

2026年の新年の大学駅伝もぜひご期待ください。

それぞれのターゲット・役割を明確化し、
P.RUNはすべてのランナーにSound Mind, Sound Bodyを届けることに注力



C-PROJECT

METASPEED RAY

METASPEED SKY TOKYO

METASPEED EDGE TOKYO



P.RUN

GEL-KAYANO 32

GEL-NIMBUS 27

GT-2000 14

GEL-CUMULUS 27



MEGABLAST

SUPERBLAST 2

NOVABLAST 5

METAFUJI TRAIL



© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

こちらのスライドにはC-PROJECTとパフォーマンスランニングカテゴリーの
連携体制をまとめております。

先ほど説明しましたようにC-PROJECTは、アスリートがターゲットで、
選手のパフォーマンスを引き上げるための製品開発を進めており
パフォーマンスランニングカテゴリーとの役割分担を明確にしております。
パフォーマンスランニングカテゴリーは、C-PROJECTから生まれる
新たな知見も活用しつつ、プレミアムなランニング体験を通じて、
すべてのランナーに、Sound Mind, Sound Bodyを
届けることに注力しています。

C-PROJECTを通じて得た知見や技術を応用

METASPEED RAY



ミッドソール素材

FF Leap

MAGIC SPEED 5 2025年12月より発売



METASPEED SKY TOKYO



ミッドソール素材

FF Leap

S4+YOGIRI



METASPEED EDGE TOKYO



FF Turbo+

SUPERBLAST 2



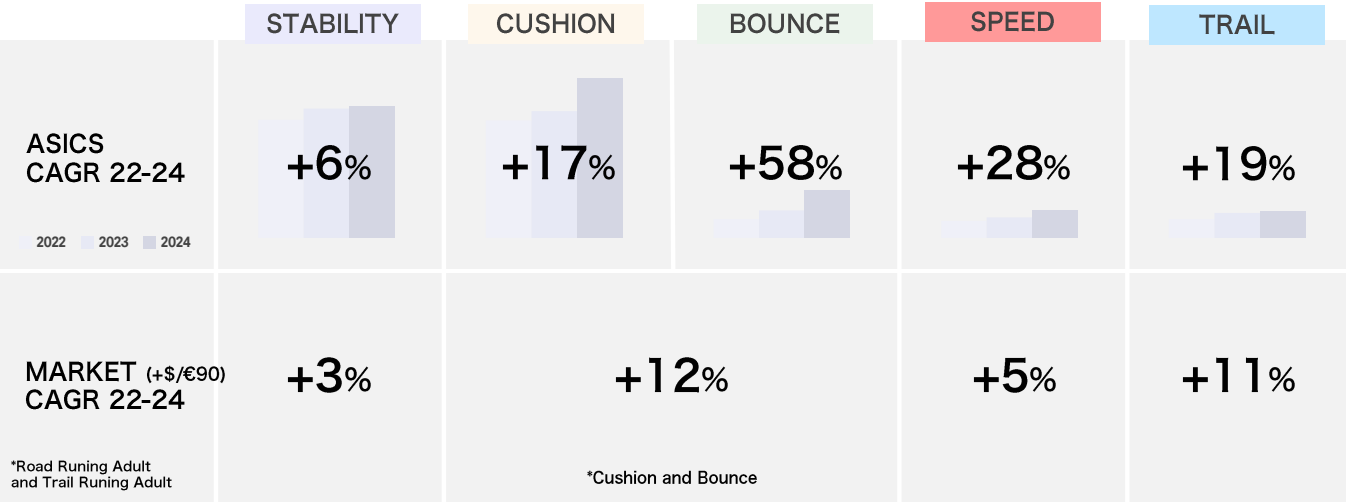
C-PROJECTからの技術をランニングシューズへ

応用展開した一例になります。

METASPEED RAYで採用した、新素材 FF leapを12月に発売予定の
MAGIC SPEED 5でも採用しています。

また、METASPEED SKY TOKYOとMETASPEED EDGE TOKYOで
採用しているFF TURBO+は、販売中のS4+ Yogiriや
SUPERBLAST2などにも採用し、より多くの皆様に
新技術による新しいランニング体験を楽しんでいただけるような工夫をしています。

各サイロで市場平均よりも高い水準で成長



Source: The Circana Group, Retail Tracking Service, US & EU4 Combined, Adult Running Footwear, \$/€90+, Speed = Racing, CAGR, FY2022 – FY2024

こちらのスライドは、ここまで説明させていただきました各サイロの売上の成長をまとめたものになります。

表上段がアシックス、下段がWSチャンネルになりますが、Circana社によるデータから計算したマーケットの成長率を表しております。

すべてのサイロで市場平均を上回る成長を達成できており、お客様に各サイロの商品を受け入れていただけるようになってきたと考えております。



3. 2025年にマーケットシェアNo.1

35

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

では、ここからは2025年にマーケットシェアNo.1を目指した取り組みと
その実績についてご説明いたします。

「2025年に日米欧でマーケットシェアNo.1」重点戦略

勝つ領域の明確化

- ・ 販売価格\$90以上のコアランニング市場に集中
- ・ 主要地域ごとにNo.1を目指す領域を設定

絶え間ない 製品イノベーション



一貫性のあるマーケティング施策 によるお客様との接点拡大



プレミアムなブランド体験を 目指した販売チャネルの最適化



こちらは、「2025年にマーケットシェアNo.1」を取るために設定した重点戦略についてです。

冒頭ご説明させていただきました、販売価格\$90以上のコアランニング市場で勝つこと、その中でも日本・米国・欧州のそれぞれの主要マーケットにおいてNo.1を目指す領域を設定しております。

No.1になるための重要アクションとして、絶え間ない製品イノベーション、一貫性のあるマーケティング施策によるお客様との接点拡大、プレミアムなブランド体験を目指した販売チャネルの最適化を戦略的に推し進めてまいりました。

日本: 東京マラソン、東京2025世界陸上(マラソン)でシェアNo.1

複数の自社イベントを開催しターゲット層へ着実にアプローチ
イベントの盛り上がり最大化を狙った製品発売

TOKYO SPEED RACE
(自社イベント)



東京2025世界陸上(マラソン)
No.1 36.6%



(Source: 自社調べ)

東京マラソン 2025
No.1 40.7%



(Source: 自社調べ)

©東京マラソン財団

各マーケットでの現状をご説明いたします。

日本では、駅伝大会をはじめ、レース大会での着用シェアが市場全体のシェア獲得に大きく影響を与えるため、まずは所謂レース向けシューズが使われるコンピートの市場でNo.1になることを目指してきました。

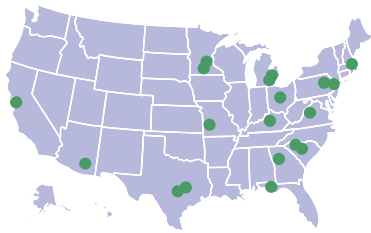
METASPEED TOKYO SERIESの発売に合わせて、TOKYO SPEED RACEやMETATIME TRIALなどの自社イベントを開催し、東京2025世界陸上や東京マラソンに合わせた製品発売とマーケティングストーリーの発信を行うことで、ターゲット層へのアプローチを強化してきました。

こうした活動が実り、今年の東京マラソンでは、約40%のシェアでNo.1を獲得することができました。

米国: 複数のランニング専門店で販売シェアNo.1

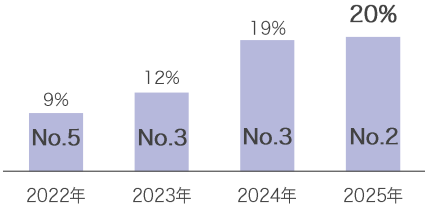
シューズの機能をお客様に伝える取り組みを通じてランニング専門店との連携を強化
戦略的在庫管理などオペレーション改善も推進

● 販売シェアNo.1を達成したランニング専門店
2025年9月時点



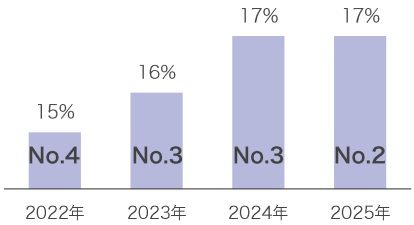
Source : Run Collective retailers

ランニング専門店全体 (ロードランニングFW)
ASICS マーケットシェア
9月単月



Source: 2022 & 2023 - Circana U.S. Run Specialty Channel, Sep 2025.
2024 & 2025 - Circana Customized U.S. Running Stores Group, Sep 2025

LAマラソンシューカウント
ASICS マーケットシェア



Source : Jewel Running Group

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

続いて、米国です。

米国では、文化としてランニング専門店の存在感が非常に大きく、
ここで勝っていくことがランニングコミュニティ醸成への貢献にもつながり、
市場全体への波及効果を考えた上で重要になってきます。

この市場で勝つために、ランニング専門店と合同で試し履きイベントなどを開催して製品の強みをお客様に伝えていく取り組みを強化したり、オペレーション面でも
北米全体で戦略的にランニング専門店向けの在庫を確保してまいりました。

結果として、下段左側の図でお示しておりますように、
米国の多くのランニング専門店で今年既にNo.1を
獲得することができており、ランニング専門店全体のシェアも
2022年には5位だったところから、2025年9月に20%と、
No.2にまで高めることができました。

この傾向はマラソン大会の着用シェアにも着実に表れており、
右下のLAマラソンのシューカウントシェアは2025年にNo.2まで
上がってきております。

欧州: 主要マラソン大会とターゲット市場でシェアNo.1 (23.8% 2025 Q3 YTD)

Source: The Circana Group, Consumer Panel, EU5, Core Run Adult, €90+, Value Share, Q3 2025

主要都市の大型マラソンイベントをスポンサードしブランドの露出を最大化
Low Tier Productの販売を絞り込みプレミアムブランドとしてのブランドイメージ向上

パリマラソン(フランス) 2025

No.1 25.3%



ロッテルダムマラソン(オランダ) 2025

No.1 22.5%



ヨーテボリハーフマラソン(スウェーデン) 2025

No.1 29.7%



Source : Jewel Running Group

39

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

続いて欧州です。

販売価格\$90以上のコアランニング市場全体で、よりブランド力を高めていくことに注力しています。

例えば、パリ・ロッテルダム・ヨーテボリハーフなど、欧州の主要マラソン大会のスポンサードを通じてブランドの露出を最大化しつつ、

Low Tier Productの販売を絞り込むことでプレミアムブランドとしてのイメージ向上に力を注いでいます。

結果として、2025年はCircana社のデータによるターゲット市場シェアNo.1、主要マラソン大会でのシューズ着用シェアNo.1も達成しています。

A faded background image of two runners on a mountain trail. One runner in the foreground is wearing a light-colored jacket and a cap, while the other is in a dark singlet. They are running uphill on a rocky, grassy path under a clear sky.

4. 更なる成長に向けて

最後に、これからの展望として、パフォーマンスランニングカテゴリーの
ビジネス成長のための注力領域についてご説明いたします。

2025年 複数の世界主要マラソン大会でシューズシェアNo.1を達成

Source : Jewel Running Group

東京マラソン: No.1 40.7% (Source : 自社調べ)



©東京マラソン財団

シドニーマラソン: No.1 25.5%



ムンバイマラソン: No.1 28.1%



リヤドマラソン: No.1 24.0%



© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

パリマラソン: No.1 25.3%



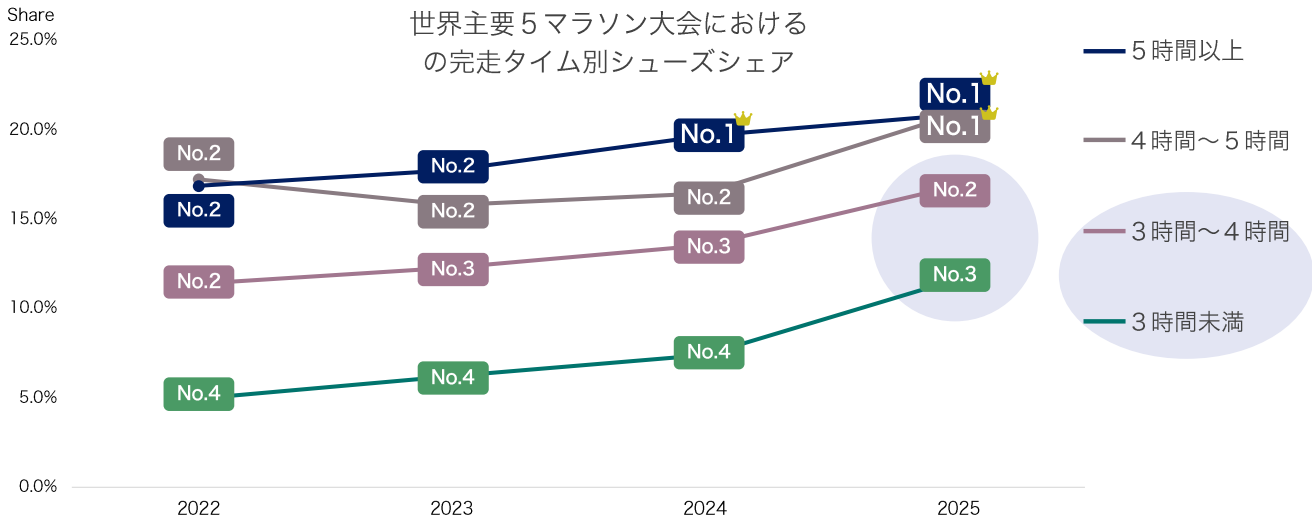
LAマラソン: No.2 16.7%



41

まずは主要マラソンイベントにおけるブランドのポジショニングです。
私たちがターゲットとしているコアランニング市場で
パフォーマンスブランドとしてNo.1を目指すためには、
マラソン大会でのブランド訴求が重要になってくると考えております。
こちらにスポンサーレースでの結果をまとめておりますが、
各大会で高いシェアを獲得できるようになってきました。
今後はLAマラソンをはじめ、まだNo.1になり切れていないメジャー大会での
シェアを拡大していくとともに、新興国も含む世界中の主要マラソン大会でも
シェアアップを目指せると考えております。

フルマラソン 4 時間未満のタイムゾーンでもNo.1を目指す



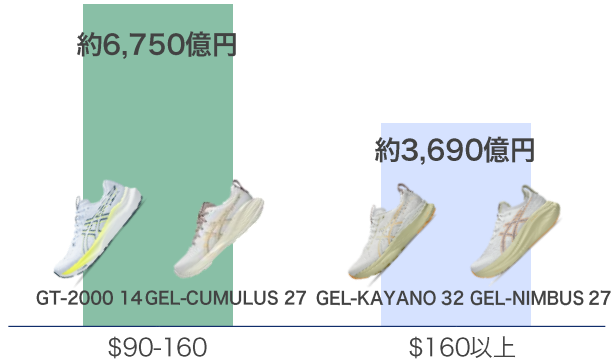
Source : Jewel Running Group, ロサンゼルス、パリ、ミラノ、ボストン、ロンドンで開催されたマラソン大会の合計シェア

こちらは、マラソン大会でのシェアの推移をゴールタイム別に示したものです。
フルマラソンを4時間未満で完走するランナーに対するシェアで、
まだ1位を取り切れていません。
ここでもNo.1を目指せるよう取り組みを進めていきます。

より一層成長を加速させるための重点領域

中高価格帯市場 (\$90-\$160)

日本・米国・欧州 価格帯別市場規模 (2024年)



Source: The Circana Group, Consumer Panel, US, EU5, & JP Combined, Total Running - Adult & Kids (14+), JPY, FY2024

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

トレイルランニング市場

トレイルランニングFW 推計市場規模
日本・米国・欧州 (2024年)



Calculation made by Asics based on The Circana Group's Consumer Panel data in JP and POS data in US and EU4.

今後の成長における重点領域です。

1つ目は、中高価格帯市場です。

我々は\$90以上の市場で勝負をしておりますが、

中でも製品の強みを発揮しやすい、\$160以上の製品が主力でした。

しかしながら、日本・米国・欧州合算で\$160以上の市場規模と、

\$90~\$160の市場規模を比較すると、\$90~\$160の市場規模が2倍近く

大きな市場であることがご確認いただけます。

実際、競合ブランドの代名詞となっているアイテムもこのプライスゾーンで

販売されているケースが多く、ここに記載しているような

GT-2000やGel-CUMULUSなどの価格帯を中心とした製品群の

競争力強化が重要と考えております。

2つ目は、トレイルランニング市場です。

トレイルランニングは、舗装された道路を走るロードランニングとは異なり、

未舗装の山の中を中心に走る近年人気のスポーツです。

日本・米国・欧州合算で約2,600億円の市場規模と想定しておりますが、

この中で、アシックスはわずか4%ほどしか取れておらず、

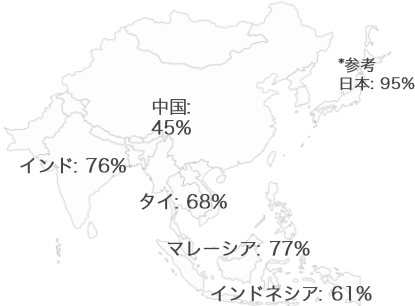
まだまだテクノロジーを訴求しながら拡大できる領域であると考えています。

新興国地域*:プレミアムブランドとしての市場認知と売上拡大を加速

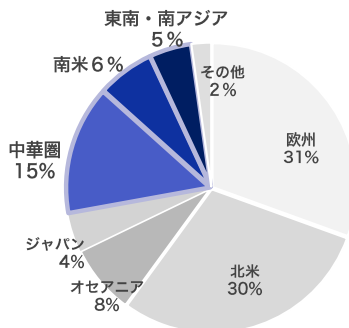
*中華圏、東南・南アジア、南米、インド

急激な人口増加や一人当たりGDPの成長が見込まれる中で
No.1プレミアムブランドを目指すグローバル戦略だけでなく各地域特性に鑑みた柔軟な戦略を推進

新興国地域ブランド認知度
2025年



地域別売上構成比
2024年実績



ローカル生産の活用

地域特有の法規制などに的確に対応しつつ
販売までのリードタイムを短縮化
現地OEM工場と密に連携して製靴技術向上を図り
グローバル基準の品質・デザインを担保



インド
ローカル生産品

ブラジル
ローカル生産品

続いて、新興国地域についてです。

中華圏、東南・南アジア、南米、インドを
新興国地域と定義しております。

これらの地域は、急激な人口増加や一人当たりGDPの成長が見込まれており、
それに伴う健康・運動意識の高まりによってランニングを楽しみやすい環境が
整ってくると考えています。

しかしながら、こういった地域では、左下の図のようにランナーに対する
アシックスの認知度は決して高い状態というわけではありません。

また、2024年のパフォーマンスランニングカテゴリーの地域別売上構成比を
下段中央に示しておりますが、新興国地域の割合は約26%ですので、
主要マラソン大会のスポンサーシップやパートナーモノブランドストアを含む
ブランドストアを拡大していくことによって、各国で存在感を高めつつ、
成長を加速させていきたいと考えています。

また、インド・ブラジルなどの地域では、
ローカル生産の活用も重要と捉えております。

具体的には地域特有の法規制などに的確に対応しつつ、販売までのリードタイムを
短縮化することが重要になりますが、現地OEM工場と密に連携して製靴技術向上を図り
グローバル基準の品質・デザインを担保することで、
ブランドとしての価値を損なうことなくローカル生産品を販売していきます。

中華圏: No.1を目指した成長計画

2020年から2024年まで年平均30%を超える成長を実現したもののまだまだ伸びしろ十分
大会サポート/ランニングステーション運営/大型直営店舗の拡大を通じてランナー層へのアプローチを強化

ランニング市場の拡大

749大会 (+50大会)

2024年ランニング大会開催数
vs2023年
参加者800人以上の大会

705万人 (+100万人)

2024年ランニング大会参加者数
vs2023年
参加者800人以上の大会

上海10K 2025



天津マラソン 2025



Source : 2024 CHINA ROAD RUNNING RACES BLUE BOOK

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

最後に、中華圏です。

2020年から2024年まで年平均30%を超える成長を実現してきましたが、
スライド左下のように、実際に中国のランニング大会数やランニング大会への
参加者は年々拡大しておりますので、総人口やランニング市場の盛り上がりを
考慮すると、引き続き成長市場であると考えます。

また、先ほどのスライドでお示した通り中華圏におけるアシックスの認知度は45%と低い
状態にありますので、知名度のある大会のサポートや
ランニングステーションの運営、イメージストアと呼んでいる大型直営店舗の
拡大を通じてランナー層へのアプローチを強化し、中華圏でもNo.1を目指します。

カテゴリービジョン達成に向けて

パフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーで No.1プレミアムブランドになる

2025年までに達成できたこと

日本・米国・欧州合算でターゲット市場シェアNo.1
日本・欧州を中心に複数の主要マラソン大会でシェアNo.1

今後の更なる成長領域

米国も含む主要マラソン大会でシェアNo.1
中高価格帯市場やトレイルランニング市場への注力
中華圏をはじめとする新興国市場における成長加速

ASICS DESIGN
PHILOSOPHY
に沿った妥協なきモノづくり

継続的な
製品イノベーション

一貫したマーケティング施策
やチャネル戦略の遂行

こちら私からの最後のスライドになります。

パフォーマンスランニングカテゴリーとしては、パフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーでNo.1プレミアムブランドになるために中期経営計画2026に取り組んでまいりました。

2025年にマーケットシェアNo.1を目指して関係者一丸となって取り組み、日本・米国・欧州合算でターゲット市場シェアNo.1。

また、日本・欧州を中心に複数の主要マラソン大会でシェアNo.1を達成することができました。

今後についてですが、成長領域として考えている世界の主要マラソン大会でシェアNo.1を目指していきます。また、ご説明してきたような新たな市場として、中高価格帯市場やトレイルランニング市場、中華圏をはじめとする新興国市場での成長を加速させていきます。

ランニングシューズ市場全体も、今後も更に成長すると考えておりますので、ASICS DESIGN PHILOSOPHYに沿った妥協なきモノづくりを徹底し、継続的な製品イノベーションをもって、製品と一貫したマーケティング及びチャネル戦略を遂行して参ります。



以上でパフォーマンスランニングフットウェアカテゴリーに関するご説明を
終わります。

ご清聴頂きありがとうございました。

ランニングエコシステムについて

代表取締役社長COO 富永満之



社長COOの富永です。

最後に、私から、レースを起点として様々なタッチポイントでランナーをサポートするランニングエコシステムについてご説明させていただきます。

ランニングエコシステムの現状

- ✓ 2019年よりグローバルでレース登録会社を買収、No.1ランニングプラットフォームのポジションを確立。
- ✓ 「ランニングエコシステム」実装：レースを起点とし様々なタッチポイントでランナーを支援。OneASICS会員獲得・DTC購買増に寄与。



49

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

アシックスでは、ランニングサービスとデジタルプラットフォームの活用を通じて、ランナーとの接点を拡大しています。

2019年に、カナダ・アメリカのレース登録事業において、No.3のシェアを誇るRace Rosterの買収を行ったことを皮切りに、グローバルでレース登録会社のM&Aを進めてきました。

2021年にはオーストラリア・ニュージーランドでNo.1シェアのRegister Now、その翌年には日本のR-bies、ヨーロッパのnjukoというそれぞれの地域でNo.1シェアの会社を買収しています。

アシックスが持つアプリケーションを1つ1つバラバラにユーザーへ提供するのではなく、レース登録、トレーニング、レース後のフォローアップ、そしてECサイトや店舗への送客を連携させることが重要だと考えています。

毎年8月にオーストラリアで開催される「シドニーマラソン」での取り組みは、まさにこうしたランニングエコシステムを実装できているベストプラクティスです。

RaceRosterにおけるレース登録から始まる、大会当日までのランナーのジャーニーをデジタル、フィジカルの両面から一貫してサポート。

その結果、OneASICS会員のうち、本年のシドニーマラソンに参加した方の平均購買単価は同地域のOneASICS会員平均に比べ60%強高くなりました。

スペイン・タイのレース登録会社をグループ会社化

- ✓ 各国大手のレース登録会社を統合することで、アシックスのレース登録事業を更に拡大
- ✓ 対象会社が有するデジタル人材や顧客向けソリューションを活用し、ブランド体験価値を拡充

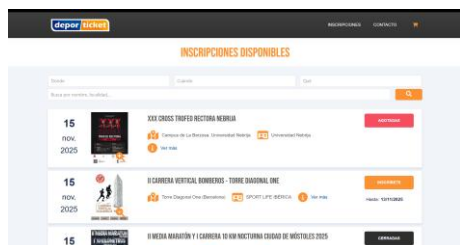


事業展開地域



少人数ながらマーケットを獲得してきたデジタル人材と開発能力を活用し、関連するサービスやソリューションに対するイノベーションのR&Dを強化

レース登録件数（2024年）：約50万件



レースカレンダーサイトをはじめ、イベントサイト制作やカスタムプロジェクト開発も提供



事業展開地域



AI技術を駆使したフォトサービスをはじめ、レース登録からレース後までの包括的なサービスをエコシステムに組み込むことで、ランニング体験を拡充

レース登録件数（2024年）：約80万件



顔解析技術
処理スピードに強み

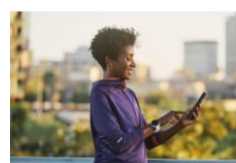
イベントフォトサービスの一例
(アールピーズ主催イベントにて試験導入)

そして今月、新たに2つのレース登録会社をグループ会社化することとしました。
この2社について簡単にご説明させていただきます。

Deporticketはスペインの会社で、社員数は少人数ながらもマーケットを徐々に獲得してきました。その裏にはCEOを始めとするデジタル人財・開発能力があります。こうした知見も踏まえ、デジタルソリューション分野におけるイノベーションにも期待しています。

もう1つはTHAI RUNです。その名の通りタイにある会社で東南アジアを中心にビジネスを展開しています。この会社の独自性はAI技術を駆使したフォトサービスです。こうした技術や知見をアシックスのランニングエコシステムに組み込むことで、レース登録からレース後までを包括するランニング体験を拡充できると考えます。

ランニングエコシステムの今後の展望



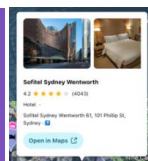
asics Runkeeper

バーチャルコミュニティ
トレーニング支援



OneASICS™

インターナショナルな
体験提供・送客



RunConcierge^{AI}

powered by **neurun**

ランナーへ
利便性の高い情報提供



地域経済・大会
主催者への貢献

会員プログラム展開国
会員プログラム+
レースレジストレーション対応国

R-bies

RACE ROSTER

ベストプラクティス
'シドニーマラソン'モデル

RACE ROSTER

グローバルシェア1位*のレースプラットフォーム基盤を今後も拡大し、
世界中のランナー・レース主催者・地域が相互に連携し合う仕組みを確立する

*自社調べ。各地域の推定ランニング市場規模に対する各レース登録事業会社がカバー出来ている規模の割合を独自に算出
© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

今後も、ランニングエコシステム戦略の起点となる

レース登録会社の買収を進めてまいります。

レジストレーションビジネスにおけるシェアを拡大し、

シドニーマラソンで確立したようなビジネスモデルをグローバルで展開していきます。

アシックスは、デジタルの力でグローバルに展開できる

いくつものアセットを持っています。

例えばRunkeeperのコミュニティやトレーニング支援は、

住んでいる場所を問わず人々を繋ぎ、レースに向けた機運を高めることに

成功しています。

また、アシックスのメンバーシッププログラム、OneASICSも展開国を拡げ、

今では会員数が約2,200万人を超えており、

様々なベネフィットを受け取ることができます。

これらのデジタルソリューションを組み合わせることによって、
クロスボーダーでの体験提供や相互送客も可能になると考えています。
例えばアメリカ在住のランナーが、OneASICSのサービスを通じて
日本のR-biesが主催する「富士山マラソン」への招待を受け取る、
また、レースに参加するための旅費や宿泊費用を
OneASICSのリワードによってサポートしてもらえる仕組みなどです。
また、AIを使ったレース情報提供を行う「ランコンシェルジュ」が、
ランナーに対してグルメやレジャーなどの開催地域に関わる情報を
提供すれば、レース主催者や自治体にとっても、
アシックスがスポンサーをするメリットがあります。
このような他に類を見ないグローバル・デジタルネットワークにより、
アシックスならではのランニング体験を提供することで
より一層、ブランド体験価値を向上させてまいります。

以上で私からのご説明を終了いたします。
ご清聴いただきありがとうございました。

米国ランニング専門店概要

アシックスアメリカコーポレーション President&CEO 小玉康一郎

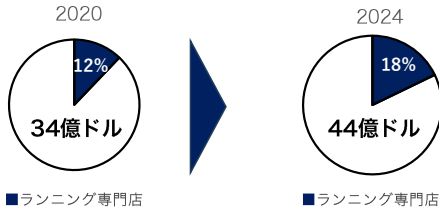


本日はこのような機会をいただきありがとうございます。

米国ロードランニング市場概要

米国ロードランニング市場

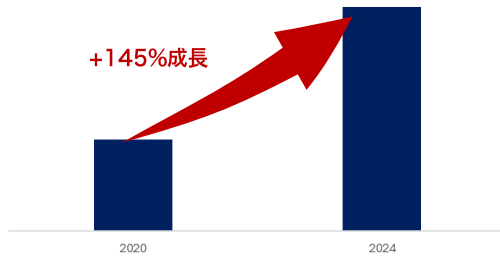
ランニング専門店は2020年以降最も急成長している販売チャネルであり、市場の約5分の1を占める*1:



- 多くのランナーが自分に合う「ベストシューズ」を探しにランニング専門店を訪問
- ランニング専門店では、スタッフがシューズ選びをフルサポート (TechRep: 技術営業、グラスルーツ活動、デジタル、レースイベント)

ランニング専門店へ注力

ASICS ランニング専門店向け売上高



最下位から首位へ

ASICSがランニング専門店組合の年間市場動向予測で2年連続首位を獲得*3



53 出典: *1 Circana POSデータ (ロードランニング)、*2 Circanaラン専門店POSデータ (ロードランニング) 2025年6月まで、Circanaカスタムラン専門店POSレポート (2025年6月以降)
*3 ランニングディーラーレポート (Sports Marketing Surveys USA) : ランニングシューズ市場規模予測 © 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.

はるばるサンディエゴから重要取引先であるRoad Runner SportsのOwnerでありPresidentであるMike Gotfredsonが来てくれています。

私からは、今投影しております1ページを使い、イントロダクションをさせていただきます。

まず左上のパイチャートの通り、米国のランニングフットウェアの販売は、特にパンデミックを境に順調に拡大しており、その成長の重要なエンジンとなっているのがランニング専門店です。

ランニング専門店には、多くのランナーが自分に合う「ベストシューズ」を探しに訪れます。そこでスタッフに、自分に合うシューズを相談し、提案を受け、納得してシューズを購入しています。私もこの2年間で全米280店舗以上を訪問しその光景を目の当たりにしてきました。

アシックスは、ランニング専門店向けの販売を強化してきました。2020年からの4年間で取引高は約2.5倍に拡大。ランニングシューズのブランドとして、業界内でのプレゼンスを取り戻しています。

取引先であるランニング専門店からは、
「アシックスの製品はおすすめしたお客様から喜ばれる」
「在庫回転もよく売上も期待できる」「もっと販売をしたい」という評価を
いただいております、それが右下の、ランニング専門店組合へのアンケート結果にも
表れています。

なんと2018年はアシックスに対する業界での評価は最下位でした。

しかし、2024年には最も期待するブランドへと

大幅に評価を改善し今日に至っています。

アシックスのランニング専門店での取り組みなども含めて、

アシックスへの忌憚のない評価や期待をMikeから聞いて頂ければと思います。

Okay, Mike it's your turn!

Road Runner Sports

President / Owner Michael Gotfredson Jr.





1983

[Road Runner Sports](#)

[1983年、カリフォルニア州デルマーの小さなガレージで創業](#)

Road Runner Sportsの歴史

1983年 カリフォルニア州デルマーの小さなガレージで
カタログ販売会社として創業

ロードランナースポーツは、適切なランニングシューズを
お客様に合わせるために電話注文のみを受け付け（小売店舗は無し）

42年経った今も100%創業家による運営。外部投資家は一切いない

1983年、『ランナーズワールド』誌に初の広告を掲載

1997年、ウェブサイトを開設。現在では毎月数百万人の訪問者
に対応している

2001年、ワシントン州シアトルに初の「遠隔」小売店を開設。
現在では全米52店舗を展開し、1,200名のチームメンバーと
非常に忠実な顧客基盤を有する



Road Runner Sportsの理念

1983年の創業当時から変わらぬ理念を掲げるRoad Runner Sportsは、すべての人々が「動き始め、活動的に過ごし、健康的に生きる」ことを支援し、鼓舞するために存在

ランニング、ウォーキング、フィットネスを通じて、すべての人に体を動かして頂きたい。私たちは、皆さんのフィットネスと健康への旅を全力でサポート

また、社会への還元も重要と考えており、「アスリートがアスリートを助ける」プログラムを通じて、自力で歩いたり走ったりできない子供たちに特注のハンドサイクルを提供。これらのハンドサイクルは、速く動くエネルギーと楽しさを体感する手助けとなる



HELPING AND INSPIRING EVERYONE TO GET MOVING, STAY ACTIVE, AND LIVE HEALTHY SINCE 1983!



**ATHLETES HELPING ATHLETES,
A ROAD RUNNER SPORTS CHARITY**

Over \$2M Given To Children With Disabilities!

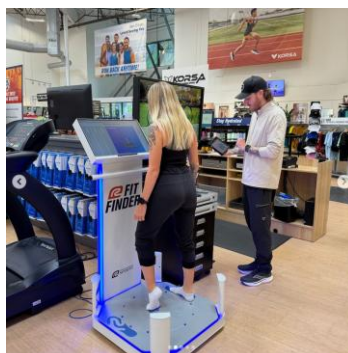
With help from our family of runners, we've given away over 1,580 custom built handcycles to children with disabilities all over America.

Road Runner Sports

全米52店舗を展開し、売上高2億5000万ドルを超える当社は、ロードランナースポーツ独自の極めて個別化されたカスタムフィッティングプロセスを提供

お客様の足をスキャンして適切な靴サイズを決定し、アーチ形状に完璧に適合するカスタムインソールを成形。
さらに購入を完結させるための多様なアパレル、ソックス、リカバリー用品を提供

ASICSは当社にとって最も重要なパートナーであり、Road Runner SportsはどのブランドよりもASICSシューズを最も多く販売



Road Runner Sportsのチーム、 そして ASICSとのパートナーシップ！！

Road Runner Sportsのチームは業界随一。
私たちはアメリカで最高のフィットエキスパートを揃え、
最新のシューズやテクノロジー、
アーチサポート、ランニングやウォーキング、
痛みの軽減に関する知識を習得するため、
徹底したトレーニングを実施。
また、ASICSと密接に連携し、すべてのお客様に
最適なシューズと正しいフィットを提供

全米で1,300以上の提携先（ジム、病院、陸上チーム、
マラソン大会など）と協力し、
全ての方が適切なシューズ、インソール、
ソックス、アパレルを身につけられるようサポート



ご挨拶

常務執行役員CFO 林晃司



ご挨拶

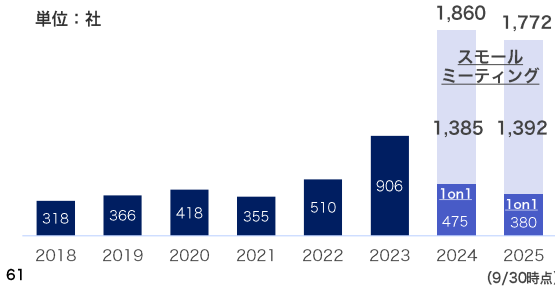
- ・ 2015年のアシックス入社以来、約10年間にわたり、経理・財務・IR・サプライチェーン等における改革に取り組んでまいりました
- ・ 株主をはじめとする投資家やアナリストの皆様には、さまざまな機会を通じて多くのご意見やご支援を賜りましたこと、改めて深く御礼申し上げます

アナリストカバレッジ数

2018年	2025年
4社	15社

IR面談社数の推移

単位：社



株価の推移 (2018年1月1日～2025年11月12日)

2023年8月	時価総額1兆円突破
2024年5月	MCSI Japan Standard指標に採用
7月	時価総額2兆円突破
8月	JPX日経400に採用
	JPXプライム150指数に採用
2025年8月	時価総額3兆円突破



各種表彰の受賞



プロが選んだディール・オブ・ザ・イヤー2024
エクイティ部門ベストディール
LSEG DEALWATCH AWARDS 2024 株式部門
Equity Issuer of the Year

来年1月より中華圏ビジネスを管掌する中国本部長を拝命し、
上海に拠点を移すこととなりましたので、
少しお時間をいただき、ご挨拶をさせていただきます。

本日はインバストメントデイにご参加いただきましてありがとうございます。
2018年から始めたインバストメントデイも今回で13回目ということです。
他社の例を見ると、事業報告会やインバスターズデイですが、私の不注意のあまりに、
インバストメントデイとなってしまっています。

振り返りますと、2019年2月の本決算を発表した際は、営業利益は105億円、
多額の特損もあり、当期利益は赤字でした。
2025年本年は営業利益は1400億円と大きく成長しました。

経営改革の進捗、業績の伸長とともに株価も上昇し、
時価総額が3兆円を超えるまでになりました。

また、2018年には4社であったセルサイドアナリストの方々のカバレッジが、
現在は15社にまで拡大。
国内外の投資家の皆様との面談機会も数多くいただくようになりました。
本年も多くの投資家の皆様と対話をさせていただきました。

大変光栄なことに、多方面で表彰をいただきましたが、
これらは、本日ご参加いただいております皆様からの多大なるご支援があつてこそ
です。

深く御礼申し上げます。

今後とも、これまでと、ぜひ変わらぬご支援をいただけますと幸いです。

中華圏で取り組むこと

- ① 中華圏における更なる成長
特に、ランニング事業の拡大に注力
- ② 生産計画と販売計画の同期化
他リージョンの模範となるモデルを確立へ
- ③ ビジネス基盤の強化
マーケットへの理解をさらに深め、
WSアカウントとより強固なネットワークを構築



天津マラソン



店舗訪問



中国国際輸入博覧会

ところで、私は、アシックスには、なお大きな成長余地があると確信しており、その1つが中華圏だと考えています。

具体的には3つのことに取り組みたいと思っています。

1つ目は、中華圏ビジネスの更なる成長、特にランニング事業の拡大に注力します。最近天津マラソンを視察しましたが大変盛り上がっており、やはり中華圏はランニング市場全体、またアシックスの伸びしろも大きいと感じています。

2つ目は、他地域の模範となるような、生産計画と販売計画の同期化です。これはCFOとしてこの2年間取り組んできたことでもありますので、リーダーシップをもって事業会社でも推進していきたいと思っています。

最後に、中華圏という市場について理解を深め、ビジネス基盤を強化してまいります。一部の店舗にもお邪魔していますが、すべての直営店舗を訪問することや、WSアカウントとの関係をさらに強化していきたいと思います。

中華圏ビジネスのさらなる成長拡大に向けて、今後も果たすべき役割を全うしてまいります。

皆様が上海にお越しの際はぜひご連絡をいただけますと幸いです。
誠にありがとうございました。



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。

© 2025 ASICS Corporation. All Rights Reserved.