

asics

sound mind, sound body



コンテンツ

IR BOOK 2026

02 創業哲学

03 沿革

04 業績推移

05 事業領域

05 カテゴリー

06 地域

07 経営改革のあゆみ

08 カテゴリー経営

09 アシックスの強み

09 プロダクト開発力

10 トップアスリート

11 ランニングエコシステム

12 カテゴリー紹介

12 P.RUN - パフォーマンスランニング

13 P.RUN :
マラソン大会におけるシェア

14 CPS - コアパフォーマンススポーツ

15 SPS - スポーツスタイル

16 OT - オニツカタイガー

17 グローバル生産体制：フットウェア

18 サステナビリティ

19 マネジメント紹介

19 取締役

20 執行役員

21 株主還元

22 株主優待

23 個人投資家向けの活動

24 外部評価



創業哲学

「健全な身体に健全な精神があれかし」 Anima Sana In Corpore Sano

古代ローマの風刺作家ユベナリスが残したこの言葉に感銘を受けた鬼塚喜八郎は、
スポーツを通じて若者たちの健やかな心身の成長を支えたいという思いから、1949年にスポーツ事業に参入しました。
ラテン語の頭文字 (**ASICS**) を社名に冠し、この創業哲学は今も脈々と受け継がれています。

現在は創業哲学を表す言葉“**Sound Mind, Sound Body**”をブランド・スローガンに掲げ、
スポーツを通じて世界の人々の心と身体を健康にすべく事業に取り組んでいます。



創業者 鬼塚喜八郎の創業への思いに関する動画は
こちらからご覧いただけます。🔗



沿革

アシックスの歴史は戦後、神戸の地から始まりました。
スポーツシューズを中心に、グローバルに事業を展開してきました。

1949年

鬼塚喜八郎が
神戸で鬼塚株式会社を創業

神戸



1977年

商号を株式会社アシックスに変更し、
株式会社ジィティオ、ジェレンク株式会社と合併*
シューズ、ウェア、用具の全てを供給する
総合スポーツ用品メーカーに



2002年

オニツカタイガー復刻
オニツカタイガー・ブランドとして
スポーツスタイル市場にグローバル展開



2019年

カテゴリー基軸の
経営管理体制がスタート

詳しくは、P.08「カテゴリー経営」を
ご参照ください。

1950年

最初のバスケットボールシューズ発売
当時のスポーツシューズ製造において、
最も難しいと言われていた
バスケットボールシューズから開発を手掛けた



1990年

神戸市にスポーツ工学研究所が竣工
陸上トラックや体育館などを備え、
科学的な実証に基づく製品開発体制を確立

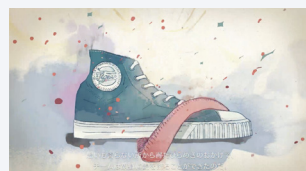


2005年～

海外売上高比率が50%を突破

2025年

一般財団法人
ASICS Foundation設立



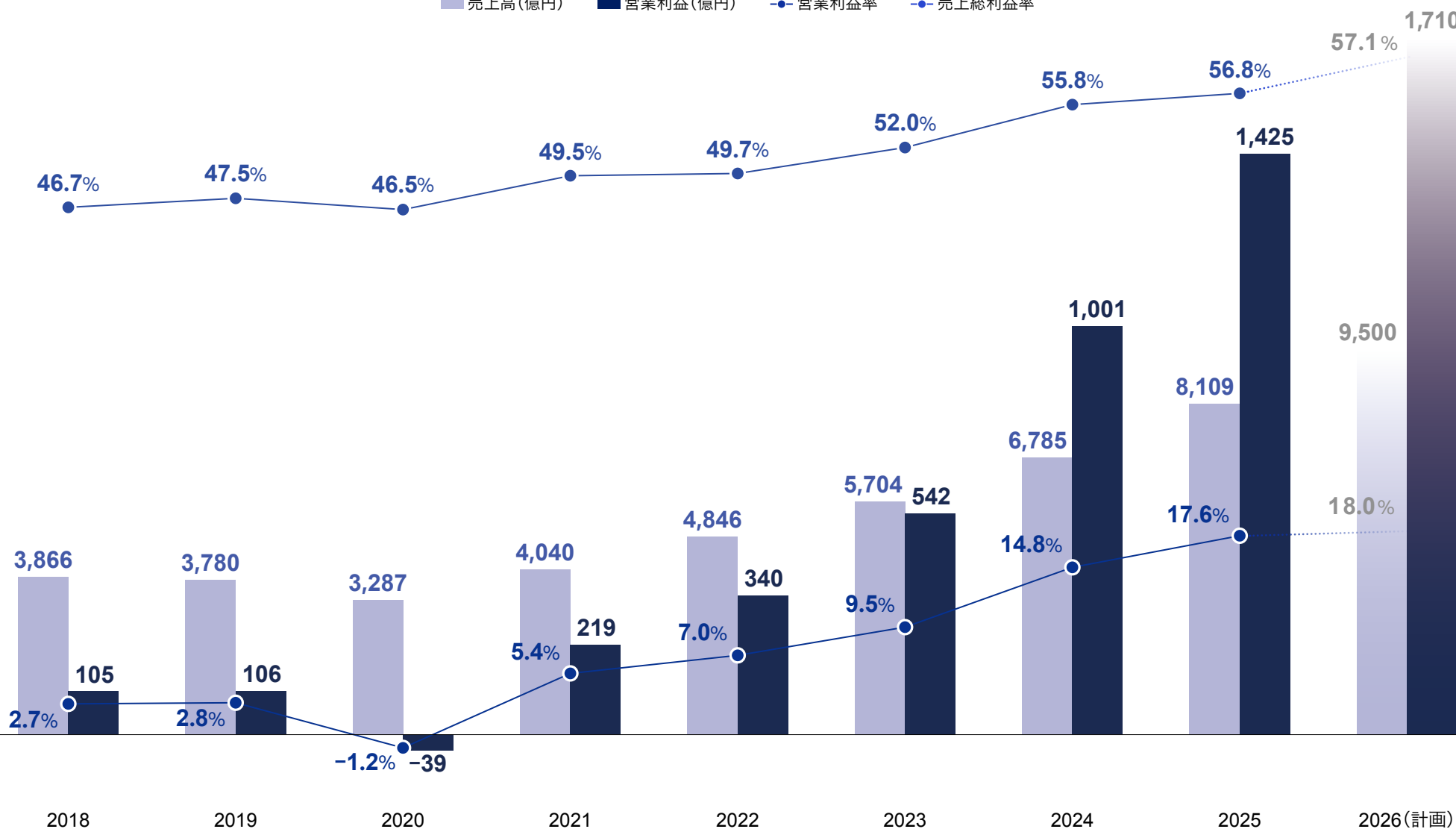
バスケットボールシューズの開発に関する動画は
こちらからご覧いただけます。📺

* 株式会社ジィティオはスポーツウェアメーカー、ジェレンク株式会社はニットウェアメーカー

業績推移

更なる成長に向けてアシックスは止まらない

売上高(億円) 営業利益(億円) 営業利益率 売上総利益率



事業領域：カテゴリー

アシックスは主に5つのカテゴリーで商品を展開しており、
2025年12月期はそのカテゴリー全てにおいて増収増益を果たしました。

カテゴリー別売上高構成比

連結売上高(2025年12月期) **8,109** 億円

P.RUN 44.8%	CPS 10.6%	5.2%	SPS 17.4%	OT 16.9%	5.1%
		APPAREL			その他(WKなど)



パフォーマンスランニング (P.RUN)

様々なランニングシーンに適したシューズ

カテゴリー利益

860 億円

カテゴリー利益率

23.7 %



コアパフォーマンススポーツ (CPS)

テニス、バレーなどランニング以外のスポーツ向けのシューズ

カテゴリー利益

167 億円

カテゴリー利益率

19.5 %



アパレル (APPAREL)

スポーツウェア・アクセサリ類

カテゴリー利益

59 億円

カテゴリー利益率

14.1 %



スポーツスタイル (SPS)

日常使いができるライフスタイルプロダクト

カテゴリー利益

413 億円

カテゴリー利益率

29.3 %



オニツカタイガー (OT)

ラグジュアリーライフスタイルブランド

カテゴリー利益

514 億円

カテゴリー利益率

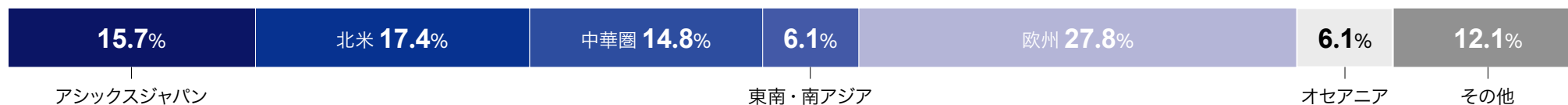
37.7 %

※ カテゴリー利益は売上粗利からカテゴリー販売管理費を除いて算出

事業領域：地域

アシックスは63社のグループ会社を通じて世界規模で事業を展開しています。
既存収益基盤の持続的成長と高成長地域における更なる接地面積の拡大を推進しています。

地域別売上高構成比



成長加速

アシックスジャパン

ブランド力強化

- P.RUN、選択したCPSでシェアNo.1
- 主要マラソン大会におけるランニングエコシステムでの顧客体験価値向上

売上高

1,272億円

営業利益率

30.0%

北米

ブランド力強化・シェア拡大

- 主要マラソン大会でのシェア拡大、ランニングエコシステムでの顧客体験価値向上
- SPSの更なる成長加速
- OT再進出の検討

売上高

1,411億円

営業利益率

11.3%

中華圏

ブランド認知の更なる拡大・面的拡大

- P.RUNにおけるシェア拡大
- スポーツマーケティング活動の最大化によるブランド価値向上
- 国内販売網の拡大を見据えた取引先との取り組み拡大

売上高

1,205億円

営業利益率

20.8%

東南・南アジア

ブランド認知向上・面的拡大

- アジア主要大会におけるアシックスブランドの訴求
- 各国のスポーツトレンド（パデル、ピックルボールなど）をとらえた販売戦略の展開
- 主要マラソン大会におけるランニングエコシステムでの顧客体験価値向上

売上高

497億円

営業利益率

22.0%

安定成長

欧州

ブランドの更なる強化・シェア拡大

- P.RUNとテニスにおける圧倒的No.1ブランドへ
- 主要都市を中心としたOT店舗の出店によるブランド認知拡大
- 主要マラソン大会におけるランニングエコシステムでの顧客体験価値向上

売上高

2,258億円

営業利益率

16.3%

オセアニア

高いブランド力に立脚した更なるシェア拡大

- 圧倒的No.1ブランドへ
- ランニングエコシステムでの先進的な取り組みによる顧客体験価値向上

売上高

496億円

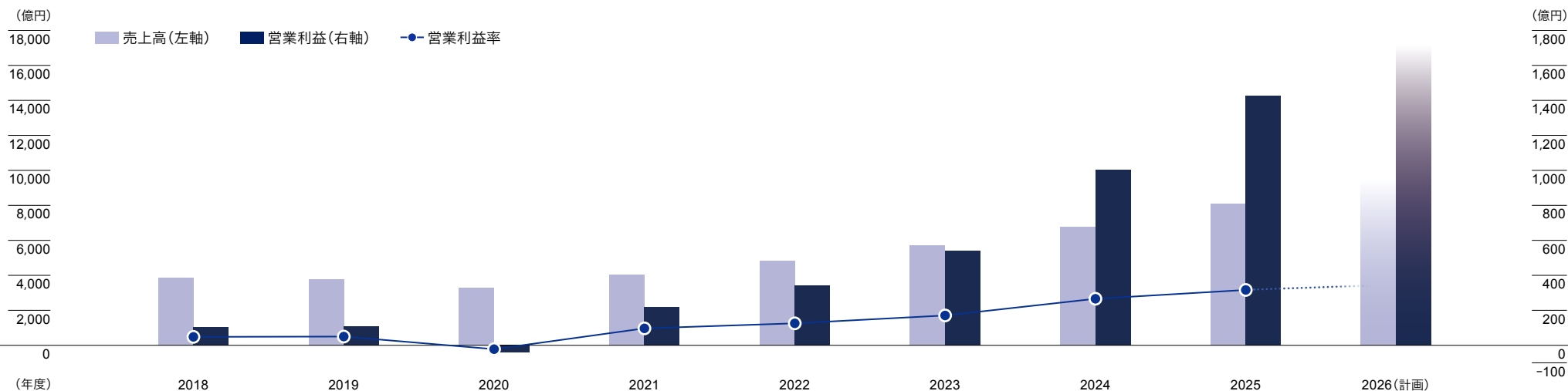
営業利益率

16.0%

※ アシックスジャパンの売上高（構成比）は、日本セグメントとは異なり、日本セグメントから主要5カテゴリー以外を販売する会社（アシックス商事、ニシスポーツなど）の売上高を除外したもの

経営改革のあゆみ

カテゴリー経営体制への移行と、プロダクト・チャネル・リージョンミックスの改善により、業績が回復しました。



ACTION PLAN

- カテゴリー経営体制の導入
- 収益性の改善に取り組む
- 重点分野をP.RUN、中国、デジタルと定める

コロナ禍をはじめとする
環境変化はあったが、
変革への基盤を整備

中期経営計画 2023

- カテゴリー経営体制の定着
- 各地域で順調な成長および収益回復
- 更なる成長の基盤構築

目標を大幅に達成
成長軌道への転換を果たす

中期経営計画 2026

Global Integrated Enterpriseへの変革を
遂げるべく、3つの重点戦略を実行

- グローバル成長
- ブランド体験価値向上
- オペレーショナルエクセレンス

重点指標	2024年	2025年	2026年目標 前倒し達成
営業利益	1,001億円	1,425億円	1,300億円前後
営業利益率	14.8%	17.6%	17.0%以上
ROA	13.0%	17.9%	15%前後

カテゴリー経営

2019年にカテゴリー経営体制を導入したことにより、
本社と事業会社の役割が明確化され、収益性が大きく改善されました。

～2019年 機能ごとの経営体制

生産部門と販売部門で独立した動き
販売会社の権限が強く、遠心力が働く体制



カテゴリー再編

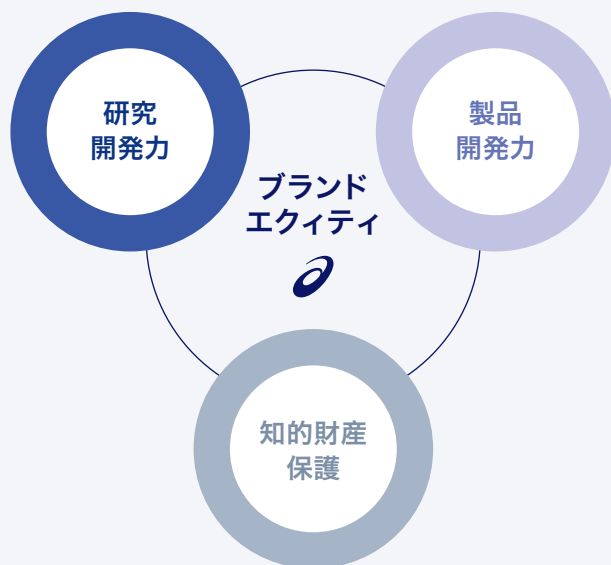
2019年～ カテゴリー経営体制

それぞれのカテゴリーのトップが製品の企画から
生産、販売まで全ての責任を担う体制



アシックスの強み：プロダクト開発力

高い研究開発力・製品開発力を知的財産保護により維持することで、
イノベティブな製品ローンチの再現性を確保しています。



研究開発力

- 1985年来スポーツ工学研究所で自社研究
- 膨大な量の人間特性データ

動作分析データ：15万件以上

足形データ：230万件以上



スポーツ工学研究所



ASICS Institute of Sport Science America

製品開発力

- イノベーションを加速するべく3拠点が連携し、組織横断型協働体制をグローバルで構築



知的財産保護

- 特許登録件数：886件（日本 302件／海外 584件）
- 商標登録件数：基幹商標を中心に全世界で約5,600件



基幹商標

アシックスの強み：トップアスリート

国際的な大会においても、数多くの有名アスリートがアシックス製品を愛用しています。

元アスリート



高橋 尚子



野口 みずき

マラソン



小林 香菜



川内 優輝

陸上



桐生 祥秀

テニス



ロレンツォ・ムゼッティ

スケートボード



赤間 凜音

バレーボール



日本代表(男子)

JVA2026-03-181

バスケットボール



渡邊 雄太

サッカー



富安 健洋

アシックスの強み：ランニングエコシステム

レースエントリーを起点に、OneASICS会員を獲得し、高付加価値なブランド体験を提供しています。
これらを通じて、生涯顧客価値の向上とNo.1ランニングプラットフォーマーとしてのポジションの確立をグローバルで推進します。

ランニングエコシステムの成功モデルをグローバルへ

- 2025年のシドニーマラソンにて、ランニングエコシステムを実装し、成功モデルとして確立
- レース登録時からランナーに伴走したプレミアムな体験価値を提供し、売上向上との連動が明確に
- 2026年は、この成功モデルをグローバルの主要大会に展開中

シドニーマラソン2025(8月開催)におけるレースジャーニー

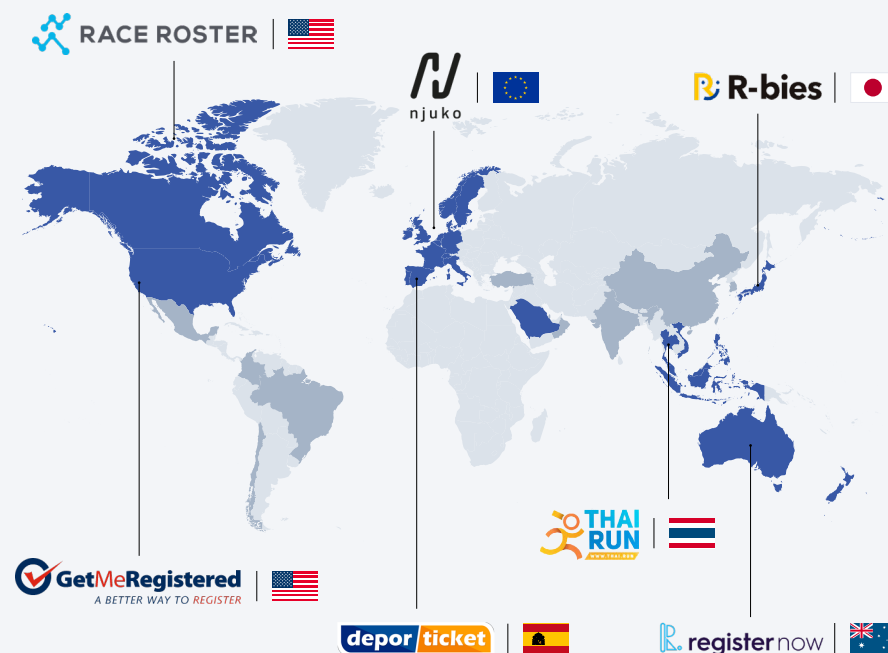


シドニーマラソン参加者会員と
地域全体の平均購買単価の比較* **+62%**

* OneASICS会員、DTCチャネルでのレース登録～レース終了後約2週間(約9か月)の平均総購買額と、
OneASICS会員1～9月平均購買単価との比較

レース登録事業の拡大

- 2025年にスペイン及びタイのレース登録会社をグループ化、2026年には北米のレース登録プラットフォームサービスの資産買収
- 現在、年間約1,800万人のランナーとの接点を構築
- 新たに子会社化した会社を起点に、東南アジアや南ヨーロッパ地域でのランニングエコシステム拡大を目指す

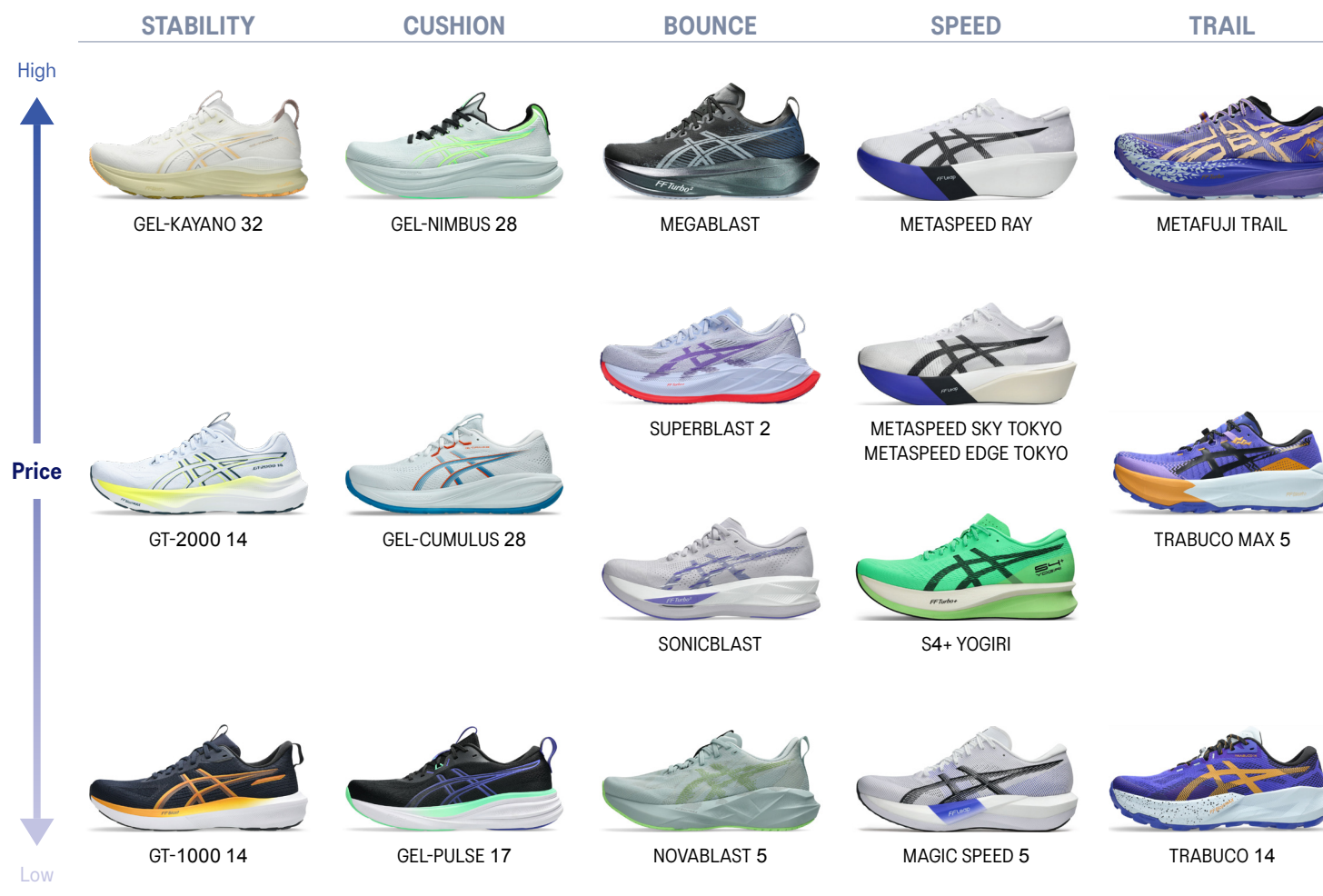


■ レース登録展開国+OneASICS展開国 ■ OneASICS展開国

カテゴリー紹介: P.RUN パフォーマンスランニング

アシックスデザインフィロソフィーに基づいた魅力的でプレミアムなランニングシューズを展開しています。

商品ラインアップ



トピックス

C-PROJECT*による トップアスリートの活躍

東京2025世界陸上競技選手権大会にて
個人で7つ、リレーで1つのメダルを獲得、
男女マラソンではシューズシェアNo.1を
獲得。

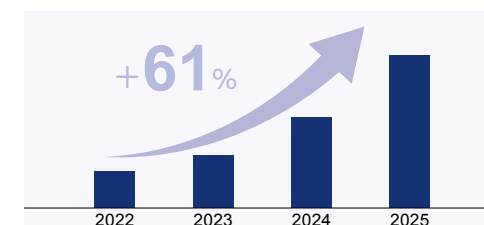
*CHOJO (頂上) のCを冠したトップアスリート向けランニング
シューズ開発プロジェクト

BOUNCEサイロの著しい成長

2022年から2025年の4年間でCAGR*: 61%

*年平均成長率

BOUNCEサイロのCAGR



MEGABLAST

P.RUN マラソン大会におけるシェア

世界の市民マラソン大会においても高いシェアを維持しています。

市民マラソン大会での当社シューズ利用率 ※ Jewell Running Group調べ

パリマラソン (2025年4月)



25%

参加人数：約5万6千人

ムンバイマラソン (2026年1月)



35%

参加人数：約7万人

シドニーマラソン (2025年8月)



26%

参加人数：約3万3千人

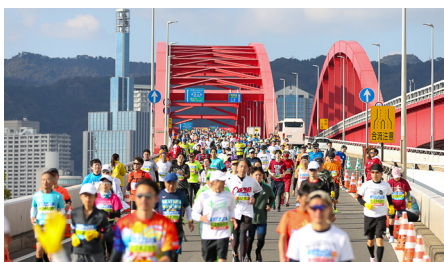
東京マラソン (2026年3月) ©東京マラソン財団



34%

参加人数：約3万9千人

神戸マラソン (2025年11月)



42%

参加人数：約2万1千人

ロサンゼルスマラソン (2026年3月)



19%

参加人数：約2万3千人

カテゴリー紹介：CPS コアパフォーマンススポーツ

競技人口や競技がブランドに与える影響、グローバル展開の可能性、利益面など様々な切り口からCPSカテゴリーヒエラルキーを作成しています。地域ごとに注力カテゴリーを設定し、シェア拡大を図っています。

CPSカテゴリーヒエラルキー

Global

Lead



テニス

Growth



バレーボール
インドアスポーツ

Regional Focus Categories

日本



バスケットボール
サッカー

米国



レスリング

欧州



パデル
ハンドボール

中華圏



サッカー
バスケットボール

オセアニア



フットボール
ネットボール

東南アジア



バドミントン

トピックス

グレートーテニス戦略

テニスを核に、パデルとピッケルボールへ価値・技術・ブランドを拡張する成長戦略。

テニス



パデル

壁からの跳ね返りを活用する戦略性が魅力の、壁に囲まれたコートでプレーするスペイン発祥の競技。



ピッケルボール

小さなコートで穴あき球を打つ、手軽さと適度な運動量が人気のアメリカ発祥の競技。



カテゴリー紹介：SPS スポーツスタイル

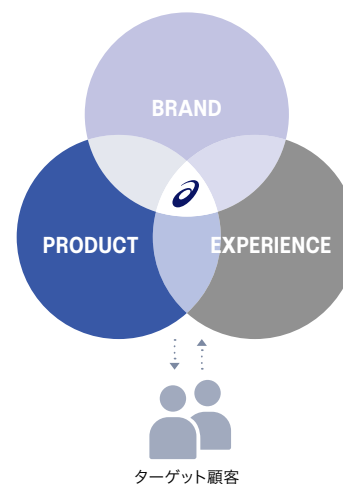
製品群を複数持つことで、トレンドサイクルの早いスニーカー市場における柔軟な機会創出とリスクに対応しています。
在庫コントロールにも注力した結果、高い利益率を実現しています。

商品ラインアップ

VISIBLE TECH テクノロジーと スタイルの融合	GEL-KINETIC 2.0	GEL-QUANTUM 360 I AMP	ASICS X Doublet GEL-QUANTUM 360 I AMP
			
MODERN アーカイブの再構築	GEL-NYC 2.0	GEL-NUNOBIKI	ASICS X HAL STUDIOS GEL-NYC 2.0
			
VINTAGE TECH 2000年代アーカイブ	GEL-KAYANO 14	GEL-SD-LYTE	ASICS X MIYAKE DESIGN STUDIO HYPER TAPING
			
CLASSICS 90年代アーカイブ	GEL-LYTE III	SKYHAND OG	ASICS X mita sneakers GEL-LYTE ∞
			
SKATEBOARDING スケートボードに合った テクノロジーとスタイル	GEL-FLEXKEE PRO 2.0	JAPAN PRO	ASICS X Gino Iannucci LEGGEREZZA FB
			
コラボレーション商品			

トピックス

ターゲット顧客との更なる関係強化



BRAND

- 製品群のプレミアム方面へのシフト
- 差別化ポイントの追求とグローバル発信強化
- アクティブライフスタイルの提案

PRODUCT

- アパレルを含めたスタイリング提案
- 戦略的なパートナーシップ、コラボレーションの継続強化
- デザイン・快適性・品質の追求
- 新たな価値創造によるプロダクトポートフォリオの拡充

EXPERIENCE

- 各チャネルでの顧客体験向上
- ブランドの世界観を体感する体験型イベントなどの開催
- DTC、OneASICS、SNSを通じたお客様とのつながりの強化

新モデル「GEL-NYC 2.0」のリリースにおける取組み



前作「GEL-NYC」からデザイン性・快適性を更に進化させた「GEL-NYC2.0」のデビューに先駆け、HSDTとのシグネチャーモデルをリリース。
ニューヨークで開催したローンチイベントでは、音楽・ファッションなどカルチャーが融合する高い熱量と一体感を創出。

カテゴリー紹介：OT オニツカタイガー

ヘリテージ・モード・フォーマル・香水など、各レーベルで様々なアイテムを展開しています。
ブランド戦略の中核拠点として自社工場「オニツカイノベティブファクトリー」を開設しました。

ラインアップ

Onitsuka Tiger



MEXICO 66 TGRS

ONITSUKA



DERBY

**ONITSUKA
TIGER**

WS DOUBLE BREASTED JACKET
WS TOP
WS TRACK PANTS
KARATE BAG
TIGER RODEANO HL
SOCKS
WS BELT



**ONITSUKA
TIGER**
EAU DE PARFUM



EAU DE PARFUM

トピックス

オニツカイノベティブファクトリー (OIF)

素材開発からデザイン、生産までを一貫して行う
ブランド初の専用生産拠点を2026年1月に開設。



オニツカタイガーのもののづくりの象徴であり、世界的な人気を誇る「NIPPON MADE」シリーズや、フォーマルなレザーシューズを展開するブランド「THE ONITSUKA」を生産。



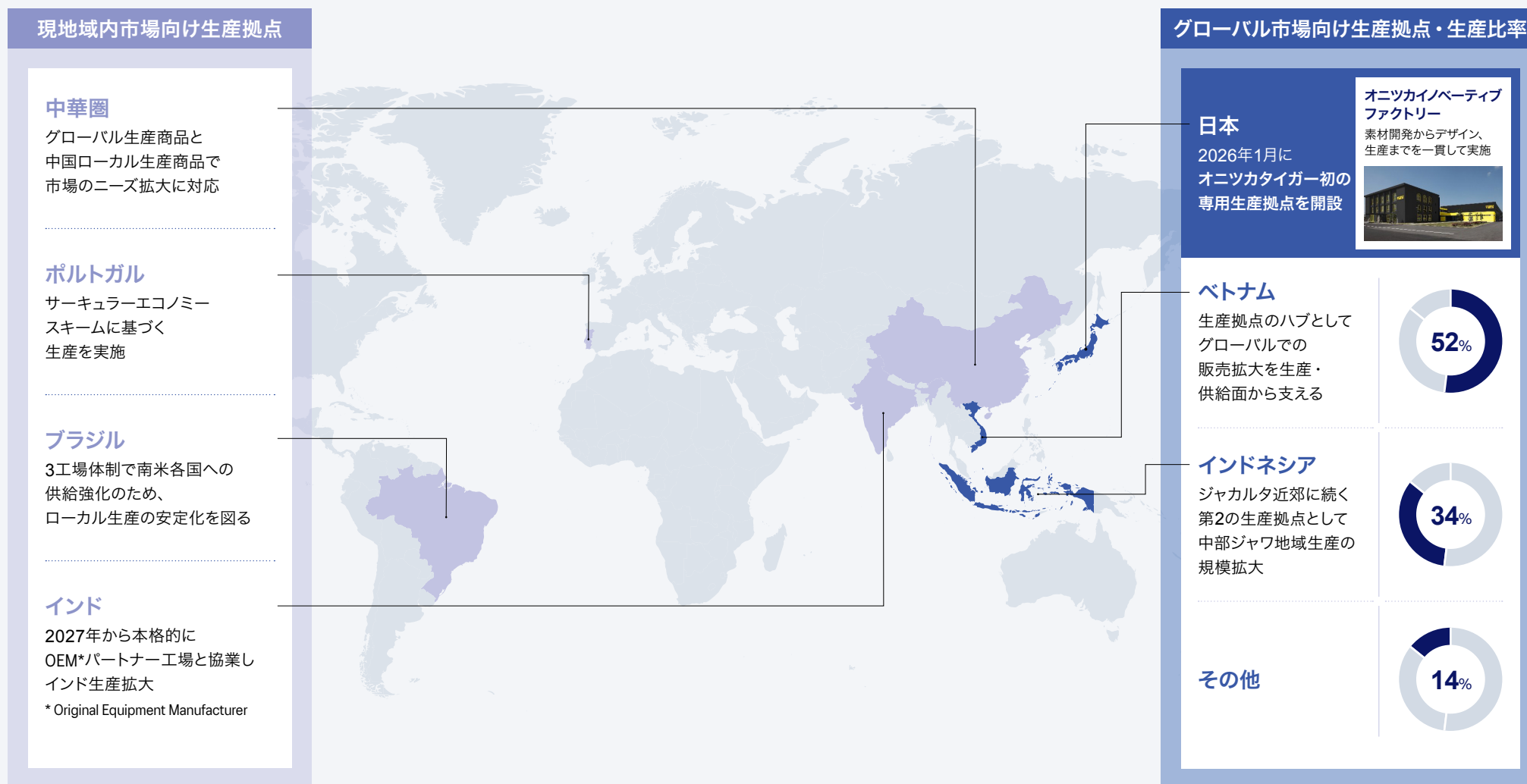
併設している「オニツカギャラリストア」では工場生産された「NIPPON MADE」シリーズの販売と、シューズのカスタムオーダーを展開。

グローバル生産体制 フットウェア

FTA*活用と主要サプライヤー網を踏まえ、サプライチェーン効率とコスト競争力を強化する生産体制を構築しています。

グローバル市場向け生産拠点は東南アジアを中心に分散し、中華圏・インドにおいては国内向け商品のみを生産しています。

* 自由貿易協定



サステナビリティ

健全な心身や健やかな地球環境が将来世代まで続くよう、2つの柱を軸に取り組んでいます。



詳しくは「サステナビリティレポート」をご参照ください。📄

PEOPLE 人と社会への貢献

対象	お客様・コミュニティ	従業員	サプライチェーン
戦略	心身の健康		サプライチェーンの人権

心身の健康

一般財団法人ASICS Foundationの設立

アシックスは、創業哲学「健全な身体に健全な精神があれかし」を体現する一般財団法人ASICS Foundationを2025年に設立しました。経済的・社会的に困難な状況にある青少年や障がい者、女性などへのスポーツ支援をする団体へ助成を行い、国内外の生産拠点地域を中心に活動を展開します。財団活動を通じ、スポーツのアクセシビリティ向上を図り、より多くの人々が心身ともに健康で居られる世界の実現を目指しています。



サプライチェーンの人権

社会的責任を意識した事業運営

アシックスは、サプライチェーン全体で働く人々の人権尊重を重要責務と位置づけ、生産委託先工場の監査を2004年から実施しています。2025年は、年度内に監査を実施した89工場のうち、100%がアシックス基準を達成しました。監査スコアの精緻化やデジタルシステムによるトレーサビリティ向上に加え、今後は人権リスク管理を2次生産委託先工場にも拡大し、上流まで含む人権リスク管理と透明性の強化に取り組めます。

アシックス基準以上の
1次生産委託先工場の割合(%)

目標	進捗 (2025年実施)
100%	100%*

* 最新の年次サイクルで評価された工場の結果に基づく



PLANET 環境への配慮

対象	製品	事業活動
戦略	気候変動への対応	
	循環型ビジネス	

気候変動への対応

温室効果ガス排出量削減目標

Why	健やかな心身を実現するためには、健やかな地球環境が必要である	
What (気候変動への対応)	2050年目標 温室効果ガスの排出を実質ゼロにする	
	2030年 CO ₂ 排出量削減目標(基準年: 2015年)	
	スコープ1&2 63% 事務所におけるCO ₂ 排出量を削減	スコープ3 63% サプライチェーンでのCO ₂ 排出量を削減



商品のカーボンフットプリント表示

循環型ビジネス

品質・機能性とサステナビリティを両立したイノベーティブな製品の開発

温室効果ガス排出量
世界最少スニーカー*



GEL-LYTE III CM 1.95

温室効果ガス排出量1.95kg CO₂eと、従来のスニーカーの排出量の約1/4の排出量を実現したスニーカー。

リサイクルできる
ランニングシューズ



NIMBUS MIRAI

アッパーを単一素材にし、かつ特殊な糊を開発し、回収時にアッパーとソールを外すことができる構造としたことで、リサイクルを可能にしたランニングシューズ。

廃棄予定だったシューズを
原料に用いたスニーカー



NEOCURVE

欧州で廃棄予定だったデッドストックシューズを回収。欧州内で粉砕・素材化・製品化・流通・販売を実現し、地産地消を目指したスニーカー。

* 2023年9月時点。製品ライフサイクルにおける温室効果ガス排出量が明示されている市販シューズを対象としたデータに基づく

マネジメント紹介：取締役

氏名	役職
廣田 康人 	代表取締役会長 CEO
富永 満之 	代表取締役社長 COO
村井 満 	社外取締役
須藤 実和 	社外取締役
熊埜御堂 朋子 	社外取締役
ジェニファー・ロジャーズ 	社外取締役

氏名	役職
倉本 学 	取締役(常勤監査等委員)
横井 康 	社外取締役(監査等委員)
江藤 真理子 	社外取締役(監査等委員)

独立社外取締役比率



マネジメント紹介：執行役員

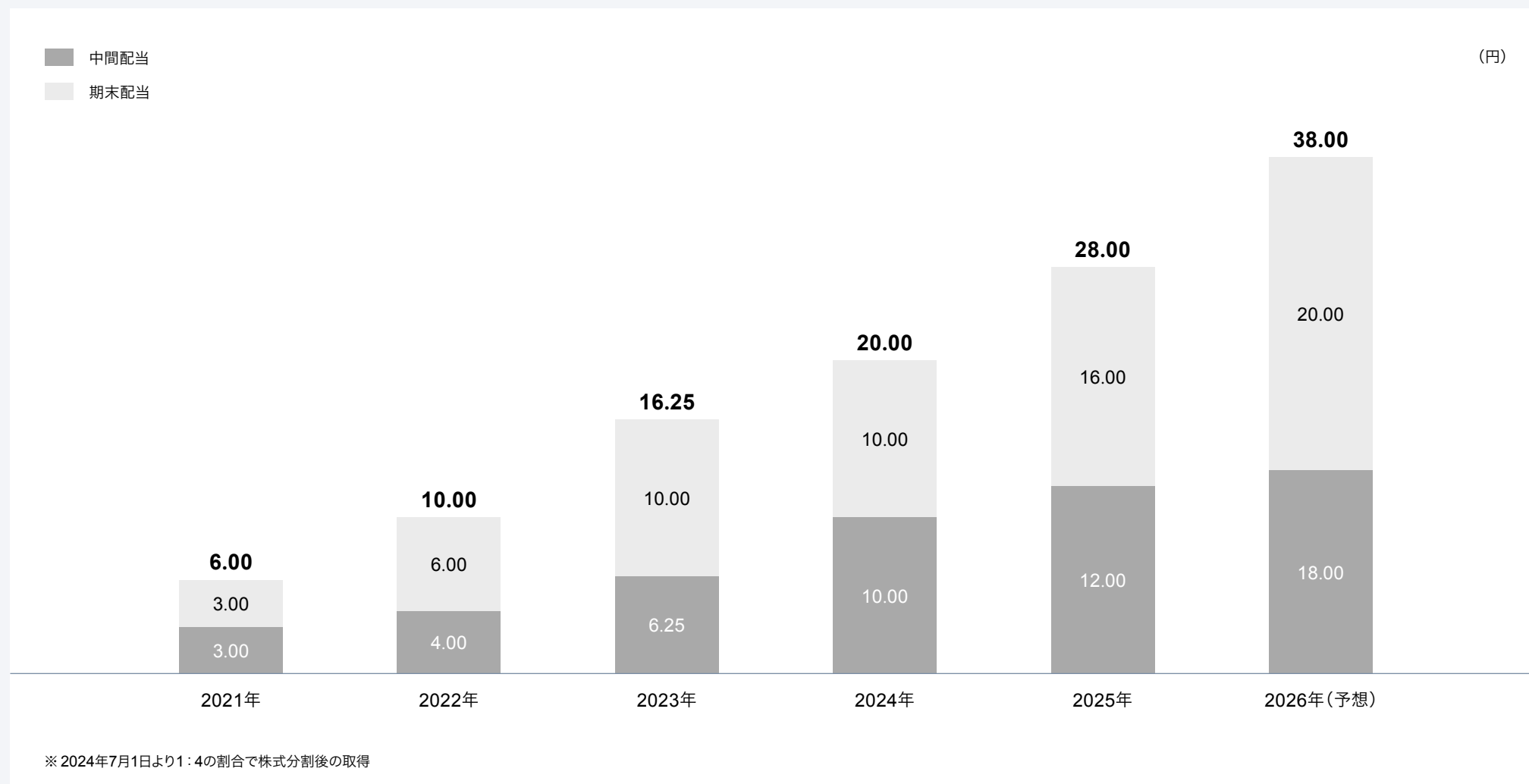
氏名	役職
廣田 康人	代表取締役会長 CEO
富永 満之	代表取締役社長 COO
千田 伸二	副社長執行役員
庄田 良二	副社長執行役員 オニツカタイガーカンパニー長
西脇 剛史	常務執行役員
小玉 康一郎	常務執行役員 アシックスアメリカ President&CEO
甲田 知子	常務執行役員
高岡 典男	常務執行役員
林 晃司	常務執行役員 中国本部長
堀込 岳史	常務執行役員 CAO
小林 淳二	執行役員 ウォーキング統括部長 兼 アシックス商事社長

氏名	役職
貞閑 明彦	執行役員(イノベーション担当)
田口 陽太郎	執行役員 コアパフォーマンススポーツフットウェア統括部長
カーステン・ウンベハウン	執行役員 アシックスヨーロッパCEO
鈴木 豪	執行役員 スポーツスタイル統括部長
松田 伸司	執行役員 アシックスインドニア Vice President
大島 啓文	執行役員 CIO 兼 CDO
和泉 絵里子	執行役員 法務部長 兼 サステナビリティ部長
阿部 雅	執行役員 アシックスジャパン代表取締役社長
マーク・ブラントン	執行役員 アシックスオセアニア Managing Director
森安 健太	執行役員 パフォーマンスランニングフットウェア統括部長
ラジャット・クラナー	執行役員 アシックスインドニア Managing Director

株主還元

株主の皆様に対する利益還元は、経営上の最重要課題のひとつです。

配当金についても累進配当を継続しており、2026年度の年間配当金は過去最高の38円を予想しています。



株主優待

株式保有期間、保有株式数に応じた割引率で商品をご購入いただけます。

アシックスオンラインストア、アシックスウォーキングオンラインストア、アシックス商事公式オンラインストア、オニツカタイガー公式オンラインストアにてご利用いただける電子チケットです。

株主優待制度概要

【2025年12月31日時点の株主様向けの株主優待内容】

株主優待適用基準		株式保有期間		
		1年未満	1年以上～3年未満	3年以上
保有 株式数	100株以上 1,200株未満	25%割引 チケット10枚	30%割引 チケット10枚	
	1,200株以上	30%割引 チケット10枚		40%割引 チケット10枚

【2026年6月30日時点の株主様向けの株主優待内容】

株主優待適用基準		株式保有期間	
		3年未満	3年以上
保有 株式数	100株以上 200株未満	20%割引 チケット10枚	
	200株以上 5,000株未満	20%割引 チケット10枚	30%割引 チケット10枚
	5,000株以上	40%割引 チケット10枚	

個人投資家向けの活動

アシックスの事業をよりご理解いただくことを目的として、個人投資家の皆様に向けた説明会やメール配信を行っています。

体験型IR説明会



全国複数都市をマネジメントが巡る体験型IR説明会を開催しています。企業概要や業績について直接ご説明するだけでなく、アシックスブランドを体験していただけるブースや、お土産もご用意しています。

アシックスブランドを体感していただけるコンテンツ例



シューズ試し履き

アスリートの声をもとに開発した最先端のシューズを含む幅広い商品をご試着いただけます。



足形計測

イベントで大人気の足形計測。計測した結果はお持ち帰りいただけます。

開催都市(2026年度実施予定)

那覇: 3/14(土)

仙台: 8/30(日)

広島: 12/12(土)

博多: 5/23(土)

神戸: 9/12(土)

東京: 2027/2/13(土)

札幌: 6/13(土)

名古屋: 11/29(日)



説明会へのお申し込みは、こちらのリンクより受け付けています。

メール配信



IRチームからのお便りを月に1~2回程度配信しています。イベント情報や契約アスリートからのメッセージなど、アシックスならではの最新情報をメールでお届けしています。

これまでに配信した内容(抜粋)

- アシックスサポート選手からのメッセージ
- 神戸マラソンに向けたランニングイベントとASICS KOBEリニューアルのご紹介
- インベストメントデ이의舞台裏
- 「ASICS WALKING三宮中央通り」オープニングイベント
- C-PROJECTのご紹介
- 各都市のランニングコースのご紹介
- マネジメントによる決算ポイントのご説明
- 個人投資家様向け体験型IR説明会の様子

など

すべてのメールで、関連した動画も配信しています



第6回 個人投資家様向けIR説明会 in 名古屋



選手時代の減量に関するエピソードや

日本レスリング界のレジェンドである吉田沙保里選手にもご登壇いただいた、2025年12月号配信動画より抜粋



メール配信はこちらから登録いただけます。

外部評価

サステナビリティ、知的財産、IR、コーポレート・ガバナンス、デジタルといった重要分野で外部からも高い評価を獲得しています。

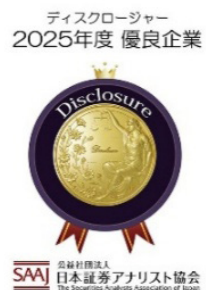
サステナビリティ



知財・無形資産



IR



コーポレート・ガバナンス



デジタル





株式会社アシックス

〒650-0021
神戸市中央区三宮町一丁目2番4号 大和神戸ビル



アシックスのホームページは
こちらからご覧いただけます。 



アシックスのIR情報は
こちらからご覧いただけます。 



個人投資家向けメール配信は
こちらから登録いただけます。 