



平成 28 年 2 月 12 日

各 位

会 社 名 株式会社アシックス
代表者名 代表取締役社長 C E O 尾 山 基
(コード番号：7936 東証第一部)
問合せ先 取締役常務執行役員 加藤 勲
(TEL. 078-303-6830)

新中期経営計画「ASICS Growth Plan (AGP) 2020」の策定について

株式会社アシックス（本社神戸市、社長：尾山基）は、新しい中期経営計画「ASICS Growth Plan (AGP) 2020」を策定しました。アシックスグループは、この新しいプランに基づき、グローバルで持続的な成長を図り、2020 年度には連結売上高 7,500 億円以上を目指します。

具体的な「AGP2020」は以下のとおりです。

ASICS Growth Plan (AGP) 2020

実効期間：2016 年 1 月 1 日 - 2020 年 12 年 31 日

1. ASICS SPIRIT

1-1. フィロソフィー

(創業哲学)

「健全な身体に、健全な精神があれかしー “Anima Sana In Corpore Sano”」

(アシックスの理念)

- 一、スポーツを通して、すべてのお客様に価値ある製品・サービスを提供する
- 二、私たちを取り巻く環境をまもり、世界の人々とその社会に貢献する
- 三、健全なサービスによる利益を、アシックスを支えてくださる株主、地域社会、従業員に還元する
- 四、個人の尊厳を尊重した自由で公正な規律あるアシックスを実現する

1-2. ビジョン

Create Quality Lifestyle through Intelligent Sport Technology

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

1-3. バリュー

第 1 条： スポーツマンはルールを守る

第 2 条： スポーツマンはフェアプレーの精神に徹する

第 3 条： スポーツマンは絶えずベストを尽くす

- 第4条： スポーツマンはチームの勝利のために闘う
 第5条： スポーツマンは能力を高めるために常に鍛錬する
 第6条： スポーツマンは、「ころんだら、起きればよい。失敗しても成功するまでやればよい。」

2. AGP2020 財務目標*

売上高	7,500 億円	以上
営業利益率	10%	以上
ROE（株主資本当期利益率）	15%	以上

カテゴリー別売上高

ランニング	4,000 億円	以上
トレーニング	700 億円	以上
コアパフォーマンススポーツ	1,000 億円	以上
ライフスタイル	900 億円	以上

流通別売上高

直営店	1,350 億円	以上
Eコマース	150 億円	以上

*海外売上高は現地通貨で目標を組み、以下の為替レートに基づき円換算している
 120 円/ドル、135 円/ユーロ、0.11 円/ウォン、18.0 円/元、90.0 円/A ドル、
 90.0 円/SG ドル、14.0 円/SEK

3. 事業領域

- アスレチックスポーツ事業領域
- スポーツライフスタイル事業領域
- 健康快適事業領域

4. コア戦略

- (1) DTC マインドへの転換
 - ・商品企画から販売まですべてのプロセスを、お客様と直接的なコミュニケーションが可能なDTC起点に転換する
- (2) 顧客基盤の拡大
 - ・新たなお客様(女性、若者、新興国)を理解し、開拓する
 - ・従来のスポーツシーンだけでなく、ライフスタイルシーンでも選ばれるブランドになる
- (3) 一貫したブランディング
 - ・全世界で一貫したブランドをお客様へ伝え、情緒的なつながりを深める
- (4) 差別化されたイノベーションの創出
 - ・お客様のライフスタイルや体験に大きな変化をもたらす革新的な商品・サービス・プロセスを創出する
- (5) 卓越したオペレーションの追求
 - ・従来の業務プロセスを変革し、データに基づいた意思決定により収益性を高め、持続的な成長を実現する
 - ・開発生産体制を変革し、社会と環境の持続可能な発展を支える

- (6) 個人とチームの成長
 - ・お客様に期待を上回る価値を届けるため、個人およびチームの能力を高める

5. カテゴリー戦略

- (1) ランニング
 - ・イノベーションを起こし続け、ランナーそれぞれの目標や憧れを実現し、幅広い層のランナーの心をつかむ
 - ・世界各地で市場シェア2位以上を目指す
- (2) トレーニング
 - ・ランニングで培った知見やブランド力を活用し、イノベーションを通じてお客様のトレーニングに対するモチベーションの向上に貢献し、多様なお客様の心をつかむ
- (3) コアパフォーマンススポーツ
 - ・グローバル戦略カテゴリーのイノベーションに集中し、スポーツファンの心をつかむ
 - ・リージョナルカテゴリーの価値を最大限に活かし、ビジネスを効率化しながらブランドの価値を向上させる
- (4) ライフスタイル
 - ・日本発のスポーツブランドとして、当社が築いてきたヘリテージをコアとする
 - ・トレンドの先端を担い高感度な若者の心をつかむ
 - ・アシックスタイガーとオニツカタイガーの両ブランドを通してASICSストライプの認知とイメージを高める
- (5) アウトドア（ホグロフス）
 - ・アウトドアの進化をリードし、グローバルのプレミアムアウトドアブランドとして規模を拡大する
- (6) 健康快適
 - ・スポーツで培った知的技術を用いた独自の商品・サービスで、人々の健康維持・増進や安全・安心をサポートする
 - ・将来的なグローバル展開を視野に入れて、日本でビジネスを拡大、成長させる

6. 本社機能および地域別戦略

- (1) 本社機能の強化
 - ・各機能別組織をグローバルで統括し、機能別の戦略立案と意思決定を主導する
 - ・グローバルで迅速かつ透明性を持ったレポート体制を構築し、グループ全体のガバナンスとリスク管理を徹底する
 - ・グループ全体で成功事例と失敗事例の共有を推進する
- (2) 地域別戦略
 - ・日本、米州、EMEA、中華圏、韓国、オセアニア、東南アジア・南アジアの7極に分け、各国・地域でAGP2020の目標達成のため戦略を実行する

以上