



平成 30 年 8 月 3 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 O O 廣田 康人
(コード番号：7936 東証第一部)
問合せ先 取締役 中野 北斗
TEL. (078) 303-6830

中期経営計画の「アクションプラン」策定について

当社は、中期経営計画「ASICS Growth Plan (AGP)2020」の数値目標の達成に向け、下記のとおり「アクションプラン」を策定しました。

アシックスグループは、この施策に基づき、収益性の改善及び持続的な成長を図り、2020 年度には連結売上高 5,000 億円以上・営業利益率 7%以上を目指します。

記

グローバルで多様化するお客様の嗜好や販売チャンネルの変化の速さへの対応遅れにより、平成 30 年 2 月 14 日に中期経営計画の修正を行いました。「アクションプラン」は、中期経営計画の修正方針に則り、目標を達成するための具体的な行動計画です。

アクションプランの概要

1. 方針

当社がこれまで以上に収益責任を負うプロダクトカテゴリー基軸の経営管理体制をスタートさせ、販社と共にグループ一体となって利益ある成長を推進してまいります。

2. 重点項目

① 米国におけるパフォーマンスランニングへの注力

- ✓ アメリカ市場は最大かつ最重要市場と認識し、これまで以上に本社機能のリソースを投入し、若いランナーの取込みを目指す。
- ✓ 本社の各カテゴリーのトップが、米国市場での売上高と利益に対して徹底的に責任を負う。
- ✓ 本社のマーケティングや商品企画部門がアメリカ販社のセールスと共に、競争力あるキーアカウントとのパートナーシップを確立し、更なるシェア拡大に努める。

② 中国市場における成長加速

- ✓ 拡大する中国市場の成長をしっかりと取り込むため、迅速な意思決定を実施する中国本部を上海に設置し、市場成長を超えたシェア獲得を目指す。
- ✓ アパレル、アクセサリーの現地企画開発機能を強化して地域のニーズに迅速に対応。
- ✓ 独自の発展を遂げている中国のデジタル領域では、中国大手のEリテイラーとの関係を強化し、SNSなど中国独自のデジタル環境を活用しながら成長を加速。

③ デジタル事業を新たな成長ドライバーへ

- ✓ お客様接点を構築するデジタル機能を集結させ、新たな成長ドライバーとして確立。
- ✓ デジタル部門はEC事業の収益責任を担い、フィットネスアプリやCRMをECに結びつける。
- ✓ 「お客様視点」を第一としたユーザビリティの追求による、トラフィック、コンバージョンの向上。

④ アパレル事業を利益ある成長に転換

- ✓ 中国とアメリカでのローカルクリエーションを強化し、各地域のお客様の嗜好やトレンド、販売チャネルの特性に応じて、商品企画・デザインを行い売り切る仕組みを構築。
- ✓ 各地域のアパレルについて収益管理を徹底し、黒字化を目指す。

⑤ その他

- ✓ 国、地域、店舗、カテゴリごと撤退基準の導入。
- ✓ リテール損益管理の徹底とアシックス文化の発信。
- ✓ コスト構造改革。

(ご参考)

AGP2020の数値目標

売上高	5,000億円以上
営業利益率	7%以上
ROE	10%以上

なお、アクションプランにつきましては当社ホームページ (<http://corp.asics.com/jp/>)をご覧ください。

以上