

スポーツを通じたWell-Beingの向上

Tomoko KODA
ASICS Corporation



The background features a collage of financial data visualizations. On the left, a pie chart shows segments in teal, green, and yellow, with percentage labels '25%', '20%', and '12%' nearby. To the right, a bar chart displays multiple bars with stacked segments in teal, green, and yellow. In the bottom right, a horizontal bar chart shows a teal bar at '17%' and a yellow bar at '32%'. A white arrow points upwards in the top right corner. At the bottom, a pair of hands holds a large yellow rectangular sign.

INFLATION

ウクライナ情勢、エネルギーコストの上昇、配送・生産問題により、インフレに次ぐ物価上昇が加速し、より消極的な消費行動につながる

小売チェーンの倒産と統合が、消費者の買い物のあり方を変える

インフレ率は依然として上昇しており、消費者の支出をさらに圧迫している

スポーツフットウェア市場：各国市場規模

3



'21対比

*EC売上
(T-mall & JD.com)

金額	+ 2.3%	+ 6.5%	+ 4.5%	- 7.7%
個数	- 4.7%	+ 2.1%	+ 0.6%	- 15.1%
平均単価	+ 7.3%	+ 4.3%	+ 3.8%	+ 8.7%

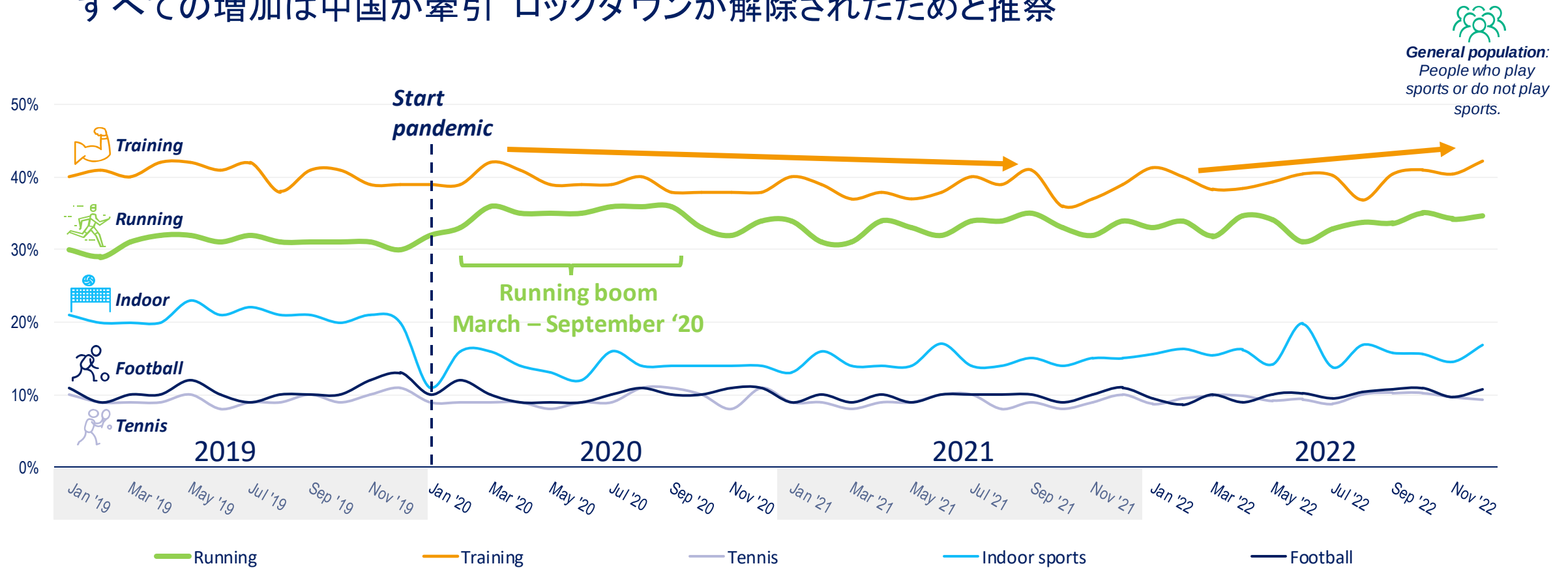
ランニング	+ 3.2%	+ 2.0%	+ 0.1%	+ 5.7%
テニス	+ 6.2%	+ 8.5%	- 0.3%	-
スポーツ ライフスタイル	+ 2.9%	+ 7.3%	- 0.6%	- 17.9%

PRESENTATION TITLE HERE



世界のスポーツ参加率の経年変化

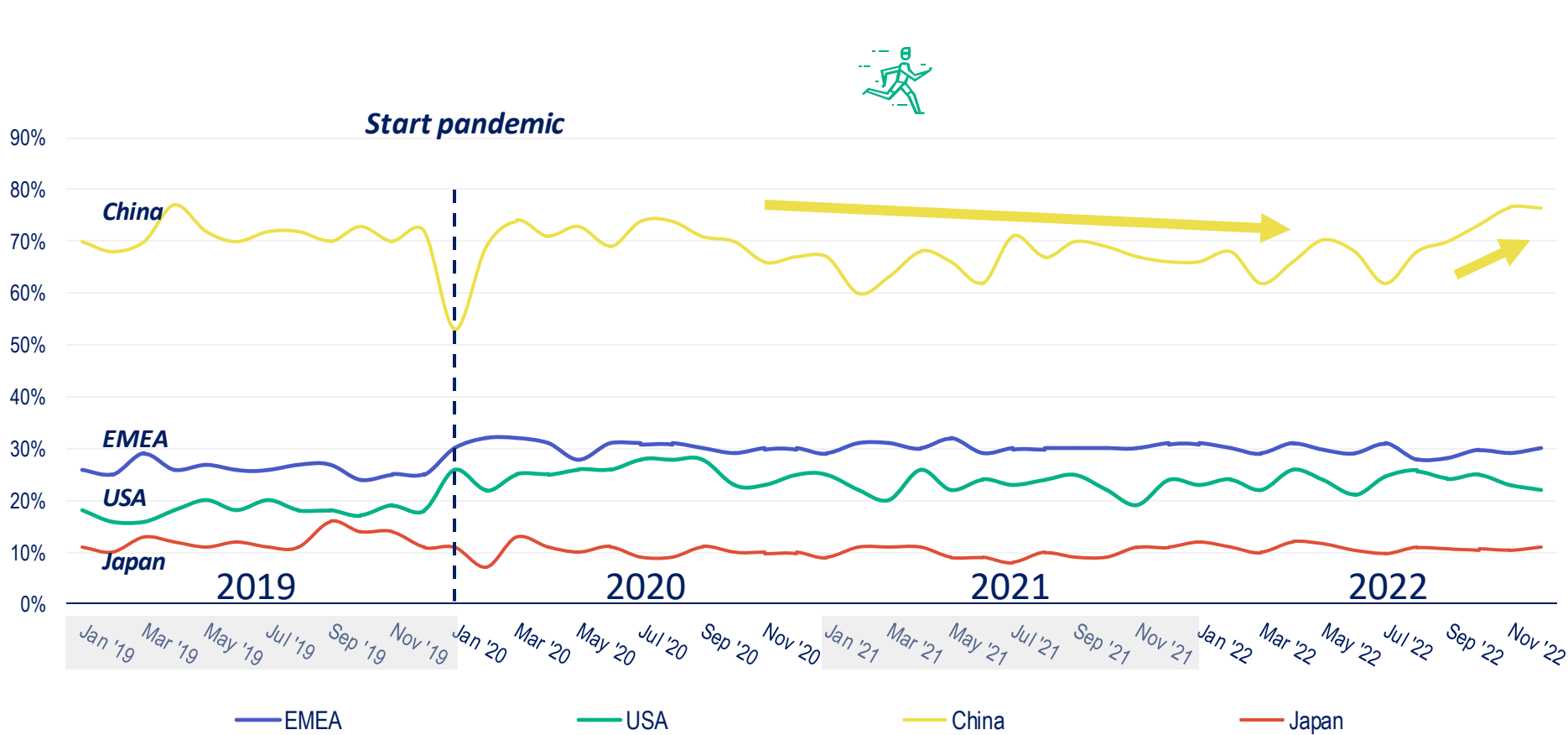
トレーニング、インドアスポーツの回復が2022年まで続く
トレーニングはパンデミック前の数値を上回り、インドアスポーツはまだ回復途上
ランニングとテニスの参加者もわずかに増加
すべての増加は中国が牽引 ロックダウンが解除されたためと推察



Base: General population, discrete monthly, unweighted data, using the IIR rate to also take into account those who don't play sport and those screened out of the survey.

ランニング参加率の経年変化 - 主要市場

2022年下半期は、中国でランニング参加者が急増し、パンデミック前の水準に回復
アメリカやEMEAではパンデミック時にランニングが増加し、この傾向は2022年も継続



General population:
People who play sports or do not play sports.

	pre-Covid	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022
EMEA		26%	30%	30%	30%
USA		18%	25%	23%	24%
China		71%	69%	66%	69%
Japan		12%	10%	10%	11%

Higher than pre-covid
Lower than pre-covid

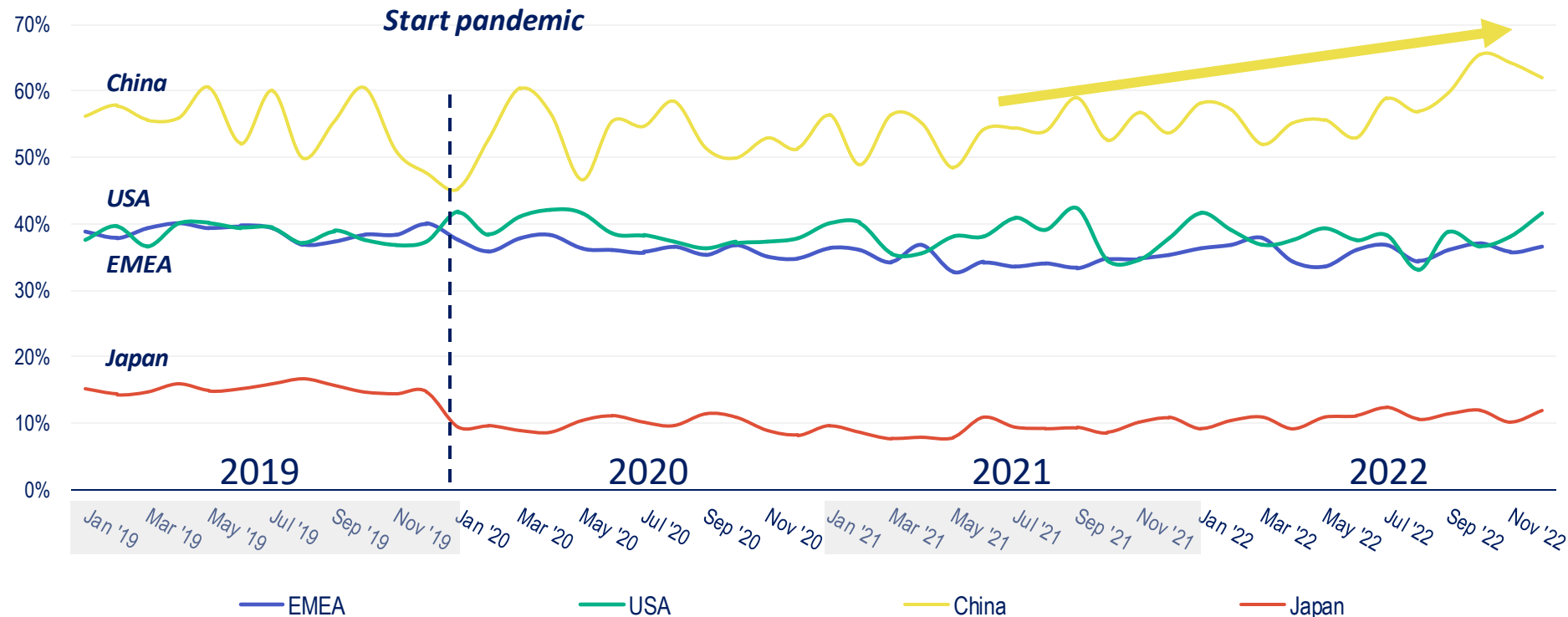
日本では、ランニング参加者の回復の兆しが見えてきている。

Base: General population, discrete monthly, unweighted data, using the IR rate to also take into account those who don't play sport and those screened out of the survey.

トレーニング参加率の経年変化-主要市場

6

中国はトレーニングの回復の源であり、参加者はCovid-19以前よりもさらに上昇
日本やEMEAでのトレーニングも徐々に回復しているが、参加率はまだ流行前のレベルには未達



General population:
People who play sports or do not play sports.

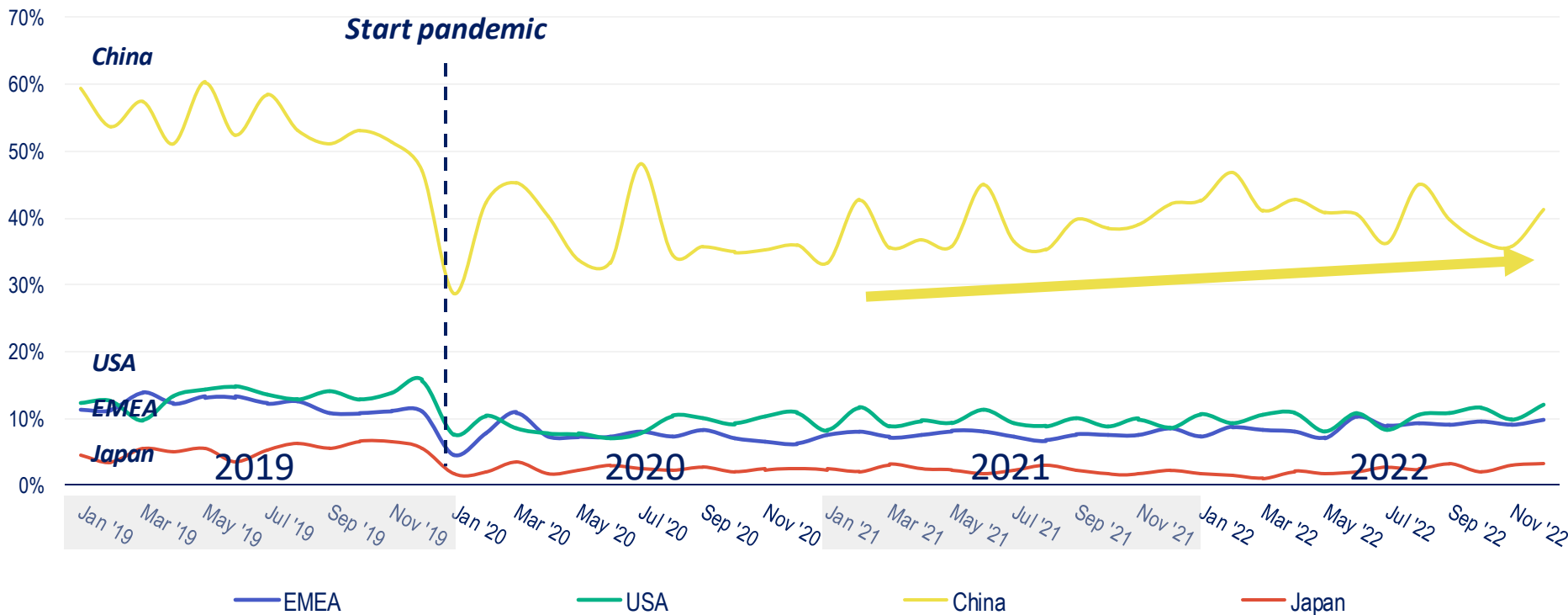
	pre-Covid	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022
EMEA		39 %	36 %	35 %	36%
USA		38 %	39 %	38 %	38%
China		55 %	53 %	54 %	58%
Japan		15 %	10 %	9 %	11%

Higher than pre-covid
Lower than pre-covid

Base: General population, discrete monthly, unweighted data, using the IR rate to also take into account those who don't play sport and those screened out of the survey.
<https://www.sixthtone.com/news/1010193/the-fitness-influencer-making-locked-down-chinese-sweat>

室内競技参加の経年変化-主要市場

全体として、2022年の中国ではすべてのスポーツの参加率が回復
インドアスポーツも例外ではなく、この市場で参加率が再び上昇
EMEAでも参加者が徐々に回復



General population:
People who play sports or do not play sports.

	pre-Covid	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022
EMEA		12 %	7 %	8 %	9%
USA		13 %	9 %	10 %	10%
China		54 %	37 %	38 %	41%
Japan		5 %	2 %	2 %	2%

Higher than pre-covid
Lower than pre-covid

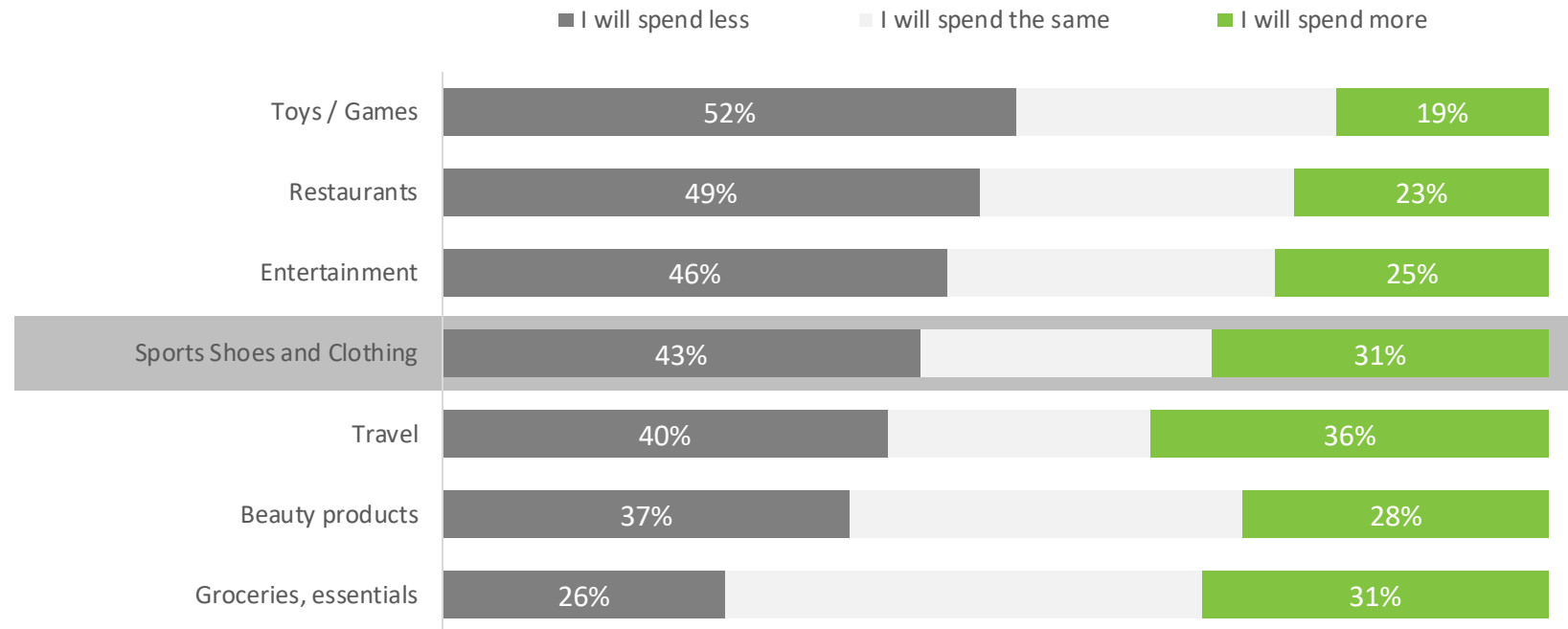
中国では'21年度に
比べてすべての屋内
競技が増加

Base: General population, discrete monthly, unweighted data, using the IRRate to also take into account those who don't play sport and those screened out of the survey.

スポーツ業界は継続的な成長が期待される

全体として消費に関して慎重な傾向が見られるものの、スポーツは消費者が投資をしたい業界の一つ。

個人の財務状況が購買意欲に与える影響（産業別）



Question: How will the evolution of your personal financial situation impact your purchasing behavior?

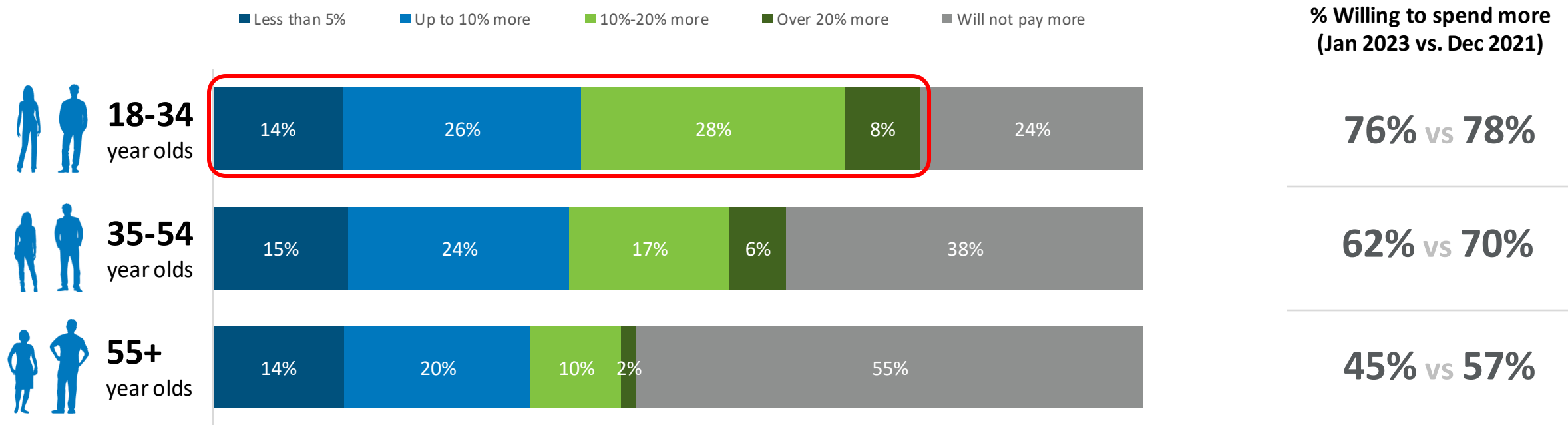
Wave V – Jan 2023

回答者のうち43%はスポーツ用品への支出を減らすことを検討している一方で31%はより多く支出したいと回答。



18-34歳の76%が、サステイナブルな商品を望んでいる

サステイナブルな商品への消費意欲は年齢と反比例している。



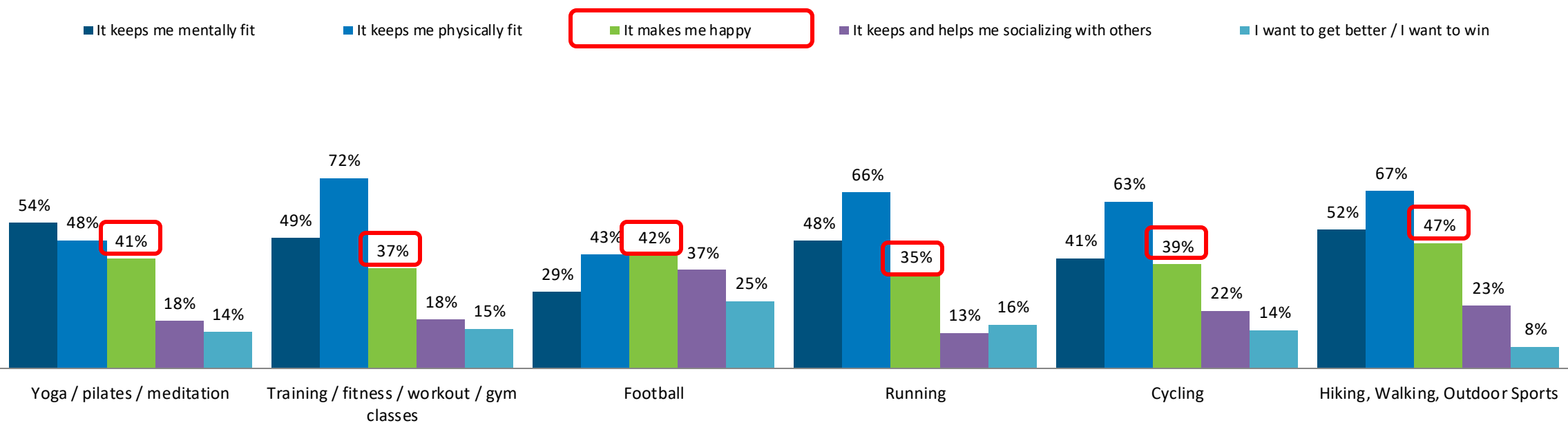
Question: As far as Sports Shoes and Clothing are concerned, how much more would you be willing to pay for Sustainable / eco-friendly products?

Wave IV – Dec 2021, Wave V – Jan 2023

身体的な健康の次は精神的健康、そして幸福感。

スポーツ活動全般において、「幸福感」も重要な理由となっている。
女性は「幸せ」を重視し、男性でも「勝つこと」が最も重要とはされていない。

スポーツを実践する理由



Question: Why are you practicing your sports?

Wave V – Jan 2023



Summary

- インフレ率は依然として上昇しており、消費者の支出をさらに圧迫している。
- ウクライナ情勢、エネルギーコストの上昇、配送・生産問題により、インフレに次ぐ物価上昇が加速し、より消極的な消費行動につながる。

THE WHAT

- 中国経済は、2021年3月から消費者信頼感が大きく低下した後、2023年第1四半期には回復している。
(健康中国2030規格綱要 スポーツ振興は国策)
- 欧州のスポーツ消費者は、特に玩具やレストランへの来店を控えたが、スポーツや食料品は影響が少なかった。多くの消費者はサステナビリティなどの付加的な機能に対する支出を減らしているものの、若者の関心度は高い。
- 業界を問わず、小売業の多くは価格の上昇やプロモーションとのバランスに課題を抱えている。

THE SO WHAT

- 消費者がスポーツに参加する理由には、「幸福感」も重要な要素であるため、ブランドは適切な消費者コミュニケーションを見つける必要がある。
- トレイルランニングは、ランニングとアウトドアの利点を組み合わせた、最も急速に成長しているカテゴリーの一つ。
- メーカーは、現在の市場の状況に対応するため、品揃えや価格戦略について明確な決定を下す必要がある。

THE NOW WHAT

Sound mind, Sound body

運動・スポーツを通じて心も体も満たされるライフスタイルを創造する

ブランドメッセージ



**Sound mind,
Sound body**

2021年よりブランドのメッセージをSound mind, Sound bodyへ集約。より幅の広いアスリートにスポーツを通して得られる心の高揚感を訴求

スポーツと心の繋がりを強化するためのPR活動



スポーツが心身に与えるポジティブな影響を証明し、支持するための複数年にわたるソート・リーダーシッププログラムの推進。

運動と心の状態の関連性を証明する「心の状態指数」をレポートとして発表。

「マインドアスリート」ドキュメンタリーを制作。アマゾンプライムにて配信。



行政との取り組み

ヨーロッパ某市とパートナーシップ提携予定 市民のスポーツ参加率を上げる取り組み（2023年7月）



ランニングクラブの設立、学校におけるスポーツ健康プログラムへのサポート、施設改善支援

スポーツプログラムへの独占的アクセス権、アイコンタクトロケーションへのアクセス権利。

Saudi Sports for All signs Memorandum of Understanding (MoU) with ASICS (2022/11)



アシックス・アラビアがサウジアラビア・スポーツ・フォア・オール連盟（SFA）と覚書を締結。スポーツ団体の育成、スポーツイベント、マーケティング調査など、さまざまな分野で知識の共有や専門知識の交換を通じた協力を行う。

兵庫県と株式会社アシックスとで、「連携と協力に関する協定（包括連携協定）」を締結（2022年12月）



スポーツの振興、健康増進、キャリア教育、環境保全など8項目の連携項目

自治体との多項目に渡る連携協定はアシックス初

FC今治との共同で、愛媛県の「TRY ANGLE EHIME」実装事業を実施（2022年7月）



デジタル技術やロボットを実装し、地域課題の解決にチャレンジする実装加速化プロジェクト「TRY ANGLE EHIME（トライアングル エヒメ）」の実装事業を行う事業者として採択。健康増進と運動習慣の定着に向けた取り組みを展開。

トップアスリート着用モデル



C
O
U
R
T
F
F
3
N
O
V
A
K

澄んだココロ、
その一瞬を制する動き出し。



スムーズで安定した着地

かかと部の分離型アウターソールがスムーズで安定した着地を実現。また、接地面積が増えることで、スウィング強度のアップも期待できる。



素早い体勢のリカバリー

グリップ性に優れたアウターソールと反発性に優れたTWISTRUSSがブレーキ力と推進力を向上させ、素早い体勢のリカバリーを追求。



足を包み込むようなフィット性

シュータンと足首部分を一体化させたモノソック構造と多方向に伸縮するメッシュの組み合わせが足を包み込むようなフィット性を実現。



環境に配慮した素材を採用

ミッドソールにサトウキビ由来の繊維を一部採用。従来のFLYTEFOAMと同等の耐久性と軽さを持ちながら、環境負荷低減に寄与。



レースを変えたイノベーション

METASPEED™ SKY+
METASPEED™ EDGE+



ランニング
GEL-
NIMBUS™
25

asics
sound mind, sound body

サイエンスと感覚

The most
comfortable
running shoe*



*TESTED BY 100 RUNNERS AGAINST COMPETITOR PRODUCTS.
INDEPENDENT COMFORT TEST, THE BIOMECHANICS LAB,
SOUTH AUSTRALIA.



3Dサンダル（リカバリー）

2022年オレゴン世界陸上にてプレス発表
3Dプリンターを活用することによるサステナビリティとアスリートのリカバリーのベネフィットを訴求



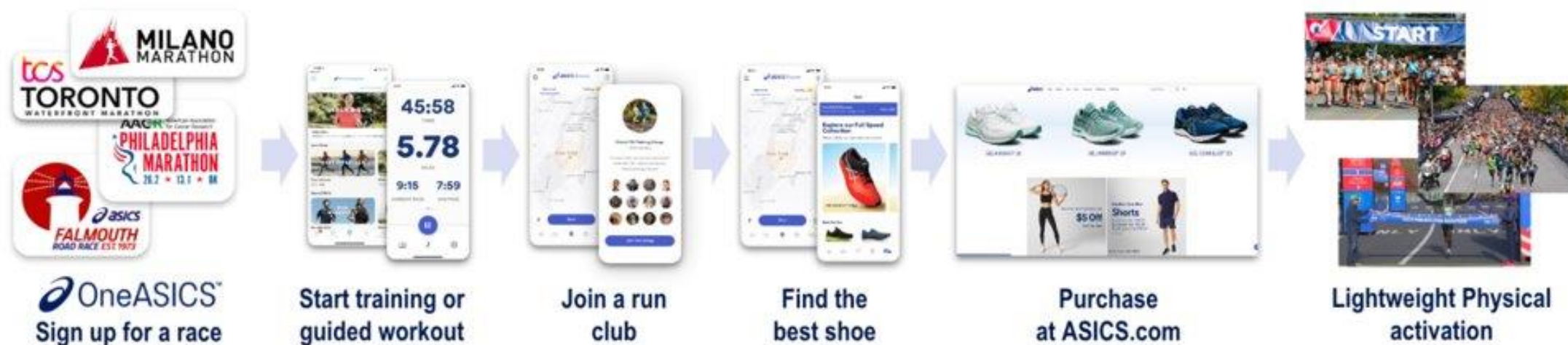
世界最小CO2排出シューズ



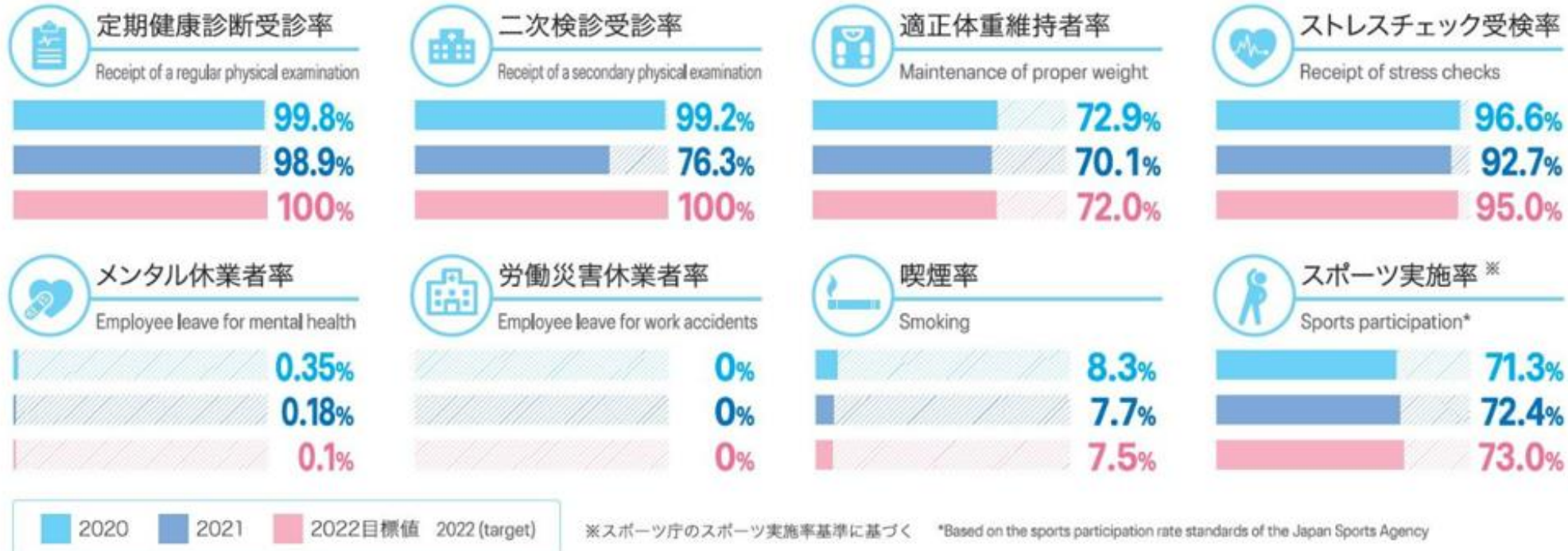
the lightest CO₂e emission sneaker yet, emitting just 1.95kg CO₂e/pair across its life cycle.



モチベーションを継続させる ランニングエコシステムの構築



健康経営の取り組み（自社）



sound mind

- ・ラインケアセミナー
- ・セルフケアセミナー
- ・EAP（従業員支援プログラム）の紹介

sound body

- ・アプリなどを活用した参加型運動イベント
- ・仕事時の姿勢に関するセミナー など



健康経営の取り組み（社外）

一人一人の「健全度」を見える化し、最適な運動プランを提供する
「アシックスヘルスケアチェック」を、健康経営を推進する企業に提供



自身の“健全度”を7つの項目から測定



専用アプリで、結果を確認。測定結果に応じてカスタマイズされた運動、ウォーキングプランを提案

