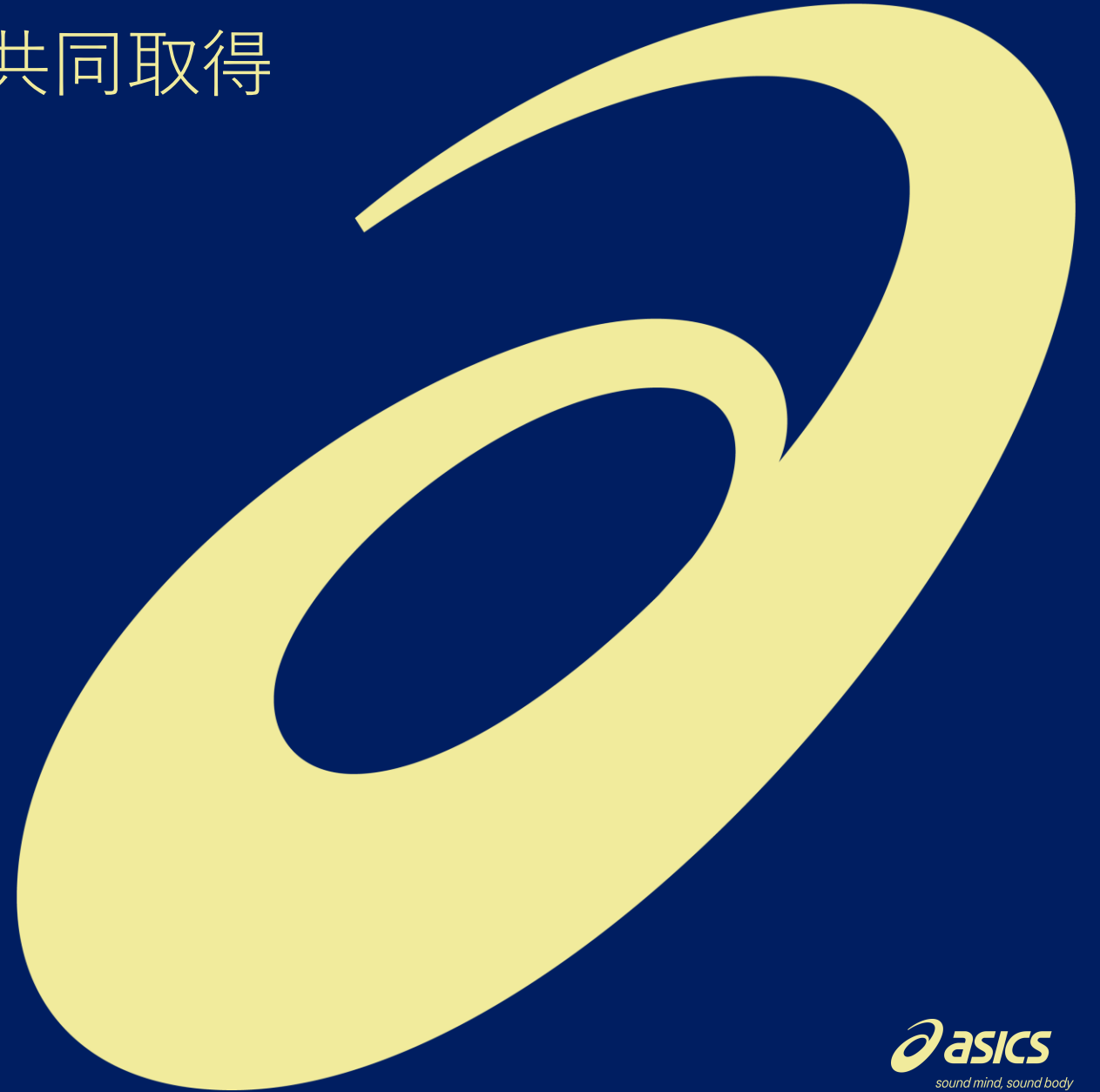


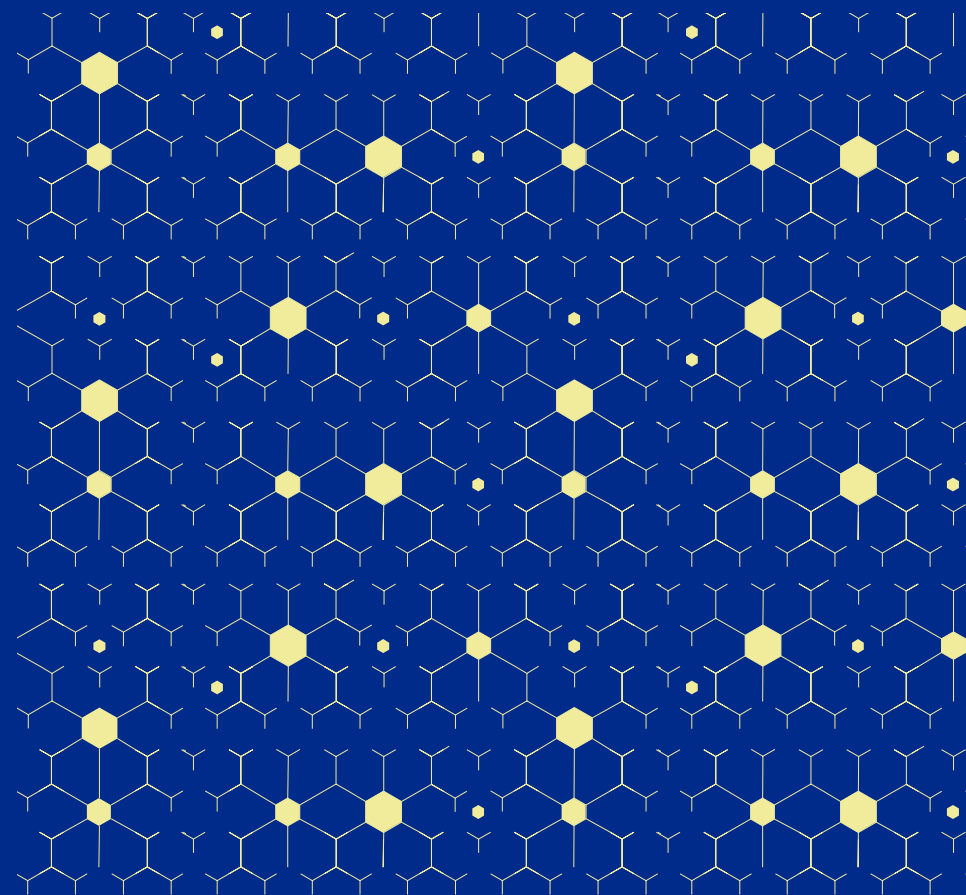
株式会社アールビーズの株式共同取得
（グループ会社化）について
< 補足説明資料 >

2022年8月18日
株式会社アシックス



目次

1. 経営戦略の中での位置づけ	P.3
2. 本取引の背景	P.4
3. 対象会社の概要	P.5
4. 本取引の概要	P.6
5. 主な目的	P.7
6. 今後目指す姿	P.10



中期経営計画2023年においては、
 戦略目標「デジタルを軸にした経営への転換」・重点戦略「ランニングでNO.1」を掲げる

中期経営計画2023の全体像



「デジタルを軸にした経営への転換」 「ランニングでNO.1」
デジタルを活用し、全てのランナーに対してパーソナライズされた最高のランニング体験を提供

ランニングエコシステム構築を加速し、潜在的なコアファンを獲得する為のタッチポイントを獲得・強化

2016

 Runkeeper™



- ✓ ランニングをはじめ、ウォーキング、サイクリングなどの運動を追跡・記録するフィットネス・トラッキング・アプリ
- ✓ ランニングアプリとして登録ユーザー数米国第2位*2016年買収時

2019

 RACE ROSTER

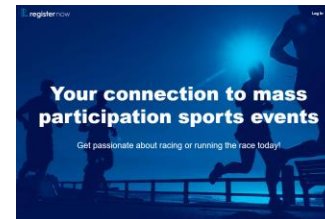


- ✓ ランナーがレースに申し込みをする際のウェブページの提供
- ✓ レース登録プラットフォーム市場における北米第3位*のプレゼンス
*2019年買収時

2021



register now



- ✓ オーストラリア/ニュージーランドにおけるランニングイベント登録プラットフォームのリーディングカンパニー

2022

 R-bies



- ✓ 国内ランニングイベントの運営受託および企画開発の圧倒的地位を確立
- ✓ 大会エントリーをはじめとしたランニング情報のポータルサイト「RUNNET」の運営
- ✓ 国内唯一の大会エントリー連動型トレーニングアプリ「TATTA」を提供



株式会社アールビーズは、国内ランニングイベントの運営受託および企画開発におけるリーディングカンパニー

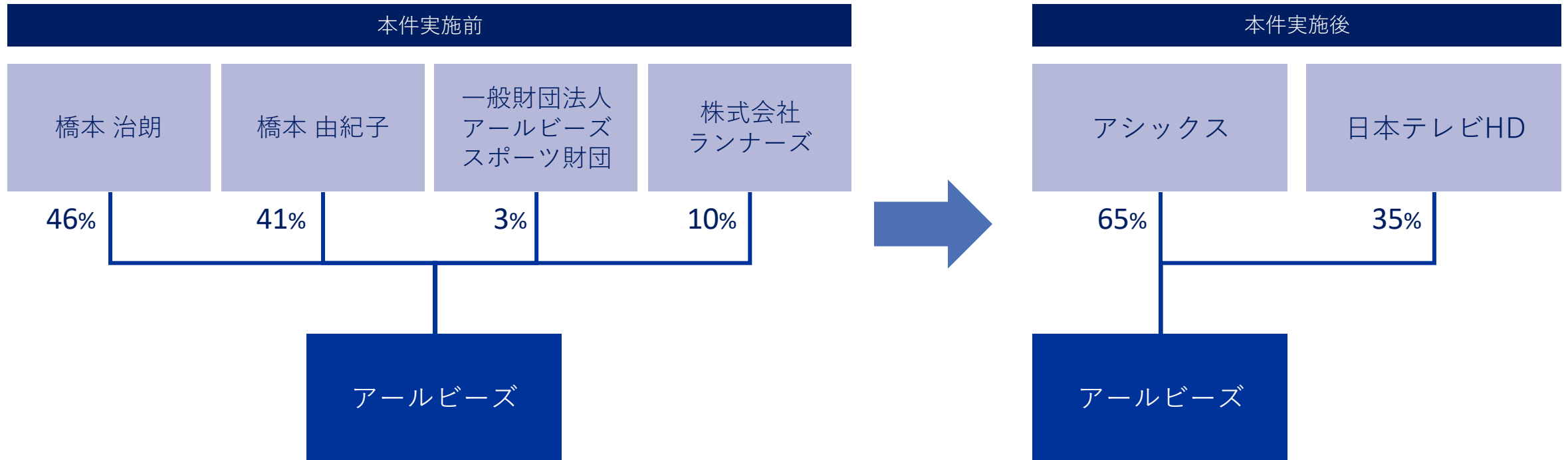
- ✓ 大会エントリーをはじめとしたランニング情報のポータルサイト「RUNNET」の運営を手掛け、累計登録者数は350万人。レース登録事業では年間約2,000大会の実績を有する。
- ✓ 東京マラソンや大阪マラソンといった日本全国のランニングイベントの運営受託および企画開発を手掛ける。多くの全国の地方自治体とも連携。
- ✓ 計測事業は、年間で国内外800大会以上、約170万人の計測実績を誇る。
- ✓ 国内唯一の大会エントリー連動型トレーニングアプリ「TATTA」を提供。アプリやシステムの大半を自社開発できるIT開発力を有する。
- ✓ 1976年に月刊誌「ランナーズ」を創刊以降、ランニングに関連するメディア事業を継続して運営。

項目	内容
名称	株式会社アールビーズ
所在地	東京都渋谷区神宮前2-4-12 DT外苑
代表者の役職・氏名	(代表取締役社長) 橋本 治朗
事業内容	スポーツメディア事業 (出版・IT) スポーツイベントの企画・運営 ITサービス開発、スポーツタウン事業 スポーツ振興に関する支援 社会貢献事業
資本金	1億円
設立年月日	1975年12月20日
大株主および持株比率	橋本治朗(46%)、橋本由紀子(41%)、 一般財団法人アールビーズスポーツ財団(3%)、株式会社ランナーズ(10%)



本取引の概要

- ✓ 株式会社アールビーズの自己株式を除く発行済株式の全てを、日本テレビHDとともに取得
- ✓ 本取引により、当社がアールビーズの株式の65%を取得し、同社を子会社化するとともに、日本テレビHDが35%を取得
- ✓ なお、株式譲渡の実行は2022年8月31日を予定

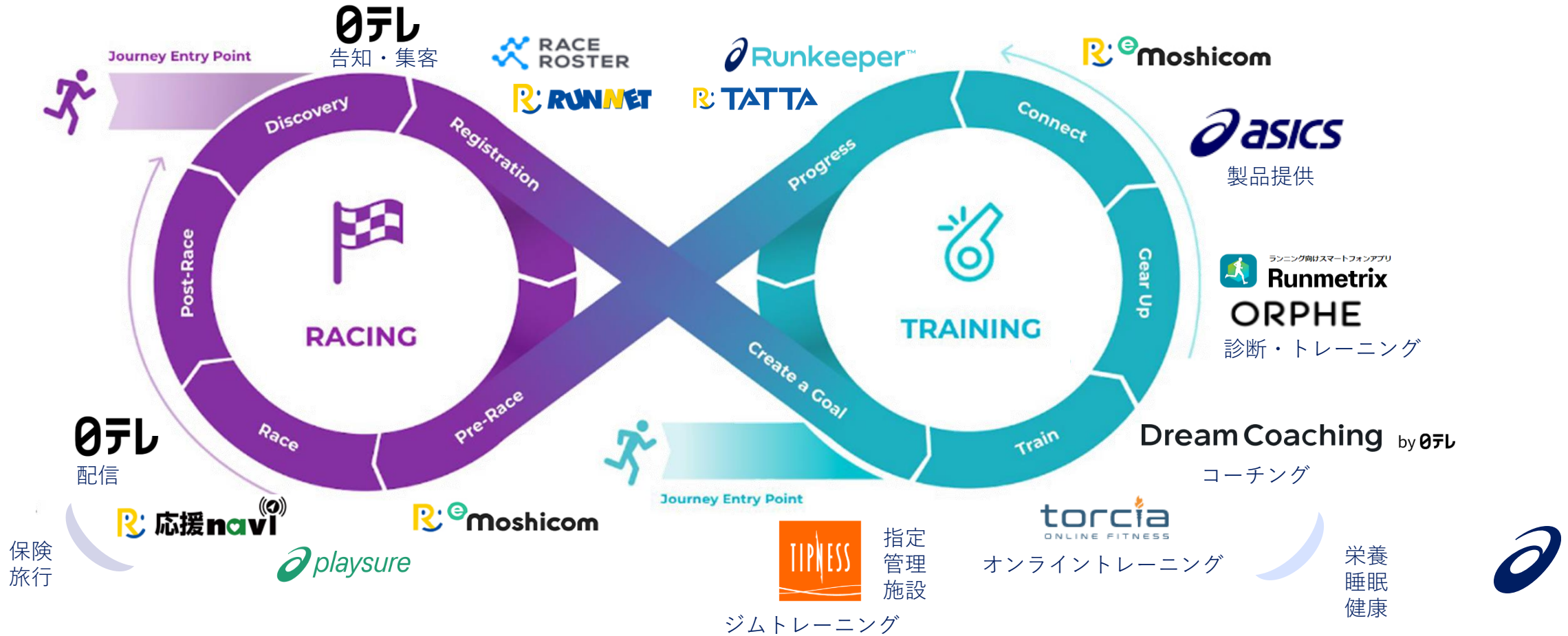


株式取得の相手先は個人（現アールビーズ経営陣）等となります。
なお、当該株主と当社との間に記載すべき資本関係・人的関係・取引関係はありません。また、関連当事者にも該当いたしません。



国内におけるランニングエコシステムの構築を加速

- ✓ ランニング経済圏：3社協業により「ランニングに関わるすべてが揃う」プラットフォームの構築を目指し、3社の企業価値を向上
- ✓ より多くの商品・サービスをランナーに提供する（VIPサービス、旅行、保険など）新しいビジネスモデルを確立



対象会社を含むアシックスグループ国内ランニング事業の収益拡大

対象会社の主な強み



- 350万人のユーザーベース



- 登録～計測運営ノウハウまで
- 地方自治体との連携



- 日本に特化した計測アプリTATTA
- 様々なデジタルサービスの自社開発を可能にするIT人材



具体的施策

①顧客タッチポイントの拡大と強化

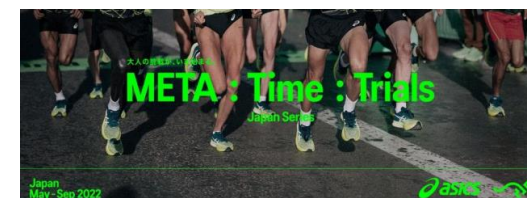
- ✓ RUNNET・TATTAに代表される対象会社サービスとの連携により、350万人におよぶ対象会社会員と国内OneASICS会員(約100万人)を相互に送客
- ✓ 対象会社会員制度とOneASICS会員プログラムとの相互補完
- ✓ 対象会社と共同キャンペーンの実施

②大会・イベントの協賛および開催

- ✓ 対象会社の大会・イベント開催ノウハウと、地方自治体との強い関係性を活用し、あらゆるランナーを対象とした大会・イベントを開催
- ✓ ウォーキングにおいても大会・イベントを実施し、ウォーキング人口の拡大を図る
- ✓ 大会・イベントにおけるブランド訴求、商品販売およびトライアル機会を創出し、アシックスファンを増やす取り組みを実施

③パーソナライズされた商品・サービスの提供

- ✓ 会員データを活用し、パーソナルなランニングサービスの提供
- ✓ ランナー1人ひとりにあった製品推奨、プロモーションの実施



日本テレビHDとの協業による事業連携の強化

- ✓ メディアパートナーとしての日本テレビHDによる積極的な発信活動を通じた対象会社の企業価値向上
- ✓ 日本テレビHDが運営するフィットネスクラブ「ティップネス」やアスリートによるコーチ事業「ドリームコーチング」と、当社グループとの直接的な連携も視野に、ランニングエコシステム全体での連携を促進

フィットネス事業

ティップネス



ドリームコーチング



メディア・コンテンツ事業



- 総合型から24時間ジムまで多種多様な店舗展開
- 直営店167店舗（総合型57店舗、24時間ジム110店舗）
- 会員数は2018年30万人弱

→ジム会員の相互送客や、各施設を拠点とした共同イベント開催などを行う

- 2020年開始。月額六千円から申込可能で、現在150名を超えるアスリートがコーチとして登録中

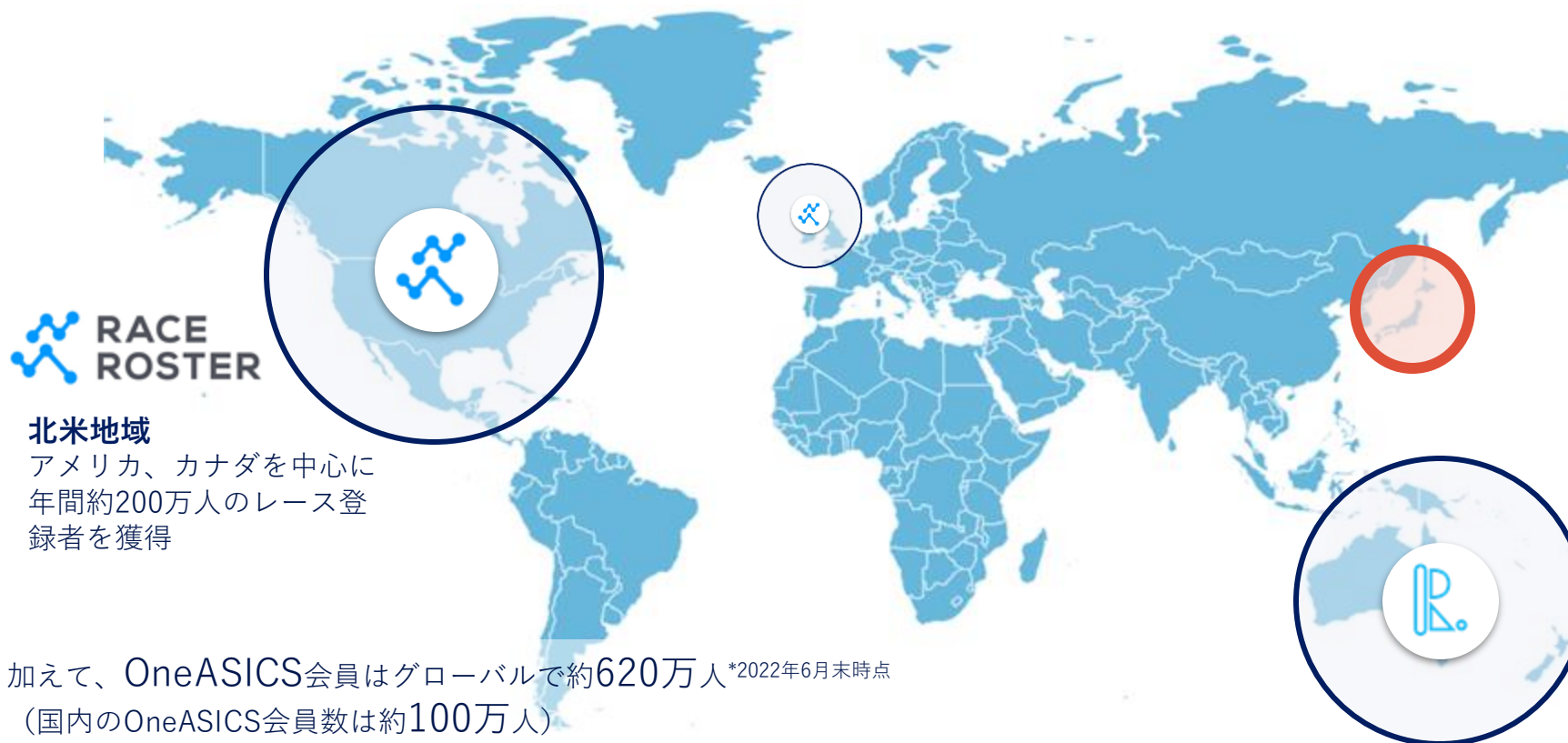
→当社ランニングコーチとの連携や、会員のOneASICSとの連携を目指す

- 地上波のみならずHulu等を活用し、スポーツ番組を配信
- 箱根駅伝や高校サッカー以外に、地方マラソンのHuluでの生中継等、ランニング層へのアプローチを行うことが可能

→駅伝テレビ放映で培ってきた日本テレビのコンテンツ制作力・リーチ力と共に、ランニング市場におけるファン拡大並びに新たな機会創出に取り組む

ランニングエコシステムのグローバル展開

- ✓ ランニングアプリ・レース登録システム・連動したロイヤリティプログラムを提供するスポーツブランドは現在アシックスのみ (22年8月)
- ✓ 現在、北米・オセアニア地域で展開しているモデルおよび今回日本で構築していくモデルを世界各地へ随時展開
- ✓ 各地域のレース登録プラットフォームを連携させることで相互送客を行うグローバルなレース登録サービスを提供



RACE ROSTER

北米地域

アメリカ、カナダを中心に
年間約200万人のレース登録者を獲得

加えて、OneASICS会員はグローバルで約620万人*2022年6月末時点
(国内のOneASICS会員数は約100万人)

R-bies

日本

- 年間2,000大会の運営に携わり、年累計350万人の会員を有する
- 質の高い大会運営と計測事業 (年間約170万人)

register now

オセアニア地域

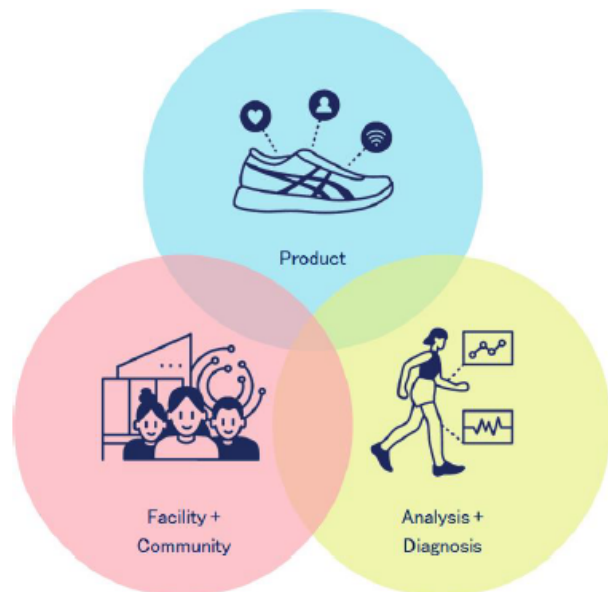
オーストラリア、ニュージーランドで年間約70万人のレース登録者を獲得



VISION2030

～誰もが一生涯運動・スポーツに関わり心と身体が健康で居続けられる世界の実現～
本取引により、製品以外の事業ドメインにおいて更なるサービスの充実と収益拡大を目指す

ドメイン



1. Product- パersonナライズされたプロダクト

お客様の嗜好、価値観の多様化に基づきパーソナライズされたプロダクトを提案し、心と身体の健康を実現

2. Facility & Community- 最適な環境や仲間とのつながり

スポーツを始める・継続するきっかけ、いつでもどこでもスポーツを行える場所を提供

3. Analysis & Diagnosis- パーソナルデータに基づいたコーチング

お客様のプライバシーを守ったデータに基づいた分析診断を行い、パーソナライズされた運動プログラムを提供

3つのドメインに
共通した
重要テーマ

DIGITAL

PERSONAL

SUSTAINABLE



