

JELLY BEANS Group

株式会社361 Sports Japanと日本国内における販売代理店契約締結のお知らせ補足資料

2025.2.25

361°

国内代理店契約と今後の運用プラン

世界70カ国で展開するグローバルブランド
361° (スリーシックスティーワン)

361°

361°は、高品質なスポーツ用品を通じて個人と地域社会を力づけ
運動への情熱とアクティブなライフスタイルを鼓舞。
忠誠心、実用主義、協調性、効率性を重視するコアバリューを基盤に
パートナーや顧客との長期的な関係構築を目指し
ニーズを満たして期待を超える卓越した製品とサービスを提供しています。

ジェリービーンズグループは、世界70カ国で展開する361°の
日本国内における代理店契約を締結。
日本市場におけるブランド展開のさらなる拡大を目指します。

361°

グローバル展開

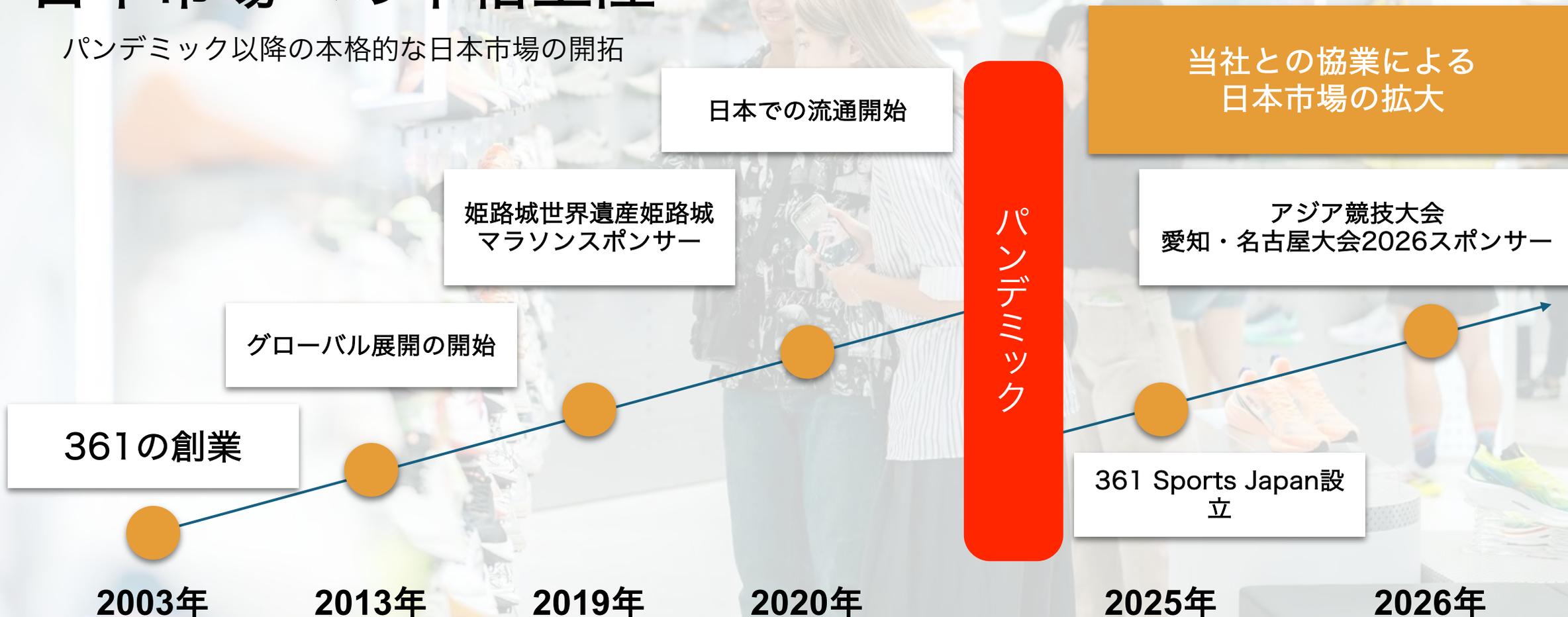


70カ国以上で展開

361°は
グローバルブランドとしての
成長を続け、世界中での
影響力をさらに拡大すること
に全力で取り組んでいます。

日本市場への本格上陸

パンデミック以降の本格的な日本市場の開拓



| 361°とは

会社名 361度国際有限公司 (361 Degrees International Limited)

業務内容 スポーツウェア、シューズ、アクセサリーの設計、開発、生産、販売を行う総合スポーツ用品企業

設立日 2003年7月7日

上場市場 香港証券取引所 (証券コード: 1361)

従業員数 8,142名 (2024年)

店舗及び拠点数 中国国内: 5,734店舗 / 海外: 1,260拠点

売上高 約1,733億円

リオオリンピック・パラリンピック公式パートナー

4大会連続でアジア競技大会の公式パートナー

ニコラ・ヨキッチ (NBAスーパースター) をグローバルブランドアンバサダーに起用



361の魅力と強み

361°の強み (価格・品質・耐久性・環境配慮)

手に取りやすい価格

361°の最大の武器は、優れた機能をリーズナブルな価格で提供できることは「安い=粗悪」ではなく、「コストパフォーマンスが高い」というホシティブな価値です。効率的な生産体制やマーケティングコストの低さを背景に、品質を落とすことなく価格を抑えているため、ユーザーにとって経済的な負担が少なく、試しやすいメリットがあります。例えば、「大手ブランド」の最新モデルたと2足買えない価格でも、361°なら2足を予備として買えるかもしれません。

足入れ時の快適さ(フィット感・クッション性)

361°は「Fit & Comfort(フィット&快適さ)」を重視したシューズ作りを掲げており、例えば「SPIRE4」は“究極の快適性”を感じられるフィット感を実現しています。361°の場合は初めて履く人が「おっ、これは思ったより足あたりがいい」と驚くようなソフトな履き心地が訴求点です。独自配合のミッドソール11/19素材は衝撃吸収と反発性のバランスに優れ、足を守りつつ推進力も生み出します。特に長時間走る市民ランナーにとって大事な足への優しさ(膝や足裏への負担軽減)は、初心者にも響く強みです。「長距離でも足が痛くなりたくない」「包み込まれるようなフィットで靴ずれしにくい」という点は強みになります。

確かな品質と耐久性

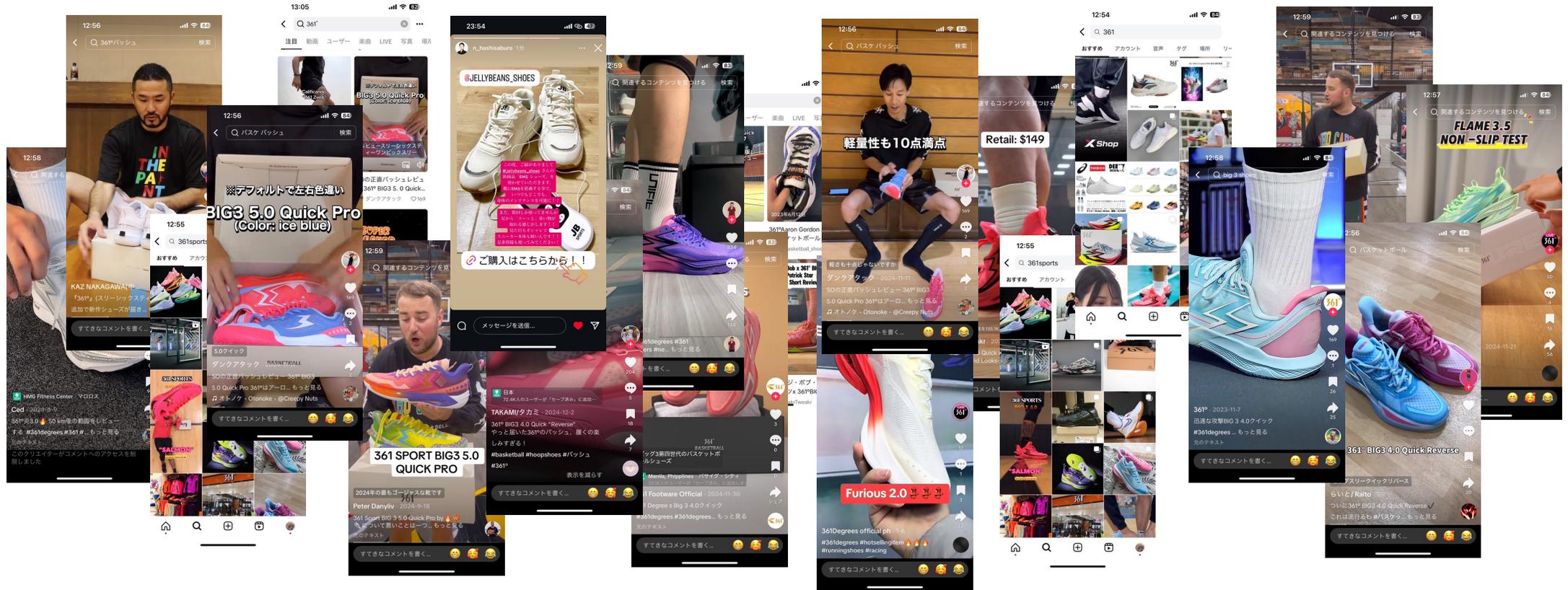
361°のシューズはアッパーやアウトソールの素材にもこだわり、練習用に長距離を踏んでもへたりにくい設計をしています。トップモデルでは高耐久のカーボンラバーアウトソールを採用し、反復使用に耐えるよう工夫されています。ユーザーレビューでも「100km走ってもクッション性が持続した」等の声があり、長持ちするシューズ=結果的にコストパフォーマンスが良いというメッセージにつながられます。また、多くのブランドがOEMで商品を製造する中、361°は自社ブランドを自社工場で製造しており、品質管理面の高さも特徴です。

環境への配慮と先進素材

昨今、環境に配慮した製品づくりはブランド価値の一部となっています。361°はこの点でも先進的な取り組みを行っており、例えば最新モデルでは工場の排出CO2を再利用してミッドソール素材を発泡させる独自技術を採用しています。加えて、シューズのアッパー(甲材)に70%再生ポリエステル糸を用いるなど、エコ素材の活用も進めています。競合他社でもサステナビリティを掲げる動きはありますが、361°もそれに遜色ない努力をしています。

また、「安い=悪い」のイメージ払拭するためにも、実証と体験の二本柱でアプローチします。エビデンスに基づく信頼醸成:前述のとおり、五輪公式サポーターや海外アワード受賞といった客観的な実績データを有し、「361°は低価格だが低品質ではない」ことを裏付けます。

SNSでも注目を集める361°のブランドカ



バスケットボールシューズの商品特徴



361°のバスケットボールシューズは海外で高評価を得ており、特にNBA選手ニコラ・ヨキッチのシグネチャーモデル「Joker 1」は注目されています。レビューでは、クッション性やフィット感、グリップ力が優れており、プレイヤーのパフォーマンス向上に寄与すると評判です。

また、361°はアーロン・ゴードンやスペンサー・ディンウィディーともコラボし、各モデルが異なるプレイスタイルに対応。デザインと機能性のバランスが良く、手頃な価格も魅力とされ、競合留守スポーツブランドと比較しても遜色ないとの声もあります。総じて、高性能かつコストパフォーマンスに優れたシューズとして、多くのプレイヤーに支持されています。

バスケットボールシューズ ユーザーレビュー



クッション性とフィット感の評価

361°のシューズはクッション性が優れており、長時間のプレイでも足の疲れを感じません。フィット感も抜群で、まるで足に吸い付くようです。



グリップ力の高さ

アウトソールのグリップ力が素晴らしく、急な方向転換やストップでも滑ることがありません。自信を持ってプレイできます。



軽量性とサポート力

シューズが非常に軽く、長時間のプレイでも負担になりません。それでいて足首のサポートもしっかりしており、安心感があります。



サイズ感とフィット:

サイズは通常のサイズでピッタリでした。足幅が広めですが、問題なくフィットしました。



デザインと耐久性

デザインがスタイリッシュで、コートでも目立ちます。素材もしっかりしていて、耐久性が高く、頻繁に使用してもへたりにくいです。



価格と性能のバランス

他の有名ブランドと比較しても、361°のシューズは手頃な価格で高性能です。コストパフォーマンスに優れており、非常に満足しています。



通気性の良さ

メッシュ素材が効果的で、通気性が良く、足が蒸れにくいです。快適な履き心地が続きます。



トラクション性能

アウトソールのパターンが工夫されており、コート上でのトラクションが非常に良いです。滑りやすいコートでも安心してプレイできます。

ランニングシューズの商品特徴



商品名 FLAME 4

Flame 4は、長距離ランニングに最適な高性能ランニングシューズです。軽量設計により足への負担を軽減しつつ、クッション性と反発力を両立。ミッドソールにはFlying Flame™テクノロジーを採用し、優れたエネルギーリターンを実現することで、長時間のランでも推進力を維持できます。さらに、アッパーには通気性の高い素材を使用し、快適なフィット感で足にぴったりフィット。耐久性の高いアウトソールが摩耗を抑え、日々のトレーニングからフルマラソンまで対応可能です。実際のユーザーからも「軽さとクッションのバランスが良く、走行時の負担が少ない」「長時間走っても疲れにくい」と高評価。初心者から上級者まで、パフォーマンスを追求する全てのランナーにおすすめの一足です。

ランニングシューズ ユーザーレビュー



クッション性が最高！「SPIRE 4のクッションはふわふわしすぎずしっかりした反発力がある。長距離ランにも最適！」



洗練されたデザイン「シンプルだけどスタイリッシュ。特にブラック×ゴールドのカラーバリエーションがカッコいい！」



通気性が良くて蒸れない「夏場のランニングでも足が蒸れにくく、通気性がしっかりしている。」



長距離ランに最適「フルマラソン用に購入したけど、クッションとサポートがしっかりしていて、最後まで快適だった。」



軽くて足に馴染む「とにかく軽い！最初は知らないブランドだったけど、履いてみたら足にすぐ馴染んで快適。」



高い耐久性「数ヶ月使ってもソールがしっかりしていて、グリップ力も落ちない。コスパ抜群！」



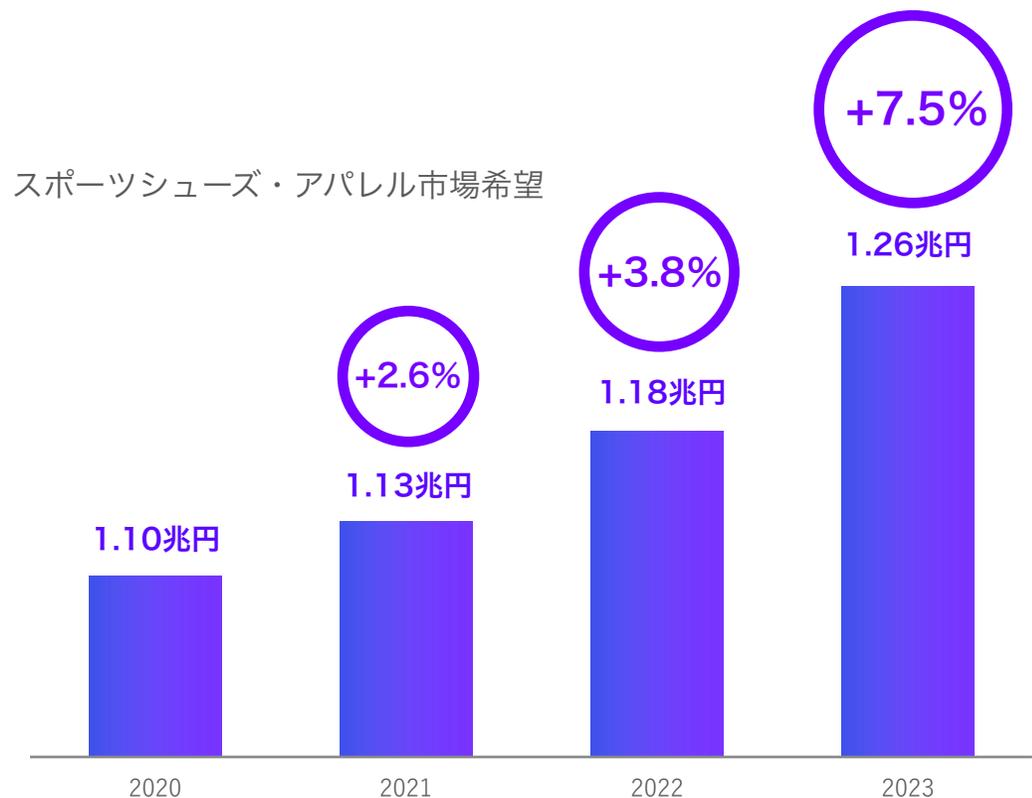
高コスパ！「ナイキやアディダスの同価格帯シューズと比べても遜色ない性能。むしろコスパは上かも？」



グリップ力が抜群！「ウェットな路面でも滑りにくく、安定した走りができるのが嬉しい。」

対象マーケットの市場規模とポテンシャル

スポーツシューズアパレルは実は巨大市場でコロナ後は成長し続けている市場です



出典：Circana Sports Tracker

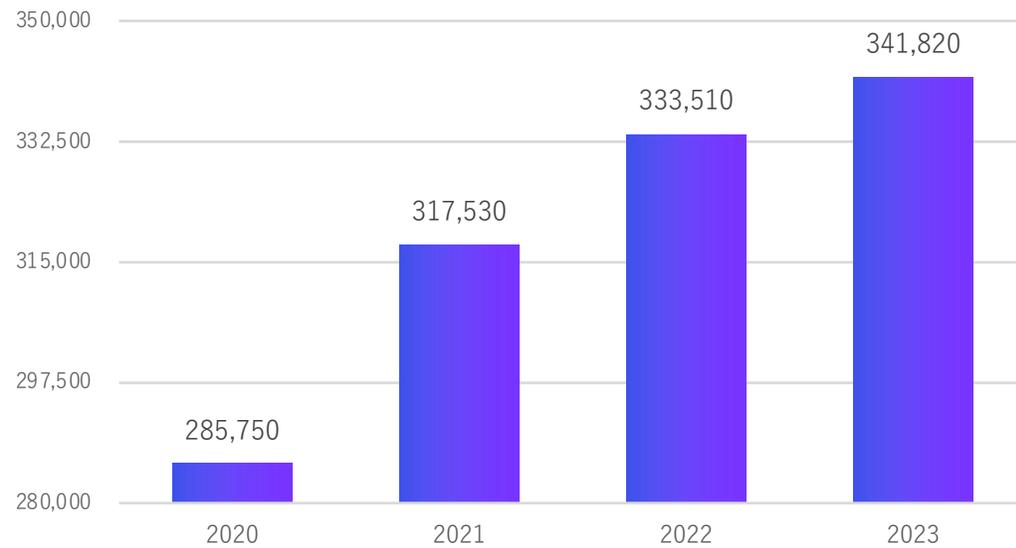
スポーツシューズ・アパレル市場情報サービス『Japan Sports Tracker*1』を提供するエヌピーディー・ジャパン株式会社(東京都港区、クリストス・クリストフォロー代表)は、2023年のスポーツシューズ・アパレル市場概況分析レポートを2024年4月9日に公表。

本分析レポートでは大きく以下のことが分かります。
日本の2023年のスポーツシューズ・アパレル市場規模は1.26兆円、
前年比7.5%増。コロナ前の市場規模を初めて年間で上回りました。

国内のスポーツシューズ、バスケットボール関連ギア市場サイズ



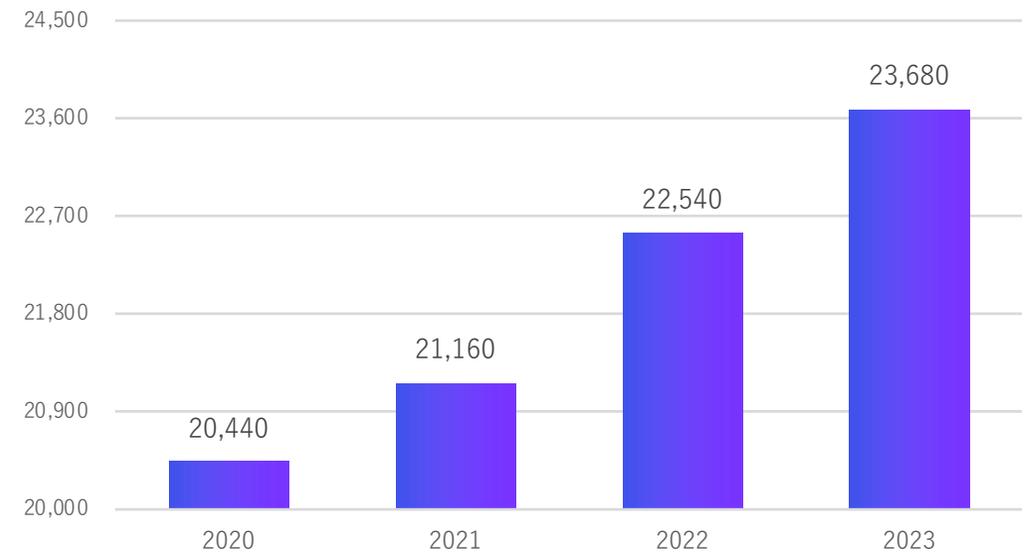
国内のスポーツシューズ市場



※当社調べ



バスケットボール関連ギア市場



日本市場展開のポテンシャル 1

日本のスポーツ市場の拡大

- ・日本のスポーツ用品市場は、約1.5兆円規模（2023年時点）で推移しており、特にランニング、バスケットボール、アウトドアスポーツの人気が高まっています。
- ・東京オリンピック後、スポーツ文化の定着が進み、マラソン大会や3x3バスケットボールなどの競技人口が増加。
- ・健康志向の高まりとフィットネスブームにより、スポーツアパレルやランニングシューズの需要が継続的に拡大。

ランニング市場の成長

- ・大規模マラソン大会の開催：
- ・東京マラソン、大阪マラソン、神戸マラソンなど、国内外のランナーが参加するイベントが多数開催。
- ・都市型ランニングの定着：皇居ラン、大阪城公園ランなど、都市部のランニングスポットが人気。
- ・ランニングシューズ市場の成長：日本のランニングシューズ市場は年間約1,000億円規模に達し、高機能シューズへの需要が増加。



日本市場展開のポテンシャル 2

バスケットボール市場の拡大

- ・ Bリーグの成長：Bリーグの観客動員数は年々増加し、2023-24シーズンでは累計来場者数が過去最高を記録。
- ・ 3x3バスケットボールの普及：EXEリーグの人気が高まり、オリンピック競技としての地位も確立。
- ・ バスケットボールシューズ市場の拡大：若年層を中心に、ファッションアイテムとしても人気が上昇。

アウトドアスポーツの人気

- ・ トレイルランニング：山岳地域を活用したトレイルランニングイベントが全国で開催され、シューズやウェアの需要が高まる。
- ・ キャンプブームとの融合：アウトドアブランドとのコラボレーションによる市場拡大の可能性。

地域スポーツと健康志向の高まり

- ・ 自治体との連携による地域活性化：地域スポーツイベントやマラソン大会の開催が増加し、健康促進施策が強化される。
- 企業の健康経営の推進：スポーツウェアやフィットネス関連商品を取り入れる企業が増え、需要拡大のチャンス。

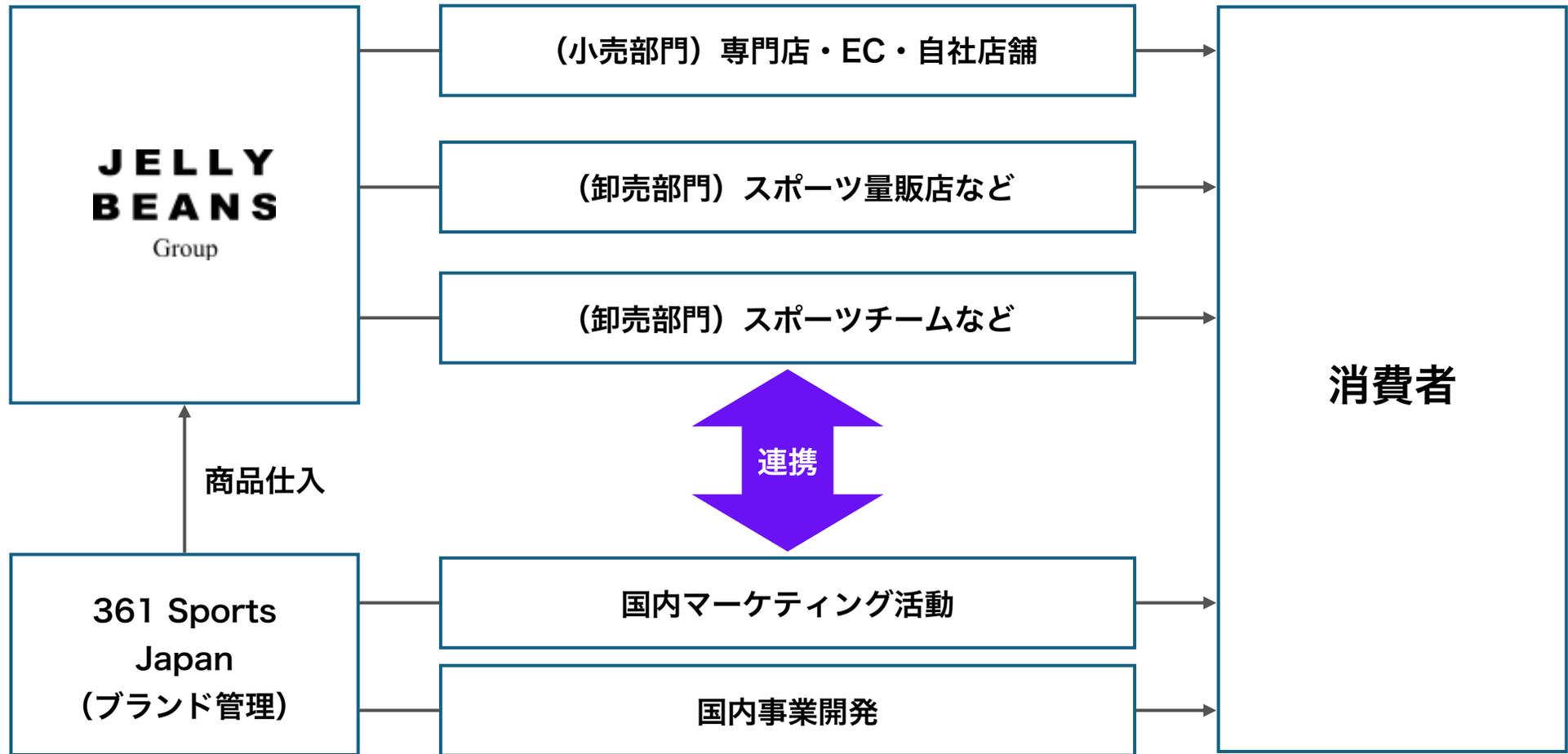
日本市場での競争環境

- ・ 大手スポーツブランドの市場支配：ナイキ、アディダス、アシックス、ミズノなどの大手ブランドが市場を占有。

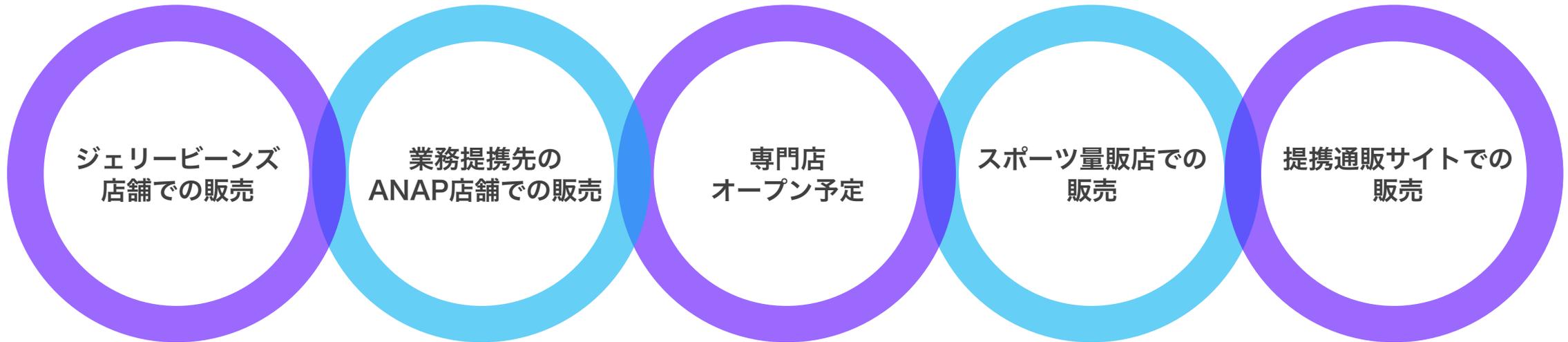


今後の取り組み

| 361 Sports Japanとの協業



ジェリービーンズグループの強みである 各種販売チャンネル



提携通販サイト



livedoor ショッピング

POINT × Eco Select

OKWAVE ショッピング

MAGMAG ショッピング

| 361 Sports Japanのコメント

361°は、革新的なテクノロジーと優れたコストパフォーマンスを兼ね備えたスポーツブランドとして、世界70か国以上で展開しています。特に、自社工場での一貫生産による品質管理と、トップアスリートと共同開発した高機能シューズが強みです。361°は、ランニングやバスケットボール市場での製品開発に注力し、競技者から一般ユーザーまで幅広い層に対応できるラインナップを提供しています。

日本市場は、競技レベルの高さとスポーツへの情熱が特徴的であり、361°にとって戦略的に最も重要な市場の一つです。東京マラソンやB.LEAGUEの成長、アジア競技大会 愛知・名古屋 2026の開催など、スポーツ市場の拡大が期待される中で、361°は日本市場での本格展開を加速させます。

361 Sports Japanのパートナーとして、長年の流通ネットワークを持ち、スポーツ事業を強化するジェリービーンズグループを選びました。同社は、日本のスポーツ市場に精通し、販売チャネルの開拓力とマーケティング力を兼ね備えています。また、新たに立ち上げた『Jelly Beans Sports』とのシナジーにより、361°のブランド価値をさらに高めることができると確信しています。

361 Sports Japanは、日本国内でのブランド認知度向上と流通拡大に向け、2025年には旗艦店を開設し、直営店戦略を推進します。また、スポーツイベントや大会への協賛、プロアスリートとの連携を強化し、日本のスポーツコミュニティとともに成長していきます。ジェリービーンズグループとのパートナーシップを通じて、日本市場での競争力をさらに高め、多くのアスリートやスポーツ愛好者に361°の価値を届けていきたいと考えています。

株式会社 361 Sports Japan
代表取締役 ジェームス・フェンティン・クオ

マーケティング活動

| 世界的なスポーツイベントでのスポンサーシップ



リオオリンピック



アジア大会



サーフシティマラソンUSA



ロンドンマラソン



上海マラソン



ベルリンマラソン

| 361°は世界で積極的なマーケティング活動を行っています

多くの海外アスリートとのアンバサダー契約の実績があります。



NIKOLA JOKIC

ニコラ・ヨキッチ

セルビア出身のNBA選手で、デンバー・ナゲッツに所属するセンター。卓越したパスセンス、得点力、リバウンド力を兼ね備え、2021年と2022年にMVPを受賞。現代NBAを代表するビッグマンの一人。



AARON GORDON

アーロン・ゴードン

NBAデンバー・ナゲッツのフォワードで、抜群の身体能力とダンク力で知られるスター選手です。2023年にはチームのNBA優勝に貢献。シグネチャーモデル「AG4」を共同開発。



DERSEH KINDIE

デルセ・キンディ

エチオピア出身のエリートマラソンランナー。2024年ベルリンマラソンで2時間05分54秒（10位）を記録し、361°として初めてワールドマラソンメジャーズでトップ10入りを果たした。



GUAN YUSHENG

グアン・ヨウション

中国出身のエリートマラソンランナー。2024年びわ湖マラソンで2時間14分58秒（優勝）し、日本の舞台でも実力を発揮。「マラソン界の努力の象徴」と称され、絶え間ない努力と粘り強い姿勢で記録更新を目指している。

| 日本国内マーケティングプラン（ブース出店）

東京マラソンEXPO2025へのブース出店



会場

東京ビッグサイト 南展示棟
東京都江東区有明3丁目11-1

イベント開催日

2025年2月27日～3月1日

シューズ・アパレルの試着・販売ブースの設置

参加ランナー向けに、361のランニングシューズを
無料で試着体験できるコーナーを設置

限定販売のシューズやグッズを提供し、会場での売上を促進

エリートランナーがブースに来場し商品をアピール

日本国内マーケティングプラン

TV CM



施設ネーミングライツ



屋外広告



学生スポーツ協賛



イベント開催



プロチームスポンサー



リーグスポンサー



選手スポンサー



日本国内においても多様で効果的なマーケティング活動を行います。