



# 世界で活躍するアスリートの パフォーマンスに、挑戦に、 間近で寄り添う。 妥協なきモノづくりの先で、 アシックスが世界に届ける価値。

## Anna Tanaka

入社時からスポーツマーケティング部に所属。つねにアスリートに寄り添いながら、アシックスのブランド力向上に貢献してきた。入社6年目にはオランダに転居し、マーケットの最前線を体感。「スポーツを通じて社会を良くしていく」—そんなアシックスの理念に共感していた田中は、確かにスポーツを通じて、世界と向き合っている。

全仏オープンでサインを  
もらった選手と、  
仕事相手として再会を果たす

# 株式会社 アシックス

スポーツマーケティング部  
CPSチーム 田中 杏奈

大学3年生のとき、田中杏奈は留学先のフランスで、テニスの全仏オープンを観戦した。客席から懸命に手を伸ばしてサインをもらった相手は、オーストラリアのサマンサ・ストーサー選手だ。それからわずか2年後、田中とサマンサが仕事相手として再会するとは、誰が想像していただろうか？

「グローバルで活躍するアスリートを支える仕事ができたらと、アシックスに入社しました。大好きなサマンサ選手がアシックスを履いていたことも、大きなきっかけになりましたね。とはいえ、実際の仕事で最初に会う選手が彼女になるとは、思ってもいなかった」と、田中は感慨深げに微笑む。入社してすぐ、希望

思っています。信頼を積み重ねてきたことで、選手のほうから契約を提案してもらえ、ケースも増えました。いつまでも、世界のトップランカーから頼られる存在でありたい。選手と連携したCSR活動にも興味がありますね。コロナ禍を経て、大きなスポーツの大会は軒並みキャンセル。この状況でどんなマーケティングアプローチが正解なのかはわからない。だからこそ柔軟に形を変えながら、アシックスを前に進めていきたいと願う。その舵を取るのには田中のように、世界と向き合う若い世代だ。

## 国籍を越えた信頼関係は、 丁寧なコミュニケーションから

オランダのアシックスヨーロッパに渡り、最初のうちは苦労もした。欧米人からは「静かで意見を言わない人」と思われていた時期もある。日本では「アスリートと距離が近いマーケティング部の言うことだから」と尊重してもらっていた雰囲気も、オランダにはない。「そもそもスポーツマーケティングが何をやりたいのか、それが会社にどんな影響を与えるのかを、アシックスヨーロッパの社内では理解してもらえていなかったんです。それでは人は動きません。まずは仕事の意義をしっかりと理解してもらうために、プロセスより目的を伝えるコミュニケーションを深めました」。田中の地道な努力は、現地の空気を変え、少しずつ周りの信頼関係が芽生え、仕事が円滑に回り始めた。フランスに住む上司や同僚のサポートも大きかったですね。全員リモートワークで近くにはいないけれど、上司には「現場にいるあなたのこと完璧に信じている。自分で判断するなかで、困ったときだけ相談してくれればいい」と言われています。それから、上司はママでもあるけれど、出産前と変わらずグローバルに仕事をしている。いつか私が子どもを持ったときのことを考えても、希望になりますね。

## これまでにない役割を与えられ、 オランダへ出向

スポーツマーケティング部の役割は、アスリートや大会、チームへのサポートを通じて、アシックスの露出を高めること。影響力を持った選手と契約できればその分だけチャンスも広がる。「だけど、やみくもに契約選手を増やすことはしません。アシックスの商品や哲学に、心から共感してくれる選手とだけ、関係を築いていく。それがアシックスのブランド力に繋がっていきます」。部署では「アスリート・ファースト」という合言葉を大切にしている。「アスリートの望むことを一番に考えて、行動する。かゆいところに手が届くサポートを心がける。ブランドスラムの会場で、それこそ試合が始まる5分前まで選手の隣にいる私たちだから、選手にしっかりと寄り添う必要があるんです」。

そうして丁寧な仕事を積み重ねていた入社6年目。田中は、思いがけずオランダへの出向を打診される。「それまでは日本とオランダにそれぞれ担当者を置いて連携するのが部署のやり方でした。でも、選手のニーズに沿った商品をよりスピーディーに作り、適切なタイミングで届けるためには、開発や企画の事情を知る者が直接現地に行っていたほうがいい。そんな新しいポジションでの出向だったため、自分が選ばれるなんて本当に驚きました。声がかかったのは、なんと田中が結婚式を挙げた翌日のこと。もともと夫の渡米も決まっておりました。日本とアメリカでの別居婚を予定していた。「だったら身軽なうちにヨーロッパのマーケットを体感して、経験を積んでおいて」という会社の判断だったのかと思います。人生のベストなタイミングでチャンスがもたらえたと感じました」。

## トップランカーにも称賛を受けた 妥協なきモノづくり

田中は、アシックスのモノづくりに強く誇りを持っている。「契約選手の要望を叶えるために、とことん力を尽くすんです。私は、選手と開発チームのハイフ役。選手のフィードバックを受けながら、私から見ればどこが違うのかわからないくらい細部までこだわり、何度も作り直します。『こんなにサンプルを出してくれるメーカーは見たことがない』と言う選手も、少なくありません。とくに印象的だったのは、入社4年目で手がけたノバク・ジョコビッチ選手のシューズだ。『商品開発部のメンバーと一緒に、ジョコビッチ選手がいるモナコやセルビアまで、何度も会いに行きました。トップランカーのこだわりは並大抵でなく、開発

ずに取り組んだ結果、最後は彼が私たちを褒めてくれたんです」。ブランド契約発表の記者会見で、ジョコビッチ選手はこう語った。「アシックスの商品が素晴らしいのは知っていたけれど、その理由がわかった。それを作り上げるだけの素晴らしいチームがあるからだ」。

田中は、アシックスには良いものを生み出すために苦勞をいとわぬメンバーが多いという。失敗しても何度だってやる。チームの勝利のためにベストを尽くす……。会社のバリエーションである「スポーツマンシップ」が、確かに息づいているんです。だから各部署と手を取り合って、熱くモノづくりに取り組める」。

## 世界から受けた刺激を また、みずからの原動力に

世界で闘うトップアスリートのパフォーマンスを目の当たりにする。その何物にも代えがたい刺激が、田中のモチベーションを支えてくれる。これほど素晴らしい選手をサポートしているんだから、彼ら彼女らの期待に応える「良い仕事」がしたい、いつも心が沸き立ちます。私たちの作るものが、誰かのグローバルな挑戦に繋がっていくのも、スポーツの醍醐味です」。

アシックスはまだ「ランニングブランド」のイメージが強いかもしれない。しかし「これからは『総合スポーツメーカー』としての立ち位置を確立していきたい」と、田中は目標を語る。「そのためにも、こだわり抜くモノづくりとコミュニケーションを続けたい」と



## Company Information

### スポーツを通して、質の高いライフスタイルを創造する

アシックスグループは、スポーツによる青少年の育成を通じて社会の発展に貢献したいという思いから始まりました。私たちはその創業の精神を受け継ぎ、60年以上にわたり独自の製品とサービスを提供し、現在ではトップアスリートはもとより一般のユーザーまで幅広いお客様より信頼をいただいています。海外売上比率が約80%となり、世界中でご利用いただけるグローバルな企業へと進化してきました。

### 会社概要

社名/株式会社アシックス 英文社名/ASICS Corporation  
設立/1949年 資本金/23,972百万円(2019年12月31日)  
代表取締役会長CEO/尾山 基 代表取締役社長COO/廣田 康人  
本社所在地/〒650-0046 神戸市中央区港島中町7丁目1番1

