

2015年9月10日

## 今期のランニング事業について

今期、ミズノのランニング事業は下記の方策を講じることで、ランニングシューズ販売足数を14年度比で16%増となる50万足に引き上げることを目指します。なお、2015年6月に実施した取引先に向けた新製品展示会では、ランニングシューズの受注足数が前年度比で32%増となり、新製品、プロモーションへの期待の大きさがうかがえる結果となりました。

### 1) 新ブランドスローガン 「RUN to ONE ～1人1人のゴールへ」

2015年秋から、ミズノランニングの新ブランドスローガン「RUN to ONE ～1人1人のゴールへ」を掲げ活動していきます。

日本国内のランニング人口が1,000万人規模に達したといわれる中、ランナーが持つ夢や目標の多様化が進んでいます。これまでミズノは、ランニングの裾野拡大を重視したマーケティング活動を行い、「WAVE RIDER」シリーズが広く市場に浸透するなど一定の成果を上げました。今後は多様化が進む市場に対応するため、誰に向けた商品なのか、その人にはどのような機能が必要なのか、などを明確に打ち出し、ランナー1人1人の目標をサポートするブランドになることを目指します。

### 2) 主要100店舗での試履き/試着機会の強化

一人ひとりのニーズに応える商品を提案するため、10月より全国の主要店舗およそ100店を拠点として、「TRY ON!」と称したシューズやウエアの体験を促進していきます。20を超える協賛マラソン大会開催前の数ヶ月間、大会開催地域の店頭で「TRY ON!相談所」や「TRY ON!体感所」と称したコーナーを設置し、商品選びのサポートだけでなくその大会での目標達成に向けて、コース攻略法やトレーニング方法のアドバイスなども行なっていきます。この活動を通じ、1人のランナーとのタッチポイントを、点ではなく線でつなげることを図っていきます。

### 3) ランナーのセグメントを一新

これまではランナーをレベル別に分類しプロモーションを展開してきました。今後は、多様化するランニング市場に対応するためユーザーをマインド軸で分類し、それぞれのマインドに合った商品ラインナップの提案と、新規販売チャネル政策を進めます。

今回発売する「WAVE ENIGMA 5」は、これらの施策を実現するための戦略商品として位置付け、「WAVE RIDER」シリーズに並ぶミズノランニングの軸とすることを旨とする商品です。

(報道関係者のお問合せ先)

東京広報課 木水・池田 TEL:03-3233-7037

大阪広報課 薬師寺・福永 TEL:06-6614-8373