

展望
2021
コロナ考
シヨック

世界約千の直営店の臨時休業や、スポンサーとしての存在感を示す東京五輪・パリオリンピック（オリパラ）の延期など、スポーツ用品大手のアシックス（神戸市中央区）にとって「攻めの2020年」は逆風が吹き荒れた。だが、社長の廣田康人氏（64）は「デジタル戦略など、時代を捉えた技術革新に挑み続けたことで、次代を切り開く力を付けた」と確信する。

（聞き手・中務庸子、撮影・吉田敦史）

「2020年はどんな年だったか。」

「世界規模の店舗臨時休業はこたえた。2月の中国に始まり、3月は欧州、4月は日本...と、直営店の売り上げが消失した。需要回復のスピードには地域差があり、感染拡大が長期化した米国は3カ月

アシックス社長
廣田 康人氏



ひろた・やすひと 早稲田大卒。80年三菱商事。代表取締役常務執行役員などを経て、18年1月アシックス顧問。同年3月から現職。名古屋出身。

臨時休業、オリパラ延期で逆風

デジタル戦略次代を開く

にわたって失速が続いた。日本は営業再開後も、景気後退への不安から財布のひもは固く、売り上げはまだ戻っていない。

一方で、中国、欧州では電子商取引（EC）が下支えするなど、デジタル戦略の重要性が浮き彫りになった。「中国では商品紹介を生中継するライブ配信を積極的に取り入れて好評だ。EC浸透率の高さは世界でも群を抜

き、すでに在庫を持たずに試着用の見本だけを並べるショールーム型店舗も複数展開し始めた。欧州ではECサイトに、年齢や性別、運動経験などから、適切な商品を提案する機能を付けていたことが奏功した。日本、米国のサイトにも順次、機能を追加していく。

「一人一人の要望に最適化させた『パーソナライズ』が進むだろう。昨秋に受注販売したスマートシューズは目標の13倍の4千万円を売り上げた。中敷きに埋め込んだセンサーが走り方を分析し、専用のアプリでその人に合った練習方法を提案する。商品も同様に、顧客の足型データからオーダーメイド品がネットなどで簡単に注文できるようなりたい。将来的には、商品が自宅の3Dプリンターから出力されることがあるかもしれない」

「追加の費用負担や、一部グッズの保管費用など想定外の経費が発生した。当初の計画通りに開催されるかどうか不透明な状況が続く。ただ、仮に無観客でも、それぞれが自宅にいながら一体感を持って応援するバーチャルイベント

「オリパラ延期の影響は。」「追加の費用負担や、一部グッズの保管費用など想定外の経費が発生した。当初の計画通りに開催されるかどうか不透明な状況が続く。ただ、仮に無観客でも、それぞれが自宅にいながら一体感を持って応援するバーチャルイベント

などが可能ではないか。観戦にはTシャツなどの応援グッズも求められる。ビジネスチャンスが消えたわけではない」

「アフターコロナ」時代の企業に求められることは。「突然の外出自粛や在宅勤務に、多くの人が不安や戸惑いを感じたが、テレビ会議が浸透し、オンラインのイベントも登場した。われわれも世界規模のバーチャル駅伝大会を企画するなど、運動や健康に対する需要に答えようという知恵を絞った1年だった。次はオリパラを通してつながった異業種企業や、神戸市が誘致するベンチャー企業など、外部と手を組んだ革新だ。スポーツツーリズムや健康寿命などあらゆる切り口で、神戸から世界にイノベーション（技術革新）を発信していきたい」

◆ コロナ禍に揺れた2020年が幕を閉じ、収束の予兆も見えない中で新しい年を迎えた。兵庫県内の主要企業トップ7人に、混迷の21年を展望してもらおう。

1月5日(火) 神戸新聞分

これまた一つのビジネスチャンス、改革のチャンスと言える骨太の心。根底にあるものはやはり「人」存のだろう。「何を求められているか？何をしてあげることができるか？」これも兵庫の企業です